

关于印发《环翠区户外广告设施设置导则》 的通知

环翠区综合行政执法局、国家级开发区建设局、环翠规划分局、市自然资源和规划局国家级开发区管理办公室：

现将《环翠区户外广告设施设置导则》印发给你们，请认真贯彻执行。

威海市自然资源和规划局 威海市住房和城乡建设局

2024 年 4 月 26 日

环翠区户外广告设施设置导则

威海市自然资源和规划局

威海市住房和城乡建设局

2024 年 4 月

目录

第一章总则.....3

1.1 适用范围.....3

1.2 适用对象.....4

1.2.1 户外广告.....4

1.2.2 户外招牌.....5

第二章户外广告设施设置通则.....7

2.1 内容设置.....7

2.1.1 商业广告.....7

2.1.2 公益广告.....8

2.2 色彩设置.....8

2.3 材质设置.....10

2.3.1 背板类.....10

2.3.2 字体类.....11

2.3.3 屏幕类.....11

2.4 照明设置.....13

2.4.1 照明方式.....13

2.4.2 照明亮度.....14

第三章户外广告设置指引.....15

3.1 户外广告设置类型指引.....15

3.2 建（构）筑物附属广告设置指引.....16

3.2.1 墙体广告.....17

3.2.2 橱窗广告.....20

3.2.3 屏幕设置.....21

3.3 公共附属设施广告设置指引.....22

3.3.1 公交候车亭广告.....22

3.3.2 阅报栏广告.....22

3.3.3 过街天桥广告（公益）.....23

3.3.4 道路隔离栏广告（公益）.....23

3.3.5 道闸广告（公益）.....23

3.3.6 箱体广告（公益）.....24

3.4 移动式广告设置指引.....24

3.5 其他广告设置指引.....25

3.5.1 楼体幕墙广告.....25

3.5.2 投影广告.....25

3.5.3 临时广告.....26

3.6 户外广告设置正、负面清单.....27

第四章户外招牌设置指引.....29

4.1 户外招牌设置类型指引.....29

4.2 一般规定.....30

4.3 字符设置要求.....31

4.4 位置及尺寸要求.....31

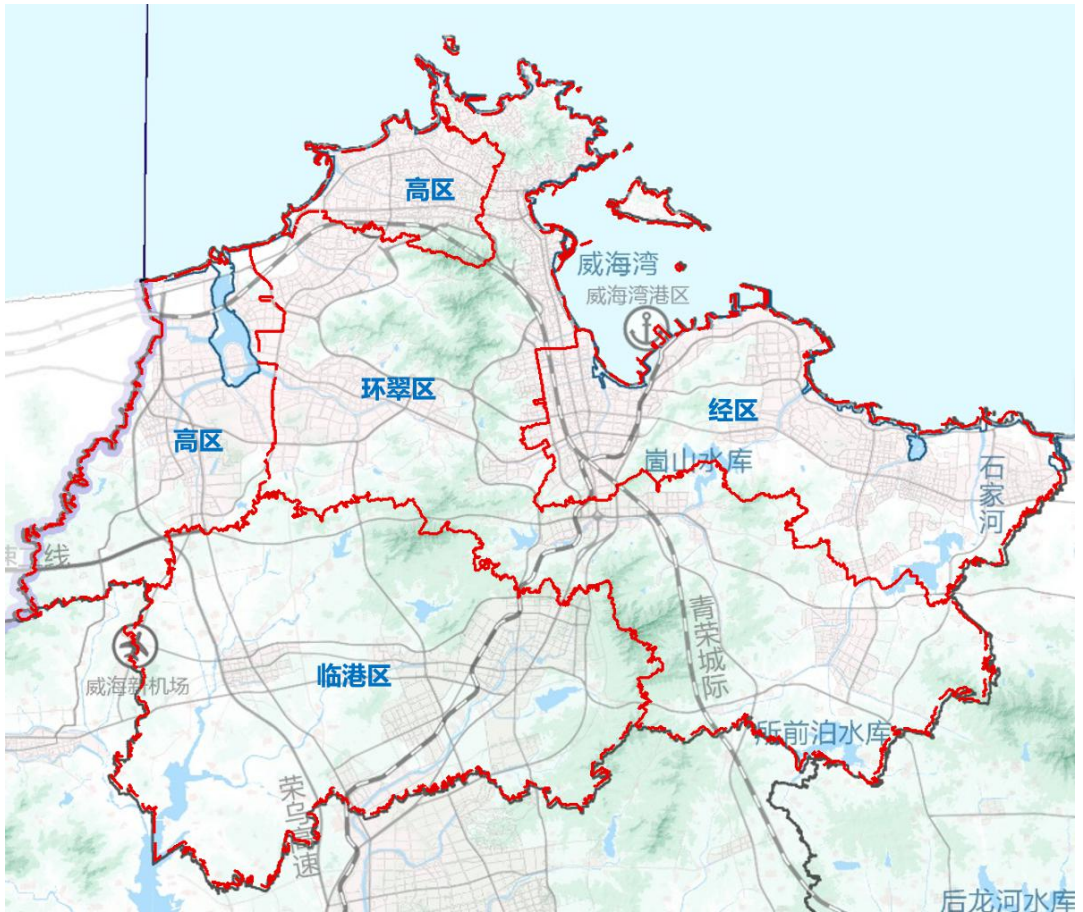
4.4.1 平行外墙式招牌.....32

4.4.2 垂直外墙式招牌.....	34
4.4.3 遮棚式招牌.....	35
4.4.4 镂空字体招牌.....	35
4.4.5 独立式招牌.....	36
4.5 户外招牌设置正、负面清单.....	38
第五章附录.....	41
5.1 管控分区.....	41
5.2 户外广告设施优秀案例参考.....	42
5.2.1 户外广告.....	42
5.2.2 户外招牌.....	42

第一章总则

1.1 适用范围

本导则适用于威海市环翠行政区范围，包含环翠区、高区、经区和临港区。



适用范围示意图

1.2 适用对象

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021)规定内容,结合威海市户外广告设施建设实际情况,确定本次管控对象,包括:户外广告、户外招牌。

1.2.1 户外广告

在城市建(构)筑物、交通工具载体外部空间、城市道路及各类公共场地、城市之间的交通干道沿线,设置的各种形式的商业广告、公益广告设施。包括:建(构)筑物广告设施、公共设施附属广告设施、移动式广告设施、落地式广告设施、其他广告设施(临时广告)、其他广告设施(互动广告)。



施、移动式广告设施、落地式广告设施、其他广告设施。

户外广告类型示意图

1.2.2 户外招牌

指办公或经营场所建（构）筑物外墙或建筑红线范围内设置的，用于表明单位名称、标识的招牌等相关设施。



附属式

设置在建（构）筑物上的户外招牌设施，包括平行于墙面设置以及垂直于墙面设置的户外招牌设施



独立式

设置在地面上的户外招牌设施，包括横向和竖向独立式户外招牌

户外招牌类型示意图

第二章户外广告设施设置通则

2.1 内容设置

2.1.1 商业广告

商业广告内容应符合中华人民共和国广告法、广告语言文字管理暂行规定和国家有关法律、法规有关要求，本导则对部分特定情况作出管控要求：

根据《威海市推进城市国际化战略行动计划（2021—2023 年）》要求，推进中英韩三语标识体系建设，优化国际化语言环境，广告标识推荐使用中英韩三语标注。禁止仅设置汉语拼音，替代汉字作户外广告和招牌的主要标识用字。

禁止的情形	推荐设置
禁止使用汉语拼音替代汉字作户外广告和招牌的主要标识用字	推荐使用中英韩三语标注
	户外广告 Outdoor Advertisement 옥외 광고

户外广告和招牌标识宜使用简体字，宜以中文在上，外文在下，中文字体大，外文字体小。

不宜使用黑体、宋体等电脑字体，建议使用手书体字、美术字、变体字、古文字，字体应当易于辨认，不得引起误导。

2.1.2 公益广告

公益广告内容应符合中华人民共和国广告法、广告语言文字管理暂行规定和国家有关法律、法规有关要求。文字内容管控要求同商业广告。

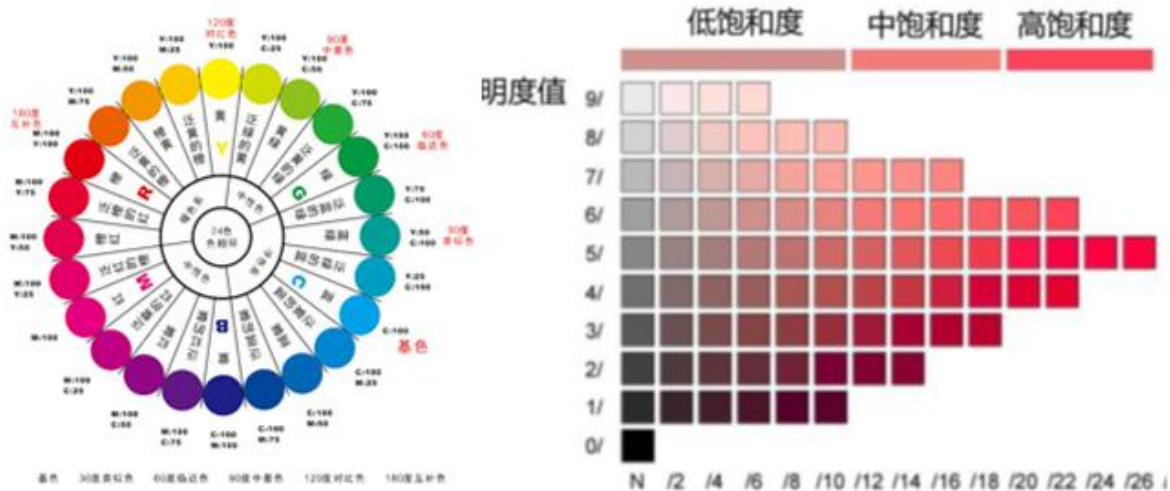
公益广告内容要求：

企业出资公益广告不得标注推销商品或者商业服务有关的内容，包括单位地址、网址、电话号码、其他联系方式等。出现以上情况视为以公益广告名义变相设计、制作、发布商业广告。

