

广州市 公共设施 and 交通工具外表 户外广告设置实施方案

(第一册)

广州市城市管理和综合执法局
2023年1月



目录



总则

- 1.1 编制背景
- 1.2 编制依据
- 1.3 实施期限
- 1.4 编制范围
- 1.5 编制对象
- 1.6 编制原则
- 1.7 编制目标
- 1.8 管控体系
- 1.9 问题分析
- 1.10 设计思路
- 1.11 广告布局总量



设置要求

- 2.1 管理办法相关要求
- 2.2 设置规范相关要求
- 2.3 其他上位要求解读



环卫驿站/工具房 户外广告设置方案

- 3.1 现状情况
- 3.2 空间布局
- 3.3 规范指引
- 3.4 示范方案



公厕 户外广告设置方案

- 4.1 现状情况
- 4.2 空间布局
- 4.3 规范指引
- 4.4 示范方案



智慧灯杆 户外广告设置方案

- 5.1 现状情况
- 5.2 空间布局
- 5.3 规范指引
- 5.4 示范方案



报刊亭 户外广告设置方案

- 6.1 现状情况
- 6.2 空间布局
- 6.3 规范指引
- 6.4 示范方案



候车亭 户外广告设置方案

- 7.1 现状情况
- 7.2 空间布局
- 7.3 规范指引
- 7.4 示范方案



8

**电信亭
户外广告设置方案**

- 8.1 现状情况
- 8.2 空间布局
- 8.3 规范指引
- 8.4 示范方案

9

**有轨电车站台
户外广告设置方案**

- 9.1 现状情况
- 9.2 空间布局
- 9.3 规范指引
- 9.4 示范方案

10

**车身外表
户外广告设置方案**

- 10.1 现状情况
- 10.2 布局总量
- 10.3 规范指引
- 10.4 示范方案

11

**船舶外表
户外广告设置方案**

- 11.1 现状情况
- 11.2 布局总量
- 11.3 规范指引
- 11.4 示范方案

12

管理图则

- 12.1 环卫驿站/工具房户外广告管理图则
- 12.2 公厕户外广告管理图则
- 12.3 智慧灯杆户外广告管理图则
- 12.4 报刊亭户外广告管理图则
- 12.5 候车亭户外广告管理图则
- 12.6 电信亭户外广告管理图则
- 12.7 有轨电车站台户外广告管理图则
- 12.8 车身外表户外广告管理图则
- 12.9 船舶外表户外广告管理图则

13

点位信息统计表

- 13.1 环卫驿站户外广告点位信息统计表
- 13.2 环卫工具房户外广告点位信息统计表
- 13.3 公厕户外广告点位信息统计表
- 13.4 智慧灯杆户外广告点位信息统计表
- 13.5 报刊亭户外广告点位信息统计表
- 13.6 候车亭户外广告点位信息统计表
- 13.7 电信亭户外广告点位信息统计表
- 13.8 有轨电车站台户外广告点位信息统计表



PART1

总则

- 1.1 编制背景
- 1.2 编制依据
- 1.3 实施期限
- 1.4 编制范围
- 1.5 编制对象
- 1.6 编制原则
- 1.7 编制目标
- 1.8 管控体系
- 1.9 问题分析
- 1.10 设计思路
- 1.11 广告布局总量



1 总则

1.1 编制背景

近年来，随着广州市城市规模不断扩大，城市建设不断发展，城市公共区域的空间价值不断提升，利用报刊亭、电信亭、候车亭等公共设施和公共汽车电车、船舶等交通工具外表设置户外广告日益增多。

为规范附着于公共设施和交通工具外表的户外广告设置秩序，提升设置品质，根据《广州市户外广告和招牌设置管理办法》（广州市人民政府令第173号）（后简称《管理办法》）要求，组织编制《广州市公共设施和交通工具外表户外广告设置实施方案》（后简称本《实施方案》）。

1.2 编制依据

- 《中华人民共和国广告法》（2021年修改）
- 《城市容貌标准》（GB 50449-2008）
- 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJT149-2021）
- 《广州市城乡规划条例》（2020年修正）
- 《广州市户外广告和招牌设置管理办法》（2020年）
- 《广州市户外广告专项规划（2020-2025年）》
- 《广州市户外广告和招牌设置规范（修正版）》（2020年）
- 《广州市总体城市设计》（2018年）
- 《广州市环卫工具房、环卫驿站设置指引》（2020年）
- 《广州市智慧灯杆专项规划（2021-2025年）》
- 《广州市“厕所革命”三年提升计划（2021-2023年）》

1.3 实施期限

2023-2027年。

1.4 编制范围

全市11区环卫驿站、环卫工具房、公厕、智慧灯杆、报刊亭、候车亭、电信亭、电车站台、公共汽车电车与有轨电车、船舶10类公共设施和交通工具外表。

1.5 编制对象

附着于环卫驿站、环卫工具房、公厕、智慧灯杆、报刊亭、候车亭、电信亭、电车站台公共设施和公共汽车电车与有轨电车、船舶交通工具外表的户外广告。



1.6 编制原则

坚持“文化性、艺术性、科学性、创新性、可操作性”原则，将户外广告与公共设施和交通工具一体化、智慧化、美观化设计，丰富载体设施功能，规范户外广告设置，美化城市景观，展示广州城市形象。

1.7 编制目标

通过编制公共设施和交通工具外表设置实施方案，布局户外广告设置位置，提高户外广告设置品质，并一体化带动公共设施和交通工具使用功能丰富和外观造型美化，打造有品质、有智慧、有创意的多功能便民设施，提升城市景观品质。

1 总则

1.8 管控体系

实施方案作用：根据《管理办法》规定，户外广告专项规划、户外广告和招牌设置规范、户外广告设置实施方案是户外广告设置管理的依据，其中户外广告设置实施方案是公开出让、建设实施、审批管理的直接依据。

实施方案内容：设置实施方案应明确户外广告的点位布局原则、设置位置、容量、规格、形式、造型、色彩、功能等规范及指引要求，并提供示范方案进行设置引导。

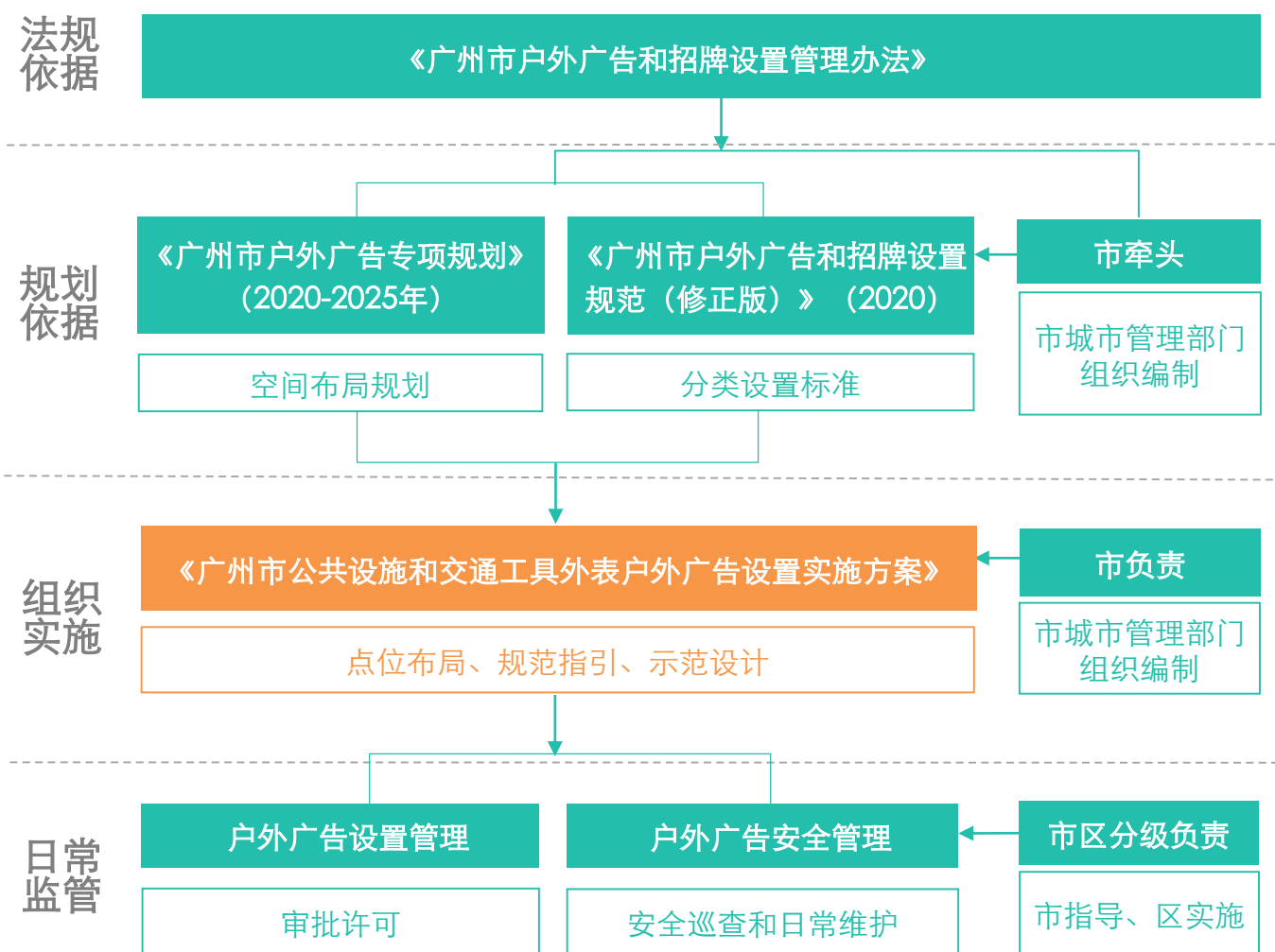


图1-1 广州市公共设施和交通工具外表户外广告管控体系图

1.9 问题分析

广州市已经出台的《管理办法》《广州市户外广告和招牌设置规范（修正版）》（后简称《设置规范》）等对规范附着于公共设施和交通工具外表设置的户外广告起到了良好作用，但公共设施和交通工具外表户外广告的布局和设置仍然存在三个主要问题，具体如下：

(1) 设置位置不合理

个别设施设置在道路交叉口视距三角形及两侧30米范围内，设置户外广告影响交通行车安全；部分设施所处位置隐蔽，人流量少，设置视线面少。

(2) 设置形式落后

大部分为灯箱形式，主要使用喷绘布、即时贴、布幔等工艺较粗糙和品质较低的材料，较少使用新材料，运用新技术。

(3) 设置品质不高

全市公共设施和交通工具种类多、数量大，但使用功能单一，设施样式较少且未能与所在区域的风貌特色相呼应，与周边环境不融合，设置户外广告品质不高、效果不佳。



1 总则

1.10 设计思路

从布局、指引、方案三方面出发，通过对户外广告的总量进行控制、品质进行提升、方案进行创新，实现以户外广告设置带动公共设施及交通工具本体品质提升，实现“设施点”向“便民点”的品质化转变，助力公共设施及交通工具的高质量发展。



1.10.1 精布局，增价值

在符合《设置规范》等要求的前提下，依据传播效果、注目效果、设置效果等原则进行科学定点，精准布局户外广告。

人流密度反映广告受众群体的数量，决定了户外广告的传播效果；视线面的开敞度决定广告被观看机率，决定了户外广告的注目效果；广告被观看面积决定了户外广告的设置效果。本《实施方案》结合手机信令人流密度大数据分析及人体工学视觉规律，科学界定户外广告设施布局原则，最终选取户外广告设置价值较高的设施设置户外广告。

具体而言，针对10类设施，因报刊亭、候车亭、电信亭、电车站台4类设施现状点位常设置于道路两侧，设置户外广告价值较高，且设施点位布局较为合理，故为最大限度的满足户外广告宣传需求，每个设施点位均可设置户外广告。

环卫驿站、环卫工具房设施现状数量较多，作为城市厌恶性设施，通常设置位置较为隐蔽，为保证户外广告的宣传效益，需精准选取部分点位高效益设置。公厕设施现状数量较多，多数使用频率高，为保证设置效果，需结合城市景观风貌选取部分点位高品质设置。

智慧灯杆、公共汽车电车设施现状数量庞大，虽设置于道路及道路两侧，广告价值较高，但为避免广告泛滥，减少广告设施对城市街道界面及重要景观风貌的影响，需精准选取适合点位或控制总量以确保合理设置。

船舶现状数量较少，均位于景观风貌较好的珠江上，广告设置价值较高，为满足设置需求同时控制户外广告对珠江一线风貌的影响，需精准控制户外广告的设置总量。

1.10.2 定指引，提品质

针对公共设施和交通工具外表户外广告设置存在的位置不合理、品质不高，以及设施功能单一、舒适度不高等问题，对户外广告设置的位置、容量、形式、照明、动态、色彩、造型、内容、主题等进行深入设计指引，同时对设施功能进行设计优化，指引设施本体和户外广告一体化高品质设置。



1.10.3 谋方案，优创新

针对公共设施样式与周边环境不协调，公共设施和交通工具外表户外广告设置形式单一、不美观等问题，结合城市风貌特色和商业活力，创新设计设施造型，引入新的广告设置技术，提升整体景观品质，提高户外广告价值，为公共设施和交通工具发展市场化投入创造可能。

创新技术方面，通过应用户外广告新技术，如超高清液晶屏技术、高清动感灯箱技术、AR虚拟广告技术、人机互动广告技术、创意实物展示技术、手机虚拟增强技术等，提高公共设施和交通工具外表户外广告的趣味性及互动性，优化设施使用体验。

创意设计方面，根据城市不同区域的典型风貌特色，结合商业氛围及活力，划定户外广告风貌分区，制定风貌特色要求，不同区域的公共设施、交通工具及其附属户外广告结合分区风貌特色进行创意化方案设计，提升整体品质。

1 总则

1.10 设计思路

结合《广州市总体城市设计》中城市设计重点地区风貌分区（如图1-2）及《广州市户外广告专项规划（2020-2025年）》划定的29个商业功能区图（如图1-3），划定广州市户外广告风貌分区图（如图1-4）。

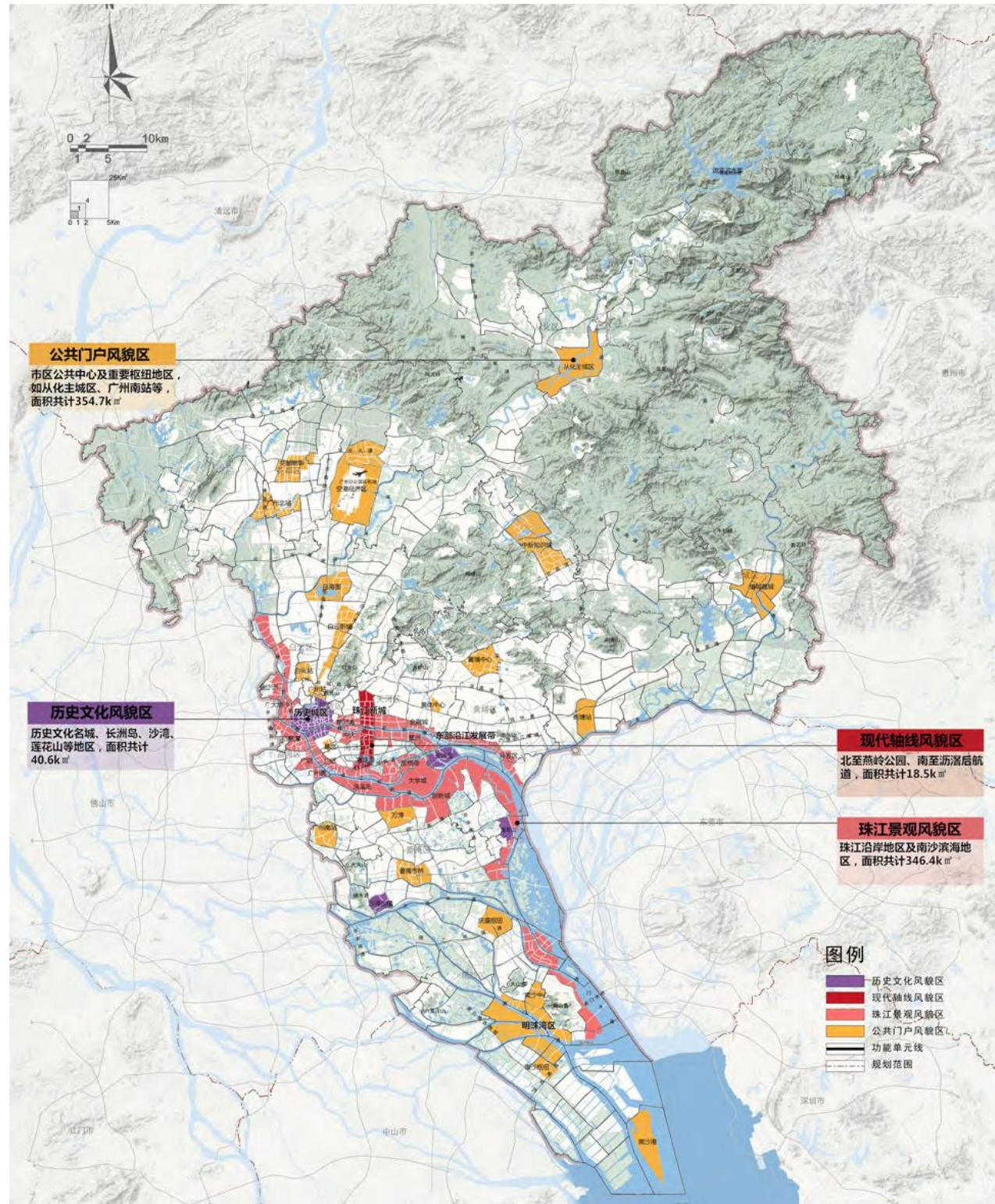


图1-2 广州市总体城市设计中重点地区风貌分区图

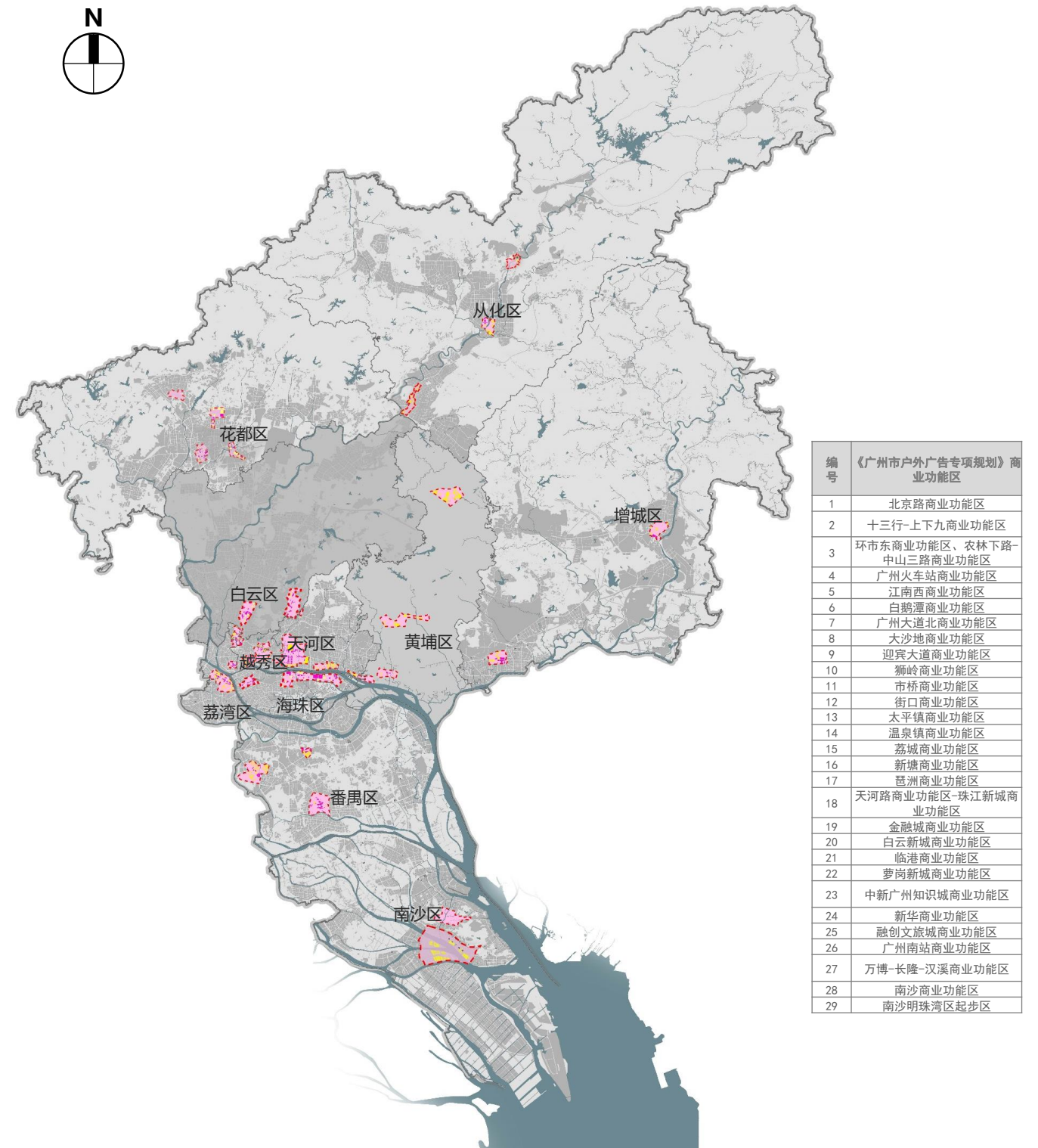


图1-3 广州市户外广告专项规划划定的29个商业功能区图

1 总则

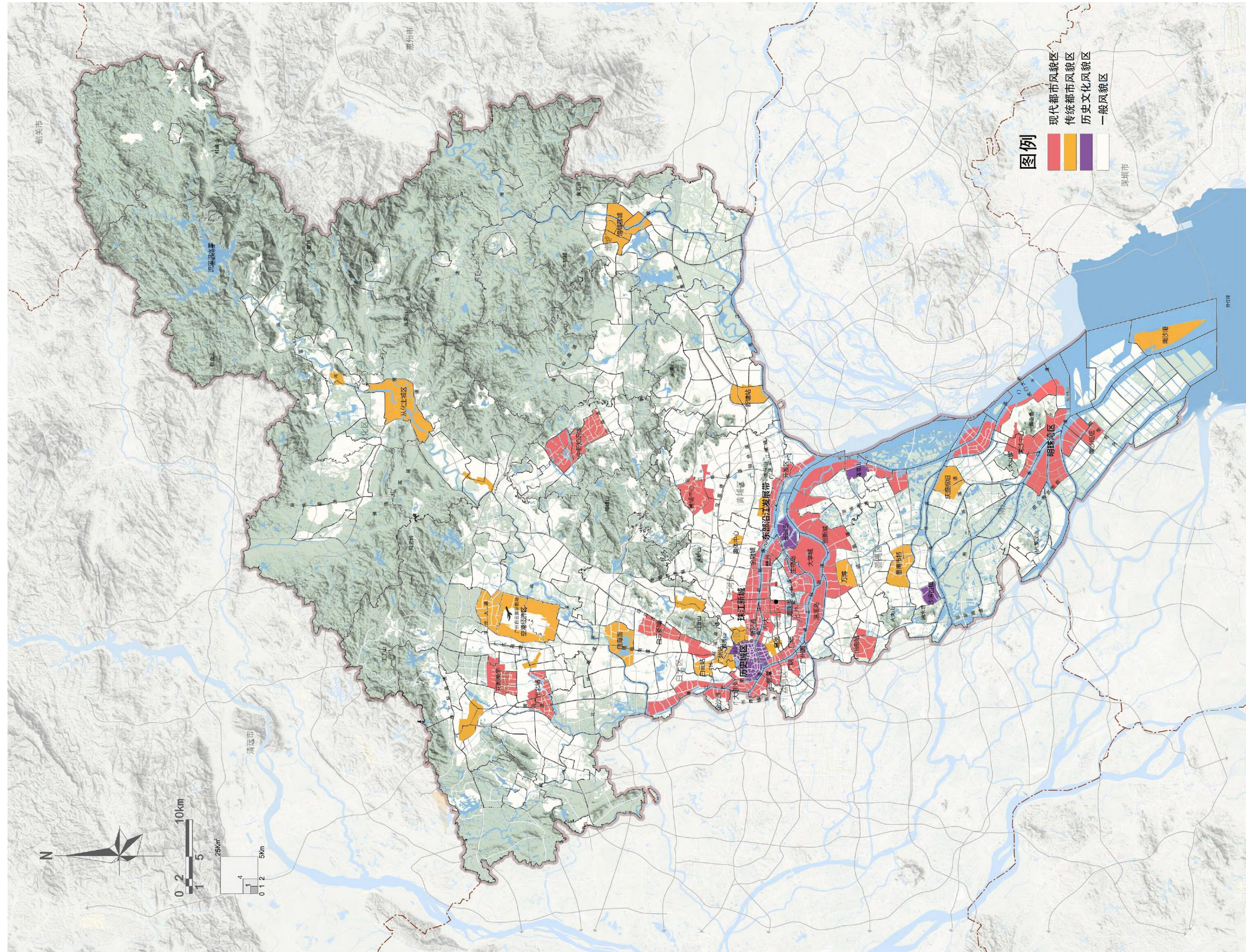


图1-4 广州市户外广告风貌分区图

1 总则

1.11 广告布局总量

本次布局附着于公共设施和交通工具外表的户外广告点位共32643处，设置户外广告牌共67891块，其中：

环卫设施（包含环卫驿站/工具房及公厕）选取价值较高、使用率较大、有设置条件的部分点位精准设置户外广告，共布局户外广告点位1139处、户外广告牌1487块，其中附着于环卫驿站的户外广告点位216处、户外广告牌345块；附着于环卫工具房的户外广告点位219处、户外广告牌438块；附着于公厕的户外广告点位704处，户外广告牌704块。

智慧灯杆结合上位政策规定要求、行车安全、景观效果等因素，划定户外广告禁设区域，控制户外广告设置间隔及数量，共布局附着于智慧灯杆的户外广告点位13636处，可设户外广告牌13636块。

报刊亭、候车亭、电信亭、电车站台依据其现状布局，每个设施主体均布局设置户外广告，具体为：附着于报刊亭的户外广告点位1942处、户外广告牌5827块；附着于候车亭的户外广告点位6096处、户外广告牌32453块；附着于电信亭的户外广告点位1499处、户外广告牌5996块；附着于电车站台的户外广告点位10处，户外广告牌98块。

交通工具外表依据运营需求及城市景观要求，最大化地布局设置数量，具体为：11772辆传统公共汽车电车按总量的70%设置户外广告，即8241辆传统公共汽车电车车身外表设置户外广告牌8241块；有轨电车和船舶按总量100%设置户外广告，其中7辆海珠区有轨电车一号线电车车身外表设置户外广告牌7块，73艘船舶外表设置户外广告牌146块。交通工具外表户外广告具体点位和广告牌数量可根据实际情况调整。

全市公共设施户外广告点位分布如图1-5所示，交通工具外表户外广告点位按照交通工具行驶线路设置。

表1-1 公共设施和交通工具外表户外广告点位与广告牌布局总量表

数量	环卫驿站	环卫工具房	公厕	智慧灯杆	报刊亭	候车亭	电信亭	电车站台	车身外表	船舶外表	总量
广告点位数量(处)	216	219	704	13636	1942	6096	1499	10	8248	73	32643
广告牌数量(块)	345	438	704	13636	5827	32453	5996	98	8248	146	67891

