

佛山市户外广告设置指引

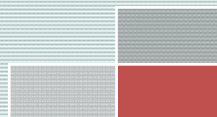
FOSHAN SHI HU WAI GUANGGAO SHEZHI ZHIYIN

法定文件

佛山市城乡规划局

佛山市城市规划勘测设计研究院

2010年3月



佛山市户外广告设置指引

目 录

1 总则	1
2 户外广告的分类及定义	2
2.1 分类.....	2
2.2 定义.....	4
3 户外广告设置的通用规定	5
3.1 户外广告设置的基本要求.....	5
3.2 户外广告禁止设置的范围.....	5
3.3 户外广告的照明规定.....	7
3.4 户外广告的外观制作规定.....	9
3.5 户外广告与维护与拆除规定.....	9
3.6 户外广告设置时限规定.....	9
3.7 户外公益性广告设置规定.....	10
3.8 其他相关设置规定.....	10
4 户外广告位置与形式的具体规定	12
4.1 建筑附设式广告.....	12
4.2 落地式广告.....	19
4.3 街道空间公共设施广告.....	24
5 城市重点区段广告控制指引	25
5.1 重点地区.....	25
5.2 重点道路.....	28
5.3 重点区段户外广告管理规定.....	30
附录一：名词解释	31
附录二：测量标准	35
附录三：本指引用词说明	38
附表	39
附图：	
图 1：特色区分布示意图	
图 2：门户地带示意图	

1 总则

- 1.1** 为加强佛山市户外广告管理，规范户外广告的设置，维护市容整洁美观，促进户外广告业的健康发展，依据《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国城乡规划法》、《中华人民共和国物权法》、《中华人民共和国道路交通安全法》、《中华人民共和国公路法》、《广东省公路条例》、《城市容貌标准》、《广东省城市市容和环境卫生管理规定》、《佛山市户外广告管理暂行办法》、《佛山市道路建设规划管理规定》等法律、法规、规章的规定，结合本市实际，制定本指引。
- 1.2** 本指引的控制对象即本指引中所称的户外广告是指：利用建筑物、构筑物、场地等设置的广告看板、灯箱、霓虹灯、电子显示屏等户外广告载体。主要包含建筑附设式广告、落地式广告和街道空间公共设施广告。
- 1.3** 本指引以规范户外广告的设置，实现户外广告的合理设置为目的，从塑造城市形象出发，综合权衡户外广告作为城市景观要素与广告产业媒体的双重属性，通过对影响城市户外广告设置的环境因素的研究，对城市户外广告提出规范性的设置要求。
- 1.4** 本指引适用于佛山市域范围，凡在此范围内设置的户外广告均应遵守本指引，本指引未涉及的内容应符合国家、广东省和佛山市现行的有关法律、法规、规范的要求。
- 1.5** 高速公路、国道、省道和地方公路两侧的户外广告的设置除需满足本指引外，还应符合《广东省公路及两侧广告标牌设施管理办法》、《佛山市地方公路及公路两侧建筑控制区广告标牌设施管理暂行办法》及《佛山市地方公路非公路标志设置规划》的要求。
- 1.6** 本指引是佛山市户外广告设置的通用规范和技术标准，具有强制性效力。凡户外广告设置不符合本指引规定的，户外广告主管部门有权进行查处。
- 1.7** 在城市重点区段¹设置户外广告，应编制户外广告设置详细规划。
- 1.8** 本指引解释权属于佛山市城乡规划局。

¹ 城市重点区段主要包含重点地区和重点路段，其中重点地区包括广告特色景观区、城市中心区、城市门户型景观节点、生态景观区；重点路段包括重点快速路、重点市域性主干路和重点景观路。重点区段的户外广告类型选择应符合“附表5重点区段户外广告类型设置指引”。

2 户外广告的分类及定义

2.1 分类

根据广告的不同特性，户外广告有多种分类方式，本指引所称户外广告主要按照设置位置与形式进行分类，详见表 2-1。本指引不涉及建筑物内部广告、广告媒介为交通工具等流动载体的户外广告以及气球、飞艇等空间广告。

表 2-1 户外广告分类一览表¹

户外广告分类			图示
大类	中类	小类	
建筑附设式广告	屋顶广告	——	
	外墙广告	平行式外墙广告	
		垂直式外墙广告	
	门面招牌广告	——	
落地式广告	大型立柱式广告	双面大型立柱式广告	

¹本指引中采用所有图片仅供参考，不指代具体现实环境。

		三面大型立柱式广告	
	大型支架式广告	——	
	小型独立支撑式广告	立杆式	
		底座式	
		实物造型式	
街道公共空间 设施广告	依附于天桥的广告	——	
	依附于围墙的广告	——	
	依附于电话亭、公交 候车亭的广告	——	

2.2 定义

2.2.1 建筑附设式广告

建筑附设式广告是借助于建（构）筑物，附设于建（构）筑物外表面的户外广告。建筑附设式广告可分为以下三类：

（1）屋顶广告——是指利用一定设施，固定设置在建（构）筑物顶部范围内的户外广告；

（2）外墙广告——是指在建筑立面范围内，利用一定设施依附于建筑外墙面设置的户外广告（不包括门面招牌广告），又可分为平行式外墙广告和垂直式外墙广告；

（3）门面招牌广告——是指设置在首层店铺门面上，用来指示店铺名称和功能的牌匾、灯箱、字体符号等商业性指示设施及楼宇标识。

2.2.2 落地式广告

落地式广告是指通过独立支撑固定在地面上，具有独立位置和设施的户外广告。落地式广告可分为以下三类：

（1）大型立柱式广告——是指设置在道路两侧，通过独立支撑柱固定在地面上，立柱高度 ≥ 10 米的大型户外空间广告。根据广告牌面数的不同，又可分为双面大型立柱式广告和三面大型立柱式广告；

（2）大型支架式广告——广告总体高度（含牌面及支架）大于4米或牌面面积大于9平方米的带支架的大型广告牌；

（3）小型独立支撑式广告——除以上两类外其他通过支架及支座固定在地面上的户外广告，可分为立杆式（广告牌面下沿距离地面的高度 > 0.5 米）、底座式（广告牌面下沿距离地面的高度 ≤ 0.5 米）和实物造型式三类。

2.2.3 街道空间公共设施广告

街道空间公共设施广告是指以街道公共设施（如：公交候车亭、电话亭、出租车停靠站、张贴栏等）为载体设置的户外广告。

3 户外广告设置的通用规定

3.1 户外广告设置的基本要求

- 3.1.1 户外广告的设置应当美化城市景观，与建筑形式相一致，与周围环境相协调，与所处地段氛围相统一。
- 3.1.2 户外广告不得妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。
- 3.1.3 户外广告设计图案和颜色应与道路交通标志有明显区别。
- 3.1.4 户外广告不得妨碍建筑物、相邻建筑物或其他相邻设施的日常使用和安全需求，如日照、采光、通风、视线、交通通行、消防通道使用等。

3.2 户外广告禁止设置的范围

除法律、法规和规章禁止设置的一般情形外，有下列情形之一的，严禁设置户外广告：

3.2.1 在道路两侧和道路路口设置户外广告，影响交通安全的，具体包括：

- (1) 干扰、占用或与交通标志、交通信号灯和公共标识设施混设的；
- (2) 跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方设置户外广告的；（图 3-1、图 3-2）
- (3) 在立交桥、高架道路本体（包括桥墩、桥身、桥荫绿化带等）、铁路桥等桥上和车行隧道内设置户外广告的；
- (4) 在隧道、公路管理口（含收费口）、高架道路匝道和轨道交通等人流和车流出入口 5 米范围内设置户外广告的；
- (5) 在公路路肩以内设置商业性广告的；
- (6) 道路外缘 30 米以内，且使用射灯及其他光源较强的照明设备的广告；
- (7) 妨碍无障碍设施使用的。

3.2.2 影响市政设施的正常使用的，具体包括：

- (1) 在公交候车亭、电话亭以外的，公交站牌、轨道交通标志、路名牌、邮筒等设施 5 米范围内设置的；

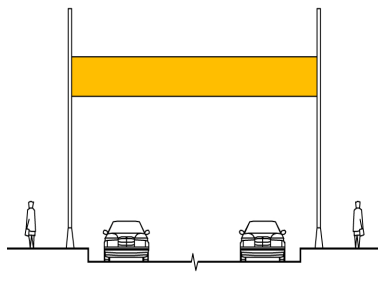
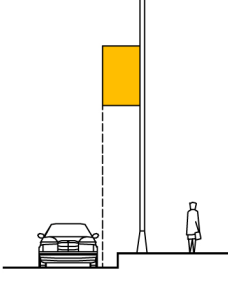
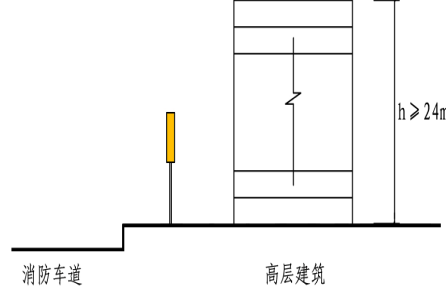
- (2) 设置于大量人流或车流集散的公共设施出入口两侧各 5 米范围内的；
- (3) 设置于地下管线，电力架空线安全保护范围内的；
- (4) 利用电力杆、电讯杆等市政设施的。

3.2.3 利用行道树或者损毁绿地的，具体包括：

- (1) 依附于行道树设置的；
- (2) 影响植被生长的；
- (3) 遮挡城市公共绿地景观的。

3.2.4 影响消防设施正常使用的或影响消防疏散安全的，具体包括：

- (1) 设置于消防通道范围（净宽度和净高度均不应小于 4 米）内的；
- (2) 设置于消防车道与高层建筑之间的（图 3-3）；
- (3) 设置于消火栓等灭火设施 5 米范围内的。

		
<p>❌ 跨越道路设置户外广告</p>	<p>❌ 延伸至机动车道、非机动车道上方设置户外广告</p>	<p>❌ 消防车道与高层建筑之间设置户外广告</p>
<p>图 3-1</p>	<p>图 3-2</p>	<p>图 3-3</p>