禁止的情形	推荐设置
公益广告禁止变相设置商业广告	仅展示公益信息
	

2.2 色彩设置

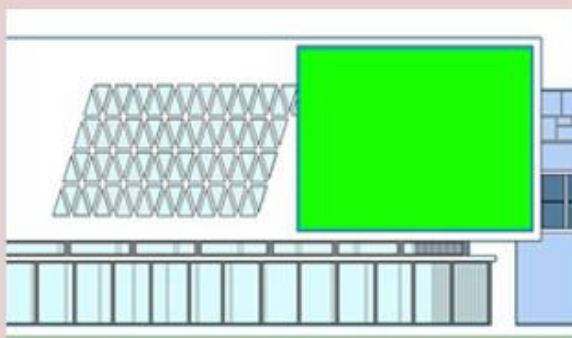
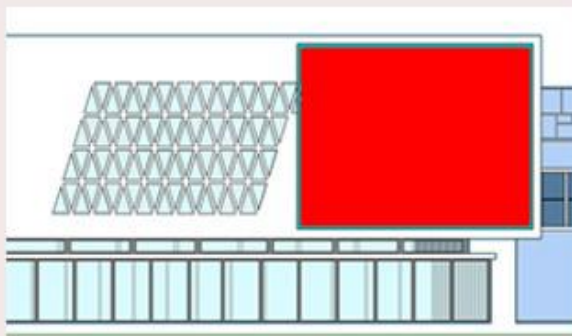
推荐使用孟塞尔色彩体系，户外广告和招牌的色彩应与所处街区和所附着建筑的功能定位、景观氛围、整体色调相协调。不宜使用大面积高饱和度色彩(红、黄、蓝、绿)、对比色、互补色。



孟塞尔色环及饱和度、明度示意图

禁止的情形

使用大面积高饱和度色彩(红、黄、蓝、绿)、对比色、互补色



推荐设置

色彩和谐、美观



2.3 材质设置

2.3.1 背板类

户外广告和户外招牌设置考虑美观性与实用性并重，禁止使用低档次材质，如喷绘布、灯箱布、3M 布、pvc 板、彩钢板等材质，鼓励使用体现城市经济实力和文明形象的新材料、节能环保材料等，提高户外广告设施的精致程度，如亚克力板、有机玻璃、抗腐蚀金属、铝塑材质、木材等材料。禁止大面积使用霓虹灯。

广告禁止采用材质		招牌禁止采用材质	
喷绘布	霓虹灯	Pvc板	喷绘布
			
户外招牌建议采用材质			
亚克力	金属	木材	钢化玻璃
			

2.3.2 字体类

中小型字体户外广告或字体类户外招牌，建议采用发光字形式设置，以内透光为主。

PVC 字、树脂发光字耐久性及展示效果不佳，建议减少使用；霓虹灯发光字可选用 LED 柔性霓虹灯进行小面积装饰，不得大面积使用。铁皮字耐久性差、展示效果不佳，有安全隐患，禁止使用。

禁止采用材质	建议采用材质		
铁皮字	水晶字	金属字	亚克力无边字
			
吸塑发光字	冲孔发光字	灯泡字	亚克力发光字
			

2.3.3 屏幕类

建议与 5G、云计算、AR、VR 等新技术的融合运用，使户外屏幕

类广告表现形式更加多元化。引发受众主动传播、分享，把屏幕媒体与移动互联网端进行交互，实现线下到线上的无缝衔接。

建议采用材质

LED显示屏/LED异形屏



引入裸眼3D、VR等新媒体应用技术，创新展示方式
结合屏幕触摸等方式，丰富人机互动方式

LED显示屏/LED异形屏



主要应用于楼体幕墙亮化与展示，通过媒体技术应用，呈现动态夜景效果

OLED透明屏



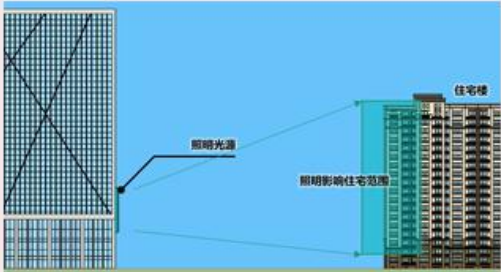
与橱窗广告相结合，提升科技感

2.4 照明设置

2.4.1 照明方式

照明方式以内透光为主、外投光为辅，光源选择以 LED 光源为主，不得连续大面积使用霓虹灯、探明灯等高亮度的照明方式。具体要求如下：

- (1) 光源色彩以暖色光为主，不得使用过于鲜艳的照明色彩。
- (2) 交通管制信号背景空间内的广告照明设施，不得采用闪烁光源及红绿两色。
- (3) 不得以闪烁光源影响居住建筑或城市道路的使用，避免对街道上的行人和车辆产生眩光。

禁止的情形	推荐设置
禁止大面积使用霓虹灯进行信息展示，禁止大面积使用高亮度照明方式和过于鲜艳的照明色彩	采用以内透光为主、外投光为辅的照明方式，光源色彩柔和温暖
	
广告照明不得影响周边居民生活	广告照明不影响周边居民生活
	

2.4.2 照明亮度

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》要求，户外广告设施照明不应影响居民正常生活、交通安全及周边生态环境。

照明要求：

(1) 采用外投光照明时，散射到户外广告和户外招牌表面外的溢散光不应超过 20%；

(2) 外投光户外广告和招牌表面的亮度平均度 U_1 (L_{min}/L_{max}) 不宜小于 0.6。

内透光、外投光户外广告设施表面的平均亮度限值

户外广告设施 照明面积 (m^2)	不同环境区域平均亮度的限值 (cd/m^2)			
	E0、E1区	E2区	E3区	E4区
$S \leq 0.5$	50	400	800	1000
$0.5 < S \leq 2$	40	300	600	800
$2 < S \leq 10$	30	250	450	600
$10 < S$	不宜设置	150	300	400

环境区域说明

分区	说明
E0区	天然暗环境区，含国家公园、自然保护区、天文台等
E1区	暗环境区，无人居住的乡村地区等
E2区	低亮度环境区，低密度乡村居住区等
E3区	中等亮度环境区，城乡居住区和一般公共区等
E4区	高亮度环境区，城镇中心和商业区等

电子显示装置户外广告设施表面的平均亮度限值 (cd/m^2)

注：表内是夜间的数值，LED 显示屏指全白屏的值；动态广告和招牌夜间的限值为表内数值的 1/2。

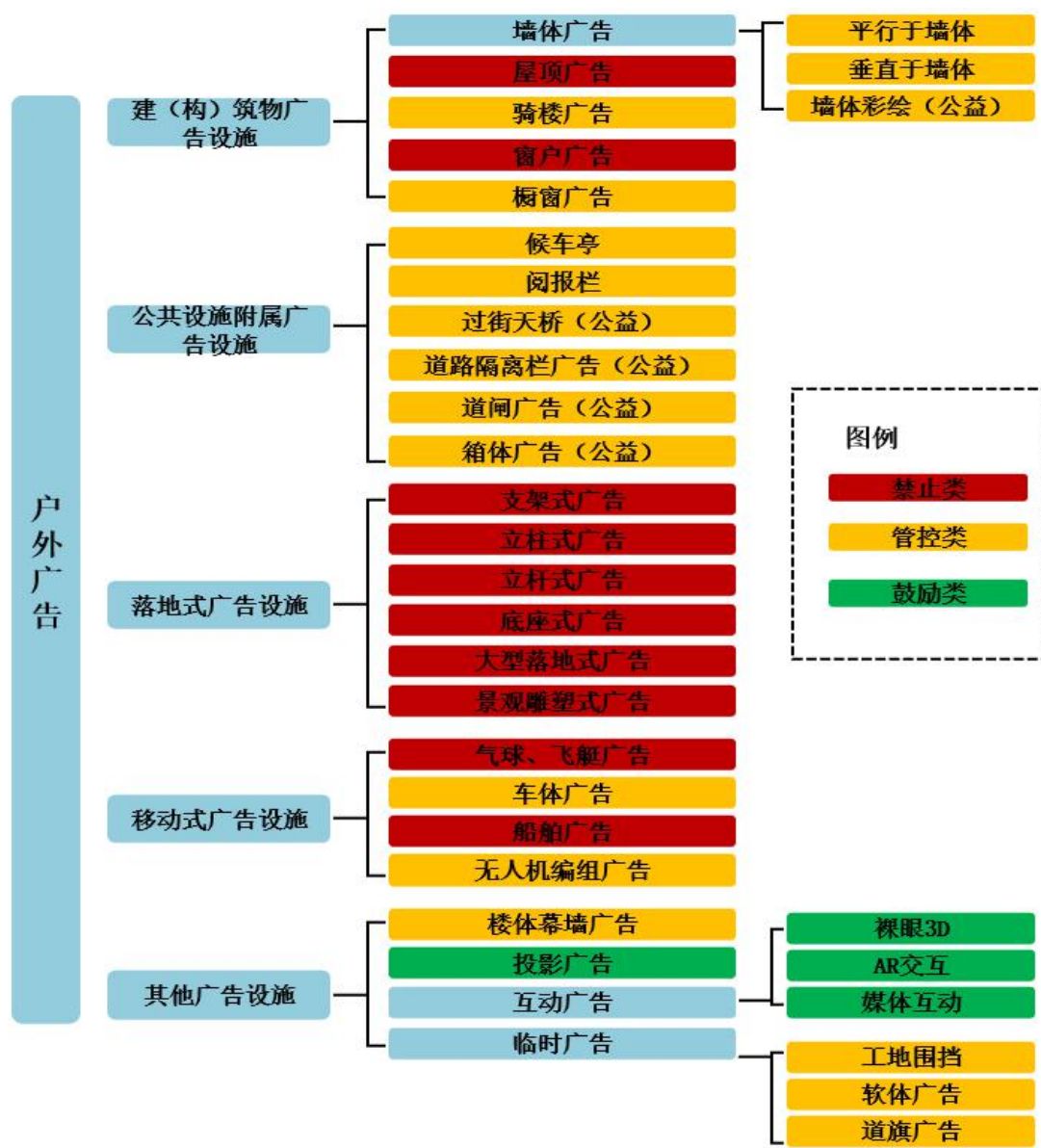
环境区域	E0、E1区	E2区	E3区	E4区
表面亮度限值	不宜设置	400	800	1000