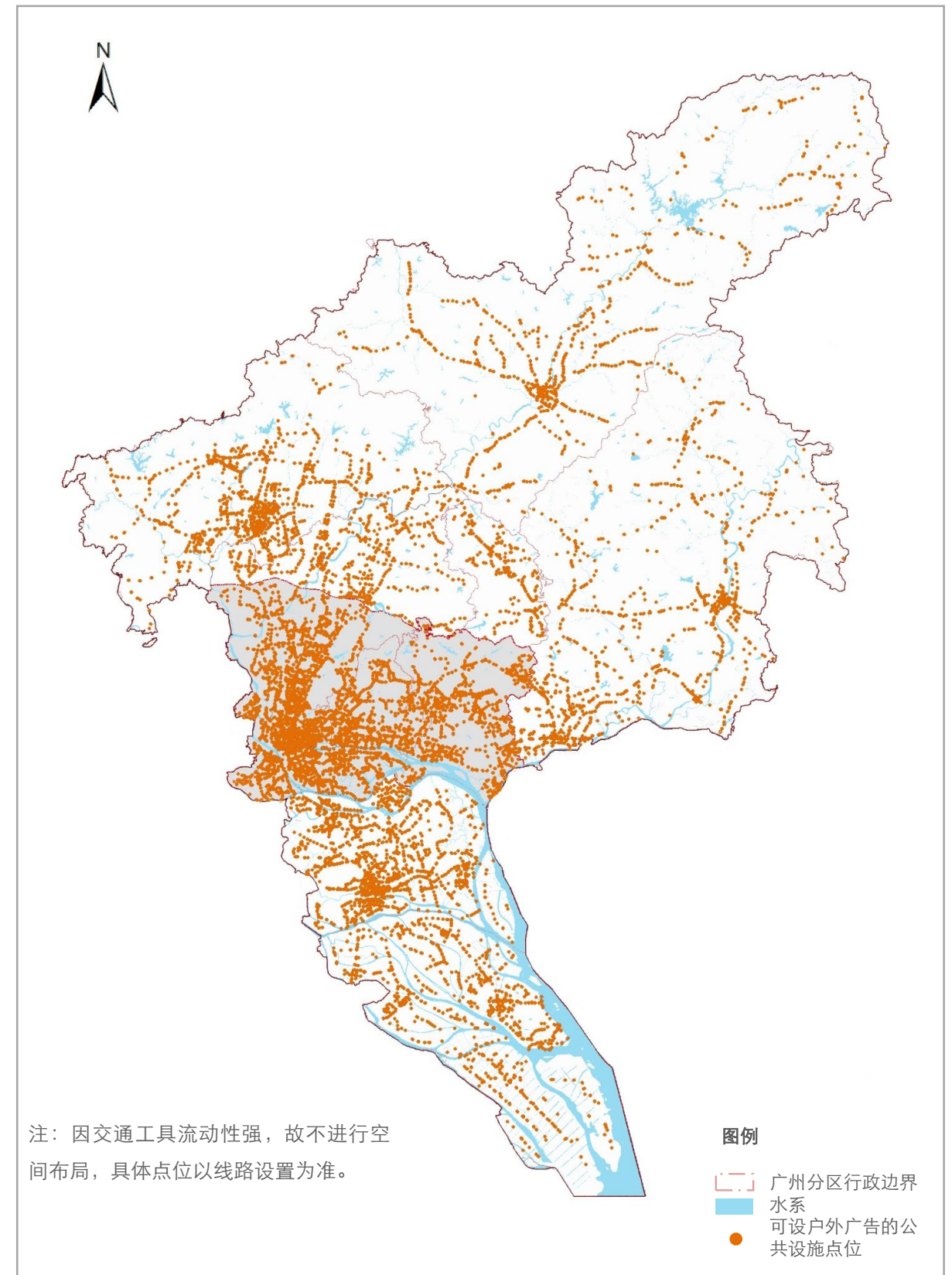
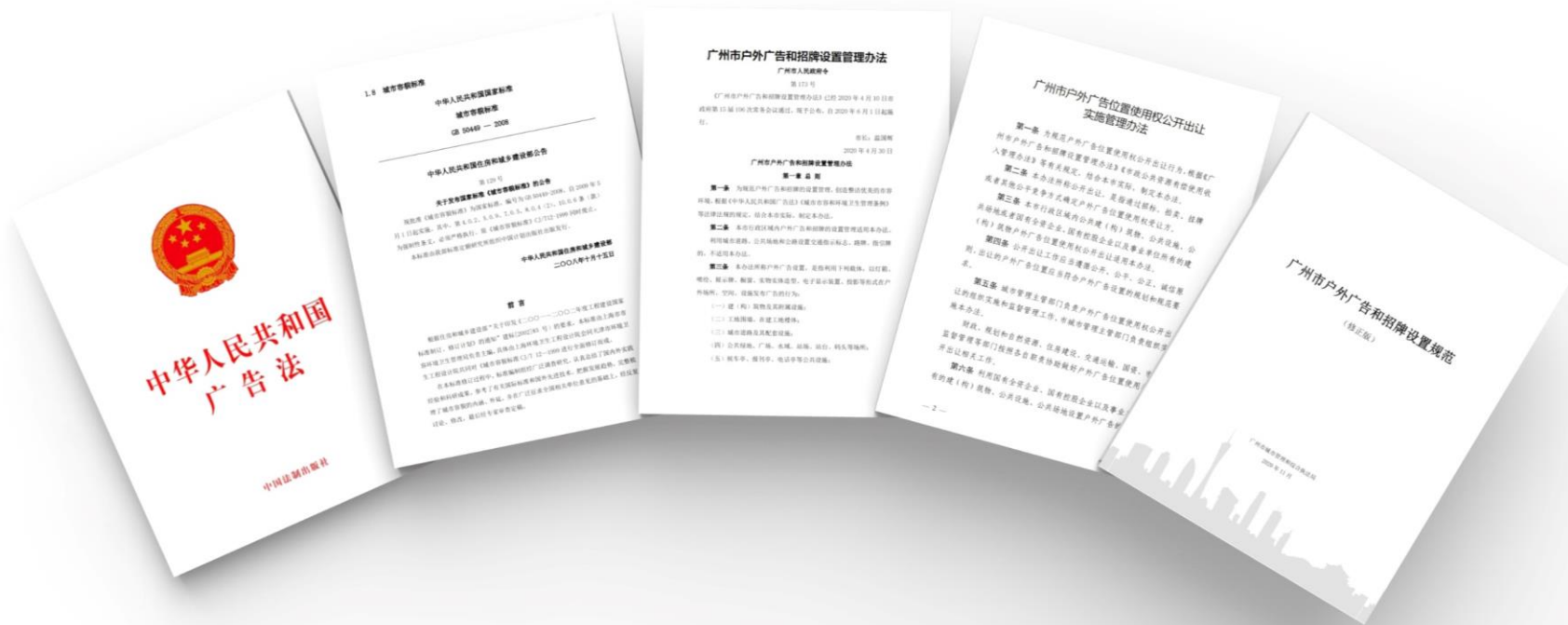


图1-5 广州市附着于公共设施户外广告点位布局图



PART 2

设置要求

- 2.1 《管理办法》相关要求
- 2.2 《设置规范》相关要求
- 2.3 其他上位要求解读

2 设置要求

2.1 《管理办法》相关要求

（一）禁设情形

有下列情形之一的，不得设置户外广告和招牌：

- 1.在国家机关、学校、医院、住宅、名胜风景区、文物保护单位和纪念性建筑的建设控制地带内，但设置招牌除外；
- 2.利用城市立交桥的；
- 3.超出建（构）筑物外轮廓线及顶部凌空部分的，但大型城市交通枢纽已设置的招牌除外；
- 4.危及建（构）筑物及其附属设施安全的；
- 5.利用危房、违章建筑的；
- 6.利用交通安全设施、交通标志的；
- 7.影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志使用的；
- 8.延伸扩展至道路上方或者跨越道路的；
- 9.妨碍无障碍设施使用的；
- 10.利用行道树或者侵占、损毁绿地的；
- 11.妨碍居民正常生活，损害城市容貌或者建（构）筑物形象的；
- 12.法律、法规规定和市政府确定的其他情形。

（二）设置要求

1.设置户外广告应当按照批准的地点、具体位置、形式、规格、数量、制作材质、灯饰配置、结构图、全景电脑设计图等要求设置，不得擅自变更；确需变更的，应当按照原审批程序办理设置变更手续。

以电子显示屏形式设置的户外广告，不得在朝向道路与来车方向成垂直视角的方向设置，不得在每日22:30至次日7:30开启。

以投影形式设置的户外广告应当严格控制投射角度和音量，对投影器材做隐藏处理；大小、亮度和色彩应当与投影载体的整体造型及照明效果有机结合；不得投影到机动车道的路面上，影响交通安全。

2.户外广告设施空置期间，设置人应当组织发布公益广告。公益广告的内容应当由市宣传部门审核或者提供。

户外广告招商内容可以与公益广告内容同时发布，但应当位于公益广告下方，所占面积不得超过该户外广告面积的1/5。在举办重大庆典活动期间，设置人应当按照全市统一部署发布公益广告。

（三）审批许可

1.应当向城市管理主管部门申请办理《户外广告设置证》，申请时需提交下列材料：

- （1）户外广告设置申请表；
- （2）设置户外广告在建（构）筑物、场地的所有权或者使用权相关资料；
- （3）户外广告全景设计效果图、设置地点实景图；
- （4）相应资质单位出具的结构设计图及设计使用年限说明；
- （5）大型户外广告的施工图设计文件审查意见；
- （6）户外广告位置使用权需要公开出让的，提交户外广告位置使用权出让合同以及合同履行情况。

2.利用车身进行广告宣传的，设置人还应当依照《中华人民共和国道路交通安全法实施条例》向公安交警部门申请办理车身颜色变更手续；利用船身进行广告宣传的，设置人还应当申请海事部门船检机构进行检验。

2 设置要求

2.2 《设置规范》相关要求

(一) 基本要求

- 1.户外广告的设置应当安全牢固、位置恰当、规格适宜、数量适当、间距合理、制作精良、美观大方。
- 2.户外广告的设置不得破坏建（构）筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，其设置位置、形式、大小、色彩、图案应与建（构）筑物及其所依附的载体和周边环境相协调。
- 3.利用交通工具、升空器具等移动载体设置户外广告时，除遵守本规范外，还应符合相关法律、法规和规范的规定。
- 4.禁止在影响公益设施及人居环境的区域设置户外广告，包括国家机关、学校、医院、住宅、名胜风景区、文物保护单位和纪念性建筑的建设控制地带内。
- 5.在历史文化街区、历史文化名镇、历史文化名村、历史风貌区、传统村落、历史建筑、传统风貌建筑和预先保护对象的核心保护范围及建设控制地带内，设置户外广告等外部设施的，应当符合保护规划及相关保护要求，户外广告和招牌的形式、色彩、照明等应根据环境要求进行相应调整，不得破坏传统格局和历史风貌。
- 6.商业广告中必须设置占比不得小于20%的公益广告，该比例可以体现在广告面积或发布时间上。

(二) 安全要求

- 1.户外广告不得影响被依附载体的使用功能，不得危及建（构）筑物安全，不得影响交通、消防安全，不得在建（构）筑物楼顶设置，不得妨碍无障碍设施使用。
- 2.户外广告不得影响航空安全，在机场管理部门划定区域范围内禁止使用霓虹灯、闪烁光源和红色光。
- 3.户外广告的设置必须符合道路交通、消防、电气、钢结构、施工安装等各项与安全相关的国家规范和行业标准要求；坚持先勘察、后设计、再施工，参与建设安装的各单位（包括业主、勘察和设计单位、施工和监理单位等）应遵循建设工程基本程序并落实安全生产相关管理规定。
- 4.户外广告的材料应选择符合国家标准的安全性能高、耐久性好、节能环保的非易燃材料。
- 5.作用在户外广告设施结构上的荷载应按现行国家标准《建筑结构荷载规范》GB 50009执行，其中风荷载为主控荷载，基本风压按50年一遇取值。

(三) 照明要求

- 1.户外广告光源亮度不得影响居民生产生活和城市交通，其中户外广告不得采用霓虹灯、闪烁光源或画面。
- 2.户外广告照明的灯具宜遮蔽，避免灯具与支撑结构外露。
- 3.户外广告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。

(四) 色彩要求

- 1.户外广告宜采用与建（构）筑物主色调相呼应或接近的颜色，色彩应用应与城市其它环境构成要素相协调。
- 2.户外广告板面不宜使用高饱和度的颜色作为主色。
- 3.户外广告的色彩搭配应当尽可能体现当地文化或风貌特征。

(五) 附着于公共设施的户外广告

1.禁止设置的情形

(1) 影响交通安全的情形

- 1) 利用以下交通安全设施设置的：交通信号灯、交通指路牌、交通标志牌、公共信息标志标识牌、交通执勤岗设施、道路隔离栏（包括人行道隔离栏、车行道分离栏及交通护栏等）、高架道路及高架轨道的交通护栏及隔音板、隧道和涵洞的防撞墙以及其他交通安全设施和交通标志（图2-1）。

2) 利用城市立交桥设置（图2-2）。

(2) 影响城市景观的情形

- 1) 利用以发布户外广告功能为主导的城市家具设置；
- 2) 利用挡土墙设置（图2-3）。

2.公交候车亭（含公共电话亭）户外广告

- (1) 禁止在公交候车亭（含公共电话亭）的顶部和公交车站站名标识牌上（交通出行、安全宣传等公益宣传广告除外）设置（图2-4）。

(2) 宜采用灯箱形式。

3.报刊亭户外广告

- (1) 禁止在报刊亭顶部设置（图2-5）。
- (2) 不得在垂直机动车道方向设置LED电子显示屏，不宜播放动态画面。
- (3) 宜采用灯箱形式。

4.新型灯杆户外广告

- (1) 禁止在高快速路设置。

2 设置要求

- (2) 禁止在道路交叉口的首根新型灯杆设置。
- (3) 禁止在有信号灯和指示牌（标识牌）的新型灯杆上设置。
- (4) 禁止延伸扩展至机动车道上方设置。
- (5) 新型灯杆LED广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于2.5米，单面幅面宽度不得大于0.6米，高度不得大于1.2米。
- (6) 每根新型灯杆上不得设置多于2块。
- (7) LED广告屏禁止闪烁，亮度应可调节，宜采用静态展示。
- (8) 同一道路只能在同一种灯杆上设置，形状、高度、朝向应一致，并与景观相协调。



图2-1

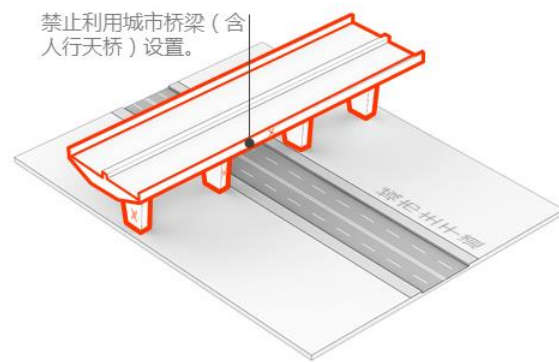


图2-2

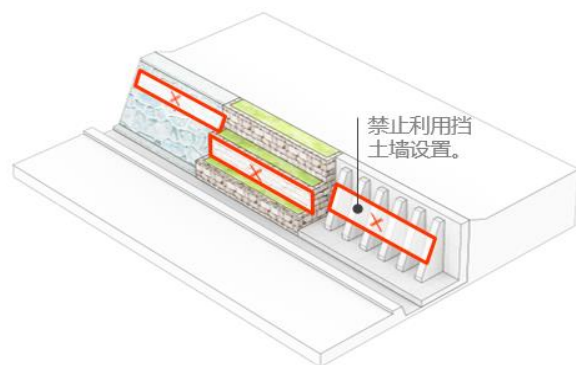


图2-3

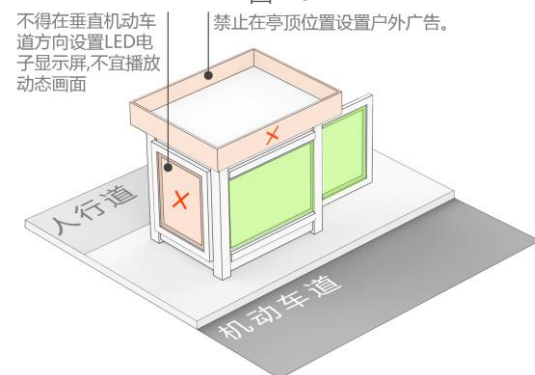


图2-5

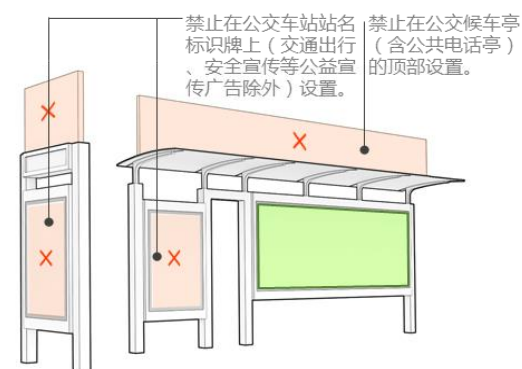


图2-4

(六) 附着于移动载体的户外广告

1. 禁止设置的情形

- (1) 在影响移动载体结构安全的位置设置。
- (2) 在影响乘客人身安全和行驶安全的位置设置。
- (3) 在遮挡安全设施和标识（车牌、车灯、航行灯、指示灯等）、登记单位名称和监督电话的位置设置。
- (4) 在非营运的车辆、船舶、飞艇等载体上设置。
- (5) 设置有声户外广告。

2. 车载户外广告

- (1) 仅允许采用喷涂和粘贴形式。
- (2) 公共汽车电车仅允许在车身两侧和车尾的后车窗玻璃下沿以下位置设置，车尾广告左右边缘不得超出尾灯内侧。
- (3) 出租汽车仅允许在车辆前车门玻璃下沿以下和后车窗底部设置，车辆后车窗底部设置广告的，应当使用粘帖单向透视材料，广告条幅宽度不得超过15厘米。
- (4) 厢式货运出租汽车仅允许在车厢两侧和车尾的车厢门上设置，前车门外表面玻璃下沿以下位置允许设置本单位名称、标识等信息，高度不得超过20厘米。

3. 船载户外广告

- (1) 禁止在船顶平台上、主甲板、船员工作区域以及妨碍驾驶室视线或遮挡门、窗的位置设置。
- (2) 禁止遮挡航行指示灯、妨碍救生设备使用、以及其他影响船舶和航行安全设置。
- (3) 仅允许设置在船舶上层建筑、船舷两侧或船尾的栏杆处。
- (4) 在船体上增加或改装广告结构设施，必须经过船舶法定检验机构检验。
- (5) 采用喷涂和粘贴形式的，其面积不应超过该侧船舱外墙面积（不包含门和窗的面积）的40%。
- (6) 设置数量不得超过2处（含船体两侧）。

2 设置要求

(七) 户外电子显示屏

1. 一般设置要求

- (1) 应按本规范中对类别载体的户外广告设置要求执行。
- (2) 禁止在禁设区和严控区内附着建筑物设置（公益广告和在商业面积大于20000平方米的建筑上设置的除外）。
- (3) 禁止每日22：30至次日7：30开启。
- (4) 禁止影响航空安全设置。
- (5) 应标示设施主要参数，包括电子显示屏尺寸、距地面高度、表面亮度以及设置许可证号，并以铭牌方式镶嵌于电子显示屏右下角。

2. 朝道路设置的要求

- (1) 禁止在朝道路与来车方向成垂直视角的方向设置（图2-6）。
- (2) 不宜在城市主干路和次干路交叉口附近100米范围内设置，确需设置的应当采用静态展示。

3. 朝住宅设置的要求

- (1) 禁止在居住建筑窗户的正前方50米范围内设置（按两者水平投影距离计算）（图2-7）。
- (2) 当户外电子显示屏设置位置前方50米至100米范围之间有居住建筑，且显示屏朝向居住建筑窗户时，应适当降低显示屏亮度，且应播放静态画面。原则上每个静态画面的播放间隔不少于15秒。

4. 其他控制要求

- (1) 优化区内的广告画面可采用动态展示，如播放动画、视频等媒体；严控区内的广告画面应采用静态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面；禁设区原则上禁止设置，符合《专项规划》中允许设置条件的，应按严控区的控制要求执行。
- (2) 应选用具备调节显示亮度的功能装置。

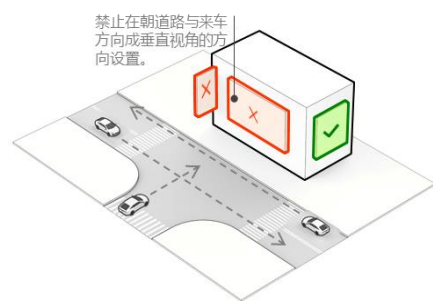


图2-6 电子显示屏控制要求

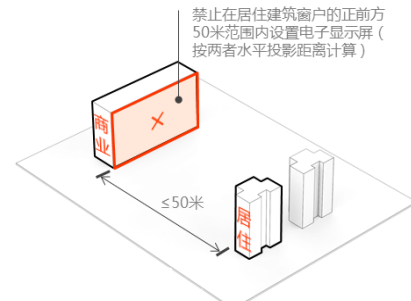


图2-7 电子显示屏控制要求

(八) 相关技术要求

1. 照明控制要求

- (1) 户外广告和招牌的照明方式、亮度光色动态应符合《广州市城市景观照明专项规划》（2015-2020）要求，照明设计和技术参数须符合《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T 163-2008）要求和《室外照明干扰光限制规范》（GB/T35626-2017）等规范的限值要求。
- (2) 户外广告和招牌的照明设置和设计应与所在区域的整体景观灯光设计环境氛围相协调，附着于建筑物的户外广告和招牌照明必须与建筑照明统一，做到主次分明、整体协调。
- (3) 照明设置不得妨碍交通安全和居民正常生活。
- (4) 照明方式：分为内透光、自发光和外投光三种，如采用外投光，户外广告和牌匾标识照明的亮度均匀度 $U1 (Lmin/Lmax)$ 应 ≥ 0.6 ；在保证照明效果的同时，鼓励采用必要的光源遮蔽方式和恰当的投射照明方式，避免由于过度照明、超范围照明等引发的光污染（包括干扰光、眩光、混光、人工白昼等）。
- (5) 照明亮度：不同环境区域、不同面积的平均亮度最大允许值应符合（表2-1）的规定。
- (6) 照明光色：户外广告和招牌的照明光色应与周边环境相吻合；不应选择高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜；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，照明不得采用闪光方式和红、黄、绿三种颜色。
- (7) 照明设备：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；电路系统必须可靠接地，公共场所设置的户外广告设施，配电线路中应设置漏电保护，且沿街（或道路）设置的户外广告设施，应单独设置接地装置；相关发光明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。
- (8) 鼓励采用新技术、新工艺、新材料、新光源和低能耗环保产品设置城乡照明设施，提高城乡照明的整体水平。

表2-1 户外广告灯光照明度控制表

广告照明面积 $S (m^2)$	一般类型广告 (cd/m^2)	LED显示屏等光源设施 (cd/m^2)
$S \leq 0.5$	≤ 1000	≤ 600
$0.5 < S \leq 2$	≤ 800	
$2 < S \leq 10$	≤ 600	
$S > 10$	≤ 400	

2 设置要求

2.动态和静态控制要求

(1) 优化区的广告画面可进行动态展示。动态展示广告宜采用渐变式的画面切换方式，降低对驾驶员的视觉刺激与混淆，避免影响道路交通安全，禁止在高速路和城市道路红线范围内设置。

(2) 严控区的广告画面仅能进行静态展示。静态展示的画面播放速度应缓慢和连贯，每个画面的播放间隔不宜少于15秒，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

3.设计要求

(1) 涉及建筑结构安全的户外广告和招牌设计，应委托具备建筑和结构设计资质的单位，结合建筑整体布局和建筑物立面要求进行设计，施工图纸应加盖设计出图章；施工图应聘请具有施工图审查资质的独立第三方机构审验。

(2) 户外广告的设计使用年限为10年。

4.制作要求

(1) 应选用符合国家标准的安全性能高、耐久性好、节能环保的非易燃材料，应遵守有关安全技术标准、规范进行制作，符合荷载、防雷、防风、防火、抗震以及电气安全等方面的要求。

(2) 必须按设计图纸加工制作，原则上不允许使用废旧材料替代加工原材料。若需使用，必须经指定检测部门检测认定后方可使用。

5.施工要求

(1) 户外广告的安装应由具备建筑、安装施工资质的企业按图进行施工。安装前应核对进场的构件，查验质量证明书和设计文件，并按建设工程相关规定执行。

(2) 涉及钢结构安装时应确保结构的稳定性和不产生永久变形；墙面广告安装时应搭设安全围护设施；风力达六级以上应立即停止高空作业。

(3) 应考虑户外广告设施对所附着的建（构）筑物整体结构和荷载安全的影响；不得损坏建（构）筑物结构、防水层及其外装饰；应确保与原有建（构）筑物连接牢固、安全可靠。

6.验收要求

户外广告设施竣工后，设置人应当组织设计、施工或者监理等单位，依据有关国家标准、技术规范对工程质量进行验收，验收合格后方可投入使用。

7.维护要求

(1) 户外广告设施的设置人应当开展日常维护保养和安全检测，及时排查消除隐患。

(2) 户外广告设施钢结构每年最少进行一次防腐保养。

(3) 构架连接节点（焊缝、螺栓）、构架与墙体（或屋面）锚固节点至少每6个月检查一次。

(4) 照明灯具、电气设备至少每个月维护保养一次。

(5) 在天气变化对户外广告设施的安全构成威胁前，设置人应制定并启动应急预案并采取防范措施，事后必须及时对户外广告设施进行检查和修复。

(6) 在大风季节，应对户外广告设施构架连接节点（连接螺栓与焊缝）、支座、锚固节点和灯具的固定节点进行检查和加固，应对广告灯布、面板及其固定螺钉（包括铆钉）的老化程度和牢固程度进行检查和评估，并采取措施防范事故。

(7) 在雨季，应对户外广告的照明线路、灯具、电气设备和避雷设施的可靠性进行检查，以保证电气设备和避雷设施的安全可靠。

8.检测要求

(1) 户外广告安全检测的主要内容包括结构现场检测、钢结构防腐检测、基础现场检测、电气现场检测、防雷安全检测。

(2) 对设置时间超过2年的钢结构设施或者电子显示装置，设置人每年委托具备相应资质的机构进行安全检测，并向《户外广告设置证》的审批机关提交安全检测报告。

(3) 户外广告设施安全检测报告必须对其结构的强度、刚度和稳定性作出验算复核评估，对户外广告设施的焊接、防腐、电气和防雷等方面作出评价，并对户外广告设施整体的可靠度作出综合评定。

(4) 对经安全检测认定在结构和焊接、防腐、电气及基础等方面存在缺陷的户外广告设施，设置人应限期整改，完毕后再向检测机构申报复检；对安全检测不合格的户外广告和招牌设施，立即整修或者拆除，彻底消除安全隐患；特殊情形不能立即消除的，应当设置安全警示标志，并在3日内完成整修或者拆除。

2 设置要求

2.3 其他上位要求解读

《中华人民共和国广告法》（2021年修改）

第二十二条 禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。

第四十二条 有下列情形之一的，不得设置户外广告：

- （一）利用交通安全设施、交通标志的；
- （二）影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志使用的；
- （三）妨碍生产或者人民生活，损害市容市貌的；
- （四）在国家机关、文物保护单位、风景名胜区等的建筑控制地带，或者县级以上地方人民政府禁止设置户外广告的区域设置的。

第七十四条 国家鼓励、支持开展公益广告宣传活 动，传播社会主义核心价值观，倡导文明风尚。大众传播媒介有义务发布公益广告。广播电台、电视台、报刊出版单位应当按照规定的版面、时段、时长发布公益广告。公益广告的管理办法，由国务院市场监督管理部门会同有关部门制定。

《城市容貌标准》（GB 50449-2008）

6 公共设施

6.0.1 公共设施应规范设置，标识应明显，外形、色彩应与周边环境相协调，并保持完好、整洁、美观，无污迹、尘土，无乱涂写、乱刻画、乱张贴、乱吊挂，无破损、表面脱落现象。

6.0.2 各类摊、亭、棚的样式、材料、色彩等，应根据城市区域建筑特点统一设计、建造，宜兼顾功能适用与外形美观，并组合设计，一亭多用。

6.0.3 电线杆、灯杆、指示杆等杆体无乱张贴、乱涂写、乱吊挂；各类标识、标牌有机组合、一杆多用。

6.0.4 候车亭应保持完整、美观，顶棚内外表面无明显积灰、无污迹；座位保持干净整洁，厅内无垃圾杂物、无明显灰尘；广告灯箱表面保持明亮，亮灯效果均匀；站台及周边环境保持整洁。

6.0.5 垃圾收集容器、垃圾收集站、垃圾转运站、公共厕所等环境卫生公共设施应保持整洁，不得污染环境；应定期维护和更新，设施完好率不应低于95%，并应运转正常。

7 广告设施与标识

7.0.1 广告应张贴在指定场所，不得在沿街建（构）筑物、公共设施、桥梁及树木上涂写、刻画、张贴。

7.0.2 人流密集、建筑密度高的城市道路沿线，城市主要景观道路沿线，主要景区内，严禁设置大型广告设施。

7.0.3 同一建筑物外立面上的广告的高度、大小应协调有序，且不应超过屋顶，广告设置不应遮盖建筑物的玻璃幕墙和窗户。

7.0.4 人行道上不得设置大、中型广告，宜设置小型广告。宽度小于3m的人行道不得设置广告，人行道上设置广告的纵向间距不应小于25m。

7.0.5 车载广告色彩应协调，画面简洁明快、整洁美观。不应使用反光材料，不得影响识别和乘坐。



PART3

环卫驿站/工具房

户外广告设置方案

- 3.1 现状情况
- 3.2 空间布局
- 3.3 规范指引
- 3.4 示范方案

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3.1 现状情况

3.1.1 设施本体情况

环卫驿站：是指供环卫工人休息、更衣、洗浴的场所。广州市有户外广告设置需求的环卫驿站共431个，样式以附建式为主，中心六区常结合广州市两网融合网点建设设计方案设置；装配式偏少，其中天河区的装配式环卫驿站设有统一样式。



环卫工具房：是指存放清扫保洁作业工具的场所。广州市有户外广告设置需求的环卫工具房共674个，样式以装配式为主，各区各不相同，常与垃圾收集站、环卫车辆停车场、公共厕所等环卫设施合建。



3.1.2 户外广告设置情况

环卫驿站、环卫工具房设置的户外广告主要存在以下四个方面问题：

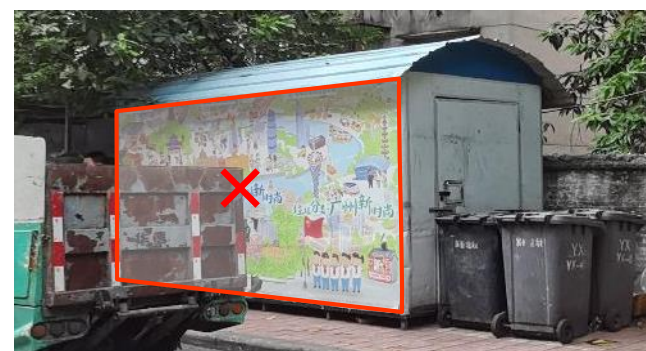
景观方面：与建筑风格不协调，破坏景观风貌。



位置方面：位置随意，在顶部设置。



管养方面：缺乏维护管养，广告画面陈旧破损。



形式方面：多采用喷绘布广告形式，技术传统且施工工艺粗糙。



3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3.1.3 现状分布情况

广州市有户外广告设置需求的环卫驿站共431个，覆盖全市11个区，主要分布在主城区，其中天河区分布最多，共190个，占44%；海珠区、南沙区从化区分布最少，不足1%；大部分设置在主要道路边及公共绿地附近，少部分在桥底空间、背街小巷等较为隐蔽的地方。



图3-1 有户外广告设置需求的环卫驿站设施现状分布图

表3-1 有户外广告设置需求的环卫驿站设施现状分布统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
环卫驿站数量(个)	29	5	8	190	114	18	35	9	5	4	14	431

广州市有户外广告设置需求的环卫工具房共674个，覆盖全市11个区，主要分布在主城区，其中白云区分布最多，共200个，占30%；番禺区、增城区分布最少，分别为5个和4个，不足1%；大部分设置在主要道路边。