3.2.5 位于下列区域内的户外广告¹，具体包括：

- (1) 政府机关、学校、军事机关、宗教建筑、纪念性建筑、优秀近现代建筑、文物保护单位及其周围建筑控制地带、历史文化街区紫线范围内；
- (2) 未经物权所有人和相关利益人全体同意，在住宅建筑、商住建筑的住宅部分或其他具有相应功能的建筑上设置的；
- (3) 基本农田保护区、军事禁区及一级水源保护区范围内；
- (3) 江、河堤防险工、险段，山体斜坡和其它特殊用地单位的控制地带；
- (4) 河、湖、水库的水面区域。

¹不包括门面招牌广告和建筑标识类型。

3.3 户外广告的照明规定

- 3.3.1 户外广告的照明方式分为灯箱广告（内部照明）、泛光广告（外部照明）、霓虹灯广告（发光体）、LED 光源广告（发光体）、电子显示屏及电视屏（发光体）五类。
- 3.3.2 户外广告的照明应与城市夜景灯光相结合，符合城市照明或亮化工程的要求，应与所在区域的整体灯光环境气氛相协调。
- 3.3.3 建筑物广告照明必须与建筑照明统一，做到主次分明、整体协调，鼓励采用内置照明形式广告。
- 3.3.4 广告照明不得以闪烁光源影响居住建筑或城市道路的使用，应避免对街道上的行人和驾驶员产生眩光。
- 3.3.5 户外广告照明不得妨碍交通安全，交通管制信号装置周围 10 米以内及其背景空间内的广告照明，不得采用闪光方式及红、黄、绿三色。
- 3.3.6 户外广告不得影响航空安全，在机场范围内禁止使用霓虹灯、闪烁光源和红色光形式的户外广告。
- 3.3.7 配置户外广告照明设施的，应当保证照明设施功能完好。设置霓虹灯、电子显示装置、灯箱等设施的，应当保持画面显示完整。
- 3.3.8 户外广告的照明设施不得影响日间城市景观。
- 3.3.9 照明设施的布置应保证安全，避免漏电和灯具脱落，照明设备应符合相关技术规定。
- 3.3.10 有关照明亮度、光色控制、光源选择和照明设施的设计与安装须符合相关技术标准、规范的要求。
- 3.3.11 鼓励采用新型的环保节能照明灯具。
- 3.3.12 行政办公区和商务办公区适宜采用标志照明。

3.3.13 灯箱广告照明

(1) 广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为 1.3~1.5，不得大于 2；

(2) 光源应采用寿命大于 8000h，显色指数大于 80 和发光效率高的光源；

(3) 灯箱广告要保证合适的亮度。

3.3.14 投光灯广告照明

(1) 光源应采用寿命大于 10000h，显色指数大于 80 和发光效率高的光源；

(2) 应采用体积小、重量轻、造型美观，防腐蚀、耐候性好，灯具防护等级大于或等于 IP65 的灯具；

(3) 灯具应维护简便，有刻度指示，可方便调整照射角度，且具有良好的防水装置；

(4) 设置在楼顶的投光灯广告牌，应尽量避免灯具及其支架外露；无法避免的外露灯具支架，其外观颜色应与广告画面相协调。

3.3.15 霓虹灯广告照明

(1) 霓虹灯制作和安装，应符合《霓虹灯(灯箱)广告工程技术标准》(试行)(NDT105-1998)和《霓虹灯安装规范》(GB19653-2005)的规定；

(2) 霓虹灯变压器高压接线柱必须保持清洁；连接变压器与金属电极的导线不得在绝缘老化或超负荷下运行；

(3) 霓虹灯的制作应按相关标准和程序执行。霓虹灯管的排气真空度应达到 10-15PA，充填气压应达到 1.07-1.33KPA，并长期保持良好；

(4) 接入的各台霓虹灯变压器的额定初级电流的总和，一般应小于 30A。按照灯管的长度合理配用相应功率的变压器，不允许超负载或负载不足。

3.4 户外广告的外观制作规定

- 3.4.1 户外广告应当制作精良，支架不得裸露。户外广告应选用坚固、不锈蚀的美观大方，符合节能和环保要求的材料制作。
- 3.4.2 鼓励采用新媒体、新形式、新技术和新材料，提高户外广告的制作水平和档次。
- 3.4.3 户外广告应避免使用眩目材料，以免影响行人、车辆的通行安全。
- 3.4.4 附设于建筑物上的户外广告应以建筑单体为基本单位，落地式户外广告及其他类型户外广告应以空间相关地段为单位进行设计，广告的形式、形状、尺寸和材质等应与建筑立面和城市空间的整体景观保持协调。

3.5 户外广告与维护与拆除规定

- 3.5.1 户外广告的所有人应负责使用期内的户外广告检查、维修、维护、更换、拆除，保持户外广告外形美观；经户外广告管理部门裁定为破损残旧的招牌广告，户外广告所有人应及时维修翻新或拆除，确保安全和整洁。
- 3.5.2 设置户外广告登记期限届满，户外广告所有人应及时处置广告，未能申请获得延期的广告必须由户外广告所有人予以拆除；临时性户外广告¹在相关活动结束后必须由户外广告所有人立即拆除，并恢复原场地功能。

3.6 户外广告设置时限规定

- 3.6.1 霓虹灯广告、大型立柱式广告、公益广告的使用权出让期限一般不超过 5 年；新建电子显示广告，一般不超过 6 年。其它户外广告设置使用权出让期限一般不超过 2 年。
- 3.6.2 临时性户外广告的设置时限不应超过 6 个月。

¹除特殊注明外，本指引不包括临时性户外广告，临时性户外广告设置时可参考本指引规定执行。（临时性户外广告是指举办大型文化、体育、公益活动或者举办各类商品交易会、展销会等活动，需临时设置用于发布相关广告信息的户外广告）

3.7 户外公益性广告¹设置规定

- 3.7.1 公益广告的设置应在户外广告设置详细规划中给予确定。原则上公益广告设置数量不宜少于户外广告总数量的 10%。
- 3.7.2 凡空置广告位必须以公益性内容填充画面。
- 3.7.3 繁华商业区、特色商业街、城市门户等节点地区应重点设置公益性广告。
- 3.7.4 在举行市级或区级的重大活动时，政府可结合实际情况在活动举行期间使用区内的广告招牌作为临时性公益广告。
- 3.7.5 编制重点区段的户外广告设置详细规划时，必须对公益广告进行统筹安排与落实。

3.8 其他相关设置规定

- 3.8.1 设置户外广告设施应当符合户外广告设施的安全技术标准²、管理标准和相关规范，保证户外广告设施设置的安全和牢固。
- 3.8.2 经批准已设置的户外广告设施不得闲置，必须及时更新广告内容。
- 3.8.3 除因城市规划、建设、管理等需要以外，任何单位和个人不得非法占用、清（拆）除、覆盖、遮挡或损坏经批准的有效期内的户外广告设施。
- 3.8.4 在新建建筑、改扩建建筑或外立面重新装修建筑上设置屋顶广告时，应将广告位结合建筑立面进行整体设计，经城市规划管理部门审批同意后方可实施。
- 3.8.5 户外广告设施必须保障安全，能够抵御恶劣天气的破坏，保障行人和其它财产的安全。
- 3.8.6 户外广告与建筑物或其他固定设施的连接应确保连接可靠、安全牢固。
- 3.8.7 高度为 2 米以上的建筑屋顶广告、大型立柱式广告和大型支架广告应由具备相应资质³的单位进行设计、制作和施工。广告的结构施工图纸应完整，明确结构要求、材料规格、连接节点及防腐、防锈等内容。

¹公益广告是以公益宣传为目的的非商业广告。

²户外广告安全技术标准，由市相关部门另行制定。

³有关资质要求由市相关部门另行制定。

- 3.8.8** 设置建筑物屋顶广告时，除应考虑广告设施自身强度外，还应考虑广告设施的荷载对原有建筑物的影响。设置的广告设施，其荷载应按《建筑结构荷载规范》（GB50009）的规定执行，基本风压应按 $0.55\text{kN}/\text{M}^2$ 执行，并考虑高度系数、风振系数、体形系数；考虑地震作用时应按地震作用效应和其它荷载效应的基本组合。
- 3.8.9** 设置户外广告应根据其所处的环境，采取适当的防雷措施，包括防直击雷和防雷电波侵入，应按《建筑物防雷设计规范》（GB50057）的规定执行。
- 3.8.10** 户外广告主体正面应注明城市规划管理部门审批的许可证号。

4 户外广告位置与形式的具体规定

4.1 建筑附设式广告

设置范围

4.1.1 根据建筑物的类别，建筑附设式广告的设置分为可设置、谨慎设置和禁止设置三类：

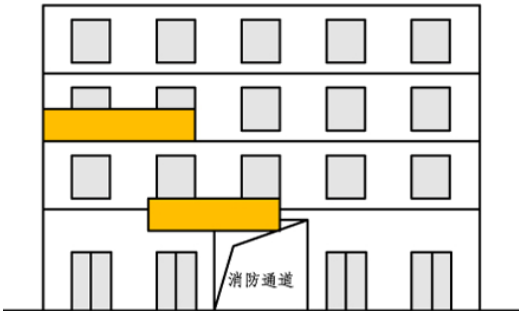
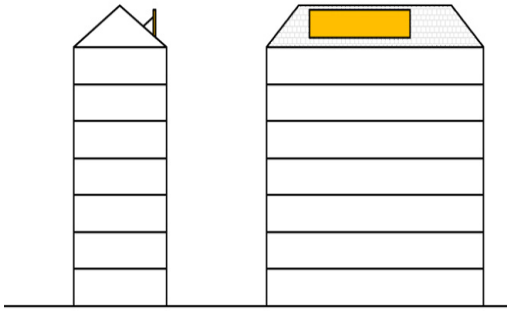
表 4-1：各类型建筑的户外广告设置要求