第三章户外广告设置指引

3.1 户外广告设置类型指引

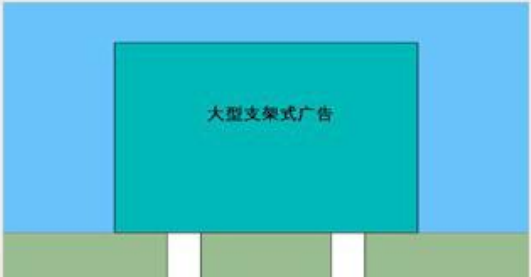
结合目前威海市户外广告类型，将户外广告分为禁止类、管控类、鼓励类。其中：

广告类型注明“公益”的户外广告设施，仅用于发布公益广告；鼓励类广告设施，需符合本导则相关设置要求。



本导则明确禁止设置的广告类型包括：超出建筑轮廓的屋顶广告、窗户广告、支架式广告、立柱式广告、立杆式广告、底座式广告、大型落地式广告、景观雕塑式广告、气球广告、飞艇广告、船舶广告。

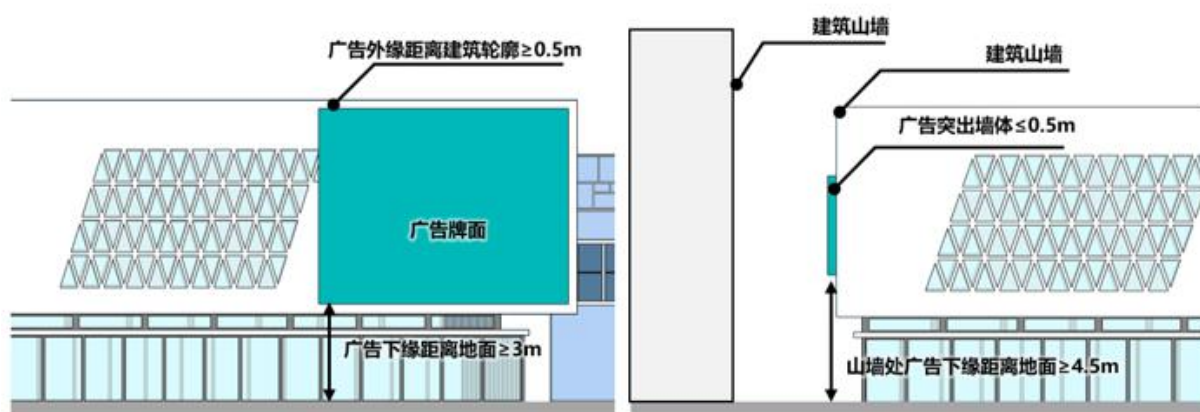
3.2 建（构）筑物附属广告设置指引

禁止设置的广告类型	
屋顶广告 	窗户广告 
气球广告 	各类落地式广告 
飞艇广告 	船舶广告 

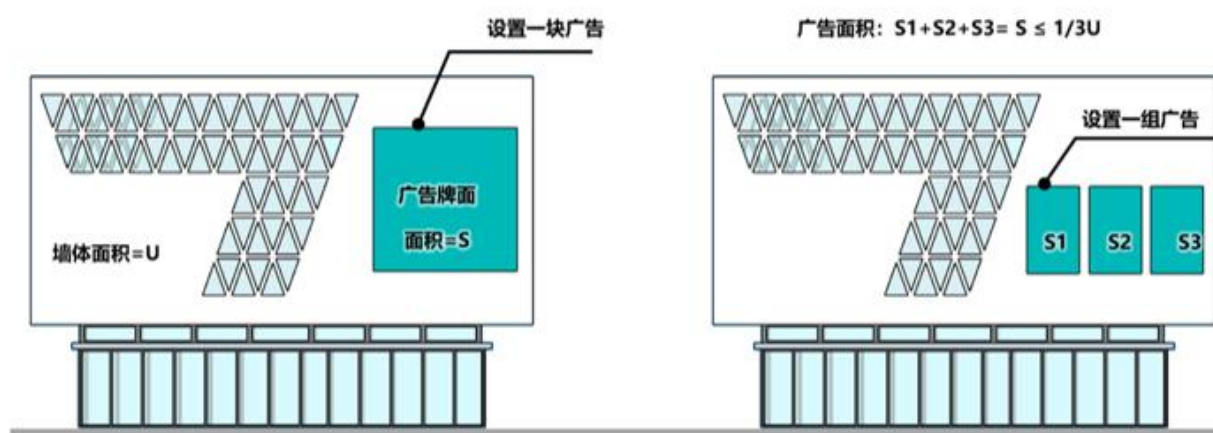
3.2.1 墙体广告

(1) 平行于墙体的户外广告

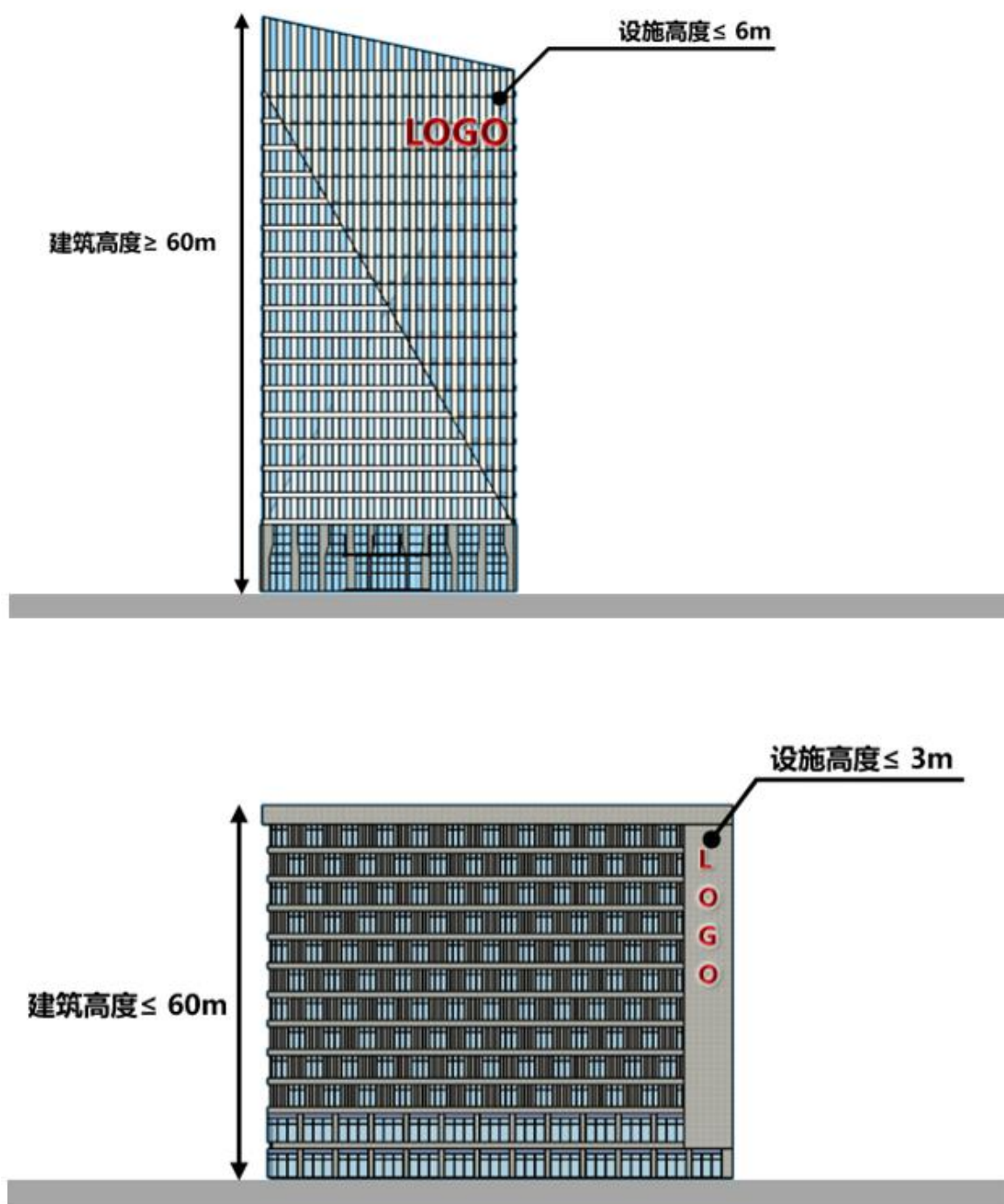
1) 平行于墙面的户外广告设施宽度应与墙面相协调,四周与墙面外轮廓线最小距离 0.5 米,垂直方向突出墙体距离不宜大于 0.5 米,设施下缘距离地面最小距离不宜少于 3 米,依附山墙的设施下缘距离地面最小距离不宜少于 4.5 米。



2) 建筑同一立面只允许设置一块或一组广告,建(构)筑物同一面墙上的广告总面积不宜大于该墙面积的 30%。



3) 高层建筑主楼墙面设置镂空文字及图案等形式的户外广告设施：建筑高度 60 米及以下的，设施高度上限 3 米；建筑高度 60 米以上的，设施高度上限 6 米。



(2) 垂直于墙体的户外广告

1) 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙房墙面，自建筑室外地面起至设施顶部高度不宜超过 24 米。设施最大高度不宜超过 9 米，最大外挑不应超过 1.5 米。

