
揭阳市 G206 沿线户外广告建设指引

(修正稿)

公示文件

揭阳市城市管理和综合执法局

揭阳市住房和城乡建设局

广州市科城规划勘测技术有限公司

二〇二〇年九月

项目名称：揭阳市 G206 沿线户外广告建设指引

委托单位：揭阳市城市管理和综合执法局

揭阳市住房和城乡建设局

广州市科城规划勘测技术有限公司

城乡规划编制资质等级：甲级

证书编号：[建]城规编第（141219）号(甲级)

董事长、设计总监：肖刚（注册城市规划师、高级城市规划师）

项目负责人：徐 键（高级城市规划师）

审 定：潘媛媛（注册城市规划师、高级城市规划师）

审 核：孙钦毅（注册城市规划师、城市规划师）

初 审：徐 键（高级城市规划师）

项目组成员：徐 键（高级城市规划师）

邓柏基（注册城市规划师、高级城市规划师）

孙钦毅（注册城市规划师、城市规划师）

张 驰（高级城市规划师）

程 伟（城市规划师）

羽博文（城市规划师）

黄 胄（城市规划师）

梁国伟（助理城市规划师）

肖立文（助理城市规划师）

组织单位：揭阳市城市管理和综合执法局

揭阳市住房和城乡建设局

城乡规划编制
资质证书
(副本)

发证机关
发证日期 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. 0000261

证书编号 [建]城规编 证书等级 甲级
(141219)

单位名称 广州市科城规划勘测技术有限公司

法定代表人 肖刚

详细地址 广州高新技术产业开发区科学城科学1
21大道号科城大厦

电话 020-32068813 传真 020-32068300

承担业务范围 业务范围不受限制

变更事项

目 录

第一章规划概述	1
1.1 规划背景	1
1.2 规划范围	1
1.3 规划对象界定.....	2
1.4 规划目标与原则.....	3
1.5 规划依据	4
1.6 规划期限	4
第二章规划目标与策略	5
2.1 户外广告功能定位.....	5
2.2 户外广告建设指引策略.....	5
第三章户外广告整体建设指引	7
3.1 户外广告建设整体控制.....	7
3.2 户外广告控制通则.....	7
第四章分片户外广告建设指引	12
4.1 榕城片户外广告建设指引.....	12
4.2 揭东片户外广告建设指引.....	17
4.3 村镇片户外广告建设指引.....	19
4.4 机场片户外广告建设指引.....	21
第五章路牌设计	22
5.1 路牌设计	22

第六章店招建设指引	22
6.1 店招建设控制原则.....	22
6.2 店招建设控制导则.....	23
第七章规划实施	26
7.1 依法管理规范行为.....	26
7.2 规划整治模式.....	26
7.3 市场化运作.....	27

第一章 规划概述

1.1 规划背景

1、是揭阳市全面推进文明创建工作大会的重要举措

户外广告是展示城市形象，提升城市品质的重要载体。根据揭阳市全面推进文明创建工作大会的精神，应规范辖区内户外广告设置，提高户外广告质量和档次，确保户外广告设置规范统一、美观整洁，使户外广告建设有法可依，并充分发挥户外广告在经营城市、建设城市、美化亮化城市中的作用。为指导揭阳市区户外广告的设置、美化城区环境，提升城市整体形象，特开展 G206 沿线户外广告建设指引编制工作。

2、是规范城市户外广告设置，提升城市形象的重要抓手

当前揭阳市户外广告设置缺乏系统、合理的技术导则为支撑，大部分广告内容、形式、风格等比较随意、凌乱，缺乏整体性。导致整体的城市形象特色不突出，而 G206 国道作为揭阳市对外联系的核心通道，其户外广告的整治不仅关系到城市风貌的提升，更是城市文化、城市形象的代表性区域，对于揭阳市整体城市形象的改善十分重要。

本次规划将进一步完善揭阳市户外广告的设置标准，为揭阳市其他重要路段户外广告整治树立榜样，有效推进市区范围的户外广告全面整治提升。

1.2 规划范围

本次规划范围包括 G206 沿线区域以及机场路沿线区域，横穿揭

东区、榕城区、空港经济区三区，全长 44.5 公里。其中 G206 沿线区域包括揭东工业大道至揭阳、潮汕交界处的沿线范围；机场路沿线区域指机场路与 G206 交叉口至登岗收费站的沿线范围。

1.3 规划对象界定

根据国家规范《城市户外广告设置技术规范》（CJJ149-2010）(2011)，户外广告包括户外广告设施包括在城市建(构)筑物、交通工具等载体的外部空间，城市道路及各类公共场地，以及城市之间的交通干道边设置(安装、悬挂、张贴、绘制、放送、投映等)的各种形式的商业广告、公益广告设施。按照设置位置与形式的不同，户外广告分为建(构)筑物上的户外广告、公共设施上的户外广告、地面上的户外广告、移动式户外广告四类。

