



附件

一、公益户外广告设施控制要求	01
二、临时性户外广告设施控制要求	03
三、公交候车亭户外广告设施控制要求	04
四、户外广告设施术语定义	05
五、各类型户外广告设施设置要求详解	07
六、户外广告设施设置品质要求详解	08

充分发挥公益户外广告设施在建设中国特色社会主义先进文化之都中的积极作用，促进社会主义物质文明与精神文明协调发展，更高品质的宣传首都形象、副中心形象、社会主义核心价值观，明确公益户外广告设施相关原则及要求：

1. 布局原则

(1) 火车站、高速公路等城市门户区域可规划设置独立公益户外广告设施，用于重大活动环境景观布置、城市宣传及区域特色宣传，注重景观造型与区域环境协调融合。

(2) 在区域环境景观提升中，可结合设施更新、绿化景观，规划设置小型公益户外广告设施，服务群众身边的社会主义核心价值观、中华优秀传统文化宣传。

(3) 居民社区、机关企事业单位、学校等区域，可因地制宜设置公益宣传栏，宜小不宜大、宜少不宜多。

(4) 在举办国家、本市及本区重大活动和开展国家、本市及本区宣传环境布置工作时，在本区重点区域、主要大街、交通枢纽等节点利用既有户外广告设施进行临时公益户外广告宣传，设施所有人应当积极配合。

2. 设置要求

(1) 设置公益性广告需服从本规划相关规定，公益广告设施设置类型应遵循本规划相关设施类型要求，同时设置面积应纳入街区户外广告设施总面积，设置总面积不宜超过街区可设公益广告总面积。

(2) 公益广告设施应价值导向正确，符合国家法律法规和社会主义道德规范要求，体现国家和社会公共利益，语言文字使用规范。

(3) 任何单位和个人不得利用户外公益广告设施发布商业广告，不得以公益广告名义变相设计、制作、发布商业广告。

(4) 公益性广告设施应结合城市环境特征、建筑风貌合理布局、妥善设置，同一路段设施风格宜统一协调，并融入街道景观。

(7) 公益性广告设施应注重整体品质，鼓励利用新兴绿色科技、新环保材料、新节能工艺，逐步更新陈旧、工艺落后、脏污锈蚀、存在安全隐患的设施。

(6) 在户外广告设施广告闲置期，宜进行公益广告宣传。

(7) 可设置中小型公益广告设施：

- ① 小型公益户外广告设施：单幅广告面积宜小于 2.5 m^2 ，相邻广告设施间距宜大于 200m ，落地式整体高度应低于 4m 。
- ② 中型公益户外广告设施：单幅广告面积宜 2.5 m^2 — 10 m^2 ，相邻广告设施间距宜大于 400m ，落地式整体高度应低于 4m 。

(8) 公益广告设施设置不得影响建筑物、构筑物及其它公共设施使用和安全。

(9) 公益广告设施设置人及设置单位，应定期检查维护，保障公益广告设施完好干净整洁、图像展示效果良好，如遇大风、暴雨、暴雪等恶劣天气，及时进行安全巡查检查，发现存在安全隐患的及时采取安全防范措施。

