A background image of a misty mountain range with a body of water in the foreground. The mountains are layered and shrouded in a light blue fog, creating a sense of depth and tranquility. The water is calm and reflects the light from the sky.

福州市户外广告设置导则

(2023修编)

目 录

1 总则	1	4 商业广告设置规定性要求	10
1.1编制背景	3	4.1依附于建（构）筑物的广告.....	10
1.2编制依据及规范	3	4.2落地式设置的广告设施	14
1.3适用范围	3	4.3依附于市政公用设施的广告.....	17
1.4原则及目标	3	4.4其他类型广告	18
1.5配套规划要求	3	5 招牌广告设置规范	21
1.6其他	3	5.1招牌广告的界定	21
2 户外广告定义与分类	4	5.2招牌广告设置的总则	21
2.1定义	5	5.3招牌广告设置的技术标准	22
2.2分类	5	5.4禁止设置招牌广告的情形	28
3 户外广告设置通用规定	7	6 户外广告设置指导性要求	30
3.1户外广告设置基本要求	7	6.1广告内容	30
3.2允许设置的规定	7	6.2广告色彩	30
3.3禁止设置的规定	7	6.3广告灯光	30
3.4临时性户外广告的设置规定	9	6.4广告形式	32
3.5公益性户外广告的设置规定	9	6.5广告材料	32
		6.6广告造型及风格.....	32

7 户外广告设置技术要求	33
7.1安全责任主体	33
7.2设计施工要求	33
7.3安全检测要求	33
7.4户外广告设施维护检修	34
7.5户外广告设施安全性强制要求	34
8 户外广告设置重点管控片区	35
8.1概念	35
8.2划定原则	35
8.3城市重点道路	35
8.4城市重点禁设区	36
8.5城市重点严控区	37
8.6城市重点适设区	38
8.7总体分区控制说明	38

1 总则

1.1 编制背景

在福州建设具有历史文化特色国际化大都市、国际旅游城市的进程中，户外广告作为城市形象的重要组成部分至关重要。为进一步提高城市精细化管理水平、大力彰显城市特色、推进城市治理现代化，为加强福州市户外广告管理，规范户外广告设置，维护市容整洁美观，依据《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国道路交通安全法》、《广告管理条例》、《福州市户外广告设置管理办法》等法律、法规、规章的规定，结合本市实际，特制定《福州市户外广告设置导则》（以下简称本导则）。

1.2 编制依据及规范

- (1) 《中华人民共和国广告法》（中华人民共和国主席令第34号）
- (2) 《广告管理条例》（国务院国发[1987]94号）
- (3) 《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T 163-2008）
- (4) 《室外照明干扰光限制规范》（GB/T 35626-2017）
- (5) 《城市居住区规划设计标准》（GB50180-2018）
- (6) 《建筑物防雷设计规范》（GB50057-2010）
- (7) 《民用建筑电气设计》（GB513-2019）
- (8) 《户外广告设施钢结构技术规程》（中国工程建设标准化协会标CECS 148:2003）
- (9) 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/149-2021）
- (10) 《福州市户外广告设置管理办法》（2021.05.27）

- (11) 《福州市中心城区LED户外广告设置专项规划》（2017-2026）
- (12) 《福州市建设工程现场围挡导则》（2017.11.08）
- (13) 《福州市施工围挡环境建设管理若干规定》（2014.05.04）
- (14) 《福州市城市色彩规划实施导则》（2022.05.30）
- (15) 《福州市中心城区广告招牌色彩应用手册》（2012.12.17）
- (16) 《福州市历史文化街区沿街建筑装饰导则》（2022.12）
- (17) 《福州市户外广告、招牌设施安全检测工作指导意见（试行）》（2020.06）

1.3 适用范围

本导则适用于福州市市区范围内户外广告的设置。

1.4 原则及目标

本导则遵循创造和谐美观城市环境的原则，以规范户外广告设置为目的，从塑造城市形象出发，通过对影响城市户外广告设置环境要素的研究，对户外广告提出规范性设置要求。

1.5 配套规划要求

针对大型支架式广告的设置，除必须符合指定规定外，其选址还必须符合本导则大型支架式广告设置详细规划的要求。

1.6 其他

本导则未作规定的，适用国家、福建省和福州市现行法规和规章的有关规定。

本导则由福州市城乡建设局负责解释。

2 户外广告定义与分类

2.1 定义

本导则所称户外广告，是指通过利用建（构）筑物外部、市政公用设施、户外场地及空间、城市轨道交通公共空间等载体，以文字、图像、光电显示装置、实物实体造型等形式发布的商业广告、公益广告与招牌广告。

（本导则所适用的范围不包括利用水上漂浮物、升空器具、充气物、模型表面绘制、张贴、悬挂的广告）。

商业广告：是指以营利为目的，直接或者间接推销商品或者服务的广告。

公益广告：是指传播社会主义核心价值观，倡导良好道德风尚，促进公民文明素质和社会文明程度提高，维护国家和社会公共利益的非营利性广告。

招牌广告：是指商品经营者或者服务提供者在其办公、经营的场所或者合法用地范围内的场地上，设置的用于表示名称、字号、商号的标牌、标志、灯箱、霓虹灯、字体符号等广告。

2.2 分类

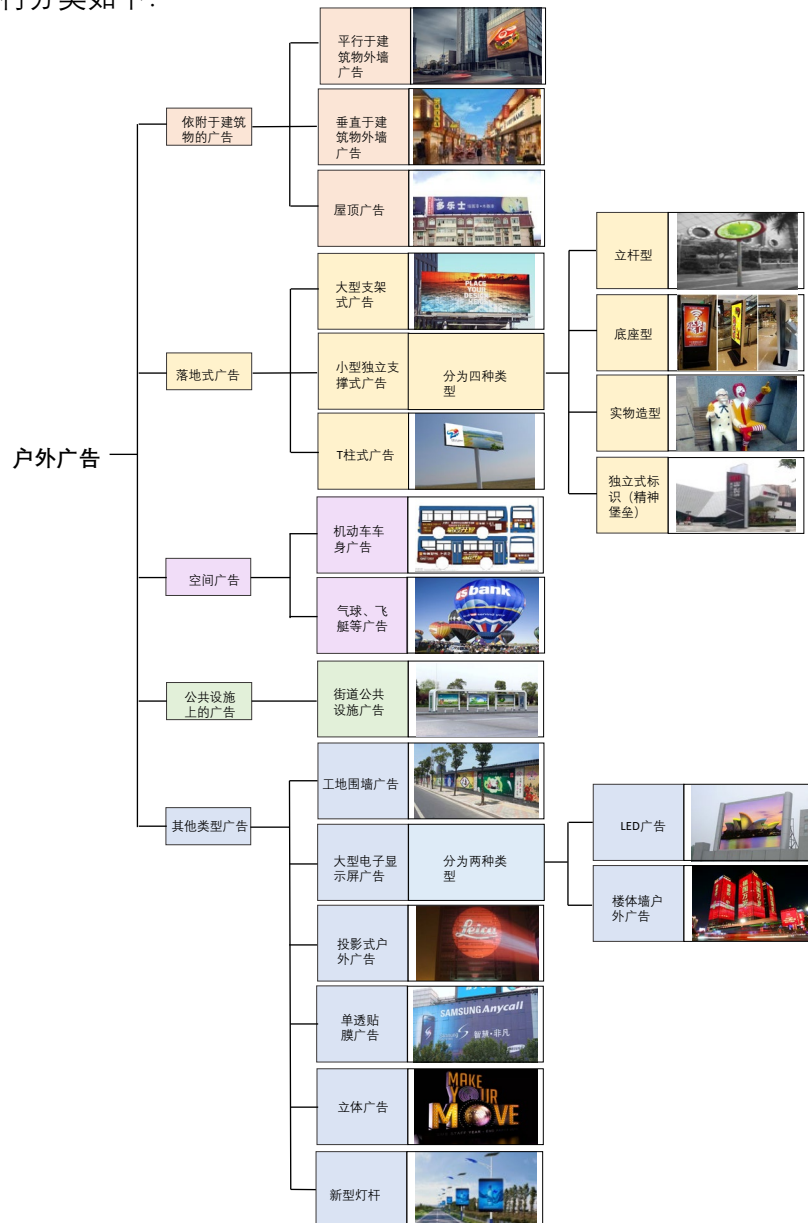
2.2.1 户外广告总体分类

户外广告按照设置载体的不同，可分为五种类型，考虑到近几年新型户外广告不断出现，及其与传统户外广告不同的特性（更强的视觉冲击、具有动态及声、光、电等特点），特将新型户外广告单独进行分类研究。

（见表1）

表1					
类型	依附于建筑物的广告	落地式广告	空间广告	公共设施上的广告	其他类型广告
设置载体	依附于建、构筑物进行设置	独立于地面上设置	依附于交通工具进行设置	依附于公共设施进行设置	依附于建、构筑物进行设置
类型特点	数量最多，类型最丰富，尺度、体量随建、构筑物体量变化而不同。	不依附于其他载体，独立进行设置。其尺寸、位置、形式等可变性较强。	具有随载体移动的特点。	由于其设置载体的体量、尺寸、形式相对固定，户外广告可变性较小。	具有新颖、灵活多变的特点。

户外广告按照设置位置与形式进行分类如下：



2.2.2 允许设置的户外广告类型

本次导则明确了允许设置的户外广告类型（以设置载体进行分类）。（见表2）

表2			
允许设置的类型			
建（构）筑物上的户外广告	小型独立支撑式广告	公共设施上的户外广告	其他类型广告
平行于建筑墙面的户外广告	立杆式户外广告	报刊亭、电话亭、信息栏上的户外广告	工地围墙广告
垂直于建筑墙面的户外广告	底座式户外广告	人行地下通道的户外广告	大型电子显示屏广告
	实物造型户外广告	自动售货机、自行车棚等公共设施上户外广告	投影式户外广告
	独立式标识（精神堡垒）	城市轨道交通公共空间及公交车候车亭广告	单透贴膜广告
			立体广告
			新型灯杆

3 户外广告设置通用规定

3.1 户外广告设置基本要求

(1) 户外广告设施设置应满足城市设计和相关规划的要求，应布局合理，设置规范。编制城市户外广告设施设置规划应符合当地城市特色与风貌的要求，明确城市不同区域户外广告设施设置要求，并对户外广告设施设置位置、尺寸、形式等进行控制。

(2) 户外广告不得妨碍公共安全、市容市貌、历史文化保护传承和交通秩序。

(3) 户外广告的形状、规格、色彩等应与周边环境相协调，并应注重昼夜景观效果。

(4) 户外广告应当制作精良，应选用符合节能、环保要求的材料；依附于建（构）筑设置的户外广告支架不得裸露（含结构支撑，构建支架等）。

(5) 户外广告不得影响建筑物、相邻建筑物或其他相邻公共设施的正常使用和安全要求，如：采光、通风、视线、交通通行、消防使用等。

(6) 户外广告的设置必须体现“融入式”设计理念，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建（构）筑物及其所依附的载体相协调，不得对其所依附的建筑物或周边建筑物的建筑立面形象造成破坏性的不良影响。

3.2 允许设置的规定

建筑立面户外广告的设置规定：

(1) 新建、改建建筑立面设置户外广告，由市建设行政主管部门就设计方案出具审查意见。

(2) 进行改造的建筑立面原则上不再增设户外广告位。

(3) 在建筑外墙设置广告不应损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，严禁破坏建筑物主体的立面肌理和整体造型风格，户外广告设计图案和颜色应与道路交通标志有明显区别。

3.3 禁止设置的规定

3.3.1 建筑物顶部户外广告设置规定

禁止在建筑物屋顶外轮廓线以外空间设置户外广告。

3.3.2 禁止在国家机关办公区域、文物保护单位、风景名胜区和中小学校、幼儿园等的建筑控制地带设置商业广告。

3.3.3 禁止在城区市政道路及市政人行道范围内设置户外广告。

3.3.4 禁止利用下列交通安全设施、交通标志设置户外广告。

(1) 交通信号设施（见图1）；

(2) 交通标志牌（见图2）；

(3) 交通执勤岗设施；

- (4)人行道隔离栏（见图3）；
- (5)车行道分离栏、隔离栏（见图4）；
- (6)人行天桥护栏；
- (7)高架轨道隔声墙；
- (8)道路及桥梁防撞墙与隔声墙；
- (9)其他交通安全设施和交通标志。