结合 G206 沿线户外广告的主要特征，本次规划主要是对建(构)筑物上的户外广告、公共设施上的户外广告以及地面上的户外广告前三类提出规划设置要求，同时将对道路形象影响较大的路牌指引与户外广告的形式与色彩、材质等统筹考虑，打造整体有序的城市门户大道的空间形象。

具体包括：

(1) 利用建（构）筑物、场地、开放空间等载体设置的户外广告设施。

(2) 企事业单位和其他组织及个体工商户在其经营或者办公场所设置的店招、标识等户外招牌设施。

(3) G206 沿线的路牌指引

1.4 规划目标与原则

1、规划目标

(1) 与城市总体规划等相关规划充分衔接，实现 G206 沿线户外广告的整体科学布局，有效指导 G206 沿线户外广告整治工作，丰富城市景观，展示城市特色，提升城市品位。

(2) 促进揭阳市户外广告与经济、社会、资源、环境的和谐发展，既要考虑经济效益，又要考虑社会效益，又要保障城市品质，体现城市特色。

(3) 形成科学有效的城市户外广告设置标准，有效指导 G206 沿线户外广告建设，确保实施。

(4) 与地域特色、地方文化相协调，体现地域特色。

(5) 采用新技术、新材料，体现户外广告的时代特征，营造出较好的城市空间氛围。

2、规划原则

户外广告规划应遵循自然生态与城市发展规律，以可持续发展为目标、以城市美学、广告学为基础、以现代技术为手段，综合协调城市及其所在区域的社会、经济及自然复合生态系统，以促成健康、宜人的城市商业环境和合理的城市广告空间布局。具体原则包括：

“合规范”——广告设置符合安全规范的基本原则

“可实施”——总体规划与详细设计相结合的原则

“高效益”——经济效益与社会效益相结合的原则

“有特色”——地域特色与实用美观相结合的原则

1.5 规划依据

- 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》(2018 年修正)
- 3、《中华人民共和国公路法》(2017 年修正);
- 4、《广告管理条例》（国务院国发[1987]94 号）
- 5、《广告管理条例施行细则》(2015 修正)
- 6、《公路安全保护条例》(2011 年国务院令第 593 号);
- 7、《城市规划编制办法》（建设部 2006）
- 8、《城市户外广告设施技术规范》（建设部 2011）
- 9、《广东省户外广告管理规定》（2013）
- 10、《城市市容和环境卫生管理规定》(2011 年修正)
- 11、《广东省交通运输厅关于公路两侧广告标牌设施的管理办法》
(2013)
- 12、《广东省公路条例》(2014 年修正)。
- 13、《揭阳市城市总体规划（2011-2035）》
- 14、《揭阳市区户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第 71 号）
- 15、高速公路、城市道路交通等有关规范
- 16、其他相关的规范

1.6 规划期限

规划有效期：与揭阳市户外广告专项规划时间一致。

第二章 规划目标与策略

2.1 户外广告功能定位

体现现代、时尚、人文的新都市风貌，提升城市品质的核心形象展示区。

2.2 户外广告建设指引策略

1、策略一：分段控制，根据沿线用地功能提出户外广告宏观管理控制分区。

严控区：主要指特色风貌的建筑区，作为展示城市特色建筑的核心场所。该区段禁止设置大型户外广告，规范店招的设置，要求与传统建筑风貌协调一致。

一般控制区：主要指工业园区、商住混合的功能建筑区。该区段应控制大型户外广告的数量，规范墙面广告，鼓励沿街建筑通过立面改造实现户外广告的整体提升，新建商业建筑允许设置户外广告。

展示区：主要指商业区及重要城市公共节点。该区域是城市户外广告的核心价值区域，可设置一定量的大型户外广告，估计户外广告的多种形式，控制户外广告的位置与形式，营造整体有序的商业氛围。

2、策略二：分类指引。明确户外广告分类，提出分类户外广告设置的标准。

结合户外广告类型，将户外广告分为独立式的广告、依附式的广告两类。

独立式户外广告：严格控制区不允许设置，控制一般控制区的总

量，引导集中展示区有序设置。

依附式广告：严格控制区不允许设置依附建筑物的商业广告，允许一般控制区适度设置依附建筑物的商业广告，鼓励集中展示区设置多元化的商业广告。

表：户外广告分区控制要求

	一般控制区	集中展示区	严格控制区
独立式广告	视线条件较好，场地条件满足的情况下，可适当布置立柱式广告	允许	不允许
依附式广告	原则上不允许依附建筑设置商业广告，新建的商业建筑允许设置商业广告。 对依附设置的店招进行控制。 市政公用设施可按照标准设置户外广告，公益广告不少于 30%。	结合商业区建筑，在不影响建筑使用功能的前提下设置商业广告，统一店招，营造商业氛围。 可结合公交站点、路灯设置灯箱广告。	不允许设置依附建筑物的商业广告，限制店招的数量，要求店招与传统建筑风貌一致。