2) 设施不宜突出道路红线，必须突出红线的，需经主管部门审批，并满足：

①当位于人行道上空时，设施下缘距地面 3 米以上，突出深度不宜大于 0.6m。

②当位于无人行道路面上空时，设施下缘距地面 4.5 米以上，突出深度不宜大于 0.6m。

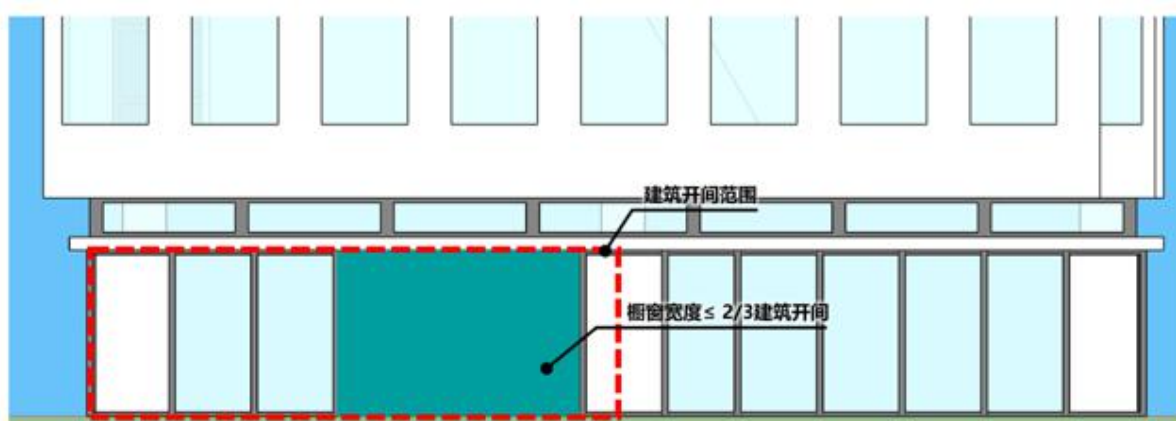
3) 成组设置垂直悬挑广告间距不小于设施自身高度。



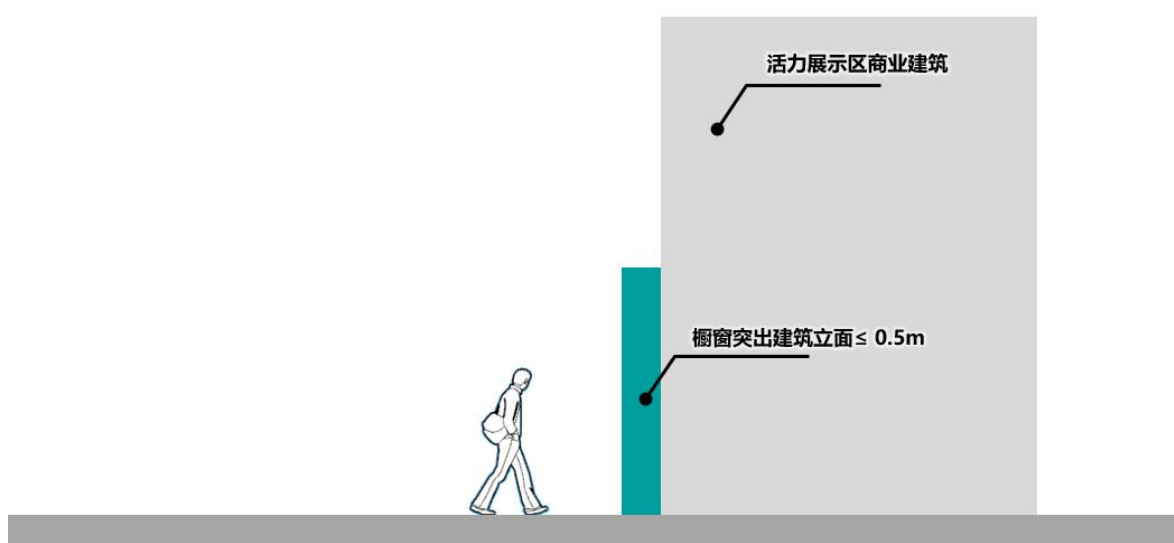
3.2.2 橱窗广告

橱窗广告要突出店铺的主题或品牌形象，内容简洁明了，不过于复杂或混乱，可以采取商品实体展示、LED 屏幕展示等多种形式进行商业宣传与推广。

城市一般区域橱窗不得突出建筑外墙面，上沿不得超过门楣，橱窗设置宽度不大于建筑开间的三分之二。



活力展示区，橱窗设施在不影响交通通行的前提下，橱窗可适当突出建筑外立面，突出距离不大于 0.5 米。

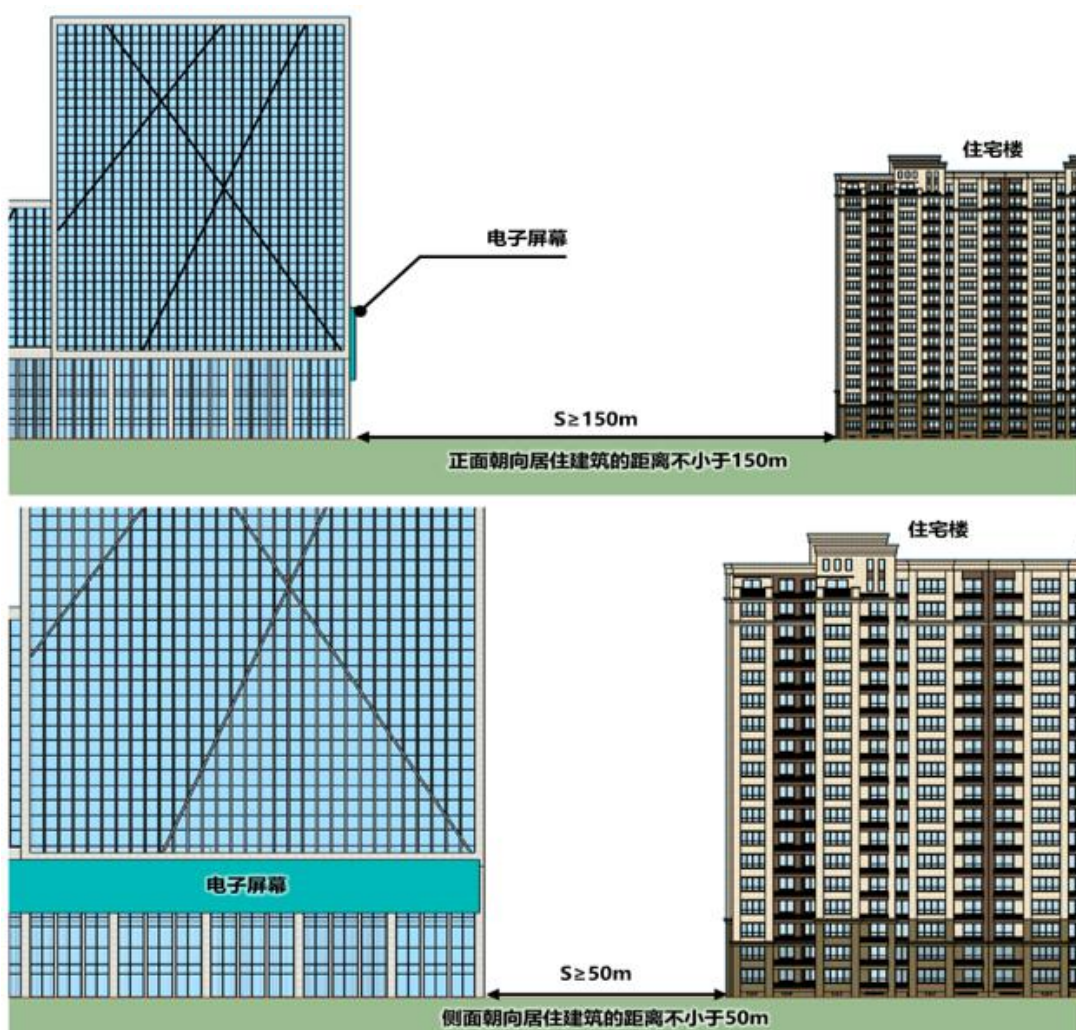


3.2.3 屏幕设施

屏幕可结合建筑设置。屏幕宜设置在多层建筑和高层建筑裙房 2 层及以上外立面。

临近居住建筑的，正面朝向居住区的电子屏幕发光面距离居住建筑不宜小于 150 米，侧向居住区的屏幕发光面距离居住建筑不宜小于 50 米。

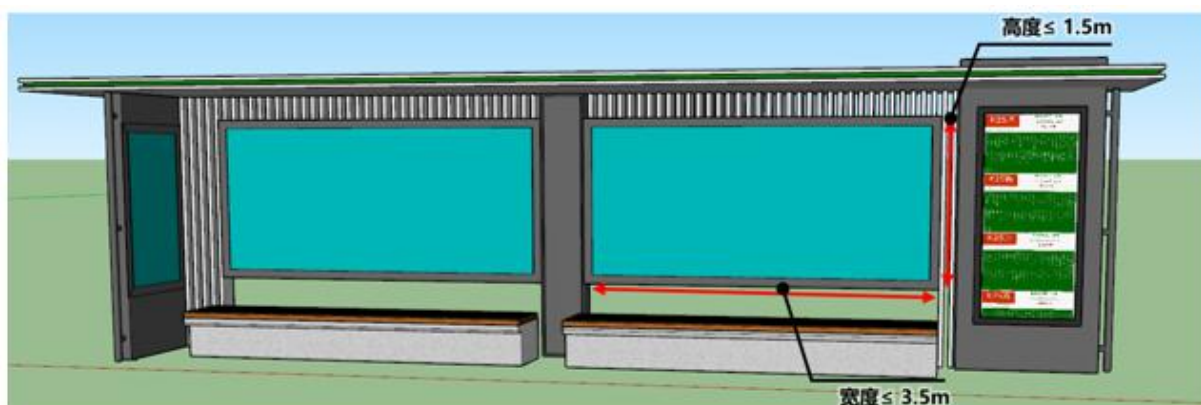
临街门店不宜设置滚动走字屏电子显示装置。如需设置，应设置在底层建筑物门楣部位，置于招牌设施下方，高度不应超过 0.4m，长度不大于 10m 且不超过门面宽度。



3.3 公共附属设施广告设置指引

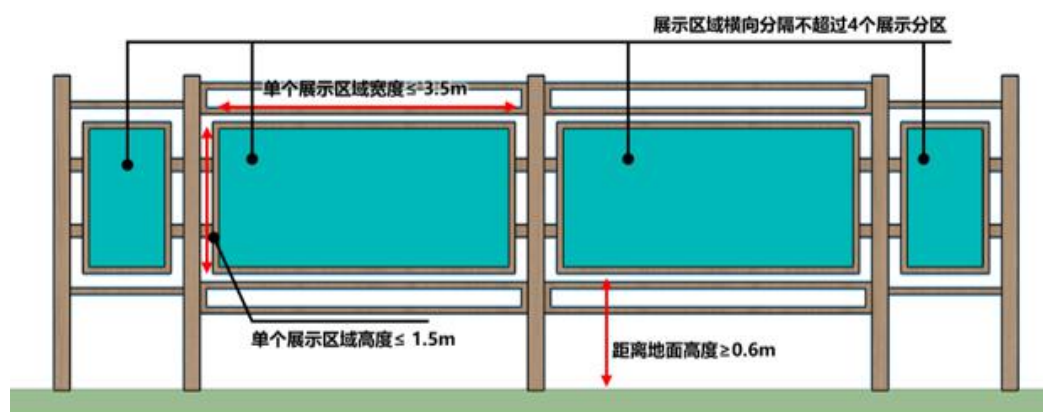
3.3.1 公交候车亭广告

- (1) 单个广告位高度不得大于 1.5 米，宽度不得大于 3.5 米。
- (2) 设置广告不得有碍乘客观看站牌及站台，不得影响人流交通的顺畅安全和道路视觉的通透。