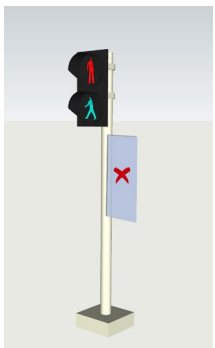


图1

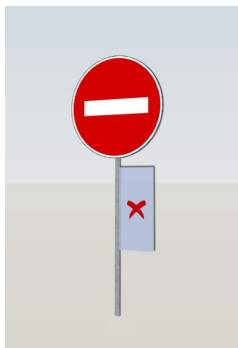


图2

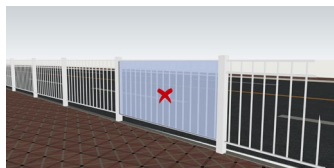


图3



图4

3.3.5 影响交通安全设施及市政设施正常使用，有下列情形之一的：

- (1)地下管线，高压电力架空线安全保护范围内，消防通道和消防场地内。
- (2)影响交通信号设施、交通标志设施使用，及设置在其背景空间采用闪烁方式或辐射红、黄、绿三色的光源照明。
- (3)交通安全设施周边与交通标志的形状、图形、尺寸类似的广告。

(4)人行天桥落地扶梯、过街地道、过江隧道、公路收费站和立交桥落地匝道及轨道交通等人流和车流出入口。

(5)其它影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志正常使用的情形。

(6)其他妨碍生产或者人民生活，影响无障碍设施使用及损害市容市貌或者建筑形象的。

(7)为了保障道路通行安全，交通安全设施及其杆件严禁设置广告。

3.3.6 妨碍生产或人民生活，损害市容市貌或建筑形象有下列情形的：

- (1)跨越道路设置的；
- (2)在沿街毗邻建筑物之间的空间设置的；
- (3)在建筑（含裙楼及附属楼）屋顶、造型独特的建筑物屋顶外轮廓线以外空间的；
- (4)在透空围墙和护栏上设置且影响其透空功能的；
- (5)在建筑外墙遮挡窗口位置设置的；
- (6)在有居住功能的建筑窗间墙设置并影响居住人合法权益或正常生活的；
- (7)在大量车流集散的公共建筑出入口两侧各5m范围内及其他影响消防安全区域设置的；
- (8)消防通道上空高4.5m以下、宽4.5m以内范围内的；
- (9)利用危房设置，或设置后可能危及建(构)筑物和设施安全的。

3.3.7有下列利用行道树或者损毁绿地的情形:

- (1)依附于行道树或者影响行道树生长的,在分车绿化带中的;
- (2)影响绿化植物生长的;
- (3)直接遮挡绿化景观的;
- (4)其他利用行道树或者毁损绿地的情形。

3.3.8不得在下列特殊用地单位等控制地带设置户外商业广告:

- (1)外事、军事机关大楼及其围墙;
- (2)风景名胜区的建筑控制地带及市人民政府规定的保护山体和保护湖泊;
- (3)大型城市公共广场(临时性广告除外)、公园、滨江(河、湖)绿地及其绿化控制带;
- (4)江河堤防险地段以及人民政府规定禁止设置户外广告的其他区域。

3.4临时性户外广告的设置规定

3.4.1临时性户外广告的分类

- (1)党政机关、社会团体、企事业单位举办大型活动时设置的与活动相关的户外广告;
- (2)重要节假日及庆典活动设置的反映节庆的户外广告。

3.4.2临时性户外广告的要求

临时户外广告的设置要求由主管部门另行制定。

3.5公益性户外广告的设置规定

(1)公益广告,是指传播社会主义核心价值观,倡导良好道德风尚,促进公民文明素质和社会文明程度提高,维护国家和社会公共利益的非

营利性广告。

(2)申请设置大型户外公益广告的,应当由政府指定的行政机关、事业单位或者其他组织,持政府相关证明材料向市建设行政主管部门提出。设置、发布的公益广告不得包含商业广告内容。

(3)举办重大庆典活动期间,设置人应当按照统一部署发布公益广告。

(4)城市窗口地带、进出口道路及城市广场可设置长期的公益性户外广告。

(5)商业广告版面闲置时间不得超过十五日;逾期闲置的,应当按照相关规定临时设置公益广告。

(6)公益广告的设置规定,原则上参照商业广告设置规定性要求。

4 商业广告设置规定性要求

4.1 依附于建（构）筑物的广告

4.1.1 适用的广告类型

结合福州户外广告实际情况，总体将建（构）筑物上的商业广告设施分为依附于建（构）筑物的广告、独立式设置的广告设施、依附于市政公用设施的广告、其他类型广告，每类广告针对性设置要求详见其它广告类型中的设置规定。

4.1.2 总体控制要求

(1) 应符合现行国家标准有关日照间距的规定，不应影响相邻居住建筑日照采光。

(2) 墙体广告原则上按该楼体已设计的广告位置设置。

(3) 墙身广告牌其尺度面积应与建筑单体相协调、应与建筑设计风格相协调。

(4) 设置平行于建筑物外墙的广告牌，牌面外沿不得突出建筑物墙面外轮廓线，必须平行于建筑物外立面设置；建（构）筑物顶部原则上禁止设置广告，公益标识除外，在坡屋顶或屋顶造型独特的建筑物屋顶外轮廓线以外空间不得设置商业广告。

(5) 住宅楼、综合性建筑的住宅部分不得设置任何形式的商业广告。

(6) 不应利用玻璃幕墙及其承受结构设置刚性固定结构设置户外广告设施，以及在全隐框玻璃幕墙上不应设置贴膜式户外广告设施，仅允许设置铭牌类招牌广告且不得影响建筑通风、消防、逃生等功能使用。

(7) 不得影响建筑物的功能与安全，不得影响疏散出口及消防设施的使用，不得利用危房设置，不得妨碍公共安全、公共卫生、采光、通风及市容市貌。

4.1.3 依附于建（构）筑物的商业广告详细分类（附建筑术语所示位置与形态）（见图5）

(1) 平行于建筑主体外墙的广告；

(2) 依附于一层门楣的广告；

(3) 依附于遮棚（含雨棚）的广告；

(4) 依附于建筑骑楼或檐下的广告；

(5) 垂直于建筑檐下的广告；

(6) 依附于落地立柱面的广告；

(7) 垂直于建筑外墙的广告。

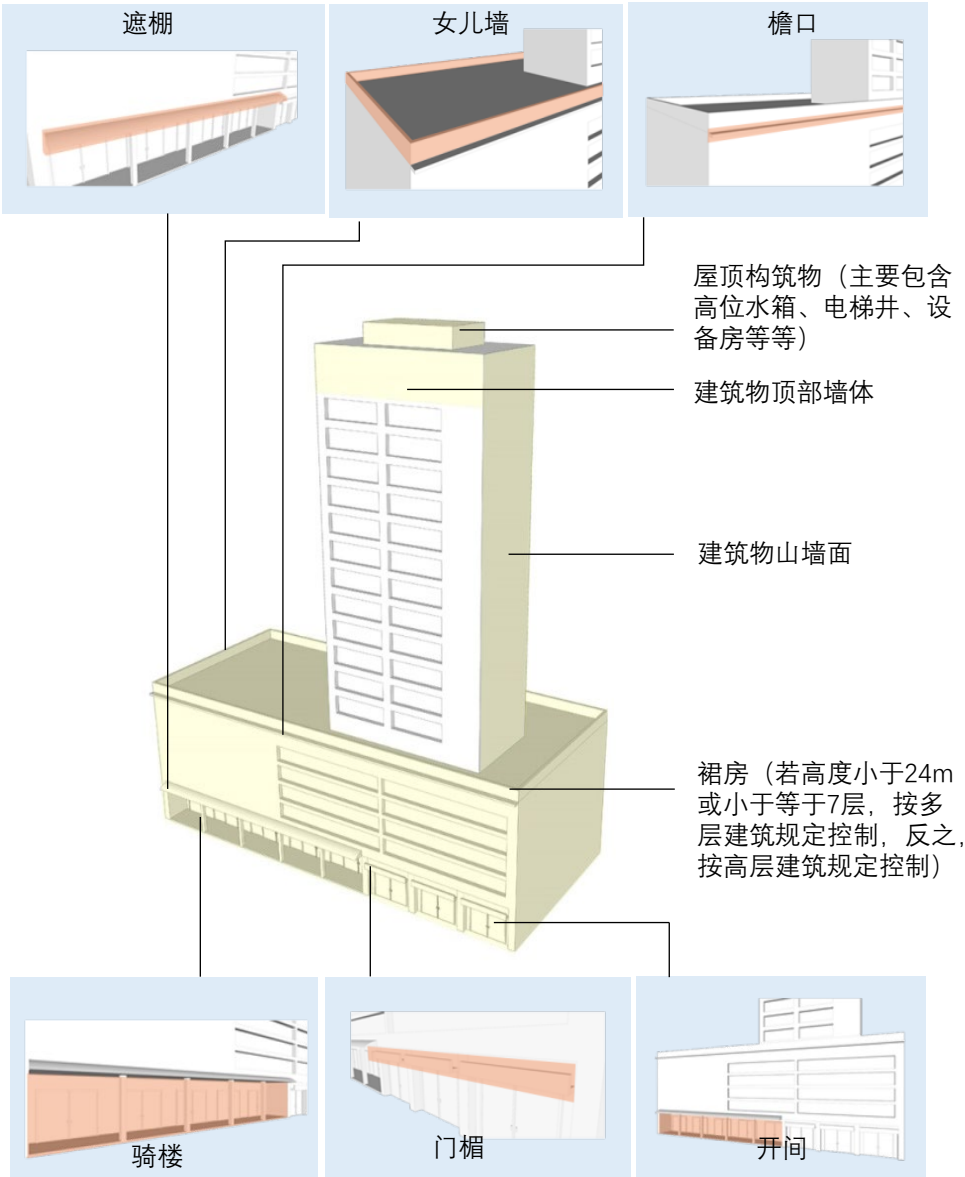


图5

4.1.4 依附于建（构）筑物的商业广告控制细则

(1) 平行于建筑主体外墙广告，应符合下列要求（见图6）：

- ① 贴附于建筑物、构筑物实体墙面设置的广告，其厚度不得大于0.3m；
- ② 广告牌其底边离室外地面不得低于3m，如位于行车通道上方，不得低于5.5m，位于消防通道上方，不得低于4.5m；
- ③ 广告牌不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙，左右不得突出墙面的外轮廓线；
- ④ 建筑同一立面成组广告设置须规格、形式宜一致，与建筑立面协调布置；
- ⑤ 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面；
- ⑥ 高层建筑主楼墙面广告设施宜采用镂空文字或图案等形式，最大高度宜符合规定（见表3）。

