

惠州市惠阳区人民政府文件

惠阳府〔2023〕44号

惠州市惠阳区人民政府关于印发《惠州市惠阳区 户外广告设置规划（2021-2025）》的通知

各镇人民政府、街道办事处，区政府有关部门、有关直属机构：

《惠州市惠阳区户外广告设置规划（2021-2025）》业经六届54次区政府常务会议审议通过，现印发给你们，请认真组织实施。实施过程中遇到的问题，请径向区城管执法局反映。

惠州市惠阳区人民政府

2023年10月7日

公开方式：主动公开

抄送：区委有关部委办局，区人大办公室，区政协办公室，
区纪委办公室，区法院，区检察院，区武装部。

惠州市惠阳区人民政府办公室

2023年10月7日印发

惠州市惠阳区户外广告设置规划（2021-2025）

惠州市惠阳区人民政府
2023年9月

目 录

第一章 总则	1	第五章 通则规范	15
(一) 规划背景	1	(一) 基本要求	15
(二) 规划范围	1	(二) 安全要求	15
(三) 规划期限	1	(三) 内容要求	16
(四) 规划对象	1	(四) 色彩要求	17
(五) 规划依据	2	(五) 材料要求	17
第二章 现状分析	3	(六) 照明要求	17
(一) 现状分析	3	第六章 附件	19
(二) 相关规划解读	4	(一) 规划依据条款	19
(三) 规划目标	4	(二) 图集	21
(四) 规划原则	5		
(五) 规划方法	5		
第三章 细化分区	6		
(一) 上位规划要求	6		
(二) 宜设区边界细化	7		
(三) 分区要求落实	9		
第四章 点位布局	13		
(一) 点位布局数量	13		
(二) 点位布局原则	13		
(三) 动态新增原则	13		

第一章 总则

（一）规划背景。

由惠州市城乡管理和综合执法局编制的《惠州市户外广告专项规划》已于2022年9月1日印发实施，要求各县（区）认真贯彻执行，并遵照以公共利益优先的原则，规范户外广告的设置，持续提升户外广告品质活力、鼓励创新创意，并引导多元参与，推动惠州市户外广告行业良性、可持续发展。同时按照《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》要求，尽快组织安排户外广告设置规划的编制工作。

面临粤港澳大湾区和深圳先行示范区“双区”建设重要战略机遇，作为惠州融入深圳都市圈的桥头堡，惠阳区正积极构建“一城两区三带五片”的发展格局，不断推动惠阳区打造现代化、高品质城区，依法规范户外广告秩序，加强对户外广告设置的管理，依法编制户外广告设置规划，将其纳入法定规划体系以全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局势在必行。

依据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》《惠州市户外广告专项规划》等文件，在详细调研和充分论证的前提下，区城管执法局组织编制了《惠州市惠阳区户外广告设置规划》（以下简称“规划”）。本规划旨在通过规范户外广告设置，塑造高品质城市视觉空间，提升城市美感，推动惠阳全方位融入深圳都市圈，加快建设更具实力“智造高地”，更加幸福“活力惠阳”。

（二）规划范围。

本次规划范围为惠阳区全域，包含3个街道6个镇。

核心规划地区：中心城区-淡水；

重点规划地区：临深地区-秋长、三和、新圩、沙田；

协调规划地区：镇隆、永湖、良井、平潭。



（三）规划期限。

本次规划期限为2021-2025，中远期展望至2035。

（四）规划对象。

根据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》要求，规划对象为利用户外场地、建（构）筑物设置的商业性广告和公益性广告，同时对规划街区范围内的户外招牌进行规范。

（五）规划依据。

1.法律法规依据：

《中华人民共和国城乡规划法》（2019年第二次修正）

《中华人民共和国广告法》（2021年修正）

《广东省公益广告促进和管理暂行办法》

《惠州市公益广告促进和管理暂行办法》

《惠州市市容和环境卫生管理条例》

《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》

2.技术标准依据：

《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南》（自然资源部2020年）

《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》

《城市容貌标准（GB50449-2008）》

《广东省交通运输厅关于公路路政管理的实施细则》

3.相关政策依据：

《惠州市惠阳区国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

《2022年惠阳区政府工作报告》

4.相关规划依据：

《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》

《惠州市惠阳区国土空间规划（2020-2035年）》（草案）

《惠阳区商业网点规划（2020-2035）》

《广东省惠州市惠阳区淡水老城历史文化街区保护规划（2021-2035）》

《惠州市历史文化名城保护规划》以及惠州市和惠阳区其他相关规划依据

第二章 现状分析

自2019年实施机构改革以来，惠阳区持续大力度整治以户外广告违规设置为代表的各种城市视觉环境乱象，通过到深圳实地调研学习交流、与惠州市城乡管理和综合执法局展开立法座谈、开展户外广告设施防汛防风安全隐患检查、环境提升专项整治部署等方式有效清理整治了一批户外广告违规设置、无序设置的现象。结合城市微改造开展完成了惠大高速沿线整治、白云大道视觉提升等项目，通过拆除违规、升级招牌等手段有效改善了城市面貌，并形成了一套相对成熟的工作机制。但随着城市建设深入发展，城市建设标准不断提高，对户外广告设置工作的要求也随之进一步提升，应结合城市特色元素进行品质化升级，并协调环境一体化提升，这是现代化、高品质城区户外广告的主流改造趋势。

（一）现状分析。

1.认知问题，对户外广告理解浅显，导致重视不足。

户外广告作为城市风貌中的一项重要视觉元素，不仅应正确处理户外广告设置产生的负面消极影响，也应看到其对于商业空间烘托、城市品牌展示以及城市特色元素彰显等层面起到的积极贡献。目前已经有一些城市通过探索创新机制，优化管控体系，有效管控户外广告的设置，并通过规划引导、法规约束、多方参与等形式，推动户外广告设置分摊城市运营成本，最大限度的发挥配合城市宣传作用，彰显城市品质。

2.品质问题，广告要素控制失衡，导致品质不高。

目前，我区户外广告的几大重点控制要素，包括位置、形式、大小、色彩、图案等控制不规范，广告形态与尺度把握不准确，规格不一，参差不齐；长期以来“唯大、唯多、唯艳、违规”设置情况长期存在，材质低劣、内容低端、色彩艳俗等各种城市风貌乱象问题得不到解决。

3.设计问题，忽视设计重要作用，导致创新不足。

户外广告的设置往往从需求端直接传导到使用端，对于中间设计环节所起的重要作用普遍忽视，导致户外广告设置方式较为单一，例如商业氛围的营造主要依靠大面积的广告堆积、大幅面的广告画面以及采用饱和度过高的色彩，缺乏多元的表现形式。在户外广告的造型设计方面缺少解读与运用，设计语言单一，造型呆板。在户外广告的发布方式上缺少创新，艺术化、景观化的广告设施较少。

4.行业问题，片面追求商业价值，导致点位泛滥。

户外广告行业与商业大环境紧密关联，投放客户受政策层面因素影响较大，行业自身在建设之初存在粗放发展，最大化逐利且过度控制成本的现象普遍存在，短期的逐利行为导致点位大量加剧。户外广告材质较为传统，多为喷绘布、条幅、看板等，新材料、新技术运用较少，多数点位价值遭到稀释，为增加利润又进一步泛滥点位，逐步形成恶性循环，同时多数点位的设置随意且杂乱，整体品质低下。

5.机制问题，管控体系不够健全，导致欠缺依据。

长期以来，我区户外广告管理仅依靠国家条例规定和地方性法规进行管理，户外广告的设置一般流程可分为专项总体规划、设置规划、工

程设计、点位出让、审批实施、维护监管，现行管控体系内容单薄、管控标准缺口较大，急需从源头把控，完善整个管控体系。“法规-规划-实施”三个阶段，不同阶段对应不同管理文件，法规阶段主要包含管理办法和规范标准；规划阶段以专项规划和设置规划为主；实施阶段包含建设实施及日常管。

（二）相关规划解读。

1.《惠州市惠阳区国土空间规划（2020-2035年）》（草案）

优化国土空间总体格局，促进区域协调、城乡融合发展，构建国土空间开发保护总体格局“一城两区三带五片”。落实区域战略要求，明确空间发展目标战略和区域发展新形势，抢抓“双区”建设重大历史机遇，积极响应惠州市建设国内一流城市的总体目标，奋力打造“智造高地·活力惠阳”。

通过挖掘发扬客家文化、侨乡文化、红色文化集聚的特色，优先对临深“三生空间融合发展示范区”户外广告进行品质升级，打造舒适宜居的生活空间。

2.《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》

为打造特色鲜明的粤港澳大湾区现代化城市，按照深度融入深圳都市圈的要求，规范户外广告设置，提升设施品质，引导城市空间资源合理利用，推动户外广告与城市市容景观和经济社会协同发展，依据惠州市的城市特点和各县区空间特征，全市范围内划定宜设区、严控区和禁设区边界，明确分区政策要求，实施容量管理。规范户外广告设施类型，

引导品质提升。落实国家及惠州市相关法规、规范，采用禁止、控制、鼓励三种手段管理各类型户外广告设施，明确设置要求。

结合惠阳实际发展需求，落实分区政策要求，依照已经划定的宜设区、严控区和禁设区边界，在此基础上对各级分区细化；实施容量管理，通过对惠阳区户外广告现状的详细调研和发展研判，依据布局原则，对重点发展片区进行点位布局，常态化做好户外广告设置规划管理审批工作。

3.《惠阳区商业网点规划（2020-2035）征求意见稿》

建立结构合理、层次分明、功能健全，适应惠阳区发展要求的商业网点体系，逐步实现公共服务设施均等化目标。根据城市发展结构、商业网点聚集度及辐射能力等特征，同时深化上层相关规划要求，将惠阳区商业网点体系分为市级、区级、镇街级、社区级四个层次。

惠阳区规划形成“一带、两轴、三心”的商业中心体系规划结构。规划共形成市级商业中心3处、区级商业中心5处，镇级商业中心11处。

户外广告设置规划应结合惠阳商业发展的实际需求，配合商业体系层级划分，统筹好户外广告针对不同层级商业中心、不同类型功能板块、不同风格商业街区的设置管控要求，改善商业环境，促进、激发商业活力。

