

# 新野县中心城区户外广告专项规划（2021—2035年）

## 文本

新野县城市管理局

2025年12月

## 目 录

第一章 总则.....	1	第十七条 集中设置路段控制要求.....	5
第一条 规划目的.....	1	第十八条 控制设置路段.....	5
第二条 规划地位.....	1	第十九条 控制设置路段控制要求.....	6
第三条 规划范围.....	1	第二十条 “点”的控制.....	6
第四条 规划期限.....	1	第二十一条 不同类型建筑的控制.....	6
第五条 规划依据.....	1	第三章 设置控制通则.....	9
第六条 规划原则.....	2	第二十二条 禁止设置通则.....	9
第七条 指导思想.....	2	第二十三条 户外广告类别控制通则.....	10
第八条 规划目标.....	2	第二十四条 户外广告位置控制通则.....	10
第二章 规划总体布局.....	3	第二十五条 户外广告规格控制通则.....	11
第九条 布局结构.....	3	第二十六条 户外广告材质引导.....	11
第十条 “面”的分类.....	3	第二十七条 户外广告色彩引导.....	11
第十一条 集中设置区.....	3	第二十八条 户外广告照明引导.....	12
第十二条 集中设置区控制要求.....	3	第二十九条 户外广告字体引导.....	13
第十三条 控制设置区.....	4	第三十条 户外广告设计要求.....	13
第十四条 控制设置区控制要求.....	4	第四章 广告设施控制.....	14
第十五条 “线”的分类.....	4	第三十一条 依附于建筑物广告.....	14
第十六条 集中设置路段.....	5	第三十二条 落地式广告.....	15
		第三十三条 街道公共设施广告.....	17

第三十四条 LED 电子显示屏广告.....	17
第三十五条 公益性户外广告规划.....	18
第三十六条 临时性户外广告.....	18
第五章 近中期建设重点及整治措施.....	18
第三十七条 近中期规划期限.....	18
第三十八条 近中期建设重点.....	18
第三十九条 整治类型.....	18
第六章 规划实施措施及建议.....	19
第四十条 实施措施.....	19
第四十一条 实施建议.....	19
第七章 附 则.....	20
第四十二条 规划成果组成.....	20
第四十三条 批准与实施主体.....	20
第四十四条 规划修改.....	20

## 第一章 总则

### 第一条 规划目的

为了进一步规范新野县中心城区户外广告设置，强化户外广告与城市景观、城市形象和城市环境的协调，提高户外广告整体质量和水平，促进新野县户外广告业的健康发展，特编制《新野县中心城区户外广告专项规划（2021—2035年）》（以下简称本规划）。

### 第二条 规划地位

本规划是《新野县国土空间总体规划（2021-2035年）》体系中的专项规划，是新野县中心城区户外广告设施设置、管理的基本依据，旨在通过科学规划合理利用城市空间资源，规范广告设置行为，美化城市环境，提升城市形象，并促进广告业健康发展。将纳入国土空间规划“一张图”，是指导新野县中心城区户外广告设施建设的重要依据。

### 第三条 规划范围

本次规划范围为新野县中心城区范围，中心城区由汉城街道和汉华街道及周边的上港乡和城郊乡组成，具体为西至新城大道和先进制造业开发区西侧、南至南环路和先进制造业开发区南侧、东至东环路东侧、北至 G328 北侧，总面积 60.11 平方公里。其中城镇开发边界面积为 37.49 平方公里。

### 第四条 规划期限

根据《新野县国土空间总体规划（2021-2035年）》，专项规划的期限应与总体规划相一致，因此确定本规划期限为 2021-2035 年，分近中

期和远期两个阶段。

近中期规划：2021-2030 年；

远期规划：2031-2035 年。

### 第五条 规划依据

（一）法规、条例及政策文件

1. 《中华人民共和国城乡规划法》（2019 年修正）；
2. 《中华人民共和国广告法》（2021 年 4 月）；
3. 《城市规划编制办法》（建设部令第 146 号）；
4. 《广告管理条例》（1987 年 12 月）；
5. 《广告管理条例实施细则》（1988 年 1 月）；
6. 《南阳市城市市容和环境卫生管理条例》（2018 年 11 月）；

（二）规范、标准

1. 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）；
2. 《河南省城市精细化管理导则(试行)》（豫建行规〔2024〕3 号）；
3. 《河南省户外广告管理办法》（1995 年 11 月）；
4. 河南省《城市市容和环境卫生管理条例》实施办法（2004 年 1 月）；
5. 《南阳市户外广告和门头招牌设施设计导则（征求意见稿）》（2024 年 6 月）；
6. 《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南（自然资源发〔2023〕234 号）》；

（三）规划及其他

- 1.《新野县国土空间总体规划（2021-2035年）》；
- 2.《新野县国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》；
- 3.其他相关规划及文件。

## 第六条 规划原则

### （1）整体协调原则

户外广告设施应与建筑、公园、绿化、景观等城市环境保持协调，不能为了广告的显眼，而利用加大广告设施的尺寸、采用夸张的色调等手法吸引受众眼球。同一区域的户外广告设施在空间上应保持整体协调，体现空间特色，提高空间的可识别性和个性化。

### （2）控量提质原则

结合户外广告设施设置标准和规范，加强对现状户外广告设施的整治、提升，依法拆除违规设置的户外广告设施，减少城市中户外广告设施的数量。通过规划的引导，突出户外广告设施的装饰效果，以高品质为目标打造城市户外广告设施。

### （3）多样创新原则

鼓励户外广告设施的个性化、多样化和创新性，结合新野县历史文化、城市特色、景观环境，创造符合区域特征并具备独特性的户外广告设施，凸显城市的特征，宣传和推广城市的文化。采用新媒体、新形式、新技术及新材料，提升户外广告的艺术性和视觉效果。

### （4）安全美观原则

户外广告设施设置应当树立安全第一的原则，通过对照明形式、设计位置及其与交通设施的间距进行严格控制，避免户外广告对交通

安全的影响。通过对户外广告设施位置、造型、材质、视距、色彩、照明方式等的引导控制，提升户外广告设施的档次、质量、品位。

### （5）景观性原则

户外广告设施是城市景观中不可缺少的元素，商业地标与户外广告的结合表达着一种特有的城市区域精神。在户外广告设施设置规划中，鼓励采用新的技术手段和造型方式，用现代化的户外媒体形式和户外媒体技术塑造现代化的都市形象。

## 第七条 指导思想

本规划以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神，落实城市高质量发展要求，旨在通过科学规范户外广告设施设置，提升城市环境品质与治理水平，展现城市特色风貌与活力。

## 第八条 规划目标

规划期内通过以“减量提质”为原则，以“提升品质、凸显特色”为目标，打造体现新野“三国文化名城、现代轻纺新城、田园宜居水城”主题、高品质的户外广告体系。

## 第二章 规划总体布局

### 第九条 布局结构

本次规划新野县中心城区户外广告将形成“片区集中，中心突出、门户展示”的规划结构。

片区集中：形成两个大的户外广告设置主要片区，是指在主要的商业发展片区进行户外广告的集中设置、展示，包括：

老城片区集中展示区：对现有广告进行控制，并结合广告布局和展示片区进行优化升级，形成突出新野历史特色的核心广告展示片区。

新城片区集中展示区：结合新城规划，融合新城城市天际线，形成新野新的现代核心广告展示片区。

中心突出：在中心城区各个商业集中地块、街区，形成户外广告的集中展示中心，包括汉城路综合商业中心、新城综合商业中心、行政服务中心等 3 个户外广告的集中展示中心。

门户展示：在客运站、货运铁路场站以及各城市出入口等门户位置设置的户外广告展示点，包括新野客运站、货运铁路场站、北环路与 239 省道交叉口、北环路与东滨河路交叉口、北环路与 234 省道交叉口、汉城路与东环路交叉口、大桥路与新城大道交叉口、南环路与新城大道交叉口 8 个门户展示节点，形成新野县城市形象展示的重要窗口。

### 第十条 “面”的分类

规划结合新野县中心城区户外广告现状，将户外广告设置规划区分为两类控制：

(1) 集中设置区；

(2) 控制设置区。

### 第十一条 集中设置区

规划划分新野县中心城区户外广告集中设置区 15 个片区。

表 2-1 集中设置区一览表

分区编号	位置及范围
片区一	新城大道与北环路交叉口东南角区域
片区二	西滨河路与北环路交叉口西北角区域
片区三	强国路、规划八路交叉口两侧区域
片区四	规划八路以东、西滨河路以东、振兴路以南、书院路以北区域
片区五	田园路、西滨河路交叉口西南角区域
片区六	大桥路（西滨河路以西）两侧区域
片区七	东滨河路与三国路交叉口以西区域
片区八	北环路以北、省道 234 两侧区域
片区九	朝阳路（书院路-人民路）两侧区域、人民路（育才街-朝阳路）两侧区域
片区十	汉城路（东滨河路-中兴路）两侧区域
片区十一	朝阳路（百宁街-伞厂南街）两侧区域
片区十二	结义路、健康路两侧区域
片区十三	大桥路（东滨河路-人民路）以南区域
片区十四	汉城路与东环路交叉口西南角区域
片区十五	东环路与三国路交叉口以东区域