3、策略三：功能引导，根据建筑功能，提出户外广告分类设置导则

新建住宅建筑：除底层设计的商业建筑外，其余区域禁止任何户外广告。

商住建筑（上宅下店）：仅可在底层店铺设置招牌。不阻碍建筑采光及安全，可以设置部分墙面广告。

科教文卫建筑：可设置立体字或广告画式单位字幕。

商业建筑：可设置多种类型的建筑物广告。

办公建筑：可设置立体字或广告画式单位字幕。

施工围墙区域：应设置围墙广告，且公益类广告不少于 80%。

特色建筑保护区：禁止设置任何广告。

工业厂房：可设置单位字牌，或平行式墙面广告。

行政单位：可设置立体字或广告画式单位字幕。

4S 销售店：可设置与销售车辆相关的墙面广告，但不得在屋顶区域设置。

第三章 户外广告整体建设指引

3.1 户外广告建设整体控制

结合城市功能的要求及行政分区，本次规划控制户外广告的整体结构为“四片、七节点”。四片指榕城片、揭东片、村镇片、机场片，七节点包括马牙路节点、火车站节点、岐山汽车站节点、金叶酒店节点、城市门户节点、入城节点、机场节点。

3.2 户外广告控制通则

1、分区控制思路

（1）榕城片

榕城片是揭阳市核心的功能区，该片区内 G206 段（环市东路、马牙路）与黄岐山大道、莲花大道、新阳东路等特色的城市主干路相接，并包括了马牙路商业区、黄岐山公园、揭阳楼等城市重要的空间节点，马牙路区段应体现出综合商业氛围，环市北路体现出人文景观休闲的氛围，打造城市特色空间形象。

总体定位：体现综合商业、人文休闲的特色。

设置原则：商业区密集，人文休闲区适中，保护揭阳楼的空间节点。

（2）揭东片

G206 道路揭东片区是揭阳市重要的功能连接线，该路段串联了金叶酒店商业圈、揭东物流园。整体设置上应突出金叶酒店的商业特色，体现出中心大道的品牌商业氛围，鼓励商业贴膜广告及创意类广告设置，打造品牌商业区的形象。重点控制揭东物流园区的户外广告设置，形成疏密有致、特色突出的户外广告形象展示区。

总体定位：体现综合品牌商业特色。

设置原则：商业区密集，工业区适中。

（3）村镇片

外围村镇片包括了炮台镇、地都镇中心区，大部分区域为工业和村庄。该区域应体现镇区的中心聚集效应，规范户外广告设置，营造出整洁的空间效果。

总体定位：体现村镇风貌的空间特色。

设置原则：镇区中心密集，外围区适中。

（4）机场片

机场片沿线主要以生态空间为主，应适度设置户外广告，控制户外广告的分布。

2、设置要点

（1）与建筑整体风格、建筑性质相匹配，不得破坏整体建筑美观。

（2）不得影响街道空间、建筑物正常使用功能的原则。

（3）在同一路或同一街区相邻建筑物上的户外广告，其形式、

体量、色彩、照明效果等控制要素应当达到整体和谐。

(4) 同一个建筑立面上相邻招牌的类型、大小、悬挂位置、出挑尺寸应当一致；不得在同一栋建筑上设置 3 种以上形式的户外招牌。

(5) 同一幢建筑上的出挑式招牌应当设置于建筑立面的同一基准线上。

(6) 有下列情形之一的，不得设置户外广告和户外招牌：

利用交通安全设施、交通标志及其支架、高架桥、立交桥、人行天桥、城市标志性建（构）筑物、电杆、变压配电箱的；

影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的；

妨碍道路交通安全，影响车辆、行人的通行；妨碍安全视距，混淆交通信号，影响车辆驾驶人员对马路情况的判断的；

利用树木设置或者侵占、损毁绿地的；

利用违法建筑、危房及其它可能危及安全的建筑物和设施的；

在城市道路上设置固定的跨街广告的；

利用国家机关办公场所、文物保护单位、纪念性建筑、有代表性近代建筑和名胜风景点的建筑控制地带的。

公路建筑控制区；

国道公路交通标志前后 500 米范围内；

影响公路安全的区域(如公路边坡、坡脚护坡上)。

(7) 重点做好沿街商业店招店牌广告设置，体现特色和品质。

(8) 依附式广告应征求物权人意见，明晰利益分成标准。

3、设置标准

以墙面广告为主，以独立式广告为辅，要求“形式精美、大方庄重，材质精致，风格统一”。重点处理好重要的城市空间节点的形象。商住混合建筑底商的店招应选材良好，风格统一。