（三）规划目标。

整体规范设置，局部重点打造。在保护生态宜居环境的基础上，严格管控户外广告的空间布局，加强户外广告设置与设计引导，打造整体有

序的市容环境。

塑造高品质、有特色、有活力的商业街区氛围，重点区域重点打造，强化新媒体、创意媒体的应用，打造美丽、活力惠阳。

（四）规划原则。

1.安全规范原则，服务公共利益。

户外广告的设置首先应以公共利益为优先，保障城市公共安全，符合城市规划要求，确保其不对交通、绿地、电力、通讯、避灾、建筑物、行人等造成妨害。通过对设置位置、容量、形式等要素的控制，强化规范管理，保障社会公众权益，确保公众拥有安全、健康、环保的生活环境。

2.环境协调原则，契合市容环境。

户外广告作为市容景观组成元素，应通过科学规范，使其与惠阳城区定位和市容景观环境建设要求相契合，户外广告设施的设置位置、体量造型、色彩搭配、夜景照明等应与所处环境保持协调，与所处区域的区位、环境、功能业态、文化氛围相适应，发挥户外广告的传播效应，助力惠阳建设宜居宜业的现代化品质城市。

3.品质活力原则，提升空间品质。

作为城市活力元素，通过有序设置，配合全国文明城市创建和构建惠阳高品质消费集聚区和特色商圈要求，鼓励对户外广告进行形式与技术的创新，鼓励新技术、新媒体、新材料和新工艺的应用，强化街区商业氛围，提升城市品质活力，城市颜值和气质。

4.突出特色原则，彰显本地文化。

户外广告的设置应合理发挥户外广告的传播效应，突出城市特色和城市文化。注重形状、色彩、风格的本土设计，展示本土文化和本土品牌，展现“活力惠阳”开拓创新的特质和开放多元的文化氛围。形成极具惠阳特色的户外广告宣传和户外广告品质。

5.多元参与原则，推动良性发展。

户外广告的设置应当充分以人为本，满足政府、商家、企业的合理宣传要求，满足民众对景观、商业氛围的品质要求，搭建平台，引导公众和行业等多元主体参与。通过建立公开、公平的技术平台，推动惠阳区户外广告行业良性、可持续发展。

（五）规划方法。

依据《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》中对惠阳的分区规划要求，结合惠阳相关规划和建设发展实际，通过细化分区明确落实分区政策要求，并规范户外广告设施管理类型，引导品质提升。最后通过点位设置图则对中心城区户外广告设置进行统筹控制，形成近期整治方案，逐步提升户外广告设置管理水平。

第三章 细化分区

（一）上位规划要求。

《惠州市户外广告专项规划》确定惠阳区分区体系由基础分区和特色地区附加要求共同组成（基础分区和特色地区在空间上存在重叠的区域，该区域的户外广告设置以特色地区附加要求为准），结合惠阳区建设发展，明确户外广告设置的主导方向，强化功能，突出特色。

1.基础分区。

（1）宜设区I：惠阳站商圈、淡水老城商圈、东华大道商圈、白云新城商圈、梅龙湖产业园商圈。

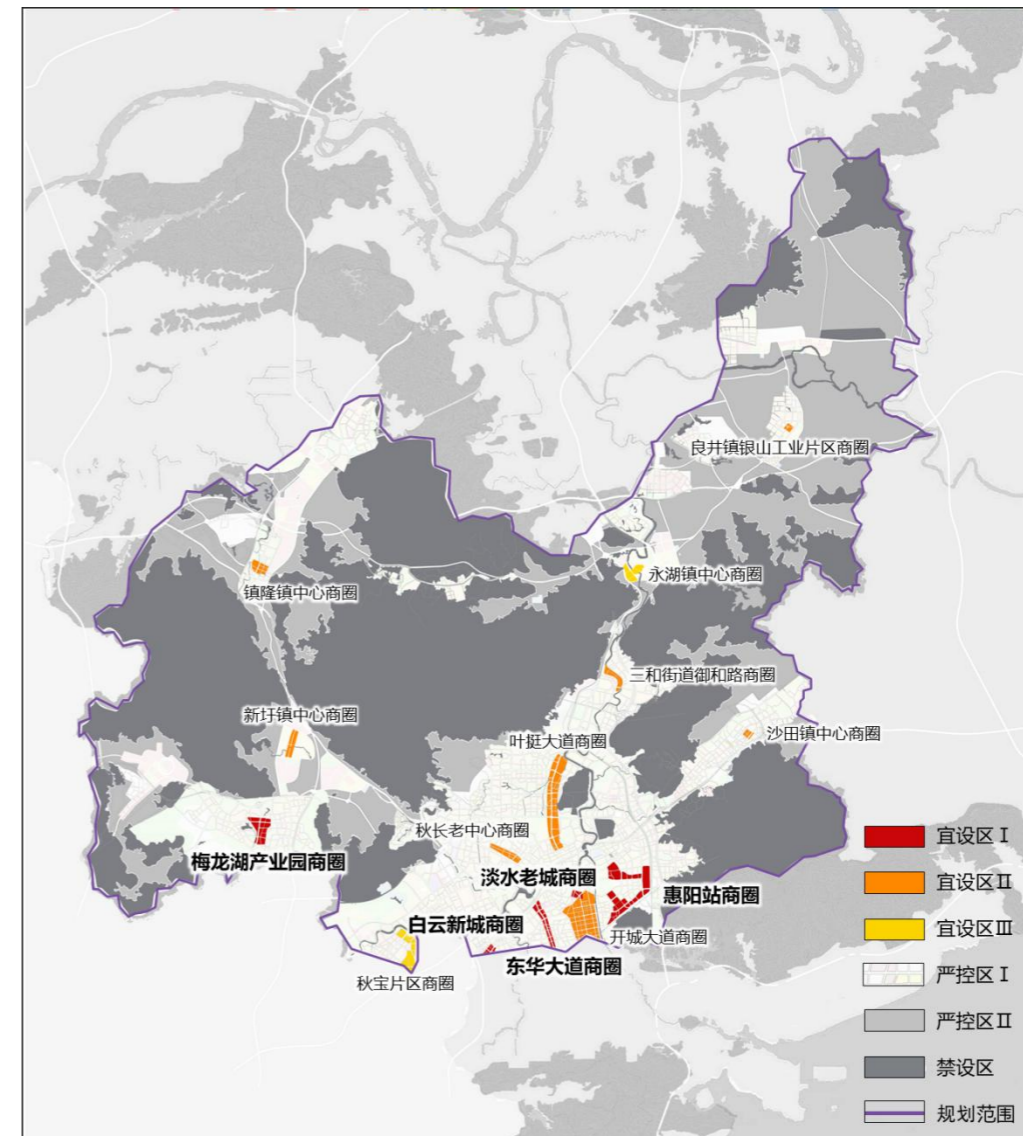
（2）宜设区II：良井镇银山工业片区商圈、沙田镇中心商圈、三和街道御和路商圈、叶挺大道商圈、开城大道商圈、秋长老中心商圈、新圩镇中心商圈、镇隆镇中心商圈。

（3）宜设区III：秋宝片区商圈、永湖镇中心商圈。

（4）严控区I：在城镇建设开发边界内，除宜设区以外的区域。

（5）严控区II：国土空间规划划定的农田保护区、乡村发展区、矿产能源发展区和有居民海岛。

（6）禁设区：国土空间规划划定的生态保护区、生态控制区，包含自然保护区和风景名胜区的核心保护区；各级文物保护单位、历史建筑；非传统商业风貌的历史文化名镇、历史文化名村、古镇、古村以及历史文化街区、历史地段的核心保护区。