### 第十二条 集中设置区控制要求

集中设置区内除了禁止设置屋顶广告、围墙广告、大型支架式广告、大型立柱式广告、护栏广告和跨道路桥梁广告类型以外，其他广告类型均允许设置。

表 2-2 集中设置区户外广告类型控制一览表

广告分类	设置控制	集中设置要求

依附于 建筑物的 广告	建筑外墙广告	平行于建筑物外墙广告	允许设置	三层以下建筑不得设置，集中设置地块面积可大于 50%
		垂直于建筑物外墙广告	允许设置	-
	屋顶广告		禁止设置	-
	围墙广告		禁止设置	临时施工围墙可设置地块业主自身广告及公益性广告
	橱窗广告		允许设置	-
落地式 广告	大型支架式广告		禁止设置	仅可设于高速公路收费站区
	小型独立支撑 广告	立杆型	允许设置	仅可设于商业路段及地块、市场及物流园区内
		底座型	允许设置	
		实物造型	禁止设置	仅可以有条件的临时设置
立柱式广告		禁止设置	仅可设于高速公路两侧	
其他广 告	街道公共设施 广告	街道家具附属广告	鼓励设置	公益性广告不低于 20%
		灯电杆广告	允许设置	仅在生活性主干道上设置，布幅悬挂，
		护栏广告	禁止设置	-
	LED 电子显 示屏广告	大型电子显示屏广告	允许设置	仅允许设置于商业用地内中底层商业建筑前场地内
		门檐 LED 广告	允许设置	仅允许在门面 10 米以上、营业面积 150 平方米以上的门店设置
	跨道路桥梁广告		禁止设置	-

### 第十三条控制设置区

规划划定新野县中心城区户外广告控制设置区 20 个片区。

表 2-3 控制设置区一览表

分区编号	位置及范围
片区一	果园路以东、西滨河路以西、北环路以南、书院路以北区域
片区二	新城大道与强国路交叉口东北角区域
片区三	书院路与西滨河路交叉口东南角区域
片区四	田园路南北两侧区域
片区五	新城大道以西、新韵路以南、大桥路以北区域
片区六	新城大道（大桥路以南）两侧区域
片区七	东滨河路以东、北环路以南、三里河以北区域
片区八	北环路以北、省道 234 两侧区域
片区九	东滨河路以东、朝阳路以西、三里河以南、汉城路以北区域
片区十	朝阳路以东、人民路以西、书院路以北区域
片区十一	朝阳路以东、人民路以西、书院路以南、汉城路以北区域
片区十二	人民路以东、中兴路以西、北环路以南、汉城路以北区域

片区十三	中兴路以东、东环路以西、汉城路以北区域
片区十四	东环路以北环路交叉口以南区域
片区十五	汉城路（东环路以东）两侧区域
片区十六	东滨河路以东、东环路以西、汉城路以南、大桥路以北区域
片区十七	东环路以北宁街交叉口东区域
片区十八	东滨河路与大桥路交叉口东南角区域
片区十九	朝阳路与河园路交叉口西南角区域
片区二十	中兴路（大桥路以南）两侧区域

### 第十四条控制设置区控制要求

控制设置区内户外广告类型控制较为严格，仅允许设置墙面广告、橱窗广告、街道家具附属广告，其他广告类型禁止设置。

表 2-4 控制设置区户外广告类型控制一览表

广告分类			控制设置要求
依附于 建筑 物的 广告	建筑外墙广告	平行于建筑物外墙广告	商业部分建筑允许设置
		垂直于建筑物外墙广告	禁止设置
	屋顶广告		禁止设置
	围墙广告		禁止设置
	橱窗广告		商业部分建筑允许设置
落地 式 广 告	大型支架式广告		禁止设置
	小型独立支撑 广告	立杆型	商业部分建筑允许设置
		底座型	商业部分建筑允许设置
		实物造型	禁止设置
	大型立柱式广告		禁止设置
其他广 告	街道公共设施 广告	街道家具附属广告	允许设置，公益性广告不低于 30%
		灯电杆广告	禁止设置
		护栏广告	禁止设置
	大型 LED 广告		禁止设置
	LED 电子显 示屏广告	门檐 LED 广告	仅允许在门面 10 米以上、营业面积 150 平方米以上的民点设置门檐 LED
跨道路桥梁广告		禁止设置	

### 第十五条“线”的分类

根据不同道路的级别及特征，确定户外广告设置控制要求，分段引导，侧重从城市空间的角度进行管控。把道路划分为集中设置路

段、控制设置路段。

集中设置路段：主干道、次干道通过集中设置区路段。

控制设置路段：主干道、次干道通过其他区域的路段。

#### 第十六条集中设置路段

集中设置路段是指两侧都是集中设置地块的路段：

表 2-5 新野县中心城区集中设置路段一览表

道路名称	集中设置路段
汉城路	东滨河路-东环路
朝阳路	汉城路-书院路、团结路-人民路、大桥路-城南路
人民路	朝阳路-书院路、健康路-城南路
解放路	健康路-书院路
中兴路	汉城路-书院路
规划八路	书院路-强国路
西滨河路	书院路-强国路
大桥路	朝阳路-人民路、新城大道-西滨河路

#### 第十七条集中设置路段控制要求

(1) 广告类型：允许设置小型独立支撑广告、街道家具附属广告、公交候车亭广告、出租站牌广告，禁止设置除公交候车亭广告、出租站牌广告以外的其他道路附属设施广告。

(2) 广告规格：同一路段同一类型户外广告设施规格尺寸应统一。

(3) 广告色彩：与两侧集中设置地块广告色彩相协调，可以采用凸显于各区主色调的广告色彩。同一路段的广告色彩宜统一。

(4) 广告照明：采用内发光广告照明，广告亮度可适当提高。灯光设置严禁对交通和建筑功能产生干扰。

(5) 广告密度：可适当提高。小型独立支撑广告间距可根据道路

等级、红线宽度，采用规范上限执行。

#### 第十八条控制设置路段

控制设置路段是指除集中设置路段以外的路段，主要是针对城市道路中两侧是控制设置地块的道路。

表 2-6 新野县中心城区控制设置路段一览表

道路名称	控制设置路段
大桥路	新城大道往西、东滨河路-朝阳路、人民路-东环路
汉凤路	规划一路-西滨河路
纬三路	规划一路以东
纬二路	规划一路以东
规划二路	纬三路-南环路
规划三路	纬三路以南
经三路	纬三路-南环路
城南路	朝阳路-东环路
河园路	朝阳路-东环路
规划七路	中兴路-东环路
新城大道	南环路-南环路
朝阳路	城南路以南、大桥路-汉城路、团结路-书院路、人民路-G328（北环路）
中兴路	规划七路-汉城路、书院路-东环路
东环路	北环路-规划七路
规划一路	汉凤路以南
纬五路	-
西滨河路	书院路-南环路、强国路-G328（北环路）
南环路	西滨河路以西
规划八路	强国路-G328（北环路）
果园路	书院路-G328（北环路）
振兴路	西滨河路-新城大道
强国路	西滨河路-新城大道
书院路	东滨河路-东环路
人民路	书院路-健康路
东滨河路	大桥路-G328（北环路）
新韵路	新城大道以西
田园路	西滨河路-新城大道
育翔路	三里河南路以南
纺织路	东滨河路-东环路
解放路	书院路-东滨河路
汉华路	东滨河路-东环路
G328	新城大道-西滨河路、东滨河路-东环路

三里河南路	东滨河路-G328（北环路）
三里河北路	东滨河路-G328（北环路）
规划六路	G328（北环路）以南
三国路	东滨河路-东环路
邓禹路	人民路-规划六路
健康路	东滨河路-东环路
结义路	东滨河路-解放路
百宁街	朝阳路-东环路