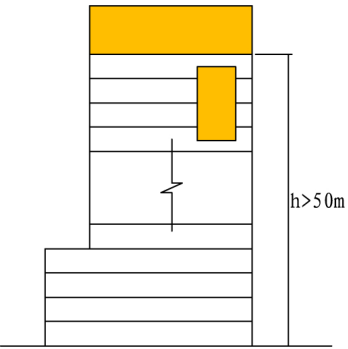
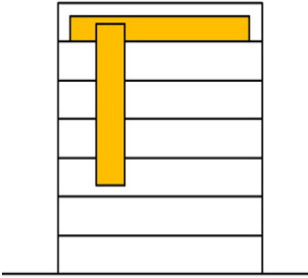
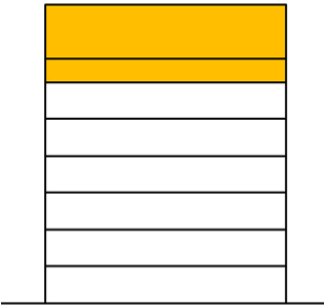
建筑类型			广告设置要求
大类	中类	小类	
商业建筑		商场、各类市场、旅馆、餐厅、酒店等	可设置
综合建筑	商业部分	商业裙房，商业建筑部分	可设置
	居住部分	居住建筑部分	谨慎设置
办公建筑	行政办公建筑	各级立法、司法、党委、政府办公楼等	禁止设置
	商务办公建筑	企业、商业服务类的办公楼、写字楼，例如银行、保险、电信办公楼等	可设置
	事业办公建筑	事业、团体、社区办公楼	谨慎设置
交通建筑		汽车客运站、码头、空港航站楼、交通枢纽站、地铁站、加油站等	谨慎设置
休闲娱乐建筑		电影院、俱乐部、舞厅、歌厅、娱乐中心等	可设置
文化体育建筑	一般性文化体育建筑	一般性的健身房、体育馆、游泳馆、展厅、活动中心等	可设置
	重要的文化体育建筑	区级及区级以上的展览馆、博物馆、档案馆、音乐厅、美术馆、图书馆、科技馆、体育馆等	谨慎设置
医疗建筑		综合医院、专科医院、疗养院等	禁止设置
居住建筑		住宅、宿舍、公寓等	谨慎设置
科研建筑		实验楼、科研楼、设计楼等	谨慎设置
教育建筑		学校、幼儿园等	禁止设置
市政建筑		水厂、发电厂、污水处理厂、变电站、储气站等	禁止设置
工业建筑		厂房、仓储等	可设置
特殊建筑		军事建筑、外事建筑、宗教建筑、文物保护单位、纪念性建筑、优秀近代建筑等	禁止设置

- 注：
1. 该表不包括门面招牌广告和建筑标识类型；
 2. 可设置：即该类建筑在有条件的情况下可设置建筑附设式广告；
 3. 谨慎设置：即该类建筑原则上不允许设置建筑附设式广告，如特殊情况须设置的，应对广告形式、尺寸及环境影响研究，并提出申请报告，经户外广告管理部门审批通过后，方可设置；
 4. 禁止设置：即该类建筑在任何情况下都不得设置建筑附设式广告；
 5. 对于依法改变建筑物使用功能的，可按照改变后的建筑功能进行控制。

设置要求

- 4.1.2 严格控制建筑屋顶广告，应本着逐步减少的原则，从严控制屋顶广告的尺寸及数量。
- 4.1.3 建筑附设式广告的设置不得影响建筑物的功能和安全，禁止广告招牌遮挡非商业建筑的窗户。(图4-1)
- 4.1.4 建筑附设式广告应与建筑设计的外观和风格相协调，尺寸、色彩、灯光的配比要合理，不应影响建筑的形象或破坏建筑物立面的划分和肌理。
- 4.1.5 标志性建（构）筑物不应设置建筑附设式广告；特色坡屋顶建筑或屋顶造型独特的建（构）筑物顶部不得设置建筑屋顶广告。(图4-2)
- 4.1.6 不得在违法建（构）筑物、危房及其他危及安全的建筑设置建筑附设式广告。
- 4.1.7 不得在建筑的玻璃幕墙以及建筑立面的百叶、格栅部分设置除立体透空字（图案）以外的建筑外墙广告。
- 4.1.8 建筑高度大于50米的高层建筑主体部分不得设置除立体透空字（图案）以外的建筑附设式广告（图4-3），且建筑屋顶立体透空字（图案）广告的高度不得大于6米。
- 4.1.9 建筑附设式广告不得重叠设置，不得多层重复设置。(图4-4、图4-5)

	
<p>⊗ 广告招牌遮挡非商业建筑的窗户，堵塞消防通道</p>	<p>⊗ 特色坡屋顶建筑或屋顶造型独特的建（构）筑物顶部设置屋顶广告</p>
<p>图 4-1</p>	<p>图 4-2</p>

		
<p>⊗ 高度大于 50 米的建筑主体部分设置除立体透空字（图案）以外的建筑附设式广告</p>	<p>⊗ 建筑附设式广告重叠设置</p>	<p>⊗ 建筑附设式广告多层重复设置</p>
<p>图 4-3</p>	<p>图 4-4</p>	<p>图 4-5</p>

4.1.10 建筑屋顶广告应符合下列要求：

(1) 设于 50 米以下（含 50 米）的建筑物楼顶上或建筑裙房楼顶上的屋顶广告，广告牌高度(a)应符合表 4-2 的要求；（图 4-6）

表 4-2：屋顶广告招牌的高度要求一览表

建筑物高度	广告牌面的最大高度 (a)
≤10 米	3 米
>10 米且 ≤24 米	5 米
>24 米且 ≤50 米	7 米

注：1. 屋顶广告牌的高度在满足上表的条件下还应根据道路宽度和视角等具体情况分析确定。

2. 该表中建筑物高度不包括屋顶广告的高度。

(2) 屋顶广告的设置不得影响相邻有日照要求的建筑的使用；（图 4-7）

(3) 突出屋面的广告设施的高度应计入建筑高度，并不得超过地块建筑限高，屋顶广告的设置必须与建筑的轮廓线以及建筑群的天际线相结合；

(4) 建筑屋顶广告宽度(b)不得超出建筑物屋顶层所在墙面长度，广告招牌宜平行于建筑物外墙，如所依附的建筑屋顶平面轮廓较为复杂的，允许屋顶广告与建筑整体临街面平行设置，且其水平投影不得超出建筑物屋顶层四周墙面；

(5) 同一建筑物屋顶广告牌的设置高度应一致，并且界面应连续；（图 4-8）

(6) 广告设施底部构架的高度不得大于 1 米，底部构架以上的构架不得裸露，应用与建筑物色彩相协调的材料予以遮挡；

(7) 为了便于在火灾发生时展开营救工作，当屋顶广告牌在单元建筑一侧的长

度占到该单元建筑边长的 80%时，应在广告牌的中部增设安全活动门；当建筑一侧的屋顶广告牌长度超过 50 米时，应预留 2.5 米的安全间距或者在广告牌上设逃生安全活动门。安全门的尺寸可参照建筑防火门的相关要求设置；

(8) 高层主体建筑和裙房不得同时设置建筑屋顶广告。(图 4-9)

<p>✔ 设于 50 米以下 (含 50 米) 的建筑物楼顶上或建筑裙房楼顶上的屋顶广告，广告牌高度 (a) 应符合表 4-2 的要求</p>	<p>✘ 同一建筑物屋顶广告牌广告设置高度不一致，界面不连续</p>
<p>图 4-6</p>	<p>图 4-8</p>
<p>✔ 突出屋面的广告招牌没有妨碍相邻居住建筑的日照</p>	<p>✘ 主楼、裙楼均设置广告</p>
<p>图 4-7</p>	<p>图 4-9</p>

4.1.11 平行式建筑外墙广告应符合下列要求：(图 4-10)

(1) 广告设施的宽度不得突出建筑物两侧墙面的外轮廓线，高度 (a) 不宜大于 9 米，且其上端不得超过所依附建筑的檐顶高度或女儿墙。(图 4-11)

(2) 广告设施的外沿突出墙体的距离 (d) 不得超过 0.5 米，且其突出墙面的部分不得妨碍行人的正常通行和安全。

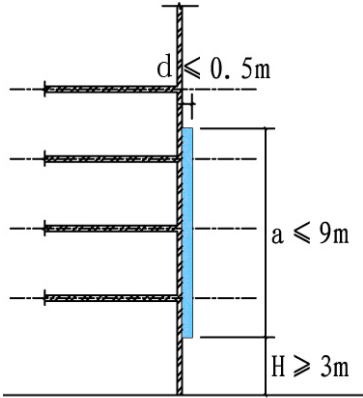
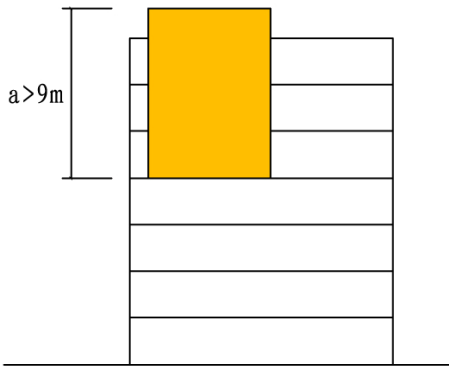
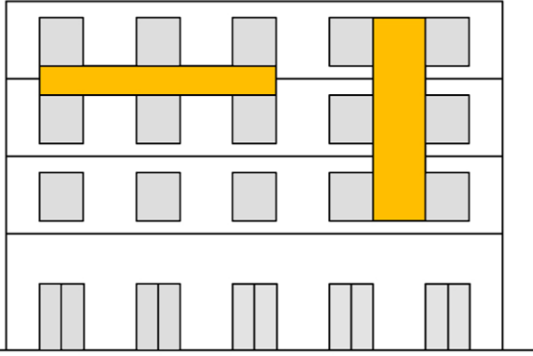
(3) 广告设施的底端离地面距离 (H) 不得小于 3 米，且不得超出骑楼或悬挑架空部分的底沿。

(4) 建筑层与层之间的窗间墙或纵向窗间墙之间不得设置平行式建筑外墙广告。(图 4-12)

(5) 平行式建筑外墙广告的面积应符合下表规定：

表 4-3：平行式建筑外墙广告的面积要求（S—所附墙面扣除窗户后的面积）

建筑外墙类型	广告总面积
建筑主立面	宜 $\leq 1/3S$
建筑山墙面	应 $\leq S$

	
<p>✔ 平行式广告应符合的要求</p>	<p>✘ 广告高度大于 9 米，或上端超过所依附建筑的檐顶高度</p>
<p>图 4-10</p>	<p>图 4-11</p>
	