表3	
高层建筑主楼墙面商业广告设施最大高度（m）	
建（构）筑物高度h	设施最大高度
≤60	3
>60	6

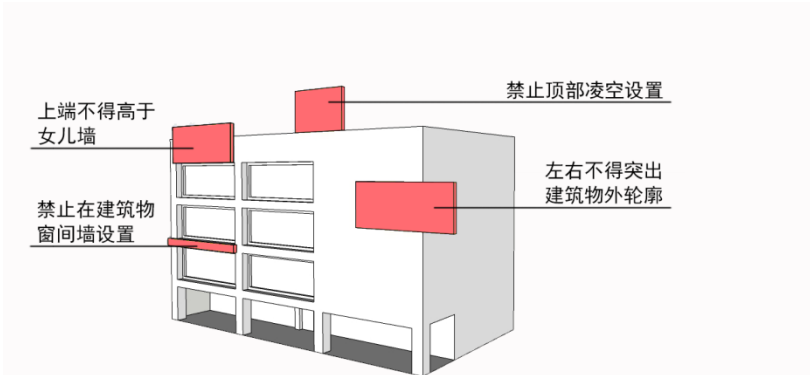


图6

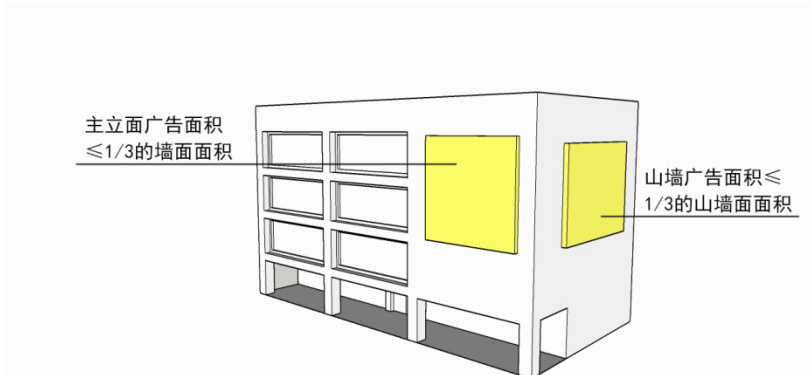


图7

(2) 依附于多层建筑、裙楼或附楼主体墙面的广告（见图7）：

- ①建筑同一立面成组广告设置须规格、形式一致，集中布置；
- ②依附于建筑物主立面的广告总面积不得大于该墙面面积 1/3；
- ③依附于建筑物山墙的广告不得占满整幅墙面，应留有一定的空间，不得占据大于该山墙面1/3 的面积；

④在无内部结构固定的情况下，在玻璃幕墙（包括内透等形式）、玻璃门（窗）、观光电梯内禁止设置广告。

(3) 依附于一层门楣的广告：

一层门楣原则上禁止设置商业广告，宜设招牌广告，具体设置规范详招牌广告设置规定。

(4) 依附于遮棚（含雨棚）的广告：

建筑遮棚（含雨棚）原则上禁止设置商业广告，宜设招牌广告，具体设置规范详招牌广告设置规定。

(5) 依附于建筑骑楼或檐下的广告：

建筑骑楼或檐下原则上禁止设置商业广告，宜设招牌广告，具体设置规范详招牌广告设置规定（见图8）。

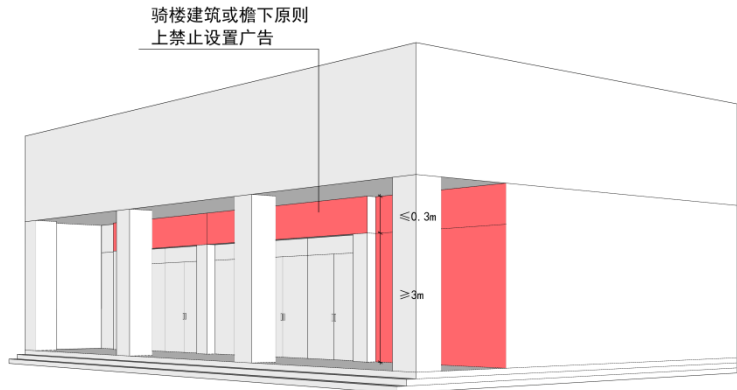


图8

(6) 依附于落地立柱面的广告：

建筑物底层落地立柱面不允许设置商业广告（见图9）。

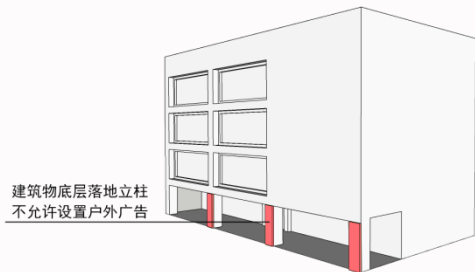


图9

(7) 垂直于建筑外墙的广告（竖招）：

① 垂直于建筑物外墙的广告应该符合下列要求：

a. 垂直于建筑外墙的广告主要分布于广告适设区。高层建筑主体禁止设置垂直于外墙的广告，宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面（见图10）。

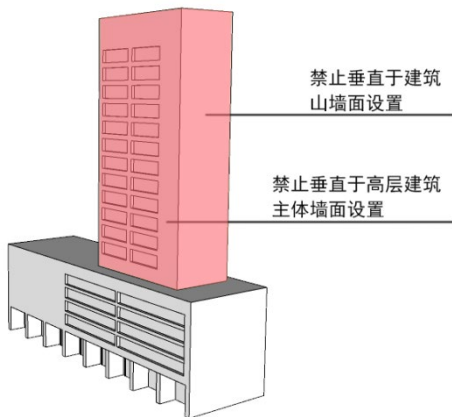


图10

b. 广告上端不得超过所依附建筑的屋顶平台防护栏或屋顶女儿墙，且距地面不得超过 24 m；广告高度不宜超过9m，广告的外沿距建筑物的主体墙面不得超过1.5m，下沿距地面不得低于4.5m（见图11、12）。

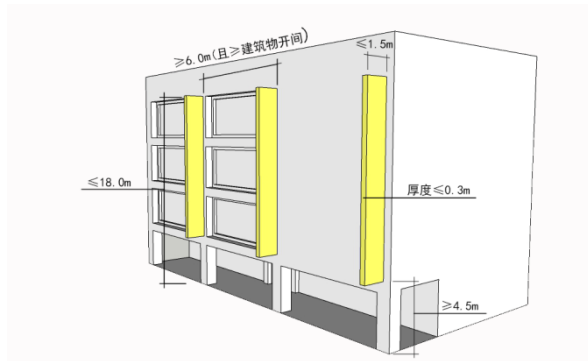


图11

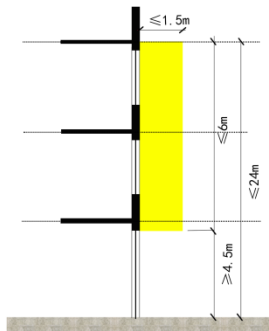


图12

c. 广告的外沿或下沿距10千伏高压导线净距离不得小于1.5m。

d. 广告的外沿或下沿距低压导线净距离不得小于0.5m。

e. 广告的上端不得超出附着墙面的上端；同一建筑物上的外挑广告设施体量应大致保持一致，上下取平，同时应当给予装饰或遮掩，不得损害市容市貌。

② 垂直于建筑物骑楼檐下的广告应该符合下列要求：

建筑物骑楼檐下原则上禁止设置广告，如需设置招牌广告，设置规范详招牌广告设置规定。

(8) 墙面设置的商业广告设施不得突出道路红线或用地红线，不应妨碍行人、车辆通行安全。

并应符合下列规定：

①当位于人行道上空时，高3m以下，不应突出道路红线；高3m及以上，突出的深度不应大于0.6m。

②当位于无人行道的路面上空时，高4m以下，不应突出道路红线；高4m及以上，突出的深度不应大于0.6m。

(9) 实体围墙附属商业广告（见图13）

①禁止在实体围墙上再加高设置任何结构的商业广告设施；

②历史街区的实体围墙不得设置商业广告；

③实体围墙仅允许设置公益广告；

④广告形式建议采用贴膜与彩绘形式，但不得改变墙体结构；

⑤设置在实体围墙墙面上的，突出墙面的距离应小于0.1m，上缘不应超出围墙顶部，宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面宽度；

⑥透空围墙上不得设置商业广告；

⑦临时围挡设置应采用喷绘、张贴等无结构形式的广告；

⑧同一路段同一风格围墙上，广告设施宜统一位置、尺寸和间距。

(10)工程围墙、围挡附属商业广告：

工地围挡、围墙高度应遵循福州市相关标准有关工程围挡的规定。

4.2 落地式设置的广告设施

落地式独立广告主要包括三大类：大型支架式落地广告、小型独立支撑式广告（可分为立杆型、底座型、实物造型、独立式标识（精神堡垒）四种）、T柱式广告。



图13

4.2.1大型支架式广告设施：

(1)主要位于城市对外交通出入口，以公益广告性质为主。

(2)广告总体高度（含广告牌面和支撑结构）不得超过9m。

(3)禁止设置于居住用地或包含居住功能的其他性质用地内。

(4)禁止设置于道路红线内。

(5)广告与地块内建筑物最小距离不得小于其高度的2倍。

4.2.2小型独立支撑式广告总体要求：

(1)广告总体高度（含广告牌面和支撑结构）不得超过4m。

(2)小型独立支撑式户外广告设置数量不得超过所属建筑地块红线范围内主要出入口的个数，广告性质以指示牌或起指引作用的广告为主。

(3)除实物造型广告外，广告牌面下缘距离地面高度小于等于0.5m的小型独立支撑式广告，属于底座型，广告牌面下缘距离地面高度大于0.5m的小型独立支撑式广告，属于立杆型。

(4)同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与街道上的座椅、垃圾桶、路灯、候车亭、公共标识设施等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

(5)当设置位于用地红线内时，仅允许在商业、工业性质用地或者其他性质用地的底层商业建筑前场地内设置外，广告设置还必须符合以下规定：

①设置小型独立支撑式广告的用地，沿城市道路用地面宽不得小于15m；

②用地内建筑退让红线距离不得小于15m，广告仅允许设置于建筑退让红线的距离内，且广告实体或最大水平投影不得超出用地红线（见图14）；

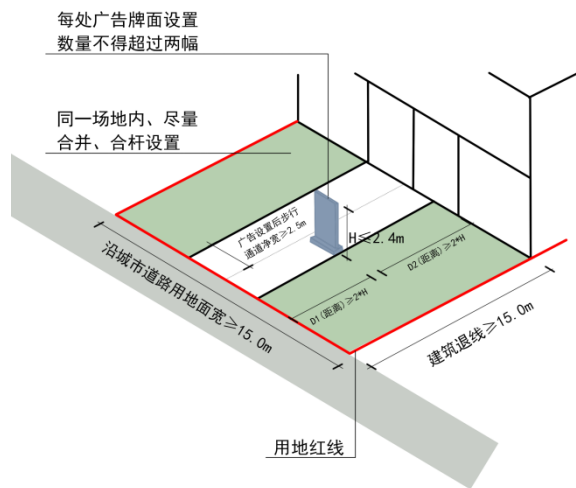


图14

③设置地点距离用地红线最小距离不得小于广告高度的2倍；同时与地块内建筑物的最小距离不得小于其高度的2倍（见图15）；

④广告设置后可供通行的步行通道净宽不得小于2.5m。

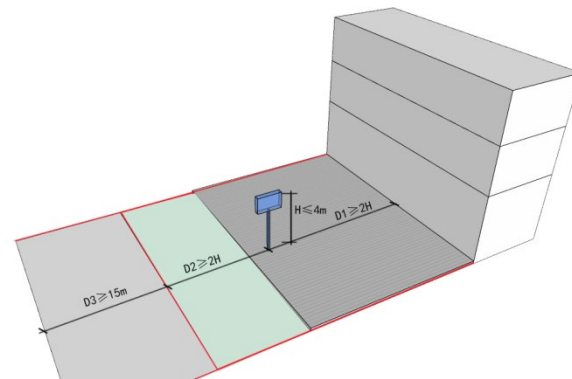


图15

4.2.3立杆式广告设施：

原则上城市道路人行道不宜设置。

立杆广告设置必须符合有关市政安全规范，尽可能远离高压走廊。立杆落点不得影响地下管线畅通，外边缘投影不得伸入车行道。鼓励采用现代简洁的风格，避免造型过于单一呆板。设置于商业、娱乐地段的造型允许多样化。在同一路段内的立杆广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与城市家具等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。不得影响行人通行。