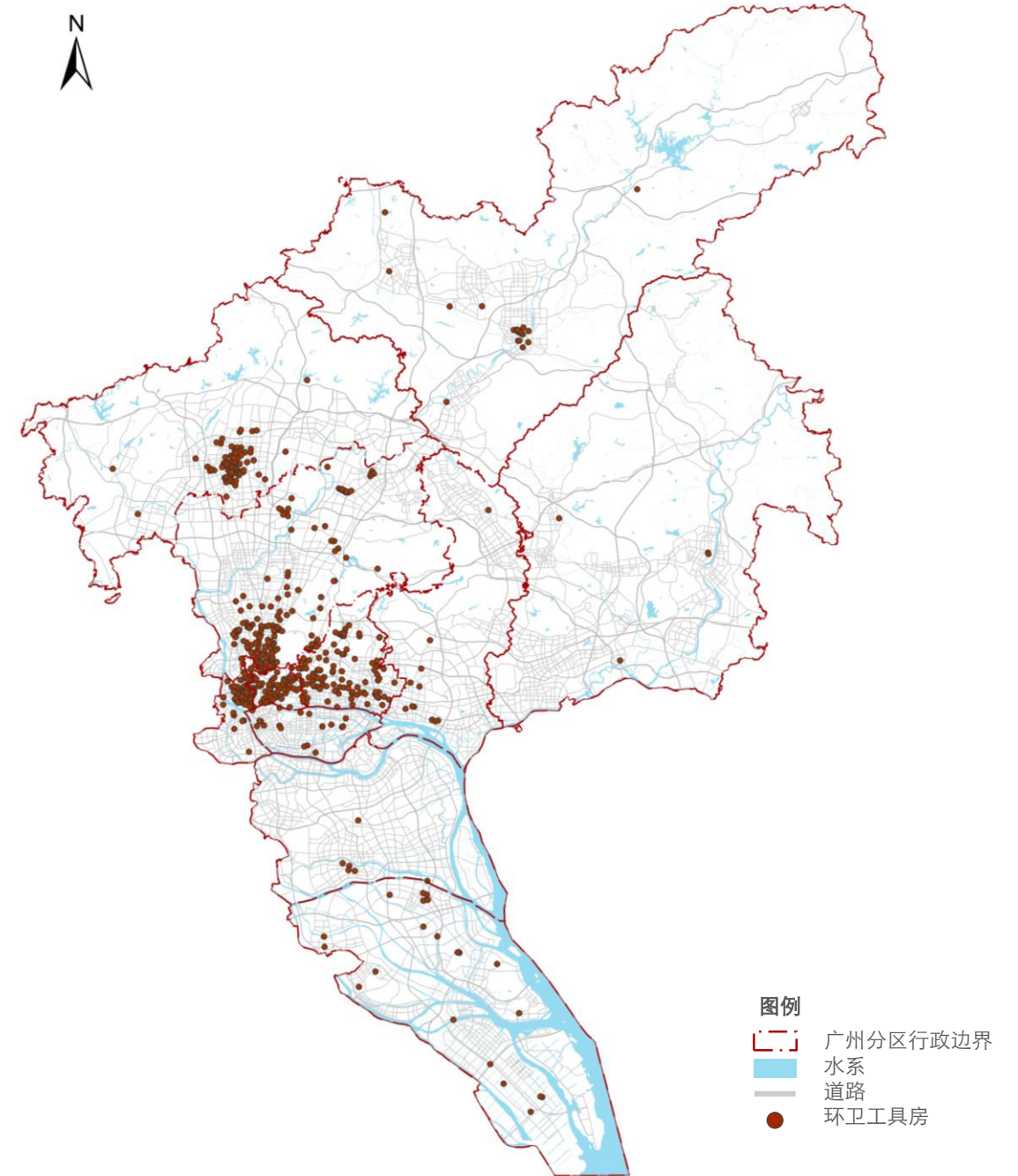


图3-2 有户外广告设置需求的环卫工具房设施现状分布图

表3-2 有户外广告设置需求的现状分布统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
环卫工具房数量(个)	87	18	78	125	200	12	99	5	27	19	4	674

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3.2 空间布局

采用“四步走”策略，从设置价值、设置条件、设置效果等着手，通过第一步传播效果筛选，第二步注目效果筛选，第三步设置效果筛选，第四步需求效果筛选，最终布局附着于环卫驿站的户外广告点位216处，广告牌345块（一般装配式驿站可正面、背面设置2块广告牌；两网融合驿站因空间原因仅正面设置一块广告牌，具体见“3.4.5 附建式环卫驿站、环卫工具房设计样式”部分）；布局附着于环卫工具房的户外广告点位219处，广告牌438块。

表3-3 附着于环卫驿站的户外广告点位、广告牌数量统计表

行政区	更换设施、新增广告的驿站 (1点位2牌)	保留设施、新增广告的驿站 (1点位1或2牌)	保留设施、保留广告的驿站 (1点位1牌)	总数量 (处)
越秀区	3	8	0	11
海珠区	5	0	0	5
荔湾区	1	4	0	5
天河区	0	120	0	120
白云区	0	10	2	12
黄埔区	1	15	0	16
花都区	3	14	0	17
番禺区	1	9	0	10
南沙区	6	1	0	7
从化区	2	0	1	3
增城区	1	9	0	10
广告点位数量 (处)	23	190	3	216
广告牌数量 (块)	46	296	3	345

表3-4 附着于环卫工具房的户外广告点位、广告牌数量统计表

行政区	更换设施、新增广告的工具房 (1点位2牌)	保留设施、新增广告的工具房 (1点位2牌)	总数量 (处)
越秀区	35	30	65
海珠区	1	14	15
荔湾区	21	25	46
白云区	15	2	17
黄埔区	6	4	10
花都区	29	19	48
番禺区	4	0	4
南沙区	11	1	12
从化区	1	0	1
增城区	1	0	1
广告点位数量 (处)	124	95	219
广告牌数量 (块)	248	190	438

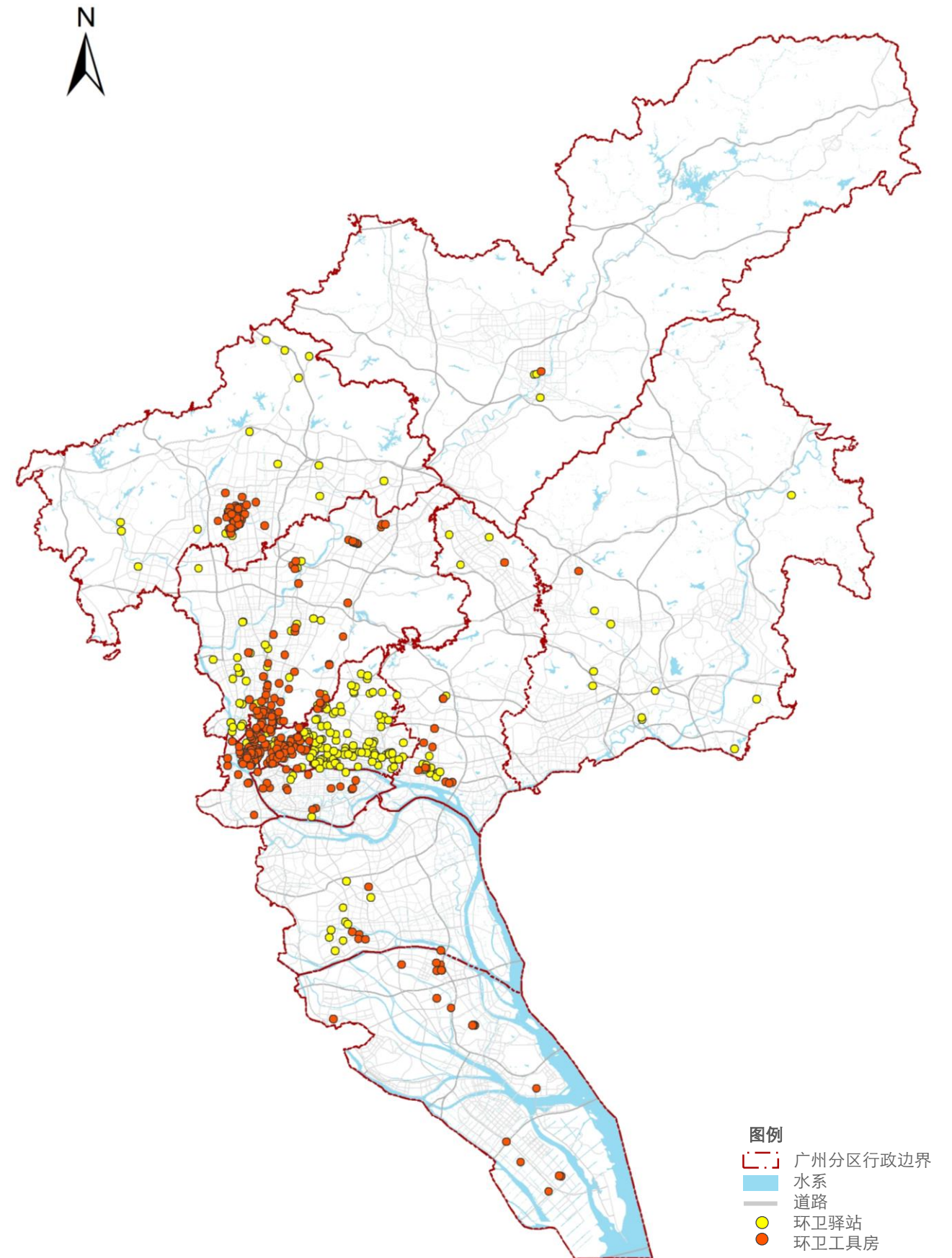


图 3-3 附着于环卫驿站、环卫工具房的户外广告点位布局图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3.3 规范指引

3.3.1 规范要求

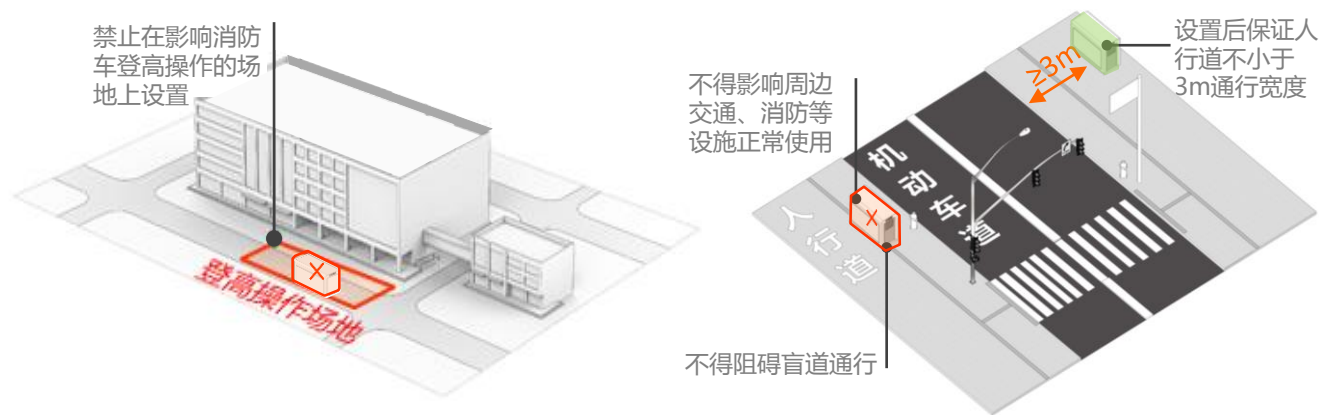
- (1) 禁止在超出建（构）筑物外轮廓线及顶部凌空部分设置广告。
- (2) 不得影响建（构）筑物窗户的正常开启。
- (3) 不得影响建筑物主体肌理和整体造型。
- (4) 不得影响被依附载体的使用功能。
- (5) 不得影响被依附载体的结构安全。



3.3.2 设置指引

(1) 位置指引

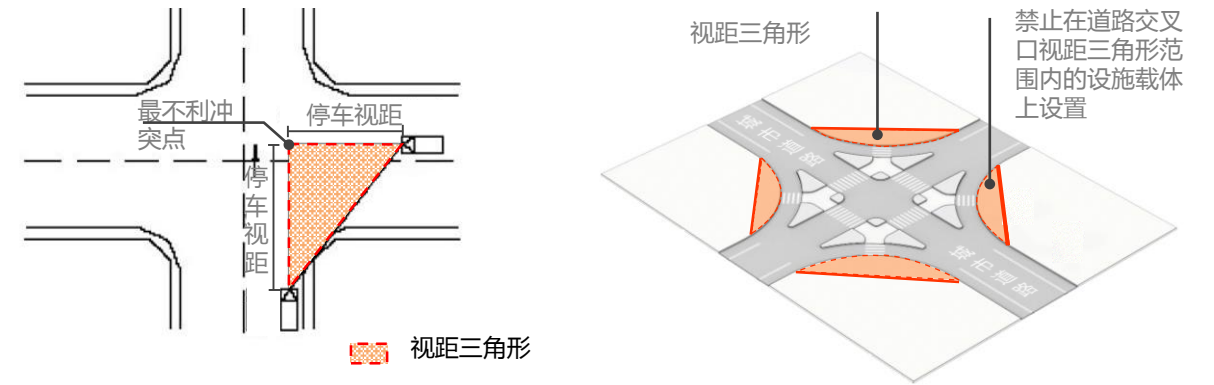
- 1) 禁止在影响消防车登高操作的场地上设置。
- 2) 新建环卫驿站不得阻碍盲道通行，不得影响周边交通、消防等设施正常使用，设置后保证人行道不小于3m通行宽度。



- 3) 禁止在道路交叉口视距三角形范围内的设施载体上设置。

表3-5 城市道路停车视距

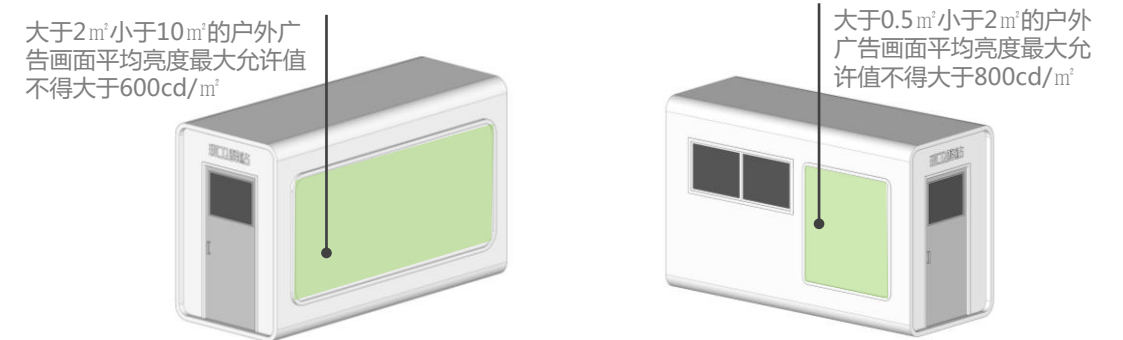
设计速度 (km/h)	100	80	60	50	40	30	20
停车视距 (m)	160	110	70	60	40	30	20



(2) 照明与动态指引

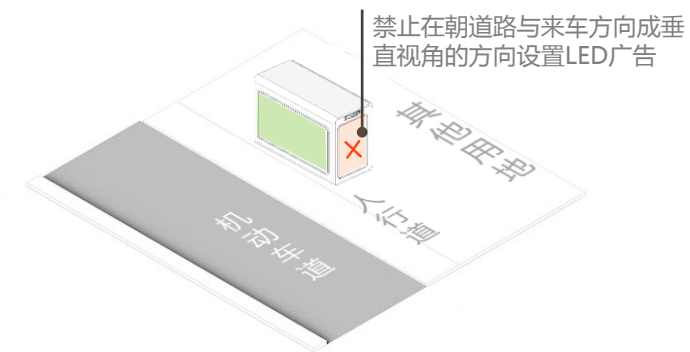
户外广告画面大于2 m²小于10 m²时平均亮度最大允许值不得大于600cd/m²，户外广告画面大于0.5 m²小于2 m²时平均亮度最大允许值不得大于800cd/m²。当广告形式为电子显示屏时，禁止每日22：30至次日7：30开启，显示屏朝向道路时，应播放静态画面，原则上每个静态画面的播放间隔不少于15秒。

户外广告照明不应产生光污染及影响机动车的正常驾驶，不得干扰通信、交通等公共设施的正常使用。



(3) 形式指引

- 1) 建议采用喷绘广告、灯箱广告、LED广告等形式。
- 2) 禁止在朝道路与来车方向成垂直视角的方向设置LED广告。



(4) 材料指引

户外广告设施的电器件及其他材料的选用，应符合散热和阻燃性要求，并应适应环境条件，具有防潮、防雨水和防虫害侵蚀功能。



3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3.4 示范方案

3.4.1 设计策略

装配式环卫驿站和工具房，根据城市不同区域的风貌，设计传统都市风貌区、现代都市风貌区、历史文化风貌区和一般风貌区四类风貌样式，每类风貌样式推荐两种方案样式供选择。

附建式环卫驿站和工具房，统一采用广州市“两网融合”网点制定的标准样式风格，对广告设置位置进行指引。

策略	一风貌区一样式，一式两款 更换	统一样式指引广告位置 增补
情形	装配式设施	附建式设施
举例		

3.4.2 设计目标

解决环卫设施五大痛点，创新以广告养设施的实施机制，部分示范节点打造功能齐全、服务多样的五心环卫设施。

打造五心城市美容站

- ① 让环卫工人暖心
- ② 让环卫工人舒心
- ③ 让环卫工人贴心
- ④ 让环卫工人省心
- ⑤ 让环卫工人开心

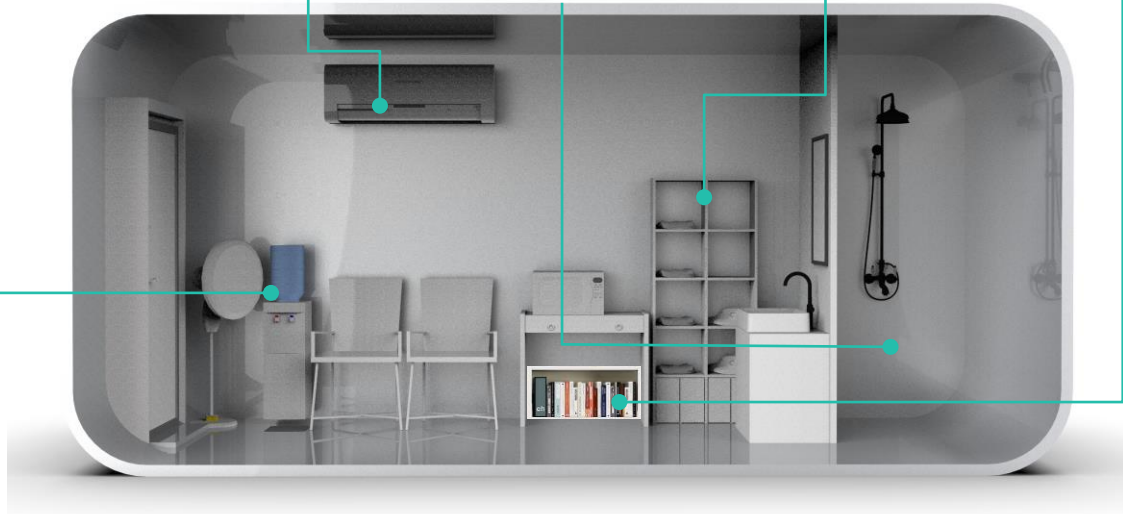
- 三餐规律
- 微波炉
 - 饮水机

- 冬暖夏凉
- 空调、风扇
 - 座椅、WIFI

- 清洁便利
- 沐浴间
 - 洗手台

- 洁污分离
- 工具
 - 生活用具

- 图书阅读
- 设置图书架

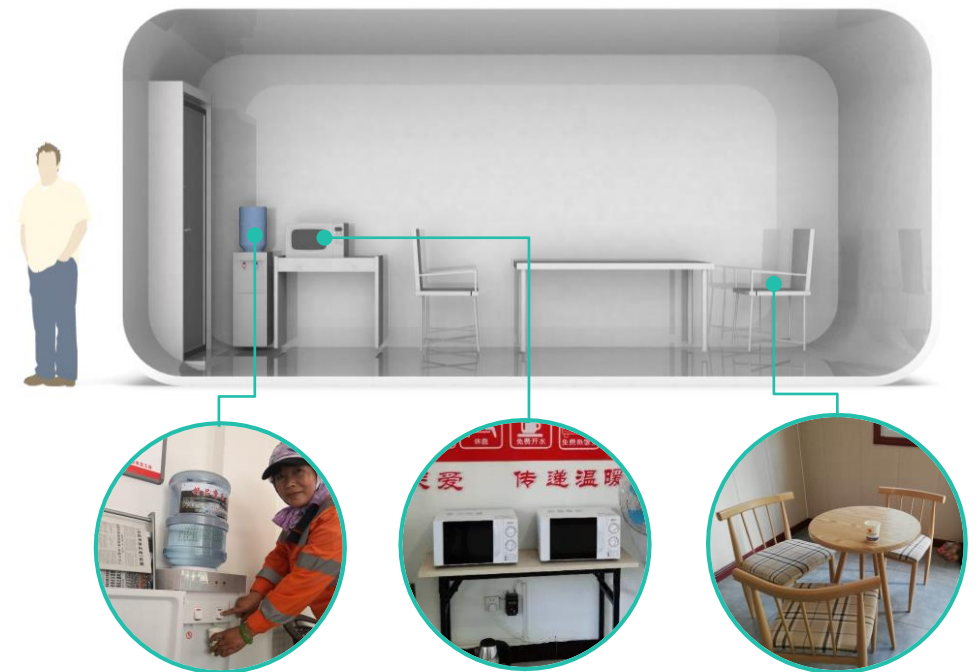


注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

① 让环卫工人暖心

以暖心功能为主，增加微波炉、饮水机等暖心设备。

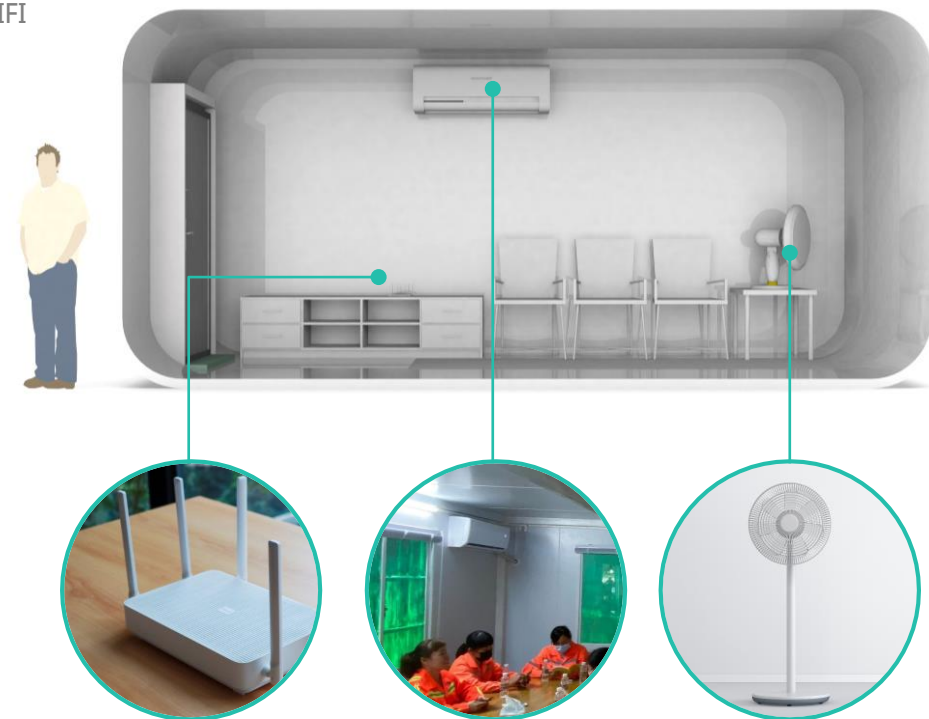
- 微波炉
- 饮水机



② 让环卫工人舒心

以舒心功能为主，增加座椅、WiFi设施、空调风扇等舒心设备。

- 空调、风扇
- 座椅、WIFI

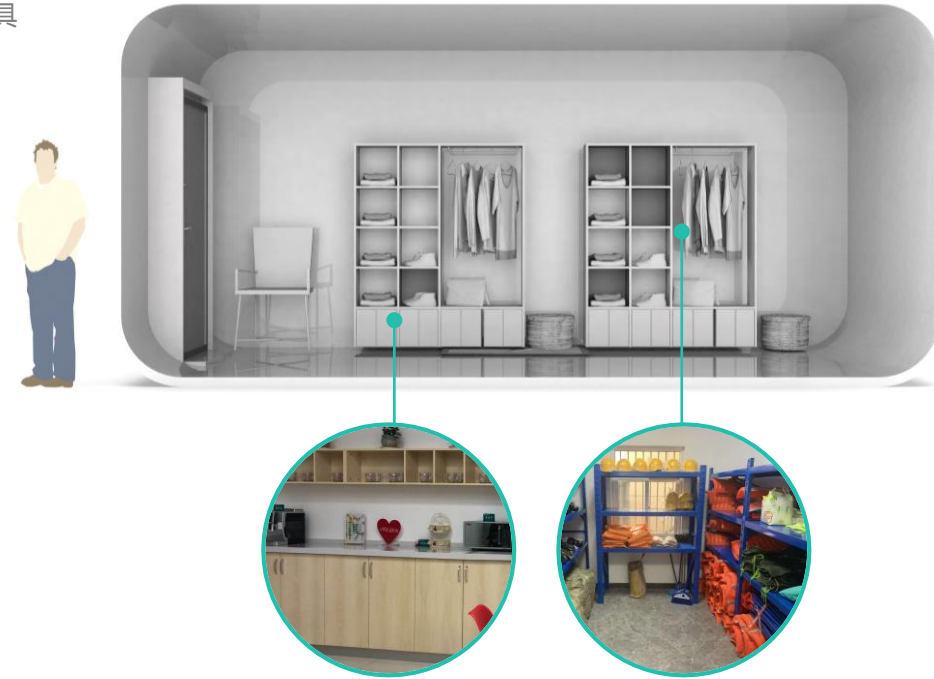


3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

③ 让环卫工人省心

以省心功能为主，增加工具、生活用具等省心设备。

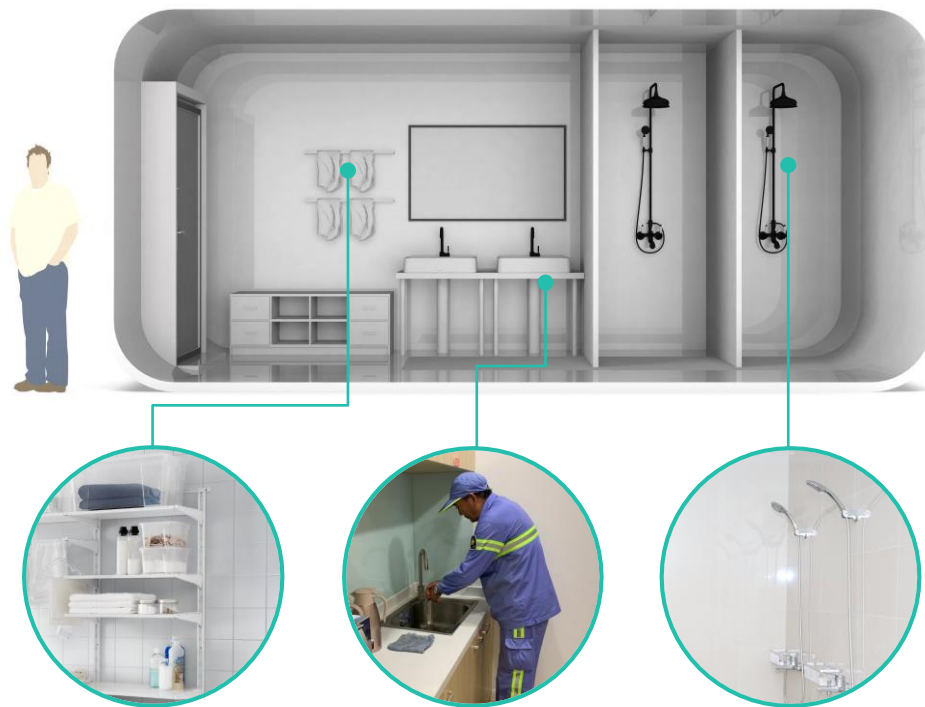
- 工具
- 生活用具



④ 让环卫工人贴心

以贴心功能为主，增加沐浴间、洗手台等贴心设备。

- 沐浴间
- 洗手台



⑤ 让环卫工人开心

以开心功能为主，增加图书架、阅读角等丰富环卫工人的生产生活。

- 图书
- 书架、书柜

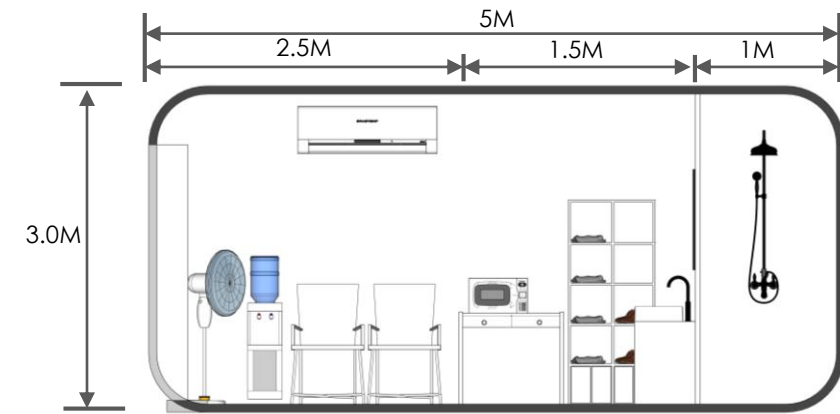


图 3-4 环卫驿站剖面尺寸示意图

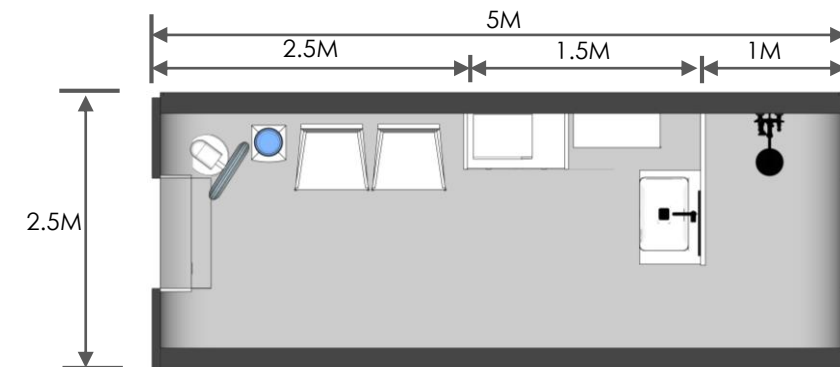


图 3-5 环卫驿站平面尺寸示意图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3.4.3 装配式环卫驿站/工具房示范方案

(1) 设计样式

1) 现代都市风貌区推荐方案

现代都市风貌区设施造型以简洁几何平顶造型为主，立面与顶部一体化融合设计，设计元素简化处理，色调以蓝灰、银灰色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与现代都市元素相结合的主题，色调与现代都市的冷色调相协调。

2) 传统都市风貌区推荐方案

传统都市风貌区设施造型以平顶为主，立面采用整体的设计手法，简洁大方，色调以冷灰、暖灰白色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与传统都市生活相结合的主题，色调与传统都市的清新色调相协调。