- 1.不得设置在《北京市户外广告设施设置专项规划》和所在街区户外广告设施设置规划划定的商业性户外广告设施禁止设置区域内。
- 2.不得存在《北京市户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品设置管理条例》和《北京市户外广告设施设置专项规划（2022年-2035年）》规定的禁止设置情形。
- 3.设置临时性户外广告设施需服从本规划相关规定，临时性户外广告设施设置类型应遵循本规划相关设施类型要求，设置面积不应超过可设广告总面积上限。
- 4.设置临时性商业户外广告设施不得超出商业活动举办场所；没有活动举办场所的，不得设置。
- 5.设置期限遵循相关要求，设置时间不早于活动开始前2天，于活动结束后2天内撤除。
- 6.设置的临时性商业户外广告设施应安全牢固，符合节能环保要求，与所处街区环境尺度及景观风貌相协调，不得危及人身安全，不得影响建（构）筑物的通风、采光，不得妨碍交通和消防安全。
- 7.采用平行式附着式户外广告设施的，应结合建（构）筑物结构整体设置，设施上沿距地面不高于50米，且符合所在地区户外广告设施高度管控要求，凸出所依附建（构）筑物墙面的距离不超过0.3米，设置面积不超过该建筑立面24米以下垂直投影面积的30%。
- 8.采用落地式户外广告设施的，与相邻建筑或道路红线的距离不小于户外广告设施倒杆距离，整体高度不宜超过4米，最大面积不宜超过10平方米，设置后可供通行的步道宽度不小于2.5米。
- 9.采用户外电子显示屏的，符合本市户外电子屏设置规范要求，宜在步行街、广场等开阔空间设置，亮度符合《北京市户外广告设施设置专项规划（2022年-2035年）》要求，运行时间不宜超过22:00，并避免光污染扰民（活动举办时间有特殊要求的，可另行确定）。
- 10.采用实物造型户外广告设施的，所展示信息应符合法律、法规、规章规定，符合社会主义核心价值观要求，不得违反公序良俗。
- 11.采用激光投影户外广告设施的，不得在居住建筑投影，或未经产权人同意在其他建筑投影，投影器材应安装牢固，位置适宜，避免影响交通和行人通行，避免造成安全隐患；投影高度符合所在地区户外广告设施高度管控要求，亮度符合《北京市户外广告设施设置专项规划（2022年-2035年）》要求，运行时间不宜超过22:00，并避免光污染扰民（活动举办时间有特殊要求的，可另行确定）。
- 12.不得采用空中悬浮户外广告设施设置形式。
- 13.不得采用悬挂、张贴横幅、条幅等形式，不得采用在建（构）筑物上刻画、涂写、喷涂广告的方式。

一、布局原则

(1) 禁止设置区公交候车亭不得设置商业户外广告，除禁止设置区外的其他区域公交候车亭设置公益广告的比例不低于25%。

(2) 为举办国家和本市重大活动，按照市委市政府要求，在本市重点区域、重要大街、交通枢纽、会场及住地周边公交候车亭设置临时公益户外广告设施宣传活动主题，利用公交候车亭广告设施布置宣传画面，设施所有人应积极配合。

二、基本要求

(1) 按照城市管理部门组织编制的公交候车亭户外广告设施设置方案设置。

(2) 宜采用灯箱形式，停靠线路10条以下的站点，广告数量不超过4块；停靠线路10条及以上的站点，广告数量不超过8块。应以整幅面广告形式设置，不得分割成若干小的广告位。

(3) 广告设施面积大小与公交候车亭总体造型比例相协调，不得设置在公交车站内座椅、公交候车亭顶部、公交候车亭边缘区域和站牌。不应妨碍查询站点信息的识别和查询，不应影响公交候车亭识别、使用和车站人流疏散。

(5) 发布的广告内容符合广告法等相关要求，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

(4) 公交候车亭广告设施应融入城市公共空间整体环境，应与公交站台建设相结合，统一规划，统一设计。充分运用城市美学，满足街道界面的风貌色彩、风格、照明等相关要求，保障安全规范、整齐有序、品质优良、工艺精细，逐步淘汰设施陈旧或工艺落后、褪色、严重锈蚀残损的设施。

1. **商业户外广告设施**：以营利或商业推广为目的设置的经营性户外广告设施。
2. **公益户外广告设施**：专门用于宣传精神文明建设内容、城市形象、政策法规等公益内容的非营利性户外广告设施。
3. **临时性商业户外广告设施**：为举办商品交易、产品展销、商业庆典等临时性商业活动而短期设置的商业户外广告设施。
4. **附着式户外广告设施**：依附于建（构）筑物、公共设施、移动载体设施的户外广告设施。
5. **落地式户外广告设施**：具有独立支撑，以室外地面为载体的户外广告设施。
6. **户外广告电子屏**：以电子屏幕光源为载体发布信息的户外广告设施，主要包括 LED/LCD 电子显示屏/玻璃屏/光栅屏。
7. **激光投影广告设施**：指使用激光投影光源设备等将画面内容投射到建构筑物表面的户外广告设施。
8. **橱窗广告设施**：指依托建筑物规划确定的橱窗而设置，利用其内部空间向户外空间进行宣传展示的户外广告设施。
9. **实物造型广告设施**：指采用艺术化、景观化的立体实物造型来展示商品信息。
10. **品牌集中展示户外广告设施**：在建筑外立面集中展示各个品牌形象的户外广告设施。