4.2.4底座式广告除满足总体要求外，还必须符合以下规定（见图16）：

(1)底座和牌面外缘距人行道侧石不得小于0.4m，且不宜大于1.0m。

(2)底座和牌面的总高度一般不宜大于2.4m，宽度不应大于1.5m，占地面积应 $\leq 1.0\text{m}^2$ 。

(3)牌面(单面)面积不得大于 2.5m^2 ，厚度不得大于0.5m。

(4)道路红线宽度大于36m，广告设施间距大于30m；道路红线宽度小于36m，广告设施间距大于20m。

(5)底座基础及锚固螺丝不得外露、高于人行道路面。

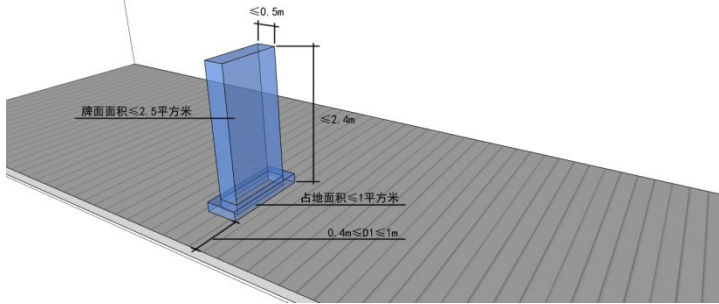


图16

4.2.5实物造型商业广告设施设置应符合下列规定（见图17）：

实物造型式广告除满足总体要求外，还必须符合以下规定：

- (1)广告总高度不得大于3m；
- (2)广告占地面积不得大于 3m^2 ；
- (3)广告宽度不得大于1.5m；
- (4)不应设置在城市道路红线内；
- (5)应保障车辆、行人通行安全，应与周边环境和空间尺度整体协调。

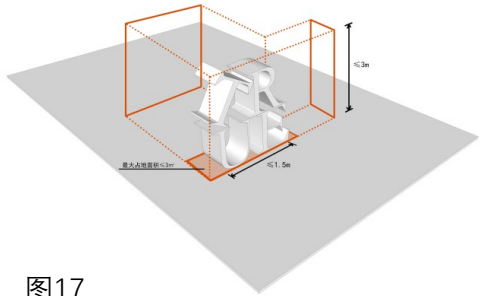


图17

4.2.6 独立式标识（精神堡垒）：

独立式标识（精神堡垒），是指企业为表达企业形象所设立的，是传达企业文化、精神、形象的一种独特艺术载体。

(1)设置独立式标识（精神堡垒），应当符合户外广告设置规划和技术规范，遵循安全、美观的原则，与城市区域规划功能相符，与建（构）筑物风格和周边环境相协调。不得影响周边居住环境和行人、行车安全，不得影响建（构）筑物安全和消防通道。

(2)独立式标识（精神堡垒）可于建筑红线范围内的主要入口前或广场（空地）内独立设置一处，原则上高度不得大于12m，造型需结合建筑及园林景观进行整体设计。

(3)独立式标识（精神堡垒）只允许出现各类场所名称（含楼、大厦、公寓、广场、公园等）及代表企业文化、精神、形象的内容，不得用于发布商业广告，否则视为户外落地式广告，参照4.2落地式独立设置的广告设施相关条例。

(4)盲道、残疾人通道、人行过街天桥、地下过道、健康绿道出入口不得设置。

4.2.7 T柱式广告设施:

T柱式广告设施主要是指以单柱为支撑,钢结构焊接进行组装成的“T”型高柱广告牌,且立柱高度 $\geq 9\text{m}$ 的广告设施。

城区范围不得设置T柱式广告。

4.3依附于市政公用设施的公告

4.3.1城市轨道交通公共空间设置要求:

城市轨道交通公共空间主要指地铁通道入口构筑物的公共空间,广告设置需符合以下要求:

(1)禁止在通道入口构筑物及相关配套设施上设置;

(2)禁止广告牌占用或影响残疾人设施的、妨碍消防通道、或其他相邻公共设施的正常使用和安全要求,如:采光、通风、视线、交通通行,及影响消防供应设施或其它市政公用设施使用的;

(3)应统筹考虑照明及引导标识等配套设施进行设置。

4.3.2利用公共汽车候车亭设置广告应该符合以下要求(见图18):

(1)设置人应按政府有关部门规定时间和要求负责公益广告的定点发布,公交站台灯箱广告规格为4面的,取机动车道车行方向第一面(正反面)发布;公交站台灯箱广告规格为3面的,取中间一面(正反面)发布;公交站台灯箱广告规格为2面的,取机动车道车行方向第一面(正面)发

布;公交站台灯箱广告规格为1面的,取正面发布;公交站台灯箱广告规格超过4面的,超出的面数全部发布公益广告。

(2)市政设施除了公交候车亭及新型灯杆以外不得设置广告。

(3)公交候车亭的顶部不得设置广告。

(4)候车亭的广告单面面积不得超过 2.5m^2 ,广告总体面积不得超过候车亭立面面积的40%。发布广告的内容应符合以下要求:

①广告画面应当保持固定、完整、画面设计不应使人视觉产生炫目和刺激感;

②广告应当整洁、美观、使用文字、汉语拼音、计量单位符合国家标准,书写规范、准确,广告画面文字比例应协调;

③应在广告版面显著位置标注《户外广告设置许可证》号;

④候车亭广告内容中,公益广告所占的面积或时间不得低于广告总量的20%。

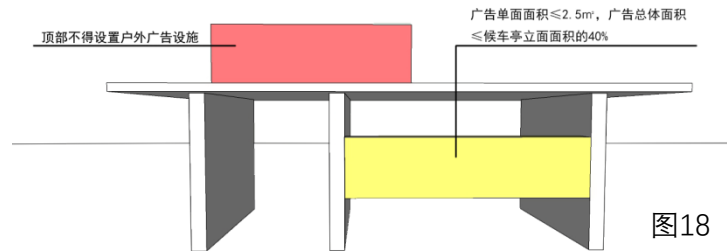


图18

4.3.3依附于张贴栏的公告,必须符合以下规定:

张贴栏的长度不得超过 2.5m ,广告牌面不得超过张贴栏栏面范围。

4.3.4 户外城市家俱的广告，必须符合以下规定：

原则上不得利用公园小品，垃圾桶、公共座椅等城市家俱载体设置户外广告。

4.4 其他类型广告

4.4.1 大型电子显示屏广告

(1) LED 户外商业广告显示屏只可设置于城市总体规划用地中的六类用地，其中包括文化设施用地、体育用地、商业设施用地、商务设施用地、娱乐康体设施用地及其他服务设施用地。

(2) 设置户外电子显示屏不得有下列情形：

① 《福州市户外广告设置专项规划》、《福州市中心城区LED 户外广告设置专项规划》规定的其他禁止情形；

② 禁止在与道路和来车方向成垂直视角的方向设置；妨碍城市道路和公路上行车安全、影响道路畅通（见图19）；

③ 形成光污染、噪声污染、电磁辐射污染等影响居民正常生活的情形。

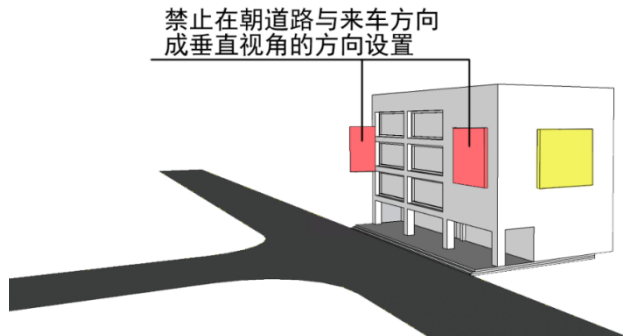


图19

(3) 禁止在城市主干道和次干道交叉口道路红线交点沿两个道路方向延伸道路宽度围合矩形范围内设置（传统商圈除外），设置于交叉路口的LED屏，显示屏下沿位置距地面应大于等于6m，且广告内容色彩不得影响信号灯，禁止大面积红、黄、绿及相近色。

(4) 依附于建筑物设置的，则将其视作依附于建筑物的广告，参考福州市相关标准有关依附于建筑物的大型LED户外广告设置的规范。

(5) 独立支撑设置的，则将其视作小型独立支架式广告，参考落地式广告设置的相关规范。

(6) 当显示屏设置位置前方80m范围内有居住建筑，且显示屏朝向居住建筑窗户时，则该位置禁止设置显示屏；当显示屏设置位置前方100m范围内有居住建筑，且显示屏朝向居住建筑窗户时，则应适当降低显示屏亮度，并尽量设置为静态显示屏，原则上每个静态画面的播放间隔不少于15秒，参考现行国家标准有关室外照明干扰光的规范。

(7) 在城市高速路、快速路沿线分布的建筑物不宜设置LED户外广告显示屏。

(8) 新建大型商业体可预留户外广告位，设置户外电子显示屏的，应当采用嵌入墙面式设计，电子显示屏外沿不得外凸，设置方案应报市建设行政主管部门审查。新建大型广场式公共空间设置户外电子显示屏，应当采用依附于建筑物或构筑物嵌入墙面式设计，因客观条件限制只能独立设置的，应纳入广场式公共空间总体设计方案。

因客观条件限制只能独立设置的，应纳入总体设计方案，与建设项目一并报批规划审查手续。同意设置的户外电子显示屏，必须严格遵守福州市户外广告设置规划的有关规定（见图20）。



图20

4.4.2 投影广告（见图21）

(1) 投影光束距离地面高度不得小于4m，距门、窗或其它人能接触到的地方需大于3m。

(2) 禁止在国家机关、重要标志性建筑、文物保护单位、城市纪念性建筑、文教设置等建筑上发布投影广告。

(3) 投影广告的投影光束不应影响行人、车辆通行安全和周边居民正常生活，不应投射在住宅门窗上。



图21

4.4.3 LED光源广告

根据设置的载体（附着式）参照相应的设置规范。大型LED光源广告设置对建筑立面的重大改变，应参考福州市相关标准有关福州市中心城区LED户外广告设置的规定，并需由建设主管部门牵头组织相关部门进行论证。

4.4.4 新型灯杆户外广告

- (1) 禁止在高快速路设置；
- (2) 禁止在道路交叉口的首根新型灯杆设置；
- (3) 禁止在有信号灯、电子警察、全球眼和标志牌的新型灯杆上设置；
- (4) 禁止延伸扩展至机动车道上方设置；
- (5) 新型灯杆 LED 广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于 2.5 米，

单面幅面宽度不得大于 0.6 米，高度不得大于 1.5 米；

(6)每根新型灯杆上不得设置多于 2 块；

(7) LED 广告屏禁止闪烁，亮度应可调节，宜采用静态展示；

(8)同一路设置的灯杆广告，须保持形状、高度、朝向一致，并与景观相协调。

(9)附着于新型灯杆的广告，须征得灯杆产权人和管理部门同意，并提供荷载计算书。

5 招牌广告设置规范

5.1招牌广告的界定

是指商品经营者或者服务提供者在其办公、经营场所或者合法用地范围内的场地上，设置的用于表示名称、字号、商号的标牌、标志、灯箱、霓虹灯、字体符号等广告。

5.2招牌广告设置的总则

本市规划市区、郊区的城镇地区和开发区、科技园区、风景名胜區及其他实行城市化管理地区内的机关、团体、部队、院校、企事业单位和其他组织及个体工商户，设置各类带有名称、字号、标志等内容的牌匾标识行为，均应依照本规范执行。