设施造型

方案一——唱响羊城

方案二——城市滤芯

广告色彩

公益广告画面推荐

设施造型

方案一——城市空调

方案二——花城明灯

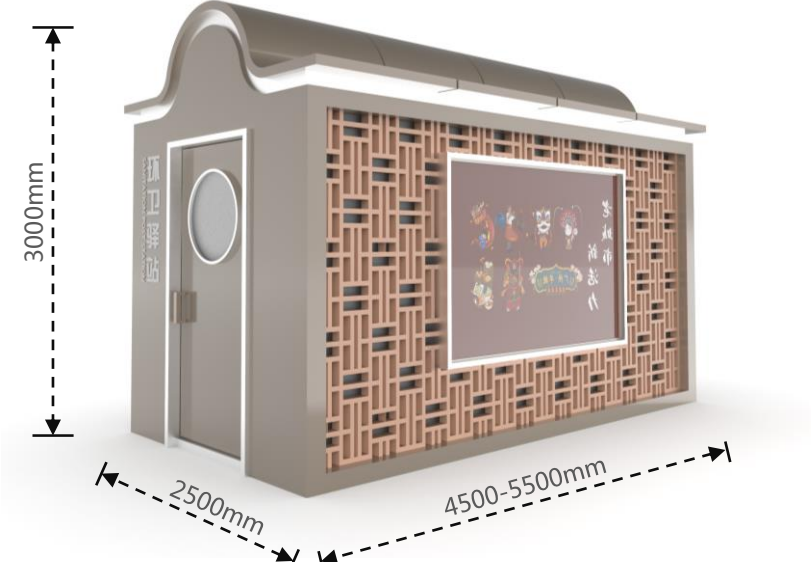
广告色彩

公益广告画面推荐

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3) 历史文化风貌区推荐方案

历史文化风貌区设施造型以具有岭南特色的平顶造型为主，立面采用模仿乡土材质肌理的现代材料，色调以灰白、粉彩色调为主，明度适当降低，控制整体艳度，可局部穿插符合传统广府色彩的中高艳度色彩。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与岭南广府元素相结合的主题，色调与历史文化街区的暖色调相协调。

设施造型	广告色彩
 <p>方案一——岭南风华</p>	
 <p>方案二——花城花窗</p>	<p>公益广告画面推荐</p> 

4) 一般风貌区推荐方案

一般风貌区设施造型以简单经济、耐用兼具一定特色的造型为主，整体大方简洁美观，一般风貌区内建筑色彩区段化特征明显，宜依照周边建筑类型分布情况，整体色调以米白色调与绿灰色调交替出现。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与城市元素相结合的主题，色调以灰调为主。

设施造型	广告色彩
 <p>方案一</p>	
 <p>方案二</p>	<p>公益广告画面推荐</p> 

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

(2) 应用场景

1) 现代都市风貌区推荐样式

方案一：唱响羊城

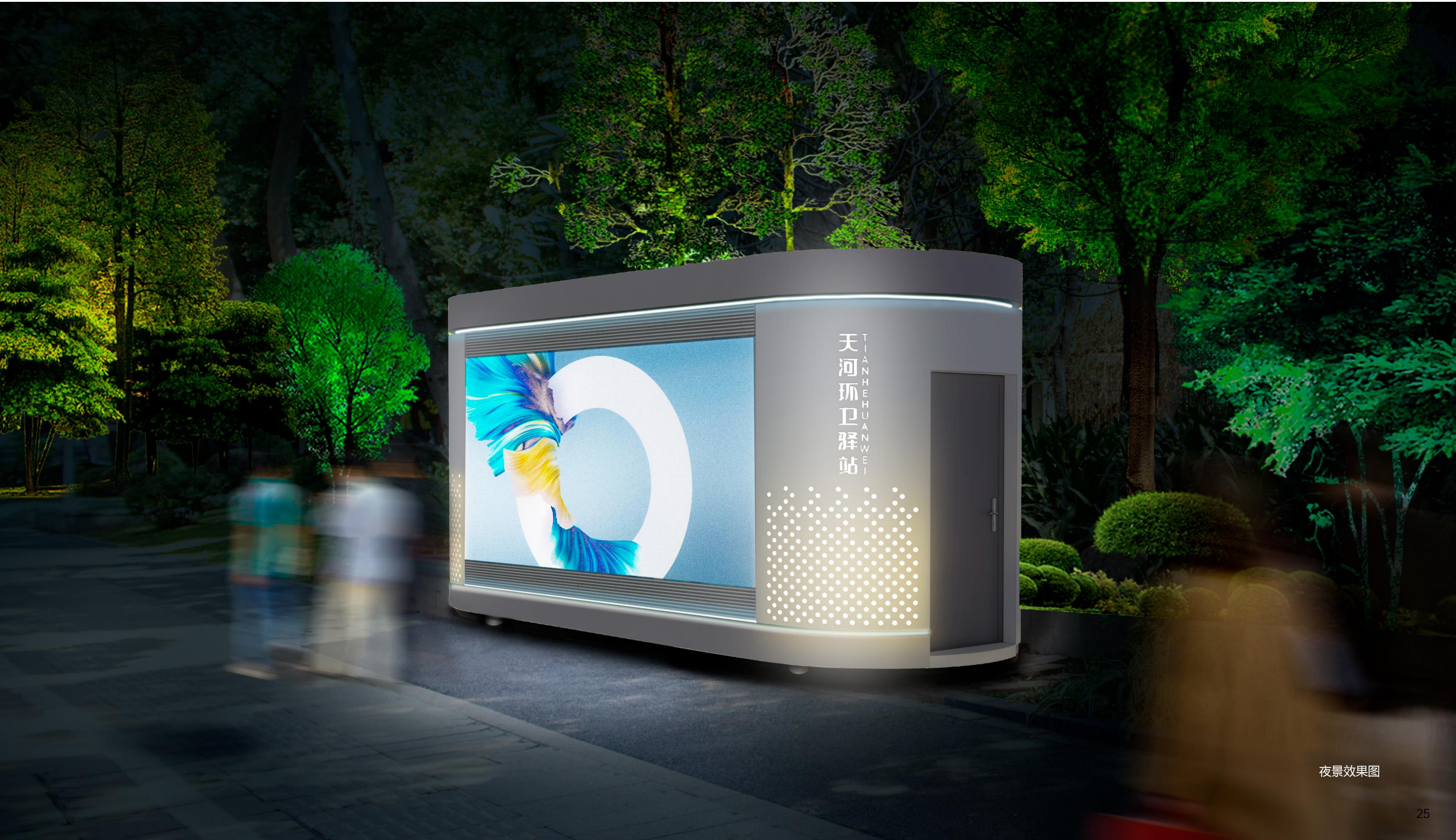


日景效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

1) 现代都市风貌区推荐样式

方案一：唱响羊城



夜景效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

1) 现代都市风貌区推荐样式

方案二：城市滤芯



效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

2) 传统都市风貌区推荐样式

方案一：城市空调



效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

2) 传统都市风貌区推荐样式

方案二：花城明灯



3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3) 历史文化风貌区推荐样式

方案一：岭南风华



日景效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3) 历史文化风貌区推荐样式

方案一：岭南风华



夜景效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3) 历史文化风貌区推荐样式

方案二：花城花窗



效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

4) 一般风貌区推荐样式

方案一：天河区特有环卫驿站



效果图

3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

4) 一般风貌区推荐样式

方案二：尖顶型工具房



效果图

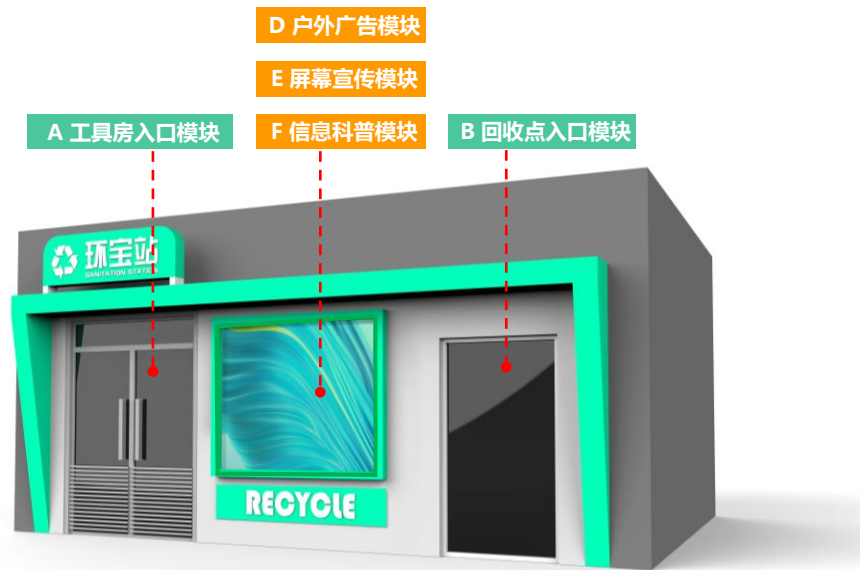
3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

3.4.4 附建式环卫驿站/工具房示范方案

(1) 设计样式

以广州市现行标准中的附建式环卫驿站样式为基础，将环卫驿站按照面积30㎡以下、30-60㎡、60㎡以上划分为三类型进行模块化设计，通过加入户外广告模块，对户外广告设置位置和尺寸进行指引。

30㎡以下主要以环卫功能为主，结合屏幕宣传模块加入户外广告模块，根据场地实际情况增加智能回收箱。



组合形式一
立面宽度：<5m
功能：环卫驿站+可回收物临时存放区

30-60㎡设置环卫驿站和资源回收站，独立设置户外广告模块，根据场地实际情况和使用需求确定各功能模块面积大小。



组合形式二
立面宽度：5m-10m
功能：环卫驿站+便民回收点

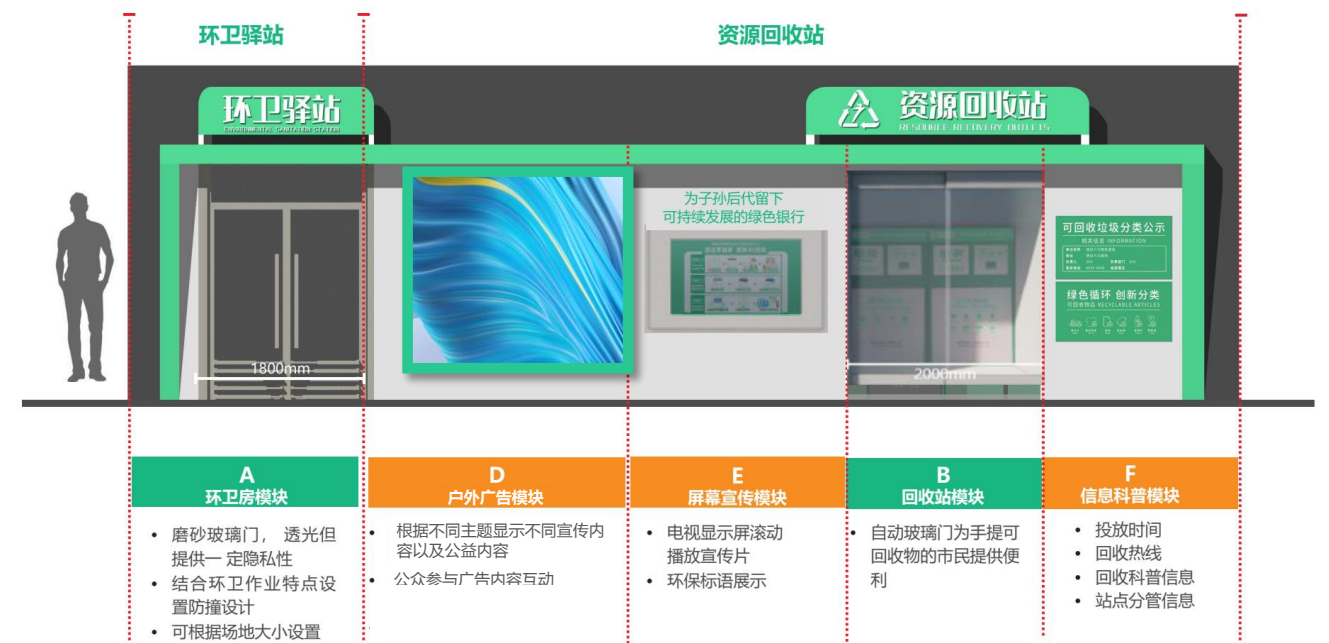
60㎡以上设置环卫驿站和资源回收站，加入户外广告模块的基础上，屏幕宣传模块和信息科普模块面积加大，根据场地实际情况和使用需求确定各功能模块面积大小。



组合形式三
立面宽度：>10m
功能：环卫驿站+便民回收点+环卫工人休息室（尽量避免黑房）

模块指引

在指引的基础上，结合广州市已有环卫驿站的造型，对户外广告进行模块化设计，标注各个功能模块的参考位置、尺寸、形式、照明等要求。



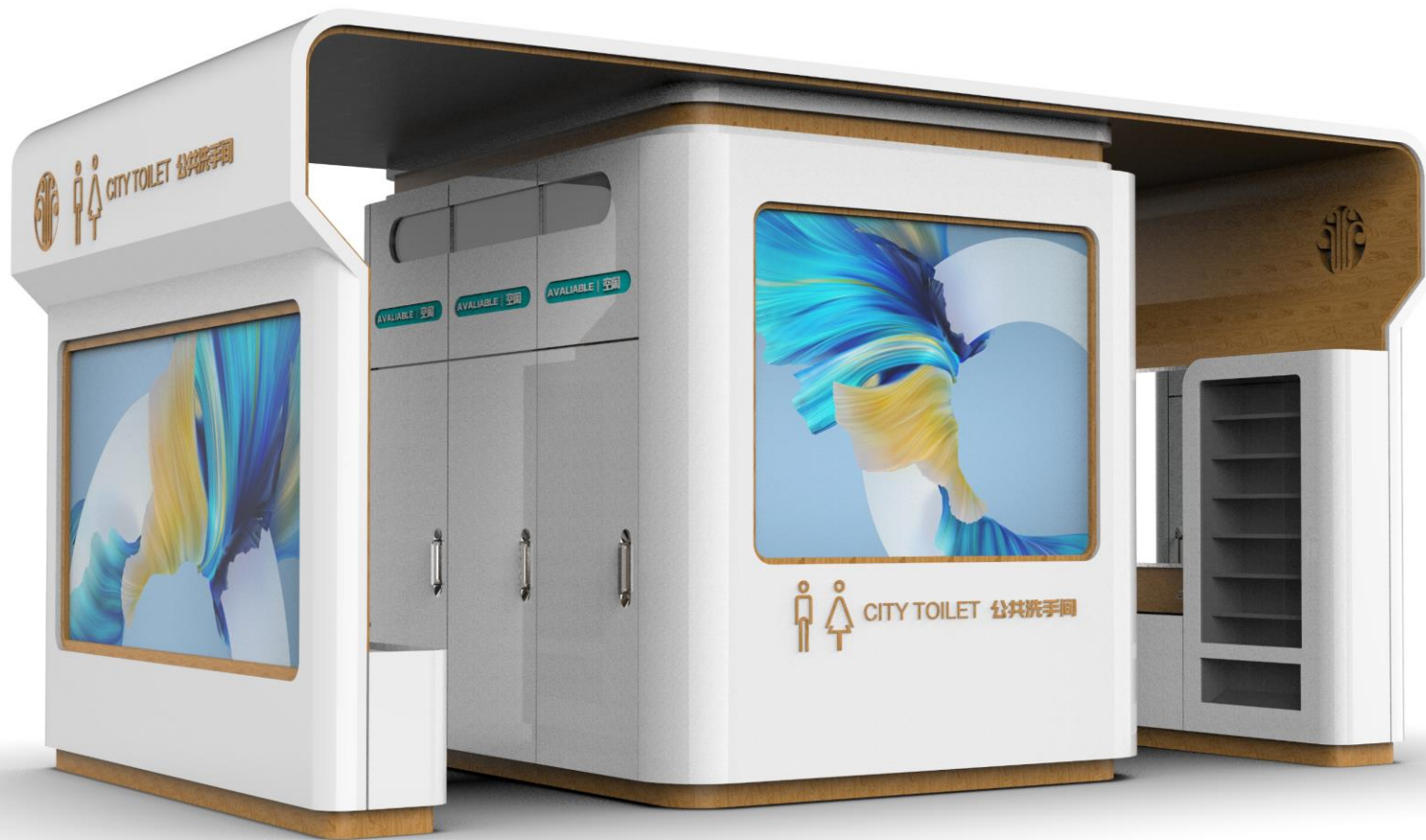
3 环卫驿站/工具房户外广告设置方案

(2) 应用场景

以越秀区建设六马路附建式环卫工具房为例，该点位立面宽约12m。采用模块组合形式三，兼有环卫驿站和资源回收站功能，同时结合户外广告模块，增加科普宣传互动广告屏，推广环保文化，增强市民环保意识。



效果图



PART4

公厕

户外广告设置方案

- 4.1 现状情况
- 4.2 空间布局
- 4.3 规范指引
- 4.4 示范方案

4 公厕户外广告设置方案

4.1 现状情况

4.1.1 设施本体情况

广州市公厕从结构上可划分为独立式、附建式、移动式三类。独立式公厕是指有独立固定的墙体、建筑结构与其它建筑物结构无关联的公厕；附建式公厕是指公厕的建筑结构与其它主建筑物结构同属于一个整体，附属于主体建筑而建设的公厕；移动式公厕是指以组装板材构成墙体的模块化的、半固定或可以被移动的公厕。

目前，公厕设施主要存在以下问题：外观传统、缺乏管养维护的品质问题；功能配备单一，仅满足群众基础需求的功能问题；位置偏僻，缺乏标识引导的标识问题；缺乏照明指引，夜间难以寻找的照明问题。

独立式公厕



附建式公厕



移动式公厕



4.1.2 户外广告设置情况

公厕设置的户外广告主要存在以下四个方面问题：

设置方面：设置户外广告的点位较少，广告资源未得到有效开发利用。

内容方面：广告内容以公益为主，市场投入少。



形式方面：大部分广告采用即时贴、布幔等形式，较少运用新技术新材料。

风貌方面：设置随意，广告牌与建筑立面衔接割裂，影响建筑风貌。



4 公厕户外广告设置方案

4.1.3 现状分布情况

有户外广告设置需求的公厕共782座，详细统计见下表：

表4-1 有户外广告设置需求的公厕分布情况统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
公厕数量(座)	58	74	194	47	26	44	107	119	85	10	18	782

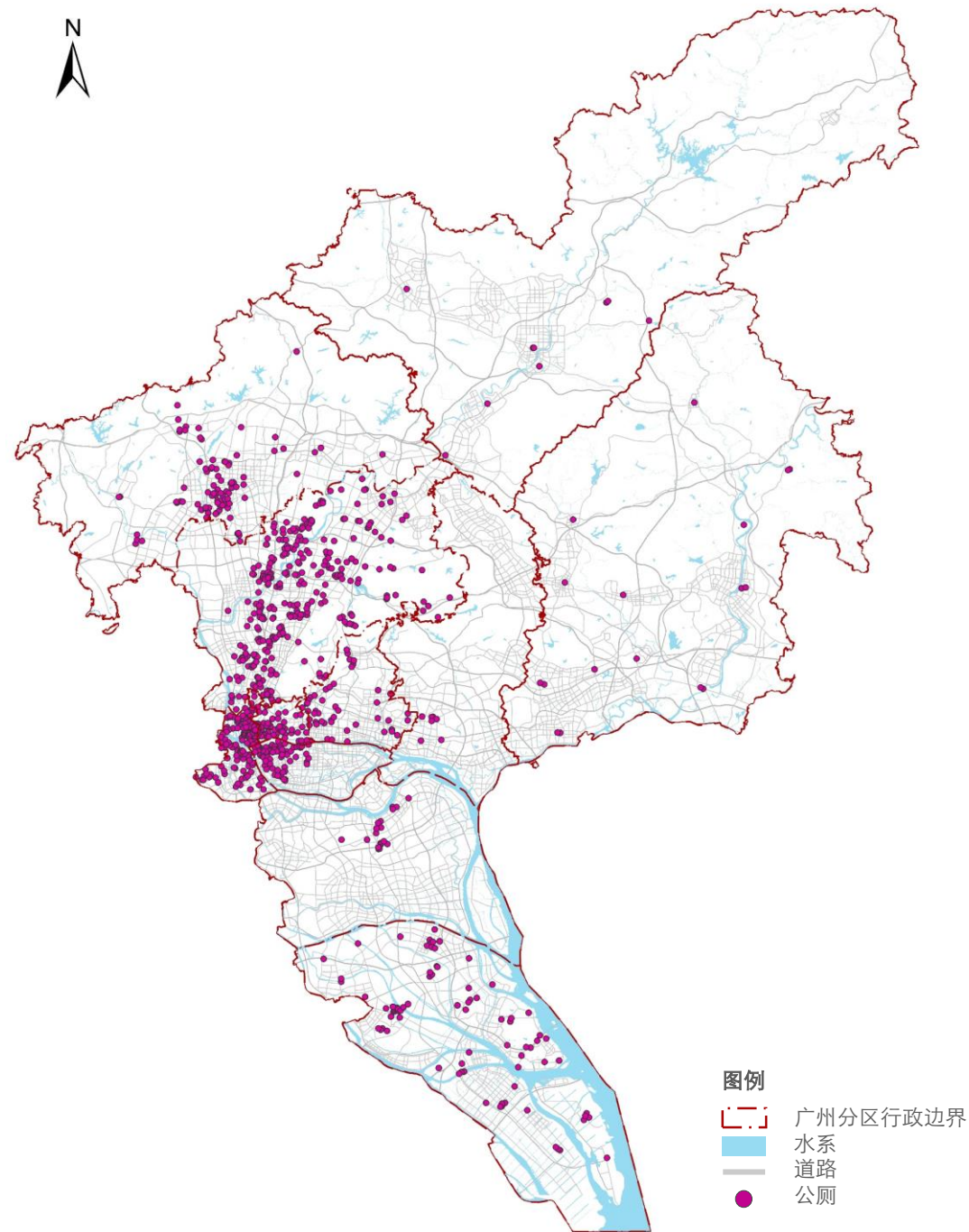


图4-1有户外广告设置需求的现状公厕分布图

4.2 空间布局

布局附着于公厕的户外广告点位704处，广告牌704块。移动式公厕选用示范方案样式时，户外广告设置位置和数量按图则执行。

表4-2 附着于公厕的户外广告点位、广告牌数量统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
广告点位数量(处)	45	66	183	39	26	41	91	108	80	9	16	704
广告牌数量(块)	45	66	183	39	26	41	91	108	80	9	16	704

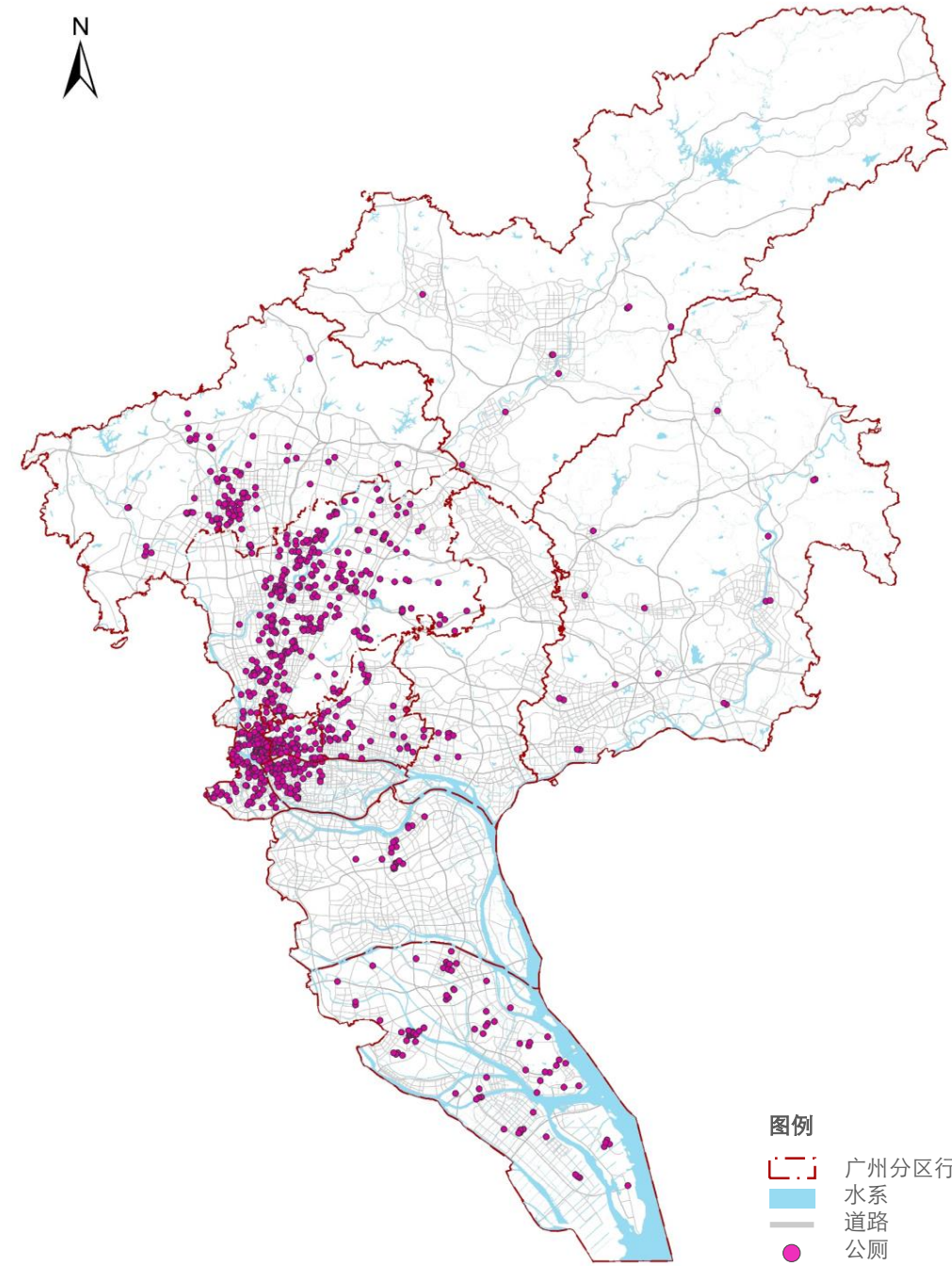


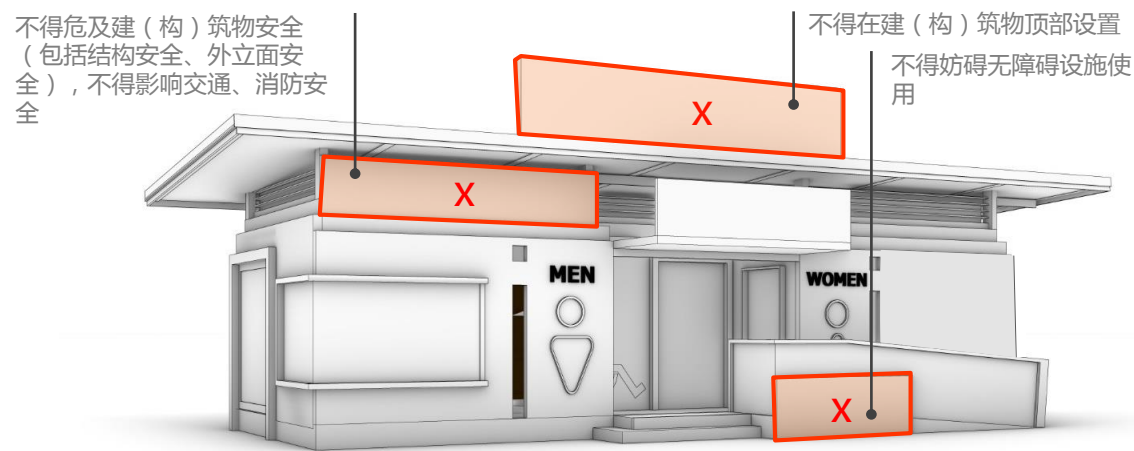
图4-2 附着于公厕的户外广告点位布局图

4 公厕户外广告设置方案

4.3 规范指引

4.3.1 规范要求

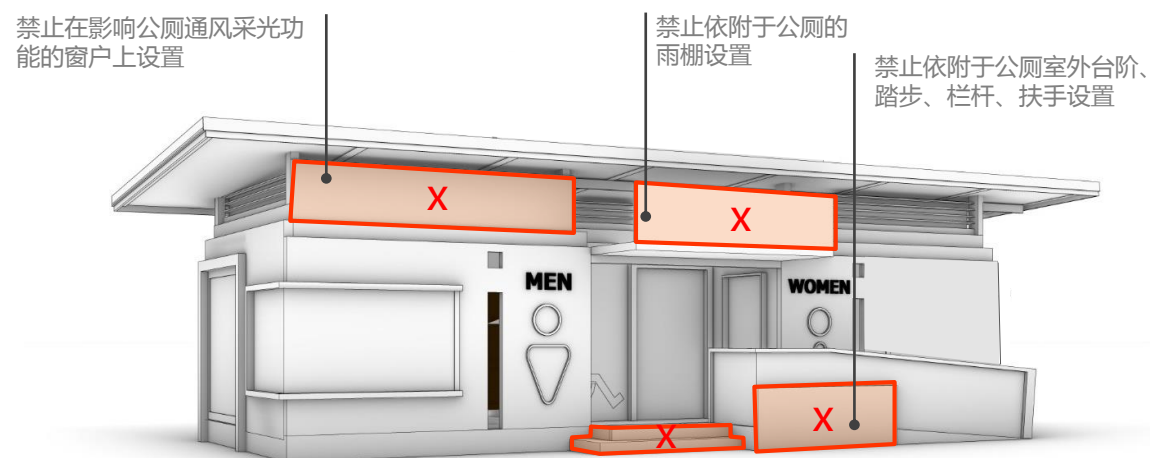
- (1) 户外广告不得影响被依附载体的使用功能。
- (2) 不得危及建（构）筑物安全（包括结构安全、外立面安全），不得影响交通、消防安全。
- (3) 不得在建（构）筑物顶部设置。
- (4) 不得妨碍无障碍设施使用。



4.3.2 设置指引

(1) 位置指引

- 1) 已建公厕如有广告设置需求，鼓励结合内部设施及功能设备设置广告，如确需设置户外广告，可在不影响公厕建筑外观风貌的前提下，在公厕主要视线面或实体墙面设置户外广告。新建装配式公厕建议结合户外广告一体化设计。
- 2) 禁止在影响公厕通风采光功能的窗户上设置。
- 3) 禁止依附于公厕的雨棚，公厕室外台阶、踏步、栏杆、扶手设置。
- 4) 不得影响公厕主体肌理和整体造型。