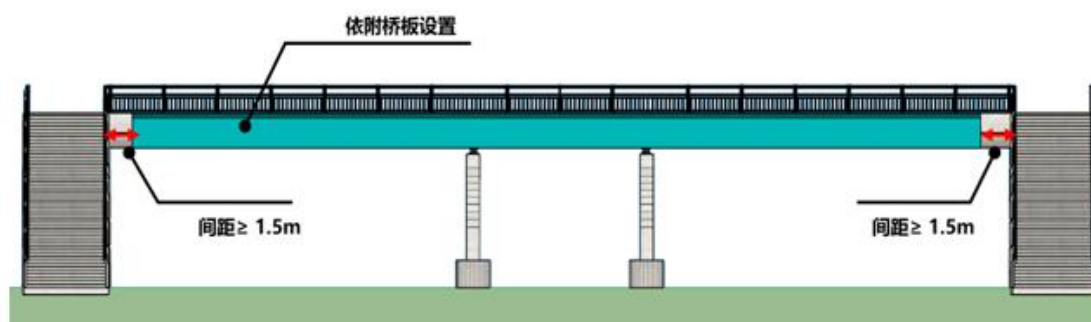
3.3.2 阅报栏广告

展示区域底部距离地面高度不小于 0.6 米。展示区域横向分隔不超过 4 个展示分区。单个展示区域高度不得大于 1.5 米，宽度不得大于 3.5 米。



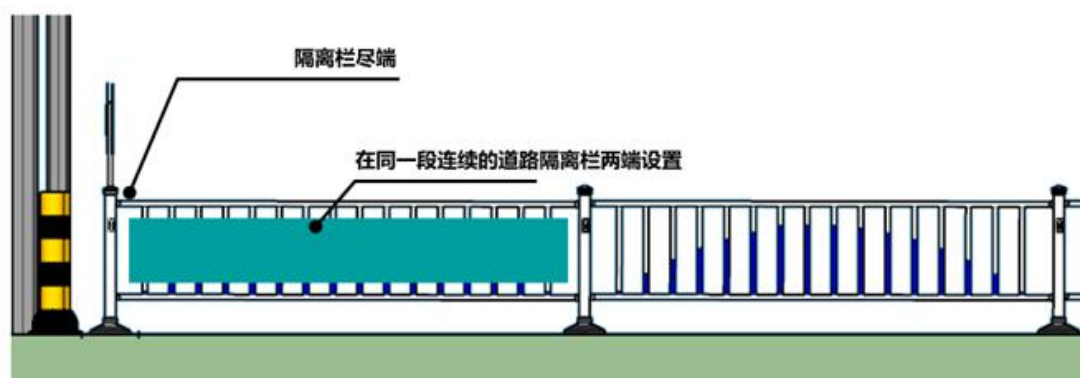
3.3.3 过街天桥广告（公益）

户外公益广告应依附于桥板设置，距离两侧楼体扶手不小于 1.5 米。



3.3.4 道路隔离栏广告（公益）

允许在同一段连续的道路隔离栏两端设置公益广告，广告尺寸应与道路隔离栏尺寸匹配，不得超出隔离栏外形边界。



3.3.5 道闸广告（公益）

（1）仅允许设置与户外广告设施整体设计、统一制作的帘状道闸公益广告；

（2）包括直杆道闸、曲臂杆道闸在内的其他类型道闸禁止设置户外广告设施；

（3）位于建设用地及停车厂库的出入口区域的岗亭及其他附属

设施禁止设置户外广告设施；

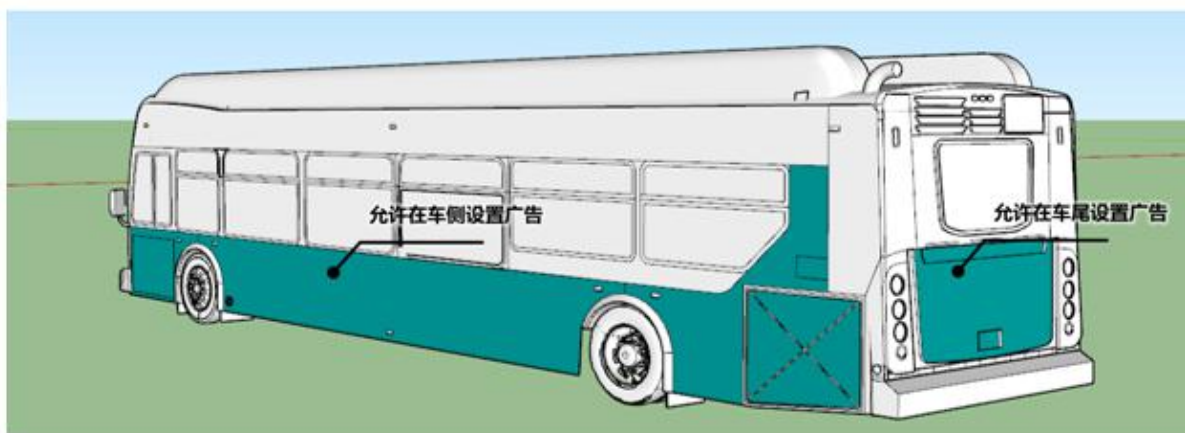
（4）道闸公益广告设施应严格控制广告展示面积，单幅广告展示面积不应超过 1.5 平方米；。

3.3.6 箱体广告（公益）

以快递柜为主要载体，采取广告柜贴的形式依附于箱体正面，展示公益广告信息。同一箱体公益广告色彩、字体、尺寸等要素应协调统一，注重风格与版式搭配，保障视觉效果。

3.4 移动式广告设置指引

公交车喷涂、粘贴标识或者车身广告的，不得影响安全驾驶，机动车广告应当整洁、美观，不得对原车颜色全部遮盖，其色彩应与车体颜色协调。



3.5 其他广告设置指引

3.5.1 楼体幕墙广告

户外广告设置应结合具体建筑、展示需求等要素，定制设置方案。建议城市标志性建筑应进行整体幕墙覆盖，保障幕墙广告效果的整体性、联动性。广告设置光源、亮度应符合本导则要求，不得干扰周边居民生活。



3.5.2 投影广告

仅活力展示区可以设置，投影载体宜选择公共建筑、城市标志性建筑。广告设置光源、亮度应符合本导则要求，不得干扰周边居民生活。



3.5.3 临时广告

(1) 工地围挡广告

工地围挡广告原则上不得占用绿地、人行通道进行设置，不得影响行人、行车的通行和安全。严格按照审批时间、地点位置、形式和内容等进行设置，原则上期满后于当日内拆除。



(2) 道旗广告

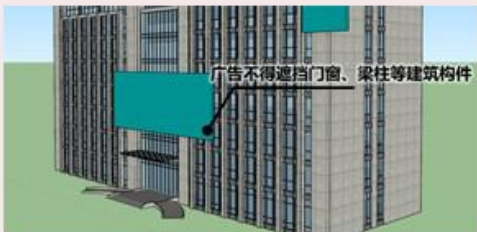
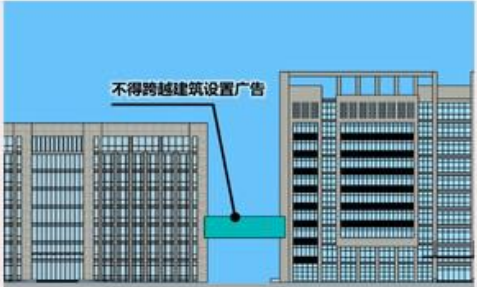
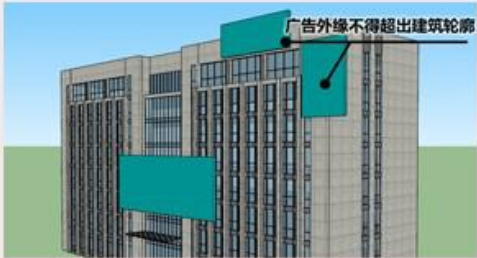
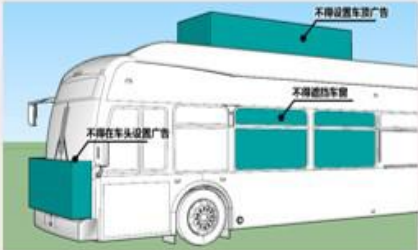
道旗尺寸高度不大于 2.4 米，宽度不大于 1.0 米。道旗底边距离地面要求：机动车道不小于 4.5 米，人行道不小于 3.0 米。

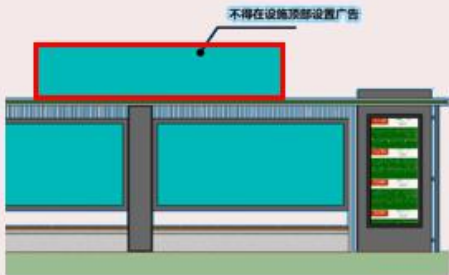
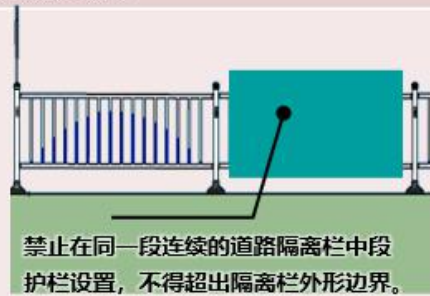
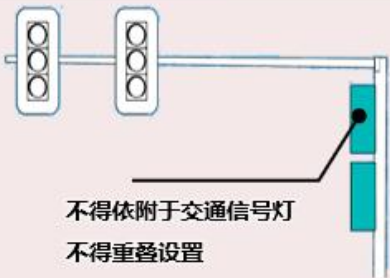
(3) 软体广告

