



# 宜昌市城区重点区域户外广告详细规划 (公示稿)



上海复旦规划建筑设计研究院有限公司  
2020.11

# 目录

## 第一章 规划总则

1.1 规划依据 .....	5
1.2 规划年限与范围 .....	5
1.3 规划原则 .....	6
1.4 规划定位 .....	6
1.5 规划目标 .....	7

## 第二章 城市户外广告设施分区控制与引导

2.1 户外广告设施分区规划分析 .....	9
2.2 宜昌市户外广告设施分区控制体系 .....	10
2.3 宜昌市户外广告设施控制分区 .....	15
2.4 宜昌市区特色区域户外广告设施控制与指引 .....	20

## 第三章 户外广告设施控制导则

3.1 户外广告和户外招牌设施控制要求 .....	29
3.2 户外广告和户外招牌设施控制导则 .....	37

## 第四章 规划实施管理及保障措施

4.1 规划实施管理控制规定 .....	51
4.2 分期实施管理与控制 .....	52
4.3 户外广告信息化管理 .....	53
4.4 规划保障措施 .....	55

## 第五章 重点区域户外广告详细规划

5.1 重要商圈 .....	57
5.2 重要广场 .....	70
5.3 高速出入口.....	73

## 第六章 道路两侧户外广告详细规划

6.1 详细规划概述.....	77
6.2 东山大道 .....	78

# 第一章 规划总则

- ◆ 1.1 规划依据
- ◆ 1.2 规划年限和规划范围
- ◆ 1.3 规划原则
- ◆ 1.4 规划定位
- ◆ 1.5 规划目标



# 第一章 规划总则

## 1.1 规划依据

### 法律法规

- 《中华人民共和国广告法》（2015 年）
- 《中华人民共和国城乡规划法》（2019 年）
- 《广告管理条例》（国务院国发 [1987]94 号）
- 《广告管理条例实施细则》（国家工商行政管理总局令第 18 号）
- 国务院《特殊标志管理条例》（2015 年）
- 国务院《城市市容和环境卫生管理条例》（2017 年）
- 《湖北省城市市容和环境卫生管理条例》（2016 年）

### 标准规范

- 住建部城市户外广告设施技术规范（CJJ 149-2010）
- 《公益广告促进和管理暂行办法》（2016 年）
- 《城市容貌标准》（GB50449-2008）
- 《湖北省户外广告管理实施办法》（1999 年）
- 《宜昌市城区户外广告和招牌设置管理办法》（2011）
- 《宜昌市户外招牌设置导则》

### 上位规划

- 《宜昌市城市总体规划（2011-2030）》
- 《宜昌市中心城区商业网点规划（2013-2030）》
- 《宜昌城市色彩规划》（2015）
- 《宜昌市中心城区道路网专项规划》（2011-2030）
- 《宜昌市城区户外广告设置规划》（2006-2020）

## 1.2 规划年限和规划范围

本次规划年限为 2018-2035 年，近期为 2018- 2025 年，远期为 2025-2035 年。

规划重点区域范围包括宜昌市中心城区西陵区（葛洲坝）、伍家岗区、高新区东山园区、点军区及猇亭区。规划总面积约 156 平方公里。



## 1.3 规划原则

城市户外广告作为城市建成环境的一部分，具有社会价值，具有经济价值。随着现代城市的发展，户外广告经济价值逐步凸显，在经济效益的促进下，户外广告设置的密度越来越大，广告的数量越来越多，广告的规模甚至突破了城市环境的点缀功能，成为城市建筑物的主体。为了净化城市环境、理顺城市空间、还原城市形象、提升城市品位，必须对城市户外广告进行控制和管理，降低户外广告的数量和密度、提升户外广告的品质和质量，结合城市的历史文化、地方特色，充分展现城市的个性和特征。

### 整体协调

户外广告与建筑、公园、绿化、景观等城市环境应保持协调，不能为了广告的显眼，而加大广告的尺寸、采用夸张的色调等手法吸引眼球。同一地区的户外广告在空间上应整体协调，体现空间的特色，提高空间的可识别性和个性化。

### 减量提质

结合最新的户外广告的标准和规范，严格控制户外广告的审批，加强对现状户外广告设施的整治和改造，逐步拆除违规的户外广告设施，减少城市中户外广告的数量。通过户外广告的引导，以国际化、高品质为目标打造城市户外广告。

### 多样创新

鼓励户外广告设施的个性化、多样化和创新性，鼓励结合宜昌历史文化、城市特色、景观环境设置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。

## 安全美观

户外广告必须以安全为第一前提，严格保证广告在各种气候条件下的绝对安全，降低广告对交通安全的影响，对广告照明形式、设计位置及其交通安全设施的间距进行严格控制要求。户外广告必须以美观为目的，让受众赏心悦目。广告的视觉效果与广告的位置、材质、颜色、照明以及受众与广告的视角、视距和间距等因素有关。在广告设计的过程中，应根据实际条件选择最佳的位置、造型、照明方式，选择与周边环境相协调的材质、色彩等，以达到美观的视觉效果。

## 1.4 规划定位

户外广告规划的定位必须和城市的性质和功能定位相符合，代表城市的历史文化和个性特征，能够起到宣传城市形象、宣扬城市文化的功能。宜昌市城市总体规划中提出要将宜昌市打造成为可持续发展、环境协调、景观优美的生态型城市；使宜昌市成为宜居、宜业、宜旅、具有较强影响力和辐射带动力的世界水电旅游名城、长江中上游区域性中心城市和湖北省域副中心城市。

本规划将宜昌市户外广告设施定位为宣传宜昌城市形象、宣扬宜昌历史文化、体现宜昌城市活力、点缀宜昌城市环境。

## 1.5 规划目标

深入挖掘宜昌独特的城市地理区位、浓厚的水电之都的人文特色等特征，从现状户外广告存在的问题入手，结合宜昌市的城市定位和城市性质——世界水电旅游名城、长江中上游区域性中心城市、湖北省域副中心城市

将宜昌市户外广告的规划目标定位为

体现宜昌“世界水电旅游名城”特色的国际化、高品位户外广告体系。

世界水电旅游名城——户外广告应展示宜昌城市形象和现代化建设的成果，展示城市高科技建设和世界水电名城的城市形象，广告在设计中融入相应文化元素，让受众了解宜昌城市底蕴。

三高——指高效能、高品质、高操作性。随着时代的发展，对户外广告的要求越来越高。在户外广告规划设计中，应该以绿色发展为理念，追求户外广告设施的低能耗，同时提升户外广告设施的品质。加强对城市户外广告设施的管理，优化审批环节，提高管理工作的高操作性。

六化——指现代化、多样化、人性化、特色化、精细化、规范化。在城市精细化管理、户外广告设施整治、户外广告设施的发展趋势等背景下，新时代的户外广告设施应该与高科技结合，体现出户外广告现代化的特点。结合各项户外广告整治活动，在城市精细化管理的要求下，户外广告设施往精细化、规范化方面靠拢。同时，户外广告作为城市的第二道风景线，应该融入城市文化、人文特色，体现其多样化、特色化、人性化。



## 第二章 城市户外广告设施 分区控制与引导

- ◆ 2.1 户外广告设施分区规划分析
- ◆ 2.2 宜昌市区户外广告设施分区控制体系
- ◆ 2.3 宜昌市区外广告设施控制分区
- ◆ 2.4 宜昌市区特色区域户外广告设施控制与指引



## 第二章 城市户外广告设施分区控制与引导

### 2.1 户外广告设施分区规划分析

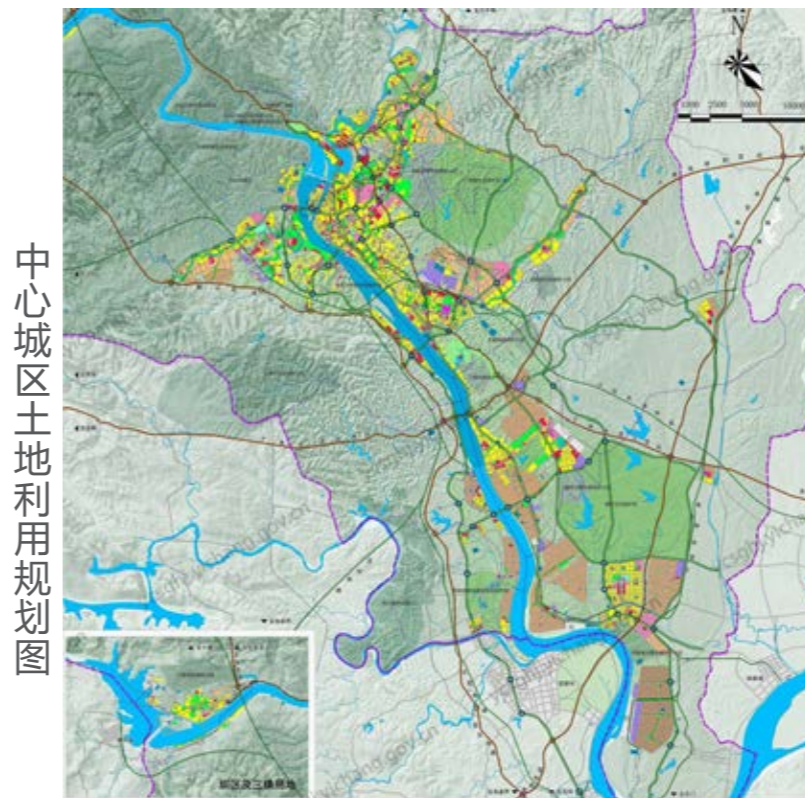
#### 2.1.1 中心城区规划用地分析

城市土地利用对户外广告分区的管理和控制有着重要的作用。土地的性质用途对户外广告设施的设置有着重要的影响。例如在商业服务业设施用地宜设置户外广告设施，我们应该鼓励设置新颖的户外广告；如政府单位所在地、历史街区、文物古迹、风景名胜区等地方则不宜设置户外广告设施，这些用地应该严禁设置户外广告设施。同时城市土地利用也影响着户外广告设施的风格、大小、色彩以及设置的密度等要素。

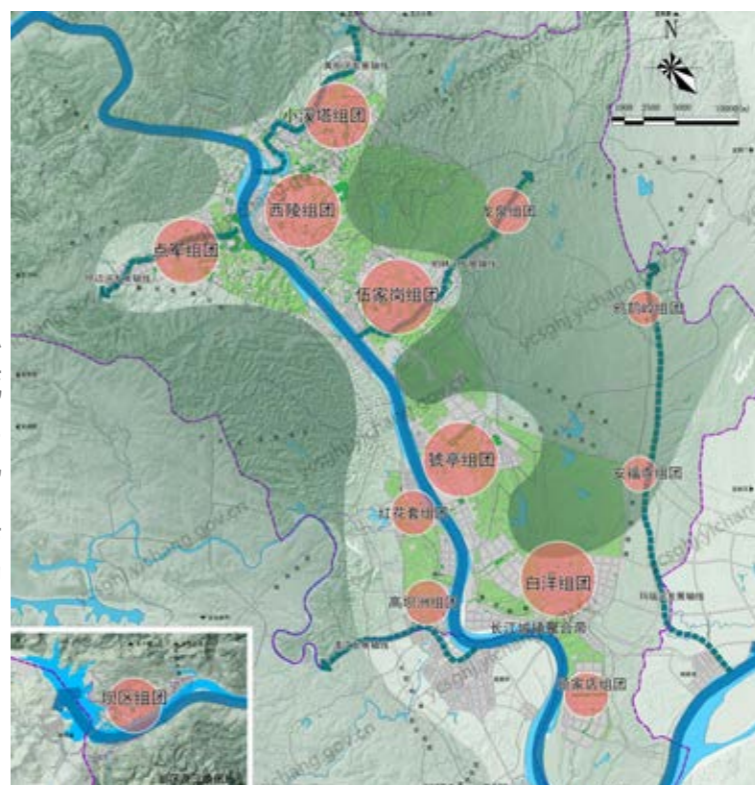
#### 2.1.2 中心城区功能结构分析

城市的结构决定了城市各种主要功能的空间布局；在设置户外广告设施时，我们应综合考虑空间结构对它的影响。

宜昌市中心城区形成“沿江带状多组团”的空间布局结构，城市主要沿长江城镇聚合带布局，以柏临河、桥边河、黄柏河、清江、玛瑙河为垂江发展轴线，实现城市组团的纵深拓展。其中一级组团包括西陵组团、伍家岗组团、点军组团、猗亭组团、小溪塔组团、白洋组团、坝区组团；二级组团包括龙泉组团，鸦鹊岭组团、安福寺组团、顾家店组团、红花套组团、高坝洲组团。



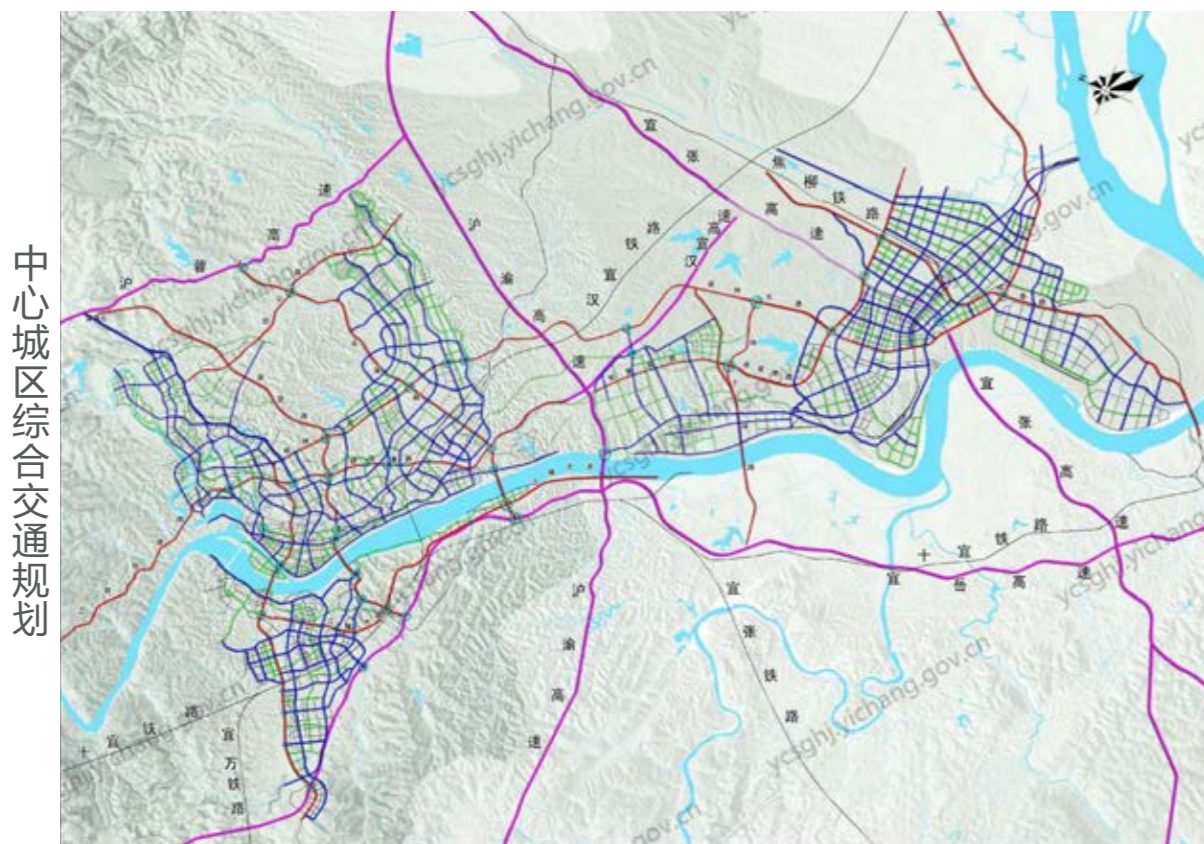
中心城区土地利用规划图



中心城区规划结构图

### 2.1.4 中心城区综合交通分析

城市道路等级、断面类型以及道路两侧用地性质都是影响户外广告设置的因素。例如在交通性比较强的道路应该限制户外广告的设置。商业性比较强的街道应鼓励户外广告的设置；道路两侧为绿化用地、居住用地时，应限制户外广告的设置。道路两侧用地为公共性质的用地时，应鼓励户外广告的设置。



中心城区综合交通规划

## 2.2 宜昌市区户外广告设施分区控制体系

根据对宜昌市中心城区土地利用规划、中心城区规划结构、中心城区景观风貌、中心城区综合交通规划的分析，结合对宜昌市城市总体规划、商业网点规划以及相关标准和规范、广告现状、案例研究的分析，对宜昌市的户外广告设施进行了分类。根据各个区域的用地性质将宜昌市户外广告总体分为集中展示区、一般设置区、禁止设置区。依据各个分区不同的规划控制要求和规划策略，对三区进行了分类控制，形成了宜昌市户外广告设施分区控制体系。

### 2.2.1 集中展示区

集中展示区是指在符合户外广告设施设置规范的前提下，在区域内可以设置多样化的户外广告设施，塑造有自己特色的户外广告，构建繁荣丰富的城市景观区域。集中展示区一般是城市商业比较发达的商业地段、专业市场等，是城市人流最多、最能体现社会日益繁荣的商品经济和商业活动多样性的区域。规划鼓励在该区域设置多样化的户外广告，高效集约利用城市空间，提升区域环境品质。

#### 规划目标

集中体现城市的特色、展示城市商业氛围的地方。户外广告设施设置在此区域内的控制要求比较宽松，鼓励户外广告设施的创新、体现户外广告的现代化、智能化和多样化。

#### 规划控制

集中展示区分为两种类型，I类用地和II类用地。

**I类用地：**主要为城市商业地段，是城市人流最多、最能体现宜昌商业活动和商品经济多样性的区域，主要包括繁华的商业区、大型交易

中心、专业市场等。

对应城市用地：商业用地 B1( 商铺、商场、超市、服装及小商品市场等用地 B11、以农产品批发、零售为主的市场用地 B12、饭店、餐厅、酒吧等用地 B13、宾馆、旅馆、招待所、服务型公寓、度假村等用地 B14)

设置目标：集中体现城市的商业氛围，带动城市经济的发展。

对应地块：两个市级商业中心：西陵商业中心和伍家岗商业中心；两个片区级商业中心：点军商业中心（南站）和猗亭商业中心（古老背），以及其它服务本地居民为主的社区商业中心。

**II类用地**：主要为休闲娱乐区，城市人群停留时间长，最能体现宜昌市人民生活的区域。

对应城市用地：单独设置的剧院、音乐厅、电影院、歌舞厅、网吧以及绿地率小于 65% 的大型游乐等设施用地（B31）

设置目标：集中体现丰富多样的城市生活与娱乐生活，依据以人为本的原则，将户外广告设施与人融合，营造欢快的气氛和舒适宜人的氛围。

### 规划策略

鼓励设置具有新颖的形式、独特的创意且附带智能化属性的户外广告设施。在色彩上，不仅要考虑夜晚的亮化效果，还要保证白天与周边建筑环境相协调。广告招牌的图案效果、色彩搭配应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。建议沿街设置连续的橱窗广告，照明时间建议持续到晚上停业以后。

## 2.2.2 一般设置区

一般设置区是指城市人流不够集中，沿主街道布置的休闲娱乐区，且广告对居民的生活产生影响的区域。

### 规划目标

通过对户外广告构成要素的控制，使户外广告能够体现城市高效、简洁、大方和时尚的特点，营造良好的城市建设环境。

### 规划控制

一般设置区分为四种类型：III类用地、IV类用地、V类用地和VI类用地。

**III类用地**：主要为城市商务活动聚集地段，主要包括金融保险、非行政办公集中区及艺术传媒产业区等。

对应城市用地：商业用地 B2（银行、信用社、保险公司，以及各类公司总部及综合性商务办公楼宇用地 B21、音乐、美术、影视、广告、网络媒体等的制作及管理设施用地 B22、邮政、电信、工程咨询技术服务、会计和法律服务以及其他中介服务等的办公用地 B29）、娱乐康体用地 B3（单独设置的高尔夫练习场、赛马场、溜冰场、跳伞场、摩托车场、射击场，以及水上运动的陆域部分等用地 B32）

设置目标：体现城市高效、简洁、大方和时尚的行业发展特点。

**IV类用地**：主要指体现宜昌市区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。

对应城市用地：交通设施用地 S（快速路、主干路、次干路和支路用地，包括其交叉路口用地，不包括居住用地、工业用地等内部配建的道路用地 S1、轨道交通地面以上部分的线路用地 S2、铁路客货站、公路长途客货站、港口客运码头、公交枢纽及其附属用地 S3）、旅馆用地 B14。

设置目标：体现宜昌市历史文化和旅游特色，塑造良好的城市景观。

**V类用地：**主要为各类工业区、仓储物流区和部分公用设施用地、体育医疗用地、广场、社会停车场用地等。

对应城市用地：工业用地 M(对居住和公共环境基本无干扰、污染和安全隐患的工业用地 M1、对居住和公共环境有一定干扰、污染和安全隐患的工业用地 M2)、仓储物流用地 W(对居住和公共环境基本无干扰、污染和安全隐患的物流仓储用地 W1/对居住和公共环境有一定干扰、污染和安全隐患的物流仓储用地 W2)、供应、环境、安全等设施用地 U、体育场馆和体育训练基地等用地 A4、医疗、保健、卫生、防疫、康复和急救设施等用地 A5、以硬质铺装为主的城市公共活动场地 G3、公共使用的停车场和停车库用地 S42。

设置目标：体现宜昌市工业、仓储、体育、医疗等行业的发展情况，有利于上述行业的发展，带动工业经济的发展促进体育、医疗设施的完善。从而带动宜昌市经济的发展。

**VI类用地：**指城市用地中的居住用地，其中居住用地中的商业用地。

对应城市用地：居住用地 R

设置目标：原则上同意在部分居住区商业中心设置部分新颖的户外广告设施，营造居住区中心的商业氛围。

### 规划策略

仓库、体育及医疗等用地的户外广告以淡雅的画面为宜，其内容主要用于企业形象宣传，不宜安排商业广告；住宅区的户外广告设施体量应以小型化为宜，且广告灯光效果不能太亮，以防止破坏居住区氛围；严格控制市政设施附属广告；提倡使用实物广告。

## 2.2.3 禁止设置区

禁止设置区是指党政机关、学校的教学区、绿地、风景名胜、文物古迹、宗教、军事、外事等不宜设置户外广告设施的地段，以及对城市设施功能、城市景观、重要景观视线节点、居住生活环境等会产生严重影响的区域，禁止设置户外广告、户外招牌、标识牌。

### 规划目标

创造安静舒适的办公环境，保证街区整体风貌协调一致。

### 规划控制

**VII类用地：**规划范围内绿地范围、历史文化保护区以及教学、军事、国家机关用地等。

对应城市用地：党政机关、社会团体、事业单位等机构及其相关设施用地 A1、科研事业单位用地 A35、具有历史、艺术、科学价值且没有其他使用功能的建筑物、构筑物、遗址、墓葬等用地 A7、外国驻华使馆、领事馆、国际机构及其生活设施等用地 A8、宗教活动场所用地 A9。

### 规划策略

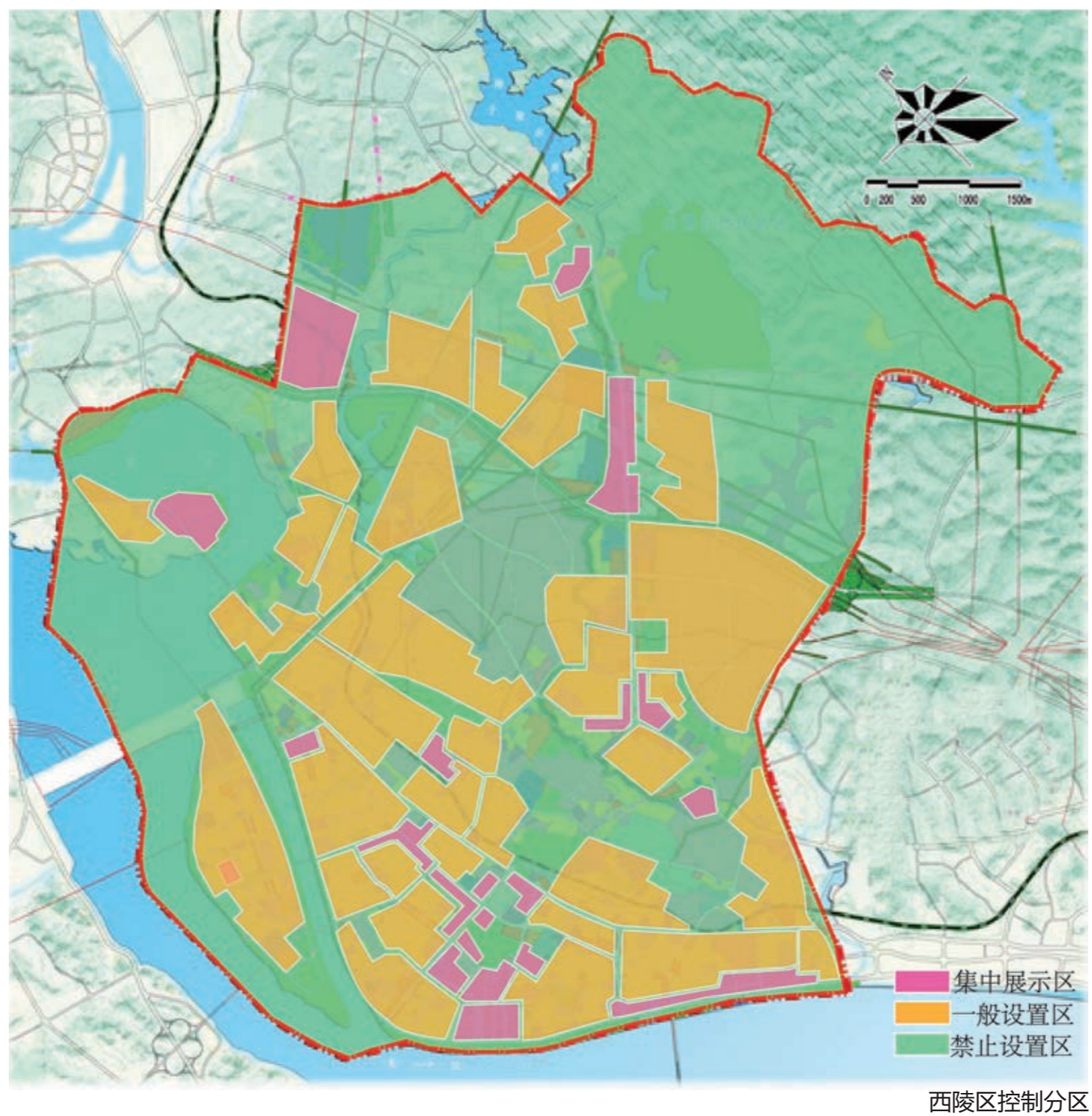
规划对该区域进行严格控制，严禁设置商业性广告，只能设置景点介绍和宣传文化的实体广告及公益广告，且广告数量不宜过多，色彩、材质、形式应与周边环境相协调。在不破坏原有环境的前提下，提高城市品质和品位。