1. 附着式户外广告设施

(1) **平行式户外广告设施**：结合建（构）筑物结构整体设置，设施上沿距地面不高于 50m，下沿底部净空高度不低于 3m，凸出所依附建构筑物墙面的距离不超过 0.3m。

(2) **垂直式户外广告设施**：

（1）仅适用于商业步行街。

（2）结合建（构）筑物结构整体设置，户外广告设施上沿距地面不高于 50m，下沿底部净空高度不低于 3m。

（3）设施本体高度不超过 6m，厚度不超过 0.3m，突出墙面的距离不超过 1.2m，相邻设施的水平距离不小于 6m。

2. 落地式户外广告设施

（1）宜结合景观艺术造型一体化设计，与所处街区环境尺度及景观风貌相协调。

（2）与相邻建筑或道路红线的距离不小于广告设施倒杆距离。

（3）小型落地式户外广告设施：整体高度应低于 4m，相邻广告设施间距宜大于 100m，单幅广告面积宜小于 2.5 m²。

（4）中型落地式户外广告设施：整体高度应低于 4m，相邻广告设施间距宜大于 200m，单幅广告面积宜 2.5 m²—10 m²。

（5）设置人设置商业落地式户外广告设施不得占用公共用地。

3. 橱窗式户外广告设施

（1）橱窗式户外广告设施应设置于橱窗内侧，与橱窗玻璃距离应 $\geq 0.5\text{m}$ 。

（2）宜设置实物造型广告或灯箱式广告，商圈内可利用橱窗设置电子显示屏广告，并遵循户外广告电子显示屏设置管理规范要求。

（3）不得在橱窗上粘贴广告，橱窗内侧不得堆放杂物，避免破坏沿街垂直界面。

4. 户外广告电子屏

(1) 应当符合《北京市户外广告设施设置专项规划》和所在街区户外广告设施设置规划、管理标准,满足国家和本市网络安全管理要求,遵守街区户外广告设施设置规划确定的运行时间和公益宣传播放要求。