软体广告临时设置的需明确悬挂时间，到期后立即拆除。需进行延期的，应重新申请，明确延期时长。

软体广告设置应与周边城市容貌及环境景观相协调，不应使用白底黑字。

3.6 户外广告设置正、负面清单

	禁止的情形	推荐设置
建 / 构筑物附属广告	禁止遮挡门窗、梁柱等建筑构件	不遮挡建筑构件
		
	禁止跨越建筑设置	广告不跨越建筑
建 / 构筑物附属广告		
	禁止超出建筑外轮廓线	在建筑轮廓范围内设置
移动式广告		
	禁止在车头、车顶、车窗设置	在车侧、车尾设置
移动式广告		

公共附属设施广告	禁止的情形	推荐设置
	禁止在公交候车亭顶部设置 	在预设广告位设置 
	禁止依附过街天桥护栏、立柱、扶手等设置 	依附桥板设置 
	禁止在同一段连续的道路隔离栏中段护栏设置，广告不得超出隔离栏外形边界。 	在同一段连续的道路隔离栏两端设置 
	道旗广告禁止依附于交通信号灯设置、禁止重叠设置。 	同一电杆/灯杆，仅可设置一组道旗广告（双侧设置）。 

第四章户外招牌设置指引

4.1 户外招牌设置类型指引

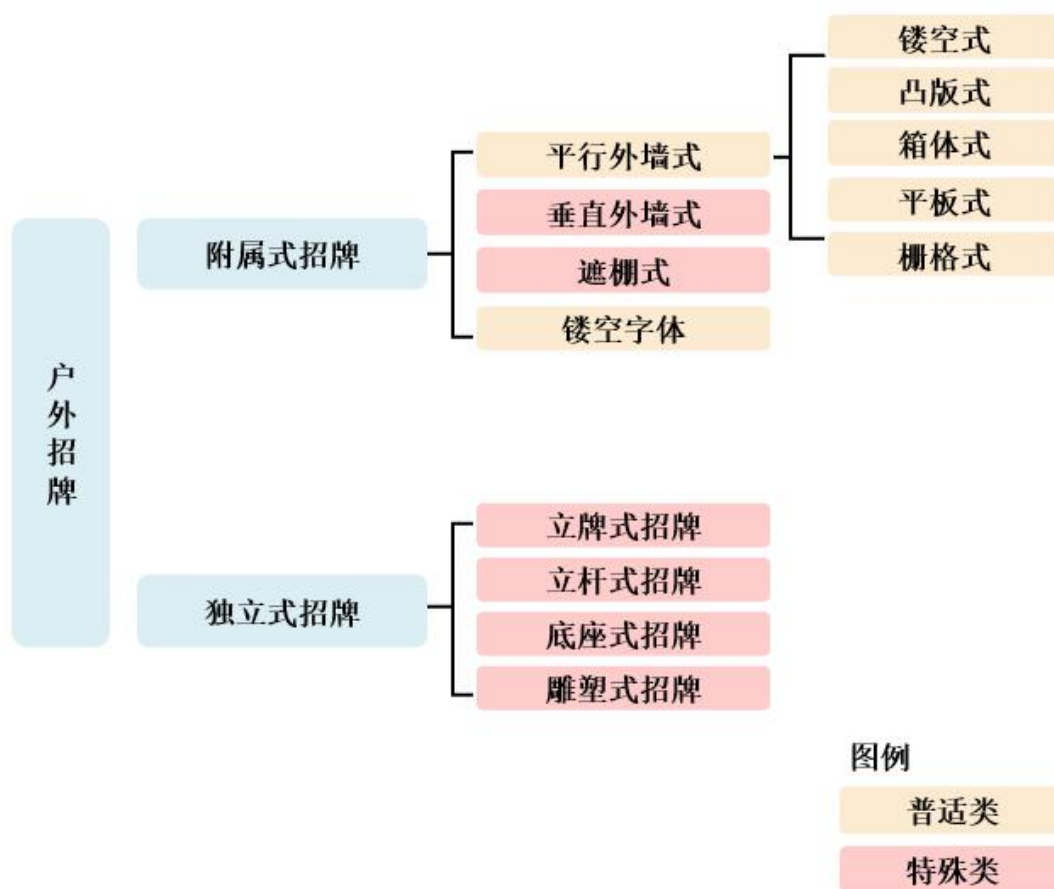
户外招牌按普适类、特殊类进行设置指引。

(1) 普适类

可应用于管控范围内所有区域的商业设施。

(2) 特殊类

鼓励活力展示区内设置特殊类户外招牌。



4.2 一般规定

限制设置区和一般控制区：户外招牌设置遵循“一街一品、一店一招”的设置原则。

(1) 同一街区：相邻商铺招牌的设置类型、悬挂位置、出挑尺寸等应协调统一。

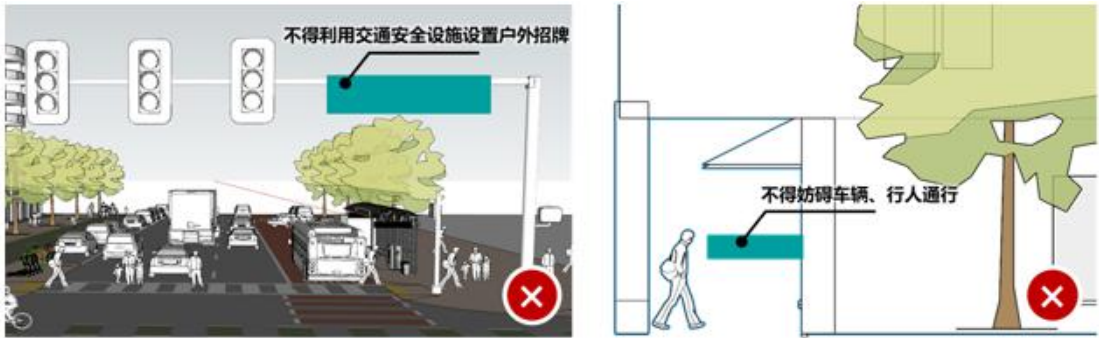
(2) 同一商铺：在同一街面仅限设置一块招牌，禁止同一店铺在同一街面设置多个招牌。处于转角处的商铺，可以在每一街面分别设置一个招牌。

(3) 户外招牌设施不宜在6层以上的建筑墙面上设置，在3层及以上建筑墙面设置的，应集中设置。

活力展示区：可以结合实际情况，采取多种类型相结合的方式设置，提升街区商业氛围。例如“平行外墙式+垂直外墙式”，原则上同一商铺招牌形式不得超过两种。（管控分区详见附录）



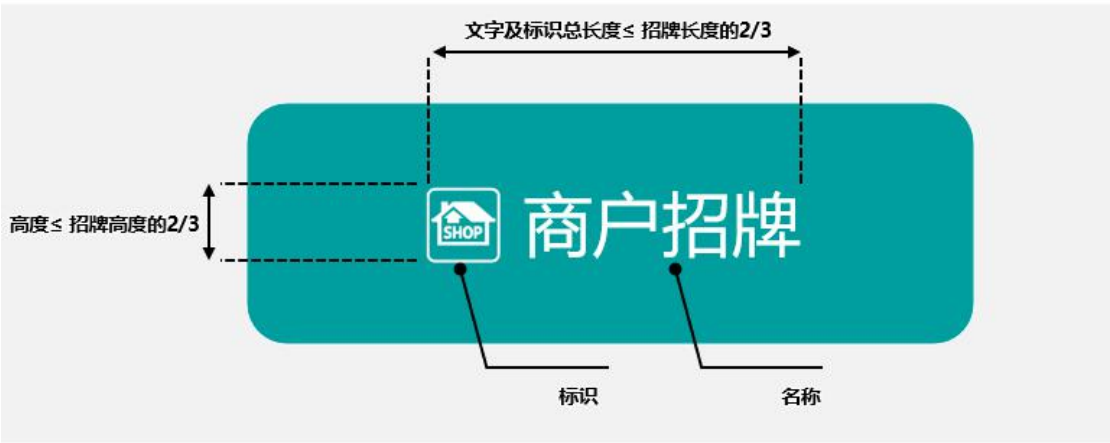
(4) 不得利用交通安全设施设置户外招牌，不得影响市政设施的正常使用、不得妨碍车辆、行人通行。