<p>✘ 在建筑层与层之间的窗间墙、纵向窗间墙之间设置平行式外墙广告</p>	
<p>图 4-12</p>	

(6) 在符合本指引要求的情况下，鼓励在建筑西墙面设置平行式建筑外墙广告，以利于建筑隔热节能。

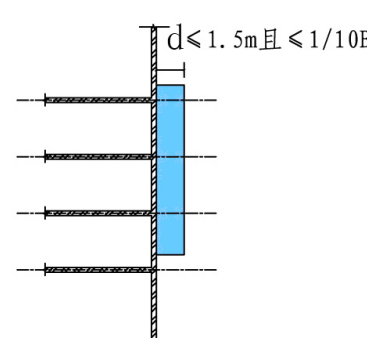
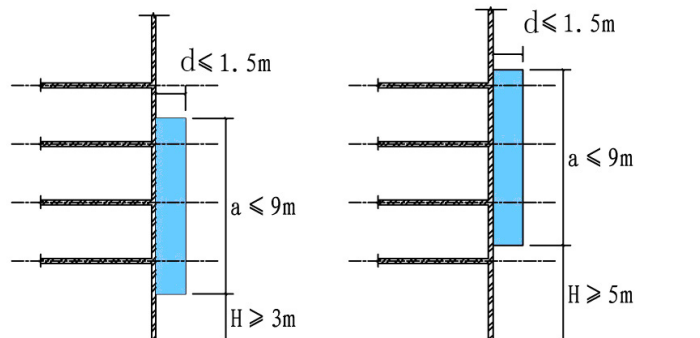
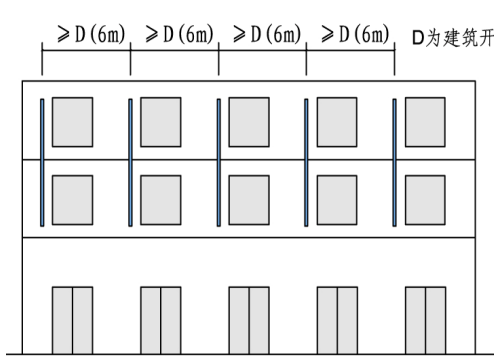
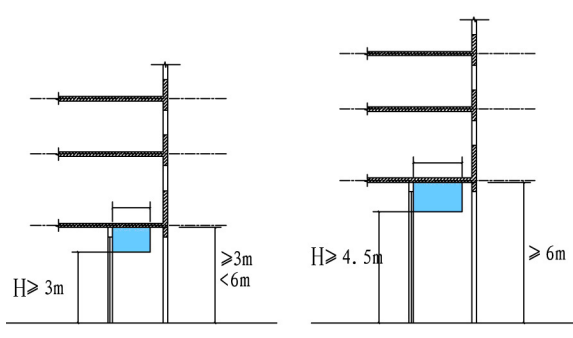
4.1.12 垂直式建筑外墙广告应符合下列要求：

(1) 垂直式建筑外墙广告其外沿距离墙体的距离 (d) 不得大于 1.5 米，且不得超过所临道路路面宽度 (B) 的 1/10。(图 4-13)

(2) 垂直式建筑外墙广告的高度 (a) 不得大于 9 米，且其上端不得超过所依附建筑的檐顶或女儿墙高度，其下沿距地面的高度 (H) 要求应符合表 4-4 规定。(图 4-14)

表 4-4: 垂直式建筑外墙广告下沿距地面的高度要求

建筑所临城市道路类型	广告下沿距地面的高度 (H)	
无人行道的城市道路	>5m	且不得低于骑楼或悬挑架空部分底沿
有人行道的城市道路	>3m	

	
<p>✔ 垂直式建筑外墙广告外沿的要求</p>	<p>✔ 垂直式建筑外墙广告 有人行道的城市道路</p> <p>✔ 垂直式建筑外墙广告 无人行道的城市道路</p>
<p>图 4-13</p>	<p>图 4-14</p>
	
<p>✔ 相邻垂直式建筑外墙广告的水平间距要求</p>	<p>✔ 骑楼下垂直式建筑外墙广告设置要求</p>
<p>图 4-15</p>	<p>图 4-16</p>

(3) 相邻垂直式建筑外墙广告的水平间距不得小于建筑开间且应≥6米。(图 4-15)

(4) 垂直式建筑外墙广告位于骑楼檐下时，还应符合以下规定：(图 4-16)

①当骑楼高度大于等于 3 米、小于 6 米时，广告牌下缘距离地面的垂直距离不得小于 3 米；当骑楼高度大于等于 6 米时，广告牌下缘距离地面的垂直距离 (H) 不得小于 4.5 米；

②同一建筑骑楼下的广告尺寸应一致，且宽度不得大于骑楼净宽，厚度不应大于 0.3 米。

4.1.13 门面招牌广告应符合下列要求：

(1) 门面招牌广告分为依附于一层门楣、依附于挑檐或雨篷、依附于檐下三种形式；

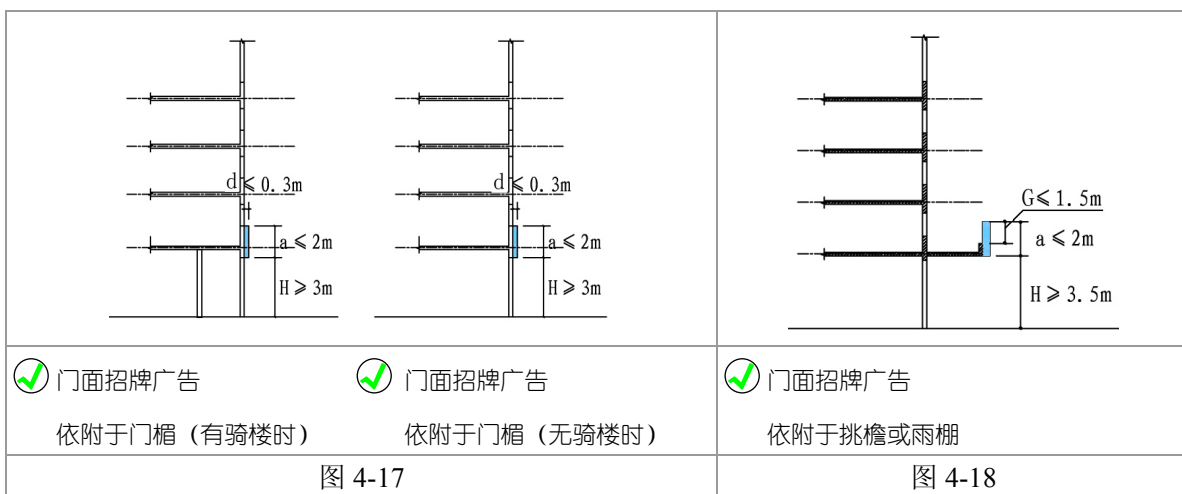
(2) 依附于一层门楣的广告，其下端不得低于骑楼或悬挑架空部分底沿且其下端与地面的垂直距离 (H) 不得小于 3.0 米，上端不得高于二层窗户下沿，其总高度 (a) 不宜大于 2 米，且其外沿突出墙体的距离 (d) 不宜超过 0.3 米；(图 4-17)

(3) 依附于挑檐或雨篷的广告，其下端不得低于挑檐或雨篷的下沿且其下端与地面的垂直距离 (H) 不得小于 3.5 米，上端突出挑檐或雨篷高度 (G) 不得大于 1.5 米，其总高度 (a) 不宜大于 2 米，且其外沿不得凸出挑檐或雨篷外沿；(图 4-18)

(4) 依附于檐下的广告，其下端与地面的垂直距离 (H) 不得小于 2.2 米，且其外沿突出墙体的距离 (d) 不得超过 0.5 米，总高度 (a) 不得大于 2 米；(图 4-19)

(5) 建筑物底层落地柱及骑楼外柱面不得设置户外广告；(图 4-20)

(6) 同一建筑物或同一场所的门面招牌广告的规格、形式、位置应统一，高度应一致，广告牌上下缘必须齐平，广告牌宽度应以建筑开间为单元；对重点路段和特色路段的门面招牌广告宜统一设计和制作。(图 4-21、4-22)



<p>✔ 门面招牌广告 依附于檐下（有骑楼时）</p>	<p>✔ 门面招牌广告 依附于檐下（无骑楼时）</p>
<p>图 4-19</p>	<p>图 4-20</p>
<p>✔ 同一建筑物的门面招牌广告的规格、形式、位置统一，高度一致，广告牌宽度以建筑开间为单元</p>	<p>✘ 同一建筑物的门面招牌广告的规格、形式、位置不统一，高度不一致，广告牌宽度没有以建筑开间为单元</p>
<p>图 4-21</p>	<p>图 4-22</p>

4.2 落地式广告

4.2.1 大型立柱式广告

设置范围

- 4.2.1.1 高速公路两侧、机场入口以及机场路两侧允许设置大型立柱式广告。
- 4.2.1.2 城区范围以外，且两侧防护绿带宽度大于 20 米的城市快速路、省道和国道允许设置大型立柱式广告。
- 4.2.1.3 市级体育中心、大型综合市场、超市以及重要的产业园区、工业园区、城市主干路、次干路等场地内设置大型立柱式广告，需编制户外广告详细规划进行研究论证，并经过相关部门审核批准后方可设置。
- 4.2.1.4 其余地区不得设置大型立柱式广告。

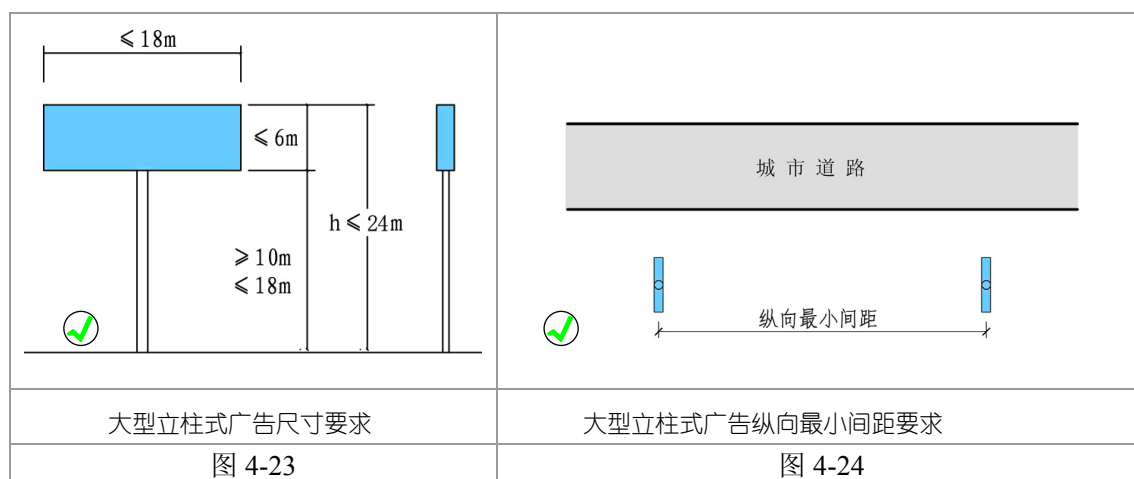
设置要求

- 4.2.1.5 同一条道路两侧原则上只允许设置一种类型和规格的大型立柱式广告，连续设置的大型立柱式广告应按规划、同标准、有序设置。
- 4.2.1.6 在城市重要节点处（例如城市出入口、大型博览区、大型综合市场以及重要的产业园区等场地内）的大型立柱式广告也可考虑富有艺术性的特殊造型，增加场所的标志性和大型立柱式广告多样性。
- 4.2.1.7 大型立柱式广告的设置位置必须符合有关安全规范，尽可能远离高压走廊、立柱落点不得影响地下管线的使用。
- 4.2.1.8 大型立柱式广告牌面尺寸不得超过 18 米（宽）×6 米（高），总高度不应大于 24 米，广告牌下缘距离地面不应少于 10 米（图 4-23）。高架桥两侧的立柱广告总高度在满足安全距离的情况下可适当放宽。若立柱式广告牌面为电子显示屏时，可按电视画屏比例进行适当调整。
- 4.2.1.9 大型立柱式广告应符合以下纵向布点规定：

