

乌拉特前旗乌拉山镇 户外广告和牌匾设置专项规划

2016年12月

乌拉特前旗乌拉山镇 户外广告和牌匾设置专项规划

内蒙古城市规划市政设计研究院

2016年12月

城乡规划编制资质证书

证书编号 [建]城规编 (141051)

证书等级 甲级

单位名称 内蒙古城市规划市政设计研究院有限公司

承担业务范围 业务范围不受限制

发证机关



2014年 6 月 10 日

(有效期限: 自 2014年 6月 10日至2019年6月30日)

NO. 0000097

中华人民共和国住房和城乡建设部印制

项 目 名 称: 乌拉特前旗乌拉山镇户外广告和牌匾专项规划 (2016—2030)

规 划 证 书 号: 甲级 (081016)

项 目 编 号: NGS (G2014-G2-25)

编 制 单 位: 内蒙古城市规划市政设计研究院有限公司

院 长: 杨 永 胜 (国家注册城市规划师)

(国家注册公用设备工程师)

(教授级高级工程师)

总 规 划 师: 幕 郁 海 (国家注册城市规划师)

(高级工程师)

总 工 程 师: 张 伊 华 (国家一级注册建筑师)

项 目 负 责 人: 安 家 乐 (工程师)

编 制 人 员: 张 伊 华 (国家一级注册建筑师)

安 家 乐 (工程师)

刘 佳 乐 (助理工程师)

I. 规划背景

乌拉特前旗于2012年开展了户外广告设施的专项治理工作，在一定程度上改善了乌拉特前旗乌拉山镇的市容、市貌。为了贯彻落实党的十八大精神以及自治区“8337”发展战略，以呼包鄂为中心的蒙西经济区加速形成，随着此类诸多因素的影响，乌拉特前旗的发展有了全新的要求和崭新的机遇。

结合已经在协调与指导乌拉特前旗城镇规划建设方面发挥了重要作用的《乌拉特前旗乌拉山镇城市总体规划（2014-2030）》及乌拉特前旗乌拉山镇近两年编制完成的相关规划。按照2011年施行的住房和城乡建设部《城市户外广告设施技术规范CJJ149-2010》等法律、法规及规范要求；按照乌拉特前旗乌拉山镇城市建设管理部门的工作安排部署，由乌拉特前旗规划局组织内蒙古城市规划市政设计研究院牵头编制《乌拉特前旗乌拉山镇户外广告和牌匾设置专项规划》。



II. 目录



- 第一章 概述及调研分析**
- 第二章 总 论**
- 第三章 户外广告规划控制导则**
- 第四章 户外广告规划设计方案**
- 第五章 近期建设与实施建议**

第一章 概述及调研分析

第一章 概述及调研分析

一、概述

乌拉特前旗位于内蒙古自治区西部，巴彦淖尔市东南部，河套平原东端，旗政府所在地乌拉山镇距呼和浩特市288公里，距巴彦淖尔市临河区142公里。乌拉特前旗通过京藏高速公路、110国道、包兰铁路等多条交通干线与外界相连系。优良的区域位置与便利的交通条件为乌拉特前旗提供了优越的发展基础。

巴彦淖尔市在内蒙古自治区的位置



乌拉特前旗在巴彦淖尔市的位置



乌拉特前旗位于内蒙古自治区西部，河套平原东端，巴彦淖尔市的东南部。东与包头毗邻，西与五原县相连，北与乌拉特中旗接壤，南至黄河与鄂尔多斯市杭锦旗和达拉特旗隔河相望。以包兰铁路和京藏高速公路为基础，贯穿呼一包一银一兰等主要城市，形成“呼、巴、银、兰、青”经济带，乌拉特前旗处于轴线的中间位置。



第一章 概述及调研分析

乌拉特前旗位于条件优越的自流灌区河套平原，具有土壤肥沃，水草肥美，日照充足的优点，可以作为理想的农作物种植基地和畜牧业基地。同时，乌拉特前旗地下蕴含着丰富的矿物资源，为发展重化工业等产业提供了便利的条件。



第一章 概述及调研分析

乌拉特前旗旗域内的乌梁素海、乌拉山以及大面积的草原构成了优良的自然资源，以此为基底建设形成的国家森林公园、高尔夫球场、草原旅游风情区等设施区与长城遗址、秦汉古墓群等又构成了丰富的旅游资源。



2011-2013年，乌拉特前旗连续三年在我国西部百强县（旗）中占有一席之地，排名稳中有进，2013年位居第80名，县域经济基本竞争力较高；2012年乌拉特前旗GDP完成122.92亿元，在巴彦淖尔市7个旗县区GDP排名中位列第2，仅次于临河区。

随着城市化进程的不断提高，乌拉特前旗的城市整体规划及建设日新月异，户外广告和牌匾设置也不断的增多，不可避免的出现了一些问题：

（1）户外广告位设置混乱。



第一章 概述及调研分析

(2) 广告材质参差不齐。



(3) 广告内容缺乏创新。



(4) 广告的利用率不高。



户外广告的低端无序设置是制约城市形象提升的主要因素。因此，需要合理、有效的提升乌拉特前旗户外广告的设置秩序，以达到城市总体形象的综合改善。

第一章 概述及调研分析

二、调研分析

1、国内外户外广告设置现状

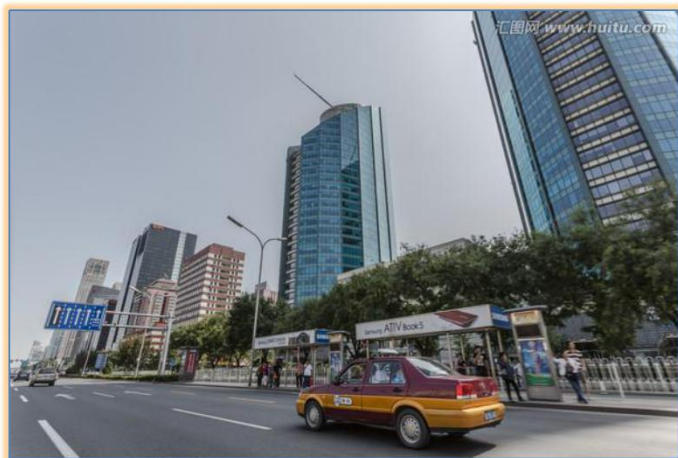
随着社会的不断进步，城市的形象也日新月异，作为城市形象组成部分之一的户外广告也有了很大的变化，从无到有，从少到多，从简单的自设牌匾到多元化的商业广告，户外广告越来越多的影响着城市的视觉界面。随着经济的发展与进步，我国户外广告的材质在商业广告的应用上与国际通用的户外广告基本一致，但在制作工艺、设计思想和使用方式上仍与国际先进水平有很大的差距。



北京、上海、广州等沿海大城市户外广告发展较快、设置种类较丰富，基本代表了中国的最高水平，涌现了许多优质的户外广告创意及实例，但在总体上讲还有着许多的问题，其中主要体现在以下几点：

第一章 概述及调研分析

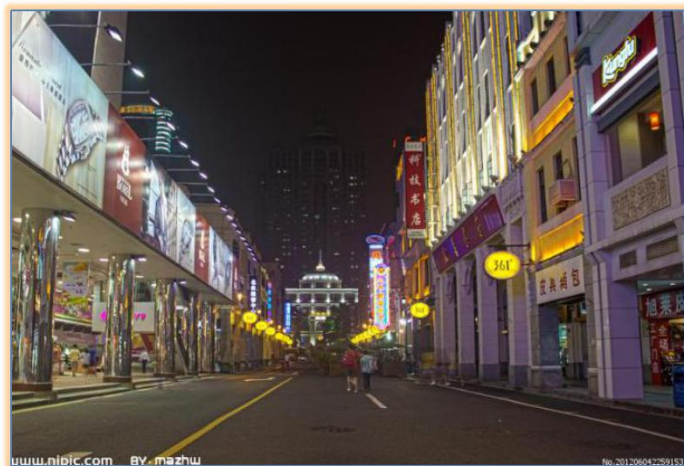
(1) 户外广告的表现形式、表达内容相对单一。



(2) 使用的材料多为喷绘、霓虹灯、LED灯等材料的单一使用。



(3) 创新度不够，冲击力不强，表现平淡。



(4) 与建筑、环境景观不协调。



第一章 概述及调研分析

以上的现象导致了户外广告对城市形象的负面影响，是我国城市现阶段的通病。而国外的一些发达城市就很好的处理了这些问题，以纽约为例，时代广场户外广告的设置相当集中，他们的户外广告采取了各种手段和材料的综合化组合，运用丰富的声光电效果，产生多样的图画，给人以视觉上的冲击和享受的同时，与建筑及环境和谐统一，不仅起到了很好的广告效果，同时还为城市增添了活力和动感。对城市的其他地区则严格控制了户外广告的数量，形成相对安静的城市界面。



第一章 概述及调研分析

2、乌拉特前旗乌拉山镇户外广告和牌匾设置现状：

近年来，随着乌拉特前旗经济的发展，城市基础设施也日趋完善，但城市区域发展水平差别较大，户外广告水平也参差不齐，严重影响了乌拉特前旗的整体城市形象。

a) 无重点、无节奏：户外广告设置位置没有明确规定，主次不清，城市各个功能区域户外广告设置无差别，导致城市户外广告不能很好的起到其应具备的作用。



b) 水平差异过大：在同一功能区域内，户外广告设施的水平差异过大，优劣混杂，无统一规划及控制。



第一章 概述及调研分析

c) 设计思想陈旧：大部分户外广告设计水平低劣，样式陈旧，无创新。



d) 广告形式与建筑物不协调：户外广告形式及色彩搭配混乱，与建筑物差异过大，严重影响城市整体形象。



第一章 概述及调研分析

e) 缺乏必要的管理及维护：户外广告管理及维护水平不高，户外广告破损严重，直接影响了城市的整体形象。



综上所述，城市户外广告形象，严重制约了城市整体形象的提升，只有通过对城市户外广告进行整体规划，对重要部位详细设计，成为提升城市形象工作中迫在眉睫的一环。



第二章 总论

第二章 总论

户外广告作为一种媒介形式是现代城市整体环境的组成部分，是展示城市形象的要素之一。户外广告设置在城市发展进程中应与城市建设相互促进，通过规划引导建设。









为有效管理乌拉特前旗乌拉山镇户外广告设施建设，规范户外广告设置，维护市容整洁、美观，在《乌拉特前旗乌拉山镇城市总体规划》的指导下，结合本市实际，编制本规划。

一、规划研究内容

1、户外广告设施

根据《城市户外广告设施技术规范（CJJ149-2010）》中对户外广告设施的分类，对乌拉特前旗乌拉山镇中心城区的户外广告设施进行规范与整治。包括不同性质、不同形式、不同时限的户外广告设施。

户外广告设施分类

类别名称	内容与范围	
建（构）筑物上的户外广告设施	设置在建（构）筑物外墙面、顶部的各类户外广告设施、包括屋顶户外广告设施、平行于墙面设置的户外广告设施、垂直于墙面设置的户外广告设施及围墙上设置的户外广告设施	 
公共设施上的户外广告设施	设置在道路两侧和公共场所的灯杆、电杆、公交车站牌、候车亭、报刊亭、电话亭、阅报栏、画廊、自动售货机、自行车棚等公共设施上的各类户外广告设施	 
地面上的户外广告设施	直接在地面安装的各类户外广告设施，包括立杆式户外广告设施、底座式户外广告设施、大型落地户外广告设施及大型高立柱户外广告设施	 
移动式户外广告设施	设置在移动交通工具或飞艇、气球等升空器具上的户外广告设施，包括车辆上设置的户外广告设施、船舶上设置的户外广告设施及空中移动户外广告设施	 

第二章 总论

2、牌匾标识设施

牌匾标识设施指企事业单位和其他组织及个体工商户，利用自有或者租赁的建（构）筑物等设施设置经登记注册的本单位名称、字号和标识。

二、规划依据

1、相关的法律法规和技术规范

《中华人民共和国广告法》（1995 年）

《城市容貌标准》（GB50449--2008）

《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）

2、相关规划

《城市用地分类与规划建设用地标准》（2012年）

《乌拉特前旗土地利用总体规划（2009-2020）》

《乌拉特前旗国民经济和社会发展“十二五”规划》

3、其他

地方其它市容和环境卫生管理条例、管理办法及广告设置标准、规定要求等；国家、住房和城乡建设部、内蒙古自治区其它有关法律法规、政策文件。

第二章 总论

三、规划期限、原则及指导思想

1、规划期限

近期：2016-2030 年

2、规划及设计原则

(1) 广告牌匾规划原则

①统一规划的原则

在中心城区范围内对各类型户外广告设施和牌匾标识设施的设置进行统筹考虑、科学规范，使本规划与乌拉特前旗乌拉山镇其他相关规划协调统一。

②分区控制的原则

对城市各个分区进行特征分析，确定不同分区城市户外广告的总体布局形式。对城市重点区域的自然环境和人工环境进行特色分析，确定区域在城市中的功能作用以制定户外广告设置方案，提升区域功能品质，突出地方特色。

③合理布局的原则

根据上位规划对户外广告设置的密度、数量、尺寸、颜色和设计风格进行整体确定，对于城市不同地段确定不同的户外广告数量，设置符合此地段的户外广告形式。

④规范设置的原则

对户外广告设施和牌匾标识设施进行科学分类和整体规范整治，根据不同分类的要求进行规范化和合理化的设置。

⑤突出重点的原则

提取可突出城市特色的重要地块，结合总体规划，打造重点地段与街区的户外广告设施和牌匾标识设施，以体现不同的城市形象、品质。

第二章 总论

(2) 广告牌匾设计原则

① 整体性原则

以城市总体规划为原则，与各区域功能定位相呼应，符合各功能区域的实际需求，设计与环境相统一、相协调。

② 先进性原则

结合国内外的最新理念，合理运用先进的广告形式，使规划在较长的时间内均具有指导意义。

③ 综合性原则

将城市户外广告规划与城市建筑、公用设施、道路桥梁、绿化景观等结合在一起，综合考虑，整体布局，使户外广告和城市整体环境成为一个有机的整体。

④ 可实施性原则

充分考虑城市的实际情况，合理规划，合理设计，以可实施性为前提，不盲目、不激进，根据城市各区域的不同情况区别对待，合理搭配，充分尊重建筑物的原有形态，保证规划的实际效用。

⑤ 生态及绿色原则

保证城市的生态自然环境不损坏，是城市户外广告发展的原则，是城市健康发展的前提。

⑥ 人本原则

以人为本，充分考虑不同群体的实际需求，符合人们的审美，并适当引导，对城市户外广告进行合理、美观、实用、先进的规划设计。

3、规划目标

(1) 近期建设目标

户外广告设施与牌匾标识设施的整治、规范阶段，以适宜的位置、密度、大小、颜色等打造和谐城市生活空间，激发“城市活力”。

第二章 总论

(2) 远期建设目标

户外广告设施与牌匾标识设施的完善提升阶段，通过不同分区的广告定位和导向，营造出不同的城市空间氛围，对户外广告设施和牌匾标识设施进行严格控制，规划引导，营造有序的视觉空间环境，根据国内外广告发展趋势，引进新形势、新媒介，展现城市魅力。

4、指导思想

(1) 体现特色、提升竞争力

规划应充分贯彻城市总体规划思想，通过规范引导户外广告设置，尊重和弘扬乌拉特前旗地域文化，体现地域特色，促进城市综合竞争力的全面提升。

(2) 因地制宜，促进发展优化

规划应与城市社会经济发展水平相适应，应能促进社会进步、经济发展与景观优化。

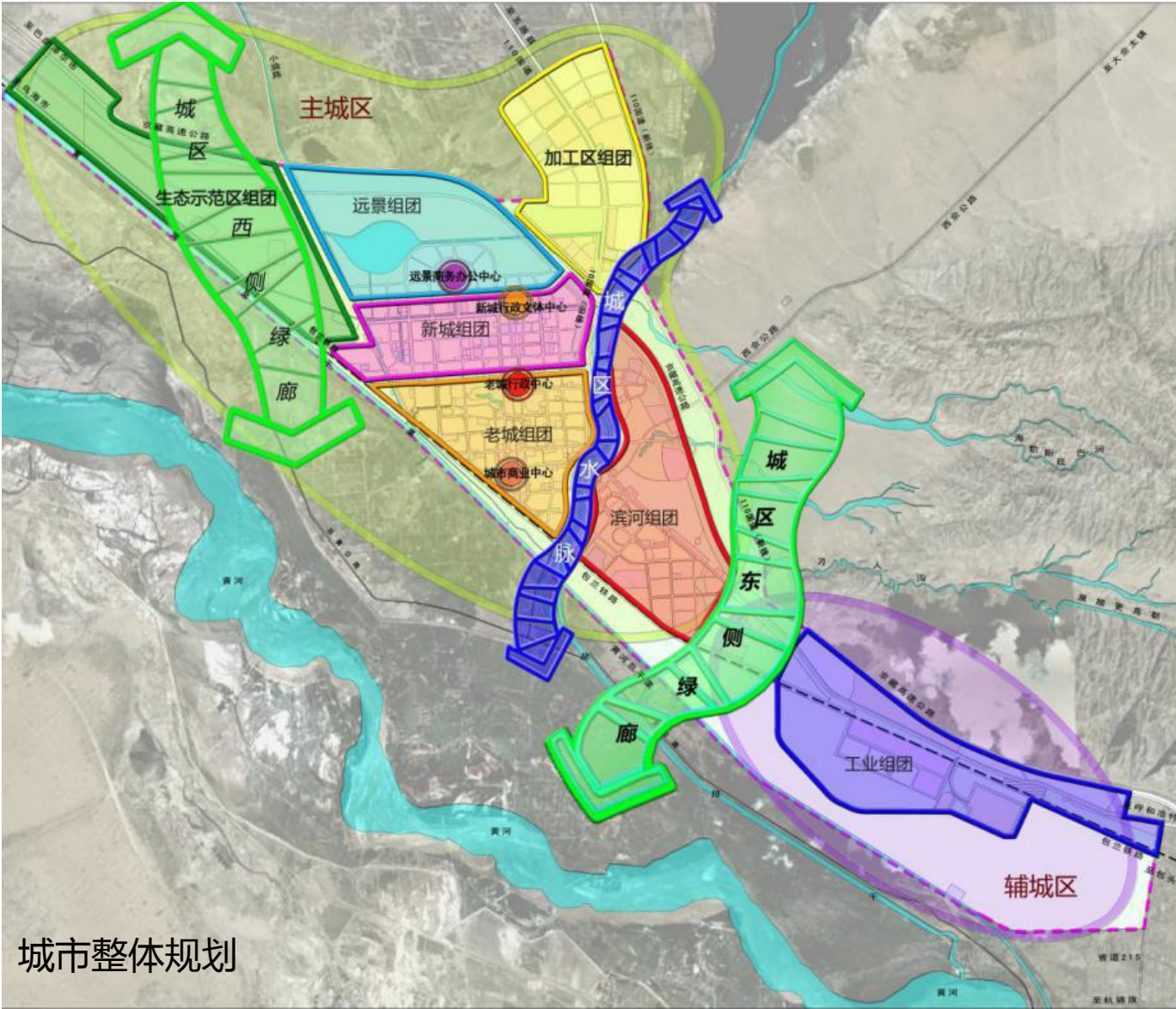
(3) 适应环境、实现公平配置

规划应作为政府相关公共政策的重要组成部分，应顺应当前社会主义市场经济的宏观环境，在投资主体和利益主体多元化的背景下，寻求公共资源配置的公平化。

四、规划总体思路

广告是“城市形象”、“城市CI”、“城市个性”、“城市特色”、“城市魅力”的载体，它对城市经济社会生态协调发展，优化城市环境，提升城市价值，提高城市的知名度有重要意义。所以，通过广告控制和导向可以体现出城市的精神、内涵和追求，乌拉特前旗乌拉山镇中心城区功能分区分为七个组团，根据不同的发展方向及策略对其功能分别定位。