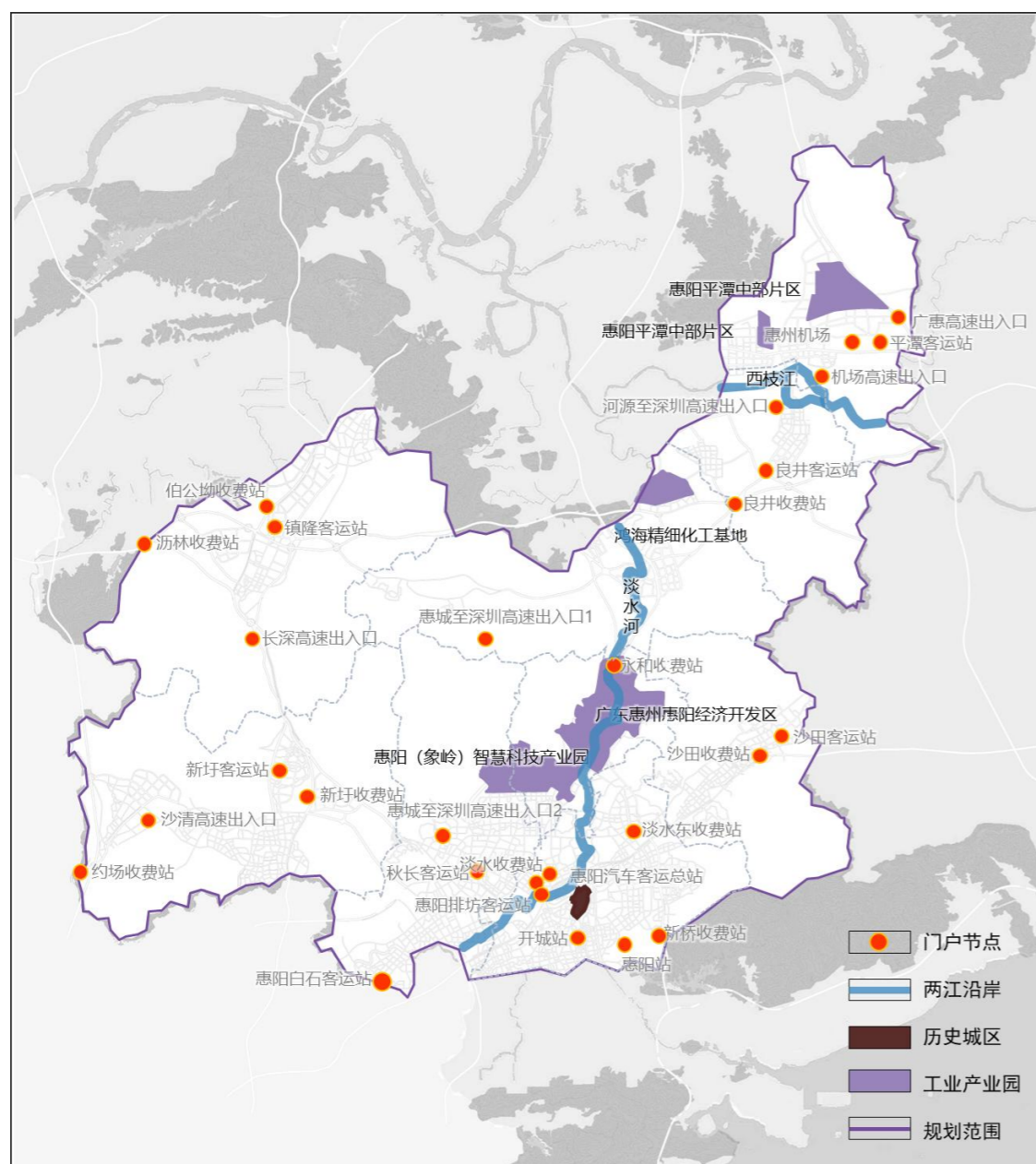
2.特色分区。

（1）门户节点：机场、铁路枢纽、客运枢纽、高速公路城市出入口。

（2）两江沿岸：西枝江沿线、淡水河沿线。

（3）历史城区：淡水老城历史文化街区。

（4）工业产业园：惠阳（象岭）智慧科技产业园、广东惠州惠阳经济开发区、鸿海精细化工基地、惠阳平潭中部片区。



(二) 宜设区边界细化。

依据《惠州市户外广告专项规划》，结合惠阳区建设发展，细化分区边界，并落实特色地区的管控范围，强化对现状建成环境的引导，为户外广告治理工作提供依据。

1. 宜设区 I (5处)。

- (1) 惠阳站商圈：北临白云路、南临南站路、东临惠大铁路，西临内环路。
- (2) 淡水老城商圈：崇雅路两侧及周围区域。
- (3) 东华大道商圈：沿东华大道的惠阳城市新中心。
- (4) 白云新城商圈：秋湖路两侧及周围区域。
- (5) 梅龙湖产业园商圈：北临九七乡道，沿深惠城际的东西两侧分布。





2.宜设区 II（8处）。

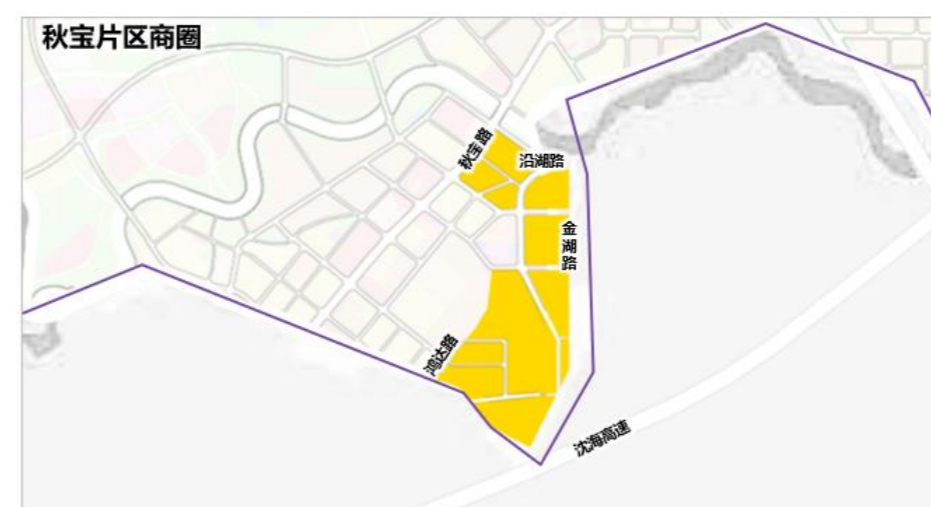
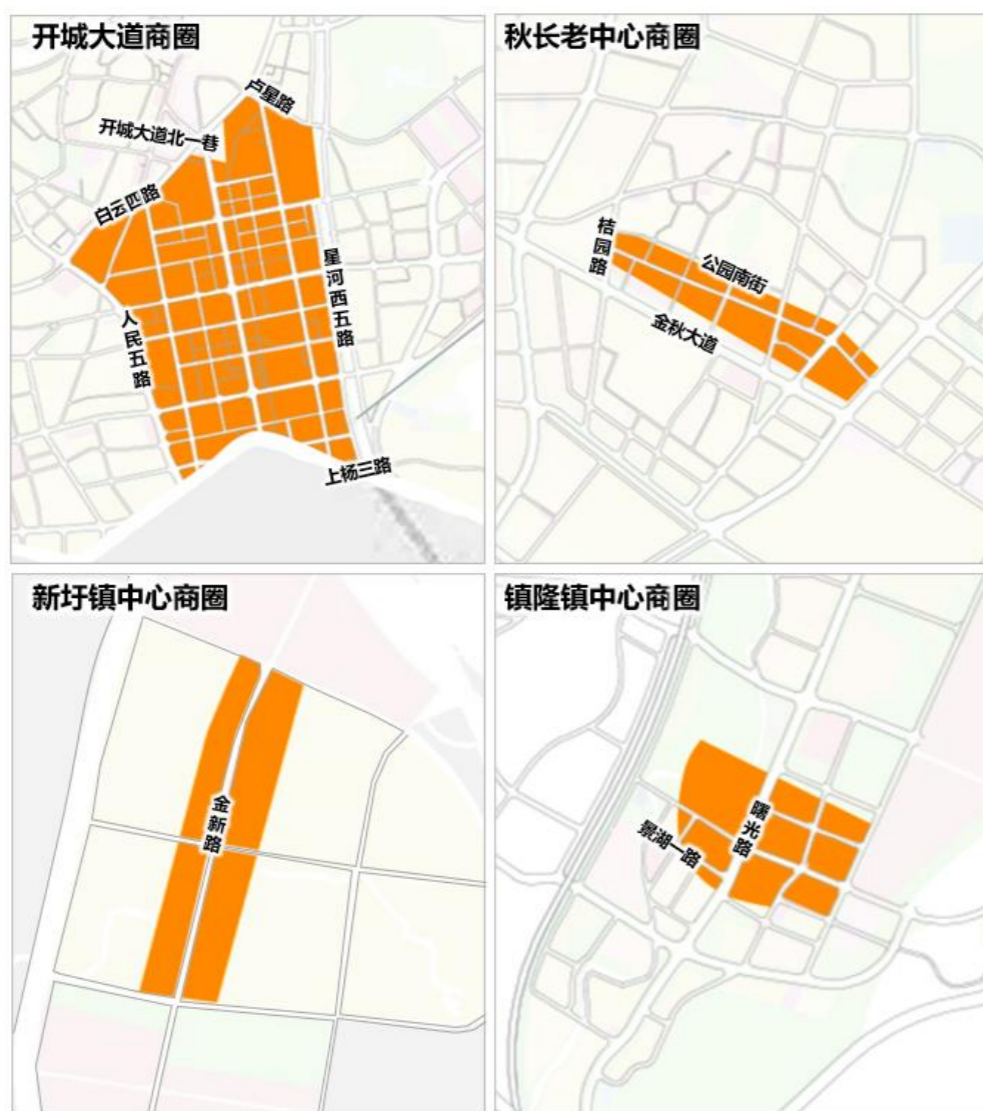
- (1) 良井镇银山工业片区商圈：良井镇人民政府周围商圈。
- (2) 沙田镇中心商圈：沙田人民政府附近，丹东线两侧。
- (3) 三和街道御和路商圈：西至叶挺大道、东至三和大道，沿御和路两侧分布。
- (4) 叶挺大道商圈：北至x225、南至嘉兴路、沿叶挺大道两侧分布。
- (5) 开城大道商圈：白云四路、开城大道北一巷、卢星路、星河西五路、上杨三路、人民五路的围合区域。
- (6) 秋长老中心商圈：北至公园南街、南至金秋大道、西至桔园路、

东至北环路。

(7) 新圩镇中心商圈：新圩镇中心沿金新路东西两侧分布。

(8) 镇隆镇中心商圈：景湖一路以北，沿曙光路东西两侧分布。





3.宜设区Ⅲ（2处）。

（1）秋宝片区商圈：秋宝路、沿湖路、金湖路、沈海高速、鸿达路的围合区域。

（2）永湖镇中心商圈：北临S357、西至叶挺大道、东靠永湖市场。

（三）分区要求落实。

各规划分区遵照《惠州市户外广告专项规划》执行。

1.基础分区。

（1）宜设区：为服务商业经济发展、提振城市活力，以国内一流城市商业街区作为参照，打造具有惠阳区特色、活力丰富、特色鲜明的城市街区，营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围。鼓励户外广告集中、多样化设置。

（2）严控区：户外广告设施设置应遵循区域环境整体有序，局部适度活力丰富的原则。突出“少而精”，侧重品质提升，鼓励通过多元参与、多种途径提升品质和创意。

（3）禁设区：禁设区内不得设置任何户外广告（禁设区与城市特色地区在空间上存在重叠的区域，以特色地区附加要求为准）。

2.特色地区。

（1）门户节点：

- ① 户外广告应秉持“精品”路线，突出广告与环境的视觉一体化。
- ② 结合区域特质和环境特色，整体进行造型设计，造型语言应突出惠阳区特色。
- ③ 展示内容以城市宣传、惠州市及惠阳区本地知名品牌、企业宣传为主。

（2）两江沿岸：

- ① 侧重建筑界面整齐有序和近人空间的丰富多样性相结合。
- ② 强化对建筑界面整体性的视觉管理，还原建筑形象，规范建筑楼宇标识，严格管控其色彩。
- ③ 建筑下部近人空间配合商业分布，通过适度多样化户外招牌，小型、互动化的商业性广告和橱窗广告打造高品质活力空间。
- ④ 仅允许商业建筑及混合功能建筑的商业部分可设商业性广告；商业性广告严格管理建筑下部近人空间广告设置范围、类型、数量以及夜景效果。