5) 禁止在道路交叉口视距三角形范围内的设施载体上设置。

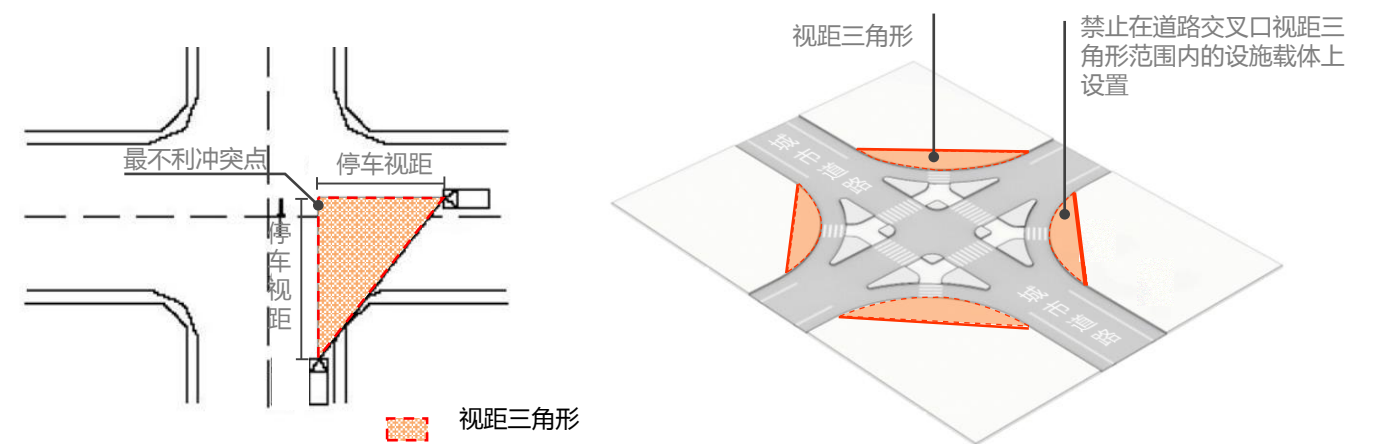


表4-3 城市道路停车视距

设计速度 (km/h)	100	80	60	50	40	30	20
停车视距 (m)	160	110	70	60	40	30	20

4 公厕户外广告设置方案

(2) 照明与动态指引

1) 户外广告光源亮度不得影响居民生产生活和城市交通，不得采用霓虹灯、闪烁光源或画面，推广使用节能环保的照明新技术、新产品。

2) 户外广告照明不应产生光污染及影响机动车的正常驾驶，不得干扰通信、交通等公共设施的正常使用。

3) 户外广告画面大于 2m^2 小于 10m^2 的，平均亮度最大允许值不得大于 $600\text{cd}/\text{m}^2$ ，户外广告画面大于 0.5m^2 小于 2m^2 的，平均亮度最大允许值不得大于 $800\text{cd}/\text{m}^2$ 。

4) 公厕户外广告画面仅能进行静态展示。静态展示的画面播放速度应缓慢和连贯，每个画面的播放间隔不宜少于15秒，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

户外广告画面大于 0.5m^2 小于 2m^2 的，平均亮度最大允许值不得大于 $800\text{cd}/\text{m}^2$ ；
户外广告画面大于 2m^2 小于 10m^2 的，平均亮度最大允许值不得大于 $600\text{cd}/\text{m}^2$

在主要视线面或实体墙面设置户外广告设置



(3) 形式指引

建议采用喷绘广告、灯箱广告、LED广告等形式。

(4) 材料指引

户外广告设施的电器件及其他材料的选用，应符合散热和阻燃性要求，并应适应环境条件，具有防潮、防雨水和防虫害侵蚀功能。

(5) 功能指引

鼓励公厕内部结合各项功能设备设置广告，丰富广告形式，推动“以厕养厕”管理运行模式，填补公厕运营经费缺口。



广告与卫生间挂墙镜结合



广告与智能厕纸机结合



广告与充电WiFi机结合



广告与雨伞租赁机结合



广告与烘手器结合



广告与智慧信息屏结合

4 公厕户外广告设置方案

4.4 示范方案

4.4.1 设计策略

针对公厕现状问题，提出“提品质”“添样式”设计策略。附建式、移动式公厕可在侧面设置；移动式公厕设计四个风貌区示范方案，设置人可根据建设条件进行整体替换。

附建式、独立式公厕——提品质



建筑整体风貌品质差



建筑局部差需遮丑



建筑本底优越只缺广告



整体提升



局部提升



细节提升

移动式公厕——添样式



现代都市样式



传统都市样式



历史文化样式



一般样式

注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

4.4.2 设计目标

针对功能单一的公厕设施，补充六大常用功能，助力公厕升级运营的良性发展，打造功能齐全、服务多样的便民智慧公厕，实现“小公厕”解决“大问题”。

打造便民智慧公厕

① 让人不摸黑

- 装饰照明

② 让人不乏味

- 垂直绿化景墙

③ 让人不离线

- AR互动显示屏
- 移动式Wifi



④ 让人不淋雨

- 天气播报屏
- 共享雨伞

⑤ 让人不盲等

- 厕位指示灯
- 占用信息屏

⑥ 让人不脏手

- 取纸机/烘手机
- 洗手台

4 公厕户外广告设置方案

4.4.3 附建式、独立式公厕示范方案

(1) 整体提升——东塍公厕

以暖棕色格栅条包裹建筑立面，遮挡外露的管线和破损墙面，并使建筑物主色与环境协调。



以格栅、垂直绿化新表皮包裹建筑，遮挡破损



效果图

4 公厕户外广告设置方案

(2) 局部提升——南山公园公厕

结合中式风格，融入岭南特色改造建筑墙面与屋檐，对中式连廊与建筑本体一体化提升，以保持风格统一，并增加智能售卖机等功能。



建筑外墙面重新刷漆，增加装饰线

增加雨棚，形成过渡空间

增加充电宝和售卖功能

效果图

4 公厕户外广告设置方案

(3) 细节提升——体育西横路公厕

基于公厕清水砖墙体为主的蓝灰色色调岭南传统风格，将门、窗框调整为传统中式收边样式，新增中式边框广告，保持建筑物整体风格统一，并在山墙上方增加面向人行道方向的导视标识。



增加导视标识

增加中式边框广告

效果图

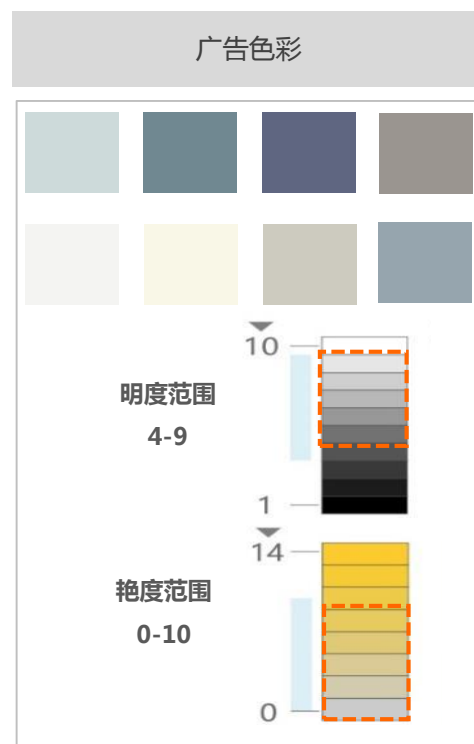
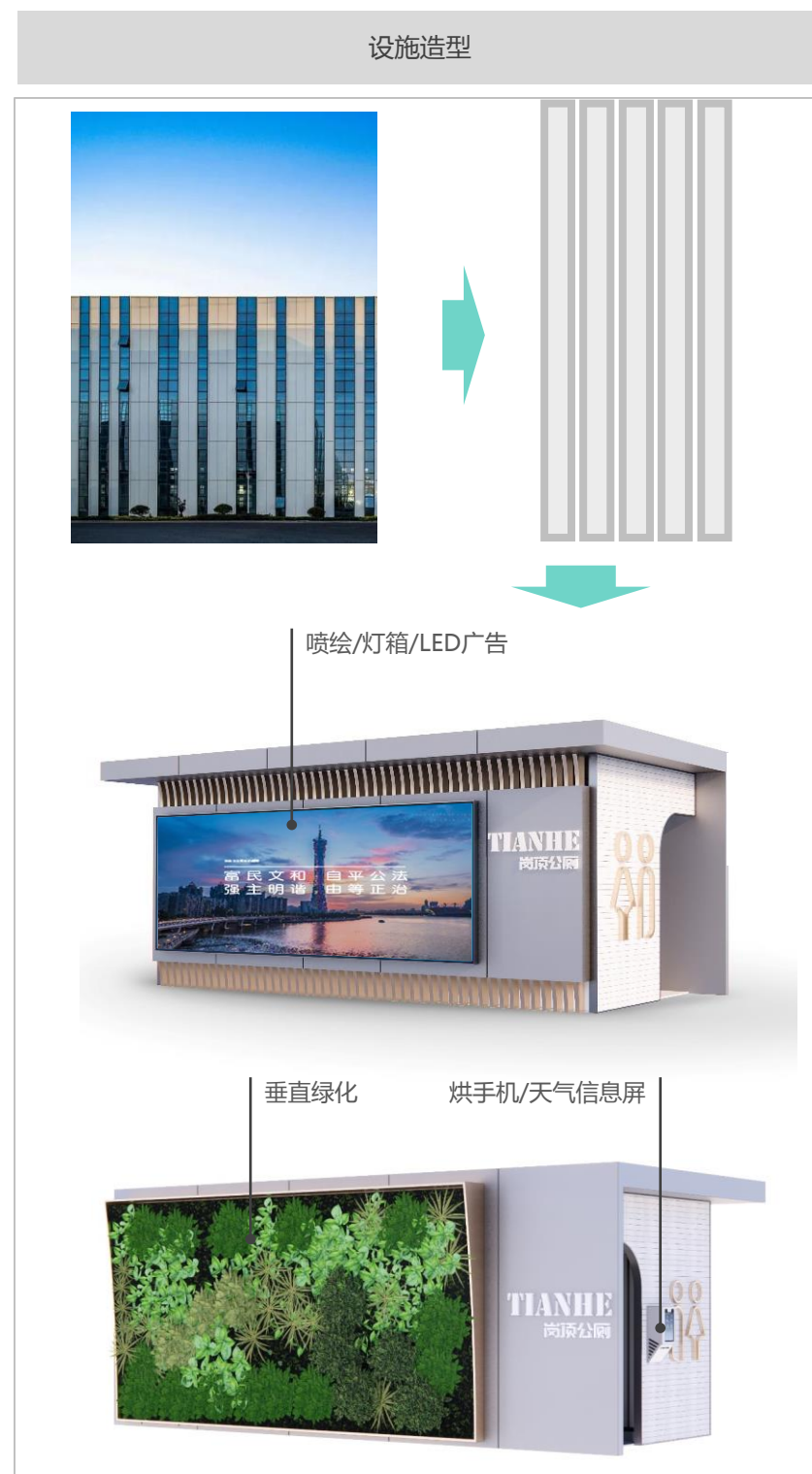
4 公厕户外广告设置方案

4.4.4 移动式公厕示范方案

(1) 设计样式

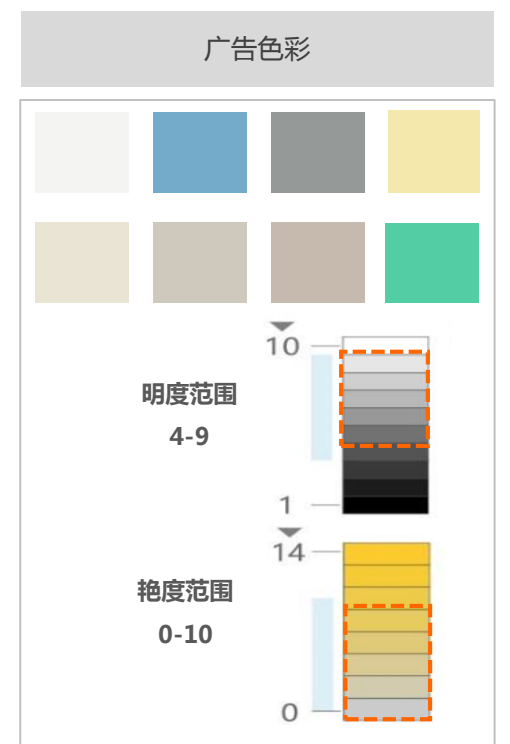
1) 现代都市风貌区推荐方案

现代都市风貌区整体色调以蓝灰、银灰色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%比例，内容应体现“粤港澳大湾区”“社会主义核心价值观”等主题。



2) 传统都市风貌区推荐方案

传统都市风貌区应注重片区的整体基调，整体色调以冷灰、暖灰白色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%比例，内容应体现“以人民为中心”等主题。



4 公厕户外广告设置方案

3) 历史文化风貌区推荐方案

历史文化风貌区整体色调以灰白、粉彩色调为主，明度适当降低，控制整体艳度，可局部穿插符合传统广府色彩的中高艳度色彩。公益广告不得小于30%比例，内容应体现“老城市新活力”“广州本土历史文化”等主题。

设施造型



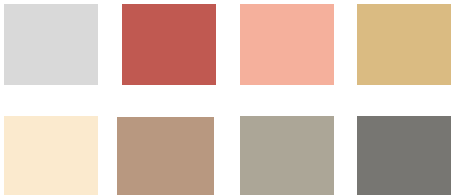
充电宝/雨伞租赁 | 装饰照明灯



喷绘/灯箱/LED广告 | 洗手池/卫镜

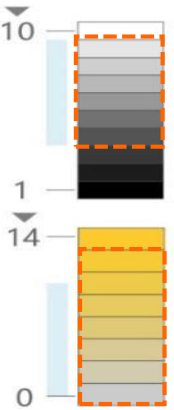


广告色彩



明度范围 3-9

艳度范围 0-13




公益广告画面推荐





4) 一般风貌区推荐方案

一般风貌区内建筑色彩区段化特征明显，宜依照周边建筑类型分布情况，整体色调以米调与绿灰色调交替出现。公益广告不得小于30%比例，内容应体现“生态文明建设”“美丽广州”等主题。


设施造型




喷绘/灯箱/LED广告



喷绘/灯箱/LED广告

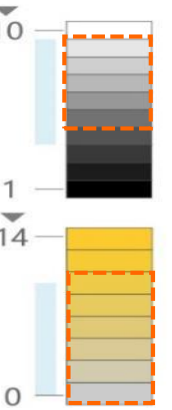


广告色彩





明度范围 5-9

艳度范围 0-12



公益广告画面推荐

4 公厕户外广告设置方案

(2) 应用场景

1) 现代都市风貌区推荐样式

融入现代幕墙元素，以白色和灰色为主色，搭配橙金色点缀，左右两面开口；正面设置户外广告，背面根据空间大小和使用需要可安装可拆卸的垂直绿化景墙。



4 公厕户外广告设置方案

1) 现代都市风貌区推荐样式

融入现代幕墙元素，以白色和灰色为主色，搭配橙金色点缀，左右两面开口；正面设置户外广告，背面根据空间大小和使用需要可安装可拆卸的垂直绿化景墙。



夜景效果图

4 公厕户外广告设置方案

2) 传统都市风貌区推荐样式

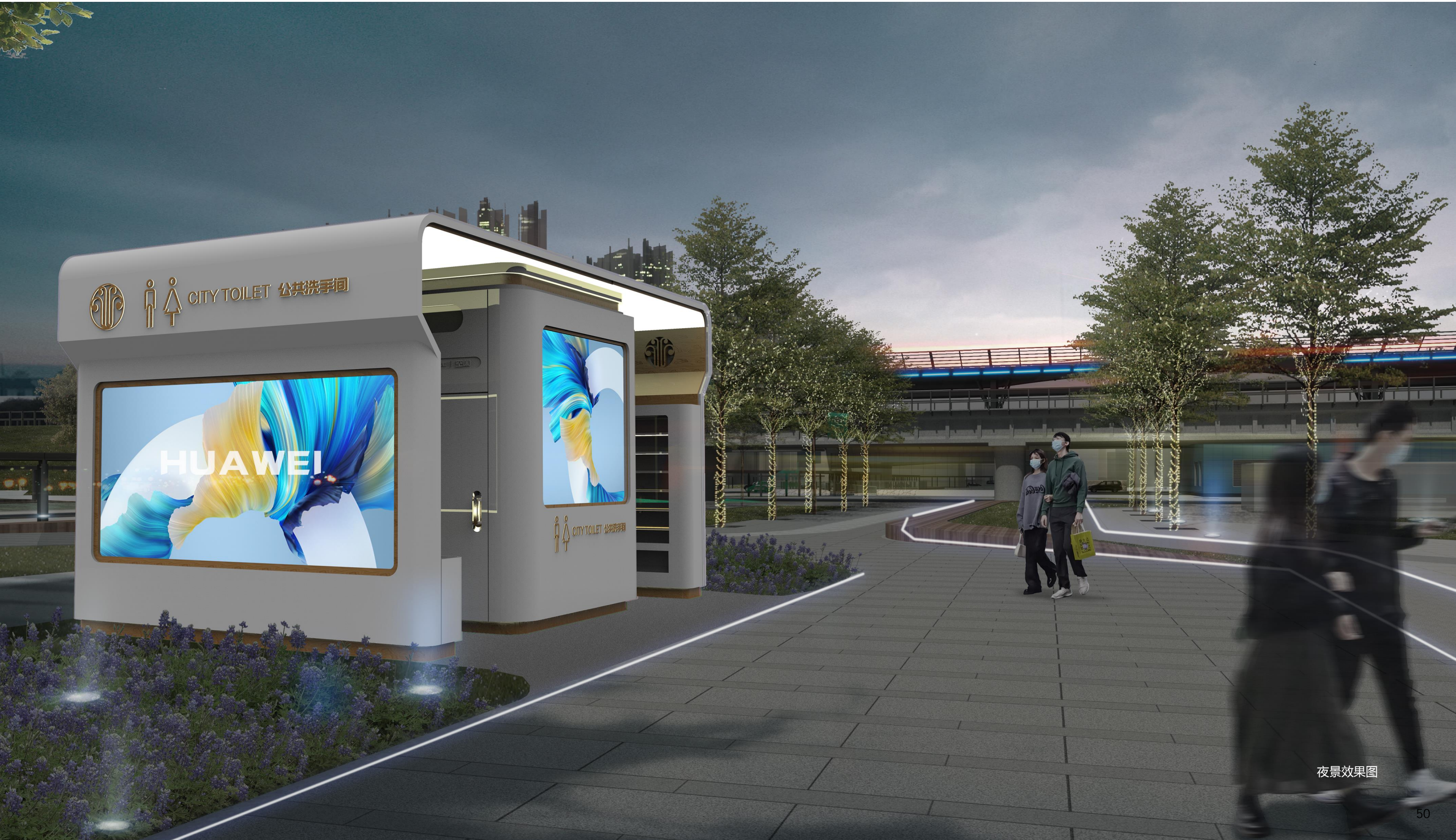
提取广州市花木棉花的轮廓线，融入弧线和折线一体化设计圆弧形建筑体块顶棚和立柱，并使用木棉花logo雕刻作为装饰；公厕主入口实墙面新增灯箱或LED户外广告。



4 公厕户外广告设置方案

2) 传统都市风貌区推荐样式

提取广州市市花木棉花的轮廓线，融入弧线和折线一体化设计圆弧形建筑体块顶棚和立柱，并使用木棉花logo雕刻作为装饰；公厕主入口实墙面新增灯箱或LED户外广告。



夜景效果图

4 公厕户外广告设置方案

3) 历史文化风貌区推荐样式

提取岭南传统民居建筑山墙形态，融入透气坡屋顶和格栅装饰元素，厕箱间隔处增加传统灯饰，整体色调为广州老建筑米灰色搭配岭南坡屋顶藏蓝色；公厕两侧格栅板设置户外广告。



4 公厕户外广告设置方案

3) 历史文化风貌区推荐样式

提取岭南传统民居建筑山墙形态，融入透气坡屋顶和格栅装饰元素，厕箱间隔处增加传统灯饰，整体色调为广州老建筑米灰色搭配岭南坡屋顶藏蓝色；公厕两侧格栅板设置户外广告。



夜景效果图

4 公厕户外广告设置方案

4) 一般风貌区推荐样式

设施以白色为主色调，单面开口，一侧设置灯箱或LED户外广告。



4 公厕户外广告设置方案

4) 一般风貌区推荐样式

设施以白色为主色调，单面开口，一侧设置灯箱或LED户外广告。



夜景效果图



PART5

智慧灯杆

户外广告设置方案

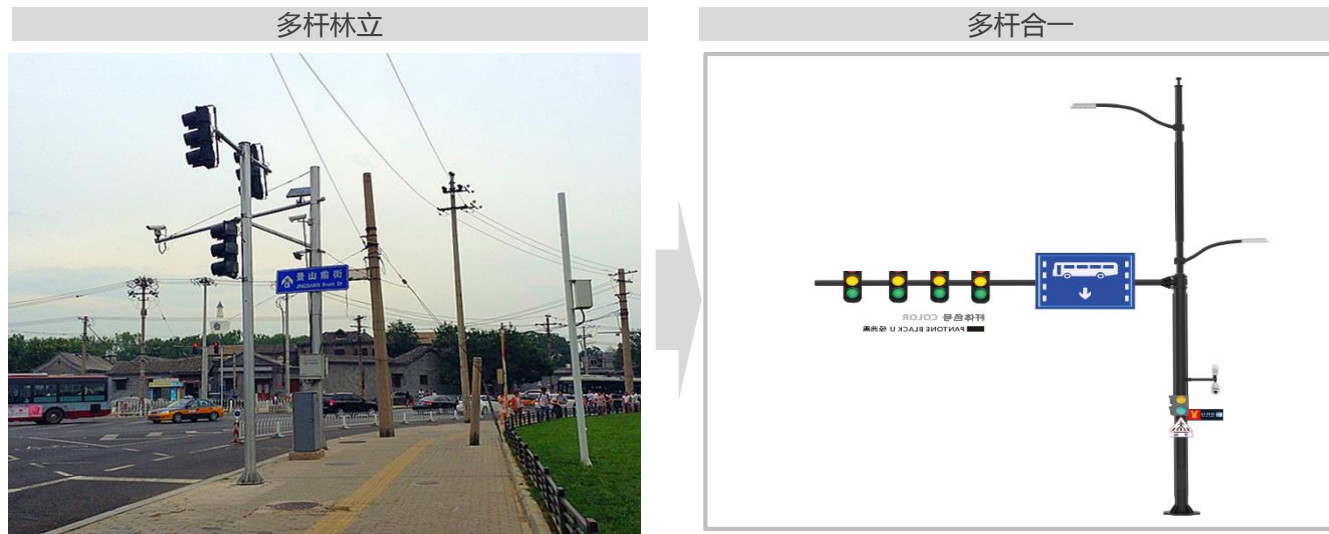
- 5.1 现状情况
- 5.2 空间布局
- 5.3 规范指引
- 5.4 示范方案

5 智慧灯杆户外广告设置方案

5.1 现状情况

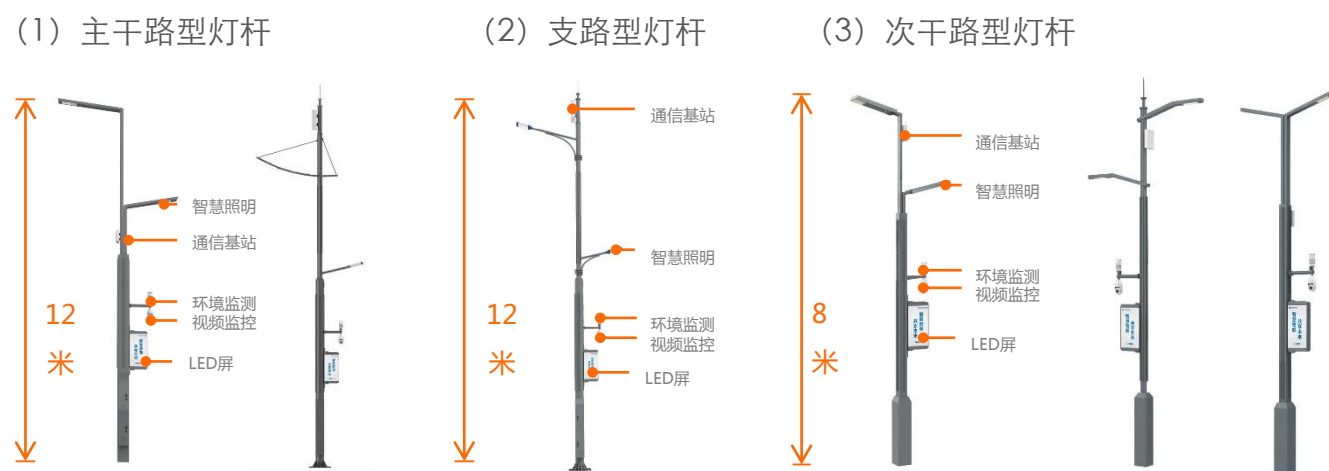
5.1.1 设施本体情况

智慧灯杆是以灯杆为载体，通过挂载各类设备提供智能照明、移动通信、环境监测、交通管理、信息交互和城市公共服务等功能的基础设施，是可通过运营管理后台系统进行远程监测、控制、管理等网络通讯和信息化服务的多功能道路灯杆。



5.1.2 设施外观样式

为实现智慧灯杆的高质量设置，以《广州智慧灯杆杆型设计方案》中15种智慧灯杆杆型外观样式作为参考，分为主干路灯杆型、支路型灯杆、次干路型灯杆、步行街区-科技型灯杆、步行街区-古典型灯杆等形式。



(4) 步行街区：科技型灯杆型



(5) 步行街区：古典型灯杆型



5 智慧灯杆户外广告设置方案

5.1 现状情况

5.1.3 现状分布情况

现有智慧灯杆设施共3291根，其中天河区较多，共1586根，占48%；黄埔区、从化区暂无。详见表5-1。

表5-1 现有智慧灯杆设施分布情况统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
智慧灯杆数量(根)	329	477	120	1586	100	0	142	121	280	0	136	3291

5.2 空间布局

依据《城市容貌标准》要求，结合场景视觉研究结论、专家评估及民意调查结果，智慧灯杆户外广告按照市域重点管控廊道禁止设置（图5-1、表5-3）、珠江流域一线可视范围内禁止设置的标准进行布局。本方案实施期间，共规划建设智慧灯杆设施80970根，布局附着于智慧灯杆的户外广告点位13636处，设置户外广告牌13636块，详见表5-2。

表5-2 附着于智慧灯杆的户外广告点位、广告牌数量统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
广告点位数量(处)	1440	3087	1455	2275	694	0	1021	1138	1080	160	1286	13636
广告牌数量(块)	1440	3087	1455	2275	694	0	1021	1138	1080	160	1286	13636

表5-3 市域范围内重点管控廊道一览表

交通景观廊道 (6条)	机场高速、创新大道、第二机场高速（规划）、珠江西航道沿线-沿江路-临江大道（规划）、滨江路-阅江路、广州一号公路（规划）
重要交通廊道 (19条)	东风路、中山路、解放路、广州大道、华南快速-番禺大道、广惠高速、白云大道、平步大道（规划）、华观路-科学大道、广深高速、环城高速、内环路、广园快速、芳村大道、东新高速、汉溪大道、天河东路-猎德大道-新光快速路、南沙港快速、开放大道（规划）

(注：表5-3、图5-1来源于《广州市总体城市设计》（2019）)