第二章 总论



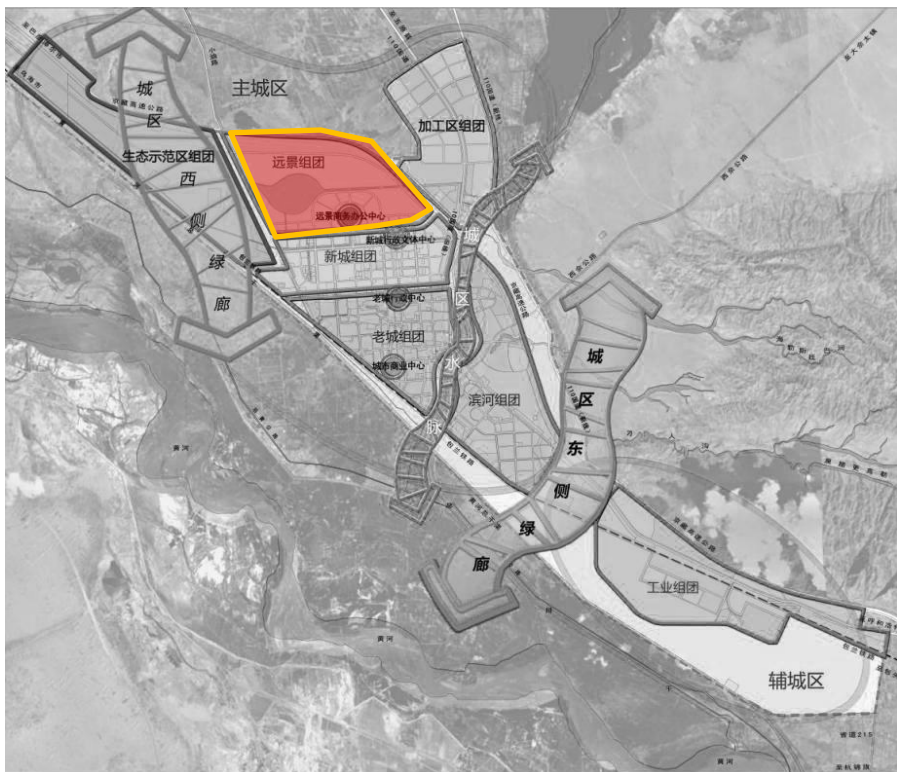
第二章 总论

1、远景组团

远景组团位于城区最北端，环境良好，以居住、商业金融、旅游、度假为主。

(1) 远景组团环境空间宜人、户外广告牌匾设置应体现本市文化的多元性与包容性，展现高品质都市风采。

(2) 旅游、度假的同时为了增强人们的注意力，形成印象积累效果，在远景组团内设立的户外广告牌、灯箱、霓虹灯等，要使人们以欣赏艺术的轻松心情，自然的接收广告信息。



第二章 总论

2、新城组团

新城组团位于城区的北侧，功能以居住、商业、娱乐休闲为主的现代生活区。

(1) 新城组团是连接老城组团与远景组团的中心，广告、牌匾设置要体现政府职能形象，体现区域服务中心功能，具有时代气息的城市窗口。

(2) 广告设置颜色、材质、风格等要与周边建筑物和环境相协调，具有整体性。

(3) 广告设施的设置应与新城组团城市建设同步进行。



第二章 总论

3、老城组团

老城组团位于退水渠西侧，沿用整合现状基本功能：居住、公共服务、商业金融等。

- (1) 商业中心鼓励设置高科技含量的广告媒体，体现现代化都市氛围。
- (2) 重点打造红旗大街、振兴大街等老城组团重要沿线的户外广告设施。
- (3) 维持现有已合理设置的广告形式，鼓励户外广告设施的合理多样化设置。

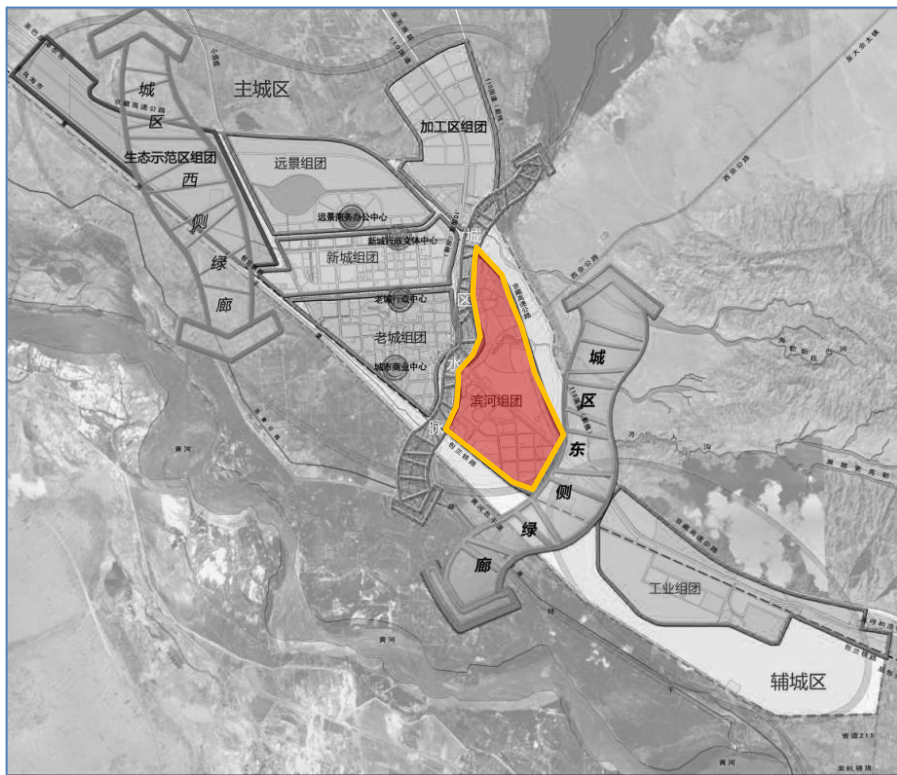


第二章 总论

4、滨河组团

滨河组团位于退水渠东侧，环境良好，功能上以商业、居住代替原来的部分工业用地。该组团内有由苗木基地和卧阳台公园组成的卧阳台生态植物园及桥南生态休闲区，生态环境良好。

- (1) 户外广告设施的设置应充分与建筑融合，鼓励使用能够体现生态文化特色和乌梁素海风情的户外广告。
- (2) 户外广告设施设置的数量、尺寸等应与水渠西侧老城区城市街道形成的城市肌理相适应。

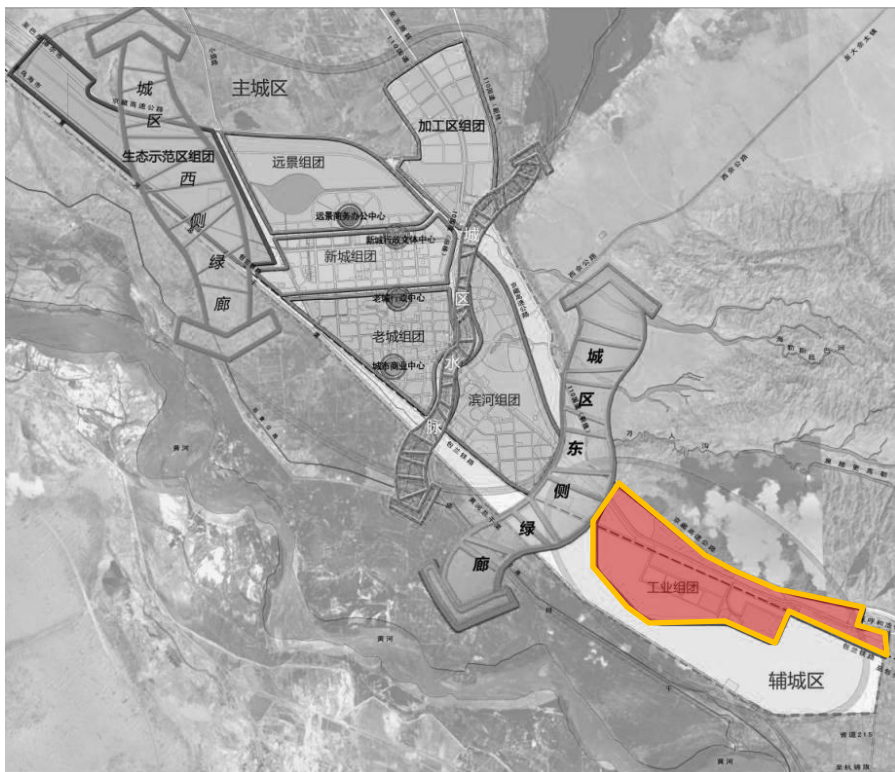


第二章 总论

5、工业组团

工业组团位于城区的东侧，跨越包兰铁路，城市主要工业、物流用地集中布置于此。

- (1) 设置与工业组团主导产业相吻合的户外广告设施。
- (2) 工业组团建筑形式多为尺度较大，鼓励运用大型落地式广告。

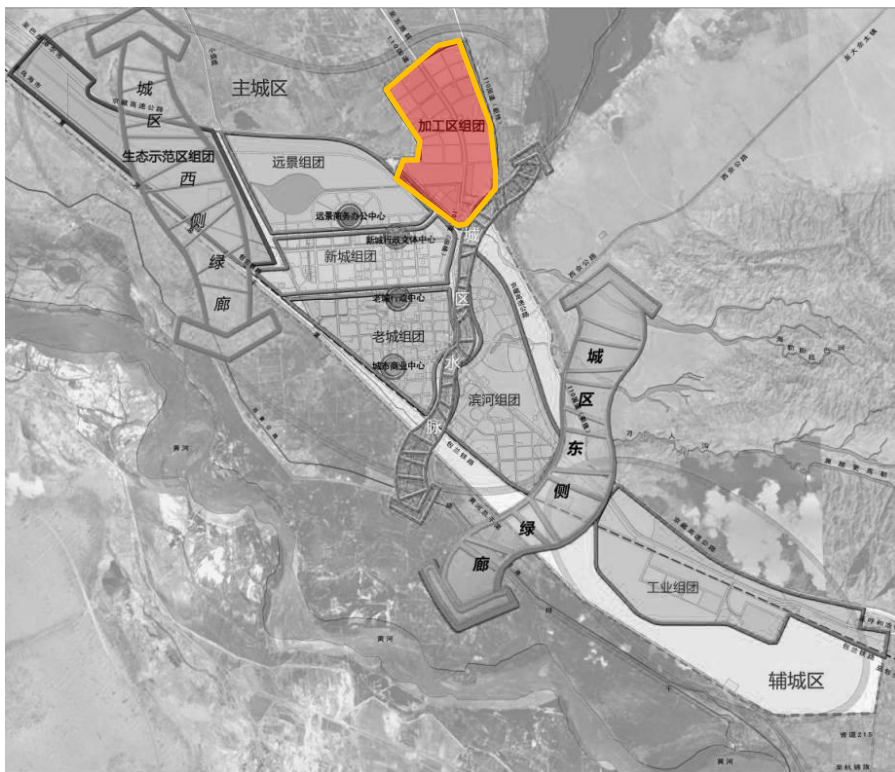


第二章 总论

6、城北加工区组团

城北加工区组团位于城区的东北侧，京藏高速以北，以商贸物流业、加工业为主要功能。

- (1) 户外广告设施的设置应注重沿国道所运用的大型落地式广告。
- (2) 广告内容应优先反应本市及内蒙古自治区面向西北、华北地区的特色品牌等相关内容。

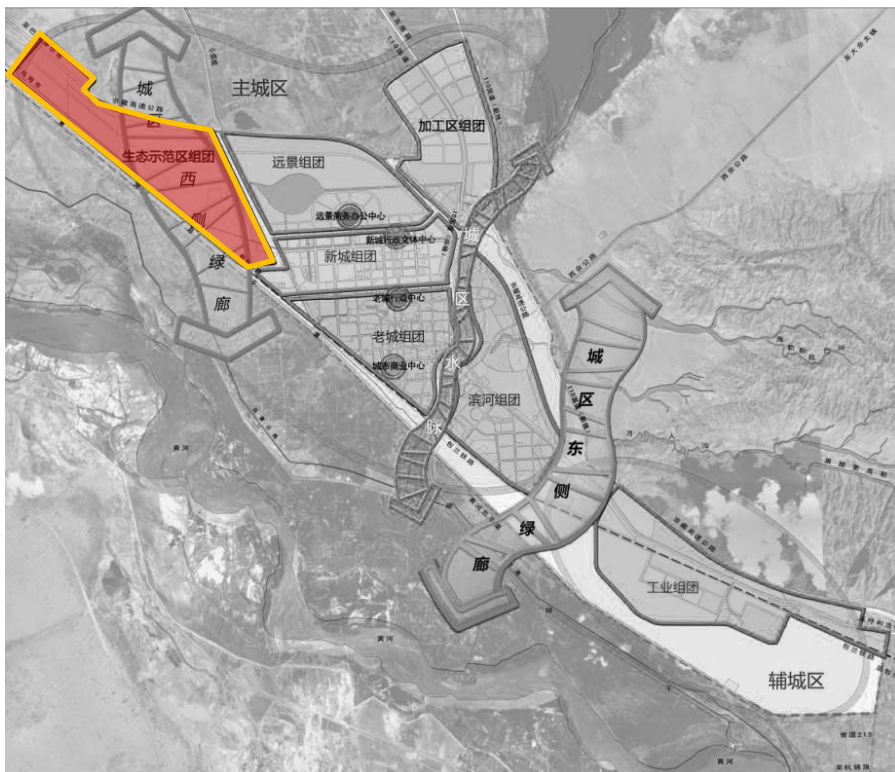


第二章 总论

7、西郊生态示范区组团

生态示范区组团位于城区的西北侧，京藏高速以南，包兰铁路东北部，以苗木培育、农作物种植试验为主要功能。

- (1) 户外广告设施的形象应贴近自然，与周边环境相协调，并能够美化整体环境。
- (2) 控制大型广告的设置，保证生态示范区组团的空间形态的完整性。



第三章 户外广告规划整改方案及设置规定

第三章 户外广告规划控制导则

一、户外广告设置基本规定

依据《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010），结合乌拉特前旗乌拉山镇城市建设管理部门的工作安排部署，确定本市户外广告设置的基本规定。

1、禁止设置的户外广告设施

户外广告设施严禁在下列位置设置：

①交通信号设施、交通指路牌、交通标志牌、交通执勤岗设施、道路隔离栏、人行天桥护栏、高架轨道隔声窗（隔声墙）、道路及桥梁防撞墙与隔声窗（隔声墙），桥梁上的市政设施及公共设施；