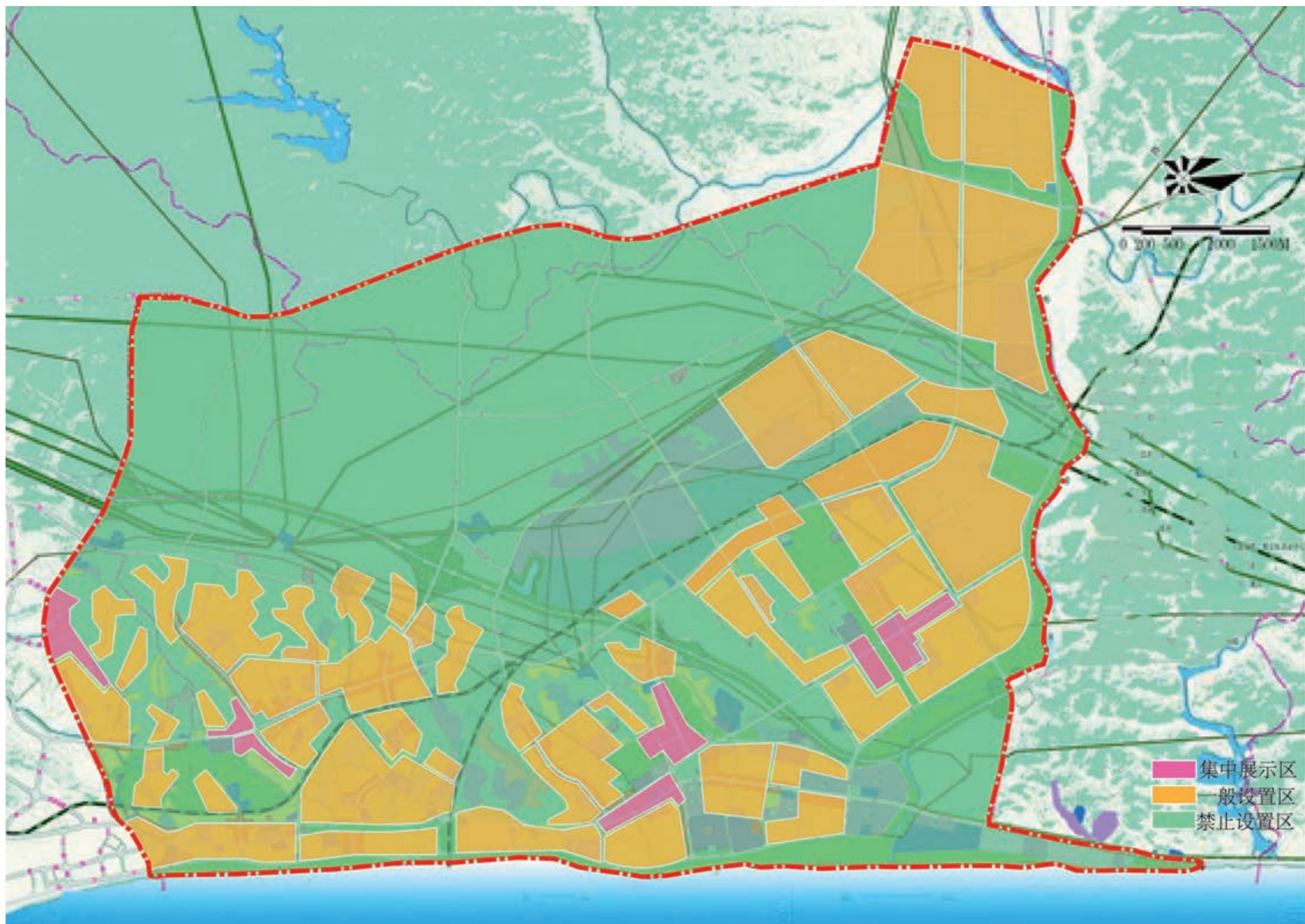
宜昌市户外广告设施控制区域划分	用地控制类别	用地控制类别
集中展示区	I类用地	主要为城市商业地段，是城市人流最多、最能体现宜昌市日益繁荣的商品经济和商业活动多样性的地区，主要包括繁华商业区、大型交易中心等。 对应城市用地：商业用地 B1(B11\B12\B13)。
	II类用地	主要为休闲娱乐区，是城市人群停留时间较长，最能体现宜昌市日益提升的生活品质的地区。 对应城市用地：娱乐康体用地 B3(B31)。
一般设置区	III类用地	主要为城市商务活动聚集地段，主要包括金融保险、非行政办公集中区及艺术传媒产业区等。 对应城市用地：商务用地 B2 (B21\B22\B29)
	IV类用地	主要指体现宜昌市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。 对应城市用地：交通设施用地 S (S1\S2\S3)、旅馆业用地 B14。
	V类用地	主要为各类工业区、仓储物流区和部分市政公用设施用地、体育医疗用地、广场、社会停车场用地等。 对应城市用地：工业用地 M(M1\M2)、仓储用地 W (W1\W2)、共用设施用地 U、体育用地 A4、医疗用地 A5、广场用地 G3、社会停车场用地 S42。
	VI类用地	设置区域：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II类用地的要求进行控制；居住用地内的公共服务设施用地则按区域内的建筑功能进行分类后控制。 对应城市用地：居住用地 R (居住区内部的非商业区域只能设置公共信息标识，禁止设置商业广告)。
禁止设置区	VII类用地	党政机关、学校的教学区、绿地、风景名胜、文物古迹、宗教、军事、外事等不得设置户外广告设施的地段，以及对城市设施功能、城市景观、重要景观视线节点、居住生活环境等会产生严重影响的区域，禁止设置商业性户外广告设施。 对应城市用地：行政办公用地 A1、教育科研用地 A35、文物古迹用地 A7、其他公共设施用地 A9 (宗教活动，社会福利院)、公园绿地 G1、防护绿地 G2、水域及其他用地 E。

户外广告和店招标牌类型设置一览表

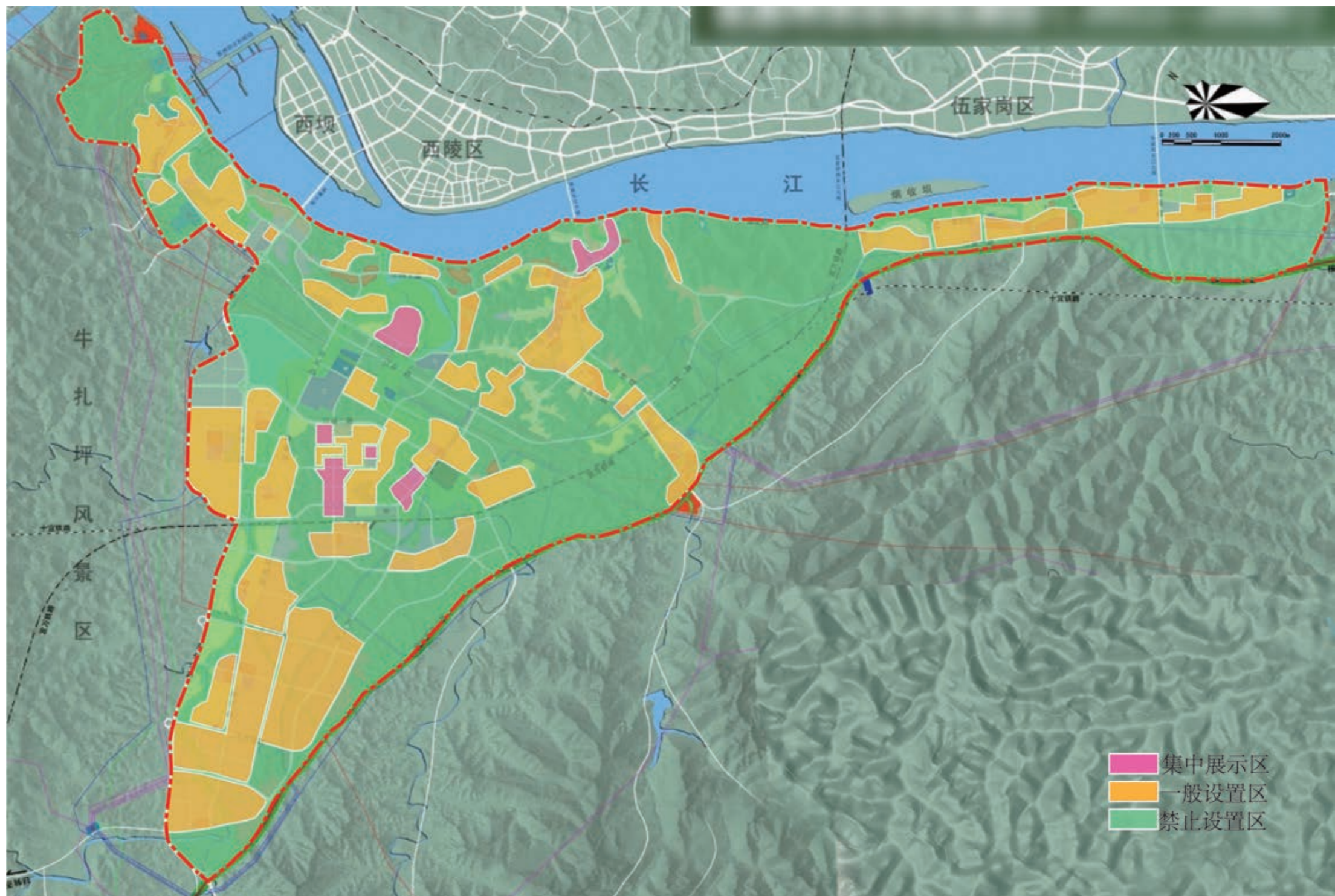
控制分区	户外广告和店招 标牌类型 用地性质	户外广告(建、构筑物)							店招标牌	
		墙身广告	建筑标识	电子显示屏	橱窗广告	投影广告	地面上的户外广告设施		建、构筑物	地面
							实物造型广告	底座式户外广告		
集中展示区	商业综合体 (B11)	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	专业市场 (B12)	√	√	√	√	×	√	√	√	√
	其他商业用地 (B13)	√	√	√	√	×	√	×	√	×
	娱乐康体用地 (B3)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
一般设置区	商务设施用地 (B2)	×	√	×	×	√	√	√	√	×
	公用设施营业网点用地 (B4)	×	√	×	×	×	×	×	√	×
	文化设施用地 (A2)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	体育用地 (A4)	×	√	√(赛事信息)	×	×	√	×	√	×
	医疗卫生用地 (A5)	×	√	√(医疗信息)	×	×	√	×	√	×
	综合交通枢纽用地 (S3)	×	√	√(交通信息)	×	×	√	√(公益)	√	×
	居住用地 (R)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	工业用地 (M1/M2)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	物流仓储用地 (W1/W2)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	公用设施用地 (U)	×	√	×	×	×	×	√(公益)	√	×
	广场用地 (G3)	×	×	√	×	×	√(公益)	√(公益)	√	×
	禁止设置区	行政办公用地 (A1)	×	√	√(政策发布)	×	×	×	×	√
教育科研用地 (A3)		×	√	√	×	×	√	√	√	×
社会福利设施用地 (A6)		×	√	×	×	×	×	×	√	×
文物古迹用地 (A7)		×	√	×	×	×	×	×	√	×
外事用地 (A8)		×	√	×	×	×	×	×	√	×
宗教设施用地 (A9)		×	√	×	×	×	×	×	√	×
公园用地 (G1)		×	×	×	×	×	√(公益)	√(公益)	×	×
防护绿地 (G2)		×	×	×	×	×	√(城市宣传)	×	×	×

## 2.3 宜昌市户外广告设施控制分区

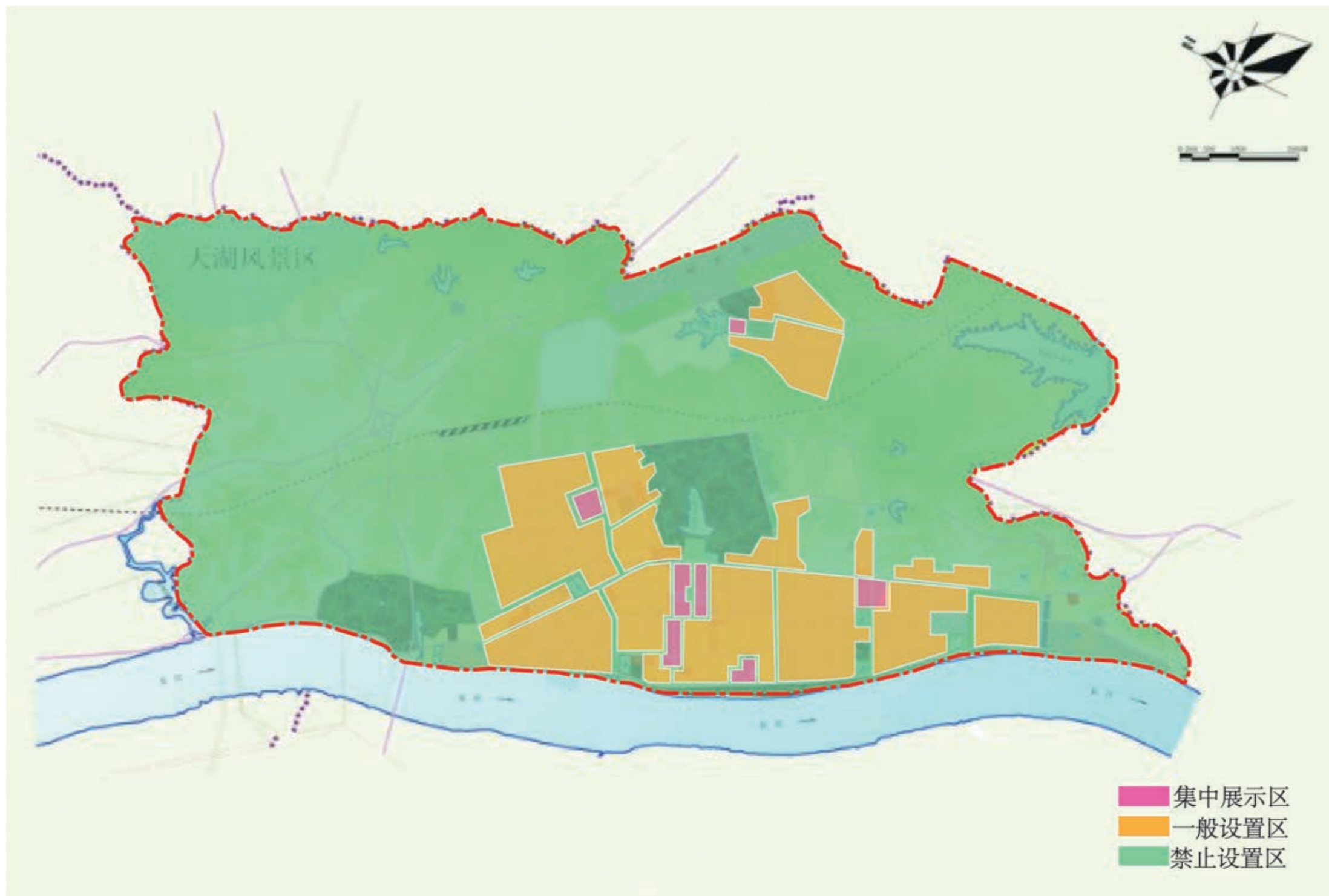




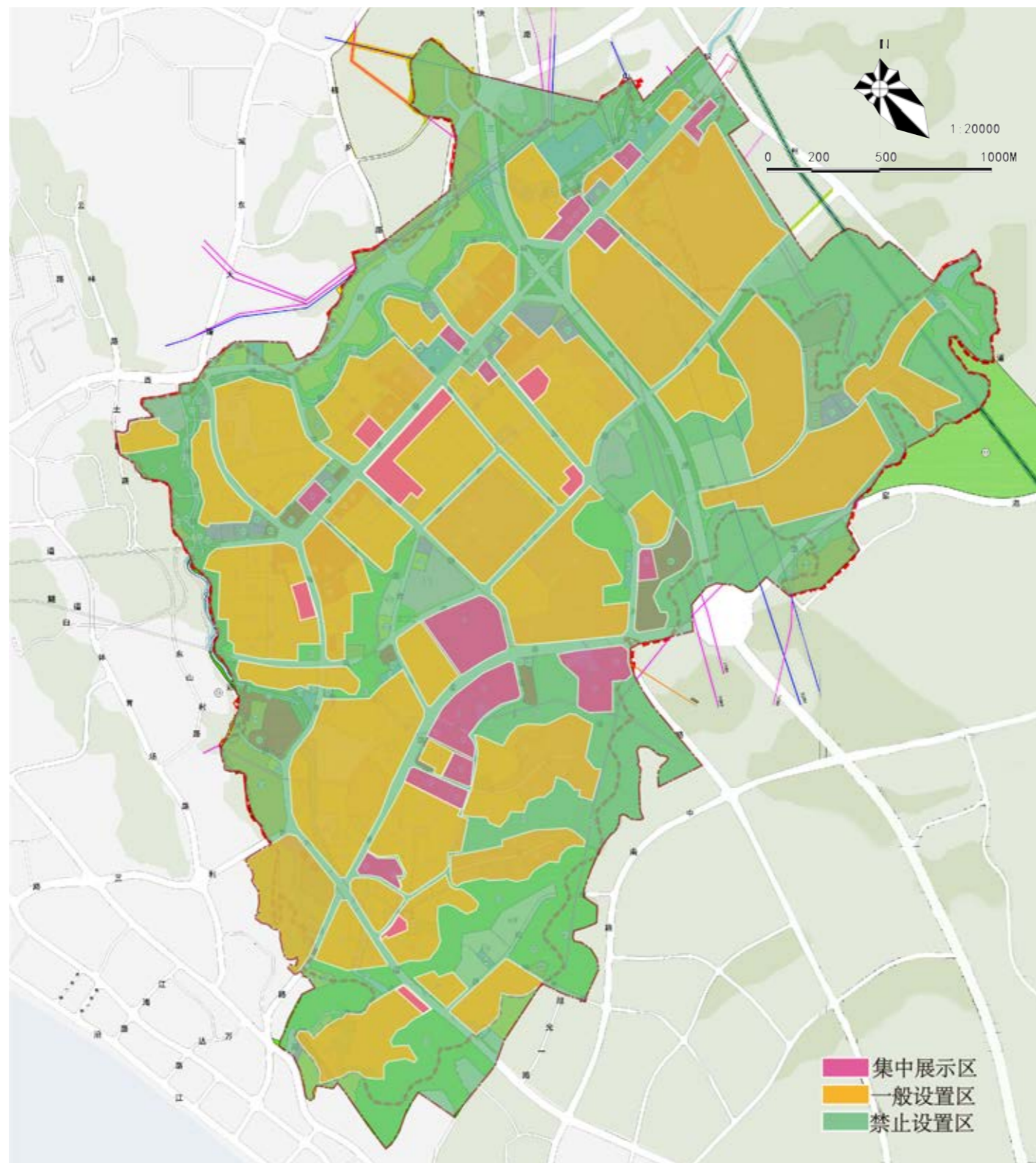
伍家岗区控制分区



点军区控制分区



猗亭区控制分区



高新区高山园区控制分区

## 2.4 宜昌市区特色区域户外广告设施控制与引导

### 2.4.1 传统风貌区

**范围：**环城南路历史文化街区

**规划目标：**“新旧融合、提升活力”保留老城区传统格局和城市肌理，恢复原有历史文化元素，将其融入到宜昌市传统风貌区的户外广告设置中，将“旧”文化与“新”广告融合，提升传统风貌区的活力。

**代表地段：**环城南路、沿江大道、学院街、南正下街等

**规划策略：**为了体现传统风貌区的特色，在设置的户外广告设施和店招牌应以传统历史风貌为主，尤其是环城南路、沿江大道、学院街以及周边地区。

户外广告设施和店招牌应与历史传统文化相结合，提炼传统文化的元素，将它们运用在户外广告设施的设计和建设中。如店招牌尽量以木匾或仿制木匾为主，广告设施的支撑构件可采用传统的样式和构造，广告设施的装饰可以采用体现宜昌传统文化的纹饰和纹理，广告设施的颜色采用代表传统文化的颜色，广告的内容可选取体现宜昌市特色历史文化的产业、产品等。



道路街景示意图



店招牌示意图

# 传统风貌区意向图



## 2.4.2 现代风貌区

**范围：**西陵商业中心、伍家岗商业中心

**规划目标：**“现代时尚、彰显魅力”按照现代化城区的标准要求，跟传统风貌区相反，使用现代化、时尚化元素，将其融入宜昌市现代风貌区的户外广告设置中，体现片区现代时尚，彰显城市魅力。

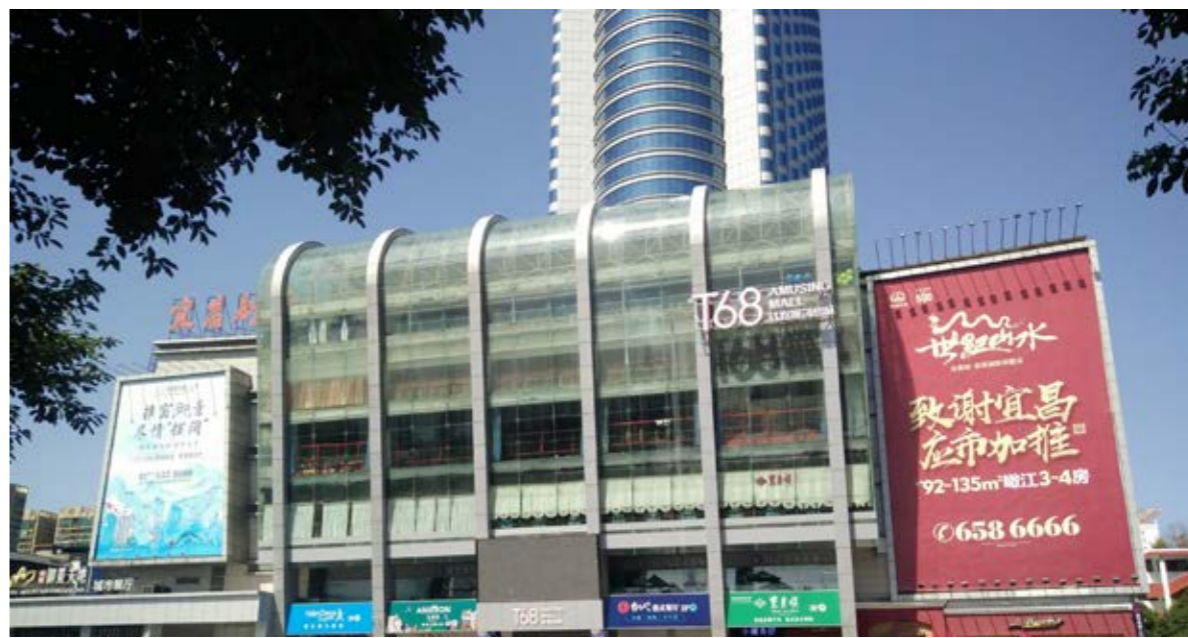
**代表地段：**均瑶大厦、宜昌亚洲广场、万达广场等

**规划策略：**为了体现现代风貌区的特色，在设置的户外广告设施和店招牌应以现代风貌为主，尤其是国贸大厦、万达广场等地区。

户外广告设施和店招牌应鼓励广告形式、广告类型、广告内容等要素的创新，可采用新中式元素，塑造高效、创新、美观、安全的新宜昌户外广告设施的标杆。

鼓励设置连续的墙身广告、独立式户外广告、激光投影广告，推荐设置大型的LED电子显示屏。鼓励在较宽人行道、商业步行街、广场等公共场所上设置底座式户外广告设施。鼓励户外广告设施采用夜间亮化等相关措施。鼓励新型的户外广告设施。

原则上鼓励在商业繁华地段多设置形式新颖、现代化、智能化户外广告设施，其余地区控制设置户外广告设施。可根据所处位置，对户外广告的体量进行控制。



均瑶大厦



亚洲广场

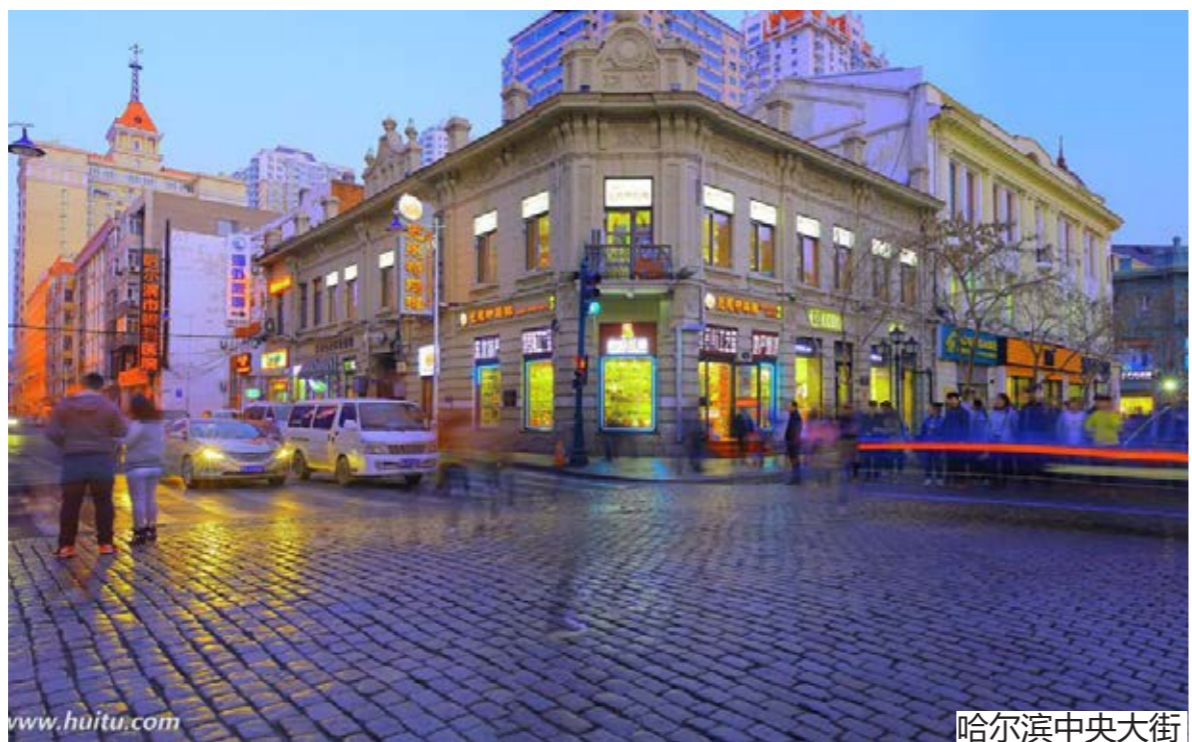
现代风貌区意向图



北京太古里



上海虹桥天地



哈尔滨中央大街



武汉光谷步行街

### 2.4.3 生态风貌区

**范围：**滨江公园、龙盘湖风景区、峡口风景名胜区等

**规划目标：**“生态园林、绿色宜昌”生态风貌区是休闲娱乐、体验大自然的场所。结合全域旅游平台，打造生态特色户外广告，吸引人流，提升城市底蕴。

**规划策略：**结合全域旅游平台，打造城市生态区的户外广告设施，丰富片区景观性，吸引人流，提升城市底蕴。

该区域自然环境优美，原则上严禁设置户外广告设施。在某些区域结合公共服务设施、景观小品、城市家具等可以适当设施小型的户外广告设施，同时可以设置部分公益广告阵列。但这些户外广告设施必须与周边自然生态景观相协调，避免破坏周边的生态环境。户外广告设施严禁采用量化措施。