形式：允许店招店牌、建筑标识、墙面广告、单透贴广告，外围村镇片允许设置一定量的建筑幕墙贴膜广告。沿街店招影响对统一整洁，建筑标识应强调与立面的充分协调，体现简洁明了的设计感。榕城区与揭东区禁止使用喷绘膜广告，鼓励使用铝塑板、亚克力板、烤漆玻璃（钢化）、透光石材。**LED** 低显走字屏允许在展示区的首层门楣下方设置，其它道路两侧建筑从严控制设置。不得在居民住宅区对视和道路路口设置 **LED** 低显走字电子屏，避免影响交通红绿灯设施和居民生活。

尺寸规格：墙面广告形状和比例应与墙面协调，保持建筑立面设计完整性，不遮挡窗户和破坏建筑立面整体风格。墙面广告不宜超过沿街立面面积的 30%，单块面积不超过 100 平方米。建筑标识与大小应与其附属的建筑高度和立面大小成正比，与墙体面积比例协调。店招店牌高度原则不应超过 1.5 米，凸出墙面的距离不应超过 0.5 米，原则上要求与相邻店招店牌一致。**LED** 低显走字屏高度不得超过 30 厘米。

位置：墙面广告、单透贴广告、**LED** 低显走字屏原则上只允许出现在展示区。店招店牌原则上只能在建筑物裙房顶墙线以下的各层窗间墙位置设置。

材料：限制使用档次低的如喷绘布、灯箱布等材料，鼓励使用体

现城市历史文化和文明形象的当地材料、节能环保材料等，提高招牌的精致程度，主要使用 **PC** 板、有机玻璃等材料。

色彩：集中展示区以暖色调为主，禁止冷灰色系色彩。一般控制区以冷灰色系为主。

灯光照明：以灯箱照明、**LED** 照明和光纤照明为主，展示区鼓励门楣字体采用 **LED** 照明形式，沿街商业的店招禁止使用外打灯广告照明。

第四章 分片户外广告建设指引

4.1 榕城片户外广告建设指引

1、整体定位

榕城区户外广告控制定位：体现活力商业、人文休闲特色

将规划区范围内户外广告进行整体布局，分区提出控制要求和特色规划，对重点地段根据榕城特色定位提出广告设置的具体要求，“点一线一面”构筑 G206 榕城段户外广告控制体系。同时，重点打造马牙路交汇处、火车站、揭阳迎宾馆等节点户外广告设置。

马牙路段作为商业区，色彩控制宜采用红色、橙色等色系，塑造商业氛围。火车站、揭阳迎宾馆为展示区，色彩宜偏深蓝，深褐等色系，体现地域文化特色。

2、分区建设指引

活力商业区应鼓励设置墙面广告，强化商业的整体氛围。户外广告的形式以精致小巧为主，并体现商业创意性。同时强化该区形式的多样性，节点处设置高密度的户外广告，鼓励活力商业区结合建筑立面改造的户外广告设置。人文休闲区户外广以人文内涵为主题，体现创意性，其户外广告形式应整体统一，体现绿色、通畅、美丽的空间环境。

3、分区控制

结合分区及现状的功能特征，将榕城区段分为展示区与一般控制区。

展示区主要包括汕头海鲜城至玉兰路的沿线区域以及黄岐山大

道至晓翠路沿线区域。在展示区内，鼓励塑造多样化的户外广告空间，展示城市形象与特色。

一般控制区为揭东工业大道至海鲜城、玉南路至黄岐山大道、晓翠路至揭阳楼的沿线区域。一般控制区内应控制户外广告的数量，针对店招进行整治，形成统一的空间界面。

4、户外广告总量控制

榕城片作为城市中心城区，应禁止大型立柱式户外广告的设置，鼓励在重要节点处形成商业氛围，展示城市形象。

整个片区控制户外广告的总量为 96 块（不含公交候车亭户外广告），其中独立式广告控制为 12 块，依附式户外广告控制为 84 块。

5、户外广告建设指引

（1）活力商业段户外广告建设控制

活力商业段是马牙路商业区的延续区域，沿线的店招形式较为杂乱，应统一沿线的店招，并重点针对海鲜城节点与马牙路节点进行打造。

独立式户外广告建设：结合海鲜城节点布置 6 块结合灯箱式广告，结合马牙路节点设置 2 块大型板块式广告。

依附式户外广告建设：结合海鲜城节点设置墙面广告 4 处，屋顶广告 1 处，结合马牙路节点设置墙面广告 12 处，屋顶广告 2 处。商业展示区段结合路灯设置路灯灯箱式广告，总量不超过 50 处。一般控制区设置 3 处墙面广告。