②机关、文化教育场所、文物保护单位、风景名胜点及其建筑控制地带；



第三章 户外广告规划控制导则

③ 危房或可能危及建（构）筑物和设施安全的设



④ 利用各类写字楼、住宅楼、公寓窗户设置；



⑤ 在同一幢建筑物上设置两个及两个以上的标识广告；



⑥ 商业性户外广告设施在公园绿地设置；

⑦ 在确定的公益广告位上设置商业广告；



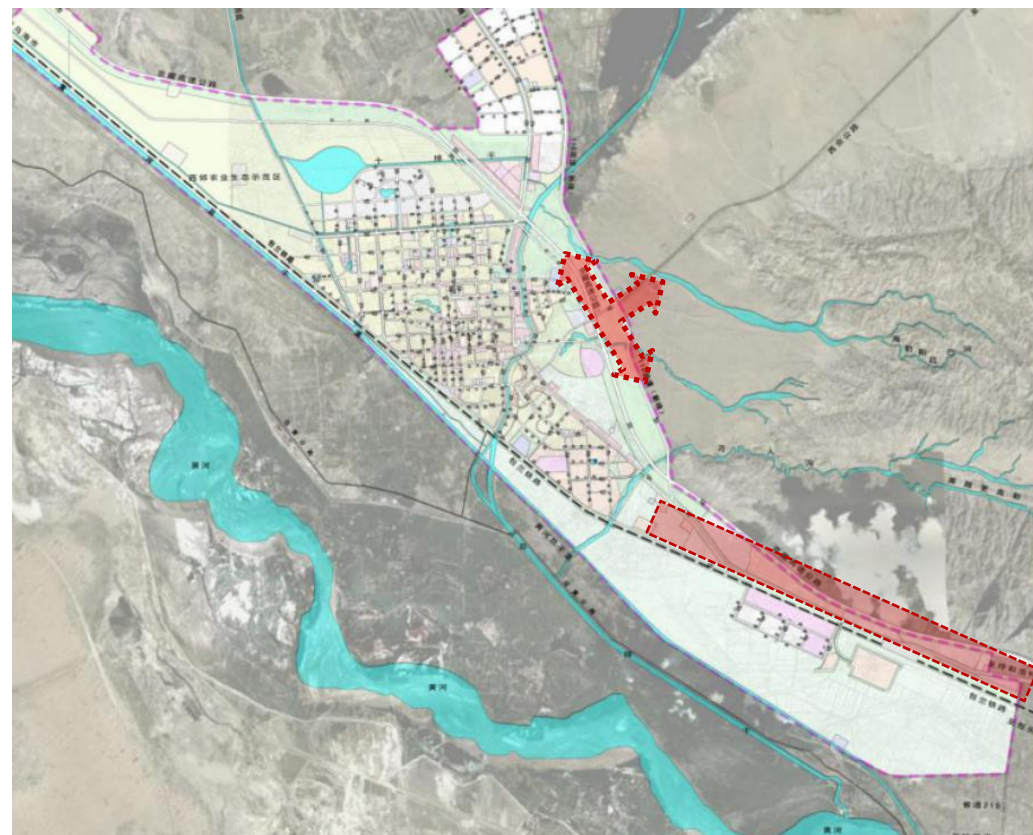
第三章 户外广告规划控制导则

⑧在城市高速公路、快速路沿线设置LED 广告。



2、控制设置的户外广告设施

(1) 大型高立柱户外广告设施和大型落地户外广告设施可在城市区域交通枢纽及区域交通沿线两侧设置，如铁路、高速公路两侧。



第三章 户外广告规划控制导则

(2) 户外广告设施的设置不应影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志的使用、并不应在下列位置设置：

- ①城市道路、公路交叉口半径50m 范围内；
- ②除道路隔离栏外的交通安全设施、交通标志10m 范围内；



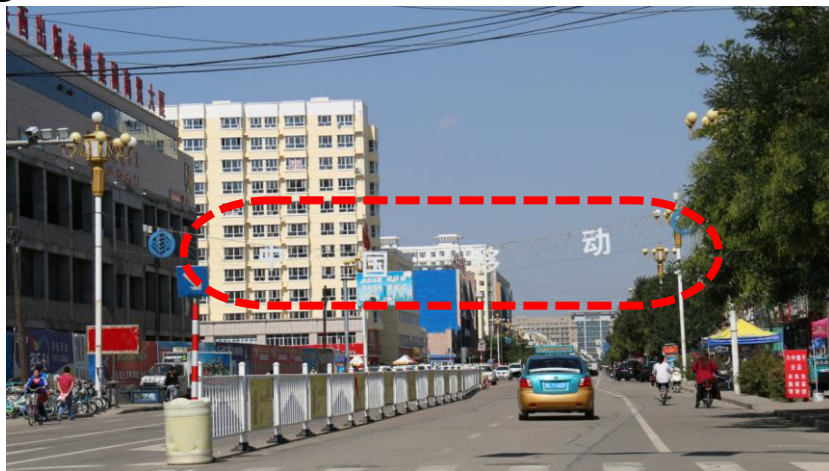
- ③河道、防洪堤的安全防护范围内；
- ④各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内；
- ⑤人行天桥落地扶梯、过街地道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人和车流出入口10m 范围内。



第三章 户外广告规划控制导则

(3) 户外广告设施的设置不应妨碍生产和人民生活，损害市容市貌或者建筑形象，并应符合下列规定：

① 不应跨越城市道路、公路设置户外广告；



② 沿街毗邻建筑物之间的空间不应设置户外广告；

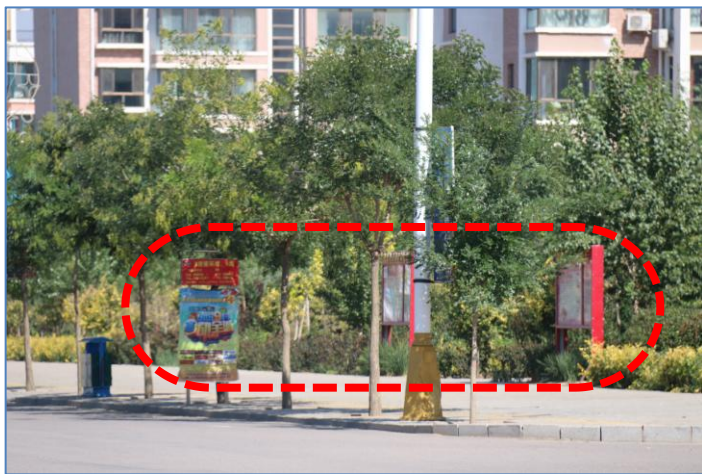


③ 大量车流集散的公共建筑出入口外侧各5m 范围内及其他影响消防安全的区域不应设置户外广告。

(4) 户外广告设施不应利用行道树或损毁绿地，并应符合下列规定：

第三章 户外广告规划控制导则

- ① 不应依附于行道树设置户外广告 ② 不应在道路绿化分隔带中设置户外广告。



(5) 户外广告设施及牌匾标识设施的颜色使用应符合《乌拉特前旗乌拉山镇中心城区色彩规划》（草案）的基本思路：



- ① 广告色彩应符合街区特点，根据周边建筑及景观环境，制定广告主色调，避免高彩度广告、色相反差过大的广告出现。主要商业区及节点可适当放宽颜色限制，突显商业氛围；
- ② 广告设置不得影响居民正常生产生活需要，不得对居民心里造成不良影响；

第三章 户外广告规划控制导则

- ③广告设置应注重从微观层面提高城市形象品味，体现高雅大气的现代化城市形象风貌；
 - ④广告画面应使用与建筑环境协调的色彩，底彩度画面面积不低于总面积的70%，广告画面的辅助色彩可使用少量彩度较高的色彩，色彩倾向应符合《乌拉特前旗乌拉山镇中心城区色彩规划》（草案）的设计要求；
 - ⑤单个广告画面上，要保持同色系颜色应不小于画面总面积的70%（包括字体）；
 - ⑥以产品形象字体为主题的广告，字体面积不超过整个画面面积的60%，字体颜色与背景颜色为同一色系；
 - ⑦标识广告颜色饱和度不应太高、颜色过于突兀，颜色使用应与建筑楼体颜色相匹配协调。
- (6) 户外广告设施及牌匾标识设施的照明、材料选用、结构设计、施工、验收、维护、检测等需符合住建部《城市户外广告设施技术规范》的要求：
- ①关于光源的规定：广告不得以闪烁的光影响居民生活、行人或交通安全。在交通管制信号装置周围30米以内及其背景空间内的广告照明，不得采用闪烁方式及辐射红、黄、绿三色的光源照明。建筑物顶部设置广告提倡采用霓虹灯、立体发光字照明形式；商业企业设置灯箱、橱窗广告应尽量避免外打灯照明形式。
- 关于户外广告亮度标准及色彩的规定：当广告画面颜色总的效果为暖色调时用偏暖色光照明，为冷色调时用偏冷色光照明。



第三章 户外广告规划控制导则

常用户外广告照明方法的技术规定：

灯箱广告照明——

- (a) 光源应采用寿命大于8000h、显色指数大于80和发光效率大的光源。
- (b) 为保证足够亮度，应使荧光灯管之间的距离为灯管到面板距离的2倍左右。

外打灯广告照明——

- (a) 光源应采用寿命大于10000h，显色指数大于80和发光效率大的光源。
- (b) 应采用体积小、重量轻、造型优美，防腐蚀、耐候性好，灯具防护等级大于或等于IP65的灯具。
- (c) 应尽量采用外打灯灯具的配光曲线形状与广告画面形状较为相似的宽水平角的非对称配光的灯具；灯具应维护简便，且有刻度指示，可方便调整照射角度。
- (d) 设置在楼顶的外打灯广告牌，应尽量避免灯具及其支架外露，无法避免的灯具及其支架外观颜色应与广告画面色彩协调。

② 户外广告维护规定

- (a) 广告结构防腐维护，每年至少进行一次，如发现有锈蚀、龟裂和风化等现象，应进行相应的修复。
- (b) 户外广告结构构件连接点应定期检查，发现节点松动或焊接缝有裂痕的，应及时加固、修复及重新焊接。
- (c) 对照明、供电、电器控制设备应定期维护，一旦出现损坏，应在48小时内修复。
- (d) 广告应保证无残缺破损、污渍或严重褪色；电子显示屏、灯箱等形式的广告应保证显示完好，如出现损坏，应于一周内维修或更换。

③ 户外广告检测规定

- (a) 户外广告质量检测应由有资质的专业检测单位实施。由市政园林局负责户外广告的监督实施与管理。

第三章 户外广告规划控制导则

(b) 户外广告应定期检测，保证在设置年限内安全使用。

④ 户外广告的保洁规定

(a) 喷绘广告，每三个月应至少清洗一次，每年应更换一次。

(b) 设置在道路两侧公共空间的户外广告，每月应清洗一次，依附于建筑上的发光类广告，应每三个月清洗一次。

(c) 户外广告的日常维护应由广告设置单位负责，由市政园林局负责户外广告的监督实施与管理。

⑤ 广告设施的设计和安装施工

(a) 广告内容应当真实、合法。

(b) 广告设计必须确保建筑物的安全，不得随意改变建筑物的承重结构以及建筑结构，不得随意改变建筑物的外立面形式，如需更改，应由具备建筑结构设计资质的单位进行重新设计，并征得有关部门及建设单位的同意后方可实施。

(c) 广告设施的安全质量由广告设施设置申请人负责。

(d) 设置的广告设施，其荷载应按《GB50009 建筑结构荷载规范》规定执行，并考虑高度系数。

(e) 广告设施应由具备相关设计资质的单位进行设计，其结构施工图纸应盖有设计单位的设计出图章（具有钢结构设计资质）；并应由具备建筑、安装施工资质的广告公司按图制作安装施工，施工时还应实行监理制度。

(f) 广告设施采用钢结构的，应按《GBJ17 钢结构设计规范》执行。

(g) 设置广告设施应根据其所处环境，采取适当的防雷措施，包括防直击雷和防雷电波侵入，应按《GB50057 建筑物防雷设计规范》规定执行。

(h) 广告设施用电应以低压配电，一般采用三相五线制供电，必须确保接地和安全，可按《JGJ/T16 民用建筑电气设计规范》规定执行。

第三章 户外广告规划控制导则

- (i) 设置屋面和墙面广告设施除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。
- (j) 广告设施与原有建筑物的连接应确保连接可靠、牢固安全。连接埋置固定部位应和连接件等强度。
- (k) 广告设施应注意避让地下管线及高压电力架空线安全保护范围。（总图给控制范围图）

注：其他未尽事宜按相关设计规范执行设计。

二、户外广告设施分类规划要求

本专项规划中广告设施范围包括利用建筑物、构筑物、道路、交通等市政设施，交通工具，以及其它户外载体，以广告牌、霓虹灯、电子显示屏、翻板装置、橱窗、灯箱、实物模型、投影以及张贴等形式发布的介绍商品、服务、或公益内容的设施以及临时设置的各类条幅、横幅等广告；以及利用上述媒介及材质、形式展示楼体名称、商家名称的自设牌匾。

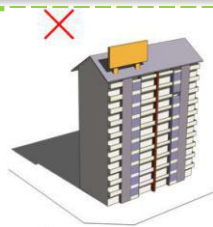
根据所设置的场地权属不同，户外广告可以分为公共用地户外广告和非公共用地户外广告两类。公共用地户外广告，是指在政府未出让或政府拥有使用权的土地（含该地上建筑物、构筑物）上或公路两侧用地范围内、天空空间设置的户外广告。非公共用地户外广告，是指在政府已出让使用权的土地（含该地上建筑物、构筑物），即业主所有的房地产上或业主所有的其它物体上设置的户外广告。户外广告按照设置位置与形式进行分类如下：

1、建（构）筑物上的户外广告设施

- (1) 屋顶户外广告设施设置应符合下列规定：

第三章 户外广告规划控制导则

① 城市建成区中，除重要节点外，其它区域相应控制设置楼顶广告。只允许利用非坡屋顶的建（构）筑物18~60m 的楼体顶部设置透空立体字、霓虹灯标识性广告。



此处不能利用坡屋顶设置广告！

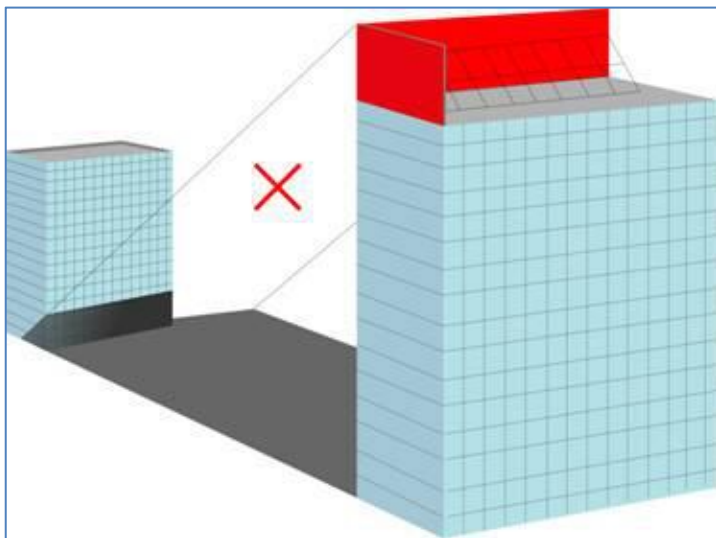
② 屋顶户外广告设施不得对建（构）筑物结构构成威胁，设置屋顶户外广告设施的建（构）筑物应由建筑安全监

测机构进行建筑结构安全检测。



第三章 户外广告规划控制导则

③楼顶广告的设置不得影响相邻有日照要求建筑的日照时间。



此处广告牌大于1米且与建筑物彩色不协调！

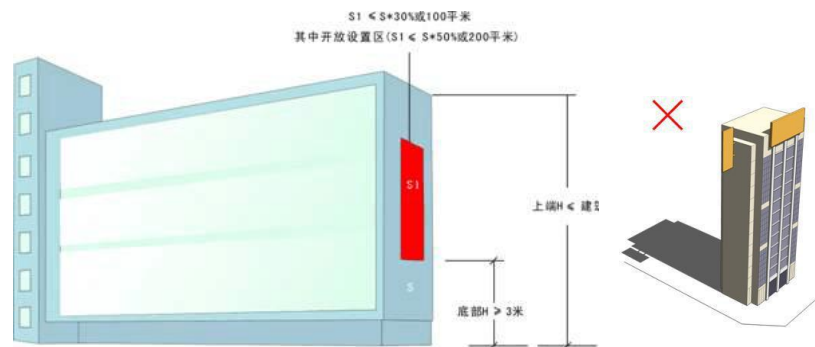
④广告设施底部构架的高度不得大于1米，且与建筑物色彩相协调。广告设施应与建筑物外墙平行，且不得超出建筑物楼顶层四周墙面。



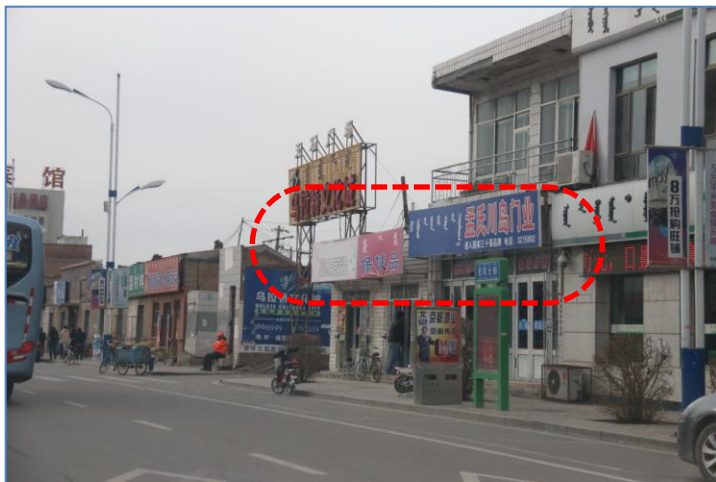
此处广告牌大于1米且与建筑物彩色不协调！

(2) 平行于墙面设置的户外广告设施应符合下列规定：

①户外广告设施宽度应与墙面相协调，四周不得超出墙面外轮廓线。广告下端距地面净高不得低于3米，且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。垂直方向突出墙面距离不宜大于0.5m，道路上空设置的户外广告设施不得妨碍行人、车辆通行安全。



第三章 户外广告规划控制导则



上图广告位垂直墙面方向突出距离超过0.5m!



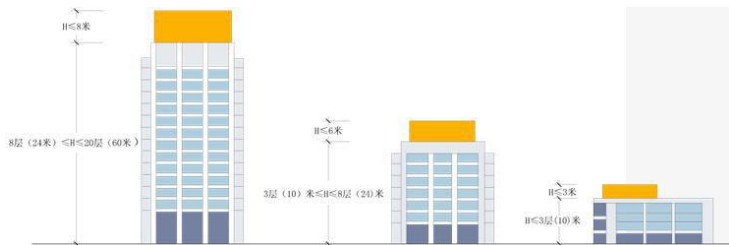
上图广告位超过女儿墙位置!