滨江公园



户外广告示意图

# 生态风貌区意向图



景观小品



公共服务设施上的广告



城市家具



公益广告

## 2.4.4 产业风貌区

**范围：**獭亭组团

**规划目标：**“产业核心，展示企业文化”，将宜昌打造成产城融合示范区、新型工业化主战场、开放型经济新高地。

**代表地段：**獭亭大道

**规划策略：**结合片区规划定位：重点发展先进制造业和商贸服务业，打造宜昌市产业核心集聚区。户外广告设施鼓励结合产业和企业设置富有创新性和特色的户外广告设施，向人们宣传工业园区的产业和企业，提高这些产业和企业的知名度。

在园区内部严格控制户外广告设施，严禁在工业建筑上设置户外广告设施。鼓励在园区的主要出入口、公共服务设施集聚区适当设置户外广告设施，以提高企业的知名度，有利于相关产业的发展，及产品的推广和促销，带动地方经济和社会的发展。建议采用新颖、智能化的广告形式，并使用蓬勃朝气、高科技感的色彩。体现宜昌产业核心集聚区的产业风貌，展示该片区的特色。



獭亭工业园



獭亭大道路段

# 产业风貌区意向图



## 第三章 户外广告设施 控制导则

- ◆ 3.1 户外广告和户外招牌设施控制要求
- ◆ 3.2 户外广告和户外招牌设施控制导则



## 第三章 户外广告设施控制导则

### 3.1 户外广告和户外招牌设施控制要求

#### 3.1.1 建（构）筑物上的户外广告设施

##### A. 建筑标识

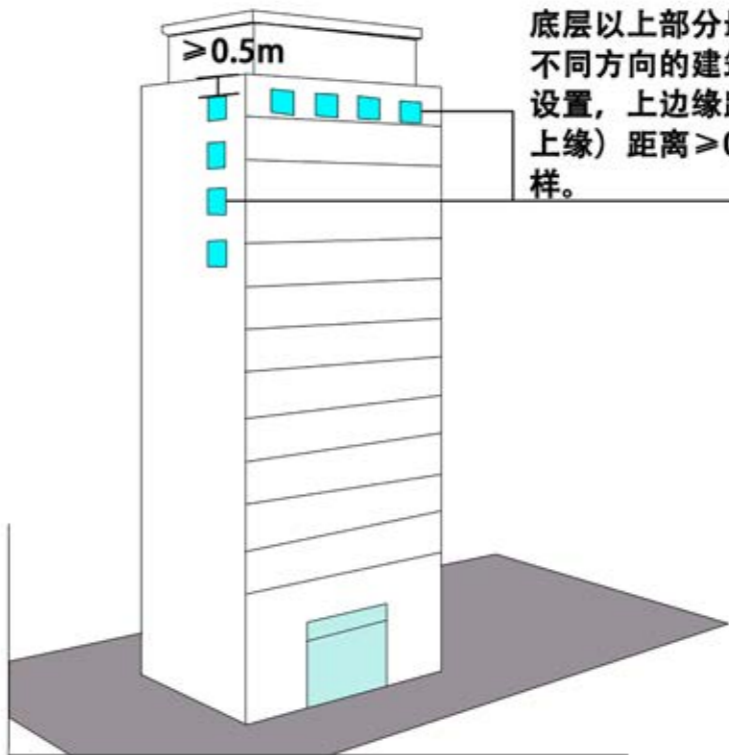
在有入口构件的建筑（如雨棚式），户外招牌应当设置在入口构件部分，宜采用镂空式样户外招牌。

在部分建筑墙上，可设置墙身标识，以上部分最多设置两块建筑物标识，且在不同方向的建筑物顶层实体墙面上设置，上边缘距上檐口距离不应小于 0.5m，并采用镂空式样，鼓励采用夜间照明措施。

镂空字色彩宜采用深色（企业的统一标识除外）或采用金色、银色钛金字体。

城市重要地标建筑，如高铁站、机场、长途客运站等位置建筑标识根据实际情况，现状保留不变。

有入口构件的建筑（如雨棚式），户外招牌应当设置在入口构件部分，宜采用镂空式样。



底层以上部分最多设置2块，且应在不同方向的建筑物1顶层实体墙面上设置，上边缘距上檐口（或女儿墙的上缘）距离 $\geq 0.5\text{m}$ ，并采用镂空式样。

### 3.1.1 建（构）筑物上的户外广告设施

#### B. 墙身广告

墙身广告只能设置于墙面部分，且面积不得超过其依附的墙面部分立面正投影面积的 30%。

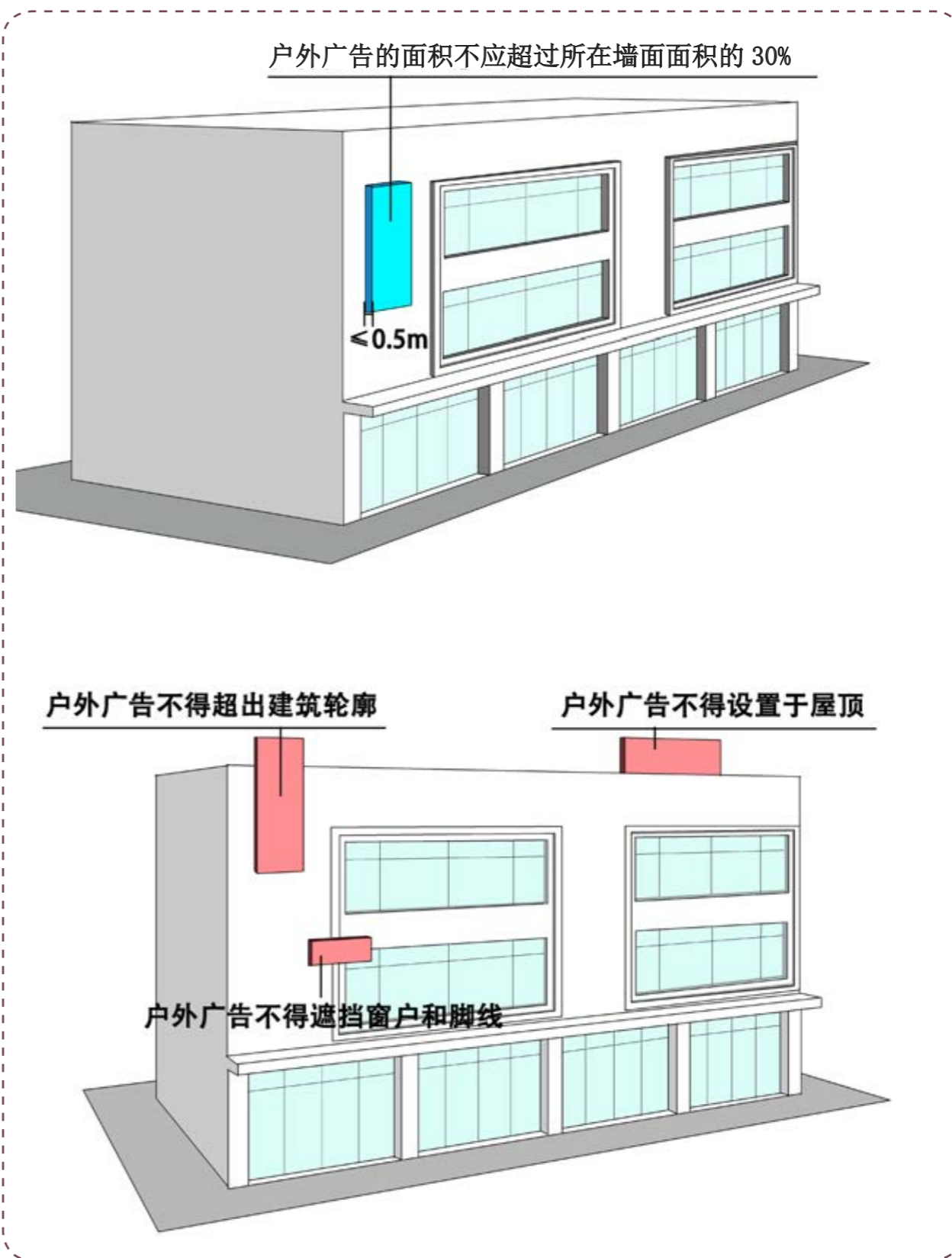
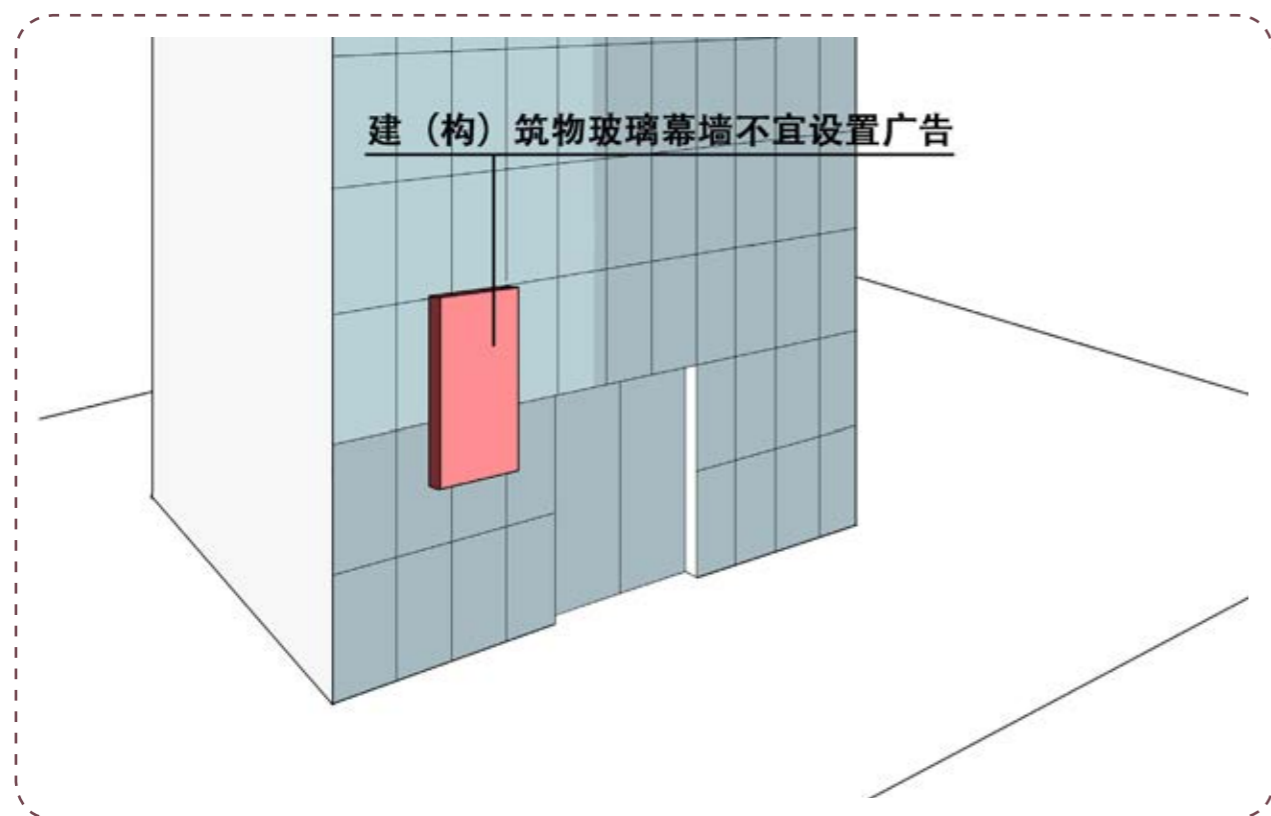
墙身广告设施其色彩、材质应与周围建筑保持协调。

墙身广告不得高于建筑物檐口底面或女儿墙。

墙身广告左右不得凸出墙面的外轮廓线。

墙身广告禁止遮挡建筑窗户。

不得在建筑物主体的层与层之间的窗间墙上设置。



### 3.1.2 公共设施上的户外广告设施

公共设施上的户外广告设施主要是指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。

#### 控制要求

允许结合公交站候车亭、自行车棚设置户外广告

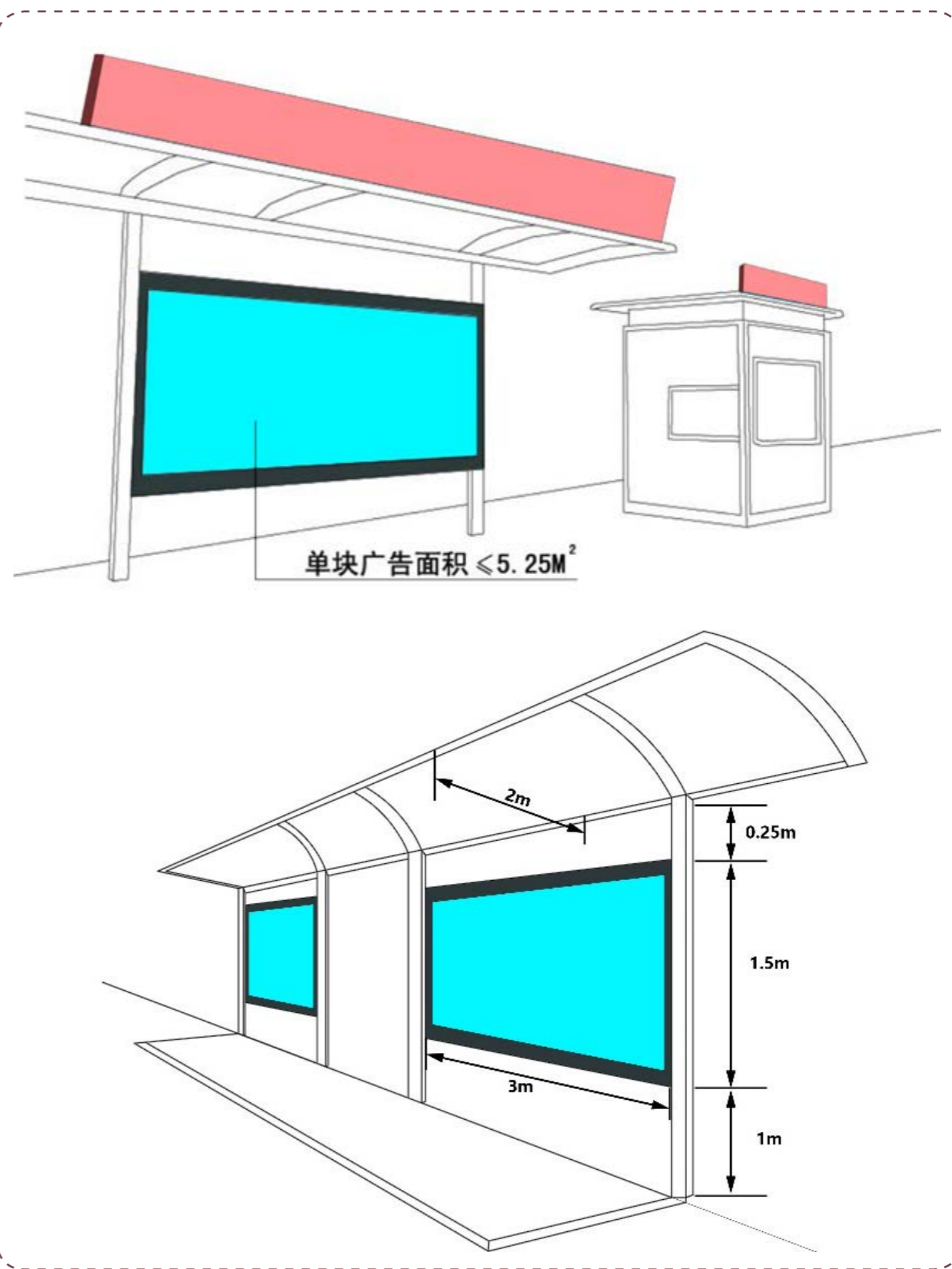
禁止在公交站台顶部设置户外广告设施。

不鼓励在灯杆、电杆、路名牌、消防栓、垃圾箱、变电箱、电信箱等设施上设置户外广告设施。

目前宜昌城区内部分街道垃圾箱变电箱、电信箱等设施上设置有户外广告，但户外广告多采用贴膜的形式出现，导致变电箱、电信箱等比较杂乱，影响城市美观。因此，建议拆除这类设施上的户外广告设施，保持设施原貌。



公交站候车亭广告设置示意图



### 3.1.3 地面上的户外广告设施

地面上的户外广告设施主要是指直接设置在地面上的各类户外广告设施。包括底座式户外广告设施、大型落地户外广告设施、大型高立柱户外广告设施及电子显示屏广告设施。

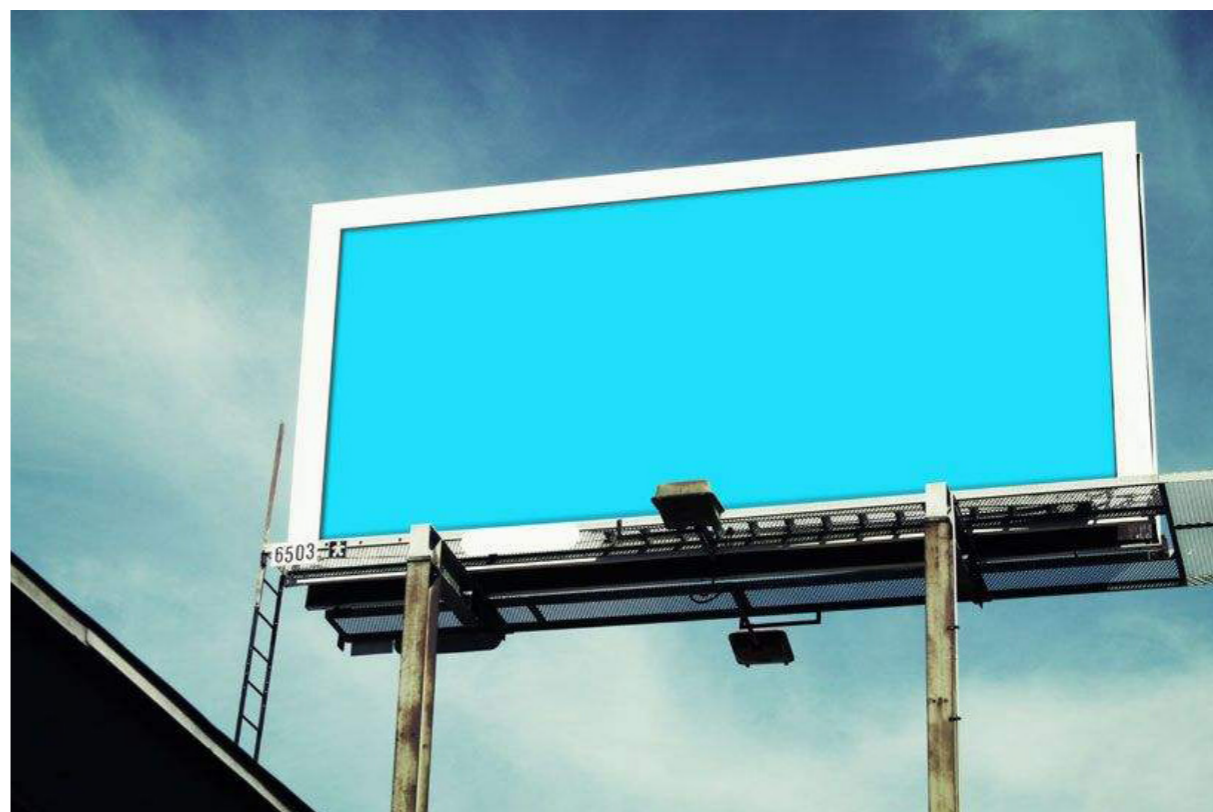
#### 控制要求

在集中设置区鼓励设置底座式户外广告设施，严格控制落地式电子显示屏数量，原则上不鼓励增加落地式电子显示屏，如遇特殊情况需要增加，需要市城管部门批准后方可设置。在其他地区和路段可根据规划要求适当设置地面上的户外广告设施。

宽度小于 5m 的人行道或面积小于 100 m<sup>2</sup> 的广场（空地）不得设置底座式户外广告设施；广告设施总高度应小于 3m，底座占地面积应小于 1 m<sup>2</sup>，宽度应小于 1.5m，高度应与宽度相协调；广告设施单面面积应小于 2.5 m<sup>2</sup>，厚度应小于 0.5m；广告设施之间的间距应大于 60m。

城市中心区不宜设置大型落地户外广告设施；城市建成区不得设置大型高立柱户外广告设施；城市中心区严禁设置大型高立柱户外广告设施。

大型高立柱户外广告设施使用年限内每年应进行安全检测。



立柱广告示意图

### 3.1.4 移动式户外广告设施

移动式户外广告设施主要是指设置在移动交通工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。

#### 控制要求

除轨道交通车辆、公共汽电车，其他车辆不鼓励设置经营性户外广告。

车头、玻璃车窗等位置禁止设置户外广告设施；广告设施的颜色应与车体颜色协调。

除客渡船、旅游客船，其他船舶严禁设置经营性户外广告。

利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告设施，不得影响船行安全。



移动式广告示意图

### 3.1.5 LED 电子显示屏

LED 电子显示屏是近年来兴起的一种现代化的户外广告设施，LED 电子显示屏是集微电子技术、光电子技术、计算机技术、信息处理技术于一体的户外广告设施系统。

#### 控制要求

在一般设置区和禁止设置区内严禁设置电子显示屏户外广告设施。

在道路交叉口视距三角形范围内、交通安全设施和交通标志 10m 范围内严禁设置电子显示屏户外广告设施。

垂直来车方向道路两侧 30m 范围内严禁设置电子显示屏。

电子显示屏的设置不得产生眩光、噪声、电磁辐射等污染。

在商业区及其周边设置的电子显示屏，夜间亮度值应小于等于  $2000\text{cd}/\text{m}^2$ ；在其他地区设置的电子显示屏，夜间亮度值应小于等于  $200\text{cd}/\text{m}^2$ ；电子显示屏应具备按照日照强度变化调节显示亮度的功能。

电子显示屏应严格控制使用时段，在大型和集中的商业区及其周边设置的电子显示屏使用地段应控制在早上 6 点至晚上 12 点之间，在其他地区设置的电子显示屏应控制在早上 8 点至晚上 10 点之间。



电子显示屏广告示意图

### 3.1.6 公益性户外广告设施

公益广告是不以营利为直接目的户外广告设施，采用艺术性的表现手法，向社会公众传播对其有益的社会观念的广告活动，以促使其态度和行为上的改变。它具有社会的效益性、主题的现实性和表现的号召性三大特点。公益性户外广告设施主要是指以公益广告为内容的户外广告设施。

#### 控制要求

鼓励在长途客运站、高速公路出入口等门户节点地区、大型公共空间节点、公园绿地、公交候车亭等地区设置公益性户外广告设施。

公益广告设施在规划布局上必须符合户外广告总体分区的规划控制要求，在数量上，不得少于户外广告数量的 30%。LED 电子显示屏需要规划 30% 的播放时间段用于公益性广告。

公益性户外广告设施专门用于发布公益广告，严禁发布任何形式和内容的经营性广告。



公益广告示意图

### 3.1.7 实体围墙、围挡户外广告设施

直接设置在建设及拆迁工地、居民住宅区、街道等周边实体围墙表面或直接设置在建设及拆迁工地周边临时性围挡表面的户外广告。

#### 控制要求

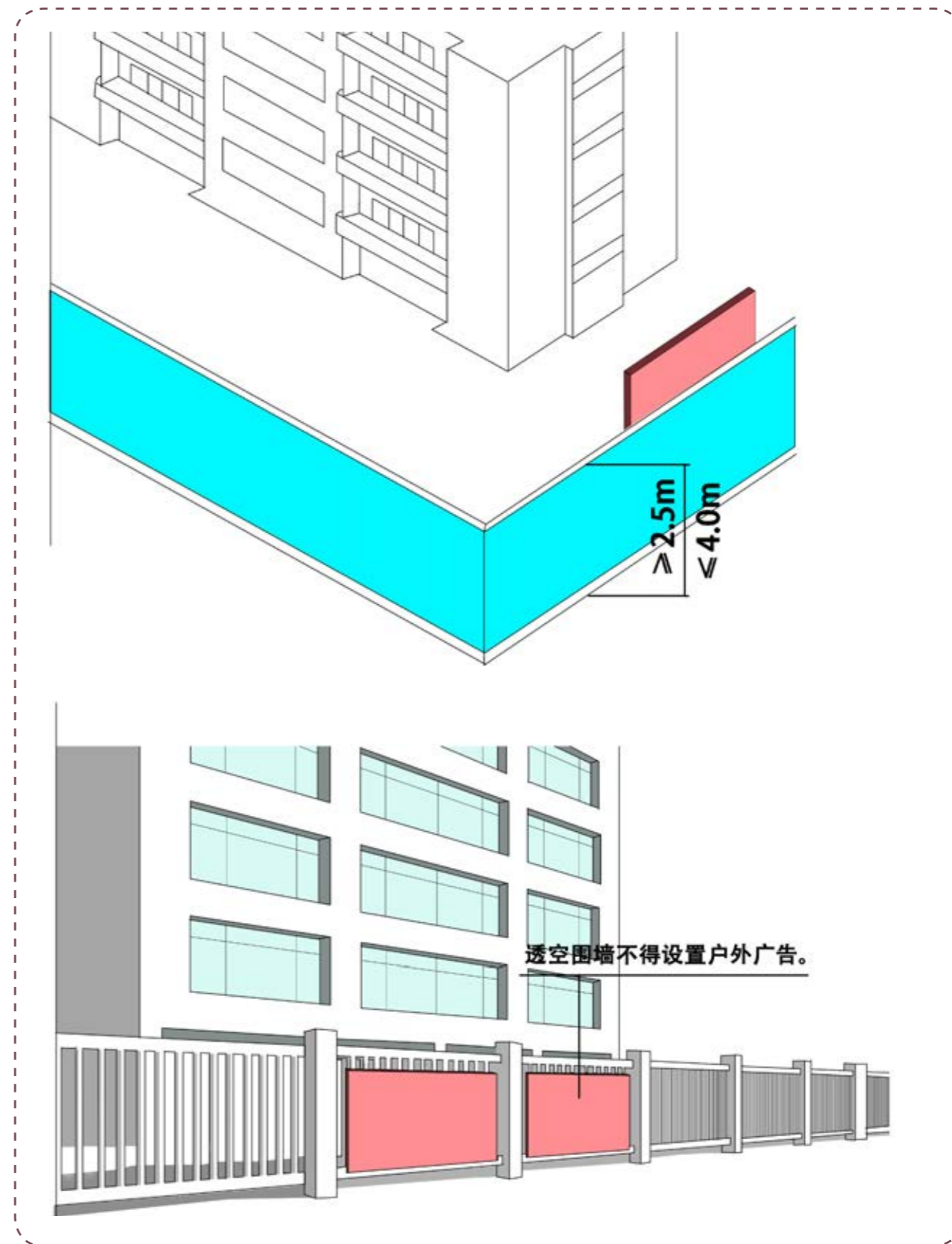
居住区住宅、街道等周边实体围墙表面上设置墙体广告的，其高度不宜小于 2.5m，不得超过 4m。