### 第十九条控制设置路段控制要求

（1）广告类型：仅允许设置街道家具附属广告、公交候车亭广告、出租站牌广告，禁止设置小型独立支撑广告以及除公交候车亭广告、出租站牌广告以外的其他道路附属设施广告。

（2）广告规格：同一路段同一类型户外广告设施规格尺寸应统一。

（3）广告色彩：同一路段的广告色彩宜统一。

（4）广告照明：采用内发光广告照明，广告亮度应按照规范的下限执行。

### 第二十条“点”的控制

高层建筑（即高度超过24米的建筑）的户外广告和“标识”开发应遵循以下的强度分级原则：

开放设置段：一层至二层，以建筑低层亲人尺度的广告和“标识”为主；

控制设置段：二层至五层，允许多种形式并存；

禁止开发段：六层（或裙房以上层）至顶部三层以下部分；

顶层（顶部一至三层）：严格控制设置户外广告，标识设置段。

### 第二十一条不同类型建筑的控制

#### （1）行政办公建筑

范围：党政机关、人民团体及其相关直属机构、派出机构和直属事业单位等。

控制导则：

1)不得利用行政办公建筑及围栏设置商业广告，仅可设置标识。

2)如果建筑的底部或裙楼为商铺，则商业部分按商业建筑的要求进行控制。

3)新建的每一幢建筑物可以设置并只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑物轮廓线外。标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑物使用者和建筑物外行人的工作和生活。

4)对于一幢楼宇有众多单位和招牌的，除了一层的店招店牌可沿建筑店铺门头设置外，在该楼宇入口处采用独立的落地式标识牌或在楼宇内楼梯和电梯候梯厅的墙面上设置附着式标识牌。标识牌上除了标识各层、各单位名称外，不得有任何制作单位或其他广告。

#### （2）文化体育建筑

范围：新野文化站、体育场馆、科技馆、图书馆、影剧院、游乐健身场馆等。

特点：体育类建筑包括青少年及老年之家多显宽、广、大；科技馆、图书馆具有相应的功能要求；影剧院、游乐健身场馆不仅具有宣传性具有一定的娱乐性，文化站很大程度上突出宣传作用。

控制导则：

1)本区域内的户外广告设施，不得影响或妨碍到原有的景观，且不

得喧宾夺主。

2)科技馆、图书馆可以在该用地内的广场上设置临时宣传展板。同时，科技馆、图书馆在新建、改建、扩建时必须考虑在外立面上设置展示的广告设施位置，这些广告位所展示的广告必须与场馆性质相匹配，除宣传场馆的广告外，不得设置其他商业内容的广告。

3)影剧院、游乐健身场馆具有较强的娱乐性，宜设置颜色丰富多彩的商业广告，宜采用实物造型、投影、电子显示屏、3D投影、水幕投影、激光投影等先进的户外广告新媒体。

4)可适当发布一些展示、演出等临时性广告，但尺度、形态不能损害建筑形象。

### (3) 住宅建筑

范围：现代小区住宅。

特点：是人们最熟悉，最关注的生活环境。

控制导则：

1)新建的每一幢建筑物可以设置并只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上。标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑物使用者和建筑物外行人的工作和生活。

2)宜设置公益类广告。

3)除店招店牌、实物类广告、公益类广告外，不得设置其他户外广告设施。

4)商住楼的底层按商业建筑的要求严格控制以外，不得设置发光广告。

### (4) 商业建筑

范围：以商业为主的建筑，对周边地区有一定影响。

特点：在一定区域内有着较高的知名度，并且反映了一定社会商业繁华程度。

控制导则：

1)宜以标识广告为主，以附着式广告设施为辅。

2)鼓励设置橱窗广告设施，并且鼓励使用投影、LED等广告设施形式。

3)新建的每一幢建筑物可以设置并只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑物轮廓线外。

4)建筑立面上没有设计留有广告位的，不得设置任何形式的广告设施。

5)由于本范围内的建筑具有一定的代表性，易在公众中引起较大影响，广告内容宜优先展示汽车、地产、旅游、食品、公益、首饰、皮具、化妆品、服装、鞋帽、民族特色商品或产品等。

6)鼓励业主对楼宇进行灯光亮化、美化，提升楼宇在夜晚对街道和城市气氛的烘托和映射。

7)写字楼入口处的标识，宜采用独立的落地式标识牌或在楼宇内楼梯和电梯候梯厅的墙面上设置附着式标识牌，标识牌上除了标识各层、各单位名称外，不得有其他广告。

8)不得在建筑外立面或在建筑物玻璃上粘贴画报、大字、宣传类、电话号码类的“类广告”设施，不得影响建筑物外立面的美观，不得破坏建筑物给行人带来的视觉享受。

9)设计力求创新，既要充分反映经济繁荣景象，又要力求体现城市精神文明风貌，但不可遮挡和分割建筑立面，不得破坏天际轮廓线和建筑景观的完整性。

(5) 工业、仓储建筑

范围：工业厂房、仓储建筑。特点：建筑性质单一。

控制导则：

1)一般不得设置广告，但在主体厂房建筑上可设置企业标识。

2)广告色彩应能够体现本土特色，选用与周围建筑和环境协调的色调。

3)禁止在围栏上设置任何形式的广告。

4)规模超过 5000 平方米的工业或仓储区，宜设置一处开放设置区，可设置宣传展板。

表 2-7 户外广告形式与建筑类别兼容性一览表

类别 \ 广告形式	橱窗	电子显示屏	投影	附着式广告	实物广告	标识
文物古迹建筑	X	X	X	X	○	○
商业金融建筑	○	○	○	○	○	○
工业建筑	X	X	X	X	X	○
特殊建筑(含宗教建筑、福利院等)	X	X	X	X	○	○
教育科研建筑	X	X	X	X	○	○
行政办公建筑	X	X	X	X	X	○
医疗卫生建筑	X	○	○	○	X	○
交通建筑	X	○	○	X	○	○
仓储建筑	○	○	○	X	○	○
批发市场建筑	○	○	○	○	○	○
市政基础设施建筑	X	X	X	X	X	X

公园、绿地中的建筑	X	X	X	X	○	○
街头绿地	X	X	○	X	○	X
步行街	○	○	○	○	○	○
影剧院、娱乐场所等	○	○	○	○	○	○
居住建筑	X	X	X	X	○	X
文化艺术建筑	○	○	○	○	○	○
体育场馆	X	X	○	X	○	X
广场	X	X	X	X	○	X

注：图中○表示允许设置，X表示禁止设置。

### 第三章 设置控制通则

#### 第二十二条 禁止设置通则

(1) 国家机关、重要标志性公共建筑、文物保护单位、城市纪念性建筑、文化教育设施;

(2) 规划确定的保护建筑及其控制范围内;

(3) 不得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;

2) 交通标志牌;

3) 交通执勤岗设施;

4) 人行道隔离栏;

5) 车行道分离栏、隔离栏;

6) 其他交通安全设施和交通标志。

(4) 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) 在城市道路、公路交叉路口视距三角形范围内;

2) 地下管线, 高压电力架空线安全保护范围内;

3) 交通信号灯、交通标志周围十米以内设置闪烁方式以及与交通信号灯颜色、切换频率相同的户外电子显示装置;

4) 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;

5) 除设公交候车亭外的公交站牌、消防栓、邮筒、电话亭等设施

半径 10 米范围内;

6) 人行天桥落地扶梯、过街地道、公路收费站和立交桥落地匝道等人流和车流出入口;

7) 其它影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志正常使用的情形。

(5) 妨碍生产或人民生活, 损害市容市貌或者建筑形象有下列情形之一的:

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) 坡屋顶、屋顶造型独特的建筑顶部透空功能的;

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) 在建筑外墙层与层之间窗肚墙(层与层之间纵向窗间墙)上设置的;

7) 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;

8) 在大量车流集散的公共建筑出入口两侧各 5 米范围内及其它影响消防安全区域设置的;

9) 消防通道上空 5 米以下、宽 3.5 米以内范围内;

10) 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。

11) 在玻璃幕墙、高层建筑主体墙面、住宅、综合建筑住宅部分、建筑物底层落地立柱面等位置。

(6) 有下列利用行道树或者损毁绿地的情形之一的:

- 1) 依附于行道树或者影响行道树生长的;
- 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损毁绿地的情形。

(7) 不得在下列特殊用地单位等控制地带设置户外广告:

- 1) 军事机关大楼及其围墙;
- 2) 风景名胜区的建筑控制地带;
- 3) 大型城市公共广场、公园、(河、湖)绿地及其绿化控制带(经许可可设置少量公益性广告);
- 4) 河堤防险地段、挡土墙及县人民政府规定禁止设置户外广告的其他区域。

#### 第二十三条户外广告类别控制通则

(1) 限制悬挂式广告设置

除了商业区允许设置悬挂式广告外,其他非商业区严禁设置悬挂式广告,且商业区内悬挂式广告的材质应安全可靠。

(2) 中心城区内禁止大型落地式广告、护栏广告、跨道路桥梁广告设置。

立柱式广告(大型立柱式)仅允许设置在高速公路两侧,大型支架式广告仅允许设置在高速公路收费站区,其他区域禁设。

(3) 限制街道家具设施广告设置

除了公交站牌广告外,限制灯杆、电杆、自行车租车亭等的商业广告设置,可设置宣传城市文化、节庆活动等的公益广告,公益性广

告所占比例不低于60%。

(4) 限制墙体广告设置

除正在施工建筑周边可设置临时性的墙体广告外,其他区域禁止设置墙体商业广告,且广告内容限定在公益性广告及地块业主自身广告;可于行政办公建筑前、公园、广场等位置设置少量的公益广告。