- ②贴附于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑墙面和高层建筑裙楼墙面。单个广告面积（除广告幕布外）在商业区域内宜小于 100m^2 ，商业区域外宜小于 50m^2 ；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%，商业较为集中的特殊区域可适当提高比例。

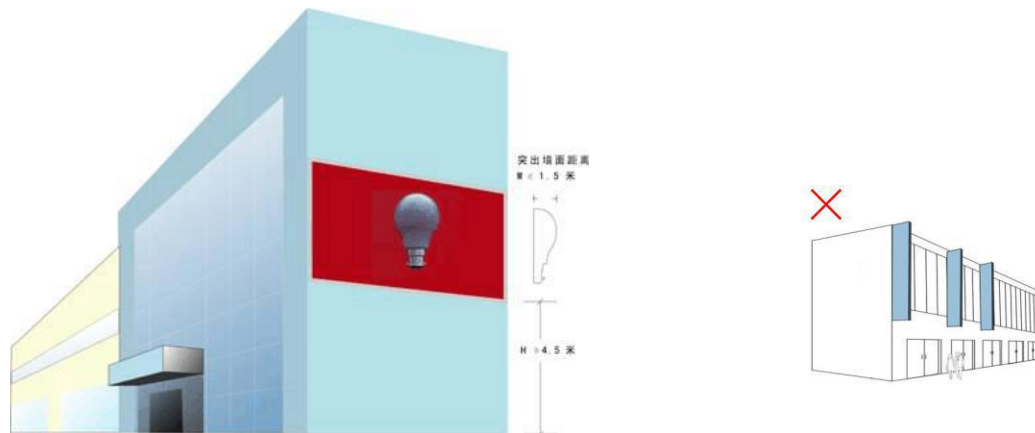


第三章 户外广告规划控制导则

- ③ 高层建筑主体墙面不宜设置户外广告，特殊情况宜设置镂空文字及图案等形式为展示墙体的户外广告设施，从地面至该广告底部的高度小于100m 时，广告高度宜小于3m，单面墙上设置的广告总面积应小于50 m²；超过100m 时，广告高度不宜大于6m，单面墙上设置的广告总面积应小于100 m²。不得在建筑物室外台阶、踏步上设置广告。

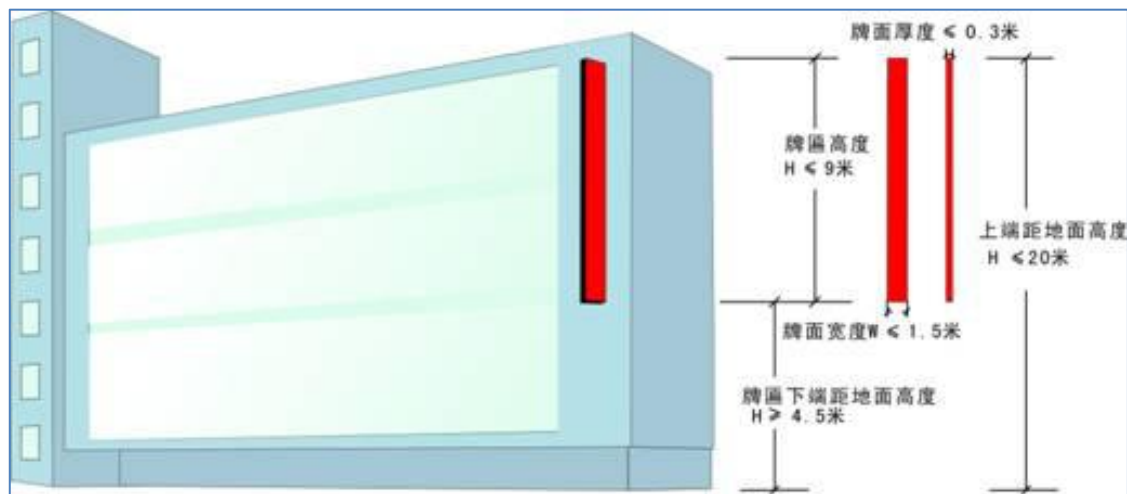


- ④ 立体浮雕式墙面广告突出部分突出墙面距离不得超过1.5米，突出部分下沿距地面垂直距离不得低于4.5 米。



第三章 户外广告规划控制导则

(3) 垂直于墙面的户外广告设施应符合下列规定：



- ① 高层建筑主体禁止设置垂直于建筑物墙面的广告。
- ② 广告牌面宽度（与墙面距离）不得大于1.5米，牌面厚度不大于0.3米。
- ③ 广告下端距地面不得低于骑楼或悬挑架空部分底沿，且距地面不得低于4.5米；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20米。
- ④ 广告总体高度不得超过9米，相邻广告水平间距不得小于建筑开间且最小不得少于6米，且同一立面广告设置须规格、形式一致。



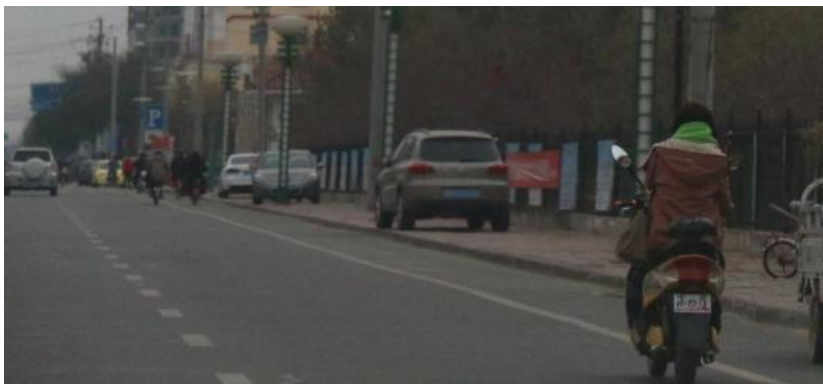
第三章 户外广告规划控制导则

(4) 围墙上设置的户外广告设施应符合下列规定：

① 设置在实体围墙墙面上的户外广告设施，其突出墙面的距离应小于0.1m，高度不得超出围墙高度，宽度应小于围墙柱墩之前的实墙面；



② 透空围墙上不宜设置户外广告设施；



第三章 户外广告规划控制导则

③围墙顶严禁设置户外广告设施。

(5) 橱窗广告



①橱窗的高度不得超过屋顶高度，宽度不得超过建筑物两侧；

②橱窗设施不得凸出墙面，妨碍行人的安全；

③橱窗只能设置实体广告，不能空置、堆放杂物或张贴平面广告；

④在商业区提倡设置橱窗广告，要求橱窗的照明时间必须持续到晚上停业以后。

(6) 投影广告

①投影广告的设置应结合地方经济及实际需要合理设置；

②投影广告不得影响居住居民的正常生活环境。

第三章 户外广告规划控制导则

2、公共设施上的户外广告设施

(1) 依附灯杆（或电杆）设置的户外广告设施，不得影响交通安全，禁止设置在两侧有公园绿地和道路绿化的道路上。



(2) 同一道路，只能在同一种灯杆（或电杆）上设置广告，单根灯杆（或电杆）上不得重叠设置；同一路段的灯杆（或电杆）上设置的广告应做到形式、尺寸、位置一致，并于周围景观相协调。



第三章 户外广告规划控制导则

(3) 灯杆（或电杆）户外广告设施，牌面（单面）面积不得大于 2m^2 ，任意一边的长度不得大于 2m ，厚度不得大于 0.3m ；牌面底部距离地面高度不得小于 3m 。

(4) 亭、棚、栏等公共设施的顶部不得设置户外广告设施。

(5) 公交站牌、路名牌、消火栓、出租车停靠点招牌等设施 5m 范围之内不得设置独立式户外广告设施。

(6) 邮箱、废物箱等公共设施上不宜设置户外广告设施。



3、地面上的户外广告设施

(1) 沿主要商业街人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 25m ，沿其他道路人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 50m 。

(2) 立杆式户外广告设施设置应符合下列规定：

① 广告设施设置位置不得影响行人通行，宽度小于 3m 的人行道不得设置立杆式户外广告设施；

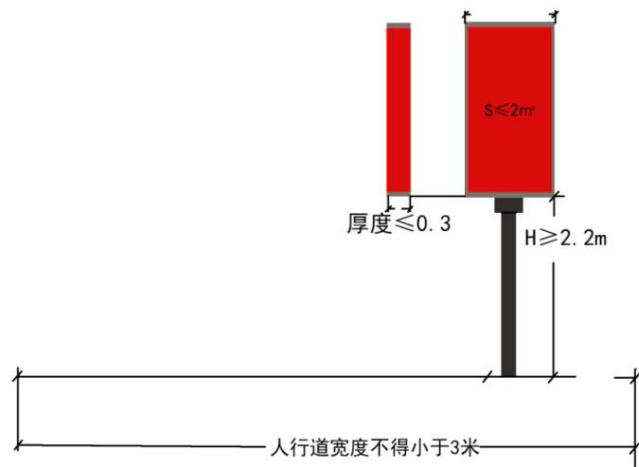
② 广告设施不得超出人行道路沿石外缘，且牌面外缘距人行道路沿石外缘不得小于 0.2m ；



第三章 户外广告规划控制导则

③广告设施牌面（单面）面积不得大于 2 m^2 ，任意一边边长不得大于 2m ，厚度不得大于 0.3m ；

④广告设施牌面底部距离人行道地面的高度不得小于 2.2m 。



（3）底座式户外广告设施设置应符合下列规定：

①宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50 m^2 的广场（空地）不得设置底座式户外广告设施；

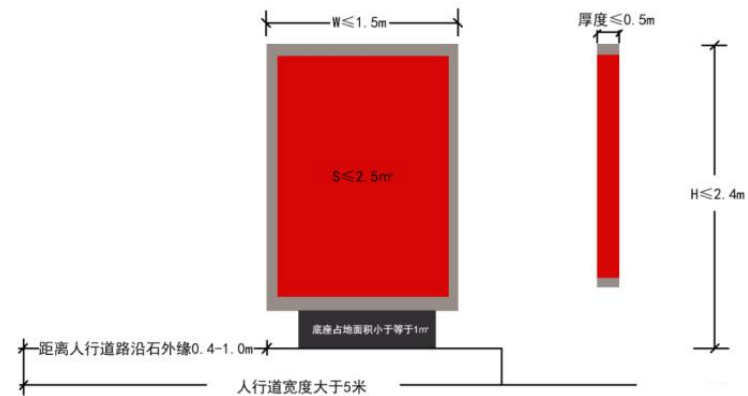
②底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距离人行道路沿石外缘宜为 $0.4 \sim 1.0\text{m}$ ；

③底座式户外广告设施的总高度不得大于 2.4m ，底座占地面积不得大于 1 m^2 ，宽度不得大于 1.5m ，高度应与宽度相协调；



第三章 户外广告规划控制导则

- ④底座式户外广告设施牌面（单面）面积不得大于2.5 m²，厚度不得大于0.5m；
- ⑤步行街上的底座式户外广告设施应设置在步行街的休憩带中，形式应与步行街风格相协调。



- (4) 大型落地户外广告设施设置应符合下列规定：
- ①可设置在独立工矿区、机场、高速公路入口及郊区公路两侧等区域；
 - ②大型落地户外广告设施的高度应小于10m，宽度应与高度相适应，不宜大于30m。
- (5) 大型高立柱户外广告设施设置应符合下列规定：
- ①城市快速路及公路两侧设置的大型高立柱户外广告设施高度不宜超过22m，其规格尺寸、间距应分别符合下表中规定。

大型高立柱户外广告设施牌单面尺寸

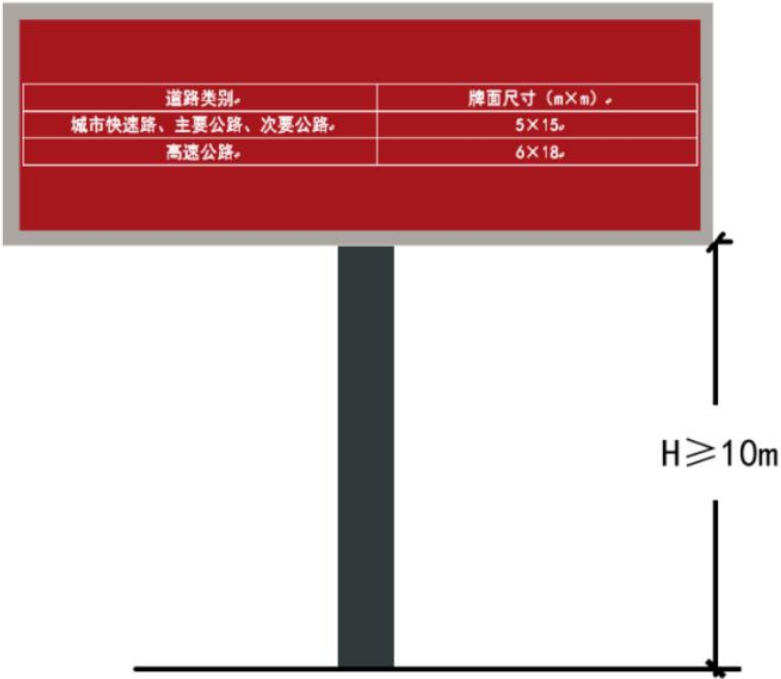
道路类别	牌面尺寸（m×m）
城市快速路、主要公路、次要公路	5×15
高速公路	6×18

第三章 户外广告规划控制导则

道路类别	最小间距（m）
次要公路	300
城市快速路、主要公路	400
高速公路	500

注：“最小间距”是指任意两个大型高立柱户外广告设施之间的距离。

- ②大型高立柱户外广告设施不得设置在桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上；
- ③大型高立柱广告不宜在立交匝道内设置，匝道外每个象限设置数量不超过2 块。
- ④大型高立柱户外广告设施牌面下缘距离地面高度不得小于10m。
- ⑤鼓励新材料、新形式的大型高立柱户外广告设施在城市重要交通节点设置。



第三章 户外广告规划控制导则

(6) 实物户外广告设施设置应符合下列规定：

- ① 设置实物造型广告沿街间距不得低于50m；
- ② 设置实物造型广告的城市道路人行道及商业步行街宽度不得小于8m；
- ③ 广告总高度不得大于3 m，且不得低于1.2m；
- ④ 广告应排列规整，沿商业步行街的纵向间距不得小于15m，沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于20m，沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于50m；
- ⑤ 广告不得影响人行道空间内其它设施及建筑物、构筑物的使用，并避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响；
- ⑥ 植物广告不能影响植物生长和整体美观为准则，广告占植物外表面的面积不能超过10%。



第三章 户外广告规划控制导则

4、移动式户外广告设施

- ①车身上设置的户外广告，不得影响交通安全。车头、车尾部（含前后风挡玻璃内外）及车身两侧车窗严禁设置户外广告。
- ②车辆广告应当整洁、美观，不得对原车颜色全部遮盖，其色彩不宜过于炫丽并与车体颜色协调。
- ③带有LED 或其他发光效果的车辆广告，禁止在车辆行驶过程中使用或播放广告，车辆停靠播放广告时，不能影响交通及周围环境。



第三章 户外广告规划控制导则

5、其他户外广告设施

(1) 施工围墙广告

- ①施工围墙广告只能用于宣传项目本身或公益广告，公益广告占有量应达到30%，内容由市文明办统一审核把关。
- ②广告必须在项目竣工后立即拆除。
- ③广告不能超出或独立于围墙墙体单独设置。
- ④广告的高度不能超过5 米，如果5 米不能够满足施工遮挡效果的部分，可适当提高广告高度。



第三章 户外广告规划控制导则

(2) 悬挂式广告

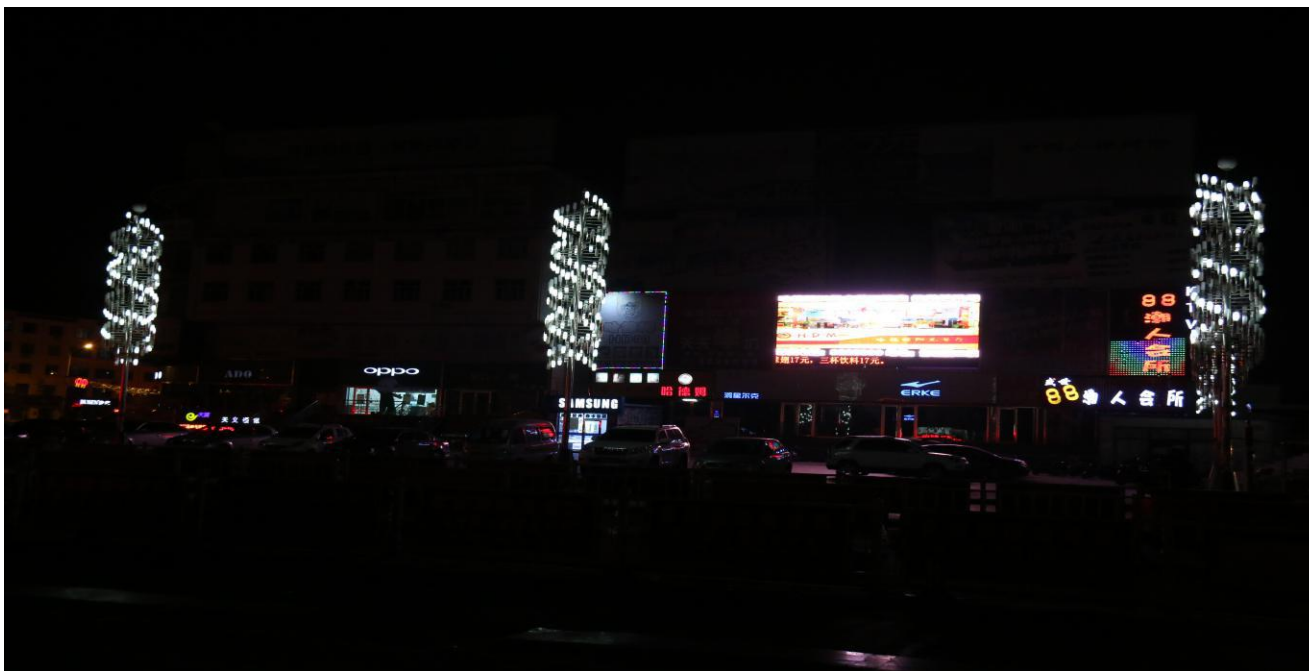
- ①条幅悬挂位置：条幅的悬挂原则上应不影响整体建筑物装饰原貌，确保防火安全；不得遮挡单位名牌字号，条幅下端高于门头，并标有广告公司名称。
- ②条幅悬挂方式：依附于建筑物、构造物、两端紧固，不得歪斜、卷曲、撕裂。
- ③条幅悬挂时间：悬挂期限不超过十五日。