4.3 字符设置要求

(1) 文字及标识总长度原则上不超过整个招牌的三分之二，中外文字体高度不超过整个招牌的三分之二。

(2) 招牌的字符宜小不宜大，根据所在街道的空间尺度不同，其字符的尺寸宜符合表中规定，内街招牌字符尺寸按照最小尺寸控制。



招牌字符尺寸要求

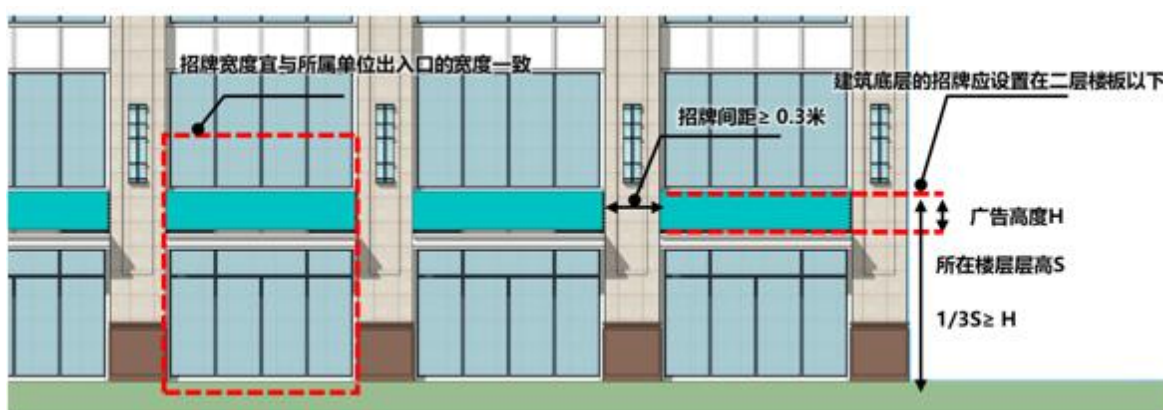
4.4 位置及尺寸要求

道路红线宽度 (m)	招牌字符最大边长 (m)
$W \leq 20$	0.5
$20 < W \leq 30$	0.6
$30 < W$	0.8

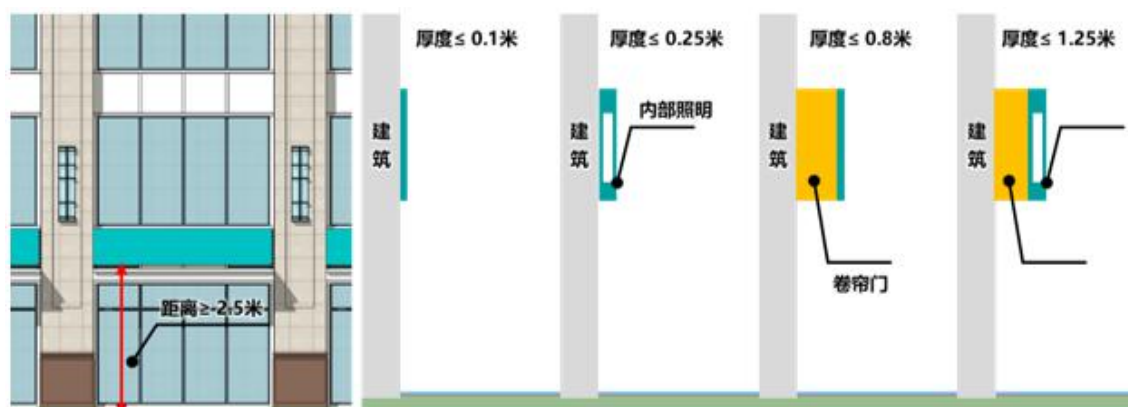
4.4.1 平行外墙式招牌

(1) 户外招牌宽度宜与所属单位出入口的宽度一致，最大宽度不应超过所属单位经营服务场所的范围。相邻店面的招牌应分别设置，招牌间距不宜小于 0.3m。建筑底层的招牌应设置在二层楼板以下。

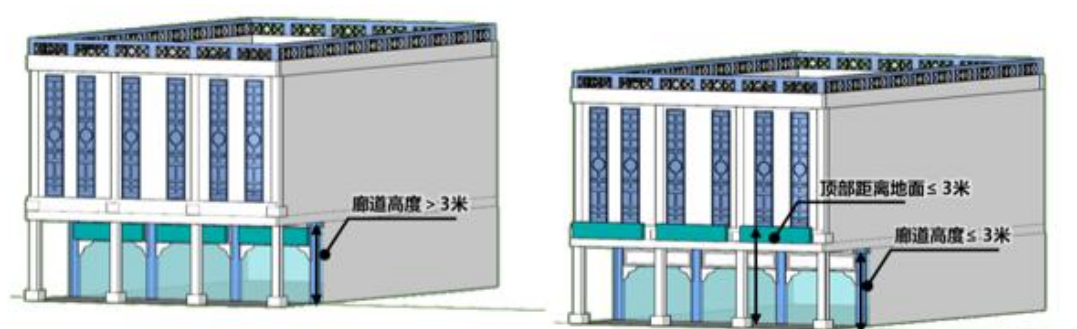
(2) 临街商铺户外招牌牌面高度不大于所在楼层层高的 1/3；招牌上沿不得超出建筑屋顶、女儿墙(坡屋顶建筑不得超出建筑檐口)。



(3) 招牌底部距地面不小于 2.5 米，招牌厚度不大于 0.1 米，若采用内部照明则箱体厚度不大于 0.25 米；若因场地限制，箱体部分需含卷帘门、空调外机等，则采用外部照明的箱体厚度不大于 0.8 米，采用内部照明的箱体厚度不大于 1.25 米。



(4) 骑楼建筑廊道内侧或出挑部分的底部距离地面大于等于 3m 的，应设置在廊道内侧和出挑结构以下；小于 3m 的，可设置于廊道外侧或出挑部分的墙面上，户外招牌的下沿不得低于建筑出挑部分的楼板，上沿不得高于二层窗户下沿，且高度不得大于 3 米。骑楼招牌宜采用镂空式样。活力展示区不受建筑高度限制，招牌可设置于廊道外侧。



(5) 招牌设置不得遮挡建筑立面上门窗、立柱、线脚、拱券等构件，不得破坏或遮挡建筑物外观装饰物。

(6) 建筑平面布局上有凹凸或曲折变化的，招牌设置不得破坏建筑立面的形态关系。



(7) 不得在建筑物屋顶之上设置户外招牌（含裙楼屋顶）。

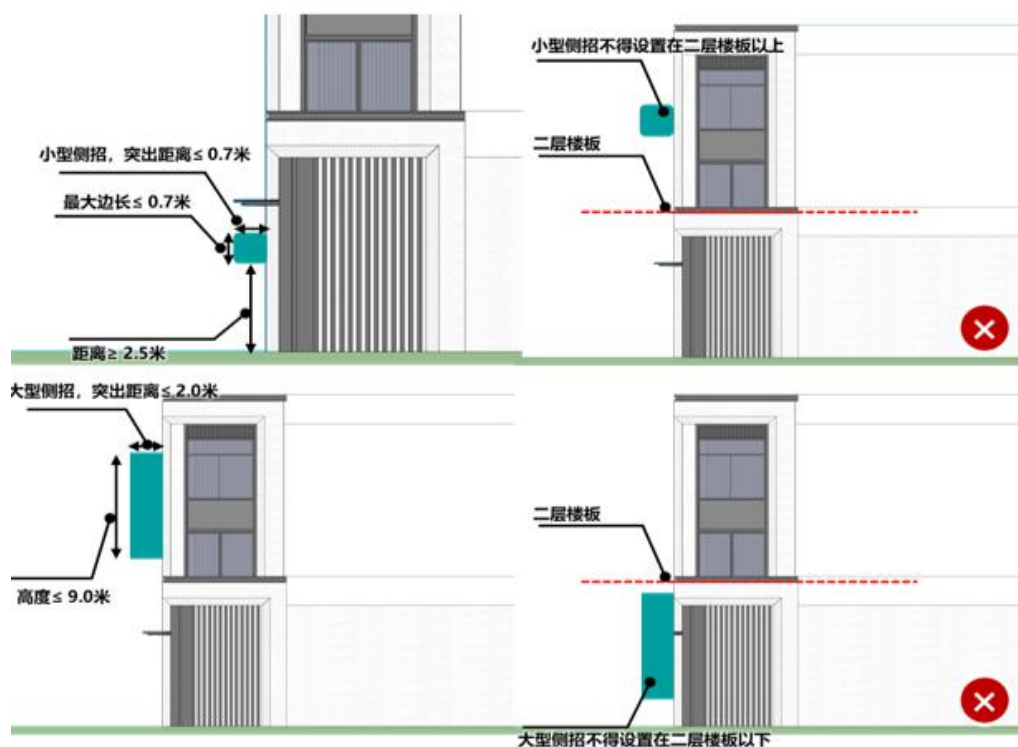
(8) 集中设置的户外招牌面积不宜大于 6 层以下建筑外立面面积的 30%。

4.4.2 垂直外墙式招牌

(1) 小型侧招垂直于墙体最大突出距离不得大于 0.7m，招牌牌面最大边长或直径不超过 0.7m，厚度不得大于 0.3m；底边距地面不得小于 2.5m，悬挂角度应与建筑物外墙成 90° 角。

(2) 小型侧招不得设置在二层楼板以上，宜以实物造型或图案来表现单位标识（LOGO），采用内置光源照明。

(3) 大型侧招不得设置在二层楼板以下，垂直于墙体最大突出距离不大于 2.0m，高度不超过 9m、厚度不大于 0.5m。悬挂角度应与建筑物外墙成 90° 角。

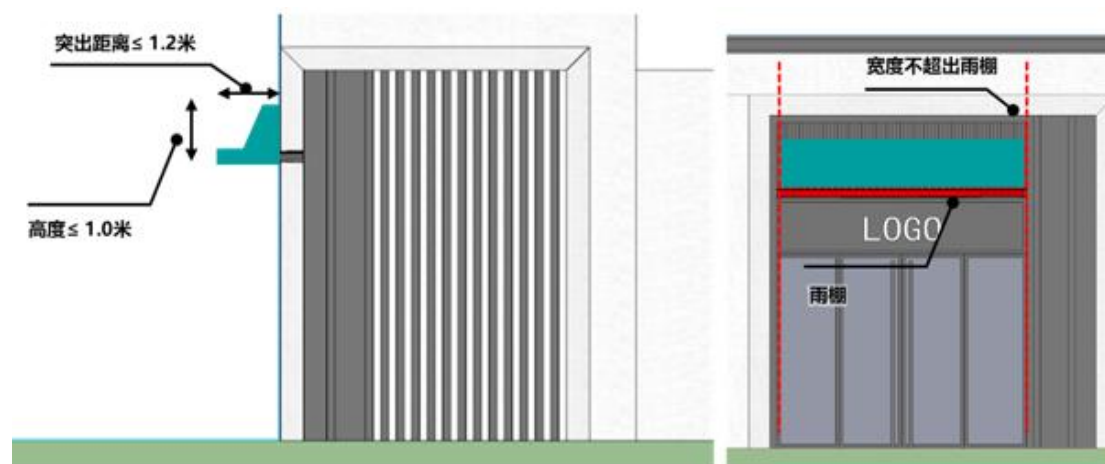


(4) 户外招牌不宜突出道路红线或用地红线，当必须突出时，应经主管部门批准：位于人行道上空，距离地面 3m 以上设置，突出深度不大于 0.6m。位于车行道上空，距离地面 4m 以上设置，突出深度不大于 0.6m。