(1) 大型立柱式广告纵向最小间距应满足表 4-5 和图 4-24 的要求：

表 4-5：大型立柱式广告纵向最小间距

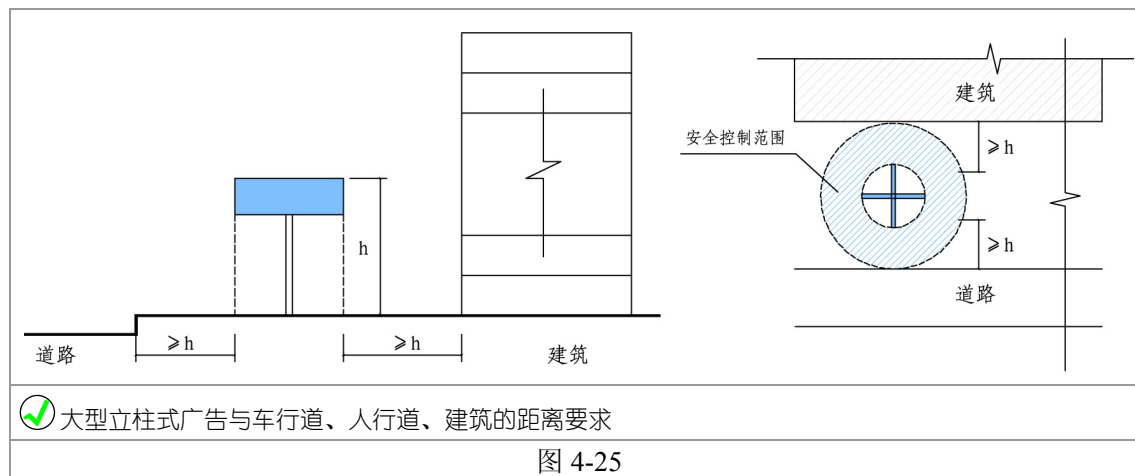
道路类别	大型立柱式广告道路两侧纵向最小间距（米）
主、次干路	500
高速公路、省道、国道、城市快速路	1000



(2) 大型立柱式广告应首先考虑布置于主要道路交叉口，中间路段根据道路类别按以上要求设置。

4.2.1.10 大型立柱式广告横向布点规定：

(1) 大型立柱式广告设施在地面上靠近车行道的垂直投影点与车行道、人行道间的垂直投影距离均应大于广告设施的总高度；广告设施在地面上靠近建（构）筑物的垂直投影点与相邻建（构）筑物间的垂直投影距离亦应大于广告设施的总高度；（图 4-25）



(2) 大型立柱式广告在地面上的垂直投影点距桥梁、涵洞不得小于 50 米，离道路外边沟（无边沟的离道路防撞栏、防撞墙）不得小于 5 米。

4.2.1.11 道路交叉口布点规定：道路交叉口范围内设置大型立柱式广告，每个交叉口设置大型立柱式广告数量不应超过 2 块，并宜采取对角线的位置。互通式立交范围内设置大型立柱式广告，其数量不应超过 3 块。

4.2.1.12 大型立柱式广告还应符合以下布点规定：

(1) 在人行天桥、加油站纵向 50 米范围内，不得设置大型立柱式广告设施；

(2) 在 110KV 及以上高压电力塔 50 米半径范围内，不得设置大型立柱式广告设施，且广告标牌与 110KV 及以上高压架空线在地面的垂直投影距离不得小于 30 米¹。

¹ 指架空电力线的边导线外侧延伸距离 30 米。

4.2.2 大型支架式广告

设置范围

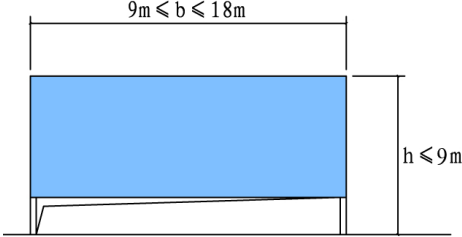
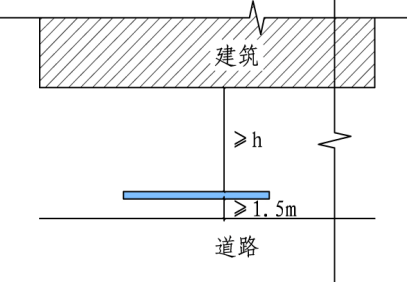
4.2.2.1 对道路沿线建筑立面特别陈旧，建筑群很不协调，建筑色彩斑驳，严重影响城市景观和环境且暂时无法拆除或整治的区段，可采用大型支架式广告在道路和建筑之间平行设置，起到遮挡、装饰作用。

4.2.2.2 以居住功能为主地区的道路沿线不应设置大型支架式广告。

设置要求

4.2.2.3 大型支架式广告总高度（含牌面及支架）不得超过 9 米，宽度宜控制在 9-18 米之间。（图 4-26）

4.2.2.4 在满足消防、安全和建筑的采光通风的前提下，大型支架式广告在地面上靠近道路的垂直投影点与道路红线的距离不应小于 1.5 米，同时在地面上靠近建筑的垂直投影点与相邻建筑间的距离应大于广告设施的总高度。（图 4-27）

	
<p>✔ 大型支架式广告尺寸的要求</p>	<p>✔ 大型支架式广告与道路红线、建筑的距离要求</p>
<p>图 4-26</p>	<p>图 4-27</p>

4.2.3 小型独立支撑式广告

设置范围

4.2.3.1 可设置于宽度 ≥ 3 米的城市生活性道路的人行道上及商业步行街上。

4.2.3.2 可设置于城市广场、城市公园、城市集中绿地等公共开敞空间内。

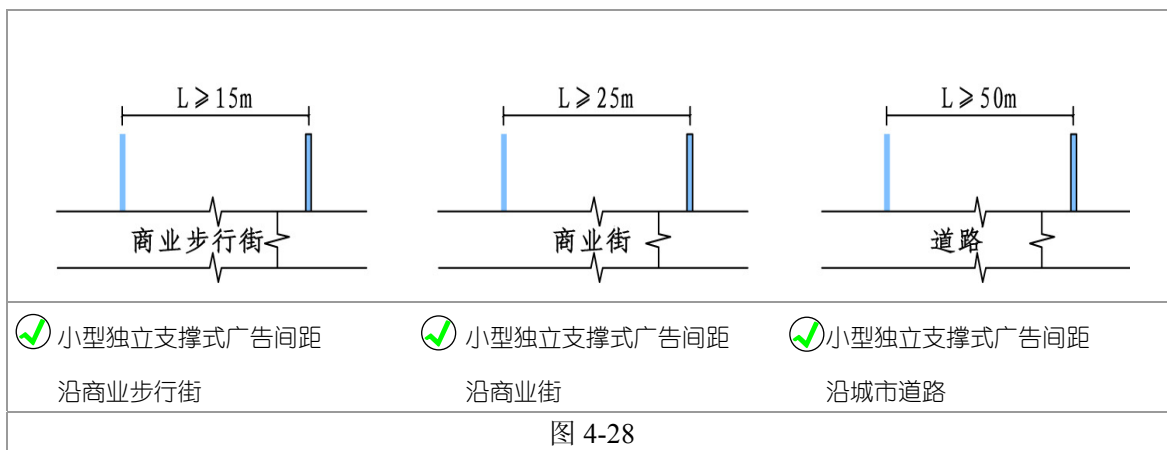
4.2.3.3 可设置于商业建筑（包括底层商业的综合建筑）、交通建筑、休闲娱乐建筑、文化体育建筑、商务办公建筑前的场地内，广告设施应位于以上建筑的用

地红线内。

- 4.2.3.4** 禁止在 2 米以下的城市道路非机动车分隔绿化带内设置小型独立支撑式广告。在 2 米以上的机非分隔绿化带内设置小型独立支撑式广告时需编制户外广告详细规划进行研究论证，并经过相关部门审核批准后方可设置。

设置要求

- 4.2.3.5** 在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，并与街道公共设施（座椅、路灯、电话亭、候车亭等）或建（构）筑物相协调。
- 4.2.3.6** 在城市广场、城市公园、城市集中绿地等公共开敞空间内设置的小型独立支撑式广告造型应与环境结合设置，应符合所在场地的特征，并富有艺术性和美观性。
- 4.2.3.7** 连续设置的小型独立支撑式广告沿商业步行街的纵向间距不得小于 15 米，沿主要商业街的纵向间隔不得小于 25 米，沿其他城市道路的纵向间距不得小于 50 米。（图 4-28）



- 4.2.3.8** 小型独立支撑式广告的外缘水平投影距人行道侧石距离不得小于 0.4 米，广告设置后可供通行的步行通道的净宽度不得小于 2.5 米。
- 4.2.3.9** 立杆式广告总高度不得大于 4 米，且牌面面积不得超过 $9m^2$ ，广告牌牌面宽度不得大于 1.5 米，牌面下沿距离地面的高度不得小于 2.2 米（设置于道路分隔绿化带内的除外），牌面厚度（c）不应大于 0.3 米。（图 4-29）
- 4.2.3.10** 底座式广告总高度不得大于 2.5 米，牌面面积不得大于 $4m^2$ ，广告设施最大的垂直投影面积不得大于 $1m^2$ 。（图 4-30）