(5) 小型独立支撑广告底座型仅允许设置在集中设置区,商业路段及地块、市场区及物流园区内部;

(6) 实物造型广告原则上不宜设置,确应需要设置的实物造型广告宜结合周边环境临时设置,但不得影响市容市貌;

(7) 灯电杆广告仅允许在设置区商业集中的生活性主干道上设置,以布幅悬挂为主,不得以其他形式出现。其他道路原则上不鼓励设置,如确实要设置的须经相关部门同意和审批;

(8) 大型电子显示屏广告仅允许设置于商业用地中底层商业建筑前场地内。若依附于建筑,按平行建筑外墙广告管理;落地的按小型独立支撑广告管理;

(9) 禁止设置路名牌广告。

#### 第二十四条户外广告位置控制通则

(1) 底座式户外广告设施位置

1) 宜设置在步行街的休憩带中,应结合休憩设施、绿化景观设施合理布置,形式应与步行街风格相协调。

2) 设施设置不得占压盲道、无障碍坡道,不能影响道路正常使用;

3) 应设置在人行道宽度 $\geq 4.5\text{m}$ 的地段,或面积 $\geq 50$ 平方米的广场

(空地)及绿地;

4) 底座和牌面外缘距人行道或绿化带侧石外缘应  $\geq 0.4\text{m}$ ;

### (2) 依附于建筑墙面广告位置

1) 广告下端距地面净高(H)不得低于3米,并且不得超出悬挑架空部分底沿;上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙,高度(a)不宜大于9米;广告设施的宽度(b)不得突出墙面的外轮廓线;广告设施的外沿突出墙体的距离(c)不得超过0.5米,且其突出墙面的部分不得妨碍行人、车辆的正常通行和安全。

2) 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。

3) 在没有条件设置内嵌和平镶式户外广告的旧建筑物上设置广告设施,凸出墙面的距离不得超过0.5m,其凸出墙面的部分不得妨碍行人的安全;贴附沿路实体围墙的广告设施,其突出墙面的距离不得大于0.2m,高度不得超出围墙高度,宽度不得大于围墙柱墩之间的实墙面。

4) 在建筑外墙设置广告严禁遮挡窗口和建筑物主体的肌理和整体造型。

### (3) 垂直于建筑物外墙广告位置

1) 垂直式建筑外墙广告设施其外沿距离墙体的距离(c)不得大于1.5米,不得突出道路红线和用地红线,不得妨碍行人、车辆通行安全;广告的高度(a)不得大于9米,上端不得超出附着墙面的上端,且距地(H)不得高于24米;突出部分下沿距地面垂直距离(h)不得低于4.5米。

2) 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  $\geq 6$  米。

## 第二十五条户外广告规格控制通则

(1) 集中设置路段及设置地块:商业部分建筑墙面户外广告总面积应小于该建筑物设置广告面实体墙面积的50%,其余建筑墙面户外广告总面积应小于该建筑物设置广告面实体墙面积的30%;公益性广告比例应占到总广告数的20%。

(2) 非集中设置地块及路段:商业部分建筑墙面户外广告总面积应小于该建筑物设置广告面实体墙面积的30%,其余建筑墙面禁设。

(3) 集中设置区、控制设置区内允许设置的其它类型广告,规格要求可适当放宽。

## 第二十六条户外广告材质引导

(1) 综合考虑不同的用地功能、周边环境采用不同的材料;

(2) 强调综合材料的互衬对比;

(3) 提高环保材料使用比例。

## 第二十七条户外广告色彩引导

(1) 根据建筑、景观色彩,规范广告主导色调,避免高纯度广告、色相反差过大广告画面出现。

(2) 广告画面应使用与建筑环境协调的色彩,低纯度画面面积不低于总面积的70%,广告画面辅助色彩可使用少量纯度较高的彩色,色彩倾向应符合设计要求。

(3) 单个广告画面中,要保持同色系颜色应不小于画面总面积的70%(包括字体)。

## 第二十八条 户外广告照明引导

### (1) 户外广告照明设置基本要求

设置户外广告必须同步建设相应的亮化设施。亮化建设鼓励采用新技术、新材料、新光源和新工艺，同时应采取相应的防火、防风、防震、防漏电等安全措施，并符合下列要求：

- 1) 不影响建筑物原有风貌和结构安全；
- 2) 不影响市容、交通和消防通道；
- 3) 不影响城市公用设施的正常使用；
- 4) 与周围环境相协调；

5) 在机动车通行道路两侧设置的户外广告及亮化设施，必须采取眩光限制措施；

6) 户外广告设施灯光照明设计，应符合以下规定：

① 户外广告设施灯光照明要有合理的照度，尽量减少光污染。

② 广告设施灯光照明要有合适的照度均匀度，一般照明情况下，照度均匀度应  $\geq 0.7$ 。

③ 广告设施灯光照明要选用合适的光源光色和显色性，使光色与照度具有相当的比例，构筑、渲染出各种舒适的色感环境氛围。

### (2) 关于光源的规定

1) 光源配置不得影响居民生活及交通安全；

2) 在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烁方式及辐射红、黄、绿三色的光源照明；

3) 建筑物裙楼设置广告提倡使用 LED 像素点、立体发光字照明形式，在商业区、餐饮和娱乐区可采用霓虹灯广告；

4) 提倡采用新型节能光源和灯具，提倡使用灯箱、橱窗照明等内透光照明方式。

### (3) 关于户外广告照明亮度标准规定

(1) 户外广告设施照度和灯箱广告照明亮度标准应符合表 3-1、表 3-2 的要求。

(2) 行政办公区和商务办公区适宜采用标志照明。

(3) 当广告画面颜色总体效果为暖色调时，用偏暖色光照明，为冷色调时用偏冷色光照明。

表 3-1 户外广告设施照度规定（单位：lx）

广告设施	广告面积 < 2 m <sup>2</sup>	广告面积 > 8 m <sup>2</sup>
城市道路及人行道广告设施	200 ~ 400	200 ~ 600
城市建筑墙面、屋顶广告设施（高度 10m ~ 40m）	---	300 ~ 1000
城市建筑墙面、屋顶广告设施（高度 40m ~ 50m）	---	400 ~ 1200
普通公路边广告设施	---	400 ~ 1000
高速公路边广告设施	---	400 ~ 1200

注：表中数值中低值用于较暗环境

表 3-2 灯箱广告画面亮度标准

亮度 (cd/m <sup>2</sup> )	灯箱安装场所
70—350	建（构）筑物的正立面和围墙上的灯箱广告
250—500	购物中心建（构）筑物围墙上的灯箱广告
450—700	低亮度地段，即暗背景的灯箱广告

亮度 (cd/m <sup>2</sup> )	灯箱安装场所
700—1000	一般商业广告灯箱, 加油站标牌灯箱
1000—1400	高层建(构)筑物上方和闹市区的灯箱广告
1000—1700	重要交通枢纽场所的灯箱广告

#### (4) 灯箱广告照明

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;

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;

灯箱广告要保证合适的亮度。

#### (5) 投光灯广告照明

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;

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;

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;

设置在楼顶的投光灯广告牌, 灯具及其支架不得外露; 其它形式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。

投光灯支架长度应不大于广告牌高度的四分之一; 广告牌底部的宽水平角非对称投光灯灯具的间隔距离应大于支架长度的 2.5 倍; 投光灯灯具最低(最高)部位不得高出或(低于)广告牌顶边(底边)20° -30° 。

#### (6) 霓虹灯广告照明

霓虹灯制作和安装应符合《霓虹灯(灯箱)广告工程技术标准》和《霓虹灯安装规范》的规定。

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。

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。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。

#### 第二十九条 户外广告字体引导

(1) 对广告画面的字数进行控制。单个广告说明文字不超过 12 个, 面积不超过整个画面的 15%。

(2) 以产品形象字体为主的广告, 字体面积不超过整个画面面积的 60%, 字体颜色与背景色为同一色系颜色。

#### 第三十条 户外广告设计要求

(1) 展现传统文化特色。

(2) 体现功能性质。

(3) 营造景观环境。

## 第四章 广告设施控制

### 第三十一条 依附于建筑物广告

#### (1) 平行墙面广告

- 1) 墙面广告设置不得遮挡建筑窗户或影响其采光。
- 2) 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。
- 3) 垂直方向突出墙面距离不宜大于 0.5 米，其突出墙面的部分不得妨碍行人、车辆的通行安全。
- 4) 在建筑外墙设置广告严禁遮挡窗口和建筑物主体的肌理和整体造型。
- 5) 单个广告面积在商业区域内宜小于 100 m<sup>2</sup>，商业区域外宜小于 50 m<sup>2</sup>。
- 6) 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%，集中设置地块（路段）可适当提高，但不应超过该墙面积的 50%。
- 7) 最大高度不宜超过 9 米，距离地面高度不得小于 3 米。
- 8) 高层建筑主楼墙面宜设置镂空文字及图案等形式为展示体的户外广告设施，从地面至该广告底部的高度小于 100 米时，广告高度宜小于 3m，单面墙上设置的广告总面积应小于 50 m<sup>2</sup>；超过 100 米时，广告高度不宜大于 6 米，单面墙上设置的广告总面积应小于 100 m<sup>2</sup>。
- 9) 建筑同一立面成组广告设置须规格、形式一致，集中布置。