1) 海鲜城节点户外广告建设指引

围绕蓝田路与 G206 交汇处打造海鲜城的商业节点。在华南大酒店一侧设置 6 块灯箱式广告，在家具城屋顶设置屋顶广告。对西侧现状 3 块墙面进行升级提升，改造为墙面灯箱式广告。

设置思路：

遮挡略显成旧的墙面，设置公益广告，海鲜城对面的墙体广告与门架广告拆除。

对现状的墙面广告进行整体更新，将其改造成成为墙面灯箱广告。

2) 马牙路节点户外广告建设指引

在马牙路与环市北路交汇处打造户外广告节点区域。围绕粤东贸易广场的商业建筑设置 12 块墙面广告，结合广告转角设置 2 处大型板块式广告。结合西南侧的建筑设置 2 块屋顶广告，西北侧设置围墙广告。

设置思路：

西南角建筑屋顶上设置镂空的创意广告，高度不超过 3 米，且不超过中部建筑高度，色彩应与建筑物底色协调一致，二层以上区域的依附式户外广告及店招拆除。其西侧的二层屋顶上设置屋顶广告，色彩与东侧建筑物底色协调一致。高度不超过 1.5 米。

东北侧、东南侧道路转角区域设置大型立牌式公益广告，广告用黑色金属边框，高 5 米，宽 10 米，整体控制高度不超过 7 米。

突出粤东贸易广场的商业氛围，设置依附式灯箱广告 6 处，广告上部、下部与建筑物的窗沿平齐，色彩与建筑物底色相协调。

统一粤东贸易广场沿线的店招位置与建设形式，在建筑物转角处

设置实物广告，体现出上业务创意与特色。

西北角区域为重型机械的停车区域，设置围墙广告进行遮挡，围墙广告以公益广告为主。

3) 其他区域户外广告建设指引

新阳大道南侧墙面设置依附式的灯箱广告，背景色彩与建筑物墙体色彩相协调。

加油站西侧的建筑区侧墙面设置依附式的灯箱广告，背景色彩与建筑物墙体色彩相协调。

新阳村现状的水泥墙面设置依附式的灯箱广告，背景色彩与建筑物墙体色彩相协调。

户外广告修复与拆除：对破坏的广告进行修复，拆除破旧的户外广告牌。

4) 店招整治

对马牙路沿线区域的店招进行整体改造提升，营造整洁的空间界面。

整治要求：统一相邻店招的大小与材质，二层以上店招拆除，移动式灯箱广告拆除，规范店招的内容与形式。

(2) 人文休闲段户外广告建设控制

人文休闲段是黄岐山公园与城市主要活动区的联系轴线，一方面应控制揭阳楼周边户外广告的设置，另一方面，延续黄岐山大道、晓翠路南北向的户外广告展示带，重点打造火车站、岐山汽车站节点。

独立式户外广告建设：设置 3 处围墙式广告。

依附式户外广告建设：设火车站节点户外广告控制

延续黄岐山大道的商业氛围，结合商业界面设置立式墙面广告 8 处，改善德居乐家的墙面广告，增加北侧机械停车场的围墙广告。置墙面广告 12 处。

1) 火车站节点户外广告控制

延续黄岐山大道的商业氛围，结合商业界面设置立式墙面广告 8 处，改善德居乐家的墙面广告，增加北侧机械停车场的围墙广告。

设置思路：

统一黄岐山大道节点建筑的店招，拆除屋顶的建筑字体招牌及广告，在正和兴商行的建筑侧墙上设置立牌式依附广告，体现人文特色。设置户外广告应与建筑物的墙面色彩相协调。

统一黄岐山大道节点建筑的店招，拆除屋顶的建筑字体招牌及广告，德居乐家的外部设置 LCD 广告，德居乐家对面屋顶设置镂空创意类广告。

2) 火车站节点户外广告控制

德居乐家的西侧的停车场设置围墙广告，广告以公益类广告为主。

岐山汽车站节点户外广告控制

延续晓翠路生活气息道路的氛围，改善晓翠路东侧的墙面广告，结合创鸿国际小区裙楼设置 2 处墙面广告。

设置思路：

晓翠路安泰汽贸结合里面整体改造设置户外广告，形成统一连续的空间界面。创鸿国际在底层商业区可设置连续的户外招牌，其建设

形式应统一设置。

创鸿国际结合底层商业建筑可设置 2 块依附式商业广告。

东南角工业厂房可结合围墙设置公益围墙广告。

3) 其他路段户外广告控制

统一环市北路北侧的户外招牌，建设揭阳楼东侧的围墙广告，建设形势与传统建筑风貌协调一致。清楚其余路段的墙面广告和屋顶广告。

4S 店的户外广告建设指引

允许设置墙面广告，不允许设置屋顶广告及彩旗广告。允许在其建设范围内设置汽车标志的立牌式户外广告，但不得超过独立入口的个数。户外广告牌不得超过墙面的 20%（扣除窗户）。