第三章 户外广告规划控制导则

(3) LED 广告

- ①对于新建建筑物，应与建筑物进行一体化设置，并由城市规划主管部门审批通过；在已建建筑物上增设此类户外广告时，应符合城市规划主管部门对该建筑物的规划控制要求。
- ②仅允许依附与建筑物设置，允许依附设置的建筑类型仅包括：商业、工业建筑及综合建筑的商业部分。依附建筑物设置时，还需符合平行于墙面设置的户外广告设施的相应规定。
- ③严格控制在城市主要交通干道或者城市交通次干道交叉口附近设置。
- ④大块LED 广告屏幕只允许在商业较为集中的区域或路段设置，禁止在居住区设置LED 广告。当设置位置靠近居住区时，应适度调低广告表面亮度，尽量设置为静态展示广告，避免广告视频画面过于闪烁、跳跃。
- ⑤LED 广告设施不得采用劣质材料，使用亮度及颜色应柔和协调，避免产生光污染。



第三章 户外广告规划控制导则

6、不同经营性质的广告

(1) 公益广告

社会公益广告是指以为公众谋利益和提高福利待遇为目的而设计的广告，是不以盈利为目的，而是为社会公众切身利益和社会风尚服务的广告。如保护自然资源、维持生态平衡、遵守社会道德、防止安全事故、义务献血、救死扶伤、以及捐助灾民、禁烟活动、人才交流等。

- ①在城市主要窗口区、城市门户节点及公共开敞空间，应当优先设置公益广告。
- ②公益广告应当设置在醒目的位置。
- ③公益广告常年固定覆盖面必须达到广告总量的20%以上，重大节日、活动应适当提高公益广告占有比率。
- ④公益广告中，中央、自治区、巴彦淖尔市、乌拉特前旗时政宣传标语不低于10%。



第三章 户外广告规划控制导则

(2) 商业广告

商业广告是指商品经营者或服务提供者承担费用通过一定的媒介和形式直接或间接地介绍所推销的商品或提供的服务的广告。

①商业广告需符合户外广告设施的相应规定。

②商业广告不能占用公益广告的位置设置（如报刊信息栏、科普展示窗等），必须保证公益广告位上只能有公益广告的内容，不得出现制作单位、制作单位电话或其他形式的任何商业广告。



第三章 户外广告规划控制导则

三、牌匾标识设施分类设置要求

1、牌匾标识设施

规划将牌匾标识设施分为6 类，分别为附壁式、凸出式、嵌入式、转角式、外挑式、牌匾式，并对每一类牌匾标识设施要求提出具体设置参数。

2、牌匾标识设施分类设置要求

(1) 附壁式

附壁式即直接固定在墙体或者门廊上，制作简单，成本较低，是目前运用最为广泛的一种形式，此种类型的标识通常在设计和制作上更为注重广告表面的图形创意和实际需要，但是也需要根据具体环境和建筑本身特点来定其是否合适或恰当。



附壁式设置参数

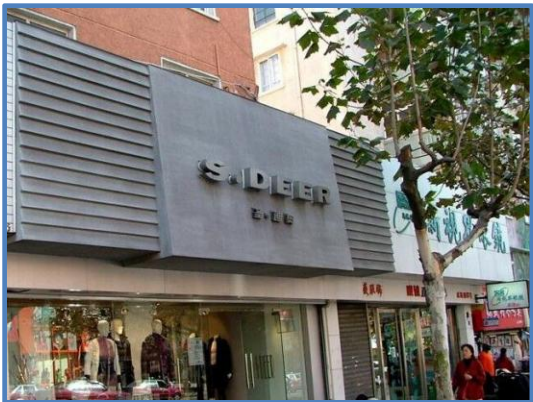
	独栋低层建筑	并列低层建筑	多层建筑	高层裙房
招牌宽度	<门面宽度	<门面宽度	<门面宽度	<门面宽度
招牌厚度	<10cm	<10cm	<10cm	<10cm
招牌高度	<门面高度20%	<门面高度20%	<门面高度25%	<门面高度25%
	镂空单字广告应与建筑立面相协调，一般不超过门面高度的 30%			
招牌安装高度	下檐与门面顶端距离<50cm	下檐与门面顶端距离<50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离<50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离<50cm，相邻牌匾应统一高度

注：低层建筑—高度小于、等于10 米的建筑； 多层建筑—高度大于10米、小于等于18米的建筑； 高层建筑—高度大于18米的建筑。

第三章 户外广告规划控制导则

(2) 凸出式

凸出式外观和附壁式大致相同，主要区别于附壁式牌匾和墙体或者门廊之间没有距离，凸出式牌匾标识与墙体和门廊保持一定距离，比附壁式更具立体感，是否运用凸出式标识不仅仅需要从设计或者制作上考虑，更要考虑建筑本身及周围环境特色而定。凸出式牌匾标识在凸出后，不得占用公共空间资源（例如过多占用人行道上空间，特别是用于照明的灯具，过分突出），要注意与周围环境相协调。



	独栋低层建筑	并列低层建筑	多层建筑	高层裙房
招牌宽度	<门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度
招牌厚度	<30cm	≤30cm，相邻牌匾应统一厚度	≤30cm，相邻牌匾应统一厚度	≤30cm，相邻牌匾应统一厚度
招牌高度	<门面高度25%	≤门面高度25%	≤门面高度25%	≤门面高度25%
招牌安装高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度
招牌外挑距离	凸出式牌匾一般不应外挑，特殊情况可外挑≤10cm			

第三章 户外广告规划控制导则

(3) 嵌入式

嵌入式通常设置在建筑墙体内部，和凸出式恰恰相反，给人以嵌入的感觉，可根据建筑特点本身的需要，相比较于凸出式，从外观上看，嵌入式更易于融入建筑整体风格和周围环境，且安全性较高。设置时应考虑色彩与形式要与建筑风格统一、协调，不可遮挡建筑物细部装饰。（示意图及模范样式图片）

嵌入式设置参数

	独栋低层建筑	并列低层建筑	多层建筑	高层裙房
招牌宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度
招牌高度	≤门面高度25%	≤门面高度25%	≤门面高度25%	≤门面高度25%
招牌安装高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度



第三章 户外广告规划控制导则

(4) 转角式

在路口转角处的店面通常可用看到转角式牌匾标识，可以是直角设置，也可以是弧度转角设置。转角式牌匾标识设置有地点限制，也可充分利用场地条件，减少投入，挖掘地理位置的价值，其长度、宽度应严格控制。

转角式设置参数

	单栋低层建筑	并列低层建筑	多层建筑	高层裙房
招牌宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度
招牌厚度	<10cm	<10cm，相邻牌匾应统一厚度	<10cm，相邻牌匾应统一厚度	<10cm，相邻牌匾应统一厚度
	<20cm 灯箱	<20cm灯箱，相邻牌匾应统一厚度	<20cm灯箱，相邻牌匾应统一厚度	<20cm灯箱，相邻牌匾应统一厚度
招牌高度	≤门面高度25%	≤门面高度25%	≤门面高度30%	≤门面高度25%
招牌安装高度	下檐与门面顶端距离≤50cm	下檐与门面顶端距离≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离≤50cm，相邻牌匾应统一高度



第三章 户外广告规划控制导则

(5) 外挑式(包含长边垂直于地面的长条形招牌)

外挑式牌匾标识一般指与墙面垂直并悬挑的牌匾，外挑式牌匾大多采用钢架结构来固定，而且广告与其墙体和门廊有相当的距离，因此其安全性更为重要。只能设置在建筑屋檐的外缘以内或专业市场和商业步行街，并且严格控制外挑距离以及牌匾高度、宽度，不得占用和影响城市公共空间。

其色彩、形式要与建筑风格统一、协调、不可遮挡建筑物的细部装饰。

	独栋低层建筑	并列低层建筑	多层建筑	高层建筑	裙房
招牌宽度	<40cm	<40cm，相邻牌匾应统一宽度	<40cm，相邻牌匾应统一宽度	<50cm	<40cm，相邻牌匾应统一宽度
招牌厚度	<20cm	<20cm	<20cm	<30cm，相邻牌匾应统一厚度	<20cm，相邻牌匾应统一厚度
招牌高度	<200cm不超过建筑顶端	<200cm不超过建筑顶端	<300cm不超过建筑顶端	<600cm特殊情况可适当放宽	<300cm不超过裙房顶端
招牌安装高度	距离地面250cm以上	距离地面250cm以上，相邻牌匾应统一高度	距离地面300cm以上	距离地面300cm以上	距离地面250cm以上，相邻牌匾应统一高度
招牌外挑距离	<20cm	<20cm	<20cm	<25cm	<20cm



第三章 户外广告规划控制导则

(6) 牌匾式

牌匾式主要运用在中式建筑上或是服务性行业的商店、单位。中式餐厅、古董店、商店等等。牌匾式制作简单、形式不多，但较有中国特色。设置时不得使用不锈钢，钛金板等发光材质，色彩要和建筑协调，不得使用高彩度、高对比度的色彩。并注意不得遮挡建筑细部。其运用需要根据商店或者企事业单位的性质、要求，结合建筑特色来定。



	独栋低层建筑	并列低层建筑	多层建筑	高层裙房
招牌宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度
招牌厚度	<10cm	<10cm，相邻牌匾应统一厚度	<10cm，相邻牌匾应统一厚度	<10cm，相邻牌匾应统一厚度
招牌高度	≤门面高度25%	≤门面高度25%	≤门面高度30%	≤门面高度30%
招牌安装高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度	下檐与门面顶端距离 ≤50cm，相邻牌匾应统一高度

第三章 户外广告规划控制导则

四、城市设计空间引导

按照因地制宜、分区管理与重点控制相结合的原则，根据土地的使用性质，梳理归纳并结合广告在各类用地设置中的相似性将广告设置进行空间上的区划，在此基础上对各性质用地，各节点、特色建筑等进行控制和引导。

1、“面”的控制

依据《乌拉特前旗乌拉山镇城市总体规划》（2014-2030）及乌拉特前旗乌拉山镇近两年编制完成的相关规划确定的城市用地布局，乌拉特前旗乌拉山镇外广告的设置，将在用地功能分区的基础上，按照开放设置区、控制设置区和禁止设置区共36.6平方公里进行划分与控制，并结合广告在各类用地设置中的相似性将城市用地分为四类控制用地，提出控制范围和设置要求，为下一阶段编制详细规划及户外广告设计提供依据。

分区控制一览表

户外广告设置控制区域划分	控制用地类别	控制范围	规划要点
开放设置区	一类控制用地	<p>■城市商业地段，是城市人流最多，最能体现繁荣的商品经济和商业活动多样性的地区，主要包括繁华商业区，大型交易中心等。休闲娱乐区，是城市人流停留时间较长，最能体现日益提升的生活质量的地区。</p> <p>■对应城市用地：B1商业用地；B2 商务用地；B3娱乐康体用地。</p>	<p>■采用新材料、新技术，广告设置形式、色彩在考虑夜晚亮化的同时，还要保证白天的效果必须与建筑相协调统一。</p> <p>■鼓励采用 LED、LCD、投影、橱窗、PVC、三面翻、电子滚动翻板、亚克力、钢化玻璃等新型材料，尽量避免使用户外写真、喷绘布等软质材料。</p> <p>■广告招牌的图案效果、色彩搭配应当与市容环境和建筑风格相协调，并配套设置节能环保的夜景照明设施，突出夜景效果，并允许在适当的位置采用夸张尺度。</p> <p>■鼓励沿街设置橱窗广告，照明时间应当持续到晚上停业以后。</p> <p>■采用新技术、新形式，色彩鲜艳明快，创造该地区的活泼、多样化的氛围；</p> <p>■鼓励采用新媒体新技术广告，如互动式广告，让广告在宣传自身的同时也能起到娱乐和渲染气氛的作用。</p> <p>■为了渲染气氛，局部地段允许有视觉冲击力的广告类型与方式。</p> <p>■广告设施不能影响建筑的整体造型，更不能影响建筑的采光、日照及节能等功能。</p>

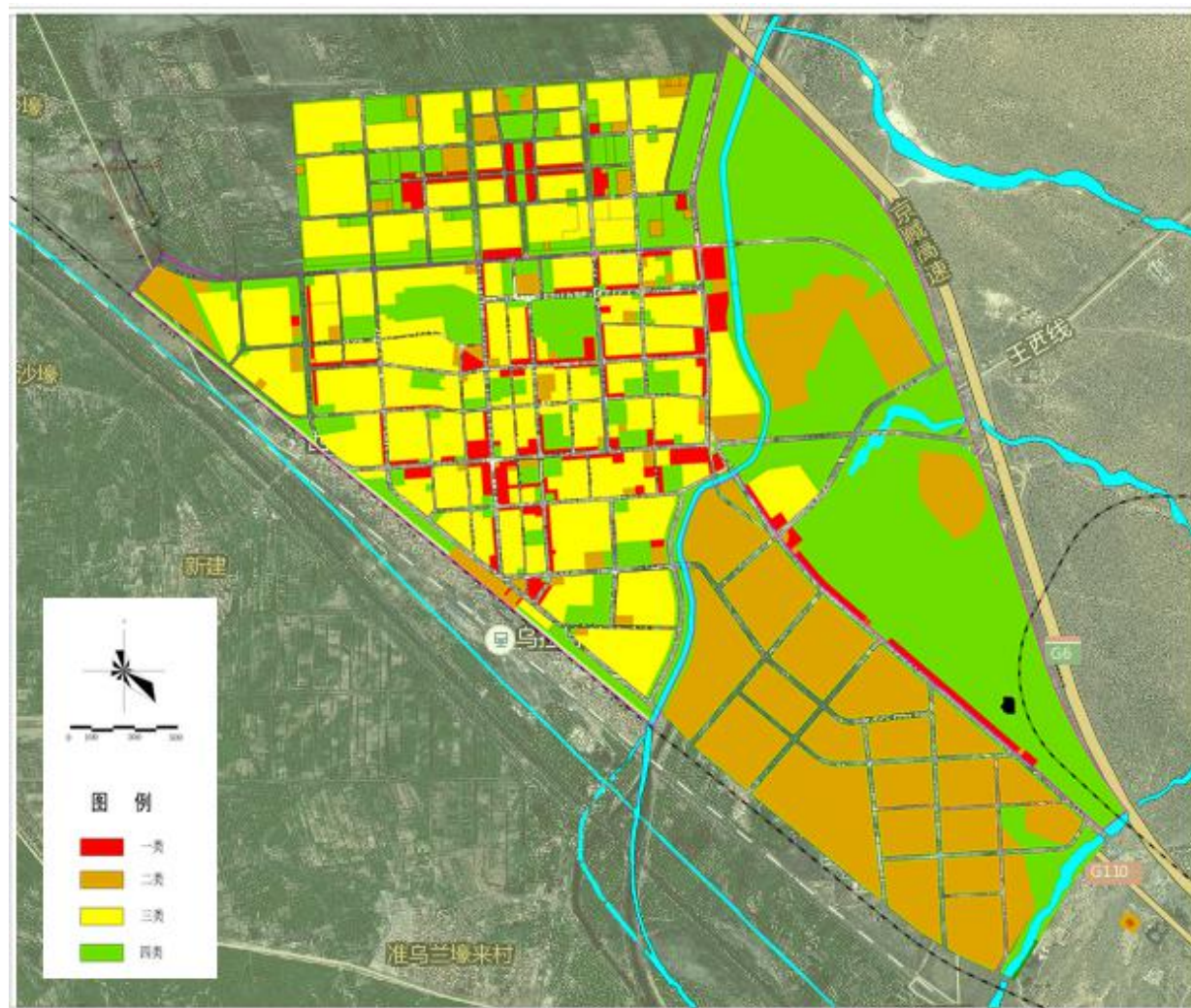
第三章 户外广告规划控制导则

控制设置区	二类控制用地	<p>■城市门户形象的对外窗口地区，包括城市交通枢纽、入城节点、景观大道，旅游接待等地区。 各类工业区、仓储物流区和部分市政公用设施用地、体育医疗用地、社会停车场用地，广场用地等。</p> <p>■对应城市用地：H2区域交通设施用地； S道路与交通设施用地； B14旅馆业用地； M工业用地； W仓储用地； U公用设施用地； A4体育用地； A5医疗用地、G3广场用地； S4社会停车场用地； G2防护绿地。</p>	<p>■对数量及形式有所限制，体量不宜过大，其色彩、尺度、材质规格应当与环境建筑相协调。</p> <p>■在与居住区交差或者交界处避免设置发光广告，确保广告不对居民的生活产生影响。</p> <p>■广告设施不能影响建筑的整体造型，更不能影响建筑的采光、日照及节能等功能。</p> <p>■广告内容应体现地方特色，以宣传地方文化、优秀旅游资源、名优企业及特色产业为主。</p> <p>■主要设置在宾馆、酒楼、公共建筑墙面的预留广告位，应美观大方，强调广告设施的简洁性、整体性和韵律性。</p> <p>■高速、快速公路设置户外广告禁止带有闪光霓虹灯和电子饰品的广告设施。</p> <p>■不得使用荧光涂料等反射光强的材料；霓虹灯及其他亮化颜色的使用符合亮化规划。</p> <p>■广告形式以墙面广告为主，不准设置影响空间通透性的围墙广告。严格控制市政设施附属广告。</p>
控制设置区	三类控制用地	<p>■主要为规划范围内集中成片的居住用地，居住用地内的商业中心片区可按一类用地的要求进行控制；居住区内部的非商业区域禁止设置商业广告。</p> <p>■对应城市用地：居住用地R。</p>	<p>■广告密度：附着式广告设施设置间距不低于50米，禁止使用发光广告。</p> <p>■户外广告设施应注重小型化，不得采用太夸张的手法、尺寸及颜色，不得设置大面积的墙面广告。</p> <p>■居住区内部的非商业区域禁止设置商业广告，可设置少量的公益性广告，体现人文关怀和生活气息，营造文明新风。</p>