4.2.3.11 实物造型式广告总高度不宜大于3米，占地面积不宜大于2m²。

<p>✔ 立杆式广告要求</p>	<p>✔ 底座式广告要求</p>
<p>图 4-29</p>	<p>图 4-30</p>
<p>✔ 仅允许在天桥实体结构部分设置户外广告</p>	<p>✘ 在天桥非实体结构部分（天桥护栏）上设置户外广告</p>
<p>图 4-31</p>	<p>图 4-32</p>

4.3 街道空间公共设施广告

- 4.3.1 依附于天桥的广告：**仅允许在天桥实体结构部分设置户外广告，广告形式应与天桥形状相协调。（图4-31、图4-32）
- 4.3.2 依附于围墙的广告：**鼓励利用施工工地的围墙设置户外广告，广告的内容应采用公益广告和自我宣传广告两种形式，施工工程竣工后应立即拆除广告设施；不允许在围墙的透空部分设置户外广告；广告（包括牌面及支架）总高度不得大于4米，牌面突出墙体的距离不得大于0.2米。
- 4.3.3 依附于电话亭、公交候车亭的广告：**仅在公交候车亭、电话亭提前预留广告位置的前提下，允许结合所依附的公共设施的造型设置户外广告；户外广告的设置不得影响本体功能的正常使用。

5 城市重点区段户外广告控制指引¹

城市重点区段往往是城市公共活动的重要场所，是塑造良好城市形象的关键地区。在城市重点区段设置户外广告，应制定户外广告设置详细规划。户外广告设置详细规划应通过调查和研究，结合实际情况对重点区段内的户外广告数量、尺度、色彩、位置、内容等要素提出明确的定量指标和定性指导要求。

5.1 重点地区

5.1.1 广告特色景观区

5.1.1.1 重点商业中心

重点商业中心主要指市区级商业中心，主要包括祖庙商圈、季华商业带、桂城商圈、大良老城商圈、文峰路商圈、荷城商圈。

规划设计指引：商业中心是全市商业活动频繁和多样的地区，是展示城市商业形象的标志性区域。商业中心的户外广告应提倡使用新科技、新材料，提高户外广告档次；户外广告表现形式宜多样，鼓励采用动感和立体的广告，例如电子显示屏广告、投影广告、灯箱广告、翻页式广告以及立体造型广告、雕塑造型广告等特殊的广告形式，新增的户外广告不宜采用喷绘广告形式。

5.1.1.2 重点商业街

重点商业街主要包括祖庙路商业街、岭南新天地商业街、锦华路商业街、灯湖东路（保利水城段）、桂澜中路（城市广场段）、广佛公路、南海大道商业街、永安中路商业街、振华大道、荷城文昌路商业街、荷城东华路商业街、荷城文明路商业、文锋路服装专卖街、华盖路步行街等。重点商业街的管理范围含沿道路规划红线两侧第一界面的建筑和场地。

规划设计指引：商业街是城市户外广告最集中的地区，以充分反映经济繁荣

¹ 城市重点区段主要包含重点地区和重点路段，其中重点地区包括广告特色景观区、城市中心区、城市门户型景观节点、生态景观区；重点路段包括重点快速路、重点市域性主干路和重点景观路。重点区段的户外广告类型选择应符合“附表5重点区段户外广告类型设置指引表”。

景象，显示浓郁的现代商业文化气息为主要目的。商业街的户外广告应提倡使用新科技、新材料，提高户外广告档次；户外广告表现形式宜多样，设计力求创新，鼓励采用动感和立体的广告，例如电子显示屏广告、投影广告、灯箱广告、翻页式广告以及立体造型广告、雕塑造型广告等特殊广告形式，新增的户外广告不应采用喷绘广告形式。户外广告设置位置可在建筑墙面、楼顶或不影响道路交通、绿化的人行道、城市立交桥（天桥）或独立用地上。

5.1.1.3 大型会展博览区

大型会展博览区主要包括具有国际品牌影响力的家电专业会展、陶瓷专业会展、家具专业会展、机械专业会展、金属制品专业会展以及具有国内品牌影响力的纺织服装专业会展和汽车配件专业会展 7 类专业会展。

规划设计指引：会展博览中心地区是展现佛山产业形象的地区，必须重点控制会展博览区的户外广告数量和质量。根据物流会展区用地较开阔、建筑体量大的特点，可在该地区使用整体的大尺度广告，但同一地段相连的户外广告，必须统一规格，整齐美观；大力研究发展可活动设置、重复设置的临时性广告，制定出一套会展期间和闭会期间的户外广告布置策略和运作指引。

5.1.2 城市中心区

城市中心区包括市区级中心区和组团级中心区。其中，市区级中心区主要指东平新城中心区、禅城季华中心区、南海千灯湖中心区、顺德德胜新城中心区、高明新城中心区、三水中心区。

规划设计指引：城市中心区是城市活动频繁密集，城市生活丰富多样的区域，是体现佛山城市形象的标志性区域，是户外广告设置的敏感区域，应结合中心区的功能定位和景观特色谨慎控制户外广告的总体数量。中心区应重点反映中心区的功能特色、空间景观、建筑特色等，户外广告的布置在城市景观中宜以从属的姿态出现，户外广告在城市中新区起点缀作用。

商务中心区的户外广告，必须以体现商务办公气息，户外广告宜少不宜多，尺度不宜过大，以简洁明快风格为主导，严格控制其数量和质量；行政中心区的户外广告，应严格控制商业广告品牌数量和种类，禁止某些种类的广告（如内衣裤、个人卫生用品等）在这些地区出现。体育中心区的户外广告，必须严格控制

体育中心区的户外广告数量和质量。严格控制体育中心区的商业广告品牌种类，禁止某些种类的广告（如内衣裤、个人卫生用品等）在这些地区出现，大力发展与城市体育运动、健康形象有关的社会公益性户外广告。

5.1.3 城市门户型景观节点

城市门户型景观节点¹主要包括佛山机场、火车站（佛山新火车站、新三车站两个客运站）、公路客运主枢纽站、重点城市道路出入口²。

门户型景观节点的具体范围可由各区户外广告管理部门统一划定。

规划设计指引：门户型景观节点是城市最为重要对外交通的枢纽，也是城市的门户地带与展示城市形象的窗口。该区域的户外广告必须从建设现代化文明城市的要求出发，提高城市形象、彰显城市特色，结合门户区域的自身特点和地区整体的景观要求对户外广告的设置进行统筹。门户型景观节点应设置适当比例的公益性广告。

5.1.4 生态景观区

生态景观区³主要包括重要的城市公园、风景名胜区、自然保护区、森林公园、湿地公园和滨水景观廊道。

规划设计指引：生态景观区是佛山彰显城市自然生态特色的重点地区。在生态景观区内应严格控制户外广告的数量，户外广告应与周边环境相协调，不得设置破坏环境气氛或过于夺目的广告。户外广告应以小型化为主，除公益广告外，禁止设置屋顶广告、立柱式广告和大型支架式广告。在城市公园、滨水廊道等市民活动相对集中区域，可结合市民休闲活动，设置天气预报显示、大气污染状况显示、导游设施、阅报栏等亲民的公益性广告以及其他信息交流设施。在大型城市公园临街通透围栏上禁设阻挡游人视线的广告招牌，以保证绿色景观与街道空间的相互渗透。

¹ 城市门户型景观节点的有关内容详见附图；

² 重点城市道路出入口见附表 3；

³ 生态景观区的控制范围见附表 4。

5.2 重点道路¹

本节分别针对快速路、市区域性主干路、城市重点景观道提出户外广告设置指引，但对个别有特殊要求的路段，则在通则的基础上补充提出特殊控制要求；对次干路和支路沿线的户外广告设置原则上不作具体规划指引，但在该地区设置户外广告，必须符合本指引和相关规定。

重点道路穿过城市重点地区的，可按照重点地区的户外广告设置详细规划执行。

5.2.1 重点快速路

城市快速路是供汽车以较高速度行驶的道路，完全为交通功能服务，是解决城市长距离快速交通运输的动脉。重点快速路包括佛山一环及其延伸线、海八路、桂丹路、魁奇路、红旗路、禅西大道和乐龙路。

规划设计指引：严格控制快速路两侧户外广告的数量和类型，除大型立柱式广告外，快速路两侧一线建筑不宜设置其他广告。

5.2.2 重点市域性主干路

市域性主干路是在城市道路网中起骨架作用的道路，以交通功能为主，主要解决城市各组团之间及组团内部主干交通的联系。重点市域性主干路主要包括兴业路、广佛新干线、佛山大道、105 国道、321 国道、伦桂路、龙洲路、南国路、塘西大道-樵丹路、荷富路、高明大道、杨西大道、荷岳路、白陈路、塍沙路、佛平路、桂和路、广佛公路、里横路、红岭路、三花公路。

规划设计指引：市域性主干路沿线广告应首先保证交通行车的要求，原则上不得在交通要道及主干路交叉口设置忽灭忽亮或移动式广告。在同一地段相连的户外广告，必须统一规格，整齐美观，户外广告的数量应进行一定控制，以点缀、有序、简洁的布局和设计为原则。严格控制人行道上的落地户外广告，包括灯箱广告、单独设置的彩旗广告等。

¹ 重要道路的控制范围包括道路红线及红线两侧 50 米以内和道路交叉口中心线交点半径 150 米以内的范围。

5.2.3 重点景观路

城市景观路是在城市重点路段，强调沿线景观，体现城市风貌特色的道路。重点景观路主要包括岭南大道、季华路（季华三路至季华七路）、南海大道（海八路至魁奇路）、桂澜路、佛山大道等。

规划设计指引：重点景观路是城市内人们活动最为频繁的主要活动路径，是感受与体验城市景观的重要途径。各道路或同一条道路的不同区段（如岭南大道）应根据其所在城市区位的功能性质、环境、人文的不同特点，对其户外广告环境氛围和特点进行界定，并在设计中注意将道路沿线不同区段的户外广告风格有机组合，融为一体，同时须注重广告夜景照明与沿线建筑夜景照明相协调。

5.3 重点区段户外广告管理规定

5.3.1 详细规划的编制与管理

组团级商业中心、市区级中心区、城市门户型景观节点、重点道路等重点区段的户外广告设置应编制户外广告设置详细规划。在未编制详细规划的重点区段设置户外广告的，应按本指引“3 户外广告设置的通用规定”和“4 户外广告位置与形式的具体规定”的条款执行。