禁止在实体墙上再加高设置任何结构的户外广告。

对在建房地产工地鼓励设置高度达 6—8 米的围墙广告。可以发布与本建筑工程相关的信息，同时应预留 30% 了比例的广告内容用于发布公益性广告和城市宣传广告。

工地围挡广告设施应以实体墙为主，围墙底部不得镂空。简易的围挡设施不得作为发布广告的设置。

镂空围墙不得设置户外广告。



## 3.2 户外广告和户外招牌设施控制导则

### 按建筑载体分类的户外广告和户外招牌设置要求

#### 1. 高层建筑

##### 户外广告设置要求

户外广告应设置在商贸区的非住宅和非公益性公共建（构）筑物的墙面上，非商业性建筑严禁设置户外广告，且户外广告只能设置于裙房部分，面积不得超过其依附的裙房部分立面正投影面积的 30%，市级、区级公共中心考虑地区整体形象的打造，在重要节点或界面可设置高层的高品质的户外广告。户外广告造型与建筑风格相协调，宜简洁大方；色彩应与建筑色彩协调，尺度与建筑立面协调，成为建筑立面的有机组成部分。

##### 户外招牌设置要求

建筑标识：在建筑物底层部分设置的，其数量不得超过建筑物的出入口数量，建筑标识字符最大边长按道路等级及红线宽度控制其大小（如表 1-1 所示）；底层以上部分以单体镂空字形式设置，不同方向的建筑墙面上的数量不得超过 1 块，原则上总数不宜超过 2 块，高层建筑（6 层以上）建筑标识尺寸按照建筑高度控制其大小（如表 1-2 所示）。

店招店牌：只允许在建筑一层设置店招店牌，招牌牌面高度不大于招牌顶端到地面距离的 1/5，其字符的高度（h）与户外招牌高度（H），应满足： $1/3 \leq h/H \leq 3/5$ ，招牌字符最大边长按道路等级及红线宽度控制其大小（如表 1-1 所示），同时与同一街道或同一幢房屋设置招牌下沿，距地面高度应该一致，风格、体量与主体建筑相协调。不得利用建筑物二层（含）以上外立面设置店面招牌，二层（含）以上有独立出入口的，店招只能设置门楣处；没有独立出入口的，宜在底层集中组合设置，也可统一设置落地式招牌，数量不得超过建筑室外出入口数量。

表 1-1：建筑附属户外招牌字符尺寸

道路等级	道路红线宽度 D (m)	招牌字符最大边长 L (m)
其他城市道路	$D < 22$	$L \leq 0.4$
支路	$22 \leq D < 30$	$L \leq 0.5$
次干道	$30 \leq D < 43$	$L \leq 0.6$
主干道以上道路	$D > 43$	$L \leq 0.8$

表 1-2：建筑附属户外招牌字符尺寸

建筑高度 H (m)	招牌字符最大边长 L (m)
$18 < H \leq 54$	$L \leq 2.5$
$54 < H \leq 100$	$L \leq 5$
$H > 100$	$L \leq 6$



## 2. 商业多层建筑

### 户外广告设置要求

户外广告面积不得超过其依附立面正投影面积的 30%，墙身广告不得超出建筑轮廓线。多层建筑较注重立面的造型，禁止损害建筑使用功能。户外广告尺度不宜过大，色彩宜柔和明快，无视觉污染。

### 户外招牌设置要求

**建筑标识：**在建筑物底层部分设置的，其数量不得超过建筑物的出入口数量，建筑标识字符最大边长按道路等级及红线宽度控制其大小（如表 1-1 所示）；底层以上部分以单体镂空字形式设置，不同方向的建筑墙面上的数量不得超过 1 块，原则上总数不宜超过 2 块。

**店招店牌：**只允许在建筑一层设置店招店牌，招牌牌面高度不大于招牌顶端到地面距离的 1/5，其字符的高度（h）与户外招牌高度（H），应满足： $1/3 \leq h/H \leq 3/5$ ，招牌字符最大边长按道路等级及红线宽度控制其大小（如表 1-1 所示），同时与同一街道或同一幢房屋设置招牌下沿，距地面高度应该一致，风格、体量与主体建筑相协调。不得利用建筑物二层（含）以上外立面设置店面招牌，二层（含）以上有独立出入口的，店招只能设置门楣处；没有独立出入口的，宜在底层集中组合设置，也可统一设置落地式招牌，数量不得超过建筑室外出入口数量。

- ①户外广告依附于建筑墙面；
- ②户外广告设置不得遮挡建筑建筑构件和立面装饰；
- ③户外广告设置不得遮挡窗户采光和通风；
- ④户外广告边缘不得凸出墙面外轮廓线；
- ⑤户外广告面积不得超过其依附立面正投影面积的 30%。



- 图例**
- 建筑标识
  - 店招店牌
  - 落地式招牌招牌
  - 墙面广告

- ①一层设置店招店牌，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3m；
- ②二层及二层以上的临街商铺或没有独立出入口的商铺可设置落地式招牌，所属建筑（单位）用地红线范围之内，宜设置在距离建（构）筑物 12 米范围之内，不得在距离建（构）筑物 20 米范围外设置，且不得在临街面设置。

### 3. 一般多层建筑

#### 户外广告设置要求

严禁设置商业广告。

#### 户外招牌设置要求

**建筑标识：**在建筑物底层部分设置的，其数量不得超过建筑物的出入口数量，建筑标识字符最大边长按道路等级及红线宽度控制其大小（如表 1-1 所示）；底层以上部分以单体镂空字形式设置，不同方向的建筑墙面上的数量不得超过 1 块，原则上总数不宜超过 2 块。

**店招店牌：**只允许在建筑一层设置店招店牌，招牌牌面高度不大于招牌顶端到地面距离的 1/5，其字符的高度（h）与户外招牌高度（H），应满足： $1/3 \leq h/H \leq 3/5$ ，招牌字符最大边长按道路等级及红线宽度控制其大小（如表 1-1 所示），同时与同一街道或同一幢房屋设置招牌下沿，距地面高度应该一致，风格、体量与主体建筑相协调。不得利用建筑物二层（含）以上外立面设置店面招牌，二层（含）以上有独立出入口的，店招只能设置门楣处；没有独立出入口的，宜在底层集中组合设置，也可统一设置落地式招牌，数量不得超过建筑室外出入口数量。



## 4. 低层建筑

### 户外广告设置要求

低层平房应保持建筑本身小巧玲珑的建筑风格，商业功能的低层建筑可设置小尺度户外广告，点缀丰富建筑立面，色彩、设置规格、比例与之统一协调，避免喧宾夺主。

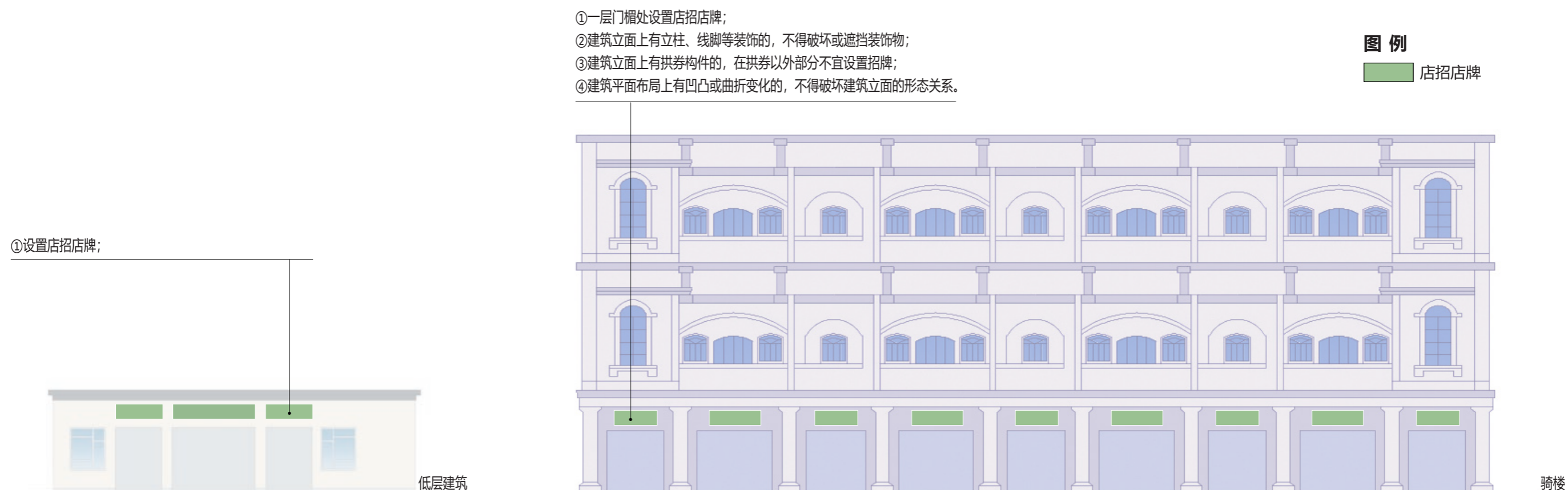
### 户外招牌设置要求

店招店牌：只允许在建筑一层设置招牌，相邻招牌形式、高度、突出墙面厚度应当保持一致，且招牌的大小形式与建筑相协调，其余设置要求与其他建筑一致。

## 5. 特殊建筑类型

### 骑楼

户外招牌：骑楼建筑廊道内侧或出挑部分的底部距离地面大于等于 3m 的，应设置在廊道内侧和出挑结构以下；小于 3m 的，可设置于廊道外侧或出挑部分的墙面上，户外招牌的下沿不得低于建筑出挑部分的楼板，上沿不得高于二层窗户下沿。



## 坡屋顶

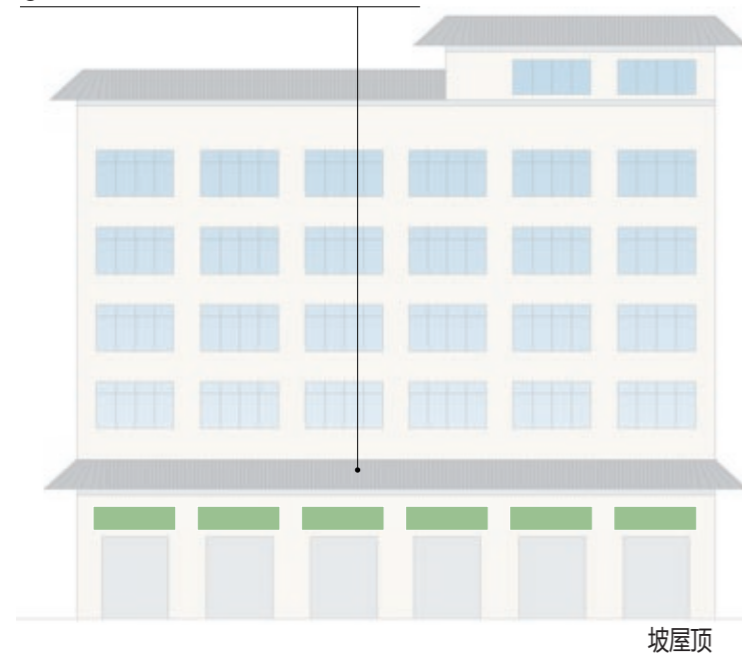
户外招牌：坡屋顶建筑招牌正面应设置在屋檐以下，山墙面上的，宜采用镂空式，且不得破坏屋面轮廓线；坡屋顶仿古式建筑鼓励设置多种形式的户外招牌，其中招牌宜采用小型牌匾、灯笼、仿古灯箱等小招牌样式，与周围环境协调。

## 多开间

户外招牌：

- ①多开间店铺主入口处设置招牌，相邻招牌形式、高度、突出墙面厚度应当保持一致，其内容可适当宣传与自身招牌相关的信息，例如英文店名、中文名、品牌标识等
- ②多开间店铺在每个开间设置形式、外观、内容完全一致的招牌若干。

①底层正面屋檐以下设置店招店牌。



图例

店招店牌

①底层正面屋檐以下设置店招店牌



①每个开间设置形式、外观、内容完全一致的平板式招牌若干。



①主入口处设置平板式招牌；  
②相邻招牌内容为适当宣传与自身招牌相关的信息，例如英文店名、中文名、品牌标识等。

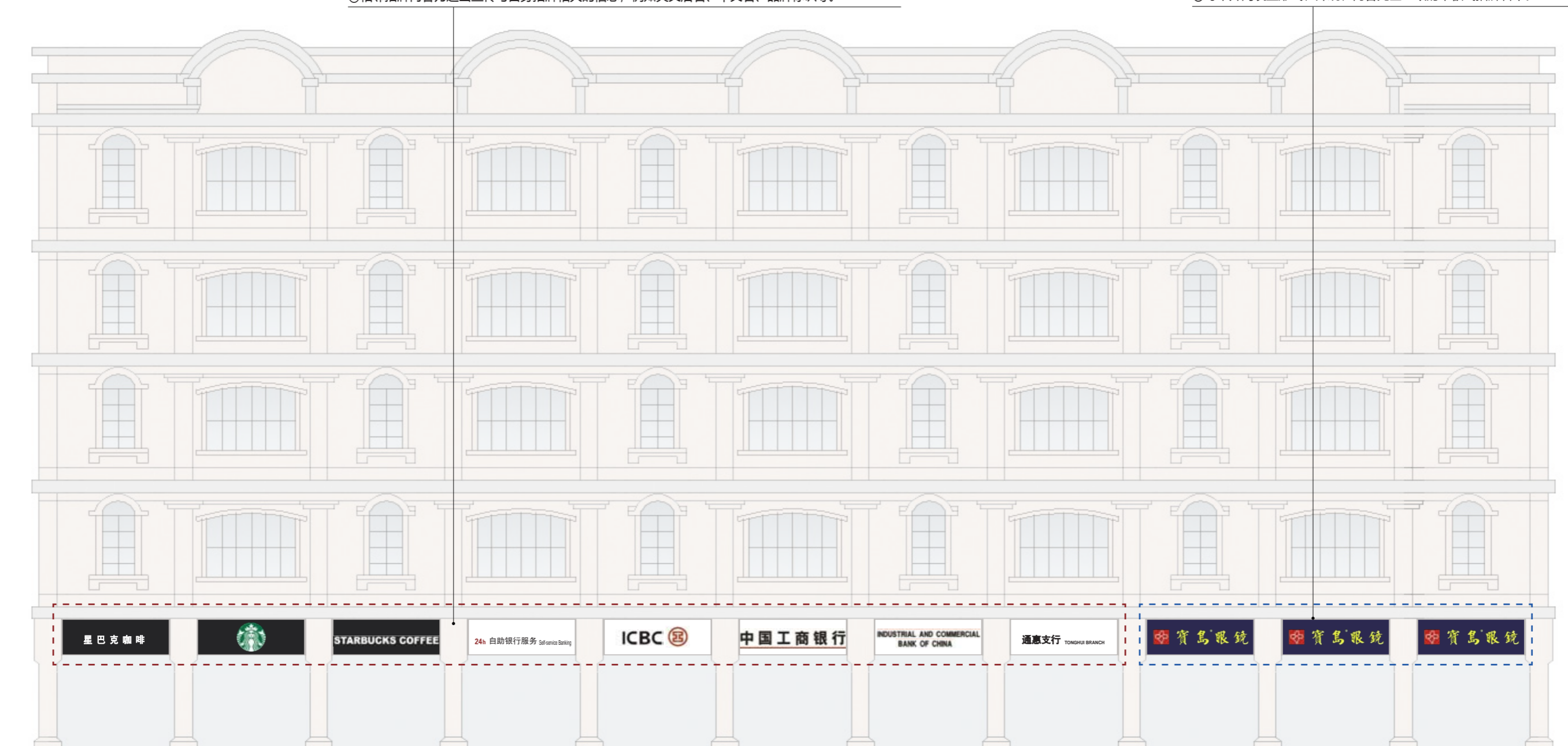
## 特殊建筑多开间示例

[- - -] 线框内为第一种多开间店铺的招牌设置方式:

- ①主入口处设置平板式招牌;
- ②相邻招牌内容为适当宣传与自身招牌相关的信息, 例如英文店名、中文名、品牌标识等。

[ - - - ] 线框内为第二种多开间店铺的招牌设置方式:

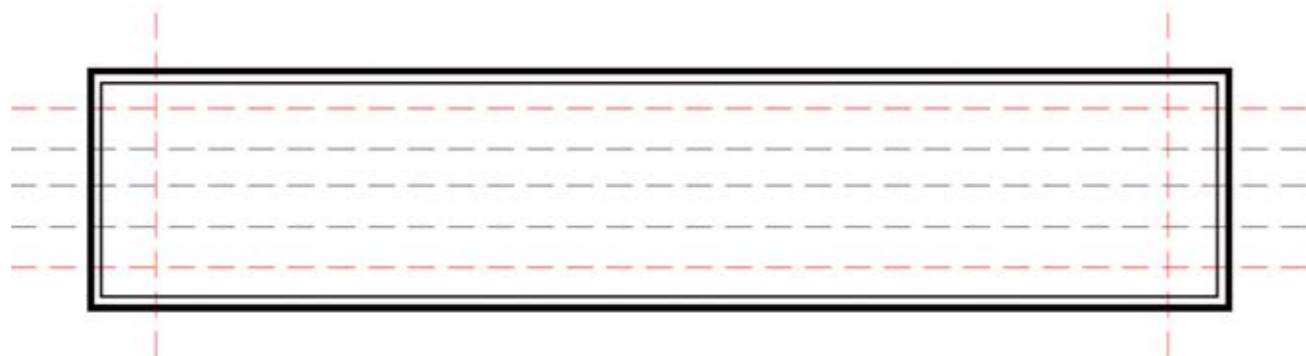
- ①每个开间设置形式、外观、内容完全一致的平板式招牌若干。



## 户外招牌设置样式指引

### 设计范围:

在已规定尺寸的店招店牌上, 对文字和标志等内容进行设计范围的规定, 即内容控制在红色虚线框的范围。店招文字高度不能超过店招高度的 60%, 文字总长度不能超过店招长度的 60%。



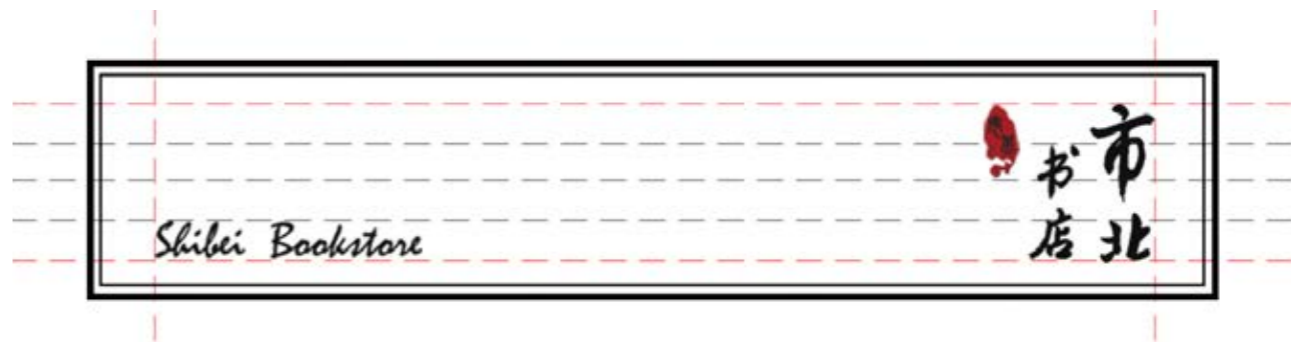
### 推荐样式一:

平铺式招牌中, 文字和标志严格控制在规定设计范围内进行设置。



### 推荐样式二:

分散式招牌中, 文字和标志可以适当超出规定设计范围内进行设置。



### 推荐样式三:

集中式招牌中, 文字和标志严格控制在规定设计范围内进行设置。



## 户外招牌设置材质与色彩指引

### 底板材料:

#### 1. 金属材料:



铝塑板



不锈钢镀锌板



铝扣板

#### 2. 有机材料:



有机玻璃



亚克力板

#### 3. 木质材料:



合成材料



防腐木材铺底板

4. 特殊材料:



仿真植物底板

字体材料:

1. 金属材料:



电镀钛金拉丝字



铜字

2. 有机材料:



亚克力发光立体字



点阵穿孔发光字



树脂发光立体字



吸塑发光字

包边材料:

不锈钢、铝塑板等与建筑材料相协调的材料。

## 色彩:

## 1. 选取与建筑主体和谐统一的色彩:



## 2. 选取品牌标志自身代表色彩:



## 户外招牌设置字体指引

店招店牌专用字体 (方正清刻本悦宋简体)

钱江广告图文  
QIANJIANG AD GRAPHIC

店招店牌专用字体 (方正姚体)

豪苑商务宾馆

店招店牌专用字体 (方正汉简简体)

佳友记粥铺

店招店牌专用字体 (方正华隶简体)

鼎韵家纺

店招店牌专用字体 (方正祥隶简体)

铜锣湾钟表

店招店牌专用字体 (方正康体简体)

老北京炸酱面

店招店牌专用字体 (方正倚靠简体)

市北书店

店招店牌专用字体 (方正毛毡笔黑简体)

童心时代

店招店牌专用字体 (方正粗倩简体)

杭州冠达房产

店招店牌专用字体 (方正粗谭黑简体)

重庆麻辣烫

## 户外招牌设置亮化指引

### 现代建筑风格:

1. 整体照明: 户外招牌的底板采用发光材质, 或者底板和字体均采用发光材质, 以达到亮化效果, 适用于照明亮度需求较高的门店。

①便利店、银行、药店等 24 小时营业门店可利用灯箱形式, 采用全夜间不高于  $400 \text{ cd/m}^2$ , 不低于  $300 \text{ cd/m}^2$  的照明亮度; 落地式招牌和落地式建筑标识在营业时间内采用  $300 \text{ cd/m}^2$  的照明亮度, 以强化标识作用。



②商业综合体、商业步行街等商业区建筑的门店, 可利用具有设计感的照明方式提升夜景亮化效果, 在夜间亮灯起始至营业结束后两小时内采用不高于  $400 \text{ cd/m}^2$  的照明亮度。



2. 字体照明：户外招牌的底板采用不发光材质，字体采用发光材质，以达到亮化效果，适用于照明亮度需求较低的门店。

平板式招牌和镂空式招牌采用全夜间不高于  $300 \text{ cd/m}^2$  的照明亮度，高层建筑上方建筑标识采用全夜间  $1000/\text{m}^2$  的照明亮度。



### 仿古建筑风格：

仿古建筑门店的招牌多为木质材质材料，其夜间亮化效果多为招牌四周或者建筑构件上的射灯辅助照明，采用全夜间不高于  $300 \text{ cd/m}^2$  的照明亮度。



## 第四章

## 规划实施管理

## 及保障措施

- ◆ 4.1 规划实施管理控制规定
- ◆ 4.2 分期实施管理与控制
- ◆ 4.3 户外广告信息化管理
- ◆ 4.4 规划保障措施



## 第四章 规划实施管理及保障措施

### 4.1 规划实施管理控制规定

规划以宜昌市城市总体规划为编制依据，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规划中相应的方法通过用地性质对地块、片区进行分类，按照相应的要求进行控制和指引。

在规划成果基础上应组织编印关于专项规划的宣传手册，向城市居民、商家店铺和城市管理者普及规划成果，降低规划实施的难度，提高规划实施的可行性。在规划成果的基础上增加《户外广告设施和招牌设置导则》，并加强城管人员业务培训，熟知相关标准和要求，更好地推进规划实施。分年度制定户外广告专项整治行动方案，分期分批对规划范围内的户外广告和店招标牌进行管理和控制。

本规划作为宜昌市城区重点区域户外广告设置和管理的技术依据，实施后户外广告主管部门和户外广告设置经营的相关方都应严格遵守，照章执行。以本规划为依托，建立户外广告规划管理体系，通过设定合理的户外广告规划体系，明确政府管理部门以及户外广告设施产权人、广告经营者和广告发布者（以下简称管理相对人）在管理中的权利和责任。加强市区户外广告的统一管理，根据管理权限的划分，市、区两级户外广告规划实施、日常审批、监督检查，分别按各自的管理范围，由市、区两级的城市管理部门负责组织实施。

户外广告设施由于具有一定的商业价值，是城市资产的重要组成部分。在明晰产权的基础上，应建立政府指引、市场化运作的机制。通过市场化方式来经营和管理户外广告，发挥户外广告规划的综合协调作用，合理配置户外广告资源，规范户外广告设置，控制户外广告的数量和密度，指引户外广告的形式和风貌，统筹协调城市建设环境，提高城市竞争力，促进城市社会经济发展。

户外广告设施及招牌的规划设置应该融入到新建建筑的设计中去。对于未来新建的住宅建筑、商业建筑、商务建筑等，户外广告和招牌点位、数量、大小、尺寸等，应该严格按照《宜昌市城区重点区域户外广告详细规划》的相关规定进行预留，解决户外广告的历史遗留问题，减少后期户外广告和招牌设置的难度，进一步净化城市空间环境。

## 4.2 分期实施管理与控制

在城市精细化管理国家方针政策的指导下，宜昌市城市管理执法委员会应依据本规划分期有序推进规划的实施。

### 近期建设

#### 近期建设目标

近期建设规划期限为 2020-2025 年。近期建设的重点为集中整治屋顶户外广告和建筑标识、多层多招、字幕式电子显示屏等。以 2022 年省运会为契机，对宜昌市城区重点区域内主要节点、道路进行道路整治。

#### 近期建设实施策略

整治和改造部分户外广告设施，以塑造不同地区特色的、可识别性的户外广告设施，如对东山大道、均瑶商圈、夷陵广场、伍家岗收费站、长江大桥、东山隧道等周边的部分户外招牌进行整改和提升，提高各个区域户外广告设施的识别性。在重要节点地区，增加新型的户外广告设施，如激光投影广告设施、LED 电子显示屏、公益性广告等。新建地块和新建建筑上的户外广告设施，应根据规划要求对新建的户外广告设施提出规划控制和指引。

#### 近期建设实施措施

对集中整治区域进行详细的摸底调查，将不符合规划的户外广告设施和户外招牌进行整理和统计。按照拆除、整改和提升对户外广告设施和户外招牌分类制定不同的年度计划。宜昌市城管委按照计划对

规划实施情况进行监督和考核，保证在规划期末保质保量完成近期建设目标。

### 中期建设

中间建设规划期限为 2025-2030 年。中期建设的内容主要在于对重点地区户外广告设施的整体提升和改造。根据规划对重要节点地区进行整治和改造，提升重点地区户外广告设施品质，彰显规划设计的成果。通过重点地区户外广告设施品质的提升带动整个宜昌市城市整体环境品质的提升。

### 远期建设

远期建设规划期限为 2030-2035 年。远期建设的重点主要在于提升和完善宜昌市户外广告的功能。完善户外广告管理和规划实施制度，形成长效机制，以重点地区作为样板和标杆辐射整个建成区，全面提升全市户外广告整体档次。通过持续性的规划实施达到宣传宜昌城市形象、宣扬宜昌历史文化、体现宜昌城市活力、点缀宜昌城市环境的目标，最终形成体现“世界水电旅游名城”特色，彰显宜昌“三高六化”的国际化、高品位户外广告体系。