（3）历史城区：

淡水老城历史文化街区范围内，根据不同的控制线有不同的设置要求。

① 历史文化街区的核心保护范围内：

- 禁止设置户外广告，其中属于传统商业街区的仅允许设置与传统风貌协调的楹联、招幌。

② 历史文化街区的核心保护范围之外：

- 仅允许商业街区设置商业性户外广告，户外广告应侧重整体风貌的协调，可采用一体化设计、整体打造的方式优化整体品质。
- 户外广告设置应尊重建筑风格，保护建筑特色。
- 商业性广告设置具体要求参照宜设区II。
- 严格管控电子显示屏广告，鼓励设置具有互动性的、体量适中的新媒体、新技术广告，禁止设置传统LED电子显示屏。
- 户外广告的尺度、设置位置应与街区环境相协调，避免对行人通行造成干扰。

（4）工业产业园：

① 临城市道路界面：设置要求参照严控区II执行。

② 园区内部：在城市主要道路和公共空间看不到的区域允许适量设置户外广告。

- 商业及包含商业功能的混合用地、建筑设置可参照宜设区III指标执行，鼓励近人尺度、有创意、有特色的小型广告设置。

- 园区内主要道路允许适当布局落地式广告，用于园区及内部企业宣传、公益信息发布。

3.容量管理。

户外广告的总面积应符合下表要求：

	高层建筑主体墙面 (高度>24m)	户外广告总面积占所依附建筑立面面积的比例
宜设区I	地标性建筑	≤50% (含招牌, 不含橱窗广告)
宜设区II	禁止	≤30% (含招牌, 不含橱窗广告)
宜设区III	禁止	≤20% (含招牌, 不含橱窗广告)
严控区I/II	禁止	≤10% (含招牌, 不含橱窗广告)
禁设区	禁止	禁止

4.用地管控。

遵循《惠州市户外广告专项规划》，惠阳区边界内，仅允许下表所列用地类型设置户外广告，并应遵循备注所列附加要求。

要求	用地名称	备注
允许设置	0601乡村道路用地	仅允许设置公益性广告
	07居住用地	仅允许设置公益性广告
	0803文化用地	仅允许设置与用地内部展览展示等活

		动相关的广告，或设置公益性广告
	0805体育用地	无
	0901商业用地	无
	0902商务金融用地	无
	0903娱乐康体用地	无
	0904其他商业服务业用地	无
	1101物流仓储用地	无
	1207城镇道路用地	仅允许列入城市门户节点的客运交通场站在其户外公共区域设置
	1208交通场站用地	
	1401公园绿地	仅允许临时性商业宣传和公益性广告
	1402防护绿地	无
	1403广场用地	无
禁止设置	01耕地	无
	02园地	无
	03林地	无
	04草地	无
禁止设置	05湿地	无
	06农业设施建设用地	不含 0601 乡村道路用地
	0801机关团体用地	无
	0802科研用地	无

0804教育用地	无
0806医疗卫生用地	无
0807社会福利用地	无
10工矿用地	无
1102储备库用地	无
12交通运输用地	不含 1207 城镇道路用地和 1208 交通场站用地
13公用设施用地	无
1402防护绿地	无
15特殊用地	无
17陆地水域	无
18渔业用海	无
19工矿通信用海	无
20交通运输用海	无
21游憩用海	无
22特殊用海	无
23其他土地	无
24其他海域	无

商圈名称变更情况说明：根据《惠阳区商业网点规划（2020-2035）》最终方案的确定，此次规划对《惠州市户外广告专项规划》中惠阳区商圈进行变更，详情如下：

文件名称	《惠阳区户外广告设置规划》	《惠州市户外广告专项规划》
商圈名称	淡水老城商圈	淡水老城-开城大道商圈
	东华大道商圈	惠阳新中心商圈
	秋宝片区商圈	秋宝路片区商圈
	三和街道御和路商圈	三和街道商圈
	新圩镇中心商圈	新圩镇老中心商圈
	梅龙湖产业园商圈	新圩梅隆湖产业新城商圈
	良井镇银山工业片区商圈	良井镇中心商圈
	镇隆镇中心商圈	人工智能产业园商圈

第四章 点位布局

（一）点位布局数量。

根据《惠州市户外广告专项规划》相关要求，符合设置条件的点位共1055个（含公益性广告和商业性广告），其中建筑附着式广告978个，落地式广告77个。主要集中在主要商圈、主要道路及门户节点等区域。

布局思路。

通过现状调研，惠阳区户外广告现状广告总量2170个，根据上位管理办法、规范和规划，针对户外广告设置现状，按照治理违规、存量升级、审慎新增的管控对策，分别提出规划措施，主要包括：

（1）拆除（1164个）：违反法规、规范；存在安全隐患；严重影响城市市容环境的户外广告。

（2）保留（167个）：符合本规划的原则和要求，安全、美观与所处环境协调的户外广告。

（3）提升（839个）：在环境协调性、视觉美观等方面存在问题；需要在造型设计、画面质量等方面进行优化的户外广告。

（4）新增（49个）：对符合设置规划的区域，适度新增公益性和商业性广告。

（二）点位布局原则。

1.符合《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》等法规、规范要求。

2.符合《惠州市户外广告专项规划》分区要求，优先考虑宜设区。

3.选择与景观风貌协调，对街区活力、商业氛围有提升作用的区域。

4.围绕大型公园、绿地等市民活动集中区域和城市门户节点布局公益性广告，用于城市宣传、公益广告发布。

5.围绕商业用地、商务金融业用地、娱乐康体用地或包含上述功能的混合功能用地布局商业性广告；

6.广告点位布局兼顾景观价值、社会价值和商业价值。

（三）动态新增原则。

根据区域发展建设时序和完成度，适度、适量新增广告点位。

1.允许新增广告点位的区域包括：

（1）建成区范围内区域定位、使用功能有重大调整的区域、用地。

（2）城市新建区域、新发展用地。

2.应在土地出让等阶段，获得自然资源部门、城乡管理和综合执法部门的许可。新建项目的户外广告设置应结合建筑立面设计，与建筑设计方案同步审定。

3.应符合《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》《惠州市户外广告专项规划》等相关要求。

4.设置要求：

（1）建筑着式广告：

①高层建筑主体：

• 宜设区I：除地标媒体外，禁止设置。

- 其他区域一律禁止设置。

② 户外广告面积：

- 宜设区I：广告面积占墙面面积比例 $\leq 50\%$ 。
- 宜设区II：广告面积占墙面面积比例 $\leq 30\%$ 。
- 宜设区III：广告面积占墙面面积比例 $\leq 20\%$ 。
- 严控区I/II：广告面积占墙面面积比例 $\leq 10\%$ 。

(2) 落地式广告：

- ① 仅允许在城市门户节点、主要道路交叉口具备设置空间，满足倒杆半径等安全要求的区域设置。
- ② 仅允许设置景观雕塑式广告，且体量、造型应与所处环境相协调并体现城区特质和环境特色。展示内容也应以城市宣传，惠州市及惠阳区本地知名品牌、企业宣传为主。

第五章 通则规范

（一）基本要求。

1.设置户外广告必须符合国家、省市相关法律、法规规章和技术标准的要求。

2.户外广告设置不得妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。

3.户外广告设置不应影响被依附载体的使用功能。

4.户外广告设置不应损伤城市景观、建筑物和天际线；不应破坏被依附建筑载体的整体效果，不应改变建筑立面的构图关系，且不应遮挡建筑有特色的立面细部；不得影响被依附载体的使用功能。

5.同一区域或同一建筑上设置的户外广告和招牌，其设置位置、形式、大小、色彩、材料、文字和图案等要保持协调统一，并与街道景观、建筑物及其他所依附的载体相协调。

6.设置户外广告应与城市功能分区、景观风貌相协调、符合城市市容环境建设要求，并与周边人文景观、自然环境、城市空间及建筑特点相匹配。

7.新建建筑物应在建筑设计阶段，纳入户外广告设置，应结合建筑立面整体设计，并与建筑设计方案同步审定。

8.户外广告的布局、设计方案、内容组织等应符合美学原则，鼓励对户外广告和招牌进行具有创意、能传达人文精神的设计和展示方式。

9.户外广告应注重与所处环境和所依附建筑的夜景相协调，避免产生光污染。

10.户外广告和招牌设施设置应符合节能与生态环保要求，鼓励采用新技术、新工艺、新材料、新设备、新产品。

11.户外广告的支撑构建、安装构建等各类构件应隐蔽处理，不应外露。

（二）安全要求。

1.设置户外广告必须符合道路交通、消防、电气、钢结构、施工安装等各项与安全相关的法律、法规、规范和技术标准的要求。

2.不应在危房或可能危及建筑物和设施安全的位置设置户外广告。

3.落地式户外广告设施与同侧人行道的水平距离应大于其倒伏距离。

4.设置户外广告的单位或个人应定期对户外广告设施进行检查与维护，以保持户外广告的安全及外形美观，发现图案、文字、灯光显示不全、陈旧、污浊、腐蚀、损毁、变形、脱色等情况，应立即予以恢复或拆除。

5.设置户外广告设施的单位或个人在设置期内应定期进行安全检测，以确保在使用期内的安全。

6.使用光源性装置的，应当符合《建筑照明设计规范》《城市夜景照明设计规范》，避免对周边敏感目标造成不利影响。

7.设置户外广告，禁止出现以下情形：

（1）利用或者遮挡指路牌、交通信号灯、电子监控等交通安全设施、交通标识及其支架的。

（2）霓虹灯、LED等光源性广告设施与交通信号灯、电子监控设施

距离过近，户外广告设施的形式与交通安全设施、交通标识相似，影响交通安全设施、交通标识正常使用的。

（3）埋压、圈占、遮挡消火栓或者占用防火间距，占用、堵塞、封闭疏散通道、安全出口、消防车通道；在人员密集场所的窗户设置影响逃生和灭火救援的广告和招牌设施。

（4）延伸扩展至道路上方，或者跨越道路的。

（5）利用行道树、绿化带、道路照明设施、电线杆、路名牌、公共座椅，侵占、损毁绿地，占用机动车道、人行道路面或者阻碍机动车、行人通行的。

（6）利用立交、高架道路桥梁、危房、违章建筑的。

（7）破坏建筑物、构筑物结构安全，影响市政公共设施、无障碍设施使用的。

（8）利用建筑物屋顶外轮廓线以外空间的。

（9）利用住宅建筑或综合建筑的住宅部分的。

（10）在国家机关、风景名胜区、文物保护单位等建筑控制地带的。

（11）属立柱式广告设施的。

（12）影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志正常使用。

（13）妨碍消防车通行以及影响逃生、灭火救援和消防登高扑救的。

（14）利用堤防、水库大坝和河道湖泊等管理区域影响水利工程和行洪安全的。

（15）法律、法规、规章和户外广告设置规划禁止设置户外广告的其他情形。

（三）内容要求。

1.户外广告使用的文字、商标、图案等，应当符合国家有关规定，书写准确、清晰、规范、易于识别，应当符合《中华人民共和国国家通用语言文字法》中关于书写使用简化字、繁体字、汉语拼音等相关规定。