10) 设置连续多块广告牌时，其位置、尺度应一致；其色彩、图案应相互协调，出现差异时，应采用逐块广告加统一边框的方式设置。

表 4-1 墙面广告高度控制表

地面至广告底部高度 (m)	广告高度 (m)	单面墙上广告总面积 (m <sup>2</sup> )
< 100	< 3	< 50
> 100	≤ 6	< 100

#### (2) 垂直墙面广告

- 1) 沿路建筑紧贴或者压占建筑红线的，广告牌外缘挑出距离不得大于 0.8 米。
- 2) 沿路建筑退让建筑红线的，广告牌外缘挑出距离由规划管理部门核定，但外挑距离不得超过 1.5 米。
- 3) 户外广告设施宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面，自建筑物 ± 0.00 起到户外广告设施顶部的高度不宜超过 24m，顶部不得超出建筑物檐口高度。
- 4) 广告设施底部离室外地面的净空高度不得小于 4.5m 米，顶部距屋顶檐口以下距离不得小于 2 米。
- 5) 广告设施其自身绝对高度不得超过 9 米。
- 6) 高度与宽度比宜为 6:1 ~ 8:1。
- 7) 广告牌宜做成透空形式，外挑部分不得对周边单位及个人造成妨害，同时支架必须予以隐蔽处理。
- 8) 广告设施宜采用霓虹灯或其它新型材料制作，设置连续多块广告牌时，其位置、尺寸、出挑距离应一致；其色彩、图案应相互协

调。

### (3) 屋顶广告

1) 屋顶广告仅允许设置少量采用镂空式样,且不能超过建(构)筑物限高或者可能危及建(构)筑物安全;

2) 广告设施应与建筑物外墙平行,不得超出建筑物屋顶层四周墙面;

3) 屋顶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。

### (4) 墙体广告

1) 不得侵入道路红线范围。

2) 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0.1米,高度不得超出围墙高度,宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面。

3) 以施工工地遮挡围墙为载体的户外广告,其上边缘距地面高度不得大于6.0米,其下边缘与围墙结合处不得留有空隙,两侧边缘不得突出围墙范围。

### (5) 橱窗广告

1) 不得妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。

2) 橱窗广告的形状、规格、色彩等应与周边环境协调。

3) 橱窗广告的设置要遵循引人注目的原则。

4) 橱窗广告的设置要遵循简洁的原则。

5) 橱窗广告的设置要遵循产品系列化的原则。

6) 橱窗广告的设置要符合卖场促销需要的原则。

7) 橱窗广告的位置、尺度和大小应与建筑原有立面造型和风貌有机结合,不得对建筑景观造成不良影响。

### 第三十二条 落地式广告

#### (1) 小型独立支撑广告

##### 1) 立杆式

广告设施不得超出人行道路沿石外缘,牌面外缘距人行道路沿石外缘不得小于0.2m,且立杆里缘距人行道侧石外缘不得大于1.0m。

广告设施总高度不得大于3.2米,牌面底部离人行道地面的高度不得小于2m。

广告设施沿红线宽度40米以上道路设置,间距为80—100米;沿红线宽度20—40米道路,间距为50—80米;商业中心区道路两侧广告间距为30—50米。

广告设施牌面(单面)面积不得大于2m<sup>2</sup>,任意一边长度不得大于2m,厚度不得大于0.3m。

单位专用指示牌应后退道路红线,并结合建筑物前广场、绿地统一设置。

##### 2) 底座式

底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为0.4米~1.0米。

广告设施沿红线宽度40米以上道路设置,间距为80—100米;沿红线宽度20—40米道路,间距为50—80米;商业中心区道路两侧广告间距为30—50米。

单位专用指示牌应后退道路红线,并结合建筑物前广场、绿地统

一设置。

底座式户外广告设施的总高度不得大于3米，且不得低于1.2米，底座占地面积不得大于1 m<sup>2</sup>，宽度不得大于1.2米，高度应与宽度相协调。

广告设施牌面(单面)面积不得大于2.5 m<sup>2</sup>，厚度不得大于0.5米，底座高度不得大于0.5米。

牌面与水平面夹角不得小于75度。

实物造型广告占地面积不得大于2.5 m<sup>2</sup>，仅限于在广场内设置。

### (2) 大型立柱式广告

1) 广告牌的外侧边缘距桥梁和道路红线不得小于10米。

2) 高速公路两侧外缘起30米内禁止设置立柱式广告，30米以外100米以内控制区内可以设置；互通立交、特大型桥梁隔离栅外缘起50米内禁止设置立柱式广告。立柱式广告沿高速公路主线收费站区设置时，单侧数量不超过4个，匝道收费站区(含所在互通区)不超过6个，服务区单侧数量不超过4个。

3) 立柱式广告设施应统一采用单柱式两面体或三面体结构，总高度不宜超过22米，牌面下缘距离地面高度不得小于10米，柱身外径不得小于1米，壁厚不得小于1厘米。

4) 主要公路沿线的立柱式广告牌面外缘不得侵入非机动车道，离建筑物不得小于倒伏距离，立杆外缘后退道路红线不得小于5米，跨城市主要道路中心线交叉点(平交)间距不小于100米，立交根据实际情况确定；

5) 立柱式广告设置位置必须符合有关市政安全规范，尽可能远离

高压走廊，立柱落点不得影响地下管线的畅通。

6) 立柱式广告设施设置在高速公路两侧时，宜采用6米\*18米的广告牌，主要公路、次要公路两侧宜采用5米\*15米的广告牌。

7) 立柱式广告设置在高速公路两侧时间距不得小于500米；设置在主要公路时，间距不得小于400米；设置在次要公路时间距不得小于300米。

8) 同一路段的立柱式广告，原则上应采用统一的尺寸、高度等指标，保持协调一致。

表 4-2 大型高立柱户外广告设施牌单面尺寸一览表

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

表 4-3 大型高立柱户外广告设施的最小间距一览表

道路类别	最小间距(m)
次要公路	300
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。

### (3) 大型支架式广告

1) 不得侵占道路红线，广告牌的外侧边缘距桥梁和道路红线不得小于1.5米。

2) 大型落地户外广告设施的高度应小于10米，宽度应与高度相适应，不宜大于18米。

3) 连续设置的大型独立广告整体尺度、形式应一致, 并形成整体韵律感和有机协调。

### 第三十三条街道公共设施广告

#### (1) 街道家具附属广告设置细则

1) 张贴栏总体高度不得超过 2.5 米, 广告牌面不得超过张贴栏栏面范围;

2) 附着于各类售货亭设置户外广告的, 每个亭体附着广告的面积应当小于 2 平方米。

#### (2) 灯电杆广告

- 1) 广告牌面底部距离地面高度不得小于 3 米;
- 2) 广告牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于 0.2 米;
- 3) 广告牌面单侧宽度不得大于 0.5 米, 牌面高度不得超过 2 米;
- 4) 每杆设置广告数量不得超过 2 幅;
- 5) 城市生活性道路灯电杆广告间距不得小于 50 米。
- 6) 同一路段灯电杆广告设施应统一底部高度、形式和尺寸。
- 7) 广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。

#### (3) 公交站牌广告

1) 每个公交停靠站广告面积不得超过 20 平方米; 首末站广告面积不超过 30 平方米;

2) 广告牌面不得设在候车亭的顶部;

3) 不得有碍乘客观看站牌, 不得影响人流交通的顺畅安全和道路视觉的通透, 不得在来车方向设置广告, 不得超出候车亭外轮廓线。

4) 站台广告应采用灯箱广告形式;

5) 同一公交线路或同一区域应采用同一种规格的广告形式;

6) 每座公交候车亭设置的单个广告牌高不得大于 1.5 米, 宽不得大于 3.5 米, 厚度小于 0.3 米, 广告牌面 (单面) 面积不得大于 5.5 m<sup>2</sup>;

7) 广告牌间距不小于 1.2 米;

8) 每个公交站台原则上只设一组广告牌, 每组广告牌不超过 3 个;

9) 距公交站台 30m 内不得设置其他落地式其他广告;