第三章 户外广告规划控制导则

禁止设置区	四类控制用地	<p>■指城市中党政机关、学校的教学区、绿地、历史文化保护区、宗教、军事、外事等不宜设置户外广告的地段，以及对城市设施功能、城市景观、城市重要景观视线节点、居住生活环境等会产生严重影响的区段，规划将予以严格控制，禁止设立商业性户外广告。</p> <p>■对应城市用地：A1行政办公用地；A2文化设施用地；A3教育科研用地；A6社会福利设施用地；A7文物古迹用地；A8外事用地；A9宗教设施用地；G1公园绿地；部分G2防护绿地。</p>	<p>■国家机关、文化教育场所、历史街区、各级文物保护单位、风景名胜区等保护区域禁止设置任何形式的户外广告（节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语除外）；对店招、店牌的形式、大小等尺度严格限制，不得影响建筑风貌。</p> <p>■禁止设置商业广告，只能设置宣传文化的实体广告和公益广告；公益性广告设施体量不宜过大，其色彩、尺度、材质规格应当与环境建筑相协调。</p>
-------	--------	---	---

第三章 户外广告规划控制导则



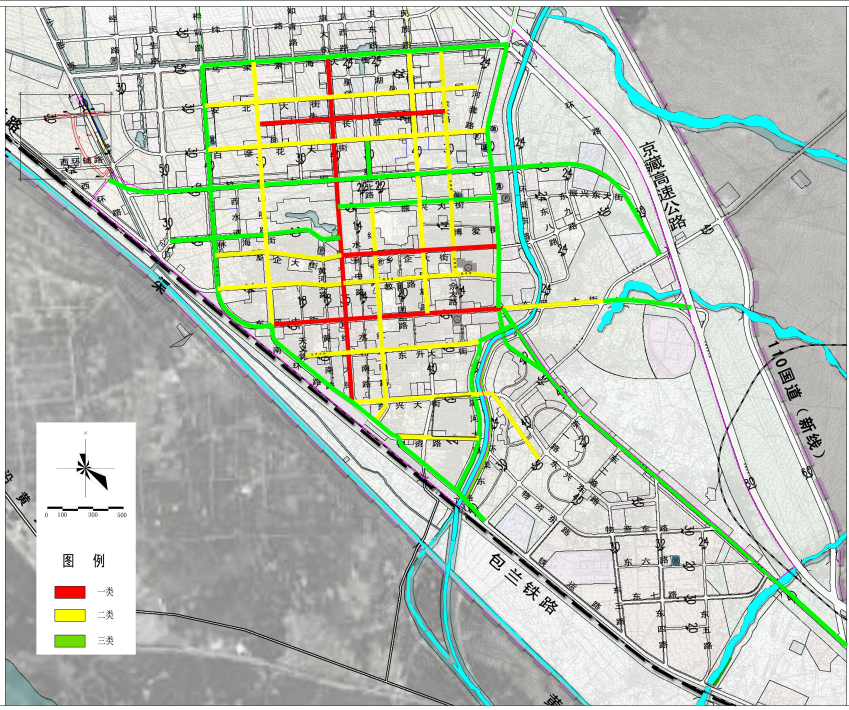
中心城区用地性质规划图

第三章 户外广告规划控制导则

2“线” 的控制

(1) 分级控制

- ①一类控制路段：主要是城市商业集中的路段，应尽量以科技含量高的现代化广告设施为主，如橱窗、LED、投影广告等，此外要兼顾广告设施的夜景观，位于该路段的户外广告设施都要有夜间照明，以达到充分烘托商业地区繁华氛围的目的。
- ②二类设置路段：严格控制户外广告设施密度的路段，在保证整体和谐统一的前提下突出亮点。
- ③三类设置路段：禁止设置商业性户外广告的路段，允许设置牌匾标识设施，但在色彩和形态上要严格控制，不得出现与禁设区内氛围不相符的类型。



乌拉特前旗中心城区规划一类控制路段一览表

道路名称	红线宽(m)	长度(m)	起点名称	终点名称	道路等级	板型	断面形式
长胜街	24	2120.4	山咀路	余太路	支路	一块板	4.5-15-4.5
乡企大街	30	4341.8	桦背路	东八路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
东风大街	35	5921.8	教育街	京藏高速公路	主干道	一块板	5.5-24-5.5
红旗大街	50	2194.4	山咀路	乌梁素海大街	主干道	三块板	5.5-4.5-2-26-2-4.5-5.5
	40	1393.5	乌梁素海大街	乌拉特大街	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
	35	2518.5	乌拉特大街	南环路	主干道	一块板	6.5-22-6.5

第三章 户外广告规划控制导则

乌拉特前旗中心城区规划二类控制路段一览表

道路名称	红线宽 (m)	长度 (m)	起点名称	终点名称	道路等级	板型	断面形式
民族路	40	9042.6	小油路	东风大街	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
东兴大街	40	3438.1	红旗大街	东三路	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
山咀路（1）	50	2618.4	环一路	乌梁素海大街	主干道	三块板	5.5-4.5-2-26-2-4.5-5.5
安北大街	30	4390.3	小油路	河套路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
白彦花大街	30	3669.5	民生路	旧国道	次干道	一块板	7.5-15-7.5
红卫中路	30	1646.8	振兴大街	东风大街	次干道	一块板	7.5-15-7.5
红卫南路	30	858.2	东风大街	南环路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
民族路	40	1328.0	东升大街	铁运路	次干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
乡企大街	30	4341.8	桦背路	东八路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
东升大街	30	2406.3	天义路	旧国道	次干道	一块板	7.5-15-7.5
民族路	14	375	东风大街	东升大街	支路	一块板	3.5-7-3.5
教育路	24	3184	桦背路	旧国道	支路	一块板	4.5-15-4.5
物资路	25	903	南环路	滨河大道	支路	一块板	4.5-16-4.5
余太路	14	788	教育路	东升大街	支路	一块板	3.5-7-3.5
山咀路（2）	30	2977	乌梁素海大街	东风大街	次干道	一块板	7.5-15-7.5
东风大街	35	5921.8	教育街	京藏高速公路	主干道	一块板	5.5-24-5.5
余太路	30	3004.9	纬一路	教育路	次干道	一块板	7.5-15-7.5

乌拉特前旗中心城区规划三类控制路段一览表

道路名称	红线宽 (m)	长度 (m)	起点名称	终点名称	道路等级	板型	断面形式
乌拉特大街	30	5831.9	小油路	环一路	主干道	一块板	7.5-15-7.5
乌梁素海大街	50	4904.3	小油路	旧国道	主干道	三块板	5.5-4.5-2-26-2-4.5-5.5
南环路	40	1974.3	东风大街	物资路	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
滨河大道	40	1767.7	东升大街	铁运路	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
振兴大街	45	1778.1	红旗大街	旧国道	次干道	三块板	4-6.5-1.5-21-1.5-6.5-4
旧国道	40	25968.4	110 国道	110 国道	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
林海街	30	1085.0	民生路	山咀路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
	20	877.1	山咀路	红旗大街	支路	一块板	5-10-5
红卫北路	30	439.0	白彦花大街	乌拉特大街	支路	一块板	7.5-15-7.5
西环路	30	3032.39	小油路	小油路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
110 辅道	20	12566	新十一路	新环路	支路	一块板	5-10-5

第三章 户外广告规划控制导则

(2) 分类控制

①交通性道路：交通性道路户外广告应以展现城市风貌的户外广告为主，既要展现本市经济特色，又要塑造本市良好的城市景观和城市风采。由于交通性道路主要以车行交通为主，考虑城市交通性道路交通流量大的特点，为保证道路车辆的通畅安全快速行驶，户外广告设置不宜过于炫丽和间距过密，宜简洁明了，更不宜横跨道路和影响三角视距，保证宽阔的道路和完整的道路视觉感受。

②生活性道路：由于生活性道路有车流也有人流，车速不是很快，并兼顾商业性与交通性的特性，道路断面多以一块板为主，故生活性道路户外广告既要提升城市的形象及软实力，又要展现美好生活的气息。户外广告设置要求广告以能代表本市文化的实体广告为主，如与小品、雕塑等结合设置的实物广告，应当富有人情味，并能体现生活气息和民族文化，采用无噪音非强光的照明系统，以免打扰居民休息。

③商业街区道路：由于商业街区道路主要以吸引人流、增进商业气氛为目的，故商业街区道路户外广告应以商业广告为主，既要充分反映本市经济繁荣景象，又要力求体现城市精神文明风貌，显示浓郁的现代商业气息。为促进城市经济的进一步繁荣，商业街区户外广告设置要求造型生动、鼓励新型材料的运用及夜晚的照明效果。

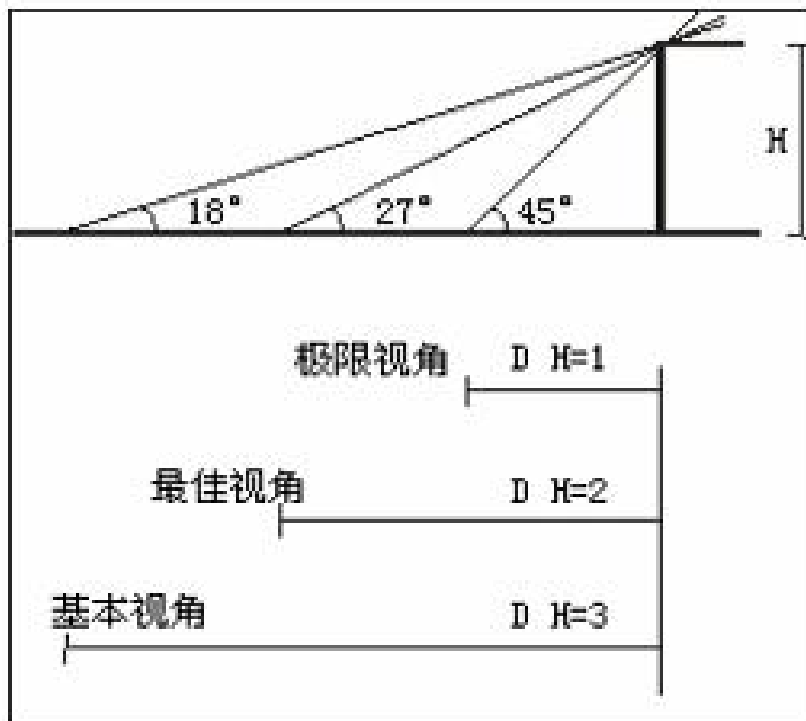
④休闲景观带：由于休闲景观带（道路）主要以满足人们休闲、娱乐、活动、健身等为主要目的，故休闲景观带户外广告既是树立城市旅游新形象的窗口，又是打造城市新型休闲的绿色通道。此路段户外广告设置可结合小品设置实物广告，起点缀作用，造型要艺术化，只能设置公益性广告，突出广告的良好性、文化性、公益性和教育性。

第三章 户外广告规划控制导则

3、“点”的控制

(1) 建筑立面的控制

通过对人行、车行的视觉感受，对建筑里面的户外广告及标识设施进行合理控制，将广告设置在人视觉适宜观察范围内，以发挥广告的最大宣传效应。



(2) 动态视觉分析

建筑立面上的广告尺度大小和广告内容设计还要考虑车辆行驶中人的动态视觉的要求，除了设置店标、橱窗，还要设置一些尺度较大的广告牌或者商业LOGO，以满足不同距离和不同状态下人的视觉要求。

第三章 户外广告规划控制导则

（3）建筑风格与户外广告设施

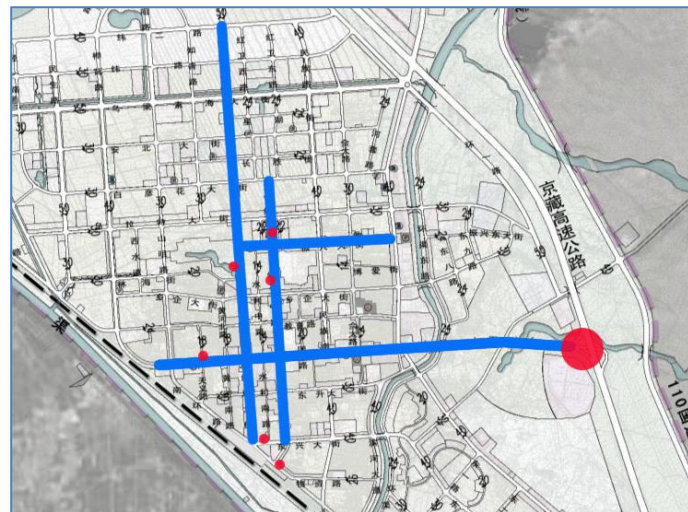
依附于建筑的户外广告设施和牌匾颜色、体量、风格应与所依附建筑风格相融合统一，禁止设置有悖于所依附建筑主体风格的户外广告设施和牌匾标识设施。

五、重点地段户外广告设置引导

明确规划范围内的重要街道、节点，对其户外广告设施、牌匾标识设施进行详细设计，如有需要的地段可把户外广告、自设牌匾的设计与建筑立面的改造相结合，做出详细设计方案和设计效果。

1、重点区域

- ①东风大街：按照东风大街城市设计要求，对东风大街沿线进行详细设计，东起京藏高速公路，西至教育街。重要节点除城市设计中明确的节点外，还应增加天义商厦、星河广场商圈节点。
- ②振兴大街：按照振兴大街城市设计要求，对振兴大街沿线进行详细设计，东起110国道，西至红旗大街。
- ③红旗大街：按照红旗大街城市设计要求，对红旗大街沿线进行详细设计，北起山咀路，南至南环路。重要节点除城市设计中明确的节点外，还应增加天义商厦、星河广场商圈节点，林海公园节点。
- ④红卫路：按照红卫路城市设计要求，对红卫路沿线进行详细设计，北起振兴大街，南至南环路。重要节点除城市设计中明确的节点外，还应增加包百大楼商圈节点。
- ⑤东风大街东出口



第三章 户外广告规划控制导则

2、重要区域交通

京藏高速公路、110国道。

3、重要节点

①天义商厦、星河广场

②包百大楼

③乌拉特前旗火车站

④东风大街汽车站

4、牌匾标识设施重要街道

老城组团：振兴大街、林场路、北环路、教育路、东风大街、东升大街、浆泊路、物资路和南环路；西环路、政法路、红旗大街、水利路、红卫路、团结路、民族路、运输路、110国道。

新城组团：市府北路及其他主要街道。

第四章 户外广告规划设计方案

第四章 户外广告规划设计方案

一、 一类控制路段：主要是城市商业集中的路段，应尽量以科技含量高的现代化广告设施为主，如橱窗、LED、投影广告等，此外要兼顾广告设施的夜景观，位于该路段的户外广告设施都要有夜间照明，以达到充分烘托商业地区繁华氛围的目的。

乌拉特前旗中心城区规划一类控制路段一览表

道路名称	红线宽(m)	长度(m)	起点名称	终点名称	道路等级	板型	断面形式
长胜街	24	2120.4	山咀路	余太路	支路	一块板	4.5-15-4.5
乡企大街	30	4341.8	桦背路	东八路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
东风大街	35	5921.8	教育街	京藏高速公路	主干道	一块板	5.5-24-5.5
红旗大街	50	2194.4	山咀路	乌梁素海大街	主干道	三块板	5.5-4.5-2-26-2-4.5-5.5
	40	1393.5	乌梁素海大街	乌拉特大街	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
	35	2518.5	乌拉特大街	南环路	主干道	一块板	6.5-22-6.5



第四章 户外广告规划设计方案

(1) 在城市商业集中, 人行道宽度小于3米, 无绿化隔离设置的街道:

禁止设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、大型高立柱广告

允许设置 灯杆广告

道路两侧建(构)筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置, 突出商业氛围。



改造前



改造后

第四章 户外广告规划设计方案

(2) 在城市商业集中, 人行道宽度小于3米, 且有绿化隔离设置的街道:

禁止设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、大型高立柱广告, 且禁止设置在道路两侧绿化隔离带内 (除公交车站牌)