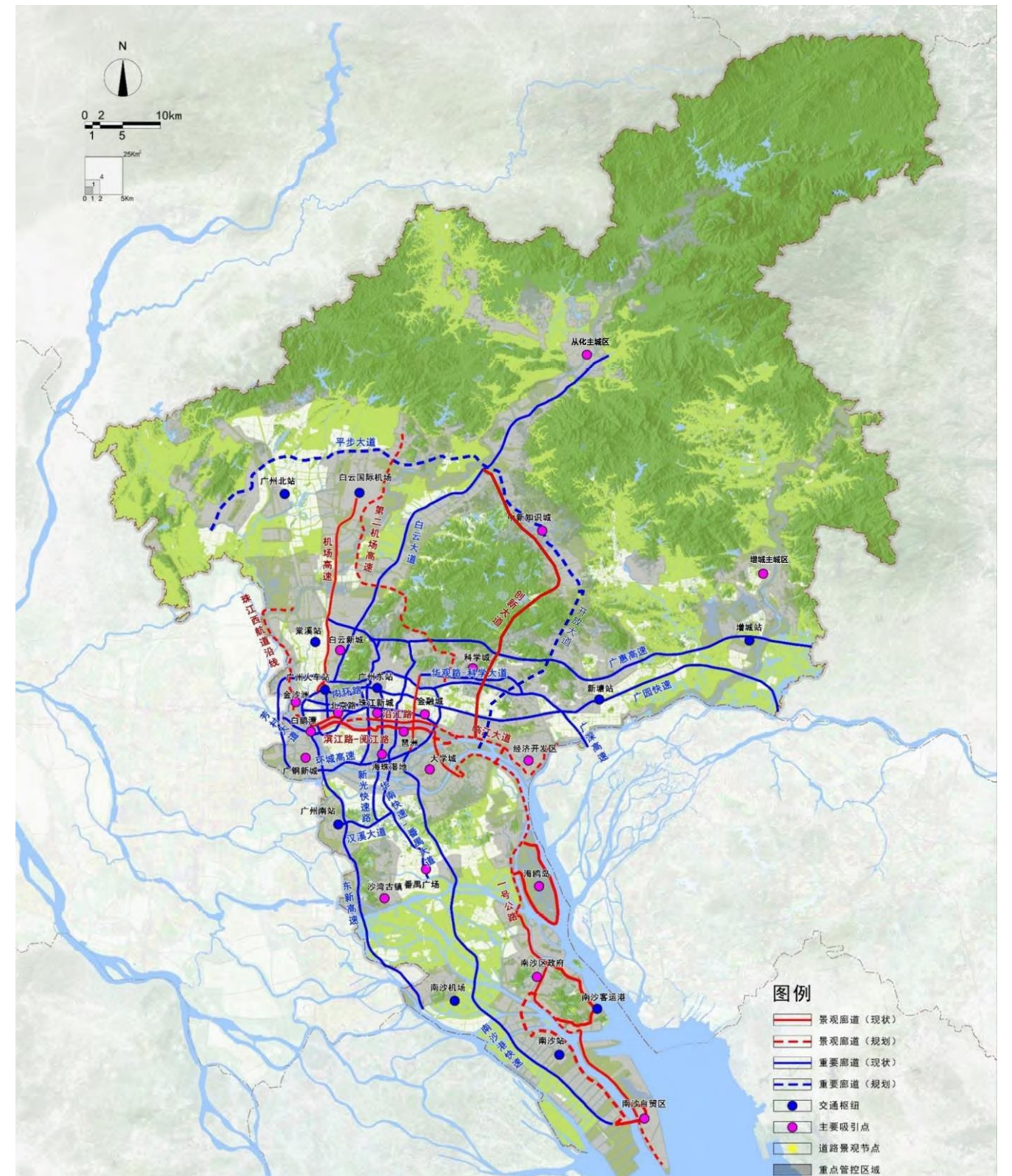


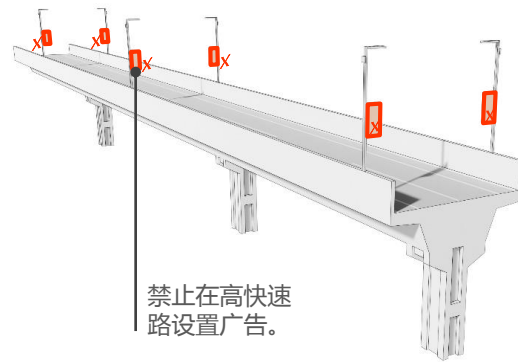
图5-1 市域范围内重点管控廊道分布图

5 智慧灯杆户外广告设置方案

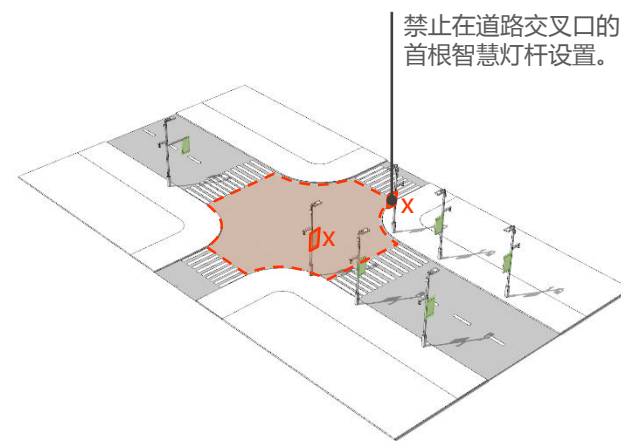
5.3 规范指引

5.3.1 规范要求

(1) 禁止在高快速路设置广告。



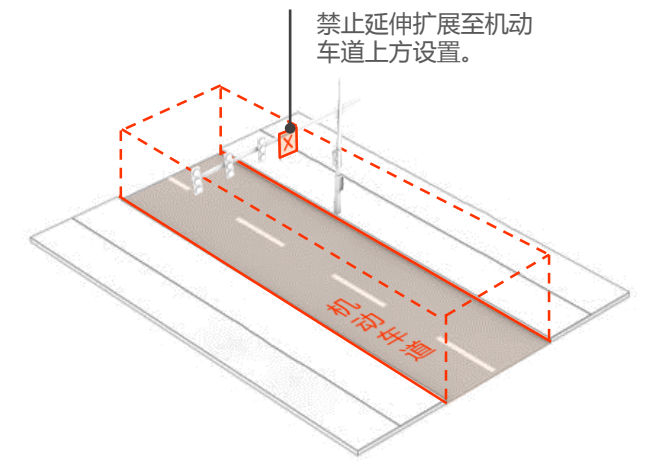
(2) 禁止在道路交叉口的首根智慧灯杆设置广告。



(3) 禁止在有信号灯和指示牌（标识牌）的智慧灯杆上设置。

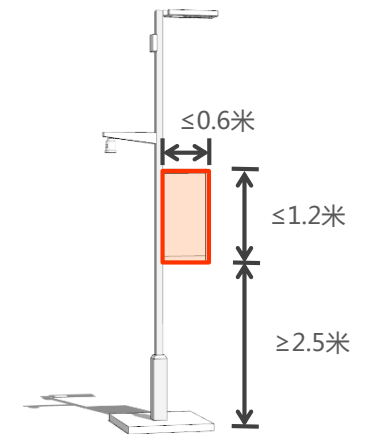
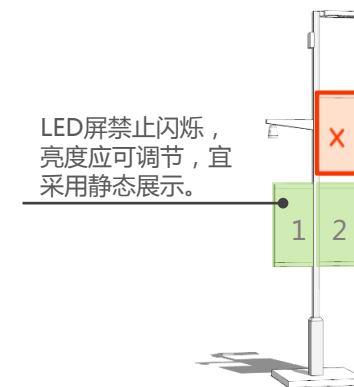


(4) 禁止延伸扩展至机动车道上方设置。



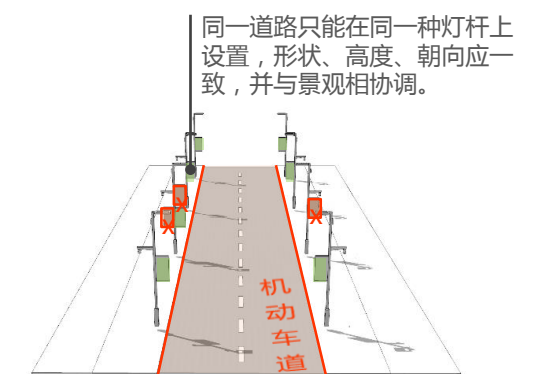
(5) 灯杆上户外广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于2.5米，单面幅面宽度不得大于0.6米，高度不得大于1.2米。

(6) 每根智慧灯杆上不得设置多于2块户外广告。



(7) LED屏禁止任何形式的闪烁和快速切换画面，亮度应可调节，宜采用静态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯。

(8) 同一道路只能在同一种灯杆上设置，形状、高度、朝向应一致，并与景观相协调。

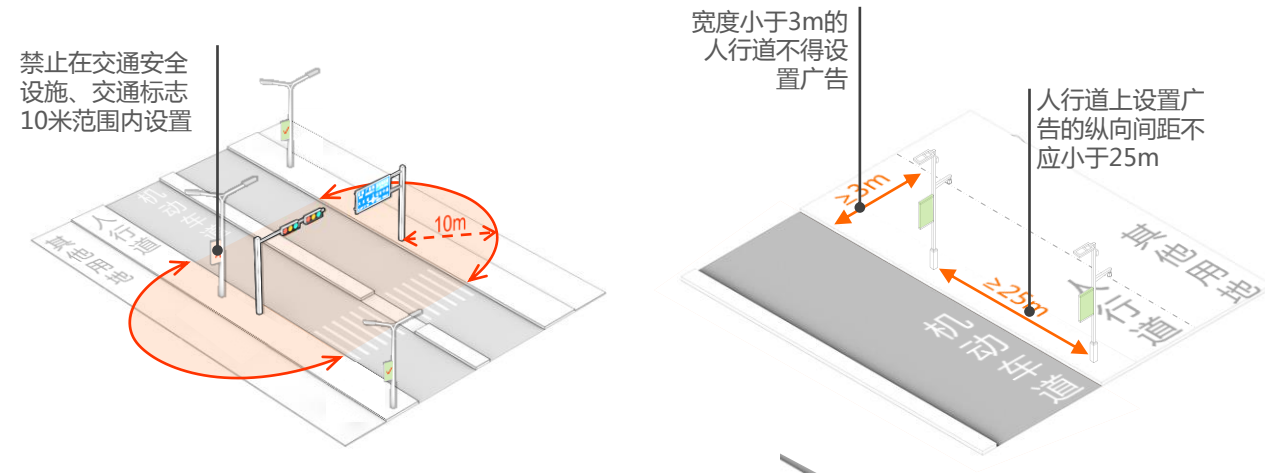


5 智慧灯杆户外广告设置方案

5.3.2 设置指引

(1) 位置指引

- 1) 禁止在道路交叉口视距三角形范围内的设施载体上设置。
- 2) 在道路交通安全设施、交通标志设施10米范围内不得设置。
- 3) 宽度小于3m的人行道不得设置广告，人行道上设置广告的纵向间距不应小于25m。



(2) 照明与动态指引

小于0.5㎡的户外广告画面平均亮度最大允许值不得大于1000cd/㎡。户外广告照明不应产生光污染及影响机动车的正常驾驶，不得干扰通信、交通等公共设施的正常使用。



(3) 形式指引

建议采用LED广告等形式。

(4) 材料指引

户外广告设施的电器件及其他材料的选用，应符合散热和阻燃性要求，并应适应环境条件，具有防潮、防雨水和防虫害侵蚀功能。

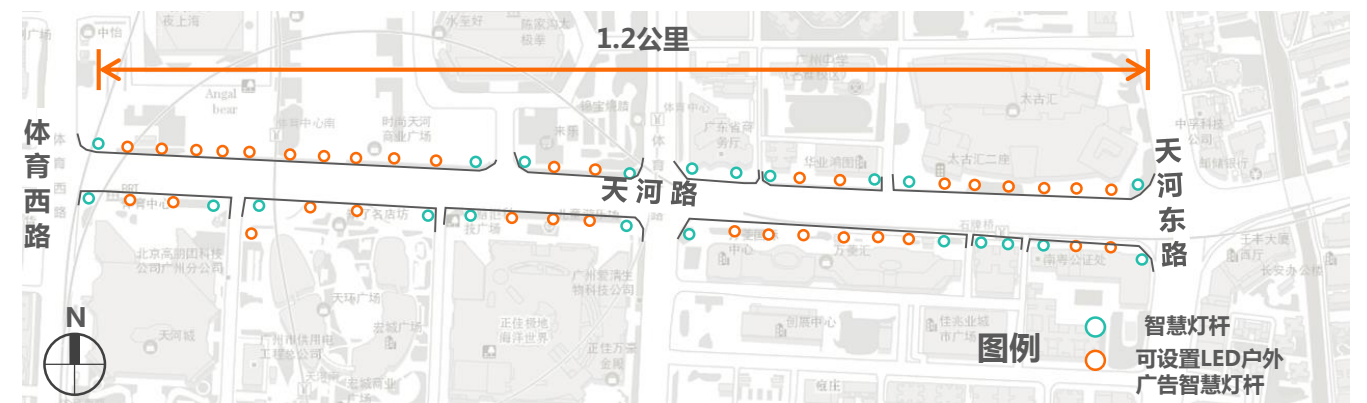
5.4 示范方案

5.4.1 分路段设计

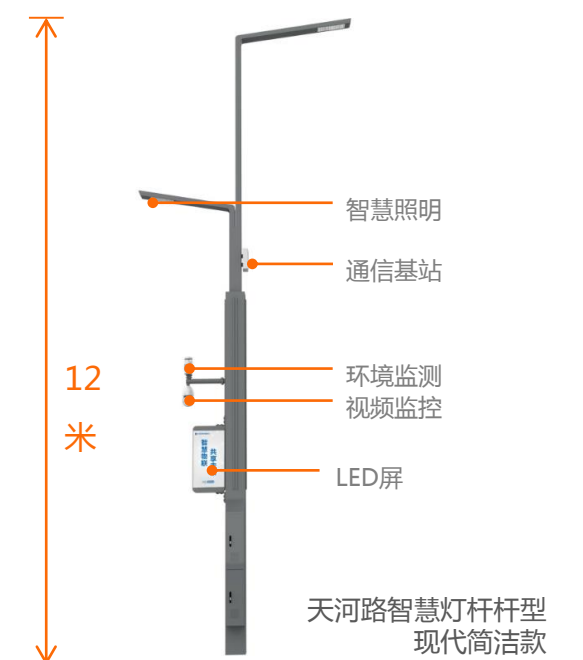
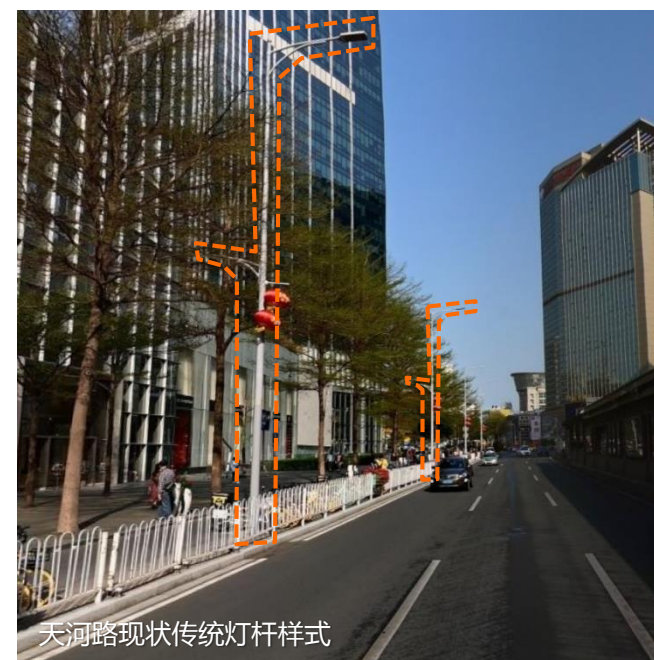
(1) 主干路灯杆杆型户外广告

天河路（天河东路-体育西路段）宽度约为57米，符合主干路标准，选取其作为主干路灯杆杆型的示范路段。天河路（天河东路-体育西路段）长度为1.2公里，现状设有普通灯杆58处，杆件间距约为45-55米，现状未设置广告。

根据《设置规范》“5.7.2禁止在道路交叉口的首根智慧灯杆设置”要求，该路段可提升建设智慧灯杆共58处，位于道路交叉口的首根灯杆共22处，可设置LED户外广告的智慧灯杆共36处，共设置LED户外广告36块。



天河路（天河东路-体育西路段）智慧灯杆广告布局图



注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

5 智慧灯杆户外广告设置方案

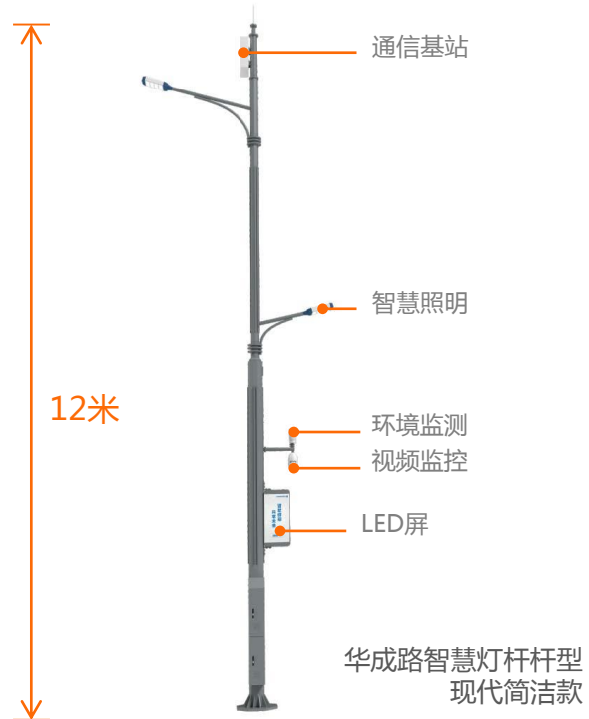
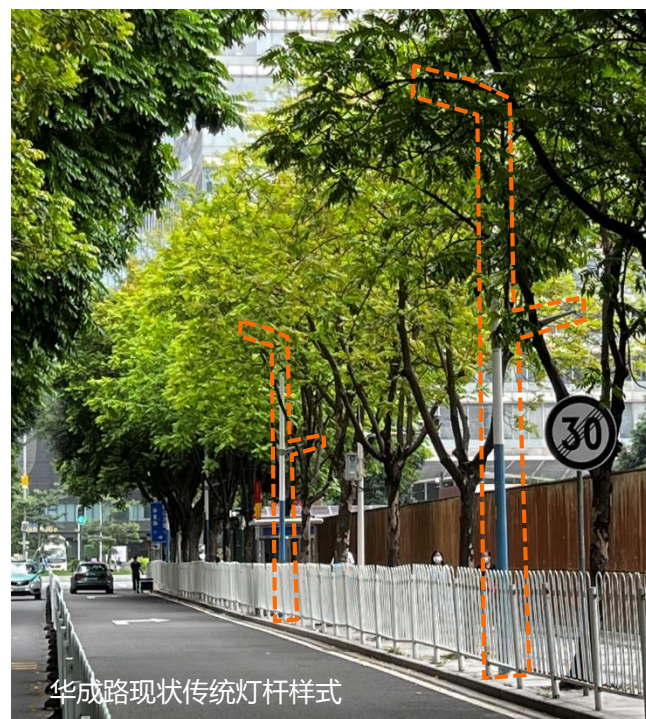
(2) 支路型灯杆杆型户外广告

华成路宽度约为16米，符合支路宽度标准，选取其作为支路型灯杆杆型的示范路段。华成路路段长度为0.6公里，现状设有普通灯杆22处，杆件间距约为25-30米，现状未设置广告。

根据《设置规范》“5.7.2禁止在道路交叉口的首根智慧灯杆设置”要求，该路段可提升建设智慧灯杆数量为19处，位于道路交叉口的首根灯杆共5处，可设置LED户外广告的智慧灯杆共14处，共设置LED户外广告14块。



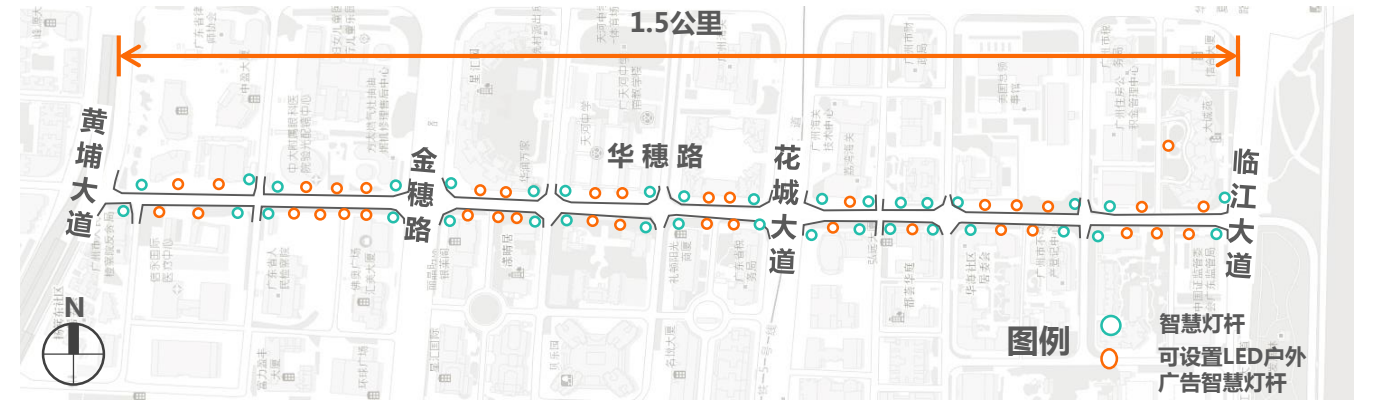
华成路智慧灯杆广告布局图



(3) 次干路灯杆杆型户外广告

华穗路宽度约为26米，符合次干路宽度标准，选取其作为次干路灯杆杆型的示范路段。华穗路路段长度为1.5公里，现状设有普通灯杆74处，杆件间距约为35-40米，现状未设置广告。

根据《设置规范》“5.7.2禁止在道路交叉口的首根智慧灯杆设置”要求，该路段可提升建设智慧灯杆共74处，该路段位于道路交叉口的首根灯杆共36处，可设置LED户外广告的智慧灯杆共38处，共设置LED户外广告38块。



华穗路智慧灯杆广告布局图

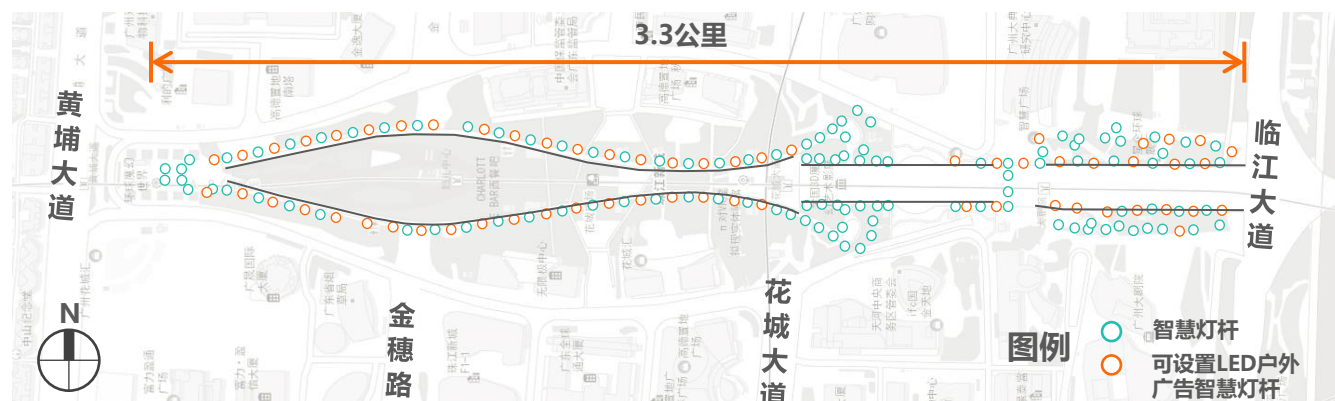


5 智慧灯杆户外广告设置方案

(4) 步行街区灯杆——科技型杆型户外广告

花城广场步行街宽度约为10-12米，选取其作为步行街区灯杆杆型的示范路段。花城广场步行街路段长度为3.3公里，现状设有智慧灯杆169处，灯杆间距为12-40米，其中127处灯杆设置了LED户外广告。

根据《城市容貌标准》第7.0.11条“人行道上不得设置大、中型广告，宜设置小型广告。宽度小于3m的人行道不得设置广告，人行道上设置广告的纵向间距不应小于25m”的规定，花城广场步行街智慧灯杆间距为12-40米，建议广告间距25-30米。该路段保留现状智慧灯杆169处，其中可设置LED户外广告的智慧灯杆共61处，共设置LED户外广告61块。



花城广场步行街智慧灯杆广告布局图



花城广场步行街现状



(5) 步行街区灯杆——古典型杆型户外广告

上下九商业步行街宽度约为10-18米，选取其作为步行街区灯杆杆型的示范路段。上下九步行街路段长度为0.6公里，现状无设置灯杆。步行街区应留有可供消防车行驶的路面，并保证行人通行宽度。上下九步行街区长约610米，其中420米道路净宽10米，需预留消防通道，建议不设置智慧灯杆户外广告；125米步行街净宽18米，建议单侧设置智慧灯杆户外广告。

根据《城市容貌标准》第7.0.11条“人行道上不得设置大、中型广告，宜设置小型广告。宽度小于3m的人行道不得设置广告，人行道上设置广告的纵向间距不应小于25m”的规定，上下九步行街智慧灯杆间距为15米，建议广告间距25-30米，该路段新建智慧灯杆6处，可设置LED户外广告的智慧灯杆共3处，共设置LED户外广告3块。



上下九商业步行街智慧灯杆广告布局图



上下九商业步行街现状



5 智慧灯杆户外广告设置方案

5.4.2 示范方案

(1) 主干路智慧灯杆应用场景



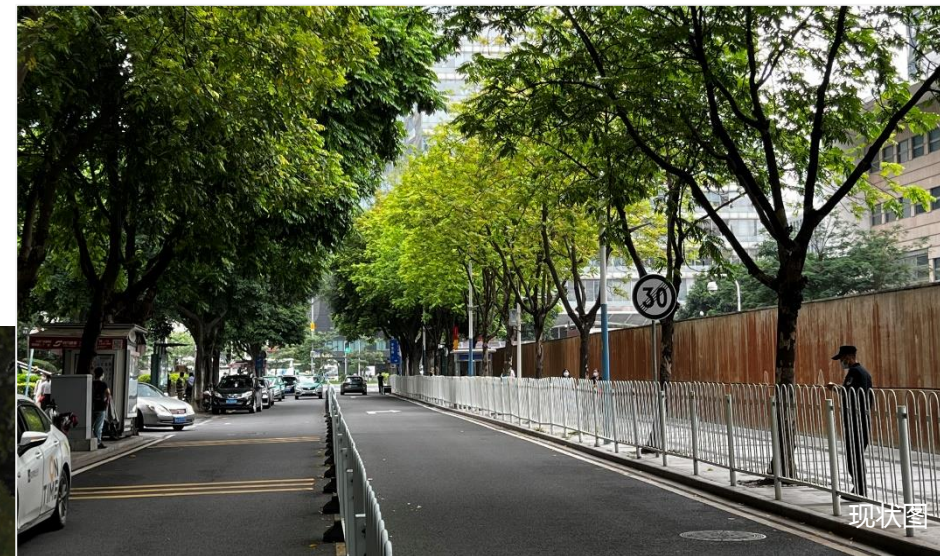
5 智慧灯杆户外广告设置方案

(2) 次干路智慧灯杆应用场景



5 智慧灯杆户外广告设置方案

(3) 支路智慧灯杆应用场景



华成路效果图

5 智慧灯杆户外广告设置方案

(4) 步行街区科技型智慧灯杆应用场景



现状图

花城广场效果图

5 智慧灯杆户外广告设置方案

(5) 步行街区古典型智慧灯杆应用场景



现状图



上下九商业步行街效果图



PART6

报刊亭

户外广告设置方案

- 6.1 现状情况
- 6.2 空间布局
- 6.3 规范指引
- 6.4 示范方案

6 报刊亭户外广告设置方案

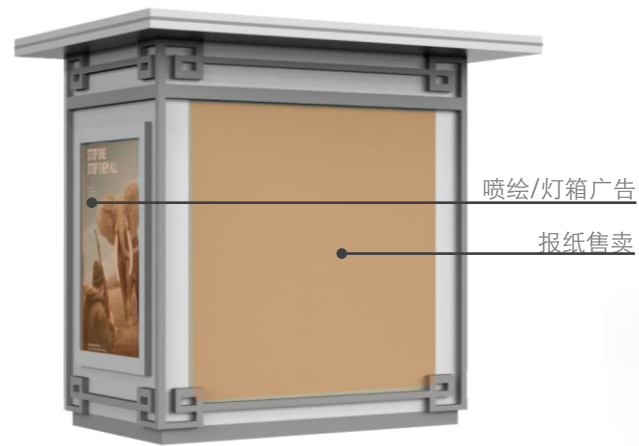
6.1 现状情况

6.1.1 设施本体情况

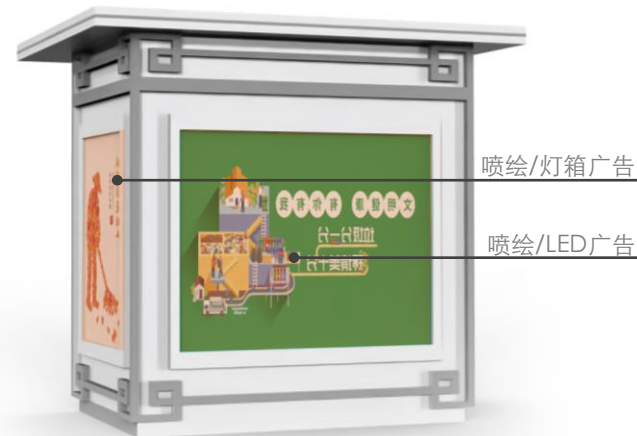
现有报刊亭共1942个，其中新型报刊亭1460个，新型智能报刊亭（包含有人值守样式及无人值守样式）482个。

(1) 新型报刊亭

新型报刊亭整体外观造型岭南特色鲜明，外立面采用折弯管花架造型装饰，颜色为灰色调，其余为白色。共设置三个户外广告位，分别为两个940mm×1430mm的侧面小牌，一个2000mm×1430mm的背面大牌，均采用灯箱的形式设置。



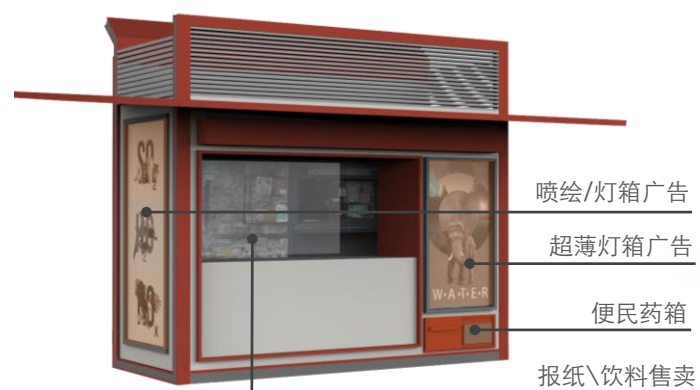
新型报刊亭正面



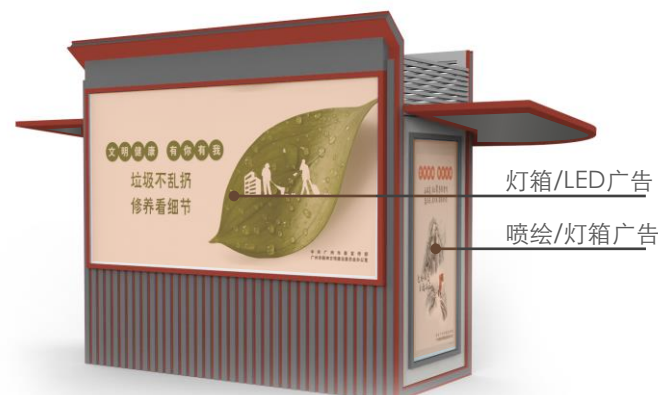
新型报刊亭背面

(2) 有人值守智能报刊亭

有人值守智能报刊亭主体颜色以新华红为基色，灰色为次色调。共设置三个户外广告位，分别为一个3360mm×1920mm的背面大牌（78个有人值守智能报刊亭采用灯箱广告形式，8个有人值守智能报刊亭采用LED广告形式），一个960mm×1480mm灯箱侧面小牌及一个正面左侧65寸超薄灯箱广告。



有人值守智能报刊亭正面



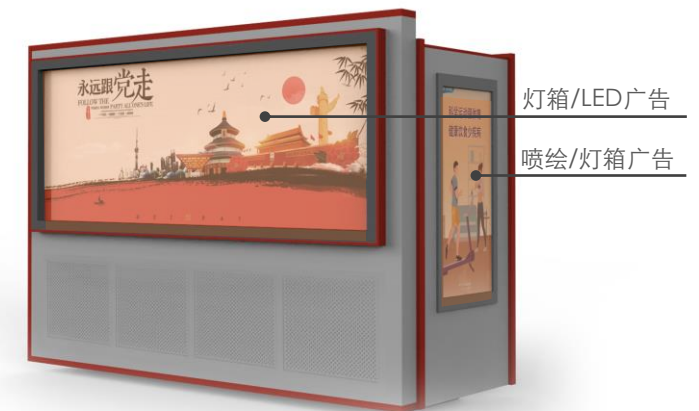
有人值守智能报刊亭背面

(3) 无人值守智能报刊亭（含背板灯箱及背板LED屏幕）

无人值守智能报刊亭主体颜色以新华红为基色，灰色为次色调。其中395个无人值守智能报刊亭共设置三个户外广告位，分别为一个3500mm×1500mm的背面大牌（382个无人值守智能报刊亭采用灯箱广告形式，13个无人值守智能报刊亭采用LED广告形式），两个750mm×1520mm的灯箱侧面小牌；1个无人值守智能报刊亭共设置四个广告位，分别为一个820mm×3990mm的灯箱正面小牌，一个3360mm×1920mm的LED屏背面大牌，两个990mm×2360mm的灯箱侧面小牌。