10) 公交候车厅上的广告必须保证面积不少于 50% 的公益性广告内容, 在控制建设区、控制设置路段必须是公益广告。

11) 利用公交候车亭设置广告的, 应当结合候车亭一并设计和报批。

#### (4) 出租车扬招点广告

1) 利用出租车扬招点站牌设置广告的, 应当结合出租车扬招点站牌一并设计和报批;

2) 出租车扬招点广告应采用灯箱广告形式;

3) 出租车扬招点站牌广告中商业广告面幅不得超过整个站牌的 30%。

### 第三十四条LED 电子显示屏广告

(1) 门檐 LED 广告仅允许在门面 10 米以上或营业面积 150 平方米以上的门店设置, 规格高度一般为 0.4 米, 长度 10 米以上 (含 10 米), 而且必须与周围环境相协调;

(2) 门檐 LED 广告宜在门框、橱窗上方设置, 电子屏下沿距地

面的垂直高度不少于2米，且电子屏不得遮挡原有的门（窗户）；

（3）电子屏必须紧贴墙面在单位大门上方，不得外挂镂空设置；

（4）具备设置条件的单位（门店），一个单位只能设置一块电子屏；已经设置两块以上（含两块）广告牌（包括牌匾）不再批设电子屏；

（5）电子屏所发布的各类动态商业信息广告必须经工商部门登记后方可发布。

#### 第三十五条公益性户外广告规划

（1）遵循新野城市特点，外观色彩彰显活力。

（2）结合新野城市文化，内容主旨以人文本，彰显特色。

（3）广告形式丰富多样。

#### 第三十六条临时性户外广告

（1）不得影响城市交通；

（2）不得影响城市公共设施的使用；

（3）不得影响市民安全；

（4）不得损害绿化植物、园林设施及影响绿化景观；

（5）不得在特殊用地单位等控制地带设置临时性户外广告；

（6）建筑施工场地施工期间所做广告只能反映与本建筑工程相关的信息或公益信息。

（7）临时性户外广告的期限一般为一年，且应在大型活动或工程项目结束后及时拆除。

## 第五章 近中期建设重点及整治措施

#### 第三十七条近中期规划期限

近中期：2021-2030年。

#### 第三十八条近中期建设重点

（1）近中期整治重点区域：汉城路商业中心。

（2）近中期整治重点路段：朝阳路、大桥路、书院路、汉华路。

#### 第三十九条整治类型

（1）整治小型独立支撑广告。

（2）清理整顿屋顶广告等严重影响城市公共安全的广告。

（3）整治清理道路附属设施广告

## 第六章 规划实施措施及建议

### 第四十条实施措施

(1) 进一步编制户外广告设置详细规划或整治规划，完善规划编制体系。以总体规划和本规划为依据，对规划范围内的重点地段、重要路段，应编制户外广告设置详细规划或整治规划，明确设置导则、设置方案和实施措施等内容，提高规划实施的可操作性。

(2) 制定相应的户外广告设置技术和管理规定，纳入法制化管理程序。

1) 按照现有的法律法规和技术规范，制定《新野县户外广告管理实施细则》。

2) 将户外公益广告纳入管理实施细则中，保证户外公益广告的设置需求。

3) 在管理实施细则中，要进一步明确和细化管理机制、技术要求、整治措施和办法、处罚和监管等各方面内容。

4) 对随意改变户外公益广告性质和内容的要有相应管理措施。

(3) 建立长效管理机制，强化行政管理。

1) 建立规划与管理相衔接的长效联动机制。明确户外广告行业从前期到后期的管理主体、对象、范围、职责等一系列的行政管理机制。

2) 从前期规划审批至后期监管，应加大管理力度。前期，提高户外广告规划和审批过程中的技术审查；中期，加强户外广告设置过程

中的监管；后期，加大现有户外广告的违规查处。

3) 对老城区通过整治规范进行量化，明确户外广告位融入建筑。

4) 重要新建项目，可考虑将户外广告设置纳入规划审批。

5) 运用新技术手段，对独立大型广告进行综合分析，如城市环境影响评价、三维模拟、视线分析等。

(4) 加大力度，整治现有不规范户外广告设置行为。

(5) 合理引导，促进广告市场有序发展。政府应本着公平公正的原则，积极引导户外广告市场主体。通过发挥市场作用，促进户外广告规范发展；通过培育市场能力，促进户外广告提档升级。

### 第四十一条实施建议

1) 规划以总体规划为依据编制，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) 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) 户外广告设施设置不得空置，使用权拥有者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。

4) 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。

5) 鼓励户外广告设施应多采用新技术（自媒体）、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。

6) 严格督促各广告经营单位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。

7) 对已经批准的市政设施附属广告设施（如公交站台等）可暂不拆除，待合同到期或者行政许可期满再进行拆除。

## 第七章 附 则

### 第四十二条规划成果组成

本规划文件由文本、图集和说明三部分组成，文本和图集具有同等法律效力，说明书是文本的解释和补充说明。

### 第四十三条批准与实施主体

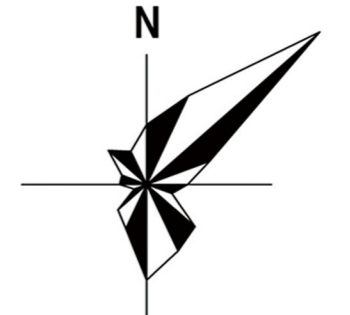
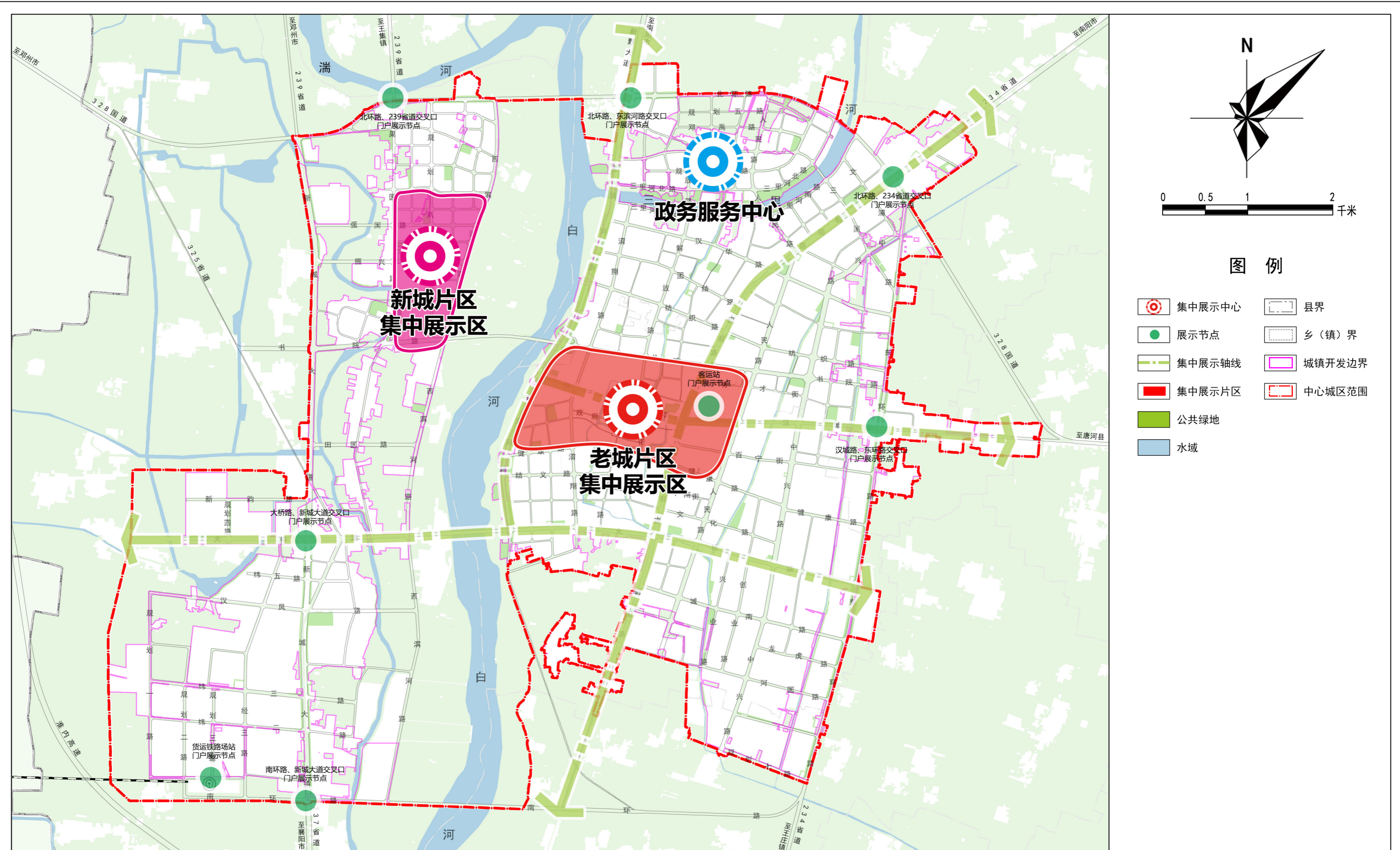
本规划经新野县人民政府批准后，由新野县城市管理局负责组织实施。