## 4.3 户外广告信息化管理

随着城市户外广告的发展，户外广告管理的工作量越来越大，传统的管理方式已经不能满足需求，在详细需求分析的基础上，设计开发了城市户外广告信息管理系统，对户外广告的空间分布、规格大小、信息内容、产权单位、时效、审批等进行管理，有效提高了城市户外广告牌的管理水平和效率。

户外广告信息管理系统以“职能明确、权责清晰、协作畅通、管理高效”的工作方针，按照“登记审核与动态监测相结合、行政指导与依法查处相结合、规范管理与便捷高效相结合、日常监督与社会监督相结合”的工作原则，依照法律程序，通过审批、定位、监管、统计等四大板块，实现户外广告监管工作“点、线、面”有机结合。

### 总体思路：

- (1) 以数字城管作为切入点，与智慧城市配套；
- (2) 以设置管理带动内容管理，与工商监测系统配套；
- (3) 以采用信息化制度创新，落实新广告法、规划广告设置为先机，与中央改革城市执法管理体制配套；
- (4) 以改革创新管理体制为动力，拉动媒体、店主借助户外广告巡检监管信息平台自觉管理自身媒体，与中央推行文明诚信体系建设配套；
- (5) 以政府平台与全国第三方监控监测平台相结合所产生的大数据为基础，与媒体主、广告主、代理商、媒体及媒体材料供应商、金

融服务商等户外广告生态运营链配套。

### 主要功能：

(1) 申报与审批功能。符合信用监管要求的广告发布者通过互联网上传户外广告登记信息，广告审查员对所上传的登记信息进行网上审批。

(2) 定位与查询功能。对辖区内广告经营单位和已审批登记的户外广告在平台地图上进行标示，点击图标后显示该经营单位的基本登记信息及广告发布信息。

(3) 监管与提示功能。通过检查任务提示，基层广告专管员对户外广告进行现场检查、实地监测、上传图片，直观反映户外广告的动态信息。平台还设置信用监管子模块，通过对广告经营单位的经营情况和违法违规现象等进行综合评定，进行信用分类。

(4) 统计与举报功能。全面统计各管区、不同广告发布形式的数量，分析广告发布形式的区域特点和趋势。同时，任何单位和个人均可通过该平台对涉嫌违法违规的户外广告行为进行举报，广告监管人员在第一时间实现维护消费者合法权益的工作要求。

### 主要手段：

(1) 将户外广告及其店招标牌的规划、标准纳入公开的信息化、规范化、专业化管理平台，现有的规划、规范标准和政府的相关规定，通过信息平台的操作，变成可调看。让媒体主、店主直接对照规划、标准，主动按规申报、备案、报批，并按规自觉维护好自己的媒体、标牌，使之自觉把自己的媒体管起来，改变以往政府被动管理，为媒

体主、店主的主动、自觉管理。逐步改变政府的管理监督模式，变传统的查、罚，为引导帮助媒体主、店主利用政府搭建的信息化管理平台管好自己的媒体，引导其逐步纳入户外广告行业诚信体系建设的新型管理模式之中。

(2) 通过《户外广告电子地图》实现户外广告监管的数字化。电子地图对已登记备案的户外广告从广告的内容、期限、位置、登记证号进行明确标注，按户外广告的发布形式，以不同颜色区别。通过电子地图，生动、立体地反映出辖区户外广告发布状态，广告监管人员从而清楚日常户外广告监管的重点区域、主要形式。广告登记部门负责户外广告电子地图的更新、维护，对新登记的户外广告基本信息及时下发至城管部门，发出检查指令。

(3) 通过《户外广告信息化管理工作规范》实现户外广告监管的规范化。该规范分为户外广告的登记规范和户外广告监管工作规范，明确了广告监管各层级的具体工作职责、工作流转要求和工作标准。根据信息化平台的任务提示，实施实地检查，对发现问题的，实施再次检查或案后回查，并将检查信息及时录入软件系统。

(4) 通过《户外广告检查表》实现户外广告监管的格式化。统一设置《户外广告检查表》，广告监管人员对已登记的户外广告进行实时现场核对，依照《户外广告检查表》逐项查看广告发布者是否按核定的内容和要求进行广告发布。同时，对未经登记发布户外广告的行为设有“未经登记广告检查管理模块”，广告监管员可将发布情况回录到该模块，户外广告监测结果做到有记录、有台账、有档案，有痕迹。

(5) 通过任务提示方式实现户外广告监管的常态化。平台主页设有“广告未实施实地检查提示”、“广告即将到期提示”和“广告过期提示”，提醒广告监管员对已登记的户外广告按规定时间和标准实施实地检查。尤其是“过期提示”，可针对原审核登记的户外广告设置期限是否已到期进行再次审查和督促，对超过审批期限仍继续发布户外广告的，可依据《户外广告登记管理规定》的相应规定进行查处。

(6) 通过图片上传方式实现户外广告监管的动态化。广告监管员在实施实地检查时，现场获取广告图片，并将广告图片导入户外广告信息化监管平台，凸显检查实效的可追溯力。同时，广告审查员可对原审核通过的广告登记图片与现场图片进行再次审查，对户外广告监管实施二次监测。广告监管信息实现由过去的静态提供向动态更新转变，直接反映出户外广告监管的真实性、动态性。

## 4.4 规划保障措施

### A. 政策法规

建立健全相关的法律法规体系

现行的户外广告相关法律法规主要有《中华人民共和国广告法》(2018年修订)、《中华人民共和国城乡规划法》(2019年修订)、《广告管理条例》(国务院国发[1987]94号)、国务院《特殊标志管理条例》、国务院《城市市容和环境卫生管理条例》、《湖北省户外广告实施办法》、《宜昌市户外招牌设置导则》等。在现有国家和湖北省的法律法规的基础上,编制宜昌市相关的户外广告法律法规、规范标准等,为户外广告规划编制和户外广告的实施和管理提供法律依据。

制订相关鼓励户外广告设施发展的优惠政策

宜昌市政府应尽快制定鼓励户外广告设施发展的相关政策。如简化户外广告设施的审批、审核程序,提高办理户外广告设施相关手续的效率。鼓励户外广告设施的创新,鼓励结合公共设施、景观小品等设置户外广告设施,鼓励采用新材料、新技术、新方法设置户外广告设施。鼓励在市区内设置一定比例的公益性户外广告设施等。

### B. 监督管理

建立基于地理信息系统(GIS)的户外广告管理系统,进一步落实户外广告监测、通报、查处制度。通过对户外广告管理办公需求的具体分析、设计系统的框架结构和数据库结构,系统涵盖户外广告办公的整体流程,基于地理空间的查询分析清晰明了,实现在地图上添加、

删除、编辑、查看户外广告等功能。同时支持多种地图查询方式,包括按路段查询和按区域查询等,提高户外广告管理的办公效率。在充分考虑用户的实际需求后,可使用先进的开发工具,通过通用的数据访问模块,实现统一的数据访问接口。同时,系统采用用户登录验证、模块权限分配、操作日志等安全措施,保证系统的技术领先性、实用性、安全性。

各级城管执法(综合执法)部门应当加强户外广告和户外招牌设施设置使用的全程监督管理工作。对辖区内户外广告和户外招牌设施的制作安装过程进行现场监督,对设置形式、尺寸、位置不符合审批许可或告知要求的,要现场督促设置者自行整改。

### C. 公众参与

户外广告规划的实施和管理应增加公众(广告商、一般群众)参与的环节。在规划评审通过以后应通过各种宣传手段将规划成果展示给公众,使公众了解规划的内容,让公众对规划的实施提供监督和实施后的反馈意见。

对于重点地区或敏感地区需新建、改造户外广告设施的,在规划编制过程中应征求公众的意见,了解公众尤其是周边居民的实际需求和负面的外部效应。在充分考虑公众参与的基础上,制定更加完善的规划实施策略。在规划实施的过程中,应当在一定的时间节点征求和收集公众对规划实施的反馈意见,对普遍反映较差的户外广告设施进行相应修改和调整,对于普遍反映较好的户外广告设施应进行分析和归纳总结,以便为后续规划提供经验和借鉴。

# 第五章

# 重点区域户外广告

# 详细规划





◆ 5.1 重要商圈

◆ 5.2 重要广场

◆ 5.3 长江大桥

### 5.1.1 均瑶商圈

**简介：**均瑶商圈位于宜昌市西陵区，夷陵广场北侧，宜昌市第十六中学西侧，其北侧为西陵一路，南侧为西陵后路。

**控制导则：**该路段现状主要存在的问题有一店多招、多店多招、户外广告和招牌违规设置、屋顶广告违规设置等问题，店面招牌大多数存在规格不统一、色彩不协调、尺寸不规范等问题，针对这些问题我们本次规划有新增 、保留 、整改 、拆除 



四项措施。其中新增、整改的内容在详细规划中做具体阐述，拆除的广告有以下四种原因：

①屋顶违规设置户外广告和招牌；②存在一店多招现象；③存在多层多招现象；④户外广告和招牌位置违规。

店招标牌的色彩推荐有如下色彩区间：

蓝紫色 、蓝灰色 、大理石黑色 、灰绿色 、镉黄色

、木纹色 、红杏色 、深红色 、赭石色 、棕色

、深卡其色 等。具体颜色的选择应与店招标牌所在的建筑颜色以及周边

环境相协调。



# 均瑶商圈 - 西 - 01

- 新增
- 保留
- 整改
- 拆除



YL-W-01-01

编号	JY-W-01-01
广告类别	店面招牌
方案	对店招进行整改升级，相邻店招牌设施高度应保持一致，外沿应平齐。底板色彩应相对统一，并与建筑立面色彩相协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色
材料	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃

# 均瑶商圈（西陵一路）- 南 -01

- 新增
- 保留
- 整改
- 拆除



拆除违规设置在屋顶的，存在安全隐患的建筑标识







编号	JY-S-01-01	JY-S-01-02	JY-S-01-03
广告类别	墙身广告	店面招牌	墙身广告
方案	对墙体广告进行升级，营造舒适愉悦的视觉体验，鼓励运用新材料、新材质。	对店招进行整改升级，底板色彩应相对统一，并与建筑立面色彩相协调。	对墙体广告进行升级，营造舒适愉悦的视觉体验，鼓励运用新材料、新材质。
位置	位于商业建筑的左侧立面上	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	位于商业建筑的右侧立面上
尺寸	根据建筑立面预留位置设置，广告设施面积之和不得超过该墙面面积的 30%	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	根据建筑立面预留位置设置，广告设施面积之和不得超过该墙面面积的 30%
色彩	与周边建筑及环境色彩相协调	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色	与周边建筑及环境色彩相协调
材料	PVC、亚克力	不锈钢、PC 耐力板、亚克力	PVC、亚克力





## 5.1.2 CBD 商圈

**简介：**宜昌 CBD 中心商务区位于宜昌市政治、经济、文化中心——西陵区，夷陵广场旁，由西陵一路、西陵二路、夷陵大道、珍珠路合围而成。

**控制导则：**该路段现状主要存在的问题有一店多招、多店多招、户外广告和招牌违规设置、屋顶广告违规设置等问题，店面招牌大多数存在规格不统一、色彩不协调、尺寸不规范等问题，针对这些问题我们本次规划有新增 、保留 、整改 、拆除  四项措施。其中新增、整改的内容在详细规划中做具体阐述，拆除的广告有以下四种原因：  
①屋顶违规设置户外广告和招牌；②存在一店多招现象；③存在多层多招现象；④户外广告和招牌位置违规。

店招标牌的色彩推荐有如下色彩区间：

蓝紫色 、蓝灰色 、大理石黑色 、灰绿色 、镉黄色   
、木纹色 、红杏色 、深红色 、赭石色 、棕色   
、深卡其色 等。具体颜色的选择应与店招标牌所在的建筑颜色以及周边环境相协调。

 新增  
 保留  
 整改  
 拆除



# CBD 商圈（夷陵大道）- 东 - 03

- 新增
- 保留
- 整改
- 拆除



## 整治前



编号	CBD-E-03-01	CBD-E-03-02	CBD-E-03-03	CBD-E-03-04
广告类别	店面招牌	墙身广告	组合式店面招牌	店面招牌
方案	提升店招品质，更换底板颜色，使相邻店招之间色彩相协调，且店招不得遮挡建筑立面柱子结构	更换广告形式，使其与右侧广告大小。形式相协调，同时对墙体广告进行升级，营造舒适愉悦的视觉体验，鼓励运用新材料、新材质。	将违规设置于建筑立面上的店招牌以组合落店面招牌的形式统一规划设置在墙面一处，从而满足店铺需求	对店招进行整改升级，底板色彩应相对统一，并与建筑立面色彩相协调，且店招不得遮挡建筑立面柱子结构
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	位于建筑立面左侧实体墙面上	位于建筑立面主出入口左侧三层与四层之间的实体墙面上	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	根据建筑立面预留位置设置，墙体广告设施面积之和不得超过该墙面面积的 30%	与建筑立面相协调，招牌的单个字符不得大于 0.6 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	与周边建筑及环境色彩相协调	与周边建筑及环境色彩相协调，保留部分店招的自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	不锈钢、亚克力、PVC	PVC、有机玻璃	亚克力、PVC、PC 耐力板	不锈钢、亚克力、PVC

# CBD 商圈（夷陵大道）- 东 - 04

- 新增
- 保留
- 整改
- 拆除



整治前



编号	CBD-E-04-01	CBD-E-04-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	对店招进行整改升级，使其与相邻店招上下边缘平齐，并与建筑立面色彩相协调。	“小胡鸭”的店招位置应设置于上方电子走字屏的位置，同时店招高度应与相邻店招相一致
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、铜黄色、木纹色、红杏色等	保留自身品牌色
材料	有机玻璃、双色板、PVC	有机玻璃、双色板、PVC

# CBD 商圈（夷陵大道）- 东 -05

- 新增
- 保留
- 整改
- 拆除







整治前





### 5.1.3 解放路步行街商圈

简介：解放路步行街位于宜昌市西陵区，位于解放路，主要以解放路南北侧商业建筑为主。

**控制导则：**该路段现状主要存在的问题有一店多招、多店多招、户外广告和招牌违规设置、屋顶广告违规设置等问题，店面招牌大多数存在规格不统一、色彩不协调、尺寸不规范等问题，针对这些问题我们本次规划有新增 、保留 、整改 、拆除  四项措施。其中新增、整改的内容在详细规划中做具体阐述，拆除的广告有以下四种原因：  
①屋顶违规设置户外广告和招牌；②存在一店多招现象；③存在多层多招现象；④户外广告和招牌位置违规。

店招标牌的色彩推荐有如下色彩区间：

蓝紫色 、蓝灰色 、大理石黑色 、灰绿色 、镉黄色 、木纹色 、红杏色 、深红色 、赭石色 、棕色 、深卡其色  等。具体颜色的选择应与店招牌所在的建筑颜色以及周边环境相协调。



## 解放路步行街商圈（解放路）- 东 -01

编号	JF-E-01-01	JF-E-01-02
广告类别	建筑标识招牌	店面招牌
方案	将违规设置在玻璃幕墙上的建筑标识拆除后，重新设置在建筑立面实体墙面上	调整店招大小，使其与相邻店招上下边缘平齐
位置	横向设置，位于建筑裙房立面顶部实体墙面，招牌的上边缘距离建筑裙房顶端不小于 0.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	与建筑立面相协调，上端不超过裙房顶端，下边缘不得遮挡玻璃幕墙	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	与建筑立面及周边环境色彩相协调	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	亚克力、有机玻璃	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃

- 新增
- 保留
- 整改
- 拆除



整治前



整治后



# 解放路步行街商圈（解放路）- 西 -01

编号	JF-W-01-01	JF-W-01-02	JF-W-01-03	JF-W-01-04	JF-W-01-05
广告类别	墙身广告	墙身广告	组合式墙面招牌	店面招牌	墙身广告
方案	提升广告品质，在此广告上方增加一处广告，增添商业氛围	将违规的店招拆除后，在此处增加广告设施，烘托商业氛围	将拆除后的店招在此处统一规划，使其符合规范的同时满足商铺需求	提升店招品质，使其与周围的建筑环境相协调	将墙面品质较低的广告统一规划，使其与建筑立面相协调
位置	建筑立面左侧实体墙面上	建筑立面二层实体墙面上，不得遮挡窗户	位于建筑立面三层实体墙面上	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于2.5米	建筑立面右侧实体墙面上
尺寸	与建筑立面相协调，广告设施面积之和不得超过该墙面面积的30%	与建筑立面相协调，广告设施面积之和不得超过该墙面面积的30%	与建筑立面相协调	店招高度不超过1.2米，厚度不超过0.3米，相邻店面的招牌间距不宜小于0.3米	与建筑立面相协调，广告设施面积之和不得超过该墙面面积的30%
色彩	与建筑立面及周边环境色彩相协调	与建筑立面及周边环境色彩相协调	与建筑立面及周边色彩相协调，部分店招可使用自身牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	与建筑立面及周边环境色彩相协调
材料	亚克力、有机玻璃	亚克力、有机玻璃	亚克力、有机玻璃	PC耐力板、亚克力	亚克力、有机玻璃

- 新增
- 保留
- 整改
- 拆除



JF-W-01-01

JF-W-01-02

JF-W-01-04

JF-W-01-05



解放路商城

麦当劳 McDonald's

星巴克 Starbucks

依法诚信纳税 共建小康社会

中国工商银行

中国建设银行

中国光大银行

中国工商银行

## 5.2.1 夷陵广场户外广告布点分析

夷陵广场位于宜昌市城区繁华的商贸中心，东临国贸大厦、西临九州购物广场、南接广场路、北临西陵一路。东西长 300 米，南北宽 184 米，占地面积 5.52 万平方米，其中绿地面积 3.2 万平方米。

### 图例



景观节点



车行道路



人行道路



地块范围



# 现状照片



## 方案构思

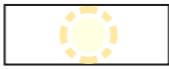



规划在夷陵广场沿路的绿地上，设置一组带有公益文化宣传文字的景观小品，采用轴对称的表达方式，和整个夷陵广场的设计相呼应。景观小品整体造型是以关于宜昌的诗歌、昭君、屈原等内容为主的景观墙。

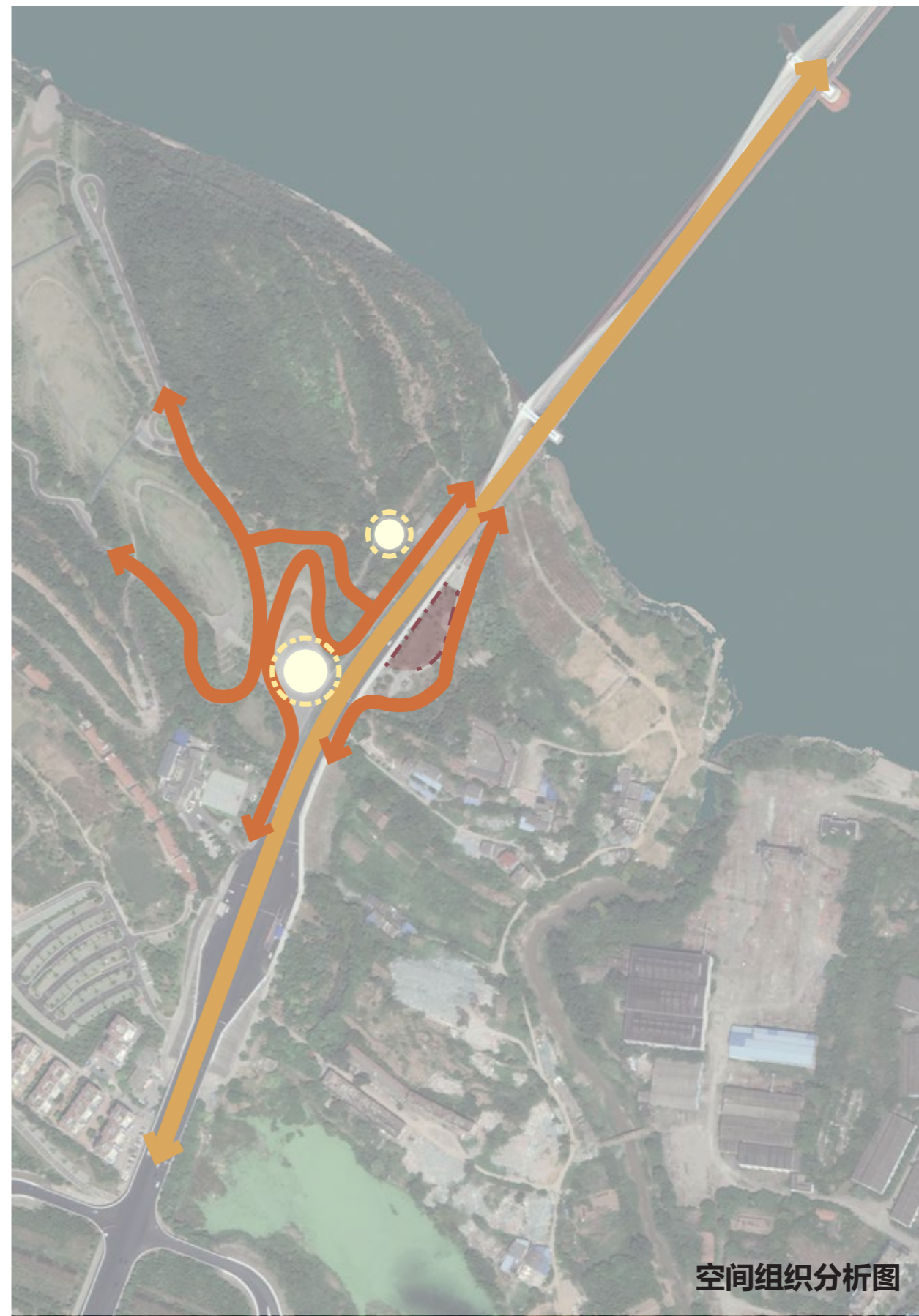


### 5.3.1 夷陵长江大桥户外广告布点分析

夷陵长江大桥,位于湖北省宜昌市的西陵区,毗邻磨基山、横卧长江,是连接西陵区与点军区的重要桥梁。

#### 图例

-  景观节点
-  车行道路
-  人行道路
-  地块范围



## 方案构思

宜昌可以学习武汉户外爱广告的优秀经验，借鉴其长江大桥媒体墙广告设置的方法，结合宜昌市实际情况，对夷陵长江大桥实施夜景亮化工程，并将其做成媒体墙广告的形式，增加亮点，体现城市特色，夜景亮化亮度、时间应该严格控制，不得对鱼类生活造成影响。



# 夷陵长江大桥 -01



## 第六章

## 道路两侧户外广告

### 详细规划

◆ 6.1 详细规划概述

◆ 6.2 东山大道

## 6.1 详细规划概述

宜昌市中心城区西陵区（葛洲坝）、伍家岗区、高新区东山园区、点军区及猇亭区。规划总面积约 156 平方公里，其中道路 123 条，道路总长度 633.673 公里。包括宜昌市中心城区的快速路、主干道、次干道，覆盖了中心城区不同等级的商业节点、交通门户、居住区、公园绿地等。

通过对宜昌一百二十三条道路的实地调研、现场采集，以相关的规划、标准、规范等为依据，以及本次总体规划为主要指导，对一百二十三条道路的户外广告设施进行具体的详细规划设计，针对现状的户外广告实施现状提出“保留、整改、拆除、新增”四类规划措施，通过控制和指引性的规划建议，提升户外广告设施的品质，塑造城市特色、美化城市风貌、提升城市整体建成环境品质。

附表3：重要节点及商圈





高速出入口	重要广场	主要商圈	桥梁、隧道
汉宜高速猇亭出口	夷陵广场	国贸商圈	至喜大桥
汉宜高速伍家出口	伍一广场	均瑶商圈	夷陵大桥
汉宜高速高新出口	宜昌东站广场	万达商圈	东山隧道
翻坝高速点军出口	三峡机场广场	CBD 商圈	云集隧道
沪渝高速猇亭出口	葛洲坝广场	水悦城商圈	
		解放路步行街商圈	
		桔城路商圈	
		华翔商圈	

附表 1：宜昌市规划区主、次干道明细表


序号	路名	序号	路名	序号	路名
1	三峡快速路	41	港窑路	81	五龙路
2	西陵二路	42	中南路	82	五龙三路
3	胜利三路	43	合益路	83	江南一路
4	东山大道	44	城乡路	84	站前一路
5	城东大道	45	白沙路	85	点军一路
6	夜明珠路	46	柏临河路	86	李家河路
7	镇平路	47	东站路	87	谭艾路
8	桔颂路	48	同强路	88	南站二路
9	峡州大道	49	百灵路	89	白马溪路
10	黄河路	50	土门路	90	桥边路
11	石子岭路	51	杨岔路	91	和谐路
12	东湖一路	52	东风路	92	文明路
13	西陵一路	53	金龙路	93	光明路
14	发展大道	54	中南一路	94	张家湾路
15	云集路	55	双城路	95	桃子冲路
16	大连路	56	桔城路	96	临江大道
17	桔乡路	57	同强路	97	银岭路
18	沿江大道	58	同强一路	98	猇亭大道
19	朝阳路	59	共同一路	99	金猇路
20	石溪路	60	花临路	100	七里冲路
21	唐家湾路	61	共同南路	101	先锋路
22	渭河路	62	共同北路	102	迎宾大道
23	北海路	63	伍夷路	103	机场路
24	珠海路	64	汉宜一路	104	张家湾横路
25	体育场路	65	双河路	105	车站路
26	夷陵大道	66	双河北路	106	横四路
27	东湖二路	67	点军大道	107	善窑路
28	樵湖二路	68	江城大道	108	迎宾四路
29	珍珠路	69	夷桥路	109	子窑路
30	隆康路	70	江南大道	110	站前路
31	环城北路	71	东岳一路	111	后山路
32	环城东路	72	牌坊坡路	112	正大路
33	环城南路	73	江南二路	113	亚元路
34	一马路	74	南站路	114	桐岭路
35	胜利四路	75	江南三路	115	民主路
36	花溪路	76	白马路	116	长寿路
37	伍临路、宜古路	77	团结路	117	迎宾一路
38	东临路	78	将军路	118	迎宾三路
39	八一路	79	点军路	119	先锋一路
40	柏临河路	80	双十路	120	逢桥路
121	西陵后路、横路	122	陶珠路	123	解放路

## 6.2 东山大道（以东山大道为例，仅供审阅。）

简介：东山大道位于宜昌市西陵区、伍家岗区，此次规划路段为夜明珠路至白沙路之间路段，长度约为 11.6km，街区内大多数为住宅底层商铺、商城，少量分布学校、医院等建筑。