户外广告管理部门应组织编制相应重点区段的户外广告设置详细规划，对户外广告的总体布局和设置进行统筹安排。

编制特色景观区户外广告设置详细规划，在满足安全、规划、景观等要求下，为营造商业氛围，塑造丰富多彩、繁华热烈的户外广告环境特色，可根据具体情况适当放宽“4 户外广告位置与形式的具体规定”中的部分条款规定。

5.3.2 组织与审批

全市性、跨区性及市政府特别指定需要由市广告行政主管部门负责的区段的户外广告设置详细规划应由市级户外广告主管部门负责组织编制，报市政府审批。

区级、组团级和跨镇街区段的户外广告设置详细规划由区户外广告管理部门负责组织编制，并报区政府审批。

其他重点区段的户外广告设置详细规划应由镇级以上（含镇级）广告管理部门负责组织编制，并报区级户外广告管理部门审批。

附录一：名词解释¹

建筑立面

是指建筑和建筑的外部空间直接接触的界面, 以及其展现出来的形象和构成的方式。建筑主立面, 是指建筑物从主要观赏角可见的立面。点式建筑的主体墙面均为主立面。

高层建筑

是指建筑高度大于等于 24 米 (高度 \geq 24 米), 或建筑层数大于 7 层 (层数 $>$ 7 层) 的建筑, 但不包括建筑高度超过 24 米的单层建筑 (如体育馆等)。

多层建筑

是指建筑高度大于 10 米, 小于 24 米 (10 米 $<$ 高度 $<$ 24 米), 且建筑层数大于 3 层, 小于等于 7 层 (3 层 $<$ 层数 \leq 7 层) 的建筑。

低层建筑

是指建筑高度小于等于 10 米 (高度 \leq 10 米), 且建筑层数小于等于 3 层 (层数 \leq 3 层) 的建筑。

建筑高度

建筑室外地坪到其屋顶或檐口的高度。

裙房

与高层建筑相连的建筑高度不超过 24 米的附属建筑。

附楼

是指主体建筑外加的延伸部分。

山墙

是指沿建筑短轴方向所布置的外墙面。

高层建筑主体墙面

是指高层建筑除裙房、附楼及屋顶构筑物以外的建筑外墙面。

玻璃幕墙

是指由金属构件与玻璃组成的建筑外围护结构。

¹本名词解释只适用本指引。

危险建筑物

是指建筑结构已严重损坏或承重构件已属危险构件,随时有可能丧失结构稳定和承载能力,不能保证居住和使用安全的建筑物。

无障碍设施

方便残疾人、老年人等行动不便或有视力障碍者使用的安全设施。包括无障碍通道(路)、电(楼)梯、平台、房间、洗手间(厕所)、席位、盲文标识和音响提示以及其他相关生活的设施。

市政公用设施

是指城市中为生活及生产服务的各项基础设施。

消防设施

消防设施,是指火灾自动报警系统、自动灭火系统、消火栓系统、防烟排烟系统以及应急广播和应急照明、安全疏散设施等。

居住建筑

是指经规划主管部门审批同意作为居住功能使用的建筑物。

综合建筑

是指经规划主管部门审批同意其中由多个使用功能不同的空间组合而成的建筑(如商住楼等)。

骑楼

是指建筑物之前凸出的有屋顶或有第二层楼的供人通行的柱廊。

女儿墙

是指建筑物外墙部分高于屋面的墙,它作为屋顶上护栏设施或建筑物屋檐组成部分。

檐口

是指屋顶在檐墙的顶部,它对墙起保护作用,也是建筑物的主要装饰部位。

门楣

是指从骑楼或悬挑架空部分底沿到二层窗户下沿的部分。

建筑开间

是指建筑立面由竖向构成元素划分后形成的标准单元。

雨篷

设置在建筑进出口上部的遮雨、遮阳篷。

挑檐

凸出墙体的楼板，起遮雨和装饰的作用。

水平投影

是指物体在水平面上的投影。

透空围墙

是指墙体中采用隔栅、镂空等形式使墙体变得通透的围墙。

人行道侧石

是指位于人行道边缘，区分机动车道和人行道，起引导交通、保持水土、区分路面铺装作用，高度多为 100-150mm，由混凝土、石材等材料制成的道路设施。

安全视距

是指行车司机发觉对方来时立即刹车而恰好能停车的距离。

视距三角形是为保证行车安全，道路交叉口、转弯处必须空出一定的距离，使司机在这段距离内能看到对面或侧方来往的车辆，并有一定的刹车和停车的时间，而不致发生撞车事故。根据两条相交道路的两个最短视距，在交叉口平面图上绘出的三角形，叫“视距三角形”。

匝道

是指立交桥、高速公路或高架路的进出道引道。

商业步行街

是指由城市大道和小巷所组成的以从事商品贸易为主的专门区域，在这个区域内禁止机动车和非机动车通行。

公共标识设施

是指在城市公共空间利用建筑、构筑物、场地、空间等设置的给人行为指示的由符号、颜色、文字、几何形状等元素组合所形成的公共服务设施。

道路红线

是指规划的城市道路路幅的边界线。

用地红线

是指经规划主管部门审批后的用地范围线。

喷绘广告

喷绘广告是将喷绘有广告图案的画布或画纸裱贴于广告背板的一种广告形式。喷绘广告是最常用的广告形式之一，其特点是价格低廉，但质量和效果一般。广告的照明方式主要有喷绘广告配泛光照明。

看板广告

看板广告是将金属、亚克力吸塑等材料制作的文字或图案固定在广告背板上的一种广告形式。广告的照明方式主要有看板广告配泛光照明、看板广告配霓虹灯、看板广告配 LED 或光纤照明等。

灯箱广告

灯箱广告是发光表面为透明塑胶面板，并用金钨灯，荧光灯或发光管状白炽灯作为内部光源提供照明的广告形式。

立体透空字（图案）广告

立体透空字（图案）广告是将金属字、有机玻璃字或玻璃钢字或 LED 光源灯等立体透空字通过钢架固定在建筑屋顶上或直接粘贴于建筑墙面上的广告形式。广告的照明方式主要有 LED 光源灯照明、立体透空字配霓虹灯照明、立体透空字配泛光照明等。

翻页式广告

翻页式广告由一个或几个相同的页片组成，通过页片多角度的旋转，形成多个画面的广告形式。广告的照明方式主要有翻页式广告配泛光照明。

电子显示屏广告

电子显示屏广告是用电脑控制，将广告图文或电视广告片输入程序，轮番地在画面上显示色彩纷呈的图形与文字，能在较短的时间里展示多个不同厂家、不同牌号的商品，具有动感、多变、新颖别致、反复播放等特点。

投影广告

投影广告利用一种大功率投影设备，运用光学投影原理，采用高亮度的光源，将底片上的全彩广告内容投射到建筑的外墙上，在夜间形成极富视觉冲击力的户外广告。

特殊广告

特殊广告包括立体造型广告、雕塑造型广告等具有特色的广告形式。

附录二：测量标准

尺寸测量

1. 户外广告的高度 (h):

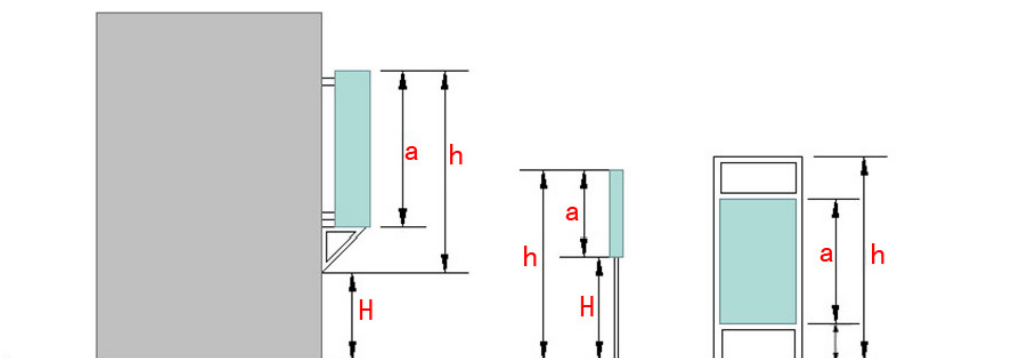
是指户外广告牌面高度与其附属设施高度之和。

2. 户外广告的净空高度 (H):

可分为两种情况，当属于依附于建筑的户外广告时，其净空高度为牌面及其附属设施下沿到其支撑结构所处地面的最小距离；当属于独立支撑式户外广告时，其净空高度是指广告牌面下沿到其支撑结构所处地面的最小距离。

3. 户外广告牌的牌面高度 (a):

是指户外广告牌面在垂直方向的最大距离。

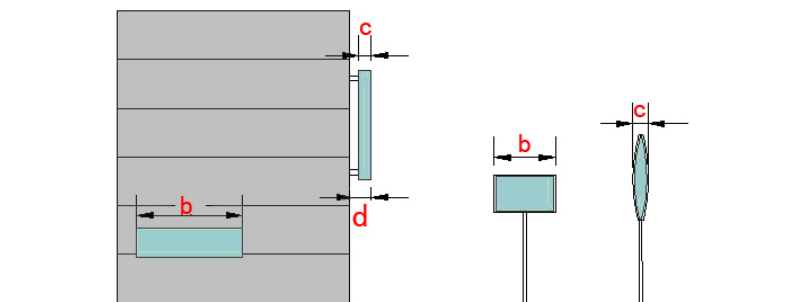


4. 户外广告宽度 (b):

是指户外广告牌面和其附属设施在水平方向的最大距离。

5. 户外广告牌面厚度 (c):

是指户外广告牌面在垂直于广告牌面方向上的最大距离。



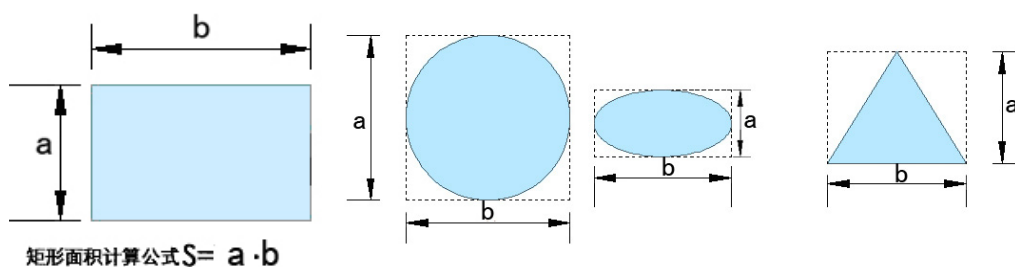
6. 户外广告突出建筑外立面的距离 (d):