(1) 24小时营业服务、临街人行道宽度小于2.5m、步行商业街、特色商业街或商业街坊内圈等的办公、生产经营单位可增设1块小型侧招。

(2) 招牌广告的设置，原则上遵循“一街一貌，一店一招，统一设置”的要求，规格尺寸相对统一、规范。如营业场所存在多处临街入口的，则按以下情况处理：

①若该场所位于道路交叉路口，两侧均设有门面，且属同一经营者的，则最多允许在其临街门面入口处各设置一处，设置数量总数不超过2处（见图22）。

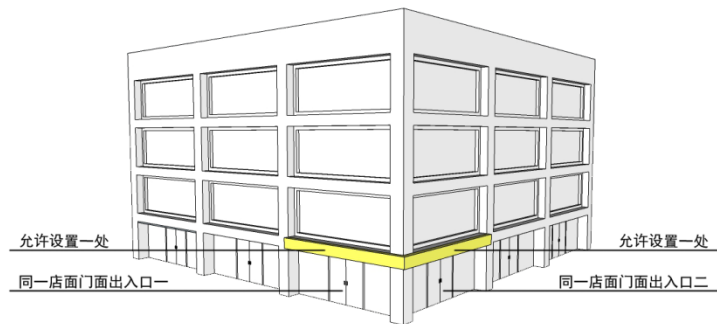


图22

②若该场所存在多处临街门面入口，且其底层营业面积大于等于200m²，小于5000m²，则最多允许依附每个临街门面入口处各设置一处（见图23）。

③若该场所存在多处临街入口，且其底层营业面积大于等于5000m²，其数量不得超过该场所的出入口数量。

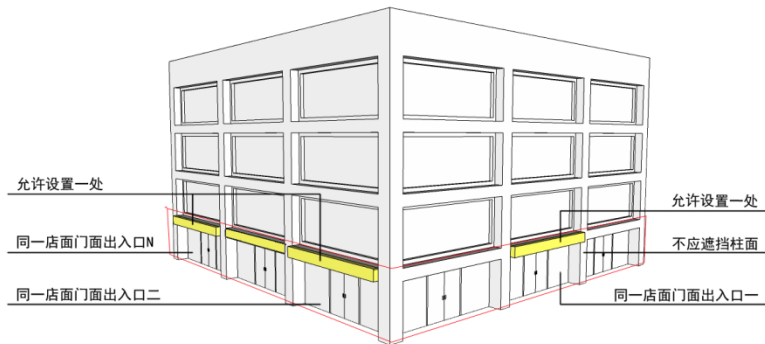


图23

(3)禁止同一招牌广告于同一场所出入口重复或层叠设置；依附于同一场所出入口位置，禁止不同类型招牌广告重复或层叠设置。

(4)招牌广告的设置应牢固、安全、合理布局，不得影响建筑立面形象和交通安全，并与城市市容市貌、景观相协调，适应街区文化特点。

(5)在同一建筑物墙体上设置的招牌，其高度、大小规格、材质等应当统一有序；相邻门面的招牌底线、高度和厚度建议整齐统一。同幢建筑的招牌广告字号建议统一设计，要求与建筑的外立面协调。

(6)在同一道路或同一街区相邻建筑物墙上设置的招牌，其形式、体量、色彩、灯光效果等需整体协调。

(7)招牌广告设置应制作精良、支架不得裸露。灯光设施尽量隐蔽，兼顾白天景观效果。

(8)建筑物顶部的墙面原则上可设置铭牌（含标识）类招牌广告。对于有裙房部分建筑物，在符合5.3.1建筑铭牌条例规定情形下，裙房顶部墙面亦允许设置铭牌（含标识）类招牌广告（见图24）。

(9)在商业广告严格控制区及禁止设置区内（如华林路口）的建筑，主体2层以上的集中商业体，原则上在建筑立面设置统一的招牌广告标识，避免对主干道产生视觉影响，任何单位不得单独在建筑外立面设置招牌广告标识。

(10)由政府主管部门审批通过，经建筑立面整修或街景整治后的招牌广告，原则上不得更改其设置方式与形式。

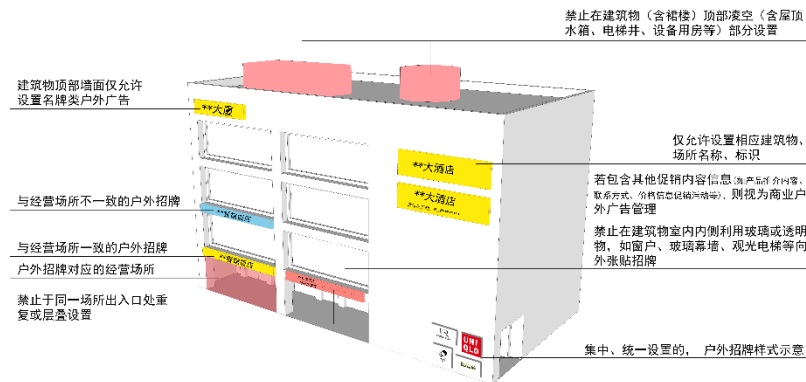


图24

5.3招牌广告设置的技术标准

5.3.1规格标准

(1) 平行于建筑外墙设置的招牌广告

①招牌设施宽度不应超过自身沿街门面宽度；设置于建筑顶层的招牌设施上缘不应超出建筑檐口或女儿墙上沿，设置于其他层的招牌设施上缘不应超出上层窗台或阳台下沿线；招牌设施高度与所在楼层层高比例不宜超过1:3。

②集中设置的招牌高度不宜超过6层（含6层），其招牌面积应小于该面建筑外立面面积的30%。

③原则上只能设置在建筑物二层窗台线以下，楼房门面招牌的长度以门面宽度为标准，高度根据具体情况一般为1.0-1.6m；最高不得超过梁高和窗台的总高，凸出墙面的距离不超过0.3m（见图25）。

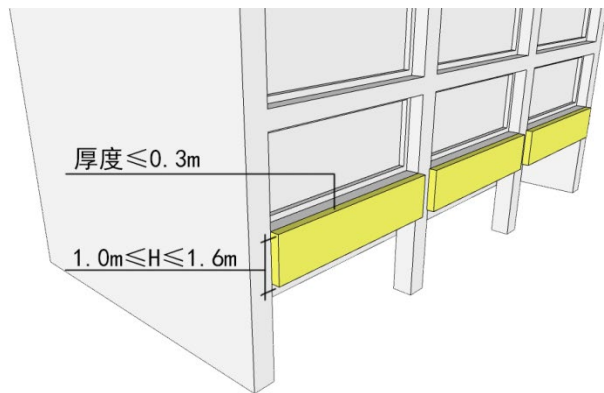


图25

④招牌广告离地净高3.0m以上，外挑有走廊的（含外挑走廊、飘窗等）离墙距离不超过0.5m，无走廊的不超过1.5m。相邻门面的招牌底线、高度和厚度建议整齐统一（见图26-1、26-2）。

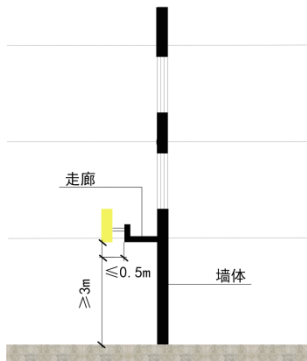


图26-1

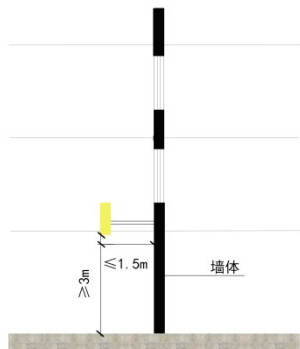


图26-2

⑤单层平屋顶建筑设置的招牌广告高度不得超出女儿墙顶部，且高度不大于1m（见图27）。

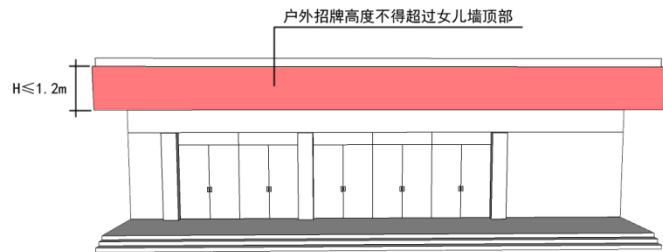


图27

⑥不得遮挡建筑立面的具有通风、采光、消防、逃生等功能的窗口，原则上不允许修改建筑物主体的肌理和整体造型，若为全国连锁性质的形象造型，经专家评审后方可设置。

⑦广告严格控制区及禁止设置区内的建筑，主体2层以上（不含主体2层）的层与层之间的窗间墙上不得设置，部分建筑2层以上有商业部分，当由物业管理部门协调，在建筑物外规划预留的指定位置设置统一的牌匾标识，任何单位不得擅自在建筑物外立面设置牌匾标识。

⑧广告适度设置区内的建筑在裙楼及3层以下（含主体3层）的商业部分允许设置层间窗广告，层间窗广告要与整体建筑相协调，不得遮挡窗户及建筑立面效果。部分建筑3层以上有商业部分，应当由物业管理部门协调，在建筑物外指定位置设置统一的牌匾标识，任何单位不得单独在建筑物外立面设置牌匾标识。

⑨楼房的产权单位最大业主或最大承租者可以在招牌允许设置区域

设置特色招牌，便于拥有全国统一的招牌广告的设置，比如银行、邮政、肯德基等，一楼一个邻街面仅限一处（见图28）。

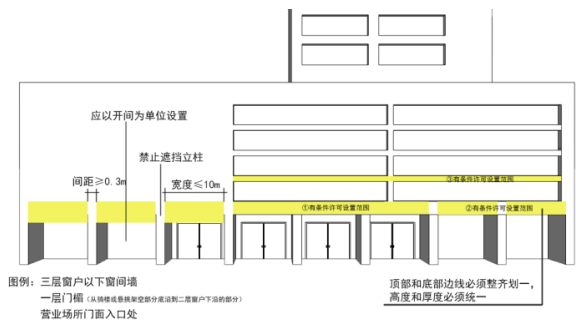


图28

(2)垂直于建筑外墙设置的招牌广告（见图29、图30）

- ①同一幢建筑上的招牌设施宜设置于建筑外立面的同一基准线上，悬挂角度应与建筑外立面成 90°角；
- ②牌面的外沿距建筑物的立面应 $\leq 1.5\text{m}$ ，下沿距地面应 $\geq 4.5\text{m}$ ；
- ③招牌设施外挑距离不应大于2m，高度不宜大于9m；
- ④招牌广告的厚度应 $\leq 0.3\text{m}$ ，小型侧招最大边长及突出墙面距离均不应大于 0.7m，不宜超过建筑二层设置；
- ⑤牌面的上端不得超出承接墙面的上端；
- ⑥禁止垂直于建筑山墙面设置；
- ⑦一个建筑外立面有多副垂直店招时，平面距离必须大于6m/面，不得过密设置。同一建筑上的垂直店招要求上下取平，内外取平，同时构架应当予以装饰或遮掩，不得损害市容市貌。

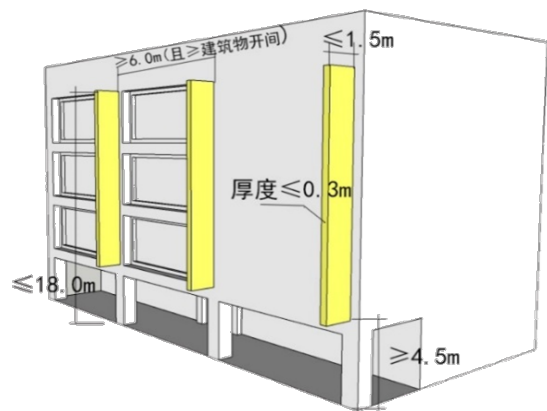


图29

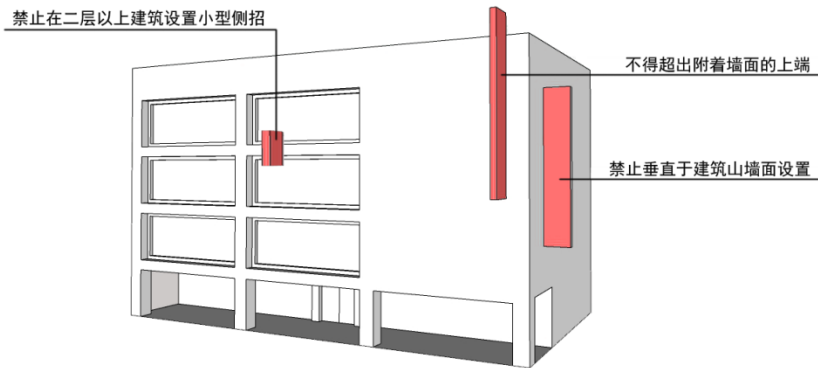


图30

(3)依附于遮棚的招牌广告（见图31）

- ①招牌广告可设置在遮棚顶部，招牌广告上端突出遮棚高度不得大于1.5m，且不得高于窗台下沿高度，下端不得低于遮棚下沿，不允许超过遮棚宽度。

②内容上以字体牌匾为主，宜采用镂空式样，招牌宽度不得超出入口构件的宽度。

③结合底层建筑出入口雨棚设置的招牌，应采用字符式或轻质结构，整体高度与底层层高比例不宜超过1:3，下缘不应低于雨棚下沿线，外表面不应超出雨棚四周边线。

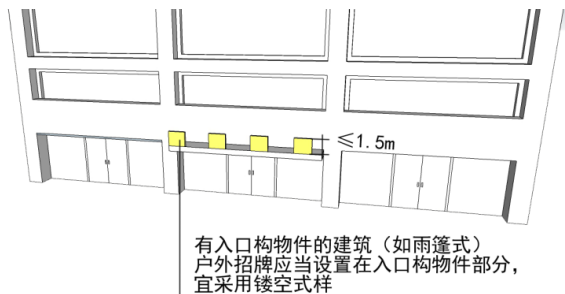


图31

(4)依附于建筑骑楼或檐下的招牌广告（见图32、33）

①有柱廊或底层以上有外挑结构的建筑，招牌广告宜设置在在廊道内侧和外挑结构以下。在门楣上方设置的广告下端与地面垂直距离不得低于3m，厚度不得大于0.3m；如采用牌匾式招牌，宽度不得大于骑楼两根立柱之间间距的2/3。