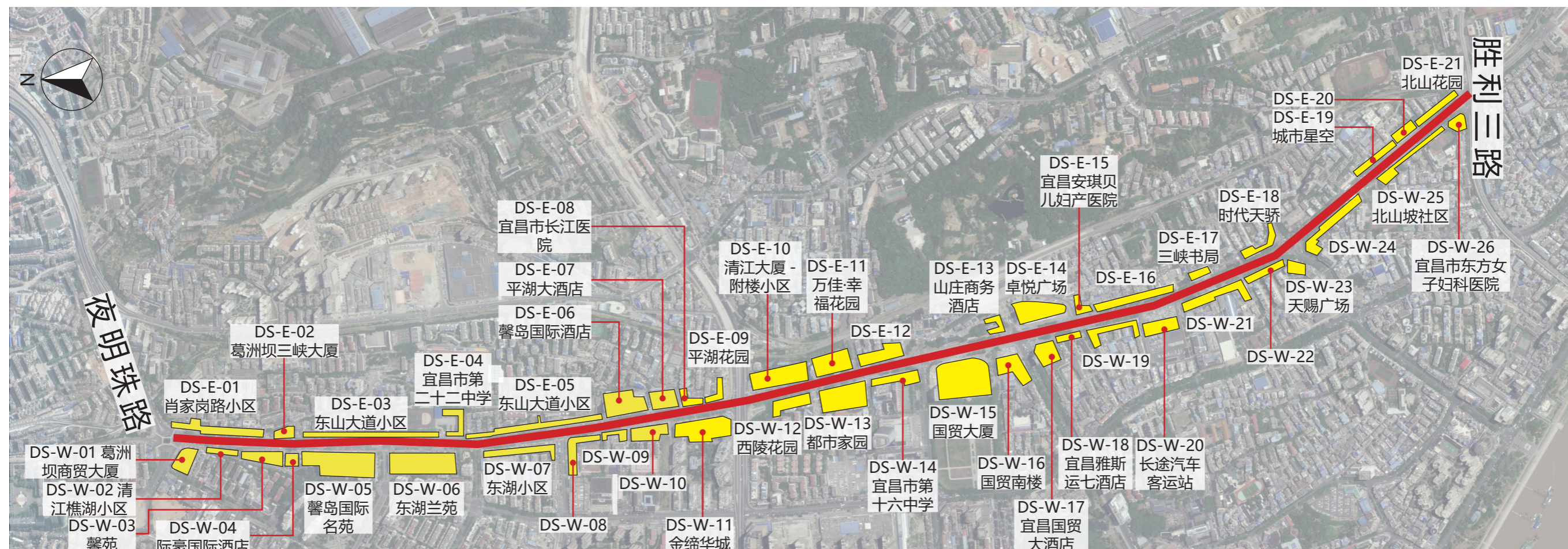
**控制导则：**本次规划有新增 、保留 、整改 、拆除  四项措施。其中新增、整改的内容在详细规划中做具体阐述，拆除的户外广告和招牌有以下四种原因：①屋顶违规设置户外广告和招牌；②存在一店多招现象；③存在多层多招现象；④户外广告和招牌位置违规。本规划原则上不允许二层以上设置店面招牌，如遇特殊情况需要设置店面招牌，需要市城管部门批准后，方可设置。

户外招牌的色彩推荐有如下色彩区间：

蓝紫色 、蓝灰色 、大理石黑色 、灰绿色 、镉黄色 、木纹色 、红杏色 、深红色 、赭石色 、棕色 、深卡其色  等。具体颜色的选择应与户外招牌所在的建筑颜色以及周边环境相协调。



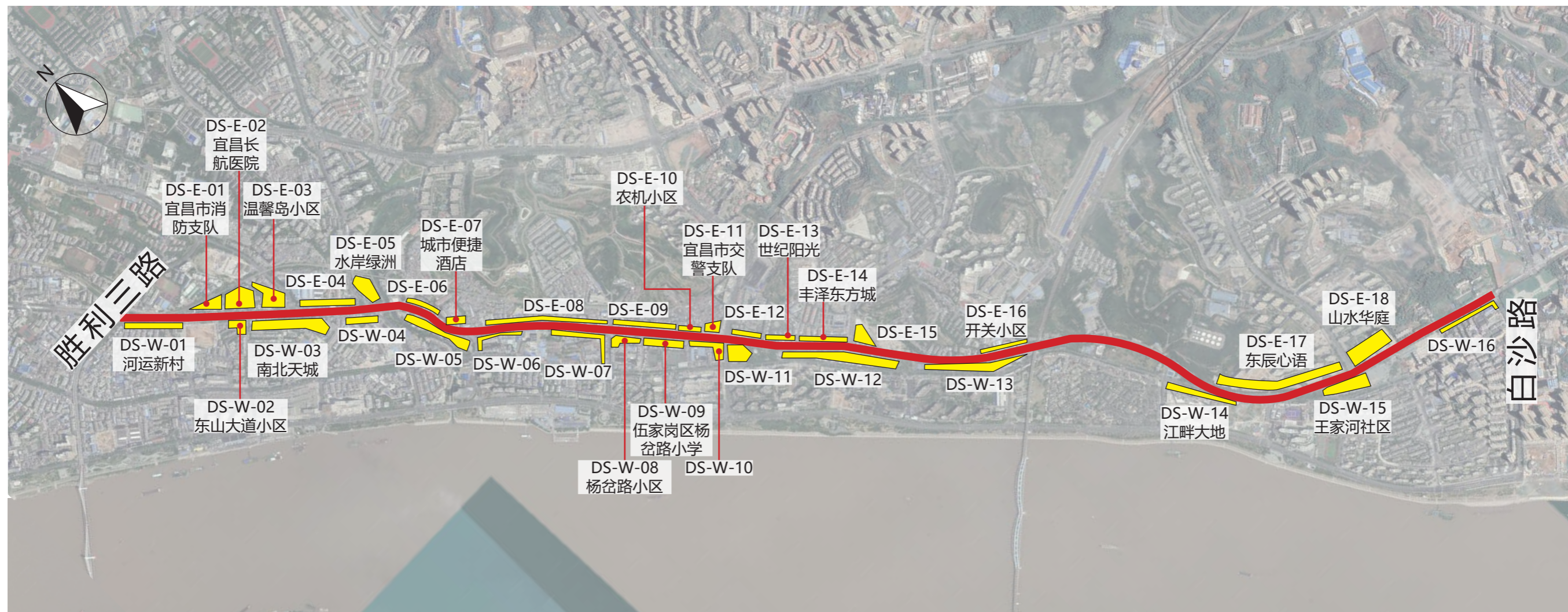
# 东山大道（夜明珠路—胜利三路）



东山大道东侧	
建筑名称	广告现状
DS-E-01 肖家岗路小区	建筑标识、店招、屋顶广告、走字屏广告
DS-E-02 葛洲坝三峡大厦	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-E-03 东山大道小区	店招、走字屏广告
DS-E-04 宜昌市第二十二中学	落地式标识
DS-E-05 东山大道小区	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-E-06 馨岛国际酒店	建筑标识
DS-E-07 平湖大酒店	建筑标识、电子屏广告
DS-E-08 宜昌市长江医院	建筑标识、走字屏广告、墙身广告
DS-E-09 平湖花园	拆迁
DS-E-10 清江大厦 - 附楼小区	建筑标识、店招、墙身广告、贴膜广告
DS-E-11 万佳幸福花园	立面整改
DS-E-12	店招、走字屏广告
DS-E-13 山庄商务酒店	建筑标识、店招、走字屏广告、贴膜广告
DS-E-14 卓悦广场	建筑标识、落地式标识、电子屏广告、店招、墙身广告、走字屏广告、贴膜广告
DS-E-15 宜昌安琪儿妇产医院	建筑标识、店招、走字屏广告、屋顶广告
DS-E-16	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-E-17 三峡书局	建筑标识、走字屏广告
DS-E-18 时代天骄	建筑标识、店招
DS-E-19 城市星空	店招、走字屏广告
DS-E-20	建筑标识、店招
DS-E-21 北山花园	建筑标识、店招

东山大道西侧	
建筑名称	广告现状
DS-W-01 葛洲坝商贸大厦	建筑标识、店招、墙身广告、电子屏广告
DS-W-02 清江樵湖小区	店招、走字屏广告
DS-W-03 馨苑	店招
DS-W-04 际豪国际酒店	建筑标识、店招
DS-W-05 馨岛国际名苑	建筑标识、店招、墙身广告
DS-W-06 东湖兰苑	店招、走字屏广告
DS-W-07 东湖小区	建筑标识、店招
DS-W-08	店招
DS-W-09	店招
DS-W-10	店招、走字屏广告
DS-W-11 金缔华城	店招、墙身广告、走字屏广告
DS-W-12 西陵花园	店招、走字屏广告
DS-W-13 都市家园	店招
DS-W-14 宜昌市第十六中学	店招、走字屏广告
DS-W-15 国贸大厦	建筑标识、店招、落地式招牌、墙身广告
DS-W-16 国贸南楼	建筑标识、屋顶广告
DS-W-17 宜昌国贸大酒店	建筑标识、店招、墙身广告、走字屏广告
DS-W-18 宜昌雅斯运七酒店	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-W-19	店招、走字屏广告
DS-W-20 长途汽车客运站	建筑标识、店招、走字屏广告、屋顶广告
DS-W-21	店招、走字屏广告
DS-W-22	店招
DS-W-23 天赐广场	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-W-24	店招、走字屏广告
DS-W-25 北山坡社区	店招、走字屏广告
DS-W-26 宜昌市东方女子妇科医院	建筑标识、贴膜广告、走字屏广告

# 东山大道（胜利三路—白沙路）

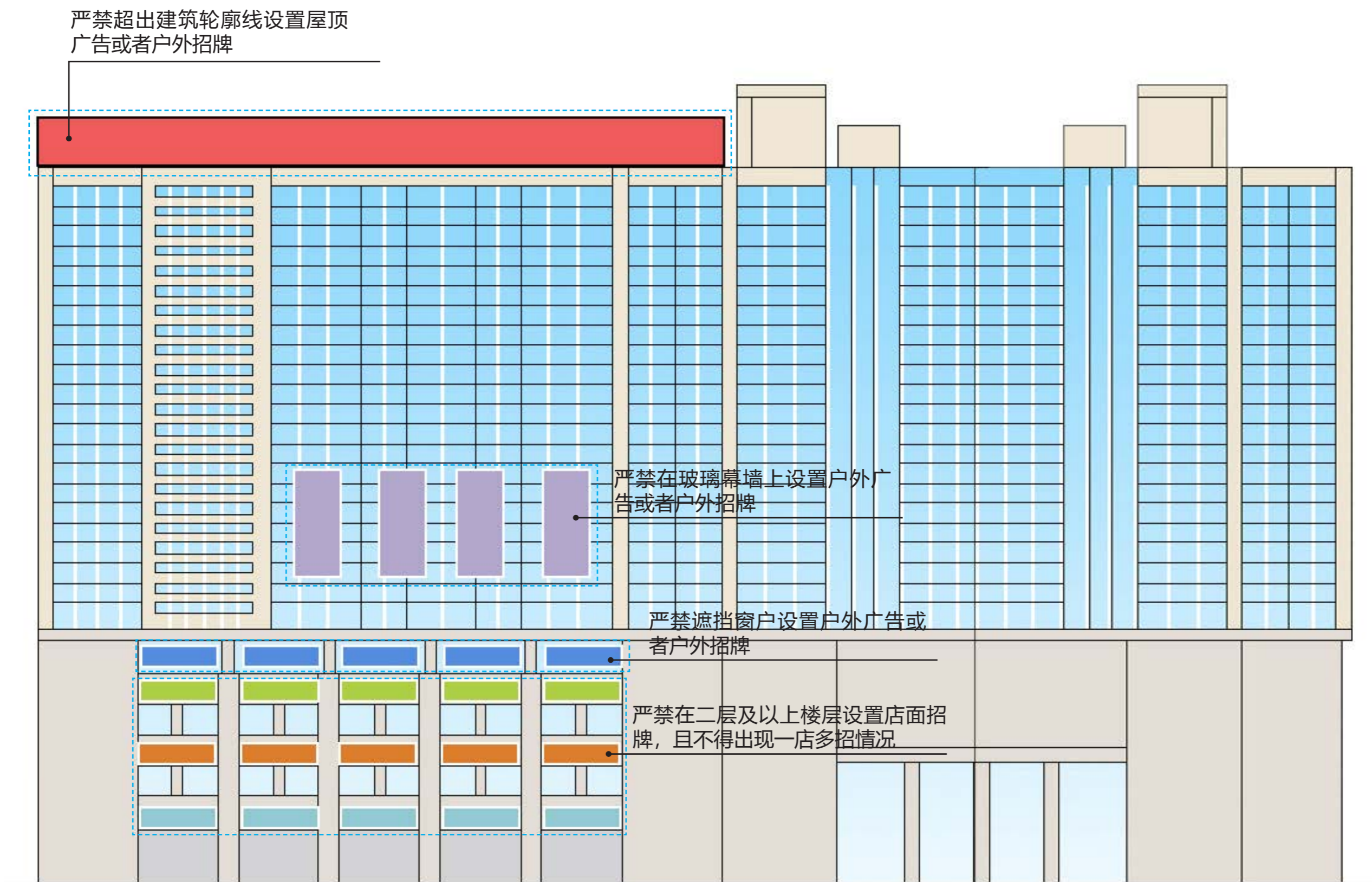


### 东山大道东侧

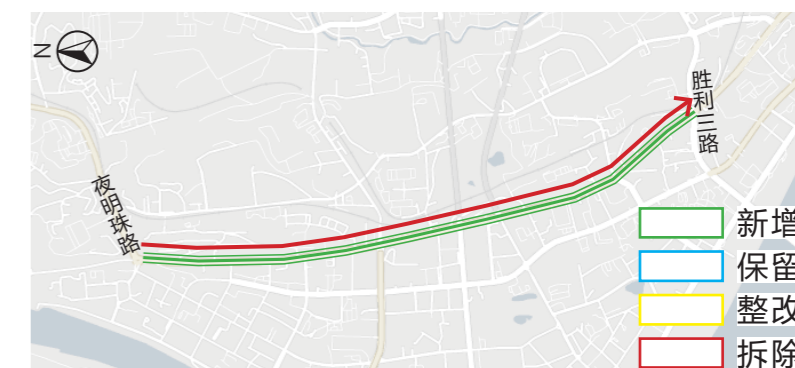
建筑名称	广告现状
DS-E-01 宜昌市消防支队	落地式标识、店招、走字屏广告
DS-E-02 宜昌长航医院	建筑标识
DS-E-03 温馨岛小区	店招
DS-E-04	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-E-05 水岸绿洲	建筑标识、店招
DS-E-06	店招
DS-E-07 城市便捷酒店	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-E-08	建筑标识、店招
DS-E-09	店招
DS-E-10 农机小区	店招
DS-E-11 宜昌市交警支队	建筑标识、走字屏广告
DS-E-12	店招、走字屏广告
DS-E-13 世纪阳光	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-E-14 丰泽东方城	店招、走字屏广告
DS-E-15	落地式标识、店招
DS-E-16 开关小区	店招
DS-E-17 东辰心语	无
DS-E-18 山水华庭	店招、走字屏广告

### 东山大道西侧

建筑名称	广告现状
DS-W-01 河运新村	店招
DS-W-02 东山大道小区	店招
DS-W-03 南北天城	店招、走字屏广告
DS-W-04	店招、走字屏广告
DS-W-05	店招、走字屏广告
DS-W-06	店招
DS-W-07	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-W-08 杨岔路小区	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-W-09 伍家岗区杨岔路小学	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-W-10	建筑标识、店招
DS-W-11	店招、屋顶广告、贴膜广告
DS-W-12	店招
DS-W-13	店招
DS-W-14 江畔大地	店招
DS-W-15 王家河社区	建筑标识、店招、走字屏广告
DS-W-16	店招

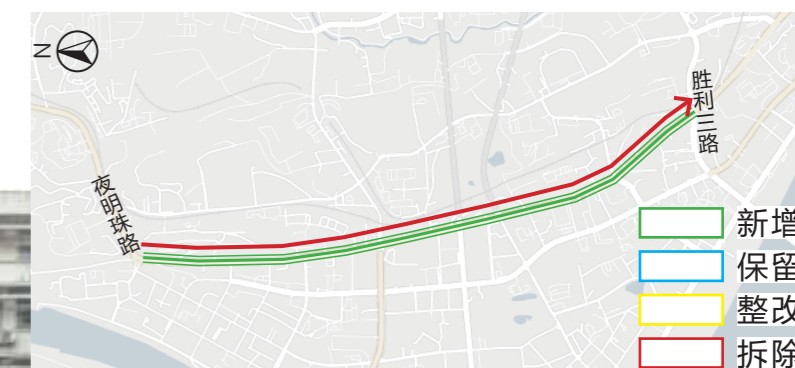


# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-01



编号	DS-E-01-01	DS-E-01-02	DS-E-01-03
广告类别	店面招牌	建筑标识招牌	店面招牌
方案	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，字体高度不宜大于底板高度的 3/5	将原有的建筑标识以镂空字的形式重新设置在建筑立面右侧实体墙面上	更换店招底板，使同一栋建筑上店招相对统一，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	竖向设置，位于建筑立面右侧实体墙面上，上边缘距离建筑顶端不小于 1 米，右边缘距离建筑右端不小于 0.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	招牌字符最大边长不超过 1.2 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等	与周边建筑及环境色彩相协调	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等
材料	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃	亚克力、有机玻璃	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-01



整治前



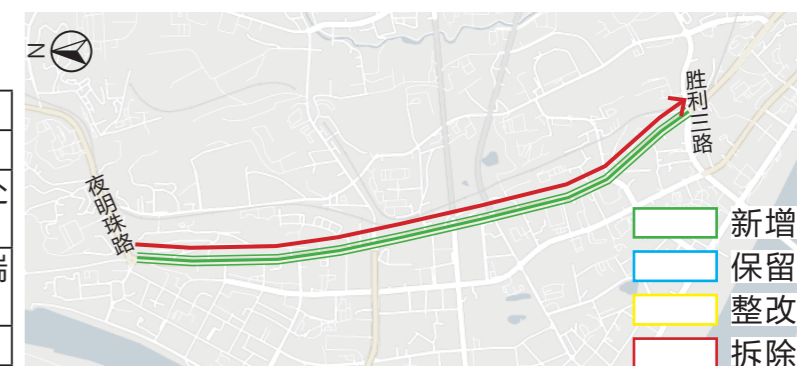
整治后



编号	DS-E-01-04	DS-E-01-05
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招的高度、色彩，使其大小与店面相协调，色彩与建筑以周边环境相协调	对店招进行提档升级，使其与建筑环境相协调，调整店招底板色彩，使其色彩与所在建筑色彩相协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色
材料	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃

## 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-02

编号	DS-E-02-01	DS-E-02-02
广告类别	店面招牌	建筑标识招牌
方案	将以镂空字形式设置的招牌增加底板，提升招牌的品质，使其整洁有序，不影响建筑立面美观	将违规设置在建筑顶部的建筑标识拆除后，按照规范重新设置在此处实体墙面上
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	横向设置，位于建筑顶部实体墙面上居中，招牌上边缘距离建筑顶端不小于 0.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米	招牌字符最大边长不超过 1.5 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	与周边建筑及环境色彩相协调
材料	PVC、铝塑板、不锈钢	有机玻璃、不锈钢

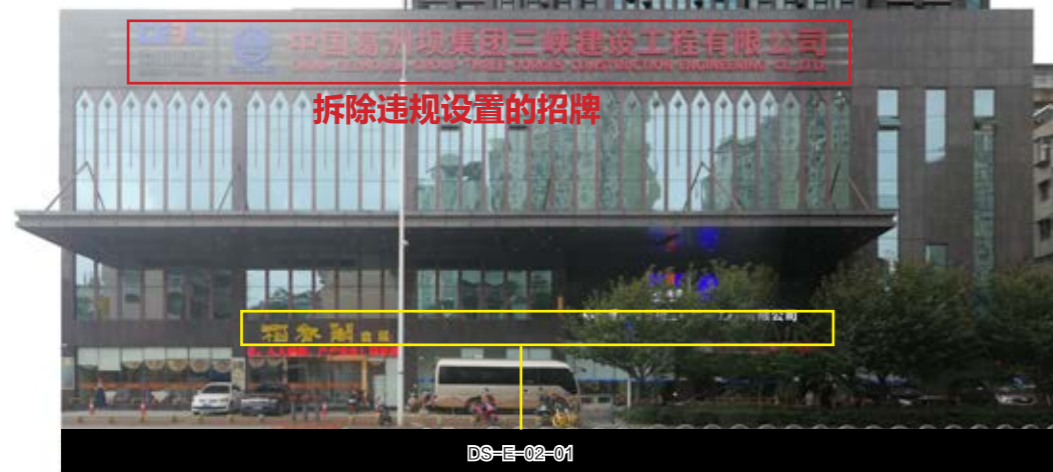


整治前

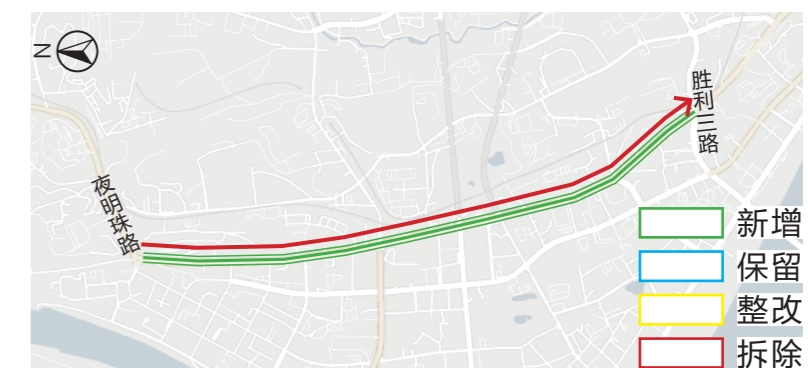
葛洲坝三峡大厦  
拆除违规设置在建筑屋顶的建筑标识



整治后



# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-03



## 整治前

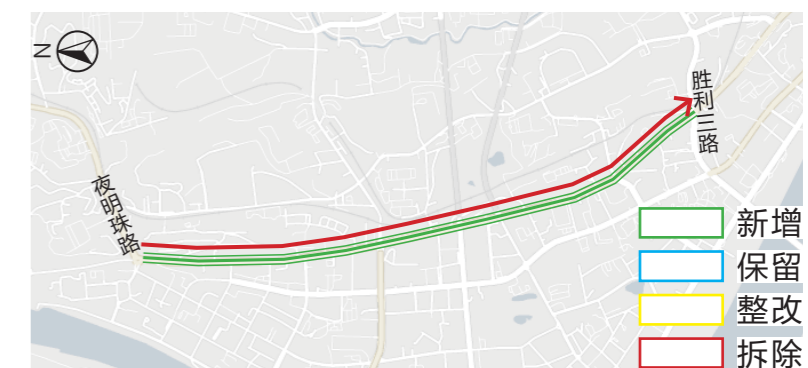


## 整治后



编号	DS-E-03-01	DS-E-03-02	DS-E-03-03
广告类别	店面招牌	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容，仅保留店招文字及 LOGO	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容，仅保留店招文字及 LOGO	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，底板色彩选择同一色系不同颜色，使相邻店招相对统一协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等
材料	PC 耐力板、双色板、不锈钢	PC 耐力板、双色板、不锈钢	PC 耐力板、双色板、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-03



## 整治前

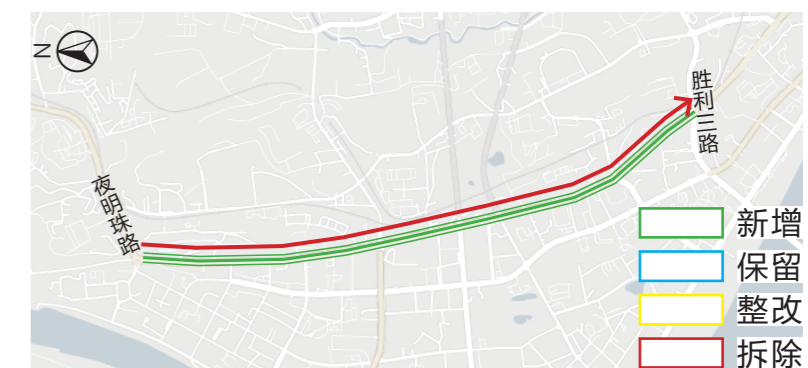


## 整治后



编号	DS-E-03-04	DS-E-03-05	DS-E-03-06
广告类别	店面招牌	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容，仅保留店招文字及 LOGO	更换店招底板，使同一栋建筑上店招相对统一，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调	更换店招底板，使同一栋建筑上店招相对统一，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色
材料	有机玻璃、双色板、PVC	有机玻璃、双色板、PVC	有机玻璃、双色板、PVC

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-05



整治前

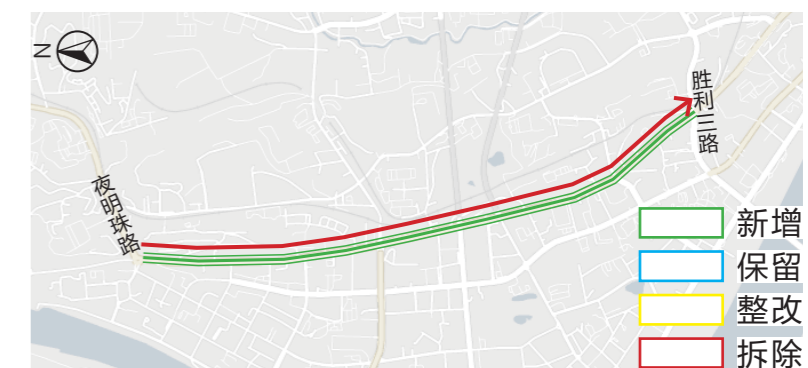


整治后



编号	DS-E-05-01	DS-E-05-02	DS-E-05-03	DS-E-05-04
广告类别	店面招牌	店面招牌	店面招牌	店面招牌
方案	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，同时去除店招内宣传性内容	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，使相邻店招相对统一协调	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于2.5米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于2.5米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于2.5米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于2.5米
尺寸	店招高度不超过1米，厚度不超过0.3米，相邻店面的招牌间距不宜小于0.3米	店招高度不超过1米，厚度不超过0.3米，相邻店面的招牌间距不宜小于0.3米	店招高度不超过1.2米，厚度不超过0.3米，相邻店面的招牌间距不宜小于0.3米	店招高度不超过0.8米，厚度不超过0.3米，相邻店面的招牌间距不宜小于0.3米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色
材料	有机玻璃、双色板、PVC	有机玻璃、双色板、PVC	PVC、铝塑板、不锈钢	PVC、铝塑板、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-05



整治前



整治后



编号	DS-E-05-05	DS-E-05-06	DS-E-05-07
广告类别	店面招牌	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，底板色彩选择同一色系不同颜色，使相邻店招相对统一协调	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，字体高度不宜大于底板高度的 3/5，同时去除店招内宣传性内容	更换店招底板，使同一栋建筑上店招相对统一，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米，不得遮挡二层窗户	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米，不得遮挡二层窗户	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米，保留部分店招自身品牌色	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	亚克力、铝塑板、有机玻璃	亚克力、铝塑板、有机玻璃	亚克力、铝塑板、有机玻璃