无人值守智能报刊亭正面



无人值守智能报刊亭背面

6 报刊亭户外广告设置方案

6.1 现状情况

6.1.2 户外广告设置情况

大部分报刊亭户外广告设置规范，部分存在如下问题：

形式方面：以喷绘为主，较少运用新技术

位置方面：在报刊亭经营范围外外摆



6.1.3 现状分布情况

现有报刊亭共1942个，集中分布于主城区范围内，样式以新型报刊亭为主。越秀区、海珠区、天河区分布较多，占22-24%；荔湾区、白云区次之，约占13%；黄埔区、番禺区、增城区分布较少，占1-3%；花都区、南沙区、从化区暂无分布。报刊亭设施主要设置于道路两侧，其中智能报刊亭多位于城市广场、公园出入口、商业步行街、商业中心等公共场所和居住小区的公共活动场所的道路旁。详细统计见下表：

表6-1 现有报刊亭分布情况统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
新型报刊亭 (个)	362	357	195	296	194	0	0	41	0	0	15	1460
新型智能报刊亭 (个)	116	103	53	121	67	22	0	0	0	0	0	482
合计 (个)	478	460	248	417	261	22	0	41	0	0	15	1942

6.2 空间布局

共布局附着报刊亭的户外广告点位1942处，广告牌5827块，详见表6-2。

表6-2 附着于报刊亭的户外广告点位、广告牌数量统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
新型报刊亭 (个)	362	357	195	296	194	0	0	41	0	0	15	1460
有人值守智能报刊亭 (个)	18	19	8	33	8	0	0	0	0	0	0	86
无人值守智能报刊亭 (个)	98	84	45	88	59	22	0	0	0	0	0	396
合计	广告点位数量 (处)	478	460	248	417	261	22	41	0	0	15	1942
	广告牌数量 (块)	1435	1380	744	1251	783	66	123	0	0	45	5827

注：本方案实施期间，相关管理主体计划将1460个现状新型报刊亭分步分批升级为新型智能报刊亭。

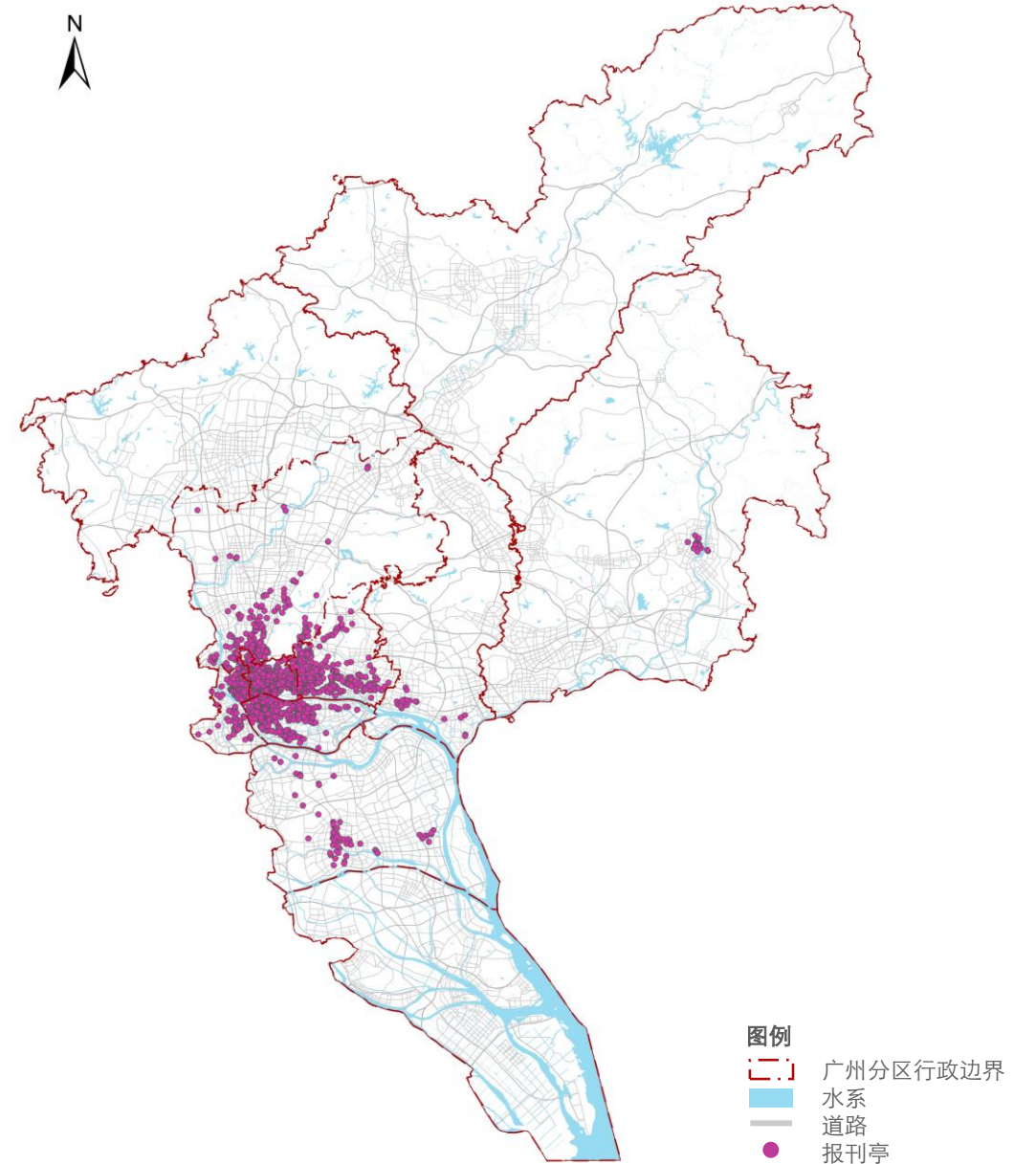


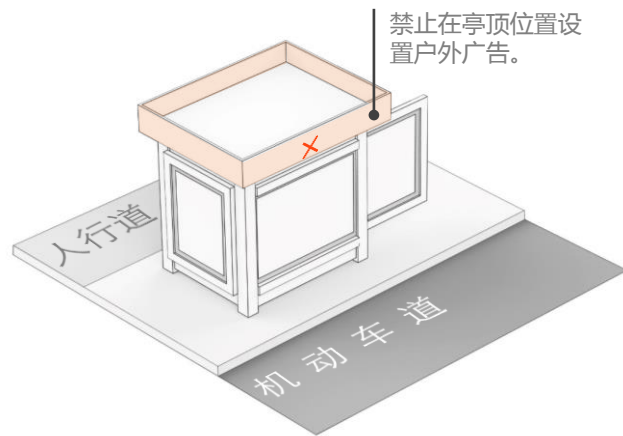
图6-1 附着于报刊亭的户外广告点位布局图

6 报刊亭户外广告设置方案

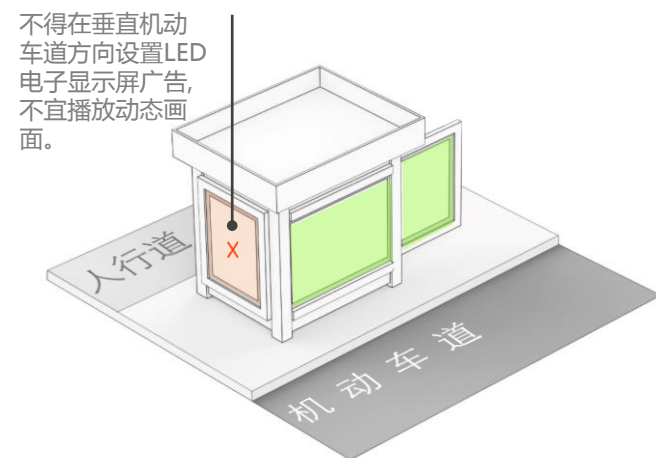
6.3 规范指引

6.3.1 规范要求

(1) 禁止在报刊亭顶部设置。



(2) 不得在垂直机动车道方向设置LED电子显示屏广告，不宜播放动态画面。



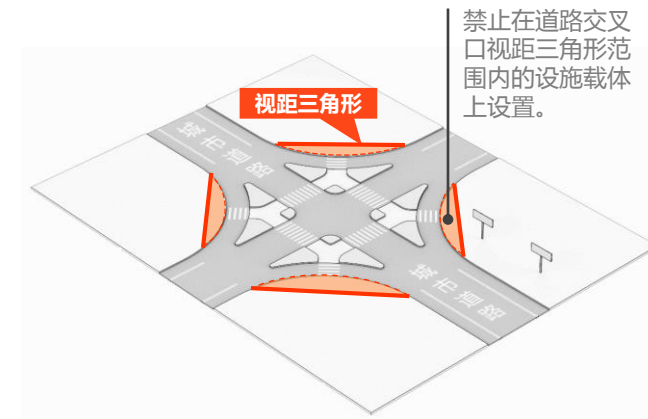
(3) 宜采用灯箱形式。



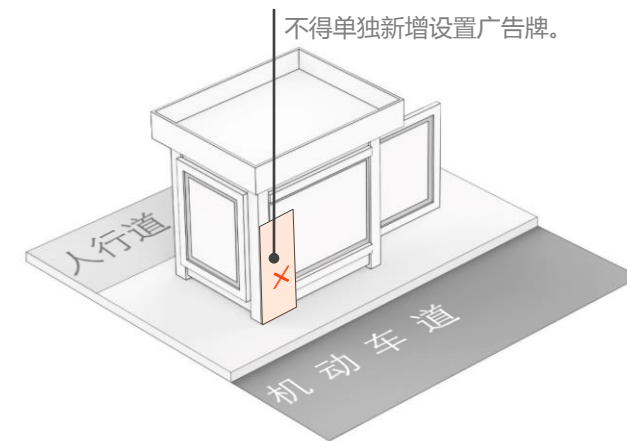
6.3.2 设置指引

(1) 位置指引

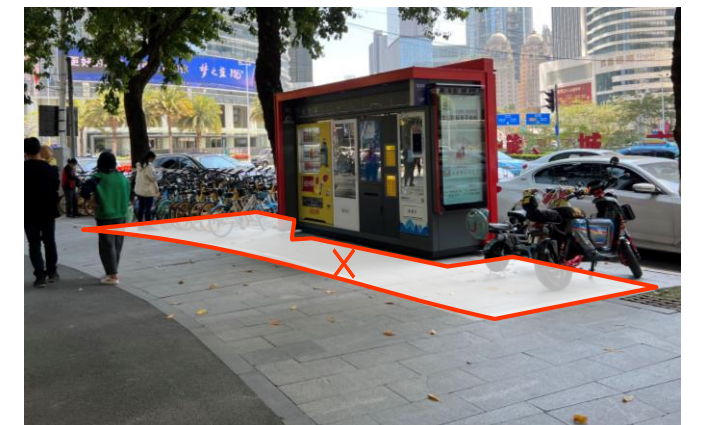
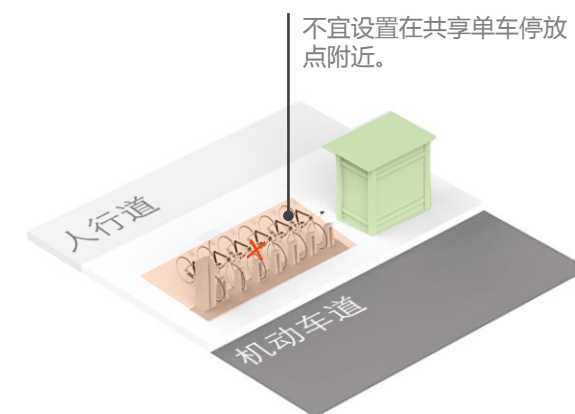
1) 禁止在道路交叉口视距三角形范围内的设施载体上设置。



2) 应一体化设置，不得单独新增设置广告牌。



3) 不宜设置在共享单车停放点附近。



6 报刊亭户外广告设置方案

6.3.2 设置指引

(2) 照明与动态指引

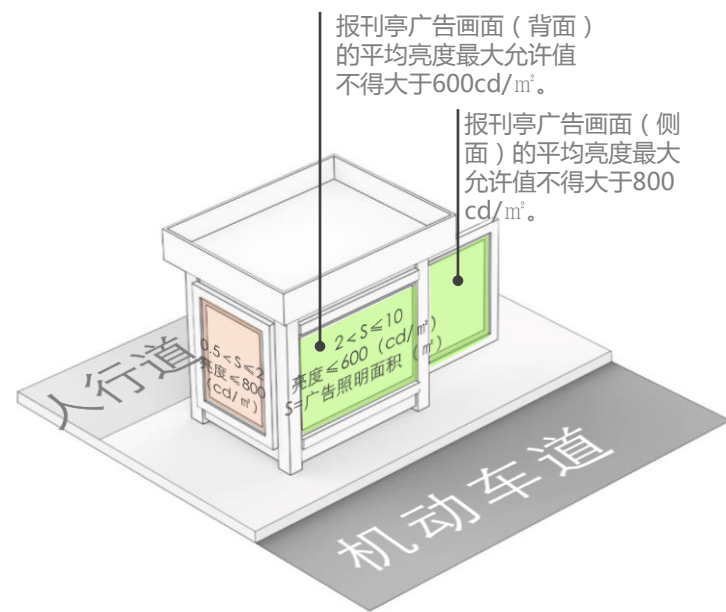
1) 报刊亭背面广告牌面积为 $2.86-5.25\text{ m}^2$ ，广告画面的平均亮度最大允许值不得大于 600 cd/m^2 ；报刊亭侧面广告牌面积为 $1.3-1.42\text{ m}^2$ ，广告画面的平均亮度最大允许值不得大于 800 cd/m^2 。

2) 户外广告的照明光色应与周边环境相吻合；不应选择高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜。

3) 平行机动车道方向的广告画面可进行动态展示。动态展示广告宜采用渐变式的画面切换方式，降低对驾驶员的视觉刺激与混淆，避免影响道路交通安全，禁止在高速公路和城市道路红线范围内设置。

4) 垂直机动车道方向的广告画面仅能进行静态展示。静态展示的画面播放速度应缓慢和连贯，每个画面的播放间隔不宜少于15秒，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

5) 户外广告照明不应产生光污染及影响机动车的正常驾驶，不得干扰通信、交通等公共设施的正常使用。



(3) 形式指引

建议采用灯箱广告、LED广告、橱窗广告、创意实物广告等形式。

(4) 材料指引

户外广告设施的电器件及其他材料的选用，应符合散热和阻燃性要求，并应适应环境条件，具有防潮、防雨水和防虫害侵蚀功能。

6.4 示范方案

6.4.1 设计策略

报刊亭公益广告色彩及画面在一般时段可按照风貌分区设计指引设置，在特殊文化活动时段可统一进行活动宣传，发挥报刊亭宣传载体的作用，融入更多的文化元素，展示广州城市风采。



广州国际设计周



广州迎春花市



广府庙会



广州国际灯光节



广州亚洲美食节



南国书香节



广州城市艺术周



广州马拉松



历史文化风貌区报刊亭



有人值守智能报刊亭



无人值守智能报刊亭

注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

6 报刊亭户外广告设置方案

6.4.2 分区设计

(1) 现代都市风貌区推荐方案

设施造型推荐以简洁几何构型造型为主，立面与顶部一体化融合设计，设计元素简化处理；色调以蓝灰、银灰色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应以展示广州国际风范、未来都市、先进智造的城市面貌内容为主。

设施造型	广告色彩	公益画面画面推荐
	<p>明度范围 4-9 10 1</p> <p>艳度范围 0-10 14 0</p>	

(3) 历史文化风貌区推荐方案

设施造型推荐以具有岭南特色的造型为主，色调以银灰、粉彩色调为主，明度适当降低，控制整体艳度，可局部穿插符合传统广府色彩的中高艳度色彩。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应以展示广州活力都市、岭南特色、开发包容的城市面貌内容为主。

设施造型	广告色彩	公益画面画面推荐
	<p>明度范围 3-9 10 1</p> <p>艳度范围 0-10 14 0</p>	

注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

(2) 传统都市风貌区推荐方案

设施造型推荐以简洁大方的造型为主，色调以冷灰、暖灰白色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应以展示广州历史建筑、广府文化、传统活动的城市面貌内容为主。

设施造型	广告色彩	公益画面画面推荐
	<p>明度范围 4-9 10 1</p> <p>艳度范围 0-10 14 0</p>	

(4) 一般风貌区推荐方案

设施造型推荐以简单经济、耐用兼具一定特色的造型为主，整体大方美观；色调以米调与绿灰色调交替出现。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应以展示城市山水、都市生态、花城特色等自然城市面貌内容为主。

设施造型	广告色彩	公益画面画面推荐
	<p>明度范围 5-9 10 1</p> <p>艳度范围 0-12 14 0</p>	

6 报刊亭户外广告设置方案

6.4.3 示范方案

(1) 现代都市风貌区应用场景



效果图

6 报刊亭户外广告设置方案

(2) 传统都市风貌区应用场景



效果图

6 报刊亭户外广告设置方案

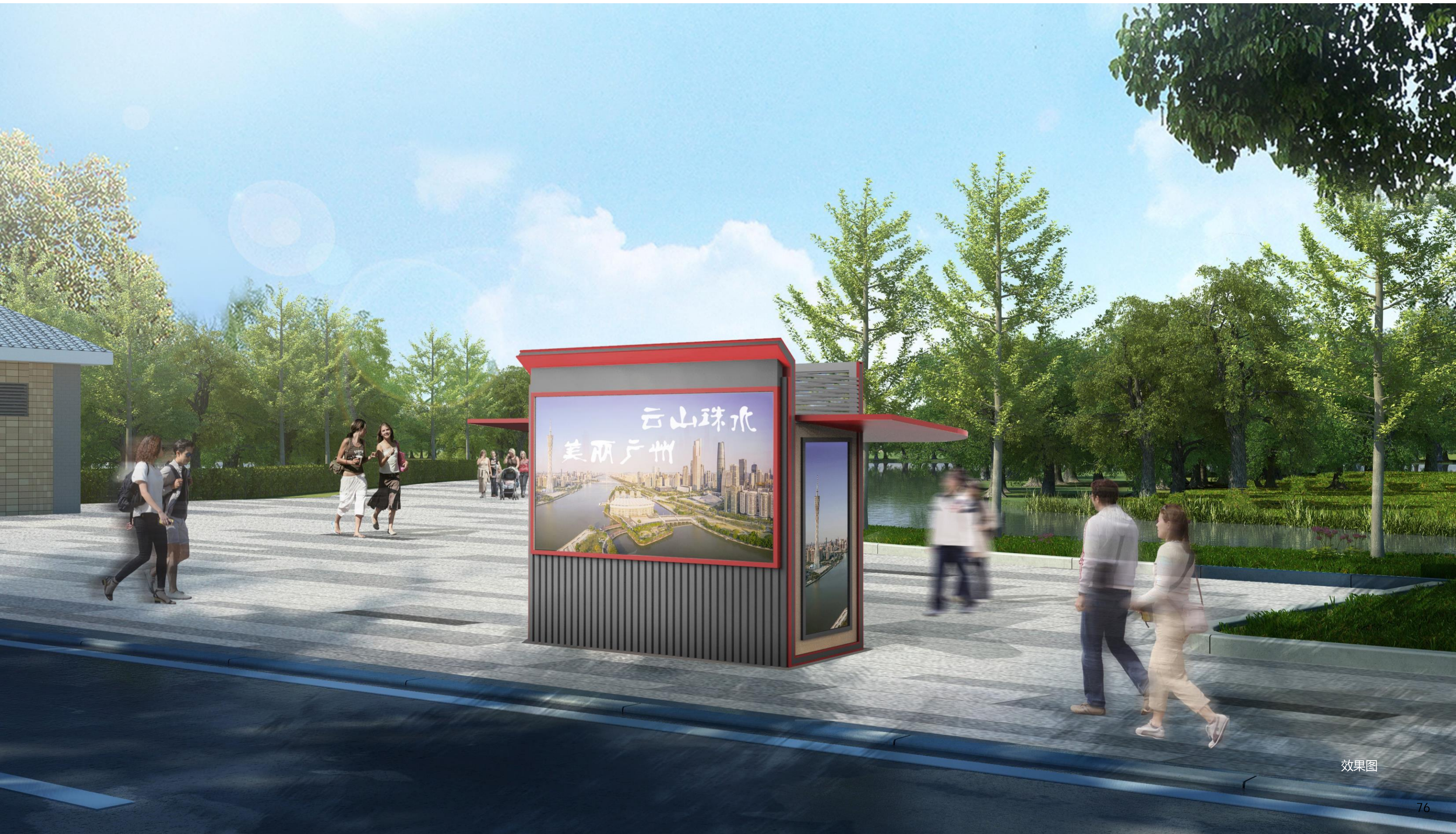
(3) 历史文化风貌区应用场景



效果图

6 报刊亭户外广告设置方案

(4) 一般风貌区应用场景



效果图



PART 7

候车亭

户外广告设置方案

- 7.1 现状情况
- 7.2 空间布局
- 7.3 规范指引
- 7.4 示范方案

7 候车亭户外广告设置方案

7.1 现状情况

7.1.1 设施本体情况

候车亭是指供市民乘客候车时遮阳防雨等而建设的交通设施。现有候车亭共6096个，中心城区（含越秀区、海珠区、荔湾区、天河区、部分白云区、部分黄埔区）样式包括一般候车亭及旅游专线站点候车亭；外围城区（黄埔区、花都区、番禺区、南沙区、增城区）候车亭样式繁多，具体样式详见第12章图则部分。

(1) 中心城区一般候车亭

一般候车亭款式根据站点大小灯箱组合形式分为一大一小候车亭、一大两小候车亭、两大一小候车亭、两大两小候车亭、三大一小候车亭、三大两小候车亭等，拟新增建设具有LCD大屏的智能公交候车亭。常在双面大灯箱和背面小灯箱发布户外广告。

(2) 旅游专线候车亭

旅游专线候车亭位于天河区珠江新城区域，共设置16个站，途经花城广场、海心沙公园、广州大剧院等景点，常在1个双面大灯箱和1个背面小灯箱发布户外广告。



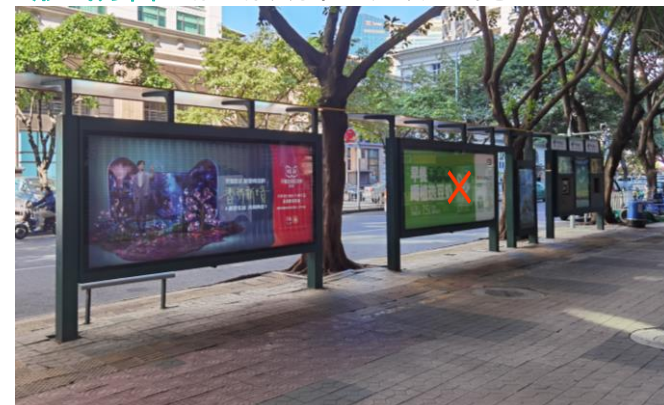
7.1.2 户外广告设置情况

目前候车亭户外广告设置较为规范，部分候车亭户外广告设置存在如下问题：

位置方面：候车亭顶部违规设置广告



形式方面：形式传统单一，缺乏创意



7.1.3 现状分布情况

候车亭设施共6096个，全市11区均有分布，其中番禺区分布最多，共1018个，占17%；天河区、白云区、黄埔区、花都区、南沙区、增城区次之，数量500-800个左右；荔湾区分布最少，共275个。

7.2 空间布局

共布局附着于候车亭的户外广告点位6096处，广告牌32453块，具体如表7-1，图7-1所示。

表7-1 附着于候车亭的户外广告点位、广告牌数量统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
广告点位数量(处)	328	433	275	543	760	587	517	1018	696	306	633	6096
广告牌数量(块)	1966	2566	1598	3153	3540	2952	2525	6544	2803	1148	3658	32453

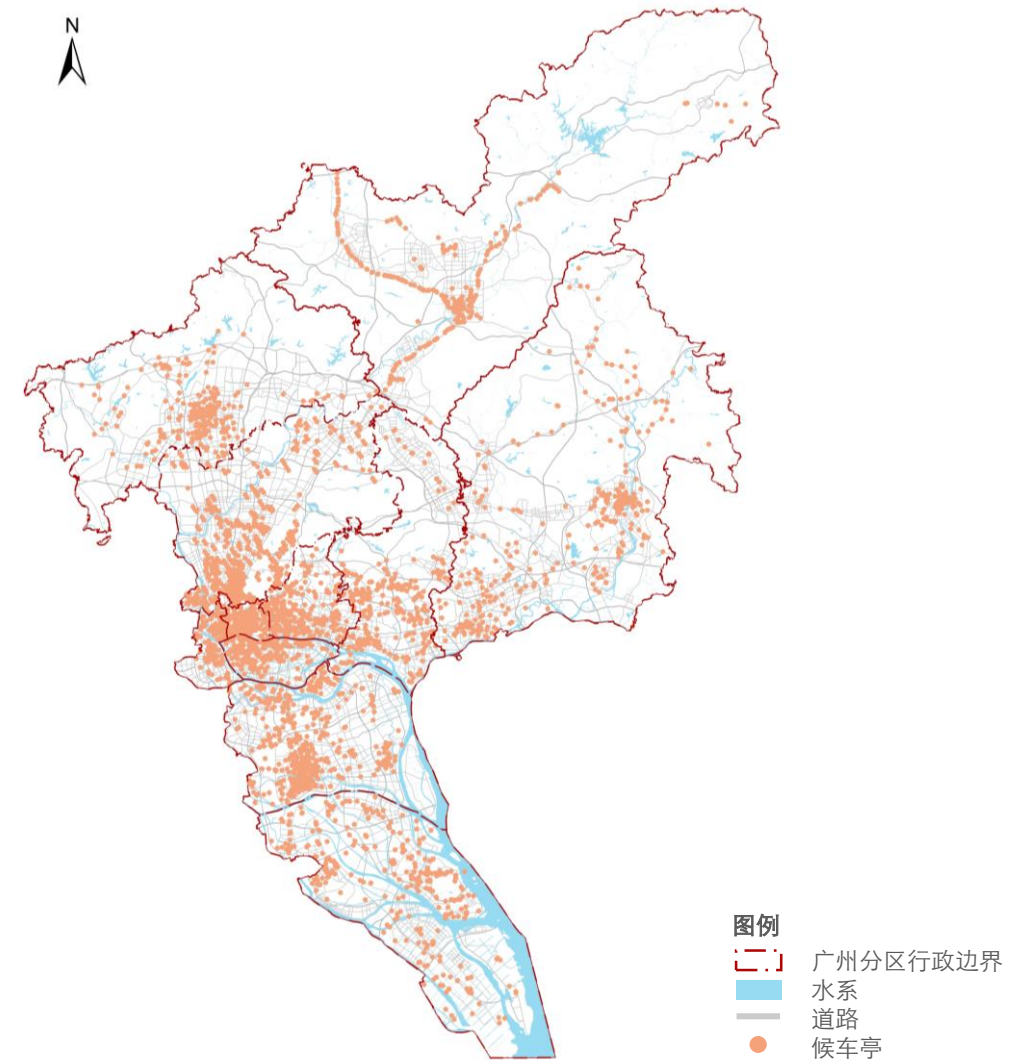


图7-1 附着于候车亭的户外广告点位布局图

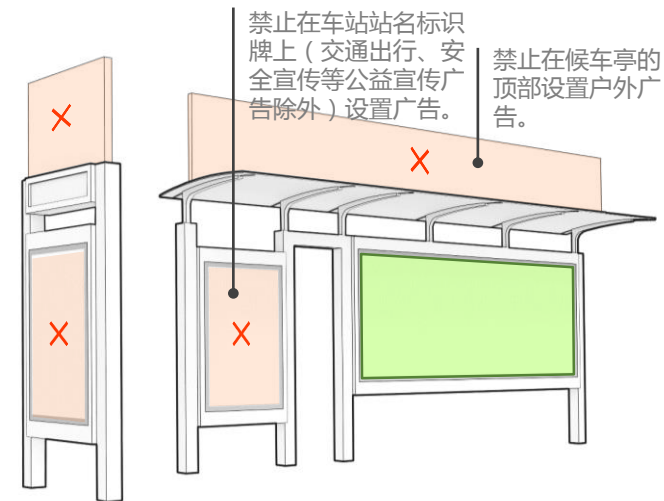
7 候车亭户外广告设置方案

7.3 规范指引

7.3.1 规范要求

(1) 禁止在候车亭的顶部设置广告。

(2) 禁止在车站站名标识牌上（交通出行、安全宣传等公益宣传广告除外）设置广告。



7.3.2 设置指引

(1) 位置指引

禁止在道路交叉口视距三角形范围内的设施载体上设置。

(2) 照明与动态指引

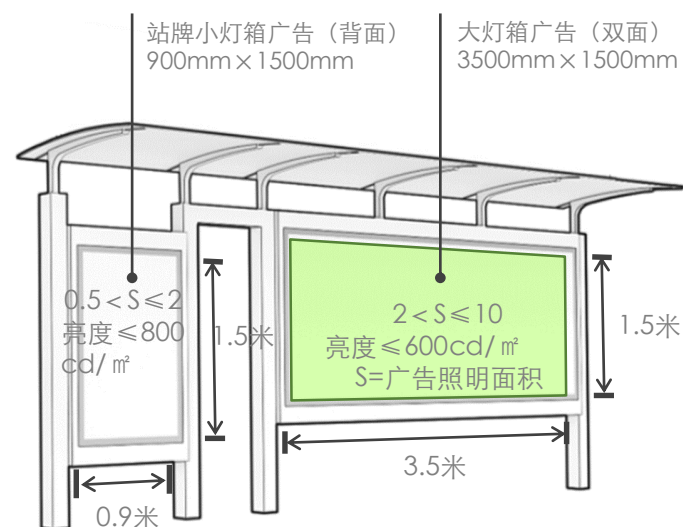
1) 候车亭站名牌背面广告牌面积为 1.35 m^2 ，广告画面的平均亮度最大允许值不得大于 $800\text{ cd}/\text{m}^2$ ；候车亭其他广告牌面积为 5.25 m^2 ，广告画面的平均亮度最大允许值不得大于 $600\text{ cd}/\text{m}^2$ 。

2) 户外广告的照明光色应与周边环境相吻合；不应选择高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜。

3) 平行机动车道方向的广告画面可进行动态展示。动态展示广告宜采用渐变式的画面切换方式，降低对驾驶员的视觉刺激与混淆，避免影响道路交通安全，禁止在高速公路和城市道路红线范围内设置。

4) 垂直机动车道方向的广告画面仅能进行静态展示。静态展示的画面播放速度应缓慢和连贯，每个画面的播放间隔不宜少于15秒，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