②底层建筑净高 $\geq 3.5\text{m}$ 时可在外挑结构以下设置的小型悬挂式店招，宽度不得超过骑楼外墙面，店招底部距地面 $\geq 2.5\text{m}$ ，厚度不得超过0.15m。

③同一建筑物上的设置式样和悬挂方式应统一，骑楼外柱及外柱间

不得设置广告。



图32

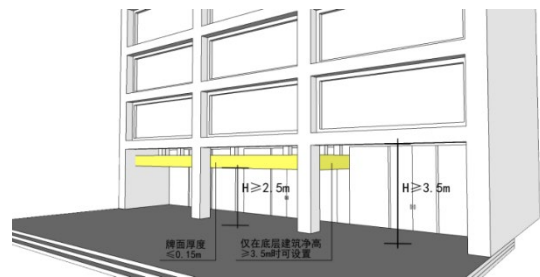


图33

(5) 独立式招牌广告设施设置不得影响消防通道、车辆、行人通行安全及无障碍通道使用，数量不宜超过所属建筑物主要出入口个数，独立式招牌广告设施设置后，用地内建筑退让红线距离不得小于15m，仅允许设置于建筑退让红线的距离内，设置地点距离用地红线最小距离不得小于招牌高度的2倍；同时与地块内建筑物的最小距离不得小于其高度的2倍，单侧行人通行宽度不应小于4m，场地宽度小于5m的区域不应设置。竖向独立式招牌广告设施最大宽度不应大于1.5m，最大高度宜符合表4的规定。

表4	
竖向独立式招牌广告设施最大高度 (m)	
设置场地宽度	招牌最大高度
$5 \leq W1 \leq 10$	3
$10 \leq W1 \leq 20$	5
$W1 > 20$	10

注：W1是指招牌设施所在场地的最小宽度。

(6)实物造型式招牌（见图34）

①实物造型招牌设置不得影响消防通道、车辆、行人通行安全及无障碍通道使用。

②宽度小于6m的人行道或面积小于50m²的广场（空地），不宜设置实物造型招牌。

③宽度小于6m的建筑退距内不得设置实物造型招牌设施，实物造型招牌设施的宽度不得大于建筑退距宽度的四分之一，基底面积不宜大于3m²。

④同一路段上设置的实物造型式招牌、灯箱、标牌等尺寸、高低、方向应一致。沿道路设置时，宜平行布置，并尽量少占用道路横断面的宽度(规划商业街除外)。

⑤实物造型招牌总高度不得大于3m。

⑥实物造型招牌占地面积不得大于3m²。

⑦实物造型招牌宽度不得大于1.5m。

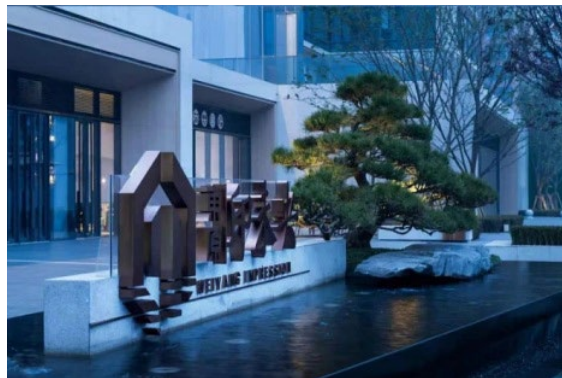


图34

(7)电子显示屏（见图35）

①沿街门店不宜设置电子显示装置户外广告设施，如需设置，应设置在底层建筑物门楣部位，高度不应超过0.4m，长度不应大于10m且不应超过门面宽度。

②主要道路交叉口不得设置影响交通安全的电子显示屏。

③电子显示屏不得悬空设置，电子显示屏底部距地面应保证至少2.5m的通行高度。

④电子显示屏谨慎采用对比强烈的色彩，电子显示屏内容仅限于发布自身店牌店招。

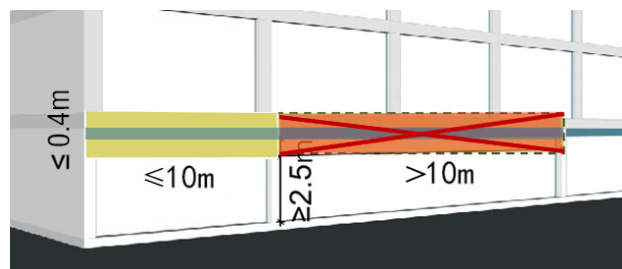


图35

(8)建筑铭牌（含标识）

定义：指用于表明各类建筑物名称（含楼、大厦、公寓、广场等）及各类企业、单位场所标识的招牌广告。

①铭牌（含标识）设置内容的控制要求

a. 建筑的冠名权具有唯一性，一栋建筑物仅允许拥有一个建筑名，由建筑单独使用成为主使用人（单位）根据相关主管部门文件提出申请。

b.住宅类建筑物仅允许依据主管部门相关文件设置建筑物名称。国家或法律法规另有相关规定的，从其规定。

②铭牌（含标识）应符合以下基本要求

a.铭牌（含标识）类招牌广告仅允许依附于建筑物顶部墙面、建筑主体墙面的实墙部分以及主要出入口门楣及遮棚处设置。

b.铭牌（含标识）类招牌广告不宜依附于玻璃幕墙设置；若缺乏足够实墙面，确需依附于玻璃幕墙设置的，则宜与建筑物进行一体化设计，并需与所依附建筑物风格相匹配，成为建筑物顶部的有益装饰点。

③铭牌（含标识）设置区间的控制要求（见图36）

a.依附于建筑物顶部墙面及建筑物主体墙面实墙面部分水平设置时，牌面最大水平宽度小于等于30m，且鼓励靠一侧设置；垂直设置时，自顶部边界向下，占建筑物整体高度1/3范围内的该侧建筑物墙面为允许设置范围。

b.依附于高层建筑物顶部设置的，以檐口或女儿墙上缘为顶部边界，

自顶部边界向下，占建筑物整体高度10%范围内的该侧建筑物墙面为允许设置范围。

c.依附于建筑物顶部墙面及建筑物主体墙面实墙面部分设置的，牌面各边距

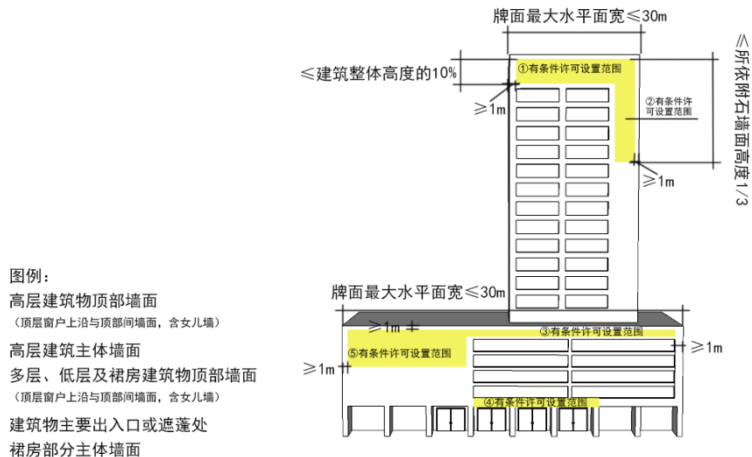


图36

④铭牌（含标识）设置数量控制要求

a.同一建筑物除依附于建筑物主要出入口或遮棚外，建筑物主体建筑部分只允许设置一处，禁止依附建筑物顶部墙面及主体墙面实墙部分重复设置。

b.允许依附于建筑物主要出入口或遮棚设置一处，禁止在同一出入口及遮棚设置两处以上（含两处）。

c.依附于住宅类建筑物主体墙面设置的，宜以小区为单位设置一处，并与小区整体风格相协调。

5.3.2 材质标准

(1)招牌支架必须使用符合规范要求的合格保证的标准钢材，由专业技术人员制作，达到坚固耐用，防腐安全。

(2)招牌的底板、文字、标识一般采用铝塑板、亚克力板、霓虹灯、发光字或其他新型发光材料设置。三环路以内的招牌设置不得使用外打灯，要求达到制作精良、造型美观。

(3)传统历史文化街区、仿古建筑物、传统老字号店铺的招牌，可采用木、石、竹等材质制作，保持传统文化的特色。

(4)除一楼低矮破旧待拆的建筑外，市区主要街道、重点区域及旅游景点不得使用灯箱布和喷绘布材料设置招牌。

(5)严禁使用泡沫、即时贴、扣板、薄膜、反光性强和透光性强的材料制作招牌。

5.3.3 内容标准

(1)户外招牌使用的名称(字号)、标识(商标、单位标志)等内容，应当与营业执照、商标注册证或者其他证明主体资格、知识产权合法有效的文件核定的名称(或者规范化简称)和图案、文字相符合。

(2)招牌的文字、标志、字体应疏密得当、比例协调。

5.3.4 色调标准

招牌版面图案、色调及造型应与自身店(门)面相协调，版面设计美观，色彩搭配合理，体现行业特色。

5.3.5 灯光标准

(1)招牌灯光应采用内置灯、背景灯、霓虹灯、吸塑灯等形式设置，做到设计新颖；

(2)一楼招牌采用光源外发光方式亮化的，光源必须在表皮材质后端设置，避免直射光产生眩光；

(3)各类灯光设施的设置单位或管理单位应加强维护管理，保持整洁完好并正常开启。灯光显示不全的要及时维修或更新；

(4)各类招牌应严格控制发光亮度，原则上禁止设置冲孔LED发光字形式户外广告和招牌。当招牌设置位置前方100m范围内有居住建筑、大型建筑物字体发光铭牌朝向居住建筑窗户时，则应适当降低招牌亮度(控制在 $300\text{cd}/\text{m}^2$)，且不得影响周边居民的合法权益。除以上要求外，招牌设置还必须满足现行国家标准中关于光污染的限制要求。

5.4 禁止设置招牌广告的情形

(1)不得在建筑物(含裙楼及附属楼)屋顶、造型独特的建筑物屋顶外轮廓线以外空间设置；

(2)不得在本单位自有或租赁的场地以外设置；

(3)不得利用危险建(构)筑物或可能危及建(构)筑物安全的位置设置；

(4)不得在绿地内或影响园林植物生长、园林景观的地方设置(公益

广告除外)；

(5)不得设置影响住户通风、采光或造成光污染的招牌广告；

(6)不得设置小店大牌或一店多牌（重叠式）招牌；

(7)不得在公路、公路用地范围内设置；

(8)不得利用交通安全设施、交通标志设置，或在影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志使用的地方设置；