2.同一户外广告禁止使用两种或两种以上外文，少数民族文字、汉语拼音与外文禁止同时使用，少数民族文字、汉语拼音或外文与汉字配用时，应当书写规范、正确。

3.广告内容应符合主流价值观，不得违反国家的法律、法规、党的方针政策、社会主义精神文明和道德规范要求。

4.禁止单独使用汉语拼音替代汉字作户外广告和招牌用字。

5.户外广告宜使用简体字，使用外文要规范，应以中文在上、外文在下的方式排版，中文字体大，外文字体小。

6.禁止设置易产生视觉错觉的户外广告和招牌，包括具有移动幻觉或由于文字及图案的改变易产生移动幻觉的情形。

7.应以惠阳区的旅游、文化、经济、产业等各方面的知名品牌、名优企业、名优产品宣传为主，用以宣传、展示惠阳区的城市形象、经济社会发展建设和城市建设成就。

8.禁止设置有不良文化内容的户外广告，不应出现烟草、涉医涉药等类型内容。

9.城市道路两侧的户外广告外观不得与交通标志相似。

10.标注企业名称的面积不得超过广告版面的1/10。

11.商业性户外电子显示屏应按比例播放公益性广告，保证每日08:30至22:00之间刊播的公益广告数量不少于总播放量的30%。

12.户外电子显示屏设置单位或个人在重要节日及重大活动期间，应按照政府及相关部门的相关要求播放。

（四）色彩要求。

1.户外广告的色彩风格和搭配应符合城市色彩规划、城市设计等相关文件的要求，并与所处区域的定位相符。

2.禁止使用与交通标志、警示标识、安全标识等特殊标识相同的配色方案。

3.设置于同一建筑立面的户外广告和招牌应统一制定色彩方案。

4.户外广告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，同一展示画面中使用主色不宜超过3种。

5.不宜使用高饱和度的色彩作为户外广告的主色。

6.户外广告画面的主色不宜使用附着建筑主色的对比色相。

7.当同一建筑立面设置超过2个户外广告时，广告画面的主色宜使用近似色相，并保持明度和饱和度协调。

（五）材料要求。

1.户外广告的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调。

2.户外广告的材质应选择符合国家标准的安全性能高、耐久性好、维

护成本低、节能环保的材料。

3.户外广告应制作精良、造型美观、安装牢固。

4.户外广告的材料应采用不反光的材质防止由于镜面反光所导致的行人、司机的眩晕感，以及对于飞机起降、车辆、行人通行的反光照射。

5.禁止使用铁皮、泡沫板、低端喷绘布等质量低劣材料。

6.橱窗广告：鼓励结合商业立面进行艺术化、一体化布局；展示内容仅限实物展示及创意造型展示；橱窗广告应设置于橱窗内侧，与橱窗玻璃距离应 $\geq 0.5\text{m}$ 。

7.新技术、新媒体广告的设置必须制定完整的设计和实施方案，并向主管部门提出设置申请，经批准后设置；对于重要地段、影响突出的此类广告，主管部门应组织有关专家进行充分论证；禁止在道路交叉口设置。

（六）照明要求。

1.户外广告设施的照明应符合惠州市城市照明规划和管理要求，应符合自然生态保护的要求。

2.户外广告设施的照明应符合《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）要求。

3.依附于建筑物设置的户外广告，其夜景照明应与建筑的景观照明保持协调，主次分明，整体协调。

4.户外广告设施应安装亮度调节装置，科学控制亮度。

5.户外广告和招牌照明的灯具及其支撑结构应隐蔽处理，禁止外露。

照明设施的布置与安装应确保安全，避免漏电、灯具脱落、电线裸露。

6.照明广告在考虑夜间灯光效果的同时不得影响日间城市景观。

7.户外广告和招牌的照明光色应与周边环境相吻合，以白光、暖白光为宜，不应使用高饱和度的光色。

8.设置于交通信号灯、交通标志周围10米以内及其背景空间内的户外广告和招牌，照明不得采用闪光方式和红、黄、绿三种颜色。

9.应选择安全、环保、节能的灯具，同时光源应具有良好的显色性；

10.相关发光照明及电动翻转装置等户外广告用电设施须设置电源开关及保护装置，以便在台风、暴雨预警信号生效期间或其他情形下，及时、迅速切断电源。

第六章 附件

（一）规划依据条款。

1.《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》。

第3.0.4 户外广告和招牌设施设置应符合城市公共安全、城市风貌管理、历史文化保护传承等方面的要求，不应影响车辆、行人通行安全，不应妨碍安全疏散、灭火救援、建筑防排烟，不应影响建（构）筑物及设施等被依附载体的安全和使用功能。

第3.0.5 户外广告和招牌设施设置不应妨碍他人生产经营或居民正常生活，不应影响他人对建（构）筑物或设施的合法使用。

第3.0.6 户外广告和招牌设施应符合城市容貌方面的要求，设施尺度、形式和风格应与周边环境相协调，并应注重昼夜景观效果，不应损害建（构）筑物、街景和城市轮廓线重要特征，不应破坏建（构）筑物等被依附载体的整体效果。

第3.0.9 户外广告设施设置应符合下列规定：

1.不应利用交通信号灯、交通标志、交通执勤岗设施、道路隔离栏、人行天桥护栏、高架轨道隔声墙、道路及桥梁防撞墙与隔声墙等交通安全设施设置。

2.不应在道路交叉口视距三角形范围内、除道路隔离栏外的交通安全设施和交通标志周边10m内，以及公交站牌、路名牌、出租车场招牌、消防栓等设施周边5m内设置。

3.不应在人行天桥落地扶梯、过街地道、过江（海）隧道、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周边10m内，以及大量车流集散的公共建筑出入口周边5m内设置独立式户外广告设施。

7.不应在沿街毗邻建筑物之间的空间、坡屋面或造型独特的屋面设置。

8.不应依附于行道树设置，不应在分车绿化带中设置。

第3.0.10 户外招牌设施设置应符合下列规定：

1.不得影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志正常使用。

2.不应采用动态视频或音频等方式。

2.《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》。

第七条 户外广告规划包括户外广告专项规划和户外广告设置规划。

县、区城乡管理主管部门应当会同自然资源、交通运输等有关部门根据户外广告专项规划、城市容貌标准等组织编制户外广告设置规划。各县的户外广告设置规划报本级人民政府批准后公布实施；各区的户外广告设置规划经市城乡管理主管部门审核后报市人民政府批准实施。

第十五条 有下列情形之一的，不得设置户外广告：

（三）延伸扩展至道路上方或者跨越道路的；

（四）利用行道树、绿化带、道路照明设施、电线杆、路名牌、公共座椅，侵占、损毁绿地，占用机动车道、人行道路面或者阻碍机动车、行人通行的；

（五）利用立交、高架道路桥梁、危房、违章建筑的；

（六）破坏建筑物、构筑物结构安全，影响市政公共设施、无障碍设施使用的；

（七）利用建筑物屋顶外轮廓线以外空间的；

（八）利用住宅建筑或综合建筑的住宅部分的；

（九）在国家机关、风景名胜区、文物保护单位等建筑控制地带的；

（十）属立柱式广告设施的；

（十一）影响消防安全设施使用，妨碍消防车通行及影响逃生、灭火救援或消防登高扑救的；

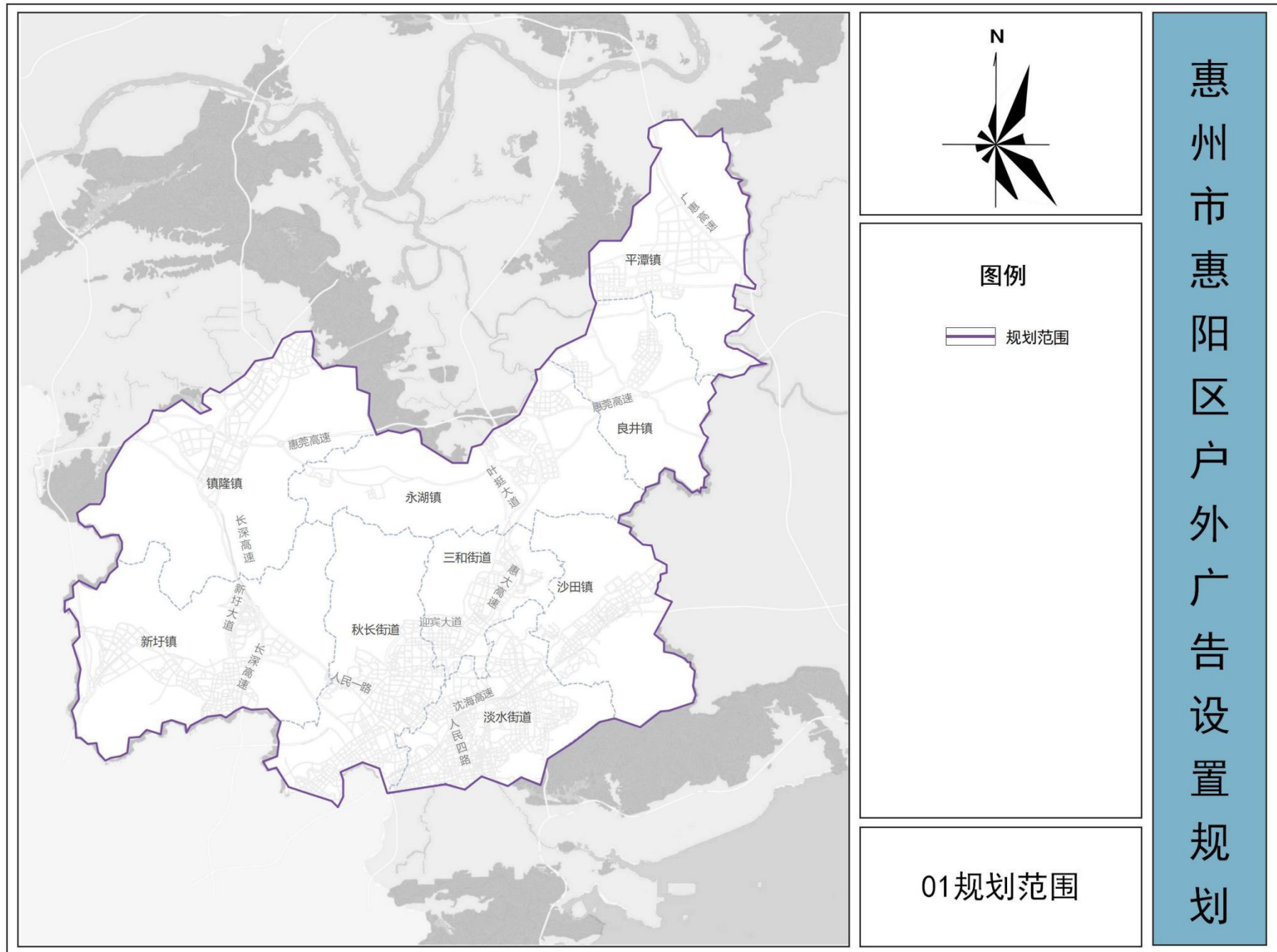
第十六条 公益广告设施应当统一规划，并由市城乡管理主管部门统筹管理。经规划设置的公益广告专用设施，不得发布商业广告。