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-06、07、08

整治前



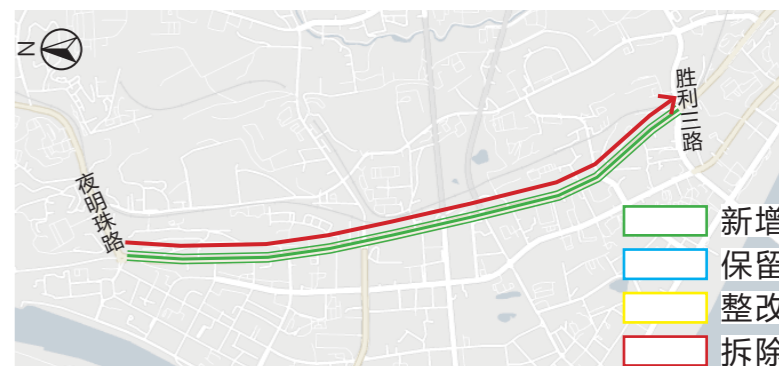
整治后



编号	DS-E-07-01	DS-E-08-01
广告类别	建筑标识招牌	建筑标识招牌
方案	将违规设置在建筑裙房顶部的建筑标识拆除后，按照规范重新设置在建筑出入口处雨棚上方	将违规设置在建筑左侧的建筑标识拆除后，按照规范，以镂空字的形式重新设置在建筑左侧立面实体墙面上
位置	横向设置，位于建筑出入口处雨棚上方	竖向设置，位于建筑左侧立面实体墙面上，不得遮挡窗户，不得超出建筑立面实体墙面轮廓线
尺寸	招牌字符最大边长不超过 1 米	招牌字符最大边长不超过 1.2 米
色彩	与周边建筑及环境色彩相协调	与周边建筑及环境色彩相协调
材料	不锈钢、PVC	亚克力、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-10

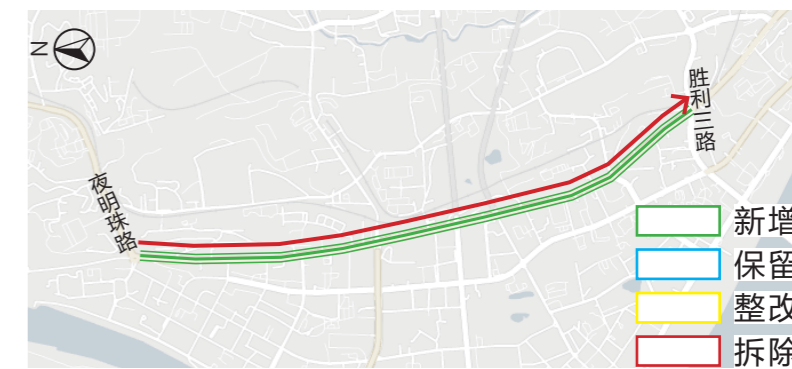
整治前



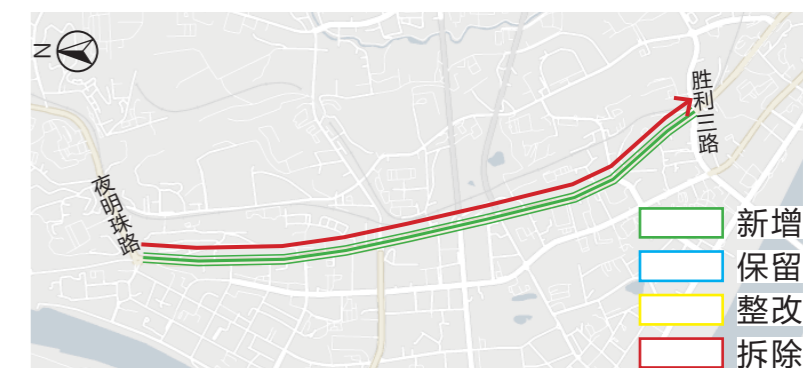
编号	DS-E-10-01	DS-E-10-02
广告类别	店面招牌	建筑标识招牌
方案	将违规设置在建筑裙房三层的招牌按照规范重新设置在建筑一层门楣上方实体墙面上	将违规设置在建筑裙房顶部的建筑标识拆除后，按照规范重新设置在建筑裙房立面二层实体墙面上
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米，不得遮挡二层窗户	横向设置，位于建筑裙房二层实体墙面上，店招上下边缘不得遮挡窗户
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米	招牌字符最大边长不超过 1.2 米
色彩	店招自身品牌色	与周边建筑及环境色彩相协调
材料	亚克力、铝塑板、有机玻璃	有机玻璃、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-10

整治后



# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-12



## 整治前

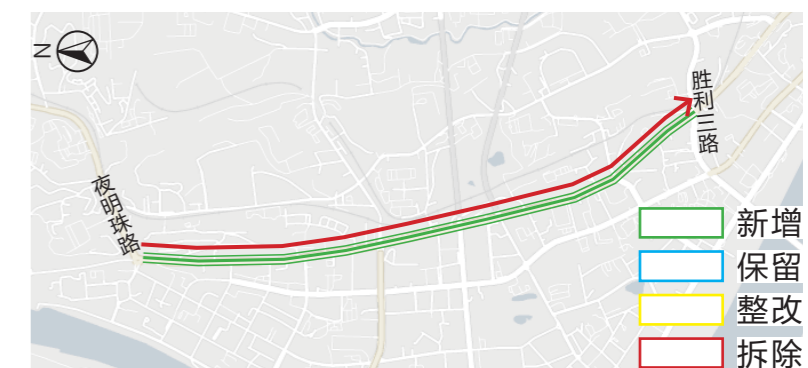


## 整治后



编号	DS-E-12-01	DS-E-12-02	DS-E-12-03
广告类别	店面招牌	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容，仅保留店招文字及 LOGO	更换店招底板，使同一栋建筑上店招相对统一，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调	调整店招大小、色彩，使同一栋建筑上的店招处于统一高度、同一平面，且色彩相协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较高，易于衬托明亮暖色系字体的深红色、赭石色、棕色、深卡其色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较高，易于衬托明亮暖色系字体的深红色、赭石色、棕色、深卡其色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较高，易于衬托明亮暖色系字体的深红色、赭石色、棕色、深卡其色等
材料	有机玻璃、双色板、PVC	有机玻璃、双色板、PVC	有机玻璃、双色板、PVC

# 东山大道（夜明珠路－胜利三路）-DS-E-13



## 整治前



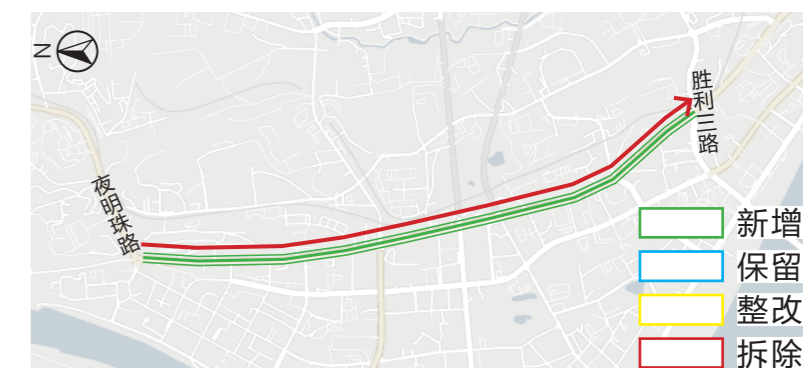
## 整治后



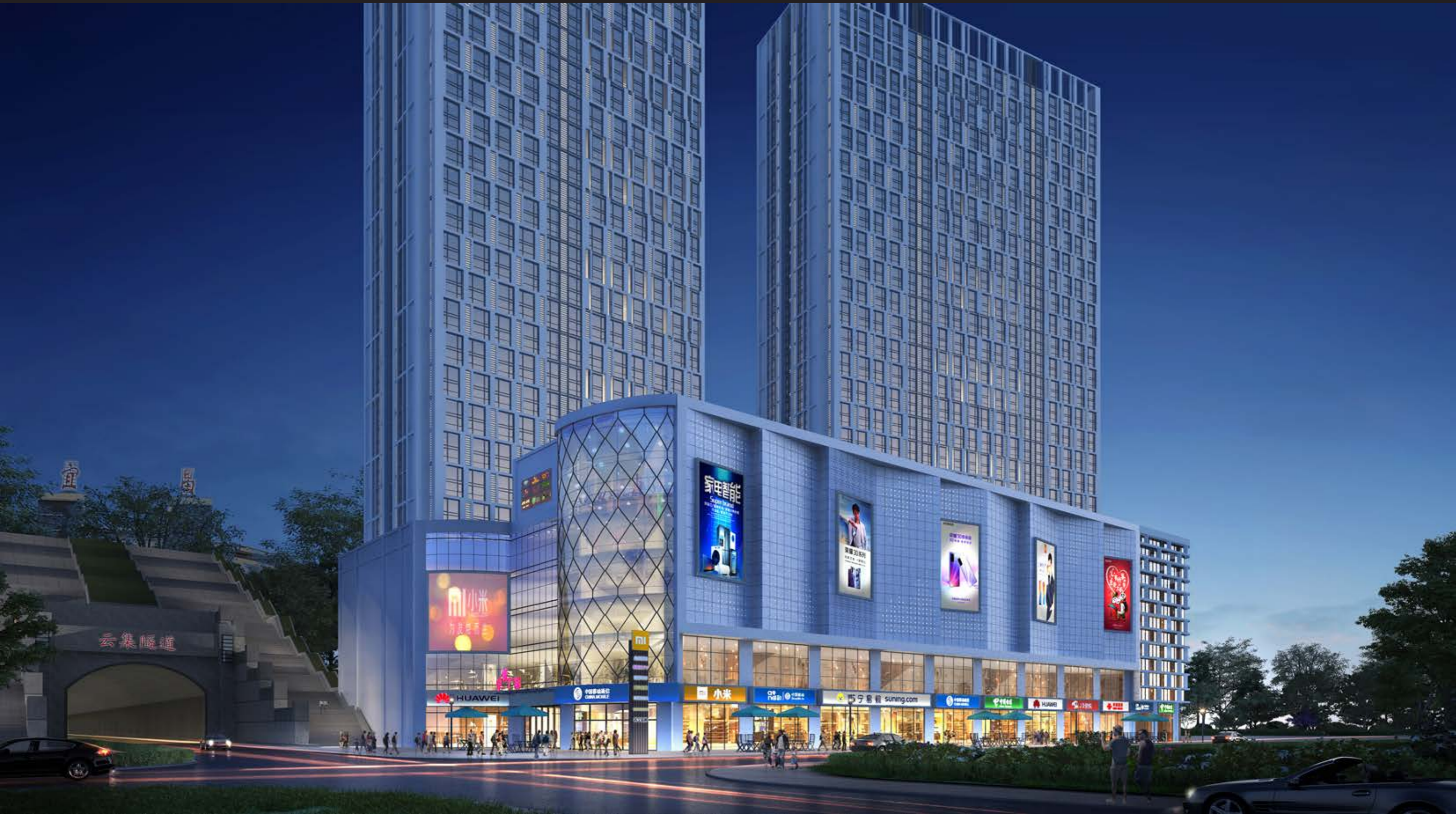
编号	DS-E-13-01	DS-E-13-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招大小，使其不得超出建筑实体墙面，调整店招底板色彩，使其与建筑及周边环境相协调	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，字体高度不宜大于底板高度的 3/5
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 0.8 米，厚度不超过 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	不锈钢、亚克力、PVC	不锈钢、亚克力、PVC

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-14

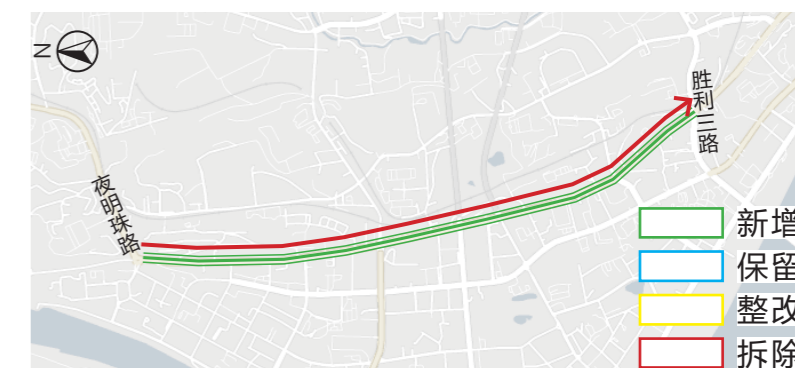
整治前



编号	DS-E-14-01	DS-E-14-02
广告类别	组合式店面招牌	组合式店面招牌
方案	将违规设置于建筑玻璃幕墙上的店招牌以组合落地式店面招牌的形式设置在广场立柱上，从而满足店铺需求	将左侧立面违规设置于建筑多层的店招以墙面组合式店面招牌的形式设置，从而满足店铺需求
位置	设置于卓越广场出入口处，所属建筑（单位）用地红线范围之内，不得在距离建（构）筑物 20 米范围外设置，不得妨碍交通	设置于建筑左侧立面实体墙面上，不得超出建筑轮廓线，且不得遮挡窗户
尺寸	高度不大于 6 米，宽度不大于 0.6 米，占地投影面积不大于 0.8 平方米	招牌的单个字符不得超过 0.8 米，整体大小与建筑立面相协调
色彩	灰褐色	与建筑立面及周边环境色彩相协调
材料	大理石、亚克力	亚克力、有机玻璃



# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-15



整治前



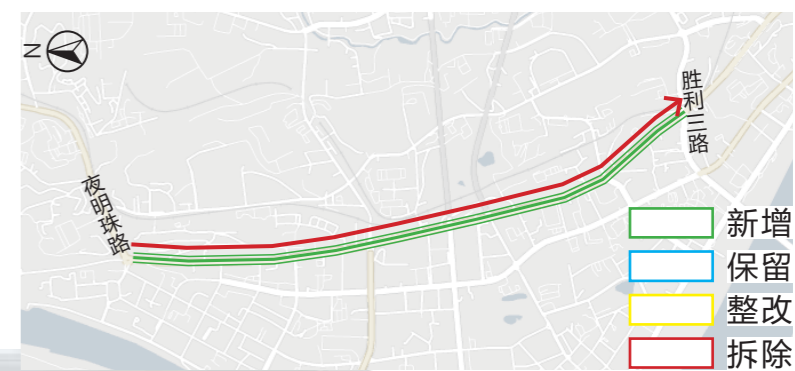
整治后



编号	DS-E-15-01	DS-E-15-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，同时去除店招内宣传性内容	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，同时去除店招内宣传性内容
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较高，易于衬托明亮暖色系字体的深红色、赭石色、棕色、深卡其色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较高，易于衬托明亮暖色系字体的深红色、赭石色、棕色、深卡其色等，保留部分店招自身品牌色
材料	亚克力、铝塑板、有机玻璃	亚克力、铝塑板、有机玻璃

## 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-16

编号	DS-E-16-01	DS-E-16-02	DS-E-16-03
广告类别	店面招牌	建筑标识招牌	店面招牌
方案	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，使相邻店招相对统一协调	将违规设置在建筑上的建筑标识按照规范重新设置在建筑右侧立面实体墙面上	将违规设置在建筑裙房二层的店招按照规范重新设置在一层门楣上方实体墙面上
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	竖向设置，位于建筑右侧立面实体墙面上，不得遮挡窗户	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	招牌字符最大边长不超过 1. 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	与周边建筑及环境色彩相协调	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	PC 耐力板、双色板、不锈钢	亚克力、有机玻璃、不锈钢	PC 耐力板、双色板、不锈钢



整治前



整治后



# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-17、18

拆除违规设置在建筑屋顶的建筑标识

整治前

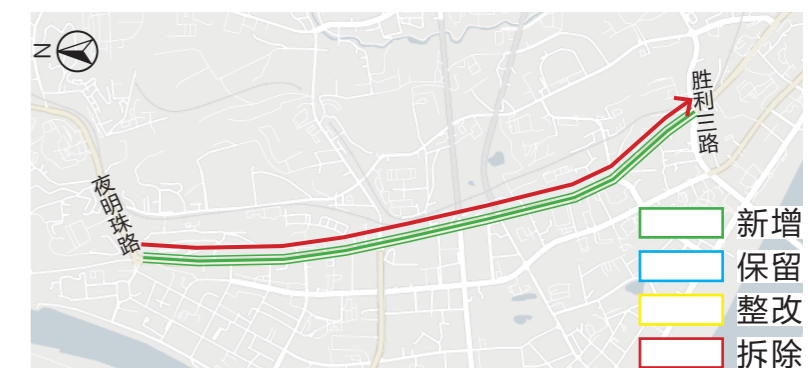


整治后



编号	DS-E-17-01	DS-E-18-01	DS-E-18-02
广告类别	建筑标识招牌	店面招牌	店面招牌
方案	将违规设置在建筑顶部的建筑标识拆除后，按照规范重新设置在建筑出入口处雨棚上方	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，字体高度不宜大于底板高度的 3/5	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调
位置	横向设置，位于建筑出入口处雨棚上方	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	招牌字符最大边长不超过 1.2 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 0.8 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	与周边建筑及环境色彩相协调	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色
材料	不锈钢、有机玻璃	PC 耐力板、双色板、不锈钢	PC 耐力板、双色板、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-19



## 整治前



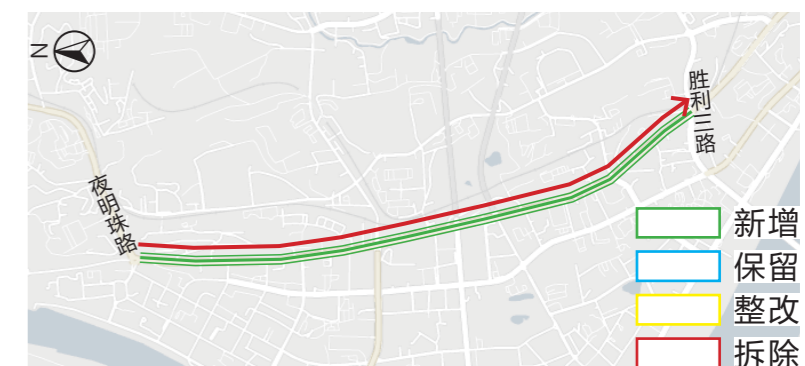
## 整治后



编号	DS-E-19-01	DS-E-19-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，底板色彩选择同一色系不同颜色，使相邻店招相对统一协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色
材料	有机玻璃、双色板、PVC	有机玻璃、双色板、PVC

## 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-E-20

编号	DS-E-19-01	DS-E-19-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，底板色彩选择同一色系不同颜色，使相邻店招相对统一协调	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，字体高度不宜大于底板高度的 3/5
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等
材料	亚克力、铝塑板、有机玻璃	亚克力、铝塑板、有机玻璃



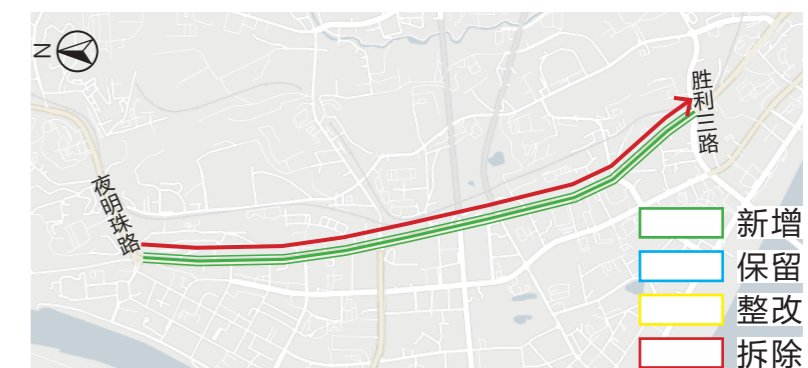
整治前



整治后



# 东山大道（夜明珠路－胜利三路）-DS-E-21



## 整治前

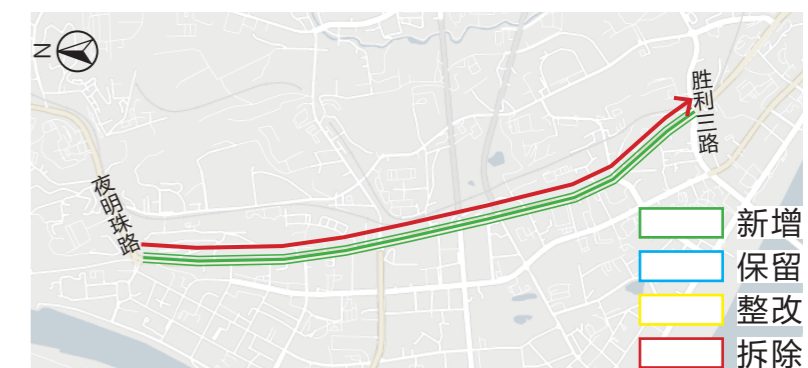


## 整治后



编号	DS-E-21-01	DS-E-21-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调，同时去除店招内宣传性内容	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，字体高度不宜大于底板高度的 3/5，同时去除店招内宣传性内容
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	不锈钢、亚克力、PVC	不锈钢、亚克力、PVC

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-01、02



整治前

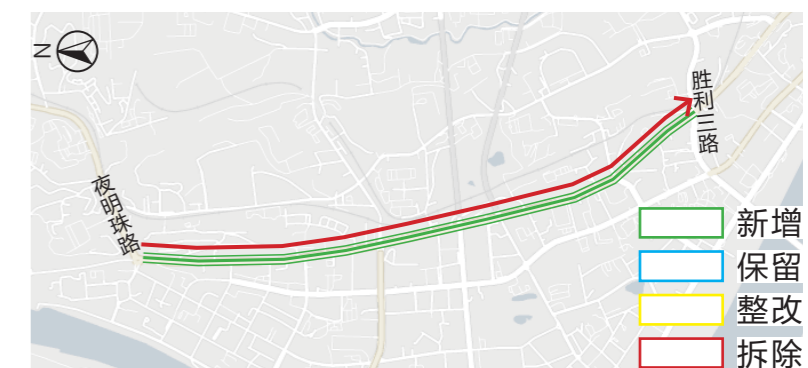


整治后



编号	DS-W-01-01	DS-W-02-01	DS-W-02-02
广告类别	店面招牌	店面招牌	店面招牌
方案	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调	更换店招底板，使同一栋建筑上店招相对统一，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 0.8 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等
材料	有机玻璃、双色板、PVC	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃

# 东山大道（夜明珠路－胜利三路）-DS-W-03、04



整治前

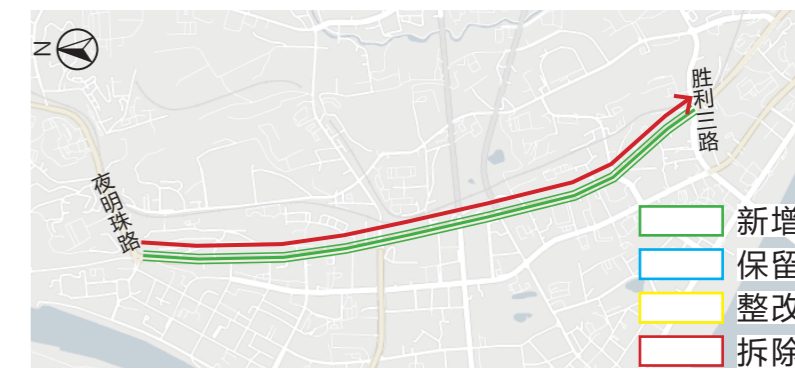


整治后

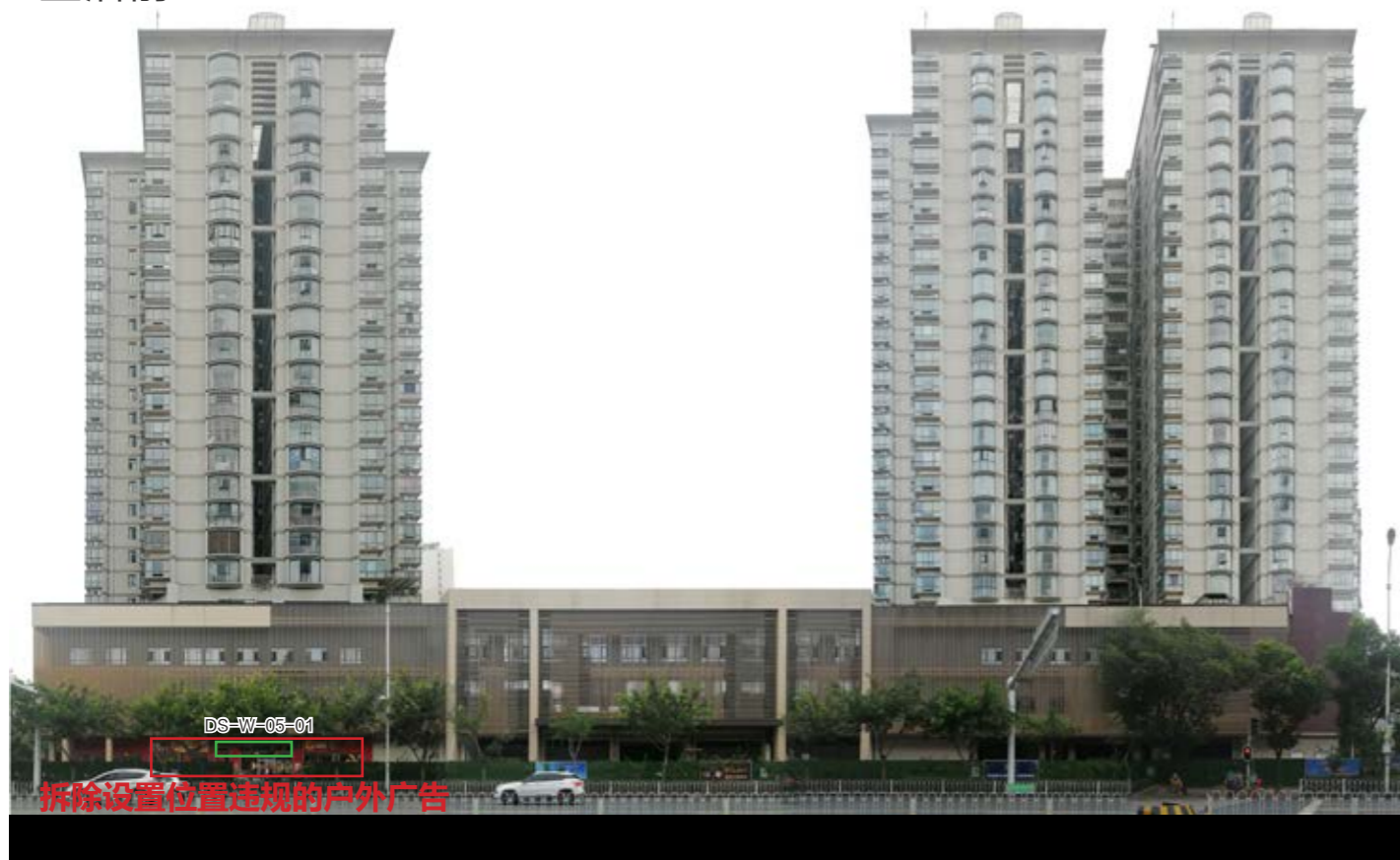


编号	DS-W-03-01	DS-W-03-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，底板色彩选择同一色系不同颜色，使相邻店招相对统一协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色
材料	PVC、铝塑板、不锈钢	PVC、铝塑板、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-05