4.2 揭东片户外广告建设指引

1、整体定位

城镇商贸生活区段（揭阳楼——枫口大桥、全长 7.6km）

将规划区范围内户外广告进行整体布局，分区提出控制要求和特色规划，对重点地段根据揭东区的现状特点及规划发展提出广告设置的具体要求，形成“点—线—面”控制体系。同时，重点打造金叶酒店、揭东市场两个核心节点。

金叶酒店段作为商业区，且紧邻揭阳楼，色彩控制宜采用褐色、橙色等色系，与揭阳楼风貌协调，并塑造商业氛围。揭东市场区以营造市场氛围为主，色彩宜偏红色、橙色等色系。

2、分区控制

结合分区及现状的功能特征，将揭东区段分为展示区、一般控制区与严格控制区。

其中，金叶酒店周边、揭东中心市场两段作为商贸集中展示段，交通环岛周边作为城镇门户的集中展示段，以依附建筑物和独立的灯箱式广告为主；三友村-龙门寺区段为严格控制区保证传统村落的建筑风貌，严格控制户外广告的设置。其它城镇生活区为一般控制区，避免出现依附建筑物的商业广告，针对店招进行整治，形成统一的空间界面。

3、户外广告总量控制

规划设置 5 处大型板块式广告，2 处围墙广告，2 处灯箱式立牌广告与 6 处依附建筑物的广告。

4、户外广告建设指引

(1) 金叶酒店周边商圈户外广告建设指引

独立式户外广告建设：结合 G206 与金溪大道路口的户外广场设置 1 处灯箱式商业广告。

依附式户外广告建设：共 4 处依附建筑物的商业广告，在 G206 北侧的金叶酒店与华逸酒店分别布置 1 处依附建筑物的墙面广告；依附国信证券建筑的弧形墙面广告 1 处；金溪大道南侧新建楼盘裙房依附式商业广告 1 处。

设置要求：体现活力商业氛围，突出品牌商业主题特色。店招应设置在统一位置，相邻店招的建设形式与大小应统一，以 LED 的发光字体广告为主。建筑依附式广告应与建筑物主色系相协调，并不遮

挡窗户或突出建筑物外轮廓线。灯箱式户外广告控制不超过 4 米。

（2）揭东中心市场户外广告建设指引

独立式户外广告建设：共 4 处独立式商业广告，其中：结合中心市场入口广场的灯箱式商业广告 1 处；交警大队与广播电视台中间布置 1 处板块式公益广告；中心大道与全新北路路口西北侧设置 1 处板块式商业广告。

设置要求：店招应设置在统一位置，相邻店招的建设形式与大小应统一。灯箱式户外广告控制不超过 4 米，交警大道的板块式广告控制大小为 5*10 米，总高不超过 7 米。中心大道板块式商业广告控制为 3*10 米，总高不超过 7 米。

（3）城西服装市场周边一般控制区户外广告建设指引

为突显城西服装专业市场的商业氛围，在建筑立面设置依附建筑物的墙面广告，并对建筑低层店招进行改造；东南角在建建筑低层增加围墙广告。

设置要求：店招应设置在统一位置，相邻店招的建设形式与大小应统一。建筑依附式广告不得超过弧形窗户的弧形端点，围墙广告设置在人行道边缘，公益广告应超过 80%。

4.3 村镇片户外广告建设指引

1、整体定位

村镇片户外广告控制定位：工业物流区段（枫口大桥——汕头、全长 20.2km）。

2、分区控制

结合分区及现状的功能特征，将榕城区段分为展示区、严格控制区与一般控制区。

展示区包括炮台镇镇区与地都镇镇区。在展示区内，鼓励塑造多样化的户外广告空间，展示镇区形象与特色。枫美-乌美村区段为严格控制区保证传统村落的建筑风貌，中部山水田园区段保证景观视线不受遮挡，严格控制户外广告的设置。其它城镇生活区为一般控制区，避免出现依附建筑物的商业广告，针对店招进行整治，形成统一的空间界面。

3、户外广告总量控制

规划设置 9 处大型立柱式广告，2 处大型板块式广告与 6 处依附建筑物的广告。

(1) 炮台镇镇区北入口户外广告建设指引

拆除绿化隔离带中的两处大型立柱式广告，在正对路口处设置一处依附建筑物的板块式商业广告。

设置要求：建筑依附式广告不得超过建筑物侧墙的外轮落线，并在色彩上与建筑物主色系相协调。

(2) 炮台镇镇区户外广告建设指引

在镇区主要沿路的新建商业建筑立面上，设置 3 处依附建筑物的板块式商业广告。

设置要求：拆除屋顶广告。镇区结合商业建筑设置依附式的商业广告，突出商业特色氛围。鼓励该区段结合建筑物立面的整体改造设置户外广告。依附建筑物设置的商业广告应与建筑物主色系相协调，