### 第四十四条规划修改

本规划的解释权属于新野县城市管理局。本规划一经批准，任何单位和个人未经法定程序无权变更。如需修改规划，应按照《中华人民共和国城乡规划法》的相关程序要求进行。

# 新野县中心城区户外广告专项规划（2021-2035年）

## 08 中心城区户外广告布局结构图

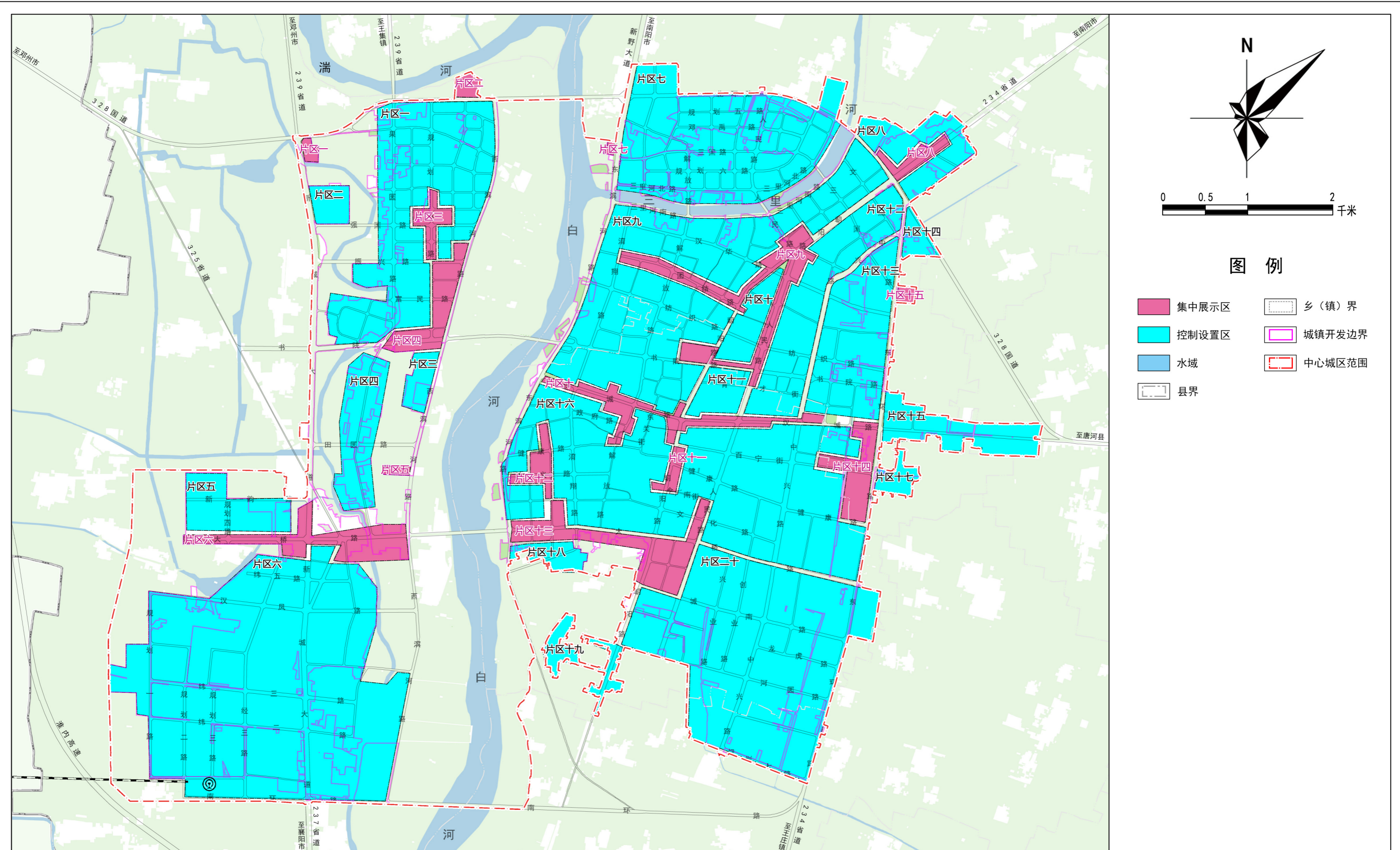


### 图例

- |        |        |
|--------|--------|
| 集中展示中心 | 县界     |
| 展示节点   | 乡(镇)界  |
| 集中展示轴线 | 城镇开发边界 |
| 集中展示片区 | 中心城区范围 |
| 公共绿地   |        |
| 水域     |        |