4.4.3 遮棚式招牌

(1) 遮棚式招牌宜结合遮棚采用镂空字体样式设置，不得影响窗户的正常开启和防火通风的需求。

(2) 同一个建筑立面设置的遮棚式招牌类型、大小、悬挂位置、出挑尺寸应一致。遮棚式招牌出挑距离不宜大于 1.2m，高度不宜大于 1m，不得超过雨棚宽度。



4.4.4 镂空字体招牌

(1) 由于建筑构造原因导致设置户外招牌困难而结合建筑雨棚设置户外招牌的情形，推荐使用镂空字体招牌。

(2) 字体招牌单字最大边长不大于 0.7 米，且满足招牌字符尺寸与相邻道路宽度的尺寸关系。

(3) 字体招牌的字符间距不大于单字字符宽度。



4.4.5 独立式招牌

(1) 独立式招牌应设置在所属建筑的用地界线范围之内，招牌尺寸根据具体设计方案、场地条件等确定，无特别要求的，设施尺寸应符合最大高度和宽度要求。

竖向独立式招牌设施最大高度

设置场地宽度W (m)	招牌高度H (m)
$5 \leq W \leq 10$	3
$10 < W \leq 20$	5
$20 < W$	10

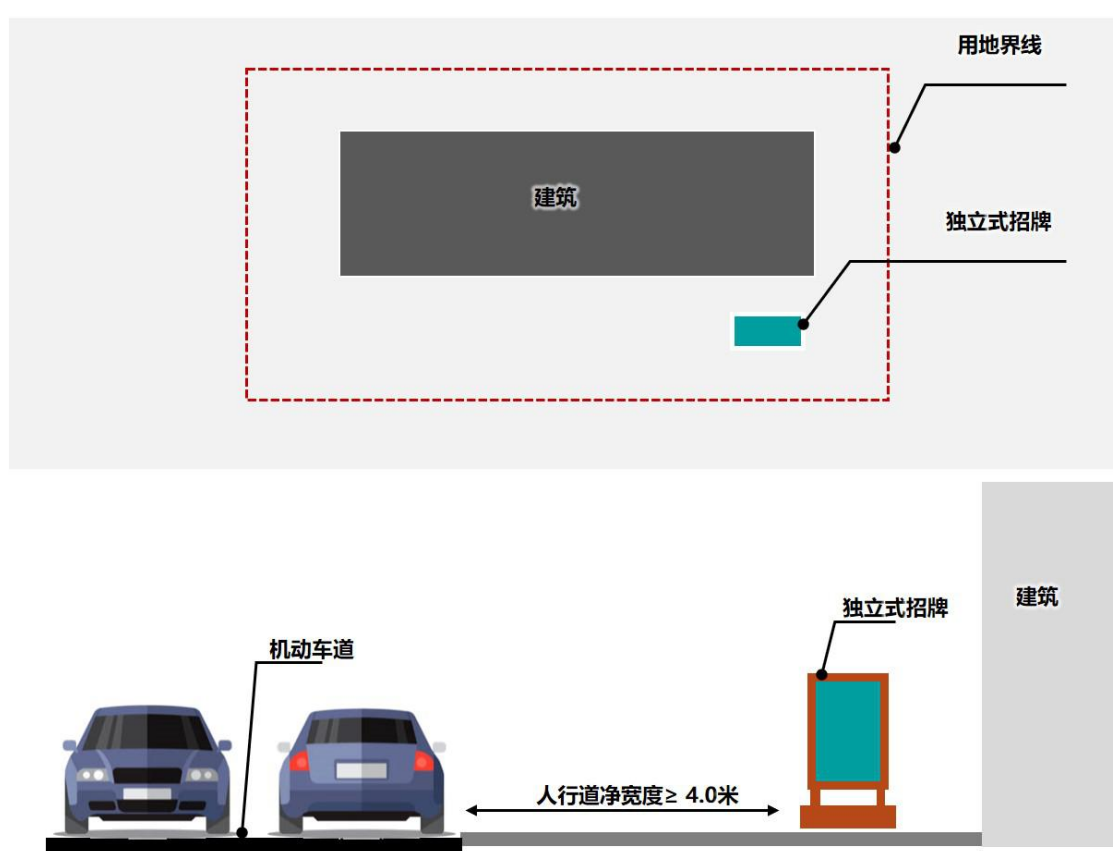
横向独立式招牌设施最大高度和宽度

设置场地宽度W (m)	招牌高度 (m)	招牌宽度 (m)
$15 \leq W \leq 20$	1.5	5
$20 < W$	2	8

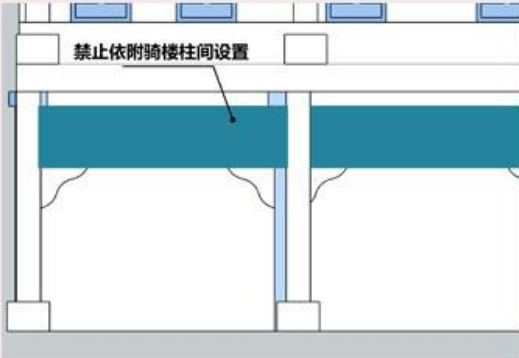
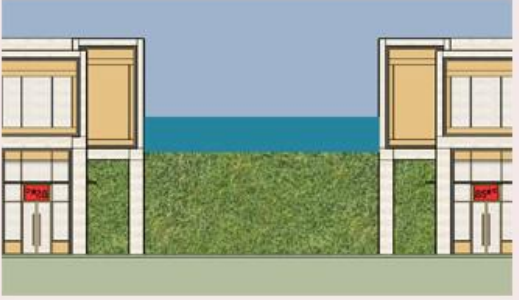
(2) 设置独立式招牌，场地空间应满足宽度不小于 4.0 米。(建筑间场地剩余宽度或招牌外沿至路缘石宽度)

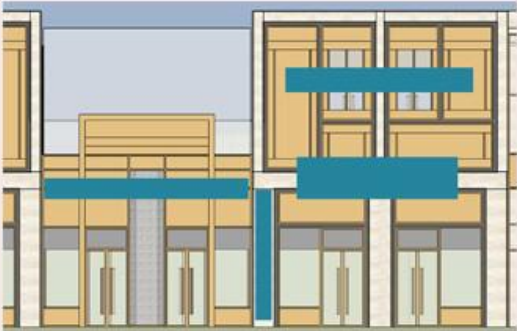
(3) 场地宽度小于 5m 的区域不应设置。

(4) 竖向招牌最大宽度不应大于 1.5m。



4.5 户外招牌设置正、负面清单

设置位置	禁止的情形	推荐设置
	禁止依附于骑楼外柱间设置	推荐设置于骑楼檐下的门楣处
	 禁止依附骑楼柱间设置	
	禁止超出建筑物顶部轮廓线凌空设置	依附于建筑门楣处设置
		
	禁止跨越建筑设置招牌	依附于建筑立面设置
		

	禁止的情形	推荐设置
设置位置	禁止遮挡建筑立面上门窗、立柱、线脚、拱券等构件；不得破坏或遮挡建筑物外观装饰物 	结合建筑立面上门窗、立柱、线脚、拱券等构件，与建筑立面整体设计 
	店面招牌设施高度小于建筑首层层高的1/3。禁止店面招牌设施高度过高，比例失调 	店面招牌与建筑首层层高比例保持协调 

版面设计	禁止的情形	推荐设置
	禁止文字或图案标识大面积占用招牌版面，避免整体比例失调 文字或图案 大面积 占用版面	招牌文字、图案标识与版面比例协调，有一定留白 
其他	禁止的情形	
	禁止设置“一店多招” 	禁止设置“一楼多标识” 
	禁止依附于同一场所出入口重复或层叠设置 	禁止利用或者变相利用门店店招设置、发布户外广告的 

第五章附录

5.1 管控分区

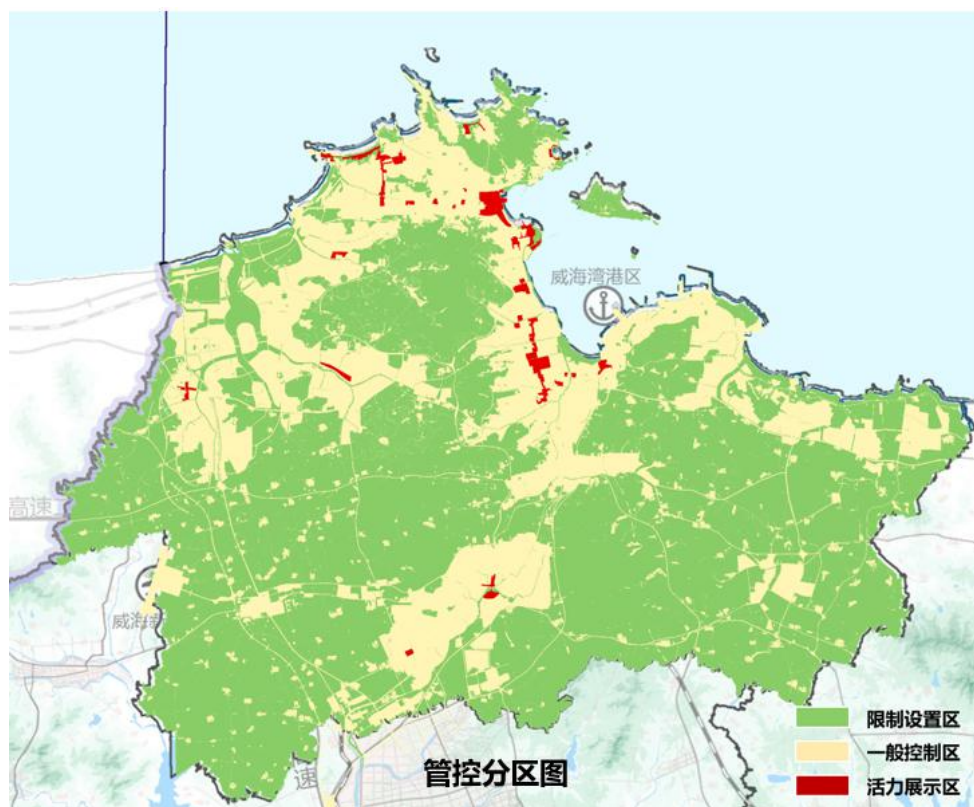
综合考虑区域功能定位、景观风貌等因素，将环翠区全域划分为限制设置区、一般控制区、活力展示区，分区管控要求如下：

限制设置区：禁止设置商业广告，允许设置公益广告。

一般控制区：允许商业广告、公益广告，以宣传威海城市特色、优秀旅游资源、名优企业为主。

一般控制区和限制设置区，广告设置按照导则相关要求及正负面清单进行控制。

活力展示区：广告设置采取开放式引导的方式，通过设置负面清单，明确不得设置的广告类型、设置方式、色彩、材质等内容。



5.2 户外广告设施优秀案例参考

5.2.1 户外广告

鼓励利用新技术设置户外广告，如 LED 电子显示屏广告、LED 透明屏广告、楼梯整体幕墙广告、投影广告、互动广告等。



5.2.2 户外招牌

避免广告店招同质化一，宜形成各具特色、富于节奏变化的店招

组合形象，营造浓厚的商业氛围。鼓励在满足相关规定的前提下发挥创意。