并不破坏既有建筑物的立面。

（3）汕头-揭阳门户展示区户外广告建设指引

汕头进入揭阳区段属于户外广告设置密集区，重点展示揭阳市的城市文化特色与城市形象特征，规划在经过收费站 350 米处设置 1 个大型立柱式的公益广告，用于宣传城市的形象及文化符号。

设置要求：不得破坏现状的绿化带及人行道。总高不得超过 22 米，广告牌宽度为 18 米，高度为 6 米。

（4）炮台镇区公益广告建设指引

在彭运服装市场的东侧侧墙上设置依附式的公益广告，广告大小不得超过建筑物轮廓线。

（4）工业物流一般控制区户外广告建设指引

在厂房或其他建筑物的沿路立面设计商标和名称，规范名称的字体、色彩等，禁止设置其他依附建筑物的户外广告。

设置要求：在厂房区域屋顶区域设置字体招牌广告，不允许在道路边、其他侧墙区域设置户外广告。

4.4 机场片户外广告建设指引

1、整体控制

机场片户外广告控制定位：展示生态特征，突出城市人文内涵。

机场片沿线以生态区为主，为一般控制区。户外广告主要形式为大型立柱式广告及路灯灯箱式户外广告。其中设置大型立柱式户外广告 6 处，包括 2 处公益广告，4 处商业广告，大型板块式广告 2 处，全部为公益广告。从机场至 G206 区段结合路灯间隔设置路灯灯箱式

广告。重点对机场出入口节点的户外广告进行打造。

2、户外广告建设指引

大型立柱式户外广告的广告牌大小控制为 6*18 米，高度不超过 22 米。机场出口节点区恢复绿地花卉的植被，并在其上按照花卉填充的实物广告形式作为城市公益广告的宣传区。结合高速出入口设置 3 处大型立牌式户外广告，其中登岗站控制为 6*30 米，机场西、机场东出入口控制为 6*25 米。

路灯杆广告牌设置在路灯杆靠近人行道的一侧，间隔进行设置。广告牌面底部离人行道地面的高度不小于 3 米，牌面（单面）面积不得大于 2 平方米，垂直于路面的广告牌单面宽度不超过 0.8 米。

第五章 路牌设计

5.1 路牌设计

路牌样式来源于揭阳传统建筑屋顶的山墙立面造型，整体造型优美，轻盈通透，较好的反映揭阳地方特色。其中：

色彩：褐色+暖黄/银灰+绿/银灰+蓝；

材质：铝板/木质；

尺寸：路牌+地名指示牌 2200*1200；

第六章 店招建设指引

6.1 店招建设控制原则

结合户外广告的设置标准，按照分区的要求进行控制，形成相对整体的店招界面控制区：

1、严控区店招建设指引

禁止在建筑 2 层以上的外墙面上设置单位名称招牌，禁止户外招牌阻挡户外招牌，允许设置平行于建筑物的户外招牌。禁止使用与建筑立面不协调的色彩，禁止设置箱体式样招牌，禁止大面积使用高光合金材料。

2、一般控制区店招建设指引

城市中心区（榕城区段、揭东客运站以西区域）禁止在建筑 3 层以上的外墙面上设置单位名称招牌，城市建设区（揭东客运站以东区域）禁止在建筑 2 层以上的外墙设置单位名称招牌。不允许设置垂直于建筑物的店招。

当裙楼出挑大于 1 米时，城市中心区可在二层窗沿下设置店招，首层门楣上设置 LED 显示屏广告。城市建设区仅允许设置在首层门楣的上方，不得设置在二层区域。

当裙楼出挑小于 1 米时，城市中心区应在二层窗沿下设置出挑式店招，城市建设区仅允许设置在首层门楣的上方，不得设置在二层区域。

3、集中展示区店招建设指引

集中展示区——鼓励设置有创意、有个性、有品味的户外招牌设施。允许根据需要设置垂直于建筑的户外招牌，允许在商业建筑上 6 层以下建筑外墙上设置单位名称招牌。

6.2 店招建设控制导则

1、设置门面招牌原则上实行一店一牌、一单位一牌。

位于道路交叉路口，两侧均开设门面且属同一经营者的，允许在两侧门面分别设置招牌。

对于底层有专用出入口的商业经营单位，一处出入口可设置一块平行外墙式招牌；对于底层以上的商业经营单位，只能设置一块平行外墙式招牌。

拥有独立式产权建筑的单位可在建筑主体墙面设置户外招牌，其面积不宜大于所在墙体面积(扣除窗户)的 $\frac{1}{5}$ ，高度不得超过该建筑物屋顶，宽度不得大于该建筑物两侧墙面，厚度不得超过 0.5 米。其余情形不宜设置主体墙面招牌。