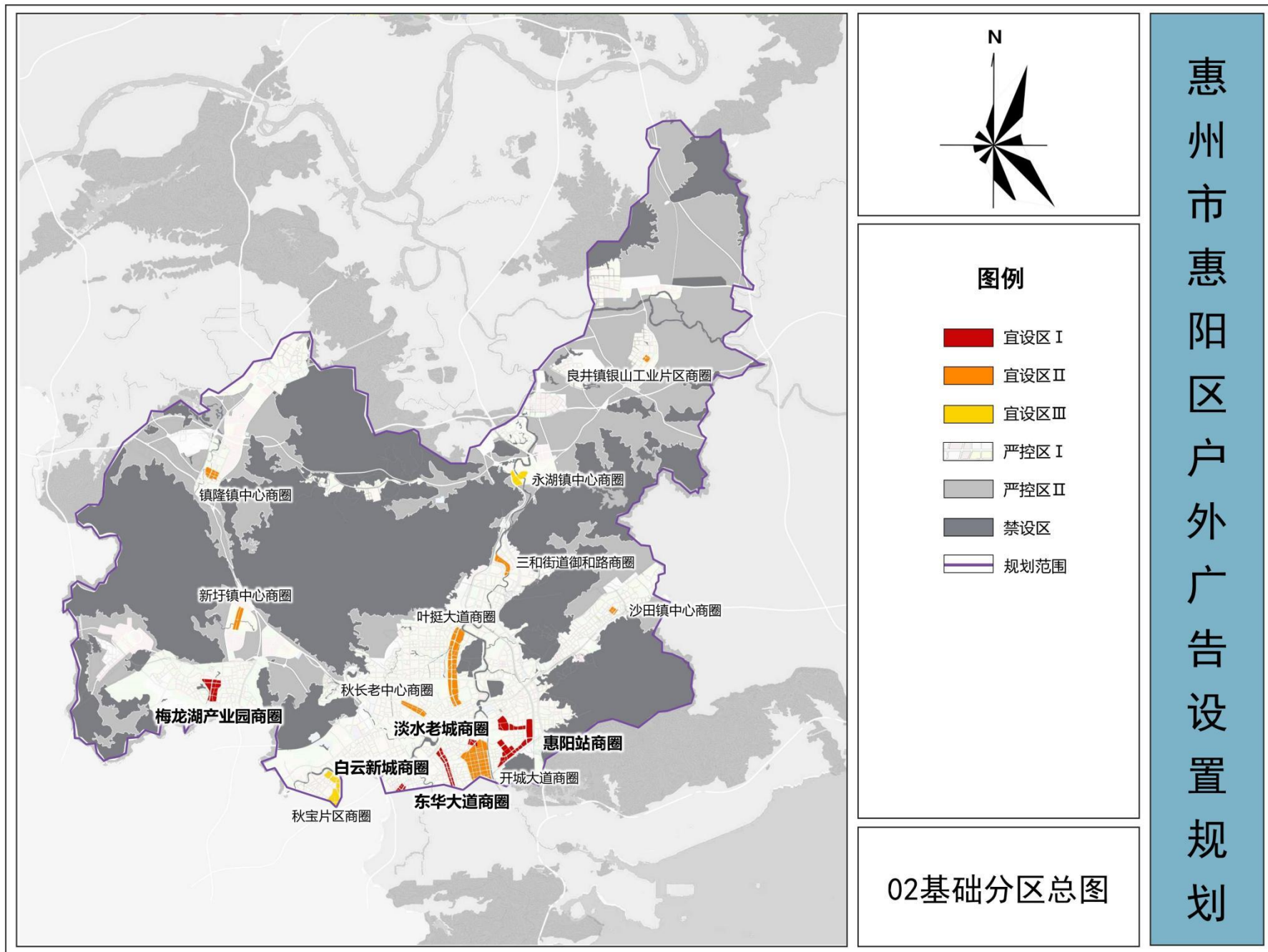
第十七条 设置大型户外广告的，应当经依法批准后方可设置。设置非大型户外广告的，不得影响市容。本办法所称大型户外广告，是指非临时设置户外广告设施的任意边长不少于四米或者面积十平方米以上的广告。

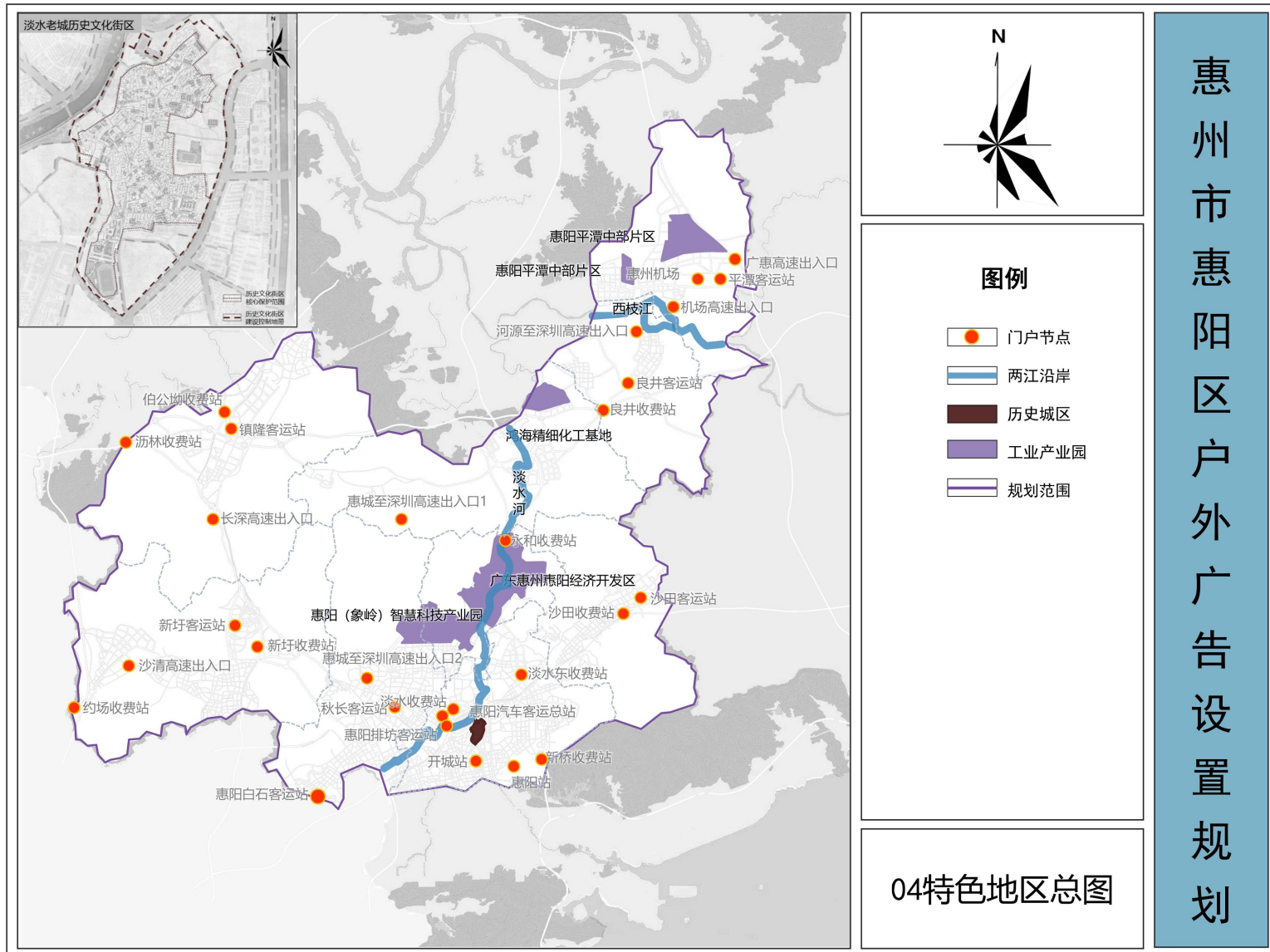
第二十六条 户外广告和招牌的设置人应当加强日常维护管理，保证户外广告和招牌整洁、完好、美观、安全。户外广告和招牌出现画面污损、严重褪色、字体残缺等影响市容市貌的，应当及时维修、更新；配置夜间照明设施的，应当保持照明设施功能完好。