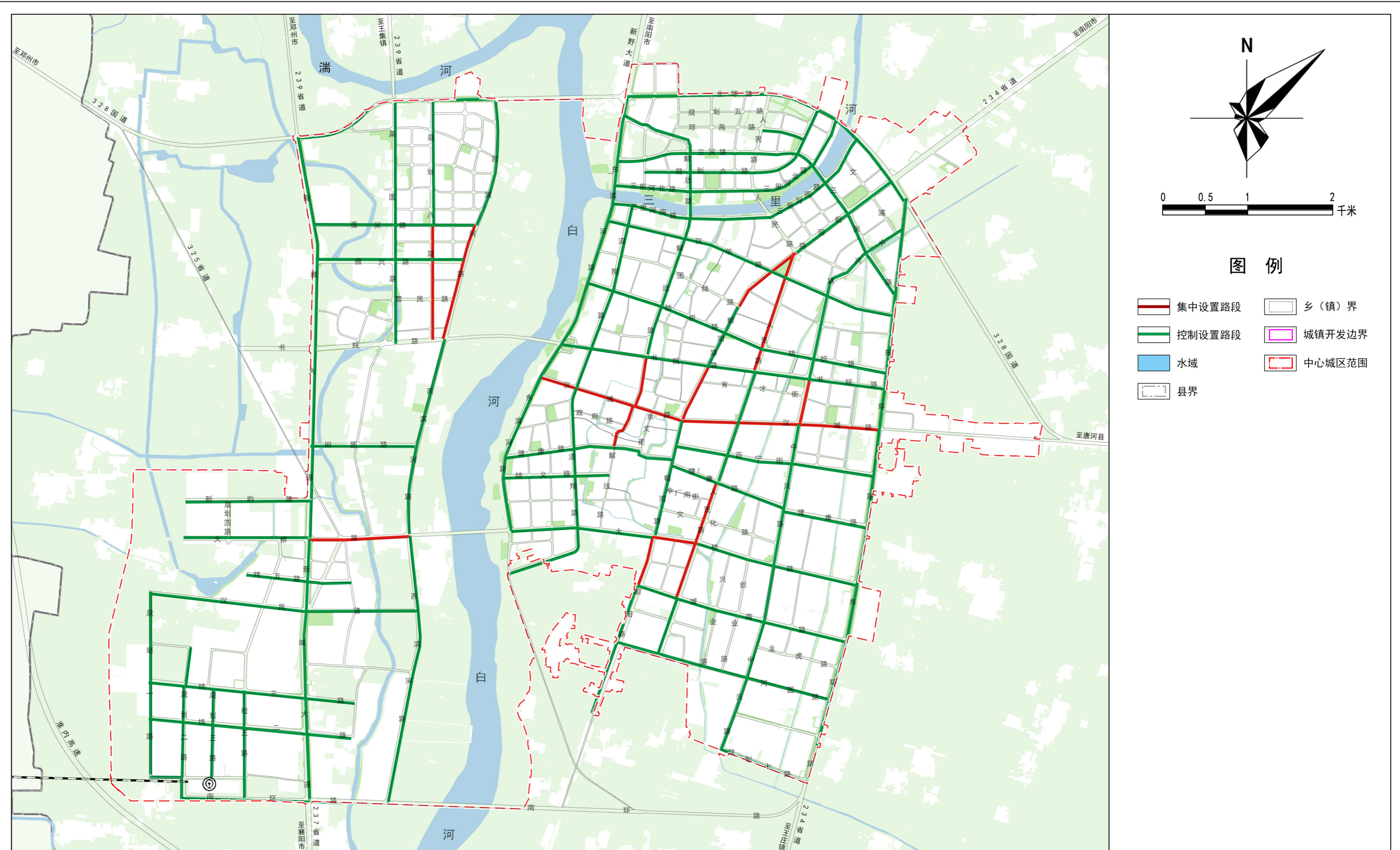
# 新野县中心城区户外广告专项规划（2021-2035年）

## 09 中心城区户外广告设置分区规划图



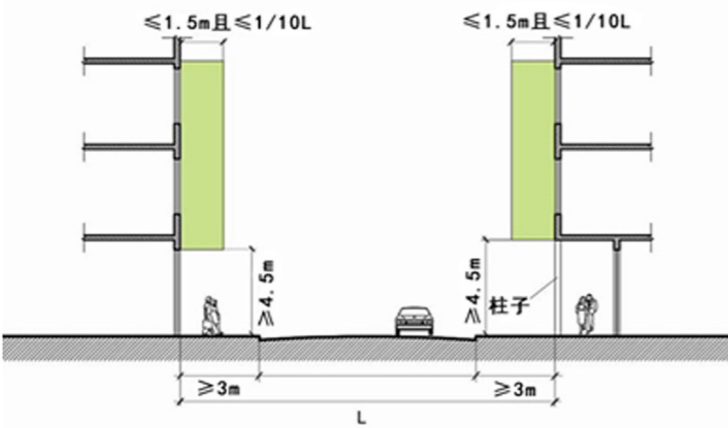
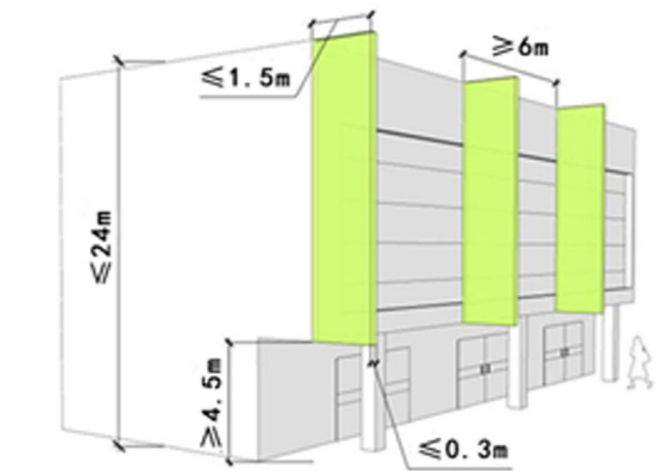
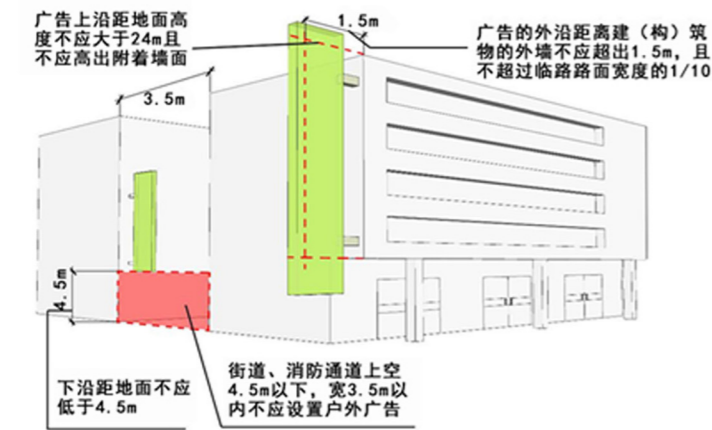
# 新野县中心城区户外广告专项规划（2021-2035年）

## 14 中心城区主要道路户外广告设置分段图

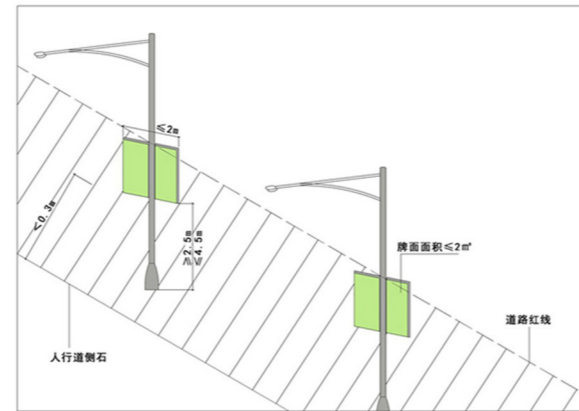
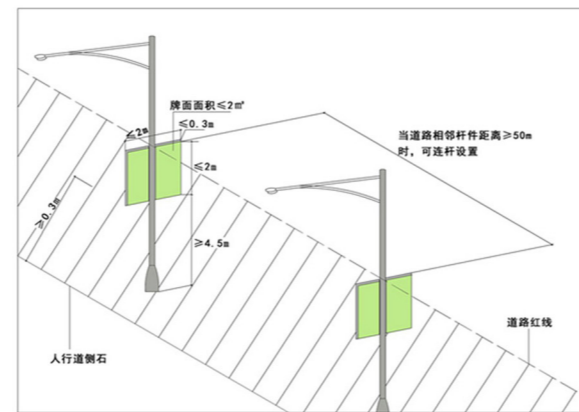
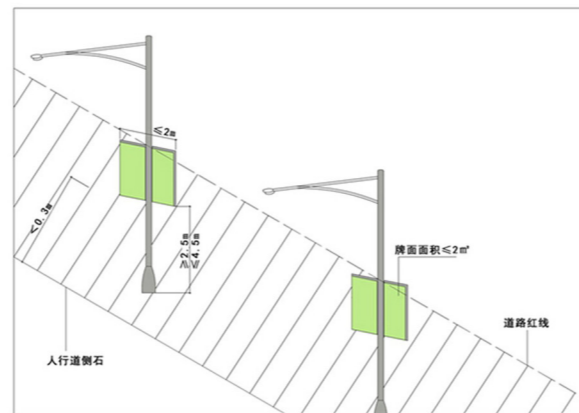
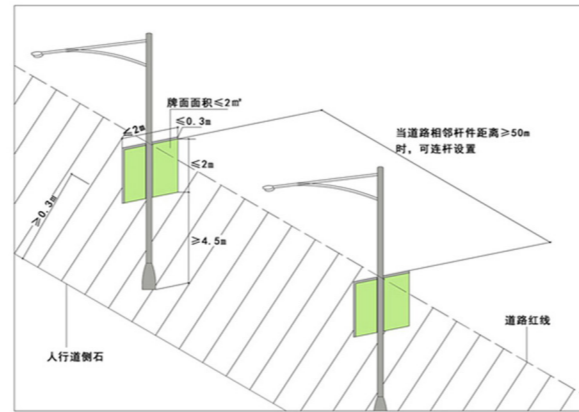


# 新野县中心城区户外广告专项规划（2021-2035年）

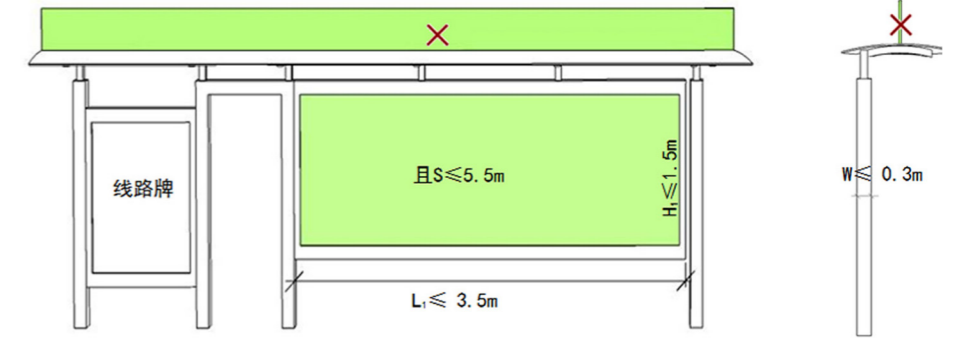
## 15 中心城区不同类型户外广告设置示意图



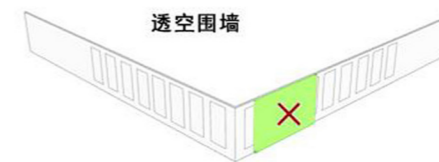
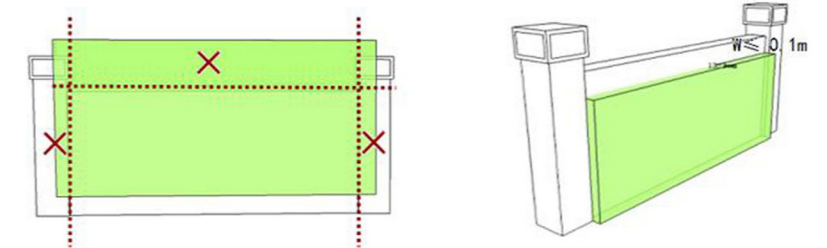
垂直于建筑墙面户外广告设置示意图



路灯杆上附属的户外广告设置示意图



公交站牌户外广告设置示意图



围墙户外广告设置示意图

# 新野县中心城区户外广告专项规划（2021-2035年）

## 17 近期建设规划图