除企业办公场所拥有独立式产权建筑的，可设置户外落地式招牌外，其余情形禁止设置户外落地式招牌。落地式户外招牌应符合以下规定：

(1) 在距城市道路、公路交叉口中心点半径 300 米范围内禁止设置落地式城市招牌。

(2) 设置于企业办公场所或建(构)筑物周边的落地式招牌，不得超出其建设用地的红线范围，宜设置在距离建(构)筑物 12 米范围之内，距离市政道路不得少于 3 米。

(3) 落地式招牌的数量不得超过所属建(构)筑物主要入口的个数。

(4) 竖向独立招牌最多不得多于四面，高度不得超过 8 米。单面和双面型的招牌宽度不得大于 1.3 米；三面型招牌单面宽度不得大于 1.2 米；四面型招牌单面宽度不得大于 1 米。

2、设置在同一建筑相邻门面的招牌，底线必须整齐划一，高度和厚度必须统一，其形式、体量、色彩、照明效果等应当达到整体和谐。不得在同一栋建筑上设置 3 种以上形式的户外招牌。

每个牌面必须设置边框线，且突出底板面尺寸为 0.05m，其宽度为 0.1m，材料原则上与底板材料一致，且同一幢房屋的边框线的材料色彩、宽度要均匀一致。如每幢房屋只设置一个店招的，允许不设置边框线。

各类外墙型招牌的设置不得改变建筑立面的构图关系，且不得遮挡建筑有特色的立面细部。

3、门面招牌文字必须符合《中华人民共和国国家通用语言文字法》的规定，书写规范，字迹清晰；汉字应占整个招牌的三分之二以上（含三分之二）；图案设计力求新颖活泼。

国际统一品牌在保证与周边环境协调和谐的前提下，按其统一标准设计和制作。

每块店招只能书写经营单位名称，可用二种语言书写，但必须有一种是中文名，不得书写电话号码、地址及与本单位不相关的其他信息内容。

4、设置门面招牌不得影响规划审批的建筑正常间距，不得影响建筑采光、通风和消防等功能的正常使用。

5、门面招牌制作鼓励采用新材料、新光源、新技术、新工艺。店招面板的材料应采用铝塑板、亚克力板、烤漆玻璃（钢化）、透光石材等高档的节能型材料，禁止使用喷绘布等低档材料，面板的基层材

料应采用防火材料，设置期限为 3 年。

6、店招的色彩要与背景建筑的色彩相协调，同幢建筑物牌面底色尽量采用与背景建筑色彩同色系的色彩，注重主色调的选择，并用一个或几个辅助色调使色彩有所变化，形成整体调和统一，禁止大面积使用原色调色彩和高对比度的色彩。

第七章 规划实施

7.1 依法管理规范行为

- 1、对规划区的户外广告进行分期、分段的清理整顿。
- 2、实行户外广告后期跟踪管理。
- 3、建立健全户外广告监测网络，扩大监控渠道。应广泛发动群众，形成全社会的户外广告监督网络。
- 4、及时查处户外广告违法行为。一部法规能不能达到预期的立法目的，关键看执行。
- 5、凡空置广告位超过 20 天，必须以公益性内容补充画面。

7.2 规划整治模式

- 1、总体控制：根据规划，明确各区域户外广告设置类型，设置要求，依规划整改、拆除、设置。
- 2、阶段控制：重要地段和重要建筑户外广告设置详细规划：对重要地段和重要建筑的户外广告设置进行详细规划，通过调查和研究，

结合实际情况对规划范围内的户外广告的尺度、色彩、位置、内容等要素等进一步明确，该规划允许在整体协调的前提下，经论证，可突破本规划的相关控制指标。

3、重点整治：重要地段和重要建筑以外地区户外广告设置：建议编制户外广告设置详细规划，如未编制的区域则按本规划要求进行规划管理。

4、全面规范：经过各阶段户外广告规划的依次实施，城市户外广告设置已形成一个较为详细的框架，户外广告设置进入全面统筹管理，严格规范阶段。

7.3 市场化运作

加强户外广告的市场化运作，通过立法的形式将户外广告资源市场化，以市场化招投标、拍卖的形式取代以往简单的审批，科学配置城市资源，有效地促进城市建设投资多元化，增强城市自我发展能力提高管理效率。

附图：分段建设指引

1.马牙路北段建设指引

2.马牙路南段建设指引

3.烟汕线西段建设指引

4.烟汕线中段建设指引

5.烟汕线东段建设指引

6.揭东大道西段建设指引

7.揭东大道东段建设指引