允许设置 灯杆广告, 绿化隔离带内可设置公交车站牌, 且做相应铺装硬化工程

道路两侧建(构)筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置, 突出商业氛围。



第四章 户外广告规划设计方案

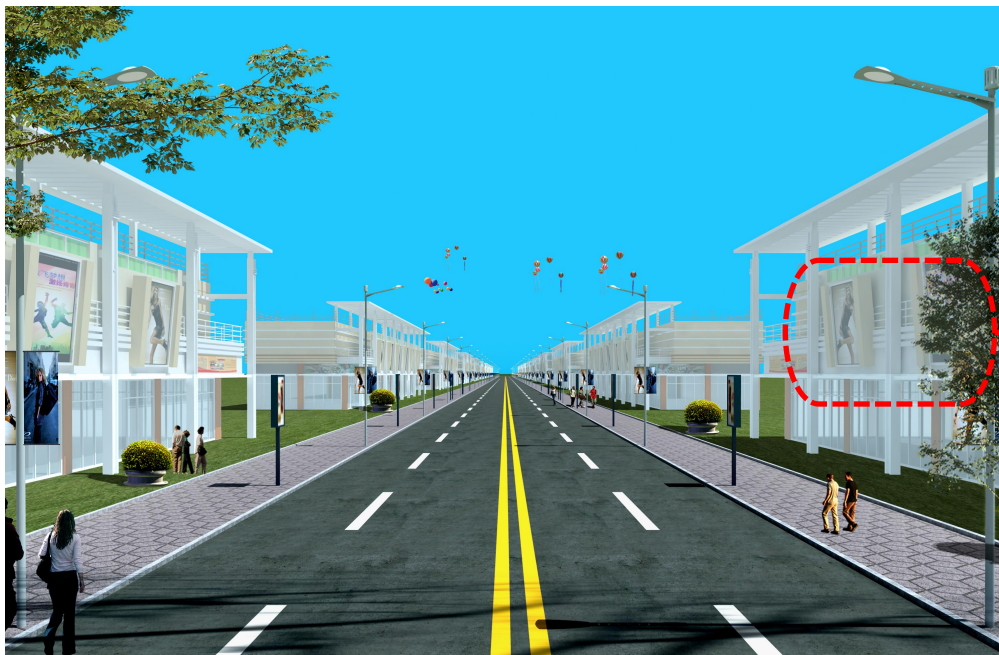
(3) 在城市商业集中, 人行道宽度大于3米小于5米, 无绿化隔离设置的街道:

禁止设置 底座式户外广告、大型高立柱广告

允许设置 立杆式户外广告、灯杆广告

道路两侧建(构)筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置, 突出商业氛围。

对应路段 长胜街(起点山咀路、终点余太路路段)、红旗大街(起点乌梁素海大街, 终点乌拉特大街路段)



改造前



改造后

第四章 户外广告规划设计方案

（4）在城市商业集中，人行道宽度大于3米小于5米,且有绿化隔离设置的街道：

禁止设置 底座式户外广告、大型高立柱广告，且禁止设置在道路两侧绿化隔离带内（除公交车站牌）

允许设置 立杆式户外广告、灯杆广告，绿化隔离带内可设置公交车站牌，且做相应铺装硬化工程

道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，突出商业氛围。

对应路段 长胜街（起点山咀路、终点余太路路段）、红旗大街（起点乌梁素海大街，终点乌拉特大街路段）



第四章 户外广告规划设计方案

(5) 在城市商业集中，人行道宽度大于5米, 无绿化隔离设置的街道：

禁止设置 大型高立柱广告

允许设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、灯杆广告

道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，突出商业氛围。

对应路段 乡企大街（起点桦背路，终点东八路路段）、东风大街（起点教育街，终点京藏高速公路路段）、红旗大街（起点山咀路，终点乌梁素海大街路段）、红旗大街（起点乌拉特大街， 终点南环路路段）



第四章 户外广告规划设计方案

（6）在城市商业集中，人行道宽度大于5米,且有绿化隔离设置的街道：

禁止设置 大型高立柱广告，且禁止设置在道路两侧绿化隔离带内（除公交车站牌）

允许设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、灯杆广告，绿化隔离带内可设置公交车站牌，且做相应铺装硬化工程
道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，突出商业氛围。

对应路段 乡企大街（起点桦背路，终点东八路路段）、东风大街（起点教育街，终点京藏高速公路路段）、红旗大街（起点山咀路，终点乌梁素海大街路段）、红旗大街（起点乌拉特大街， 终点南环路路段）



第四章 户外广告规划设计方案

乌拉特前旗中心城区规划二类控制路段一览表

道路名称	红线宽 (m)	长度 (m)	起点 名称	终点名 称	道路 等级	板型	断面形式
民族路	40	9042.6	小油路	东风大街	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
东兴大街	40	3438.1	红旗大街	东三路	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
山咀路 (1)	50	2618.4	环一路	乌梁素海大街	主干道	三块板	5.5-4.5-2-26-2-4.5-5.5
安北大街	30	4390.3	小油路	河套路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
白彦花大街	30	3669.5	民生路	旧国道	次干道	一块板	7.5-15-7.5
红卫中路	30	1646.8	振兴大街	东风大街	次干道	一块板	7.5-15-7.5
红卫南路	30	858.2	东风大街	南环路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
民族路	40	1328.0	东升大街	铁运路	次干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
乡企大街	30	4341.8	桦背路	东八路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
东升大街	30	2406.3	天义路	旧国道	次干道	一块板	7.5-15-7.5
民族路	14	375	东风大街	东升大街	支路	一块板	3.5-7-3.5
教育路	24	3184	桦背路	旧国道	支路	一块板	4.5-15-4.5
物资路	25	903	南环路	滨河大道	支路	一块板	4.5-16-4.5
余太路	14	788	教育路	东升大街	支路	一块板	3.5-7-3.5
山咀路 (2)	30	2977	乌梁素海大街	东风大街	次干道	一块板	7.5-15-7.5
东风大街	35	5921.8	教育街	京藏高速公路	主干道	一块板	5.5-24-5.5
余太路	30	3004.9	纬一路	教育路	次干道	一块板	7.5-15-7.5

二、二类设置路段：

严格控制户外广告设施密度的路段，
在保证整体和谐统一的前提下突出亮点。



第四章 户外广告规划设计方案

(1) 在城市居住用地相对集中, 人行道宽度小于3米, 无绿化隔离设置的街道:

禁止设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、大型高立柱广告

允许设置 灯杆广告

道路两侧建(构)筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置, 保持整齐统一, 富有韵律感, 与整体居住环境相协调。



改造前



改造后

第四章 户外广告规划设计方案

(2) 在城市居住用地相对集中, 人行道宽度小于3米, 且有绿化隔离设置的街道:

禁止设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、大型高立柱广告, 且禁止设置在道路两侧绿化隔离带内 (除公交车站牌)

允许设置 灯杆广告, 绿化隔离带内可设置公交车站牌, 且做相应铺装硬化工程

道路两侧建(构)筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置, 保持整齐统一, 富有韵律感, 与整体居住环境相协调。



改造前



改造后

第四章 户外广告规划设计方案

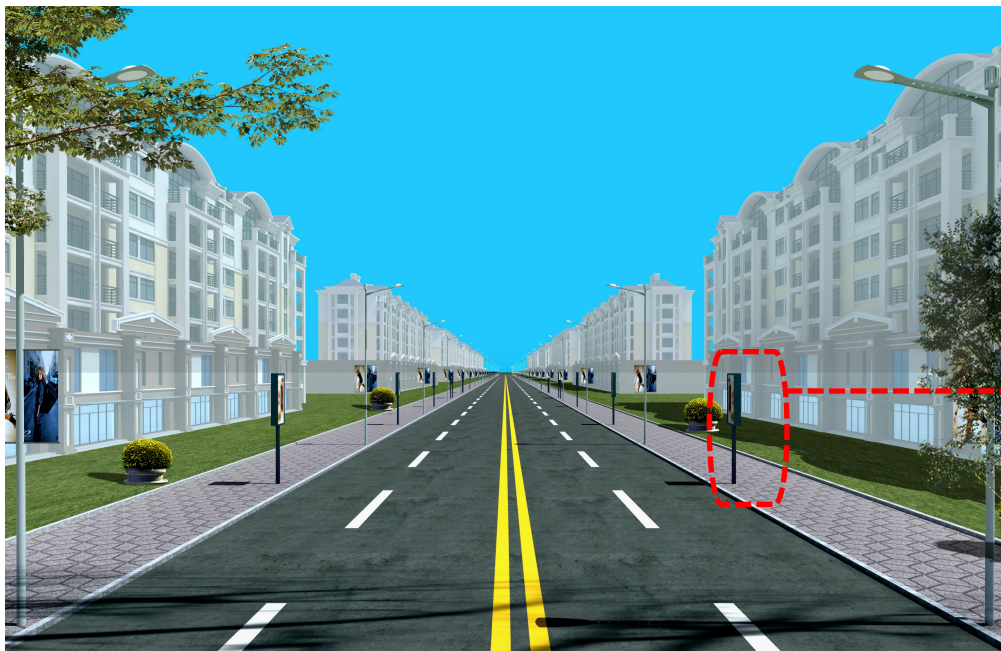
(3) 在城市居住用地相对集中, 人行道宽度大于3米小于5米, 无绿化隔离设置的街道:

禁止设置 底座式户外广告、大型高立柱广告

允许设置 灯杆广告、立杆式户外广告

道路两侧建(构)筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置, 保持整齐统一, 富有韵律感, 与整体居住环境相协调。

对应路段 民族路(起点小油路, 终点东风大街路段)、东兴大街(起点红旗大街, 终点东三路路段)、民族路(起点东升大街、终点铁运路路段)、民族路(起点东风大街, 终点东升大街路段)、教育路(起点桦背路, 终点旧国道路段)、物资路(起点南环路、终点滨河大道路段)、余太路(起点教育路、终点东升大街)



改造前



改造后

第四章 户外广告规划设计方案

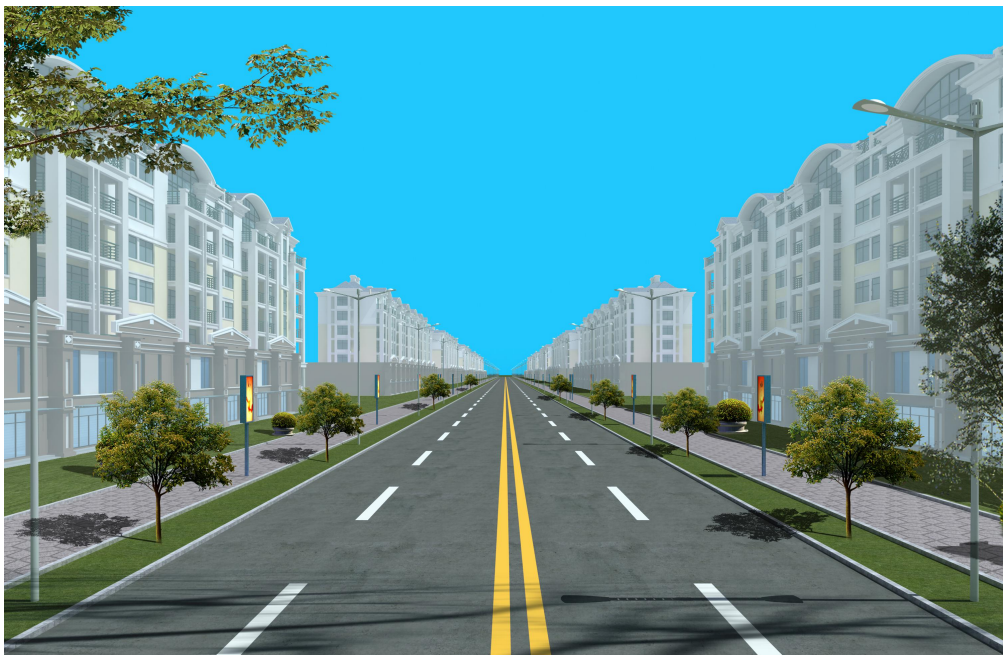
（4）在城市居住用地相对集中、人行道宽度大于3米小于5米,有绿化隔离设置的街道：

禁止设置 底座式户外广告、大型高立柱广告，且禁止设置在道路两侧绿化隔离带内（除公交车站牌）

允许设置 灯杆广告、立杆式户外广告，绿化隔离带内可设置公交车站牌，且做相应铺装硬化工程

道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，保持整齐统一，富有韵律感，与整体居住环境相协调。

对应路段 民族路(起点小油路，终点东风大街路段)、东兴大街（起点红旗大街，终点东三路路段）、民族路（起点东升大街、终点铁运路路段）、民族路（起点东风大街，终点东升大街路段）、教育路（起点桦背路，终点旧国道路段）、物资路（起点南环路、终点滨河大道路段）、余太路（起点教育路、终点东升大街）



第四章 户外广告规划设计方案

(5) 在城市居住用地相对集中，人行道宽度大于5米，无绿化隔离设置的街道：

禁止设置 大型高立柱广告

允许设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、灯杆广告

道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，保持整齐统一，富有韵律感，与整体居住环境相协调。

对应路段 山咀路（环一路，终点东八路路段）、安北大街（起点小油路，终点河套路路段）、白彦花大街（起点民生路，终点旧国道路段）、红卫中路（起点振兴大街， 终点东风大街路段）、红卫南路（起点东风大街、终点南环路路段）、乡企大街（起点桦背路，终点东八路路段）、东升大街（起点天义路、终点旧国道路段）、山咀路（起点乌梁素海大街，终点东风大街路段）、东风大街（起点教育街，终点京藏高速公路路段）、余太路（起点纬一路，终点教育路路段）



改造前



改造后

第四章 户外广告规划设计方案

（6）在城市居住用地相对集中，人行道宽度大于5米,有绿化隔离设置的街道：

禁止设置 大型高立柱广告，且禁止设置在道路两侧绿化隔离带内（除公交车站牌）

允许设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、灯杆广告，绿化隔离带内可设置公交车站牌，且做相应铺装硬化工程

道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，保持整齐统一，富有韵律感，与整体居住环境相协调。

对应路段 山咀路（环一路，终点东八路路段）、安北大街（起点小油路，终点河套路路段）、白彦花大街（起点民生路，终点旧国道路段）、红卫中路（起点振兴大街， 终点东风大街路段）、红卫南路（起点东风大街、终点南环路路段）、乡企大街（起点桦背路，终点东八路路段）、东升大街（起点天义路、终点旧国道路段）、山咀路（起点乌梁素海大街，终点东风大街路段）、东风大街（起点教育街，终点京藏高速公路路段）、余太路（起点纬一路，终点教育路路段）

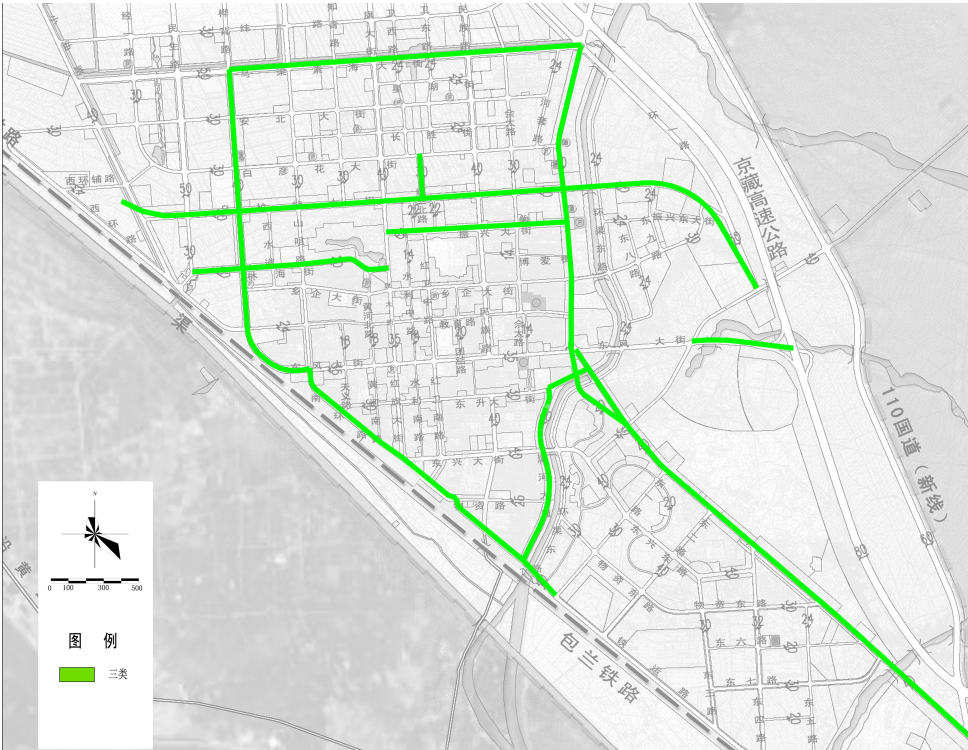


第四章 户外广告规划设计方案

三、三类设置路段：禁止设置商业性户外广告的路段，允许设置牌匾标识设施，但在色彩和形态上要严格控制，不得出现与禁设区内氛围不相符的类型。

乌拉特前旗中心城区规划三类控制路段一览表

道路名称	红线宽(m)	长度(m)	起点名称	终点名称	道路等级	板型	断面形式
乌拉特大街	30	5831.9	小油路	环一路	主干道	一块板	7.5-15-7.5
乌梁素海大街	50	4904.3	小油路	旧国道	主干道	三块板	5.5-4.5-2-26-2-4.5-5.5
南环路	40	1974.3	东风大街	物资路	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
滨河大道	40	1767.7	东升大街	铁运路	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
振兴大街	45	1778.1	红旗大街	旧国道	次干道	三块板	4-6.5-1.5-21-1.5-6.5-4
旧国道	40	25968.4	110 国道	110 国道	主干道	三块板	3-4.5-1.5-22-1.5-4.5-3
林海街	30	1085.0	民生路	山咀路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
	20	877.1	山咀路	红旗大街	支路	一块板	5-10-5
红卫北路	30	439.0	白彦花大街	乌拉特大街	支路	一块板	7.5-15-7.5
西环路	30	3032.39	小油路	小油路	次干道	一块板	7.5-15-7.5
110 辅道	20	12566	新十一路	新环路	支路	一块板	5-10-5