整治前

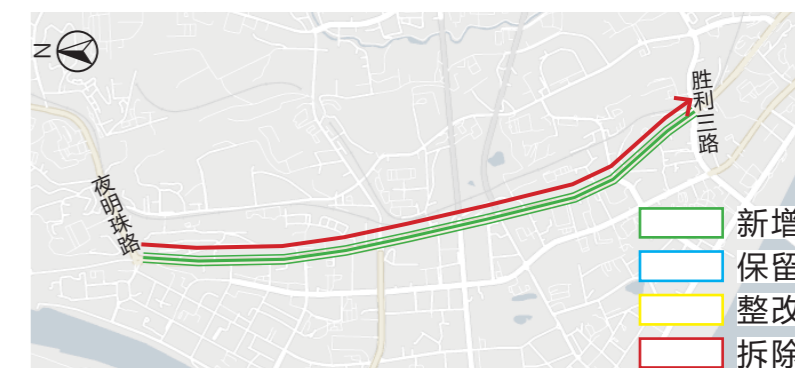


整治后

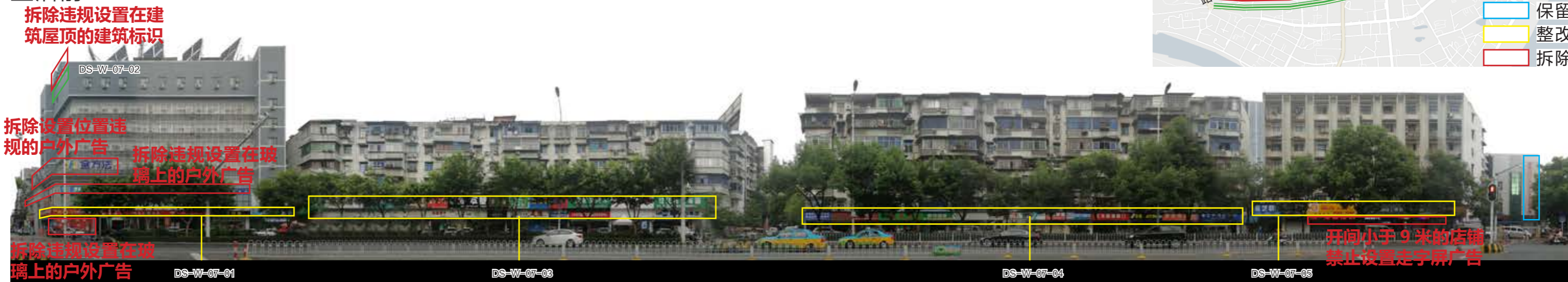


编号	DS-W-05-01
广告类别	店面招牌
方案	将店铺周边凌乱的贴膜广告以店招的形式设置在店铺出入口处门楣上方
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米
色彩	店招自身品牌色
材料	PVC、铝塑板、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-07



## 整治前

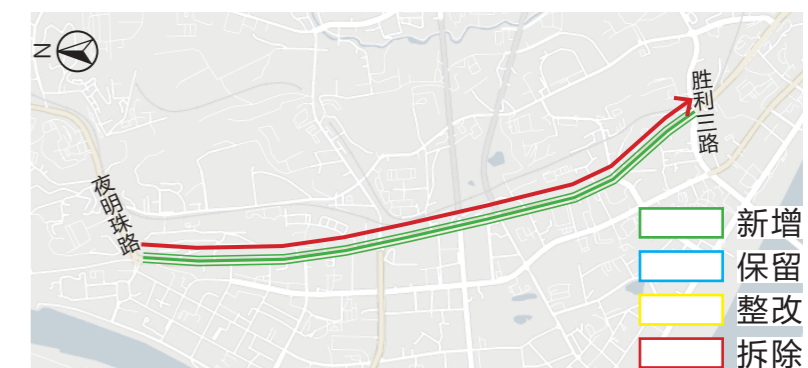


## 整治后



编号	DS-W-07-01	DS-W-07-02	DS-W-07-03	DS-W-07-04	DS-W-07-05
广告类别	店面招牌	建筑标识招牌	店面招牌	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招色彩，使其与周边的建筑环境相协调	将违规设置在屋顶的建筑标识拆除后，重新设置在建筑顶部的实体墙面上	保留主要招牌，拆除次要招牌，不得出现一店多招现象，同时使其与相邻店招处于统一高度、同一平面	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米，不得遮挡二层窗户	横向设置，位于建筑顶部实体墙面上，招牌上边缘距离建筑顶端不小于 0.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	招牌的单个字符不得超过 1.5 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等	店招自身品牌色	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等
材料	PC 耐力板、双色板、不锈钢	有机玻璃、不锈钢	PC 耐力板、双色板、不锈钢	亚克力、有机玻璃、不锈钢	亚克力、有机玻璃、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-08、09、10



整治前



整治后



编号	DS-W-08-01	DS-W-08-02	DS-W-09-01	DS-W-10-01
广告类别	店面招牌	店面招牌	建筑标识招牌	店面招牌
方案	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容	对店招进行提档升级，使其色彩与所在建筑相协调，同时去除店招内宣传性内容	将违规设置在屋顶的建筑标识拆除后，重新设置在建筑顶部的实体墙面上	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	横向设置，位于建筑顶部实体墙面上偏左，招牌上边缘距离建筑顶端不小于 0.5 米，下边缘不得遮挡窗户	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	招牌的单个字符不得超过 1.2 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等	与周边建筑及环境色彩相协调	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等
材料	不锈钢、亚克力、PVC	不锈钢、亚克力、PVC	亚克力、有机玻璃、不锈钢	亚克力、有机玻璃、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-11

整治前



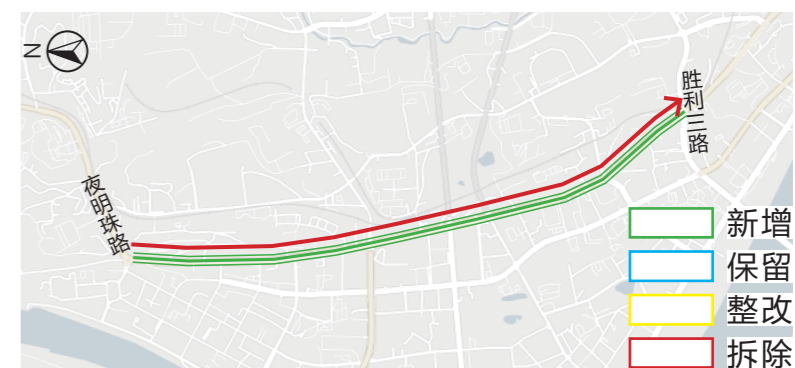
整治后



编号	DS-W-11-01	DS-W-11-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐，统一店招底板，底板色彩选择同一色系不同颜色，使相邻店招相对统一协调	将违规设置在建筑二层的店面招牌按照规范重新设置在建筑一层门楣上方
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃

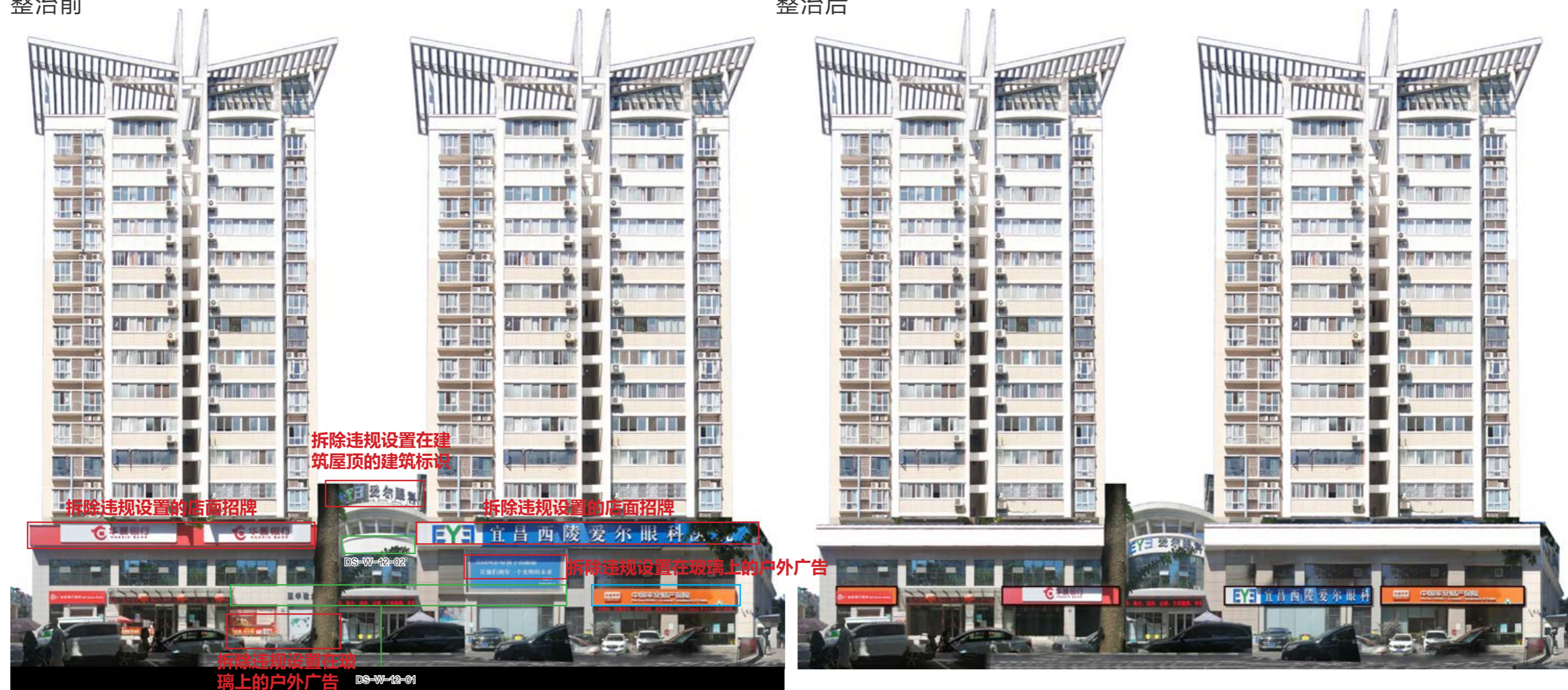
# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-12

编号	DS-W-12-01	DS-W-12-02
广告类别	店面招牌	建筑标识招牌
方案	将违规设置在建筑二层的店面招牌按照规范重新设置在建筑一层门楣上方	将违规设置在建筑顶部的建筑标识按照规范重新设置在建筑裙房二层实体墙面上
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	横向设置，位于建筑裙房二层实体墙面上，不得遮挡窗户，不得超出建筑顶部轮廓线
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	招牌字符最大边长不超过 1 米
色彩	店招自身品牌色	与周边建筑及环境色彩相协调
材料	亚克力、铝塑板、有机玻璃	有机玻璃、PVC



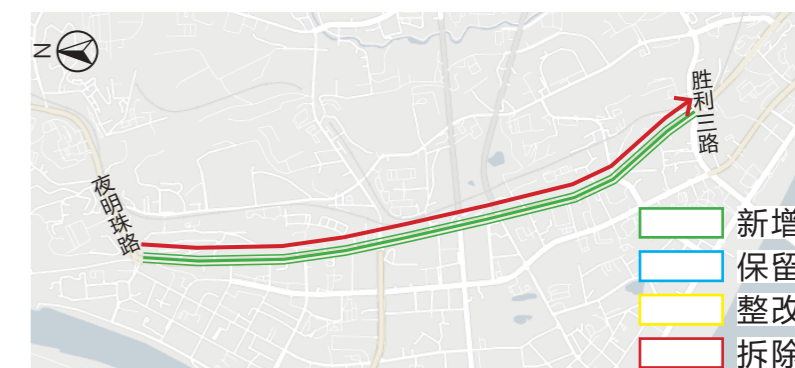
整治前

整治后

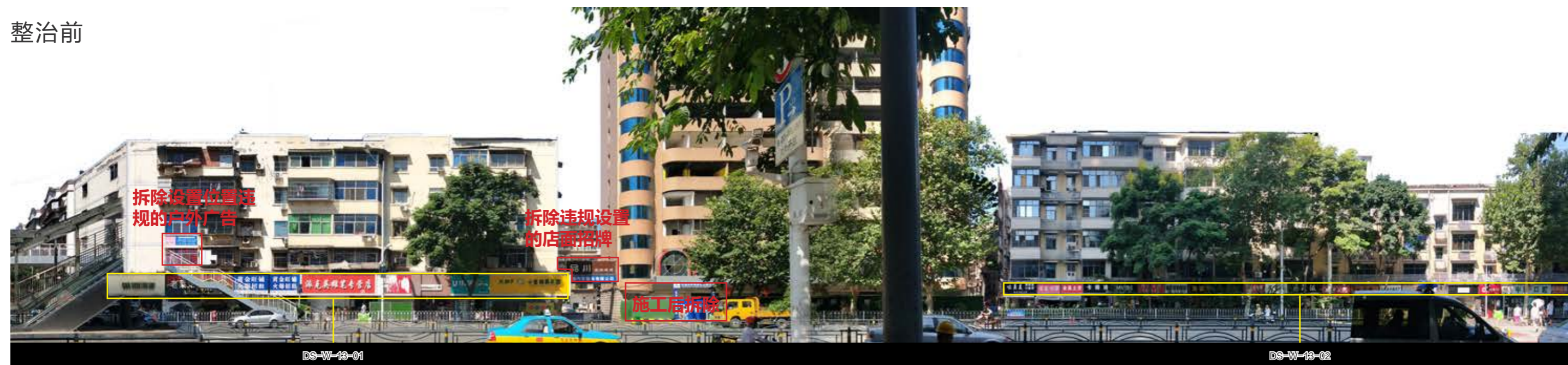


## 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-13

编号	DS-W-13-01	DS-W-13-02
广告类别	店面招牌	店面招牌
方案	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等，保留部分店招自身品牌色
材料	PVC、铝塑板、不锈钢	PVC、铝塑板、不锈钢



整治前

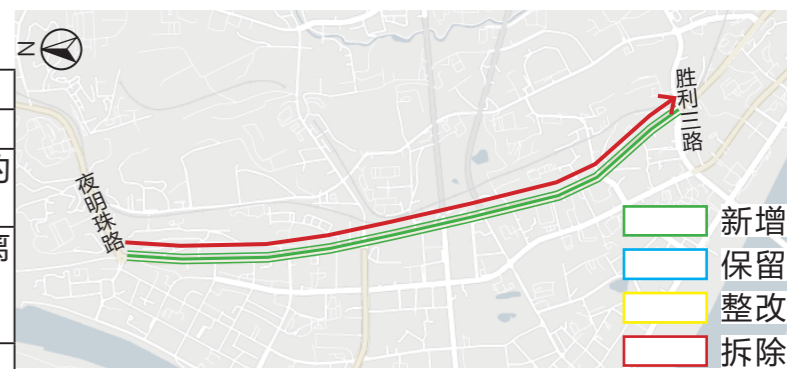


整治后



## 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-14

编号	DS-W-14-01	DS-W-14-02	DS-W-14-03
广告类别	店面招牌	组合式店面招牌	店面招牌
方案	调整店招大小、位置，使其上下边缘平齐	将违规设置于建筑立面上的店招牌牌以组合落地式店面招牌的形式设置，从而满足店铺需求	更换店招底板，店招色彩采取三三两两一组的相同色系的不同色彩，使其与建筑环境协调
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	设置于建筑右侧空地，所属建筑（单位）用地红线范围之内，不得在距离建（构）筑物 20 米范围外设置，不得妨碍交通	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	高度不大于 5 米，宽度不大于 0.6 米，占地投影面积不大于 0.6 平方米	店招高度不超过 1.5 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	与建筑及周边环境相协调	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等
材料	不锈钢、亚克力、PVC	大理石、亚克力、不锈钢	不锈钢、亚克力、PVC



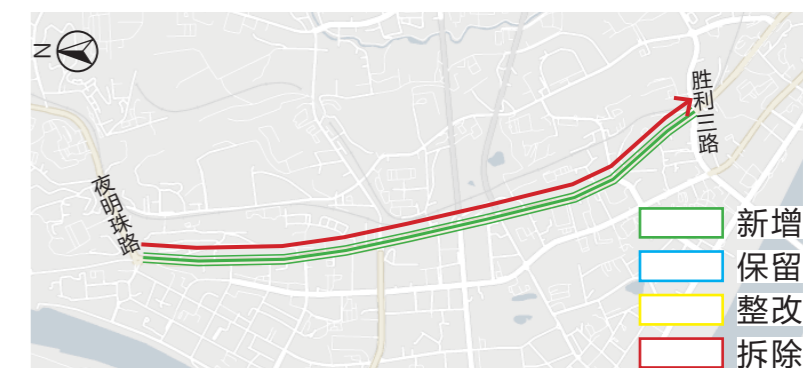
整治前



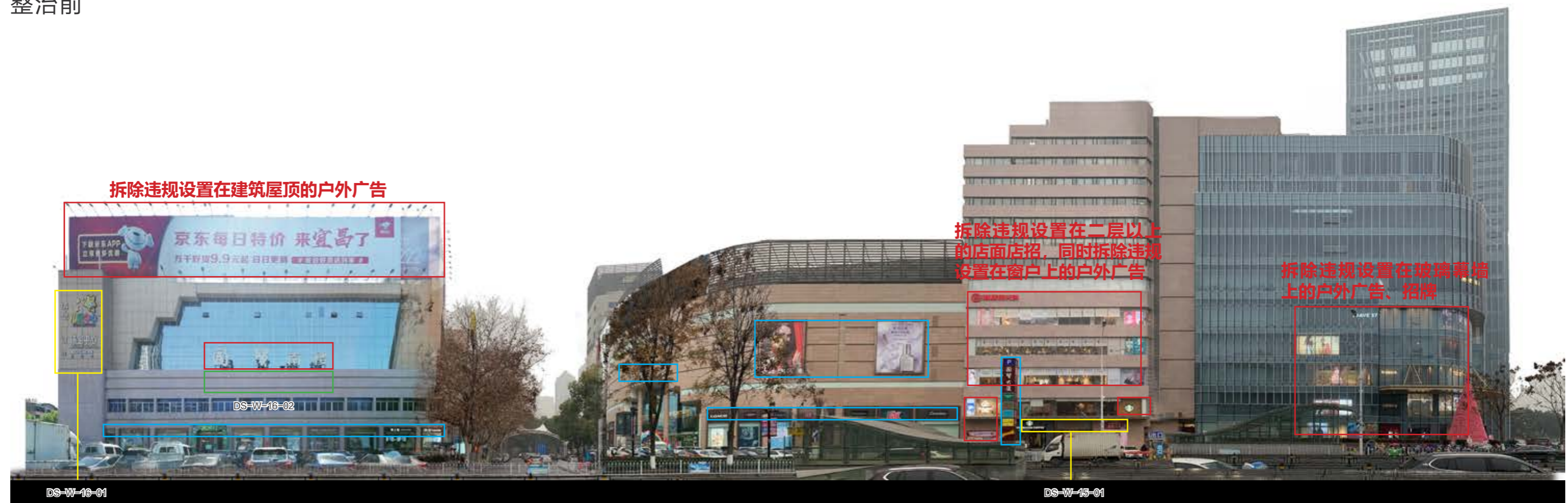
整治后



# 东山大道（夜明珠路－胜利三路）-DS-W-15、16

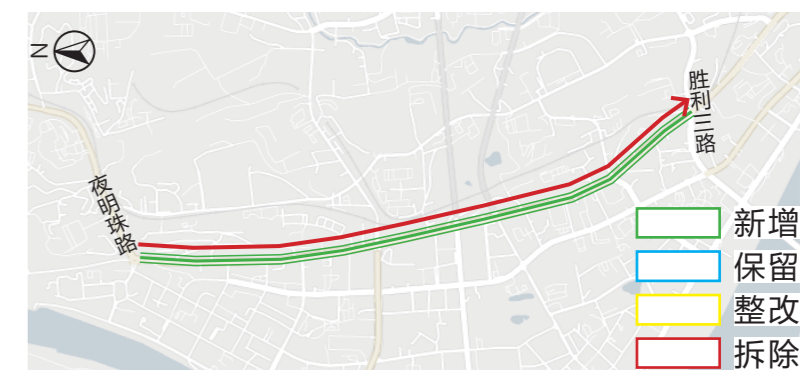


整治前



编号	DS-W-15-01	DS-W-16-01	DS-W-16-02
广告类别	店面招牌	组合式店面招牌	建筑标识招牌
方案	对店招进行提档升级，同时调整店招色彩，使其与建筑环境协调	更换组合式店招的形式，使其相对统一协调，并调整间距，使其更加紧凑，与建筑立面协调	将违规设置在建筑裙房顶端的建筑标识拆除后，重新设置在建筑裙房的实体墙面上
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米	设置于建筑立面左侧实体墙面上，左右边缘距离建筑边缘不得小于 0.5 米，上边缘距离建筑顶端不小于 1.5 米	横向设置，位于建筑裙房顶部的实体墙面上，招牌的上边缘距离建筑裙房顶端不小于 0.5 米
尺寸	店招高度不超过 1.2 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米	招牌大小根据现有店招的数量适可做适当调节，招牌字符最大边长不超过 0.8 米	招牌的单个字符不得超过 1.5 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	以建筑主体色彩为基调，宜采用柔和的暖灰色系，例如灰绿色、镉黄色、木纹色、红杏色等	与建筑立面及周边环境色彩相协调
材料	有机玻璃、双色板、PVC	亚克力、有机玻璃	亚克力、不锈钢

# 东山大道（夜明珠路－胜利三路）-DS-W-15、16

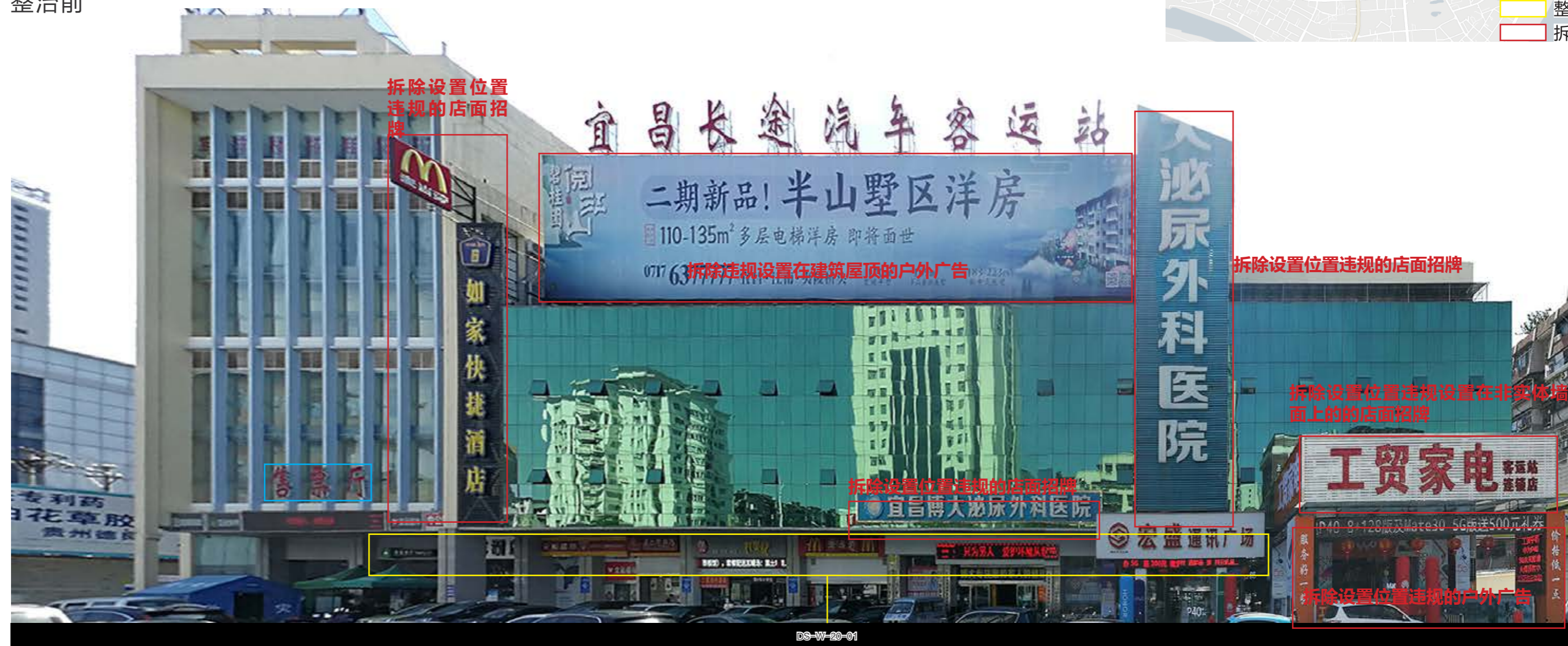
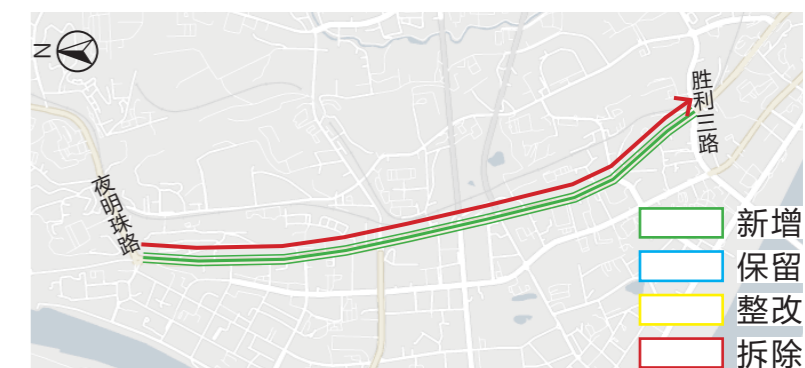


整治后



# 东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-20

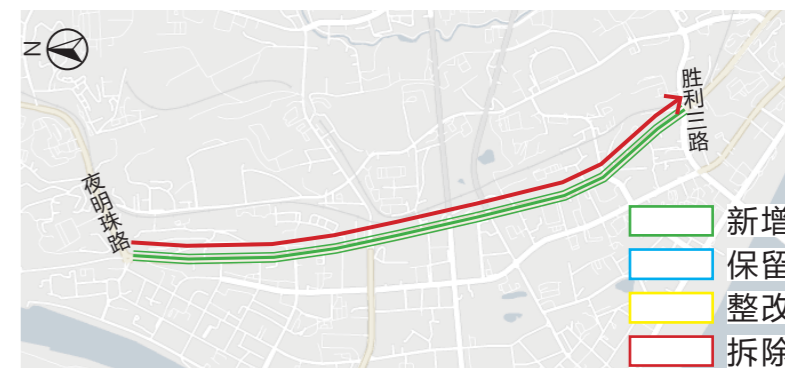
整治前



DS-W-20-01

编号	DS-W-20-01
广告类别	店面招牌
方案	调整店招色彩，使相邻店招相对协调统一，并拆除店招内宣传性内容，仅保留店招文字及 LOGO
位置	店招的位置位于建筑一层门楣上方，底部距离地面不得小于 2.5 米
尺寸	店招高度不超过 1 米，厚度不超过 0.3 米，相邻店面的招牌间距不宜小于 0.3 米
色彩	以建筑主体色彩为基调，宜采用饱和度较低的冷灰色系，例如蓝紫色、蓝灰色、大理石黑色等，部分店招宜保留其品牌色
材料	PC 耐力板、亚克力、有机玻璃

东山大道（夜明珠路 - 胜利三路）-DS-W-20



整治后