(2) 应当与城市区域功能、街区历史文化、周围市容环境和城市景观相协调,不得破坏建筑物、构筑物外立面外观。

(3) 应当符合户外广告设施设置的相关技术标准、管理标准和规范,采用先进技术和节能环保材料,具备亮度调节功能,不得影响他人生产生活。

(4) 在居民楼、学校、幼儿园、医院、养老院 100 米范围内,正向面对居民楼、学校、幼儿园、医院、养老院不得设置户外广告电子显示屏。

(5) 在多层建筑或者高层建筑裙房上设置附着式户外广告电子屏,下沿距地面高度宜大于 6 米,上沿不超过建筑物顶部且距地面高度不宜超过 24 米。

(6) 落地式户外广告电子屏仅可以在商业步行街、广场等开阔区域设置,不得占压盲道,不得影响行人通行。

(7) 除允许设置区域,其他区域设置的户外广告电子屏不宜播放动态画面,每个固定画面的播放时间应当不少于 15 秒,画面切换应采取慢转换方式。

5. 实物造型户外广告设施

(1) 实物造型户外广告设施指采用艺术化、景观化的立体实物造型来展示商品信息。

(2) 作为临时性商业户外广告设施设置,并与所处街区环境尺度及景观风貌相协调。

(3) 实物造型所展示信息应当符合法律、法规、规章规定,符合社会主义核心价值观要求,不得违反公序良俗。

(4) 设置范围不得超出活动举办场所,没有活动举办场所的,不得设置,并于活动结束后 2 日内撤除。

1.设施风格

户外广告设施设置的风格应与北京市建筑风格相匹配，与所在街区风貌相协调统一。分为传统风格、新中式风格、现代风格等。

2.设施色彩

根据北京市的城市色彩特性，除商圈以外区域户外广告设施主色应避免出现高彩度、高明度色彩，且应与建筑主色的彩度、明度相协调。

(1) 色相：即颜色的相貌。

以建筑主色在色相环中的位置为基准，偏离指定角度，得到的范围即为户外广告设施主色色相的选择范围。

①同色相配色：以建筑主色色相为基准，色相环偏离 5°，选取其范围内任意色相作为户外广告主色的色相。

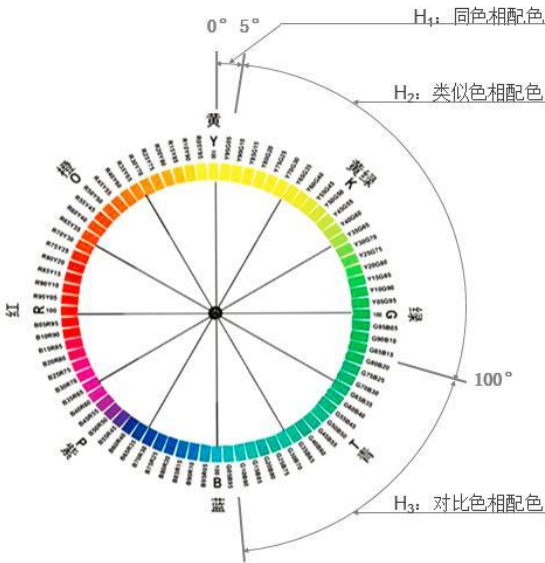
②类似色相配色：以建筑主色色相为基准，色相环偏离5°-100°，选取其范围内任意色相作为户外广告主色的色相。

③对比色相配色：以建筑主色色相为基准，色相环偏离100°-180°，选取其范围内任意色相作为户外广告主色的色相。

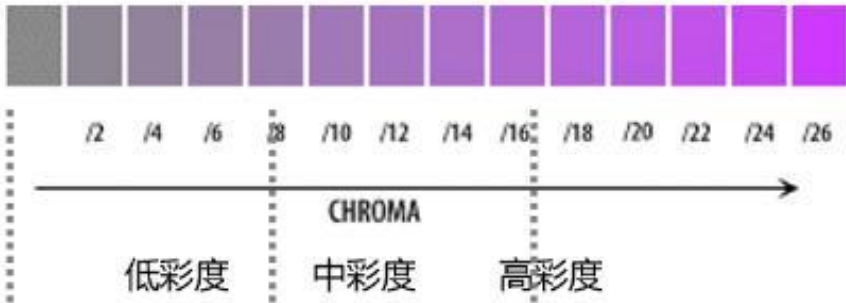
④无色彩或金属色配色：当建筑主色为无色系时，户外广告主色允许为金属色或无色系任意搭配。

(2) 彩度：即颜色的鲜艳饱和程度。

高彩度色域（16—26）、中彩度色域（8—16）和色相个性接近消失的低彩度色域（1—8）。



图：色相图



图：彩度图

3.设施照明

合理控制照明方式、亮度等级，提升户外广告夜间视看效果，同时确保经济、节能，避免形成光污染、光干扰。亮度要符合国家及本市相关标准、规范要求。

（1）照明方式：户外广告设施照明可采用直接照明、间接照明等方式；商业区、居民区及人员密集场所的户外广告设施不宜采用外投光照明方式。

①无照明或不照明。

②间接照明方式：包括投光照明、侧发光照明、背溢光照明等。

③直接照明方式：包括灯箱照明、裸光源照明、电子显示屏等。

（2）照明亮度：规划区内户外广告其夜间表面的平均亮度限值（cd/m²）满足下列要求，且电子显示装置应当具备亮度调节功能。

（3）照明光色：暖黄光、中性光、冷光、彩光。

（4）照明动态：禁止动态、缓慢动态、整体动态。

环境区域	代号	E1	E2	E3	E4
	对应的区域	森林公园自然保护区农林区	居住区医院 科教区	一般公共区	商圈
表面亮度限制		30（发光面面积 > 10㎡不宜设置）	250（若发光面面积 > 10 m²，平均亮度 ≤150cd/m²）	450（若发光面面积 > 10 m²，平均亮度 ≤300cd/m²）	600（若发光面面积 > 10㎡，平均亮度 ≤400cd/m²）

环境区域	代号	E1	E2	E3	E4
	对应的区域	森林公园自然保护区农林区	居住区医院 科教区	一般公共区	商圈
平均亮度		不宜设置	200	400	600