是指户外广告最外缘与建筑外立面在水平方向的最小距离。

面积测量

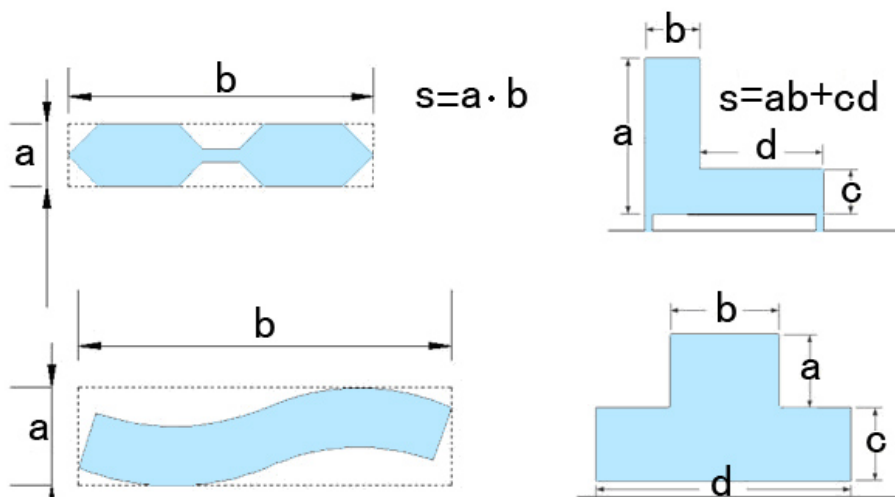
7. 规则形状的户外广告面积 (S):

矩形牌面的户外广告，使用数学公式来计算其面积；非矩形牌面的户外广告，包括圆形、椭圆形、三角形、平行四边形，皆按照能围合该图形的最小矩形的面积来计算该广告面积。



8. 不规则形状的户外广告面积 (S):

外边缘为直边（少于或等于 8 边）的不规则形状的户外广告的面积，其面积按照其直边围合的图形面积计算，而外边缘为曲线或外边缘边数大于 8 的直边围合的不规则形户外广告，其面积按照能围合该不规则图形的最小矩形的面积计算。



外边缘（边数 > 8）为直边不规则和外边缘为曲线和户外广告面积计算图示

外边缘（边数 ≤ 8）为直边不规则户外广告面积计算图示

9. 户外广告的垂直投影面积 (S):

垂直投影为规则几何形的户外广告，使用数学公式来计算其垂直投影面积。垂直投影为不规则几何形的户外广告，其垂直投影面积按照能围合该不规则图形的最小矩形的面积计算。

附录三：本指引用词说明

1. 执行本指引条文时，对于要求严格的用词说明如下，以便执行中区别对待。
2. 表示很严格，非这样做不可的用词：
正面词采用“必须”；
反面词采用“严禁”。
3. 表示严格，在正常情况下均应这样做的用词：
正面词采用“应”；
反面词采用“不应”或“不得”。
4. 表示允许稍有选择，在条件许可时首先这样做的用词：
正面词采用“宜”或“可”；
反面词采用“不宜”。
5. 条文中指明应按其它有关标准、规范执行的写法为“应按……执行”或“应符合……要求或规定”，非必须按所指定的标准和规范执行的写法为“可参照……执行”。
6. 条文中下列用词分别表示为以下关系：
“不得小于”表示“应大于或等于”；
“不得低于”表示“应高于或等于”；
“不得大于”表示“应小于或等于”；
“不得超过”表示“应小（低）于或等于”；
“不得高于”表示“应低于或等于”。

附表

附表1 重点商业中心

序号	商业级别		商圈名称
1	市级		祖庙商圈
2	区 级	禅城区	季华商业带
3		南海区	桂城商圈
4		顺德区	大良老城商圈
5		三水区	文峰路商圈
6		高明区	荷城商圈

附表2 重点商业街

序号	名称	行政区	主要经营内容	长度（米）	宽度（米）
1	祖庙路商业街	禅城区	服装、百货	1300	30
2	岭南新天地步行街	禅城区	服装、百货	待定	待定
3	锦华路商业街	禅城区	百货	600	20
4	南海大道商业街	南海区	百货	2000	50
5	灯湖东路商业街 （保利水城段）	南海区	百货	500	50
6	桂澜中路（城市广场段）	南海区	百货、家具	2000	50
7	广佛公路（大沥黄岐段）	南海区	综合	6000	50
8	振华大道商业街	顺德区	服装、电子	1000	45
9	荷城文昌路商业街	高明区	服装、百货	900	35
10	荷城东华路商业街	高明区	服装、百货	540	25
11	荷城文明路商业街	高明区	服装、百货	1260	20
12	文锋路商业街	三水区	服装、音响	1600	30
13	华盖路步行街	顺德区	服装、餐饮	630	16
14	永安中路商业街	南海区	百货	1500	40

附表3 重点城市道路出入口

序号	衔接口名称	道路性质分类	所在区	衔接城市
1	国街线	主干路	三水	广州
2	三花公路	快速路	三水	广州
3	广和公路	快速路	南海	广州
4	广佛公路	主干路	南海	广州
5	海八路	快速路	南海	广州
6	永安路	主干路	南海	广州
7	广佛新干线	快速路	南海	广州
8	海怡大桥（林岳大道）	主干路	南海	广州
9	G105（顺德大道）	主干路	顺德	广州
10	龙洲路（三善大桥）	快速路	顺德	广州
11	顺番公路（五沙大桥）	快速路	顺德	广州
12	桂和公路	快速路	南海	广州
13	广佛高速	高速公路	南海	广州
14	疏港路（平南高速）	高速公路	南海	广州
15	G105（广珠公路）	主干路	顺德	中山
16	一环东线南延线	快速路	顺德	中山
17	均荷路	快速路	顺德	江门
18	G325/佛开高速	快速路/高速路	南海	江门
19	高明大道（合和大道）	快速路	高明	云浮
20	荷富大道	主干路	高明	肇庆
21	广贺高速	高速路	三水	肇庆
22	三水大道	快速路	三水	清远

注：本表内容依据《佛山市绿网建设规划》制定。

附表 4 生态景观区控制范围

生态景观区分类	控制范围
重要的城市公园	《佛山市城市绿地系统规划》中确定的全市性公园。
风景名胜区	西樵山风景名胜区、九江瓊矶鹭鸟天堂风景名胜区、龙峰山风景名胜区、锦屏山风景名胜区、蟠岗山风景名胜区、清晖园风景名胜区、顺峰山风景区、陈村花卉世界风景名胜区、锦岩公园风景名胜区、西海烈士陵园风景名胜区、均安风景名胜区、白莲池风景名胜区、西山风景名胜区。
自然保护区	高明合水桫欂保护区；三洲水源涵养林生态保护区；南海西岸森林公园；太平沙湿地自然保护区；高明鹿洞山自然保护区；茶山森林及水源保护区；皂幕山自然保护区；三水云东海湿地自然保护区；顺德杏坛基塘生态系统自然保护区；顺德南沙头湿地自然保护区；东和岭自然保护区；西和岭自然保护区；三水芦苞洲面湿地自然保护区。
森林公园	广东云勇森林公园；香山森林公园；皂幕山森林公园；鹿洞山森林公园；明阳塔森林公园；三洲森林公园；西坑森林公园；鹰塘森林公园；茶山森林公园；凌云山森林公园；福山森林公园；深步水森林公园；大田森林公园；广东海景森林公园；广东西樵山国家森林公园；西岸森林公园；象岗山森林公园；展旗岗森林公园；美景森林公园；三山大松林森林公园；新景森林公园；仙湖森林公园；三水森林公园；大南山森林公园；大坑森林公园；老虾岗森林公园；长坑森林公园；顺风山森林公园；马岗森林公园；锦屏山森林公园；龙峰山森林公园；大金山森林公园；翠湖森林公园；都宁岗森林公园；马宁山森林公园；象山森林公园。
湿地公园	南沙头湿地公园；大汕地湿地公园；横沙围湿地公园；鲤鱼沙湿地公园；马岗湿地公园；金沙湿地公园；海寿沙湿地公园；草场湿地公园；永隆湿地公园；云东海湿地公园；桂畔海湿地公园。
一级水源保护区	根据《佛山市饮用水源保护规划》确定。
滨水景观廊道	市内主要各河流如东平水道、顺德水道、莲沙容水道、西江下游出海航道和陈村水道等河道两侧 50 米范围内的开放空间形成的景观廊道。
山体地带	各山体以及山脚下外延 500 米范围、海滨岸线向内陆 500 米进深的范围。

附表5 重点区段户外广告类型设置指引

大类	中类	小类	特色景观区			城市中心区	门户节点				重点道路			生态景观区
			商业中心	商业街	物流会展区		机场	火车站	港口	出入口	快速路	市域性主干路	城市景观大道	
依附于建筑物的广告	屋顶广告	喷绘广告	×	×	○	×	○	○	○	○	×	×	○	×
		看板广告	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	×
		灯箱广告	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	×
		立体透空字(图案)广告	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	×
		翻页式广告	●	○	×	○	●	○	○	○	○	○	●	×
	墙面广告	喷绘广告	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×
		看板广告	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○
		灯箱广告	●	○	○	●	●	●	●	●	○	●	●	×
		立体透空字(图案)广告	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○
		翻页式广告	●	○	×	○	●	○	○	○	○	○	●	×
		电子屏幕广告	●	●	●	●	×	●	●	●	×	○	●	×
		投影广告	●	●	●	●	×	●	●	●	×	○	●	×
	特殊广告	○	●	×	○	○	○	○	○	×	○	○	×	
	落地式广告	立柱式广告		×	×	○	×	●	●	●	●	●	○	×
大型支架式广告		×	×	○	×	●	●	●	●	●	○	×	×	
小型独立支撑式广告		立杆式广告	●	●	●	○	○	○	○	○	×	○	●	×
		底座式广告	●	●	●	○	○	○	○	○	×	○	●	×
		实物造型广告	●	●	●	○	○	○	○	○	×	○	●	○
街道公共设施广告		●	●	●	●	●	○	○	○	○	×	×	●	

注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。②不同广告类型的设置还应满足本指引其他规定要求。③以上户外广告形式不含门面招牌和建筑标识。