(9)不得在居住建筑及商住建筑居住部分的墙体及屋顶设置；

(10)不得在妨碍生产或者人民生活，损害市容市貌或者建筑物形象的位置或场所设置。

6 户外广告设置指导性要求

针对广告内容、色彩、灯光、形式、材料、风格六个方面，导则提出六项指导性控制指标体系，即户外广告及招牌广告设置的景观美化要求。

6.1 广告内容

(1)广告的内容应当遵守《中华人民共和国广告法》等法律、法规的相关规定，用字符合《中华人民共和国国家通用语言文字法》、《福建省实施〈中华人民共和国国家通用语言文字法〉办法》的相关规定。广告应当整洁、美观，使用文字、汉语拼音、计量单位符合国家标准，书写规范、准确，广告画面文字比例应协调。

(2)广告内容应健康合法，符合社会公德，不得展示低俗、恐怖、私密性等内容。

(3)公共场所应当以汉字为基本服务用字，不单独使用外语作为标识。

6.2 广告色彩

(1)广告色彩应当符合福州市相关标准有关福州市色彩规划的规定要求，并与周边环境相协调。

(2)色彩控制原则：原则上不同的分区有各自的基本色，以强化分区特色及景观个性。主要体现在户外广告的主色调的选择上，要与所在的街区特色相呼应。原则上避免刺激、过于鲜艳的颜色，以免破坏城

市色彩的和谐。

(3)广告板面色彩控制：大幅面广告宜采用与周围环境相一致的色系，小幅面广告采用与周围环境互补色系。

6.3 广告灯光

(1)用灯原则：广告灯光既要使宣传内容醒目吸引人，又要符合城市夜景灯光规划的统一要求，不得破坏城市夜景总体效果。广告灯具尽可能隐藏，采用内透的形式，不破坏城市景观。同时要求采用节能产品，节约能源。

(2)光色及灯光形式控制：以商业为主的区域可采用有动感的灯光，如闪烁霓虹灯，变换色彩及明暗的灯箱广告，总体以暖色调为主；公共游憩空间宜采用低照度淡暖色调灯光；居住区周围不能采用闪烁灯光广告；道路交叉口周围区域不得采用闪烁及高亮度红、黄、绿色灯光，避免干扰交通信号可视性。

(3)照度控制：广告灯光应有合适的照度均匀度，一般照明情况下，照度均匀度应 ≥ 0.7 。灯箱广告照明的近光源亮度与远光源亮度之比宜为1.3-1.5且不得大于2。

(4)居住区干扰光的限制

居住区的干扰光限制应采用住宅建筑居室窗户外表面上的垂直照度限值和照明灯具朝向居室窗户的发光强度限值评价；

①住宅建筑居室窗户外表面的垂直照度限值不应超过表5的规定；

表5 住宅建筑居室窗户外表面上垂直照度的限值 单位: lx

时段	环境区域			
	E0、E1	E2	E3	E4
熄灯时段前	2	5	10	25
熄灯时段	0	1	2	5
如果是道路照明灯具产生的影响，此值可提高至1lx。				

注：E0区为天然暗环境区，国家公园、自然保护区和天文台所在地区等；E1区为暗环境区，无人居住的乡村地区等；E2区为低亮度环境区，低密度乡村居住区等；E3区为中等亮度环境区，城乡居住区和一般公共区等；E4区为高亮度环境区，城镇中心和商业区等。

②朝向住宅建筑居室窗户方向的灯具光强限值不应超过表6的规定。

表6 朝向住宅建筑居室窗户方向的灯具光强限值 单位: cd/m²

时段	环境区域			
	E0、E1	E2	E3	E4
熄灯时段前	2500	7500	10000	25000
熄灯时段	10	500	1000	2500
如果是道路照明灯具产生的影响，此值可提高至500cd/m²。				

(5)广告、标识照明干扰光的限制

广告、标识照明的干扰光的限制应采用广告、标识发光表面平均亮度限值评价；

广告、标识发光表面的平均亮度最大允许值不应超过表7的规定。

表7 广告、标识发光表面的平均亮度最大允许值

发光面面积	不同环境区域平均亮度最大允许值 (cd/m²)			
	E1	E2	E3	E4
$S \leq 0.5$	50	400	800	1000
$0.5 < S \leq 2$	40	300	600	800
$2 < S \leq 10$	30	250	450	600
$S > 10$	不宜设置	150	300	400

注1：表内系全白色发光表面在夜晚的限值；如采用动态彩色画面，限值取表中数值的1/2。注2：E1区仅限必要的标识。

(6)LED显示屏干扰光的限制

LED显示屏干扰光的限制采用显示屏表面的平均亮度限值评价；

①LED显示屏表面的平均亮度限值不应超过表8的规定；

表8 LED显示屏或媒体墙表面的平均亮度限值 单位: cd/m²

LED显示屏（全彩色）	环境区域			
	E1	E2	E3	E4
平均亮度	不宜设置	200	400	600

②LED显示屏应配置调节亮度的功能，朝向住宅建筑窗户的垂直和水平方向的视张角不得大于15°；

③道路两侧2.5m以下高度内不得设置LED显示屏；

④机动车道两侧和人行道两侧的显示屏不宜设置动态模式；

⑤住宅区内的显示屏不应设置动态模式，并应符合居住区干扰光

的限制要求。

(7)测试方法

①广告灯光对居住区的干扰光，应测量住宅建筑居室窗户外表面上的垂直照度限值和照明灯具安装就位后朝向居室窗户的发光强度；

②广告灯光人行道的干扰光，应测量人行道照明灯具与向下垂线成85°和90°方向间的最大平均亮度，及灯具在与向下垂线成85°和90°方向间的所有出光面积；

③夜空的光污染应以照明灯具上射光通比来衡量。灯具上射光通比是在灯具现场安装使用姿态下的位置，通过测量射向水平面之上的灯具光通量获得；

④广告或标识的干扰光应测量广告或标识发光表面的平均亮度；

⑤媒体立面的干扰光应测量媒体墙表面朝向受干扰区的平均亮度和最大亮度；

⑥LED显示屏的干扰光应测量显示屏表面的平均亮度。

(8)广告灯光（包含电子显示屏、走字屏、发光字招牌等）开闭时间按照春夏秋冬季（9月21日至4月30日）8：00—22：00、夏季（5月1日至9月20日）8：00—22：30控制。原则上户外广告设施灯光控制时段应按照营业时间开启及关闭。医院、酒店、银行、宾馆、24h营业超市、城市商业集中区户外广告设施灯光在不影响周边居民日常生活的前提下允许24小时亮灯。

6.4广告形式

鼓励使用科技含量高、信息量大的广告形式，如电子屏、滚动式灯箱广告。在布局上，同一区域同一种形式的广告在外观上应相对统一，避免杂乱。商业密集区以灯箱广告、霓虹灯广告等形式为主；城市道路应结合公交站点等序列布置广告牌、灯箱广告。

6.5广告材料

(1)钢材、不锈钢材及铝合金等材料，应符合国家现行标准的规定，结构采用的金属材料必须有机机械性能和化学成分的合格保证，焊接结构钢材应具有碳含量的合格保证。

(2)要求广告用材结构牢固，符合安全要求；方便施工，经济合理；鼓励采用可再生材料，符合环保要求；材质外观符合审美要求，符合设计创意要求。

6.6广告造型及风格

广告外观造型要富有文化特质，个体设计应力求多样化和个性化。既要做到引人瞩目，又要与周围环境融为一体。既要在整体上突出福州地方特色，又要使城市的不同区域形成各具个性的广告基本风格。传统街区及周围广告外观设计应多吸收地方传统建筑语言符号，形式上与周围建筑协调；商业区宜较多采用流行风格的广告形式；城市新区、开发区宜采用简洁造型新颖的广告。

7 户外广告设置技术要求

7.1 安全责任主体

广告设施的安全质量由广告设施设置申请人负责。

7.2 设计施工要求

(1)广告设施应由具备建筑结构设计资质的单位进行设计，施工图纸应盖有设计出图章，并应由具备建筑、钢结构、安装施工资质的企业按图制作安装施工。

(2)设置的广告设施，其荷载应按相关规定执行，基本风压应考虑高度系数。

(3)设置广告设施应根据其所处环境，采取适当的防雷措施，应按现行国家标准有关规定执行。

(4)广告设施用电应为低压配电，一般采用三相五线制供电，必须确保接地和安全，应按现行国家标准有关规定执行。

7.3 安全检测要求

(1)户外广告（大型钢结构）设施安全检测必须由专业检测单位进行检测，该检测单位需取得所有户外广告设施各分项检测项目计量认证，检测人员必须具有相应检测项目职业资格证，建议参考福州市相关规定实施。

(2)设置期内的户外广告设施产权单位必须按照《福州市户外广告设置管理办法》有关规定向有关专业检测单位申报检测，并将检测结构提交户外广告管理部门。

(3)设置人是户外广告安全管理的责任主体。设置满二年的大型户外广告设置人应当委托设施专业检测单位每年进行一次结构安全的技术检测，并将安全检测报告在三日内提交户外广告管理机构备案，经安全检测不合格的，设置人应当立即整修或者拆除。

(4)检测的时效自户外广告设施正式起用日期开始（或循环检测周期的检测合格日）计算。

(5)经检测鉴定符合结构技术及安全标准的户外广告设施，方可转入下一循环的使用。

(6)检测报告中必须给出户外广告设施的鉴定结论。鉴定结论分为A、B、C三个等级。A级可正常使用；B级有一般缺陷，稍微整改后可继续使用；C级存在严重缺陷，需重点关注；经安全检测不合格的户外广告设施，责令限期整改，整改后再向检测机构申请复检。

(7)户外广告设施安全检测应包括：

①检测报告中必须有户外广告设施的钢结构设计图。若缺少钢结构设计图或钢结构设计图与现场不符，需委托绘制；

②钢结构检测鉴定主要包括：基础（或被锚固体）、构架变形、焊缝或螺栓连接情况、面板、结构锈蚀、电气照明等几部分。主要检查内容有：

a.基础（或被锚固体）：先进行外观检查，若对连接质量（如螺栓

松动)存疑时,需进行锚栓抗拉拔等检查。

b.构架变形:测量立柱垂直度、挠度、平面侧弯等。

c.焊缝或螺栓连接:先进行焊缝外观检查,若对焊缝质量存疑时,需进行焊缝无损检查或螺栓紧固力检查。

d.面板:面板是否固定好。

e.结构防腐:肉眼判断结构锈蚀情况。

f.电气照明:线缆绝缘电阻、漏电保护装置。

7.4 户外广告设施维护检修

(1)设置人应负责户外广告(招牌)的日常维护保养工作。在气候环境突变时,必须加强对户外广告(招牌)的安全检查。

(2)设置人应保持户外广告(招牌)的整洁、完好。发现污损、字体残缺、灯光显示不完整、面板老化褪色等影响市容景观情况,应及时清理、围护、更换。户外广告(招牌)的灯光照明、霓虹灯装置不完整、残缺破损时,在修复前应切断电源停止使用。

(3)设置人应按城市相关标准有关户外广告设施技术规范对户外广告(招牌)进行定期检查和维护、保养。

(4)在高温、梅雨季节和大风、雷雨天气后,应对户外广告设施的基础及锚固、构件及连接、牌面及灯布、构架防腐、电气及照明、防雷及接地的可靠性进行检查,发现问题应立即处理,以保证户外广告设施的安全可靠。