惠州市惠阳区户外广告设置规划·图集

1. 规划范围
2. 基础分区总图
3. 基础分区-宜设区详图
4. 特色地区总图
5. 特色地区-门户节点

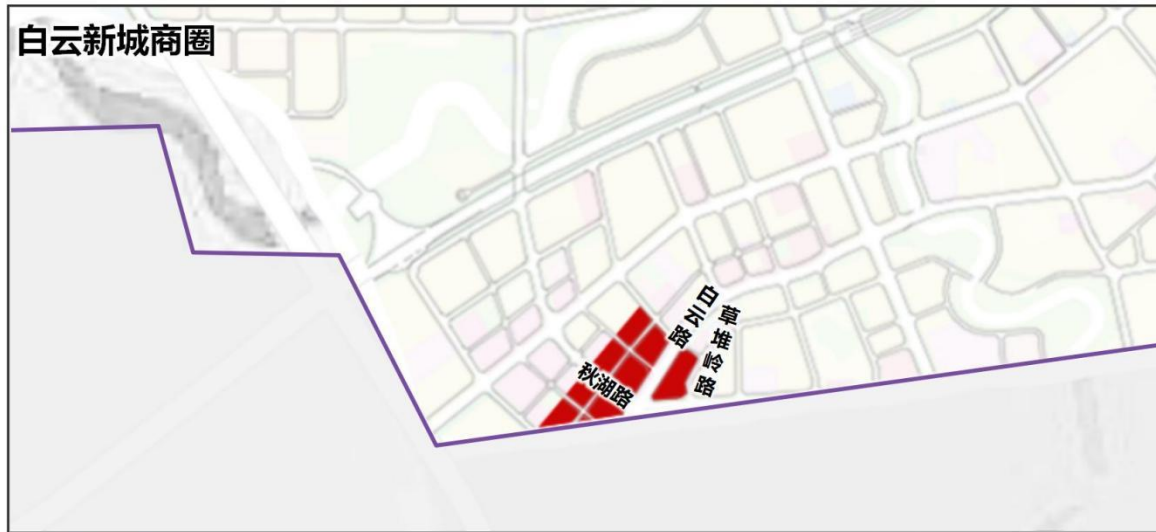






惠州市惠阳区户外广告设置规划

白云新城商圈



梅龙湖产业园商圈



图例

- 宜设区 I
- 规划范围

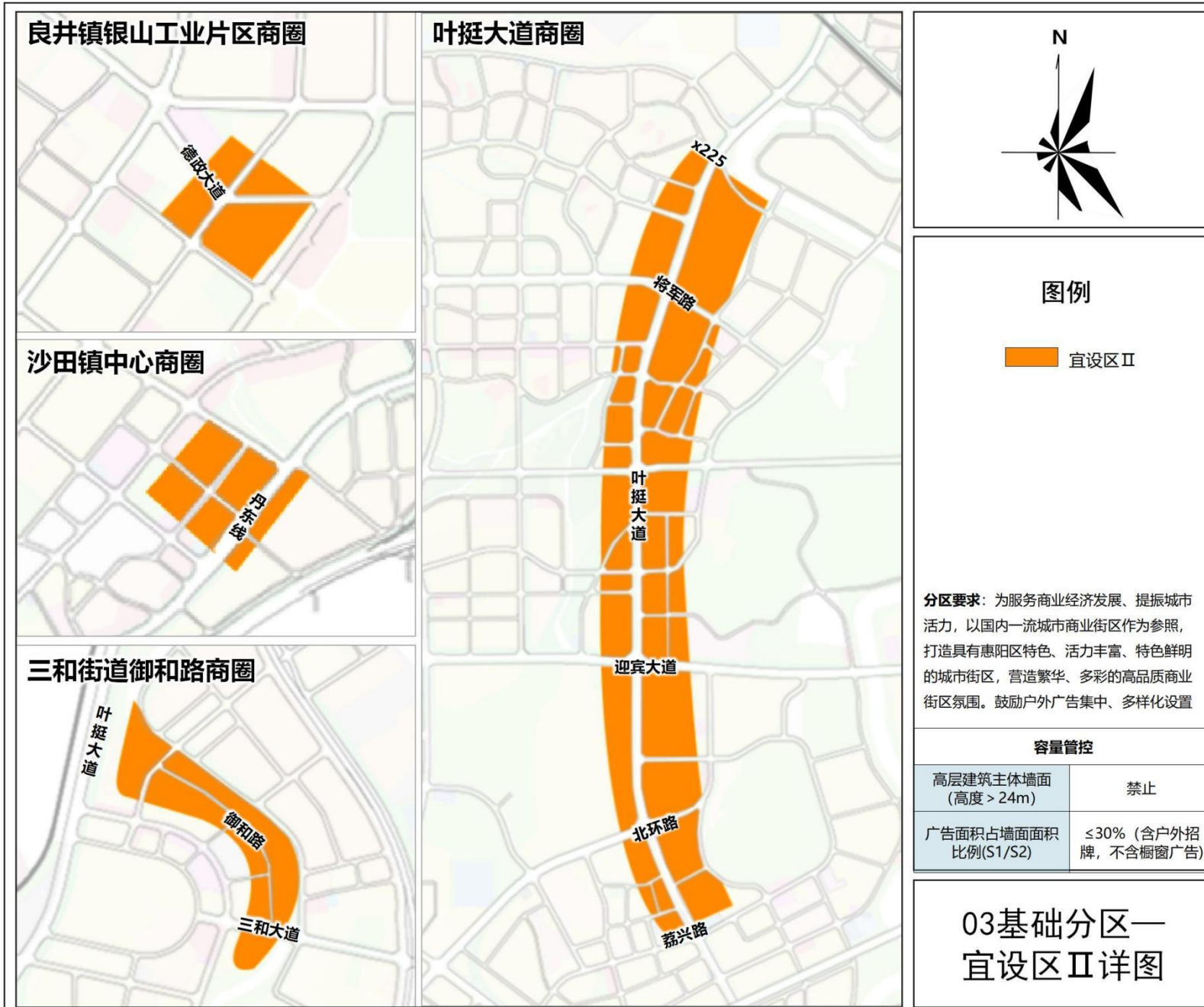
分区要求：为服务商业经济发展、提振城市活力，以国内一流城市商业街区作为参照，打造具有惠阳区特色、活力丰富、特色鲜明的城市街区，营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围。鼓励户外广告集中、多样化设置

容量管控

高层建筑主体墙面 (高度 > 24m)	地标性建筑
广告面积占墙面面积 比例(S1/S2)	≤50% (含户外招牌, 不含橱窗广告)

03基础分区—
宜设区 I 详图

惠州市惠阳区户外广告设置规划



分区要求: 为服务商业经济发展、提振城市活力，以国内一流城市商业街区作为参照，打造具有惠阳区特色、活力丰富、特色鲜明的城市街区，营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围。鼓励户外广告集中、多样化设置

容量管控	
高层建筑主体墙面 (高度 > 24m)	禁止
广告面积占墙面面积 比例(S1/S2)	≤30% (含户外招牌, 不含橱窗广告)

03基础分区—
宜设区II详图

惠州市惠阳区户外广告设置规划



图例

宜设区II

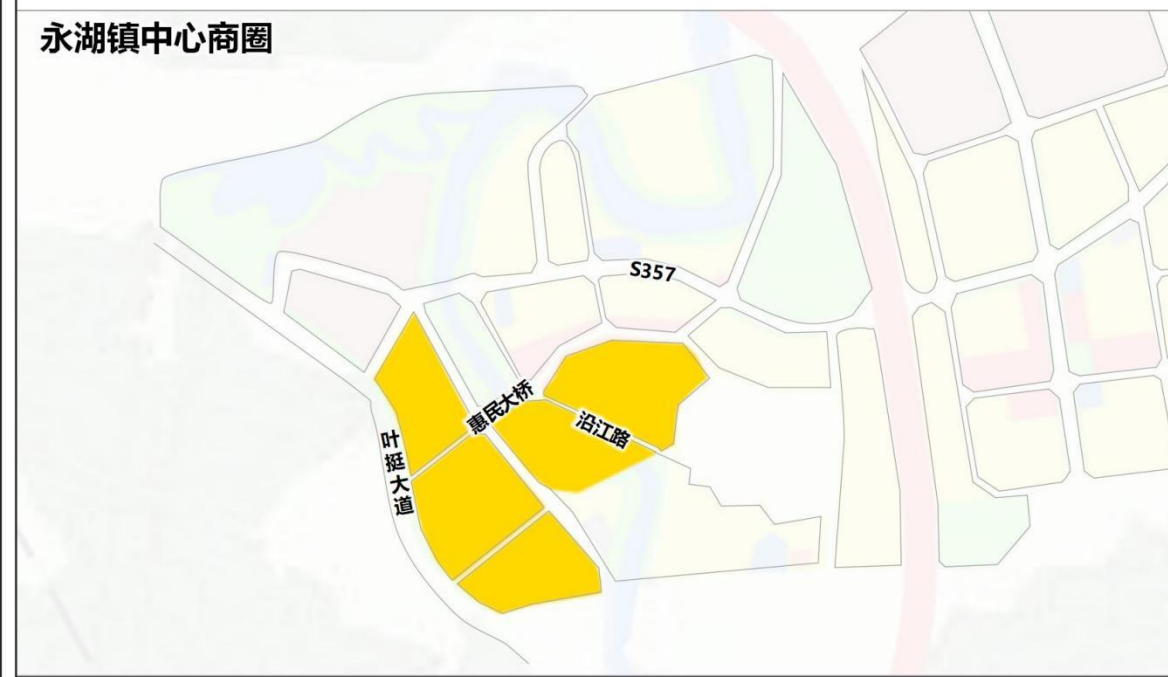
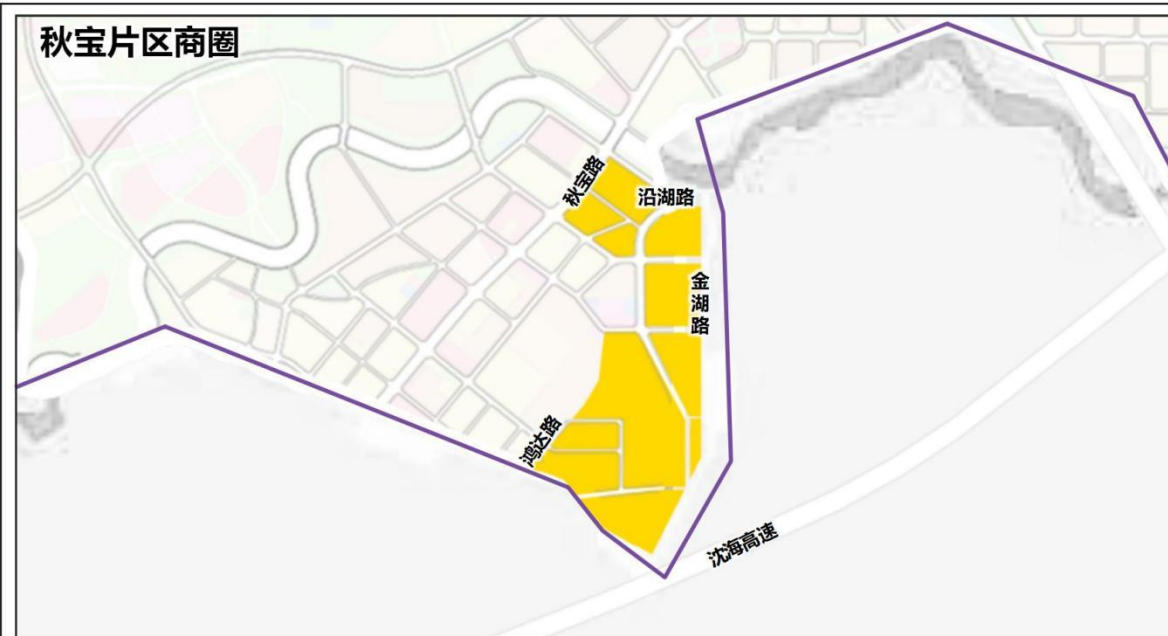
分区要求: 为服务商业经济发展、提振城市活力, 以国内一流城市商业街区作为参照, 打造具有惠阳区特色、活力丰富、特色鲜明的城市街区, 营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围。鼓励户外广告集中、多样化设置