第四章 户外广告规划设计方案

- (1) 在城市办公用地相对集中，人行道宽度小于3米, 无绿化隔离设置的街道：
- 禁止设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、大型高立柱广告，且禁止商业广告
- 允许设置 灯杆广告，宣传文化的实体广告和公益广告（体量不宜过大）
- 道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，整齐统一，色彩、尺度、材质规格与整体环境相协调。



第四章 户外广告规划设计方案

(2) 在城市办公用地相对集中, 人行道宽度小于3米, 有绿化隔离设置的街道:

禁止设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、大型高立柱广告, 且禁止商业广告

允许设置 灯杆广告、宣传文化的实体广告和公益广告 (体量不宜过大), 绿化隔离带内可设置公交车站牌

道路两侧建 (构) 筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置, 整齐统一, 色彩、尺度、材质规格与整体环境相协调。



第四章 户外广告规划设计方案

（3）在城市办公用地相对集中，人行道宽度大于3米小于5米, 无绿化隔离设置的街道：

禁止设置 底座式户外广告、大型高立柱广告，且禁止商业广告

允许设置 立杆式户外广告、灯杆广告，宣传文化的实体广告和公益广告（体量不宜过大）

道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，整齐统一，色彩、尺度、材质规格与整体环境相协调。

对应路段 南环路（起点东风大街，终点物资路路段）、滨河大道（起点东升大街，终点铁运路路段）、振兴大街（起点红旗大街，终点旧国道路段）、旧国道（起点110国道，终点110国道路段）



第四章 户外广告规划设计方案

(4) 在城市办公用地相对集中，人行道宽度大于3米小于5米，有绿化隔离设置的街道：

禁止设置 底座式户外广告、大型高立柱广告，且禁止商业广告

允许设置 立杆式户外广告、灯杆广告，宣传文化的实体广告和公益广告（体量不宜过大），绿化隔离带内可设置公交车站牌
道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，整齐统一，色彩、尺度、材质规格与整体环境相协调。
对应路段 南环路（起点东风大街，终点物资路路段）、滨河大道（起点东升大街，终点铁运路路段）、振兴大街（起点红旗大街，终点旧国道路段）、旧国道（起点110国道，终点110国道路段）



第四章 户外广告规划设计方案

（5）在城市办公用地相对集中，人行道宽度大于5米, 无绿化隔离设置的街道：

禁止设置 大型高立柱广告，且禁止商业广告

允许设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、灯杆广告，宣传文化的实体广告和公益广告（体量不宜过大）

道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，整齐统一，色彩、尺度、材质规格与整体环境相协调。

对应路段 乌拉特大街（起点小油路，终点环一路路段）、乌梁素海大街（起点小油路，终点旧国道路段）、林海街（起点民生路，终点山咀路路段）、林海街（起点山咀路，终点红旗大街路段）、红卫北路（起点白彦花大街，终点乌拉特大街路段）、西环路（起点小油路，终点小油路路段）、110辅道（起点新十一路，终点新环路路段）



第四章 户外广告规划设计方案

（6）在城市办公用地相对集中，人行道宽度大于5米, 无绿化隔离设置的街道：

禁止设置 大型高立柱广告，且禁止商业广告

允许设置 立杆式户外广告、底座式户外广告、灯杆广告，宣传文化的实体广告和公益广告（体量不宜过大），绿化隔离带内可设置公交车站牌

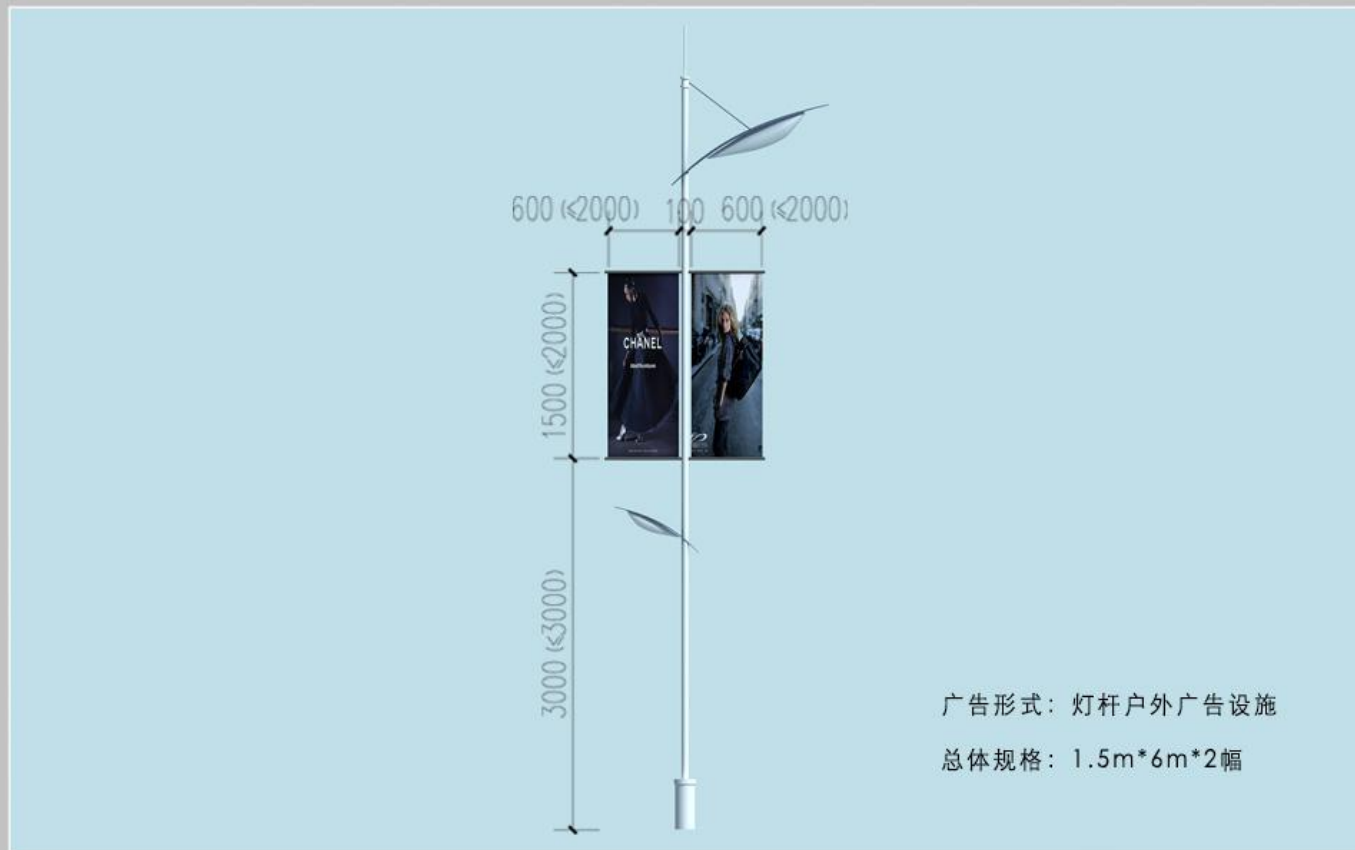
道路两侧建（构）筑物上的户外广告设施遵循户外广告设置基本规定设置，整齐统一，色彩、尺度、材质规格与整体环境相协调。

对应路段 乌拉特大街（起点小油路，终点环一路路段）、乌梁素海大街（起点小油路，终点旧国道路段）、林海街（起点民生路，终点山咀路路段）、林海街（起点山咀路，终点红旗大街路段）、红卫北路（起点白彦花大街，终点乌拉特大街路段）、西环路（起点小油路，终点小油路路段）、110辅道（起点新十一路，终点新环路路段）



第四章 户外广告规划设计方案

灯杆户外广告牌



第四章 户外广告规划设计方案

路名牌户外广告



广告形式：底座式户外广告设施

总体规格：2.7m*1.5m

画面规格：1.8m*1.2m

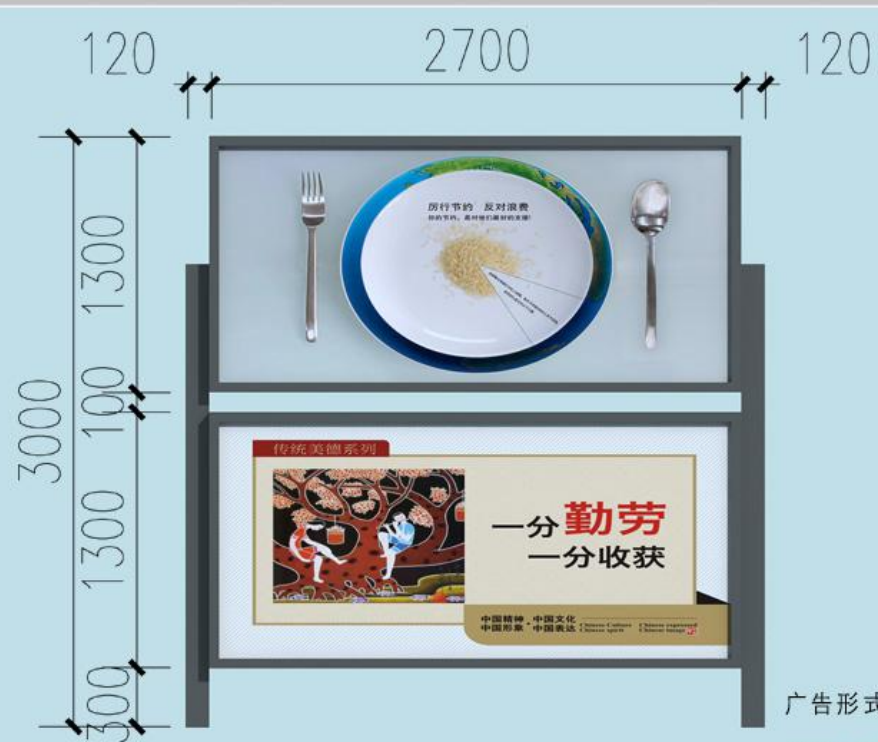
第四章 户外广告规划设计方案

公交车站牌户外广告



第四章 户外广告规划设计方案

公益广告宣传栏



广告形式：立杆式户外广告设施

总体规格：2.7m*3m

画面规格：2.5m*1.1m

第四章 户外广告规划设计方案

阅报栏及信息宣传栏



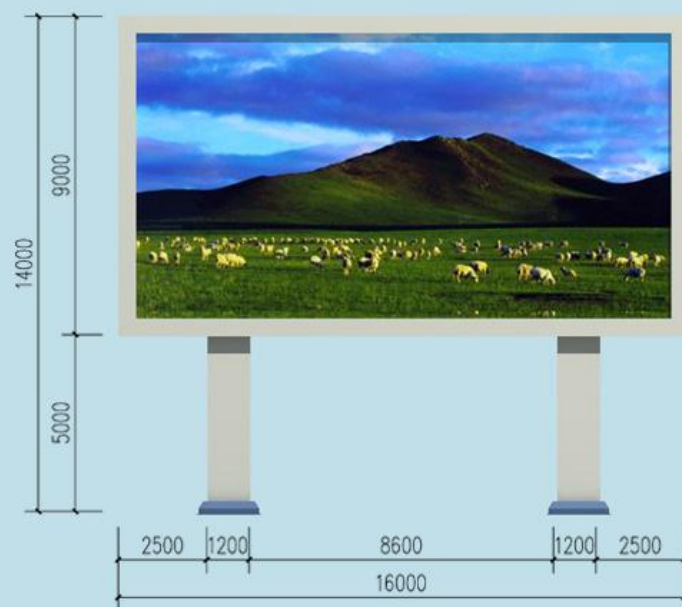
广告形式：立杆式户外广告设施

总体规格：3.36m*2m

画面规格：3m*1.1m

第四章 户外广告规划设计方案

广场LED广告牌



广告形式：大型LED户外广告设施

总体规格：16m*9m 高14m

牌面规格：15m*8m

第四章 户外广告规划设计方案



第四章 户外广告规划设计方案

大型高立柱户外广告



第四章 户外广告规划设计方案



第五章 近期建设与实施建议

第五章 近期建设与实施建议

一、近期建设

1、近期规划期限

2016-2030年

2、近期建设的总体目标

结合城市近期建设的实际情况，通过一系列的户外广告设施专项整治行动和城市相关管理条例的实施，使乌拉特前旗的户外广告让位于城市空间，呈现出发展有序、形式多样、特性突出的户外广告发展形态，倡导本土文化、体现人文关怀、营造优美环境、提升乌拉特前旗城市品牌，展现出城市综合经济和文化实力。

3、近期建设发展策略

（1）近期重点建设区域

①东风大街：

按照东风大街城市设计要求，对东风大街沿线进行详细设计，东起京藏高速公路，西至教育街。重要节点除城市设计中明确的节点外，还应增加天義商厦、星河广场商圈节点。

②振兴大街：

按照振兴大街城市设计要求，对振兴大街沿线进行详细设计，东起110国道，西至红旗大街。

③红旗大街：

按照红旗大街城市设计要求，对红旗大街沿线进行详细设计，北起山咀路，南至南环路。重要节点除城市设计中明确的节点外，还应增加天義商厦、星河广场商圈节点，林海公园节点。

④红卫路：

按照红卫路城市设计要求，对红卫路沿线进行详细设计，北起振兴大街，南至南环路。重要节点除城市设计中明

第五章 近期建设与实施建议

确的节点外，还应增加包百大楼商圈节点。

⑤东风大街东出口

2、重要区域交通

京藏高速公路、110国道。

3、重要节点

①天义商厦、星河广场

②包百大楼

③乌拉特前旗火车站

④东风大街汽车站

4、牌匾标识设施重要街道

老城组团：振兴大街、林场路、北环路、教育路、东风大街、东升大街、浆泊路、物资路和南环路；西环路、政法路、红旗大街、水利路、红卫路、团结路、民族路、运输路、110国道。

新城组团：市府北路及其他主要街道。

（2）建立完善的户外广告管理机制

政府相关职能部门应逐步加强对户外广告设施的管理力度和经营权，形成一套设计——评估——审批——施工——验收——维护的管理体系；完善城市户外广告设施管理法律、法规，合理引导户外城市广告设施健康有序地发展。

（3）体现不同街区的特色、可识别性

城市中不同的道路有其不同的特性，其形成的历史、使用性质、沿街风貌、人流构成等都是不同的。在实施过程中应通过进一步的户外广告设施规划设计针对各城市街道的特色对户外广告进行梳理，从而使城市更加鲜活、特色分明。

第五章 近期建设与实施建议

（4）加强公益性户外广告的建设

公益性户外广告是彰显城市文化、提升城市品牌、体现人文关怀的有效载体，在近期建设中应加强公益性户外广告设施的建设。

二、实施建议

1、规划实施建议

（1）规划以《乌拉特前旗乌拉山镇总体规划（2014-2030）》及乌拉特前旗乌拉山镇近两年编制完成的相关规划确定的城市用地布局为依据编制，对于因城市建设需要而新增的地块、片区或对局部用地性质调整的地块可按文本中用地分类进行归类后，按照相应的要求控制。

（2）本次规划重点给出了城市户外广告设置的位置和设计要求，户外广告设施的具体位置应当根据所处的区域位置，对广告设施的形式及内容进行详细的设计，然后按相关程序进行报批。

（3）结合本市实际，选择繁华路段、重点出入口、重要交通节点为重点整治地区，率先进行广告设施专项整治活动，以打造户外广告设施示范街为目标，带动其他区域的广告设施整治。

（4）鼓励户外广告设施应多采用新技术、新材料，广告设置应色彩鲜艳明快，形式新颖多样。充分运用各种元素，在构图、材料、质感及色彩、平面等各方面相配合，体现当代科技水平。

2、管理实施建议

（1）健全广告业务承接登记、审核、档案、管理制度，进一步落实户外广告监测、通报、查处制度，并将辖区户外广告登记情况、查处情况整理归档，建立相关信息数据库，为下一步实施动态长效监管夯实制度基础。

（2）户外广告设施的审批及行政管理的主体**要明确职责所在**，其他各相关单位应积极配合乌拉特前旗户外广告的整治工作，明确各单位的责任及义务，确保规划顺利实施。

第五章 近期建设与实施建议

(3) 建立完善的监管制度及考评制度，避免户外广告设施的设置的“归巢”现象。

(4) 实施市场化运作，在本市范围内占用公共用地设置的户外广告设施，应当符合规划要求，对其使用权进行公开拍卖，有偿使用，以便公共用地的户外广告设施得到合理、有效的使用，使乌拉特前旗户外广告的设置实现良性运作。

(5) 为了保证规划能顺利实施，新建建筑广告设施设置与建筑主体应同步设计、同步施工、同步验收。

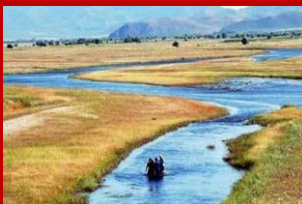
(6) 明确广告设计方案应充分考虑夜景照明与周边环境的协调性，重要节点方案应报政府审批明确审批主体。

(7) 健全临时性广告、短期广告、长期广告的管理主体及管理细则。

(8) 户外广告设施设置不得空置，使用权拥有人在取得设置使用权后应按规划位置、设置形式及时组织发布广告，未能及时发布广告的由广告设施设置使用权拥有人以公益广告覆盖。

(9) 签订广告牌使用权协议时，通过控制广告牌商业广告和公益广告发布的时间比例（例如一块商业广告牌每年设置公益广告时间为20%，设置时段按需而定），从而整体协调全市公益广告的覆盖面，提高公益广告按需设置的可操作性。

(10) 应加强对户外广告设施的日常维护管理，保持其完好、整洁。污损、褪色的，应及时清洗、油饰、粉刷；残缺、破损、倒斜的，应及时维修或更换；版面内容文字错误、灯光显示不全的，应在发现后及时改正、修复。



乌拉特前旗乌拉山镇户外广告和牌匾设置专项规划