7.5 户外广告设施安全性强制要求

(1)户外广告钢结构设计、制作、维护以及使用年限应符合现行国家

标准有关户外广告设施钢结构技术规程规定。

(2)广告牌距10千伏高压导线垂直净距不得小于2.2m,水平净距不得小于2m。

(3)广告牌距低压导线或电话线净距不得小于0.5m。

(4)广告照明系统应可靠接地,灯具的绝缘等级大于或等于Ⅰ级。对人体易接触的灯箱广告照明系统的供电回路应装设漏电电流动作保护,其漏电动作电流值在正常环境条件下为30mA,若 $t \leq 0.1S$ 在潮湿环境恶劣场所为10mA, $t \leq 0.1S$ 。位置较高的大型外打灯广告构架与防雷装置的连接点不应少于两处;从配电盘引出的电线应穿钢管保护,钢管的一端与配电盘可导电部分相连,另一端与就近的防雷装置相连,钢管因连接设备而在中间断开时应设跨接线;在配电盘内,应在开关的电源侧与外露可导电部分之间装设过电压保护器。

(5)设置在市区车行道上的户外广告,其设施底部距地面高度不得低于4.5m。

(6)市区内街道的消防通道距地面4.5m高度以内不得设置户外广告。所有的广告设施的设置必须符合国家有关的消防规范要求。

(7)高层(高度介于60m至100m之间)建筑物原则上不得设置户外广告,建筑楼铭牌设置需符合风荷载和屋面承载力技术指标,满足抗震构造要求。需由技术部门做安全鉴定报告,确保设置安全。

8 户外广告设置重点管控片区

8.1 概念

户外广告设置重点管控片区是指能展示福州市城市特色、建设发展成果、对福州城市空间环境及对外展示有着重大影响区域。

8.2 划定原则

规划从建设国际化大都市角度出发，选取城市主要轴线、环路、重要道路、历史文化街区及城市重点建设区、城市对外出入口为户外广告设置重点管控片区，并通过对各个区域的控制和引导，带动福州市户外广告环境整体提升，创造有序、舒适的城市空间环境。

8.3 城市重点道路

本导则共涉及20条城市重要道路为户外广告设置重点管控片区，分别为：

八一七路	白马路	华林路	浦上大道
六一路	福马路	福峡路	台江-排尾-鳌峰路
五四路	福新路	东大路	铜盘-福飞路
五一路	湖滨-湖东路	福马路	秀山路
国货路	金山大道	工业路	长乐路



8.4城市重点禁设区

8.4.1本导则共划定9处重要历史街区为禁设区，分别为：

三坊七巷历史街区

上下杭历史街区

烟台山风貌区

乌山风貌区

西湖风貌区

屏山风貌区

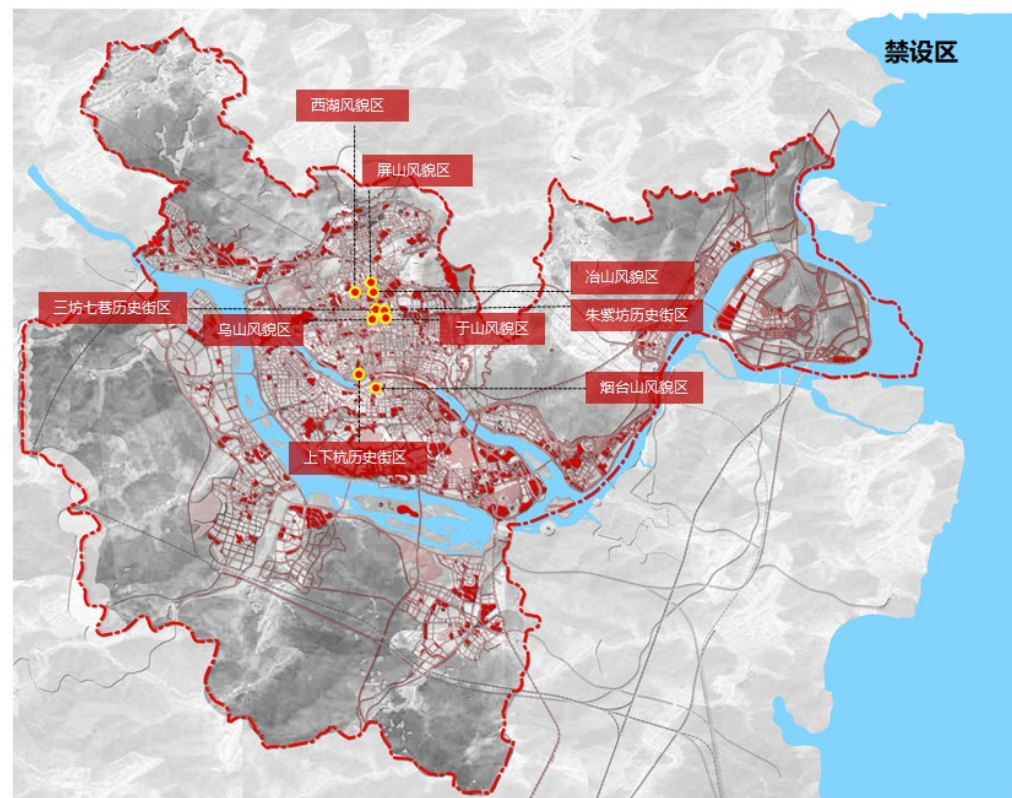
于山风貌区

朱紫坊历史街区

冶山风貌区

8.4.2定义

为保护城市特色景观、生态环境及山水形象，禁止设置商业户外广告的区域，在特定位置允许设置少量公益广告。



8.5城市重点严控区

8.5.1本导则共划定主要城市对外出入口、重要金融商务圈、行政广场、文体中心、重点旅游窗口、重点建设片区等10处为严控区，分别为：

火车北站、火车南站

闽江北中央CBD、五一五四路、八一七路沿街面、鼓屏路

海峡金融街CBD

五一广场

海峡奥体中心、海峡会展中心

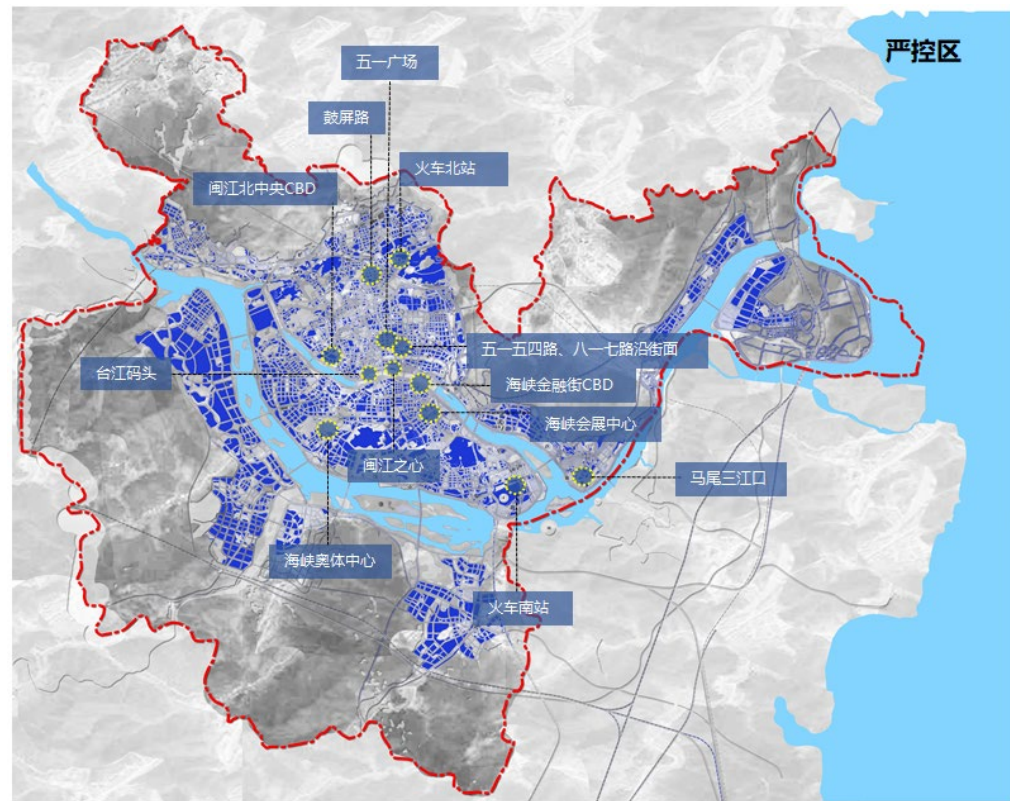
台江码头

马尾三江口

闽江之心

8.5.2定义

为保护多元城市风貌与建筑空间特色，满足城市形象展示及一般地区商业宣传和活力营造需求，允许适当设置户外广告设施的区域。

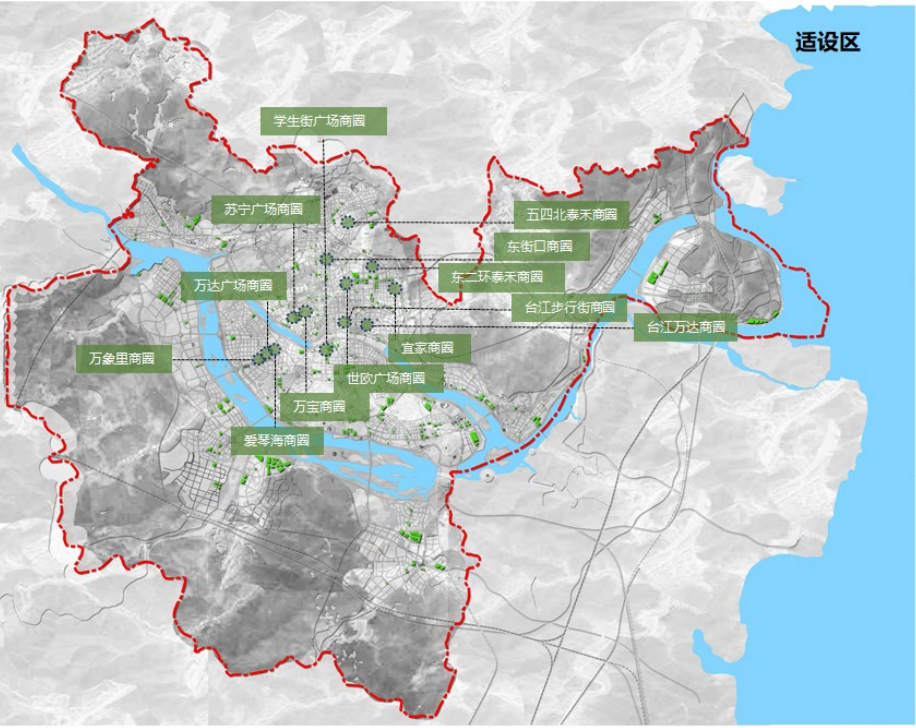


8.6城市重点适设区

8.6.1本导则共划定东二环泰禾广场、世欧广场、万宝商圈等为适设区。

8.6.2定义

为服务城市商业、促进经济发展、提升城区活力，允许集中、多样化设置户外广告设施的区域。



8.7总体分区控制说明

户外广告控制区	控制目标	控制范围
禁设区	行政、党派和团队等机构用地, 军事机关、军事禁区等办公区域及周边控制地带; 文物古迹用地宗教活动场所, 医疗卫生用地等公共设施用地, 城市公园、绿地、水系等非建设用地。工业用地、仓储用地、对外交通用地(城市重要窗口除外)、道路广场用地类、市政设施用地等。	以“保护城市历史风貌和景观环境保护公益设施环境、保护生态和居住环境”为目标, 为城市留出部分静谧的空间。保持自然景观的完整性, 避免过度开发和建设, 避免光污染对环境的影响。
严控区	主要包括居住用地、城市重要交通干道和节点周边商业用地; 城市重要风貌展示区跨江大桥; 主城两江四岸滨江路; 码头、长途汽车站、CBD金融中心、五一广场附近区域等重要窗口地区。	区域整体商业广告价值不高, 保持该类区域庄重、严肃、简洁、大方的环境风格, 确保此类地段景观的连续性、完整性及较好的环境品质, 保障视觉舒适性。保证街景及建筑外立面景观效果。
适设区	主要包括商业中心。这个区域需要承载城市形象宣导、彰显商业活力、引领科技创新以及完善夜景系统。	在不破坏街道景观天际轮廓线的前提下, 营造一定的商业氛围, 该区域应充分利用户外广告来传递丰富的信息的同时营造城市形象。