容量管控

高层建筑主体墙面 (高度 > 24m)	禁止
广告面积占墙面面积 比例(S1/S2)	≤30% (含户外招牌, 不含橱窗广告)

03基础分区一
宜设区II详图

惠州市惠阳区户外广告设置规划



图例

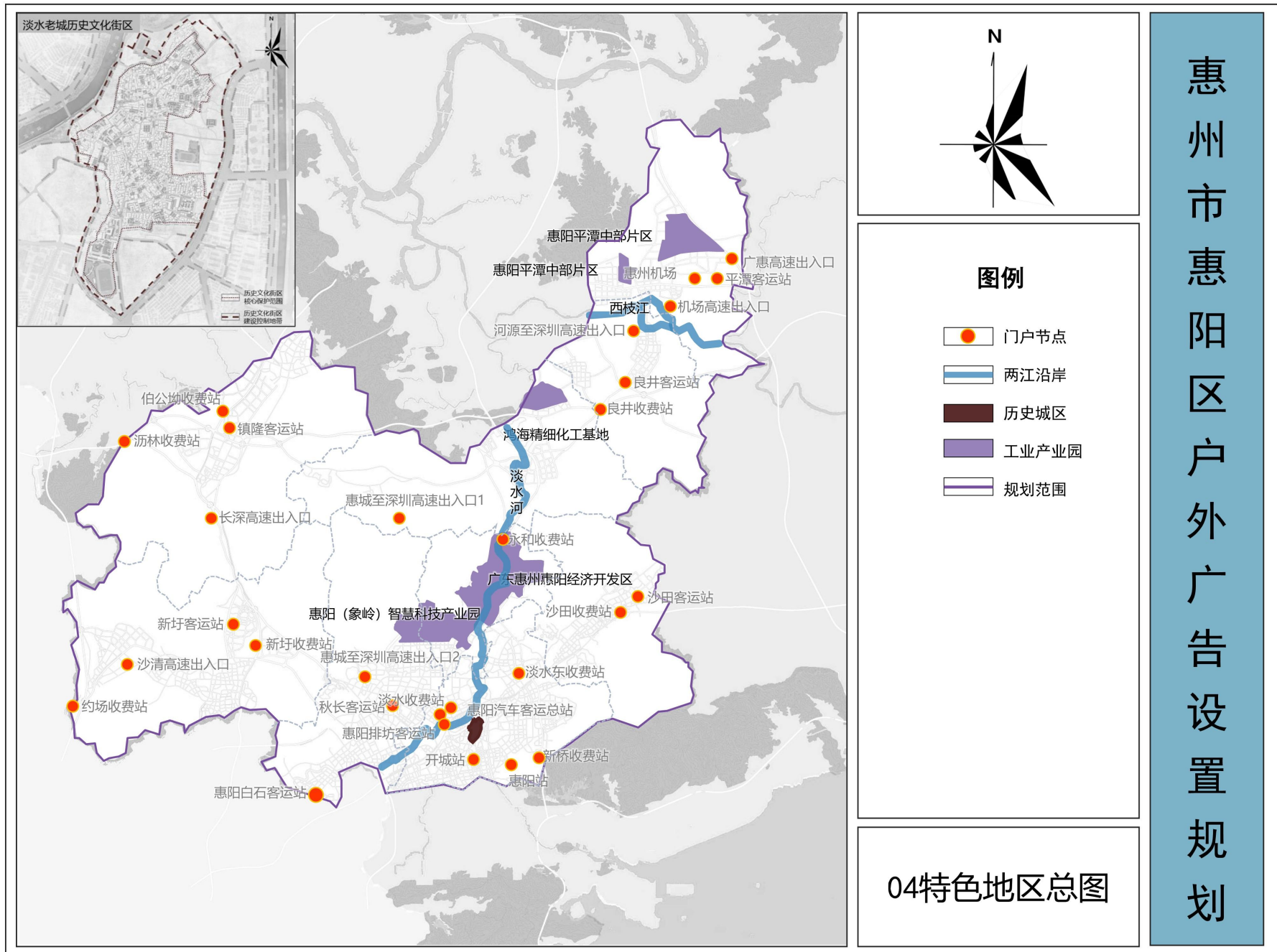
宜设区Ⅲ

分区要求：为服务商业经济发展、提振城市活力，以国内一流城市商业街区作为参照，打造具有惠阳区特色、活力丰富、特色鲜明的城市街区，营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围。鼓励户外广告集中、多样化设置

容量管控

高层建筑主体墙面 (高度 > 24m)	禁止
广告面积占墙面面积 比例(S1/S2)	≤20% (含户外招牌, 不含橱窗广告)

03基础分区—
宜设区Ⅲ详图



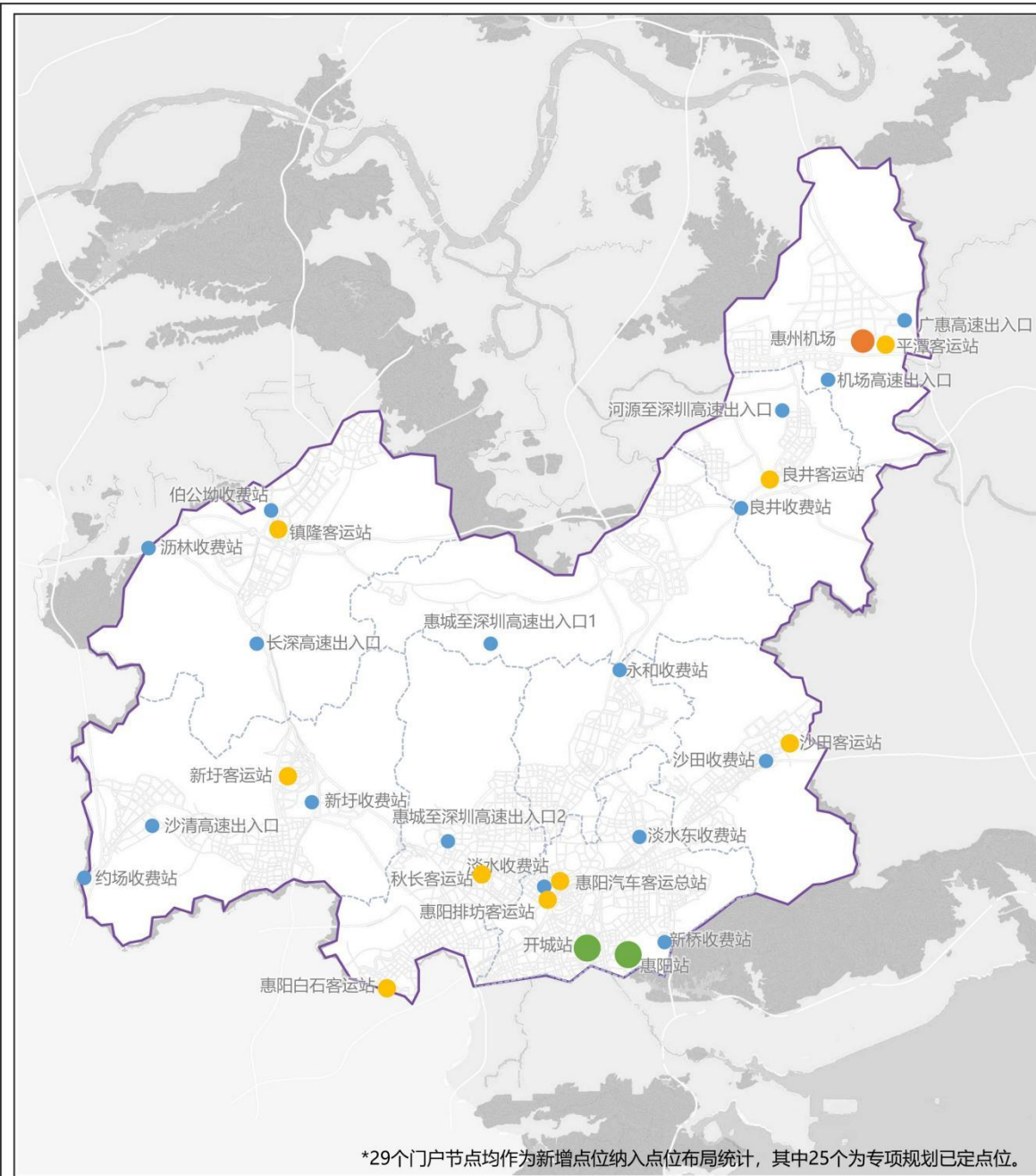
惠州市惠阳区户外广告设置规划

惠州市惠阳区户外广告设置规划



图例

- 机场客运枢纽
- 铁路客运枢纽
- 公路客运枢纽
- 高速出入口
- 规划范围



*29个门户节点均作为新增点位纳入点位布局统计，其中25个为专项规划已定点位。

05特色地区-
门户节点