5) 户外广告照明不应产生光污染及影响机动车的正常驾驶，不得干扰通信、交通等公共设施的正常使用。



(3) 形式指引

建议采用喷绘广告、灯箱广告、LED广告、创意实物广告、橱窗广告、多面翻广告、AR虚拟广告、人机互动广告等形式。



(4) 材料指引

户外广告设施的电器件及其他材料的选用，应符合散热和阻燃性要求，并应适应环境条件，具有防潮、防雨水和防虫害侵蚀功能。

7 候车亭户外广告设置方案

7.3 规范指引

(5) 功能指引

结合广州市内候车亭的设置现状，可对大、小灯箱模块化设计，结合车站规模、服务人数规模，形成多功能、多样式的智能化候车亭。

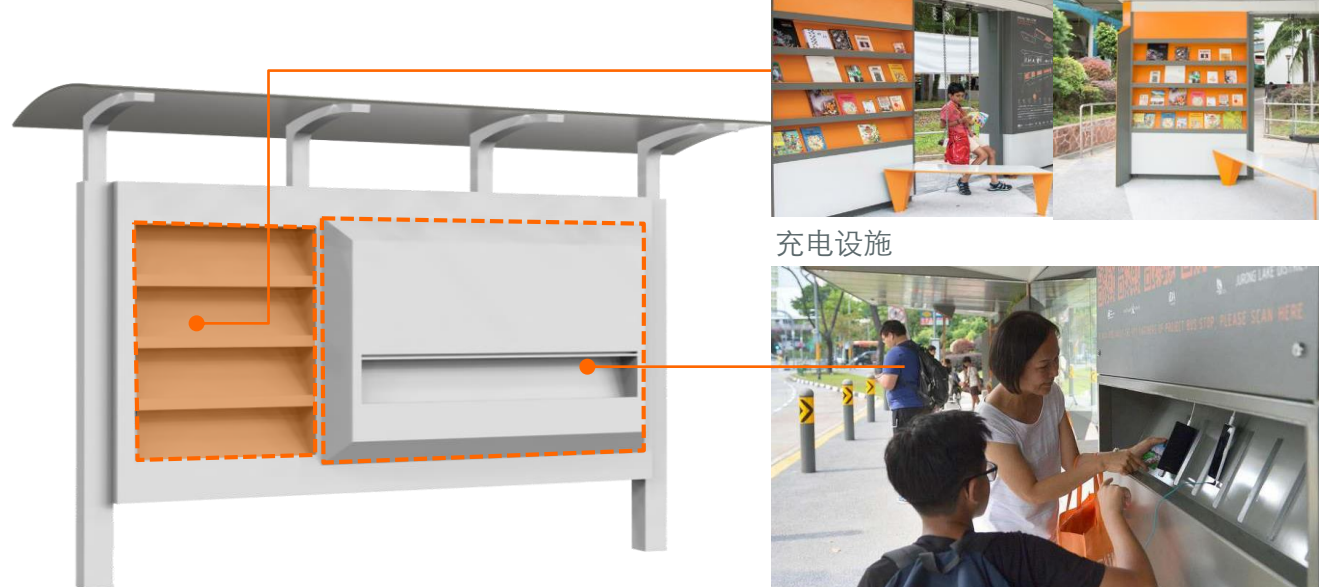
1) 候车亭结合创意技术

引入高新科学技术，结合AR虚拟广告、人机互动广告等，将常规候车亭改造成为具有互动性的创意候车亭。



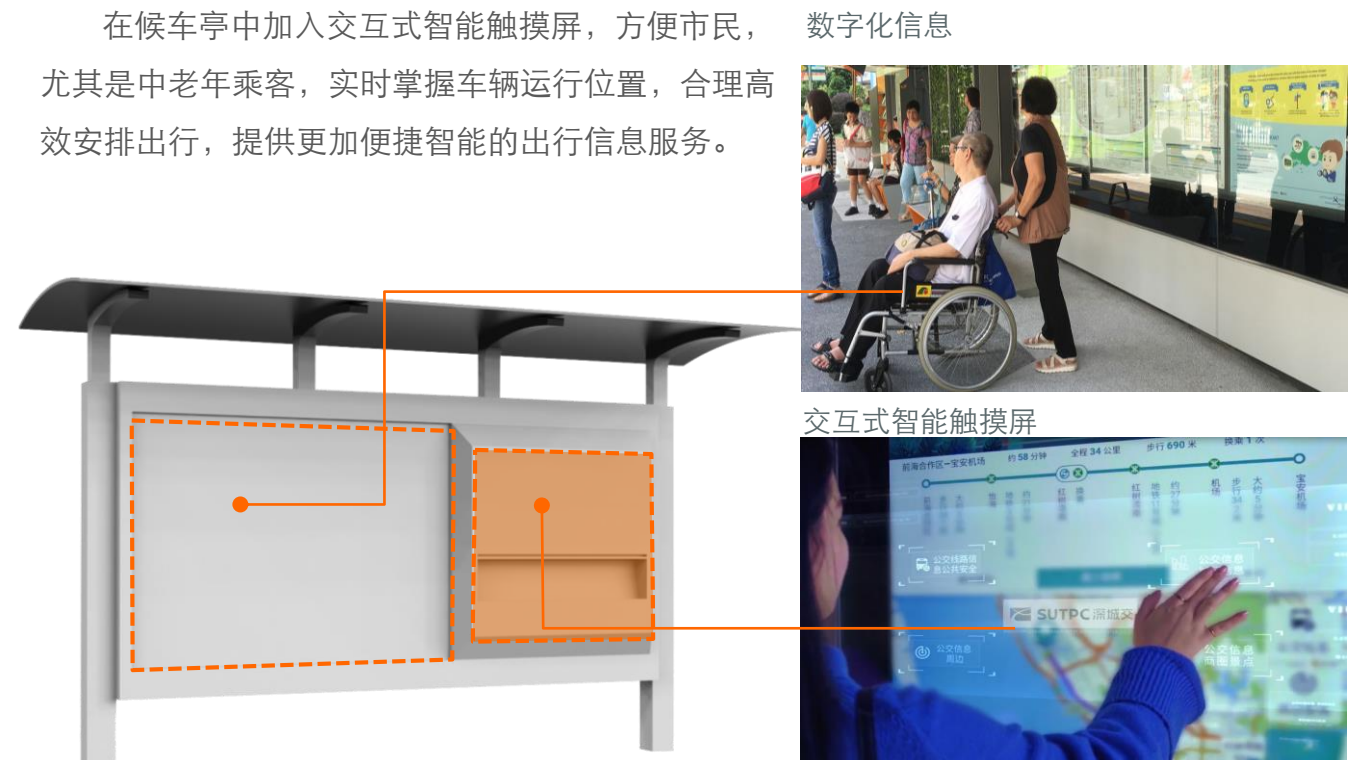
2) 候车亭结合公共服务

集图书租借、充电设施等辅助功能为一体，打造适应城市居民出行需要的重要公共基础设施。



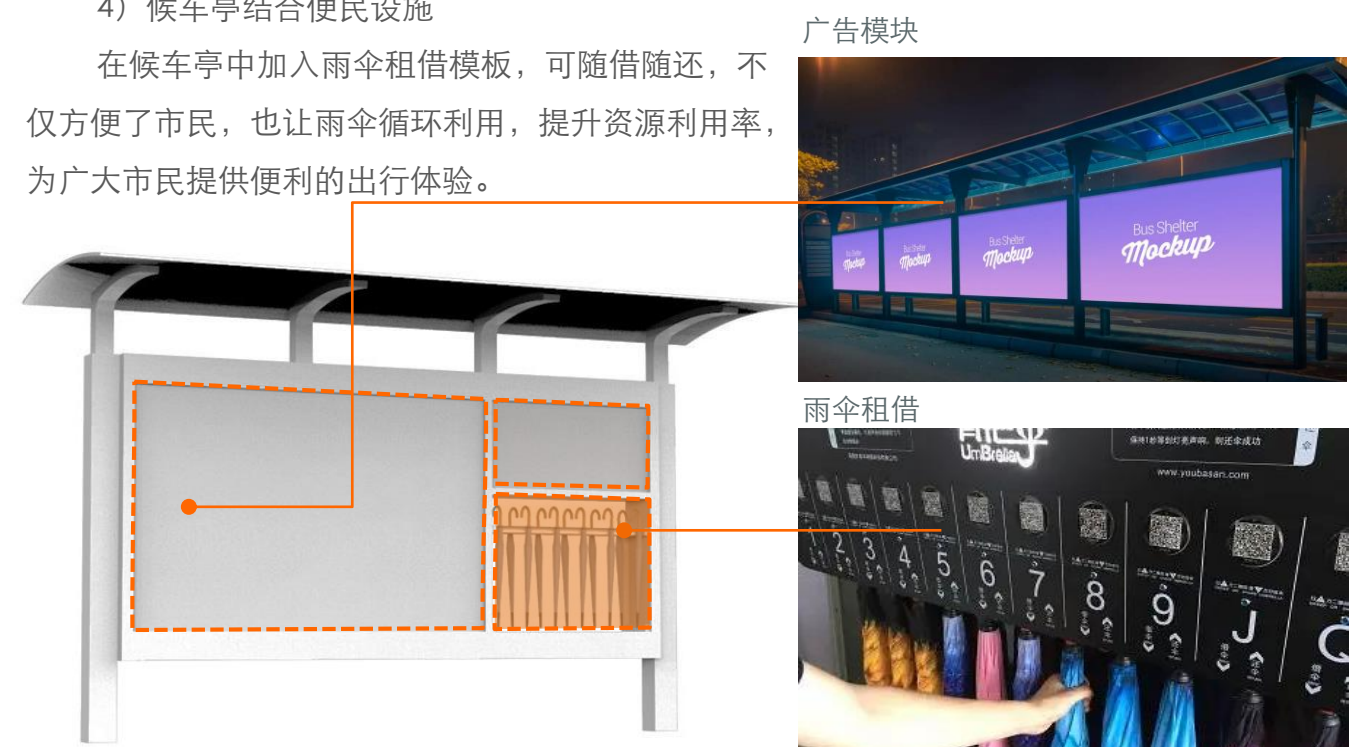
3) 候车亭结合数字信息

在候车亭中加入交互式智能触摸屏，方便市民，尤其是中老年乘客，实时掌握车辆运行位置，合理高效安排出行，提供更加便捷智能的出行信息服务。



4) 候车亭结合便民设施

在候车亭中加入雨伞租借模板，可随借随还，不仅方便了市民，也让雨伞循环利用，提升资源利用率，为广大市民提供便利的出行体验。



7 候车亭户外广告设置方案

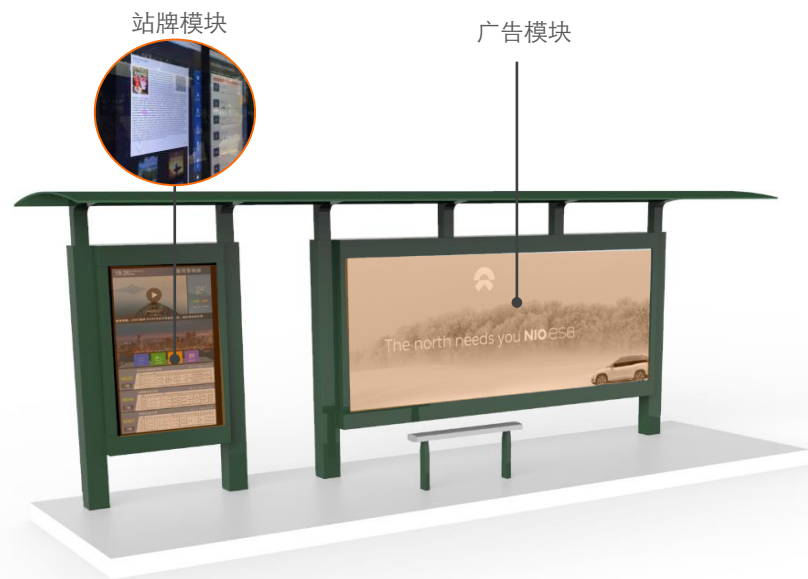
7.4 示范方案

7.4.1 设计策略

(1) 一般候车亭

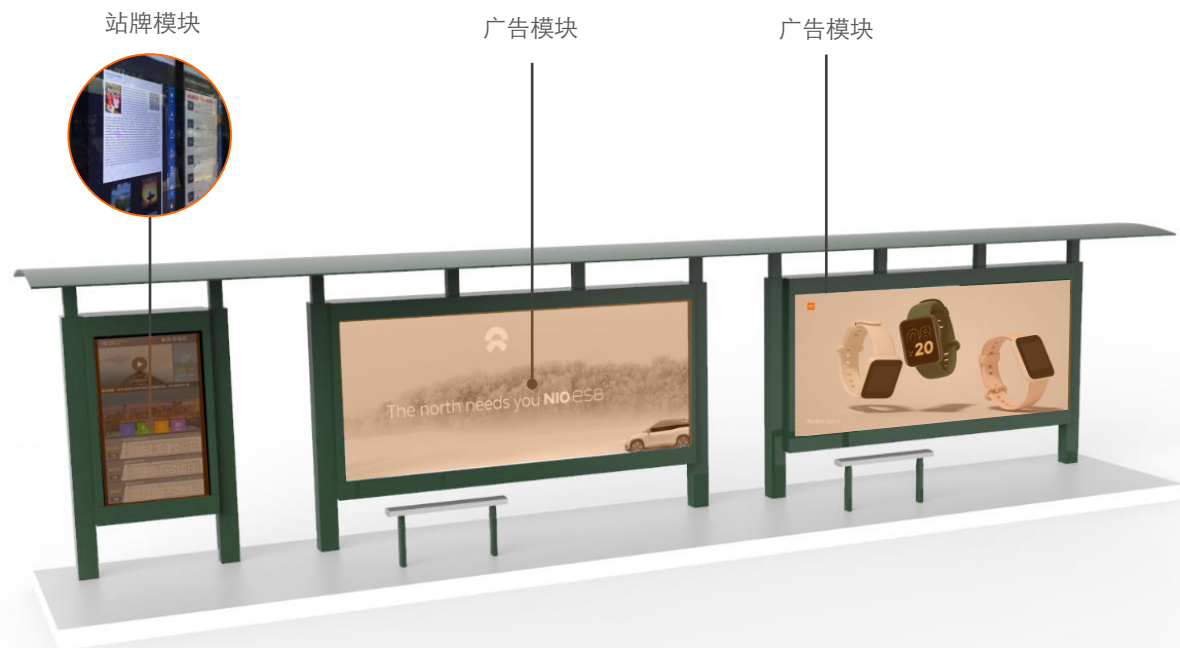
1) 一大一小

在传统公交车站的基础上优化站牌、广告设施两大模块。



2) 两大一小

在传统公交车站的基础上优化站牌、广告设施两大模块。



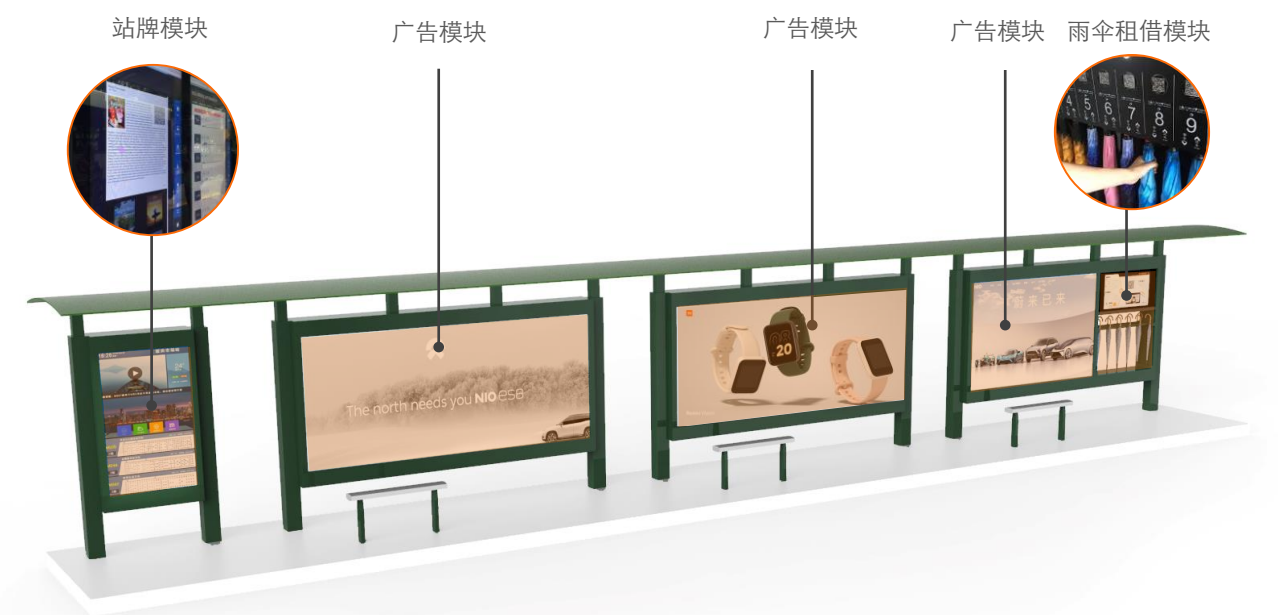
3) 两大两小

在传统公交车站的基础上加入智能公交电子地图、雨伞租借两大功能模块。



4) 三大一小

在传统公交车站的基础上加入智能公交电子地图、雨伞租借两大功能模块。



注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

7 候车亭户外广告设置方案

5) 三大两小

在传统公交车站的基础上加入智能公交电子地图、图书租借、雨伞租借三大功能模块。



(2) 新型候车亭

带有现代与科技感的一体式电子公交车站，不仅有公交路线信息、实时公交位置信息、户外广告、充电、WIFI设施，还具有语音播报功能和站台监控功能。

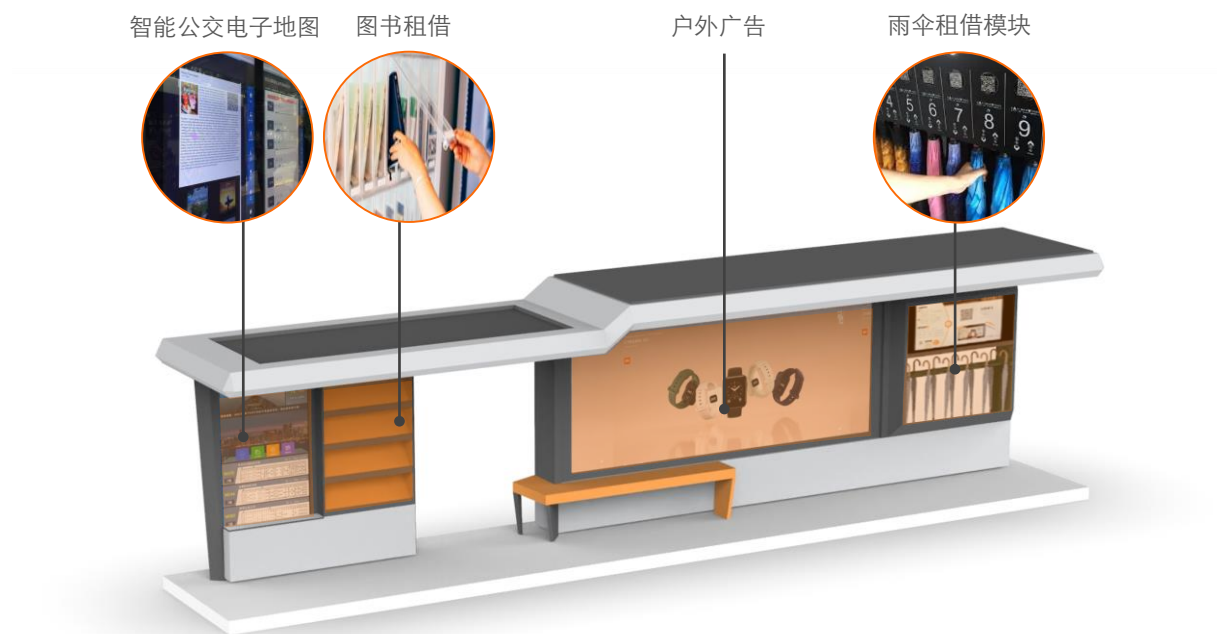
1) 小型

在传统公交车站的基础上加入智能公交电子地图模块。



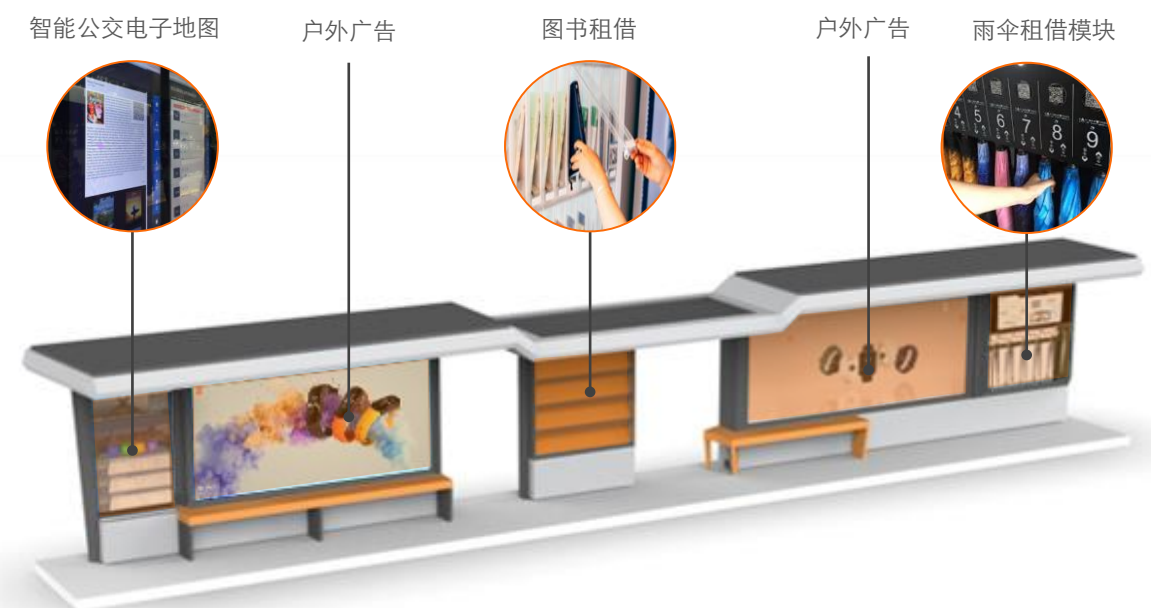
2) 中型

带有现代与科技感的一体式电子公交车站，有公交路线信息、实时公交位置信息、户外广告、雨伞租借等功能。



(3) 大型

带有现代与科技感的一体式电子公交车站，不仅有公交路线信息、实时公交位置信息、户外广告、雨伞租借，还具有语音播报功能和站台监控功能。



7 候车亭户外广告设置方案

7.4.2 分区设计

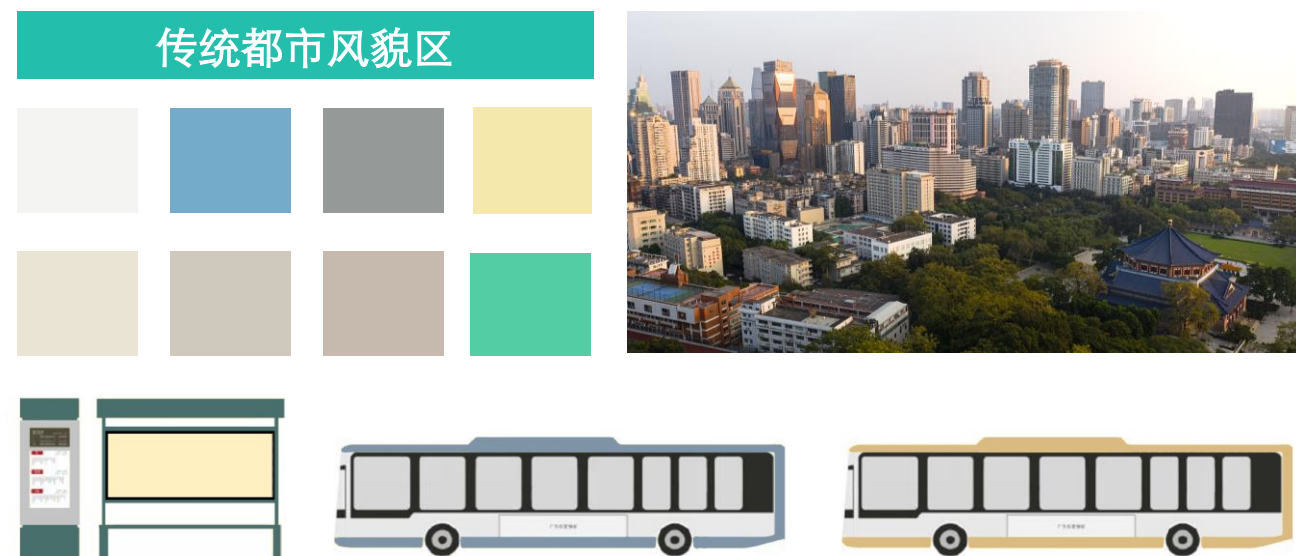
(1) 现代都市风貌区推荐方案

户外广告整体色调宜以蓝灰、银灰色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与现代都市元素相结合的主题，色调与现代都市的冷色调相协调。



(2) 传统都市风貌区推荐方案

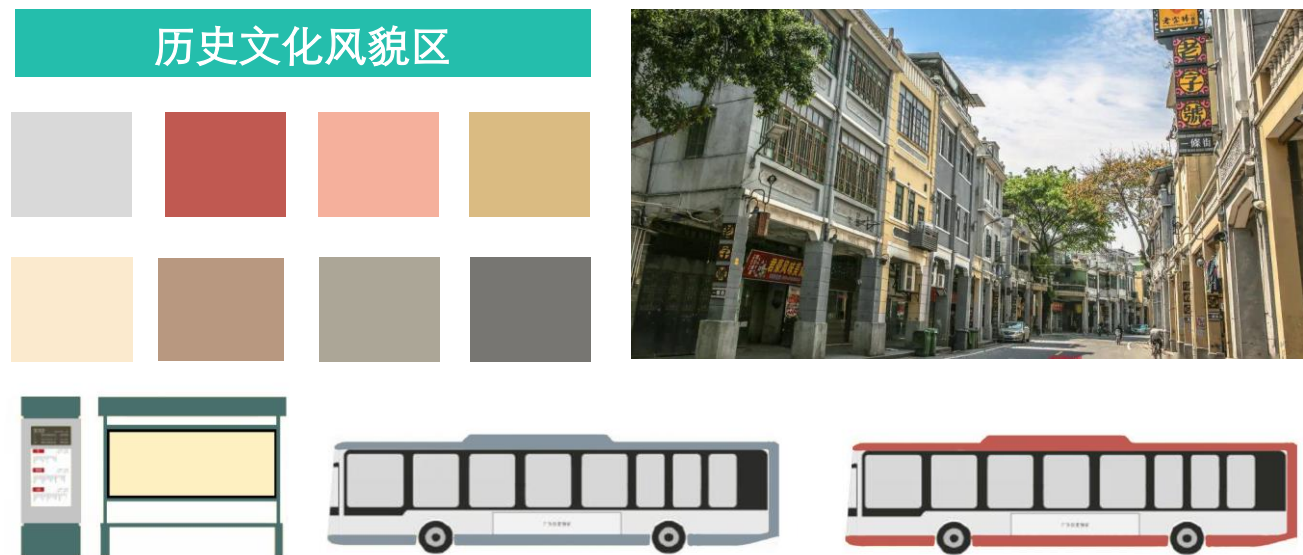
户外广告整体色调宜以冷灰、暖灰白色调为主，可适当点缀彩色，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与传统都市生活相结合的主题，色调与传统都市的清新色调相协调。



7 候车亭户外广告设置方案

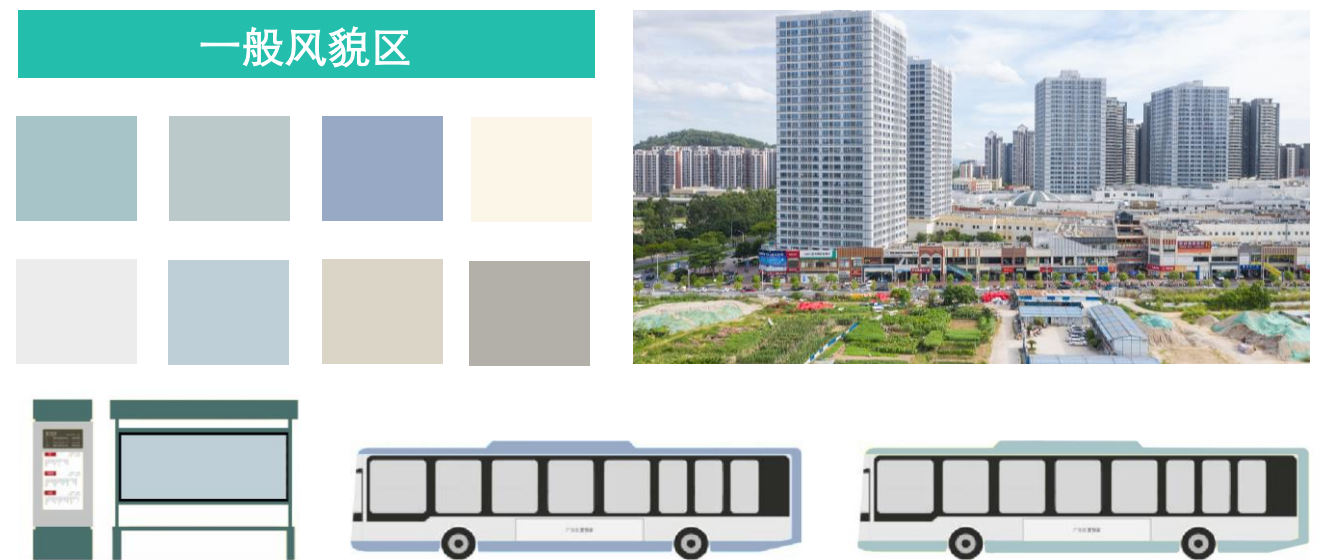
(3) 历史文化风貌区推荐方案

户外广告整体色调宜以蓝灰、银灰、浅黄色调为主，明度适当降低，控制整体艳度，可局部穿插符合传统广府色彩的中高艳度色彩。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与岭南广府元素相结合的主题，色调与历史文化的暖色调相协调。



(4) 一般风貌区推荐方案

户外广告整体色调宜依照周边建筑类型分布情况，以米调、绿灰色调为主。公益广告不得小于30%的发布比例，内容应体现公益与城市元素相结合的主题，色调以灰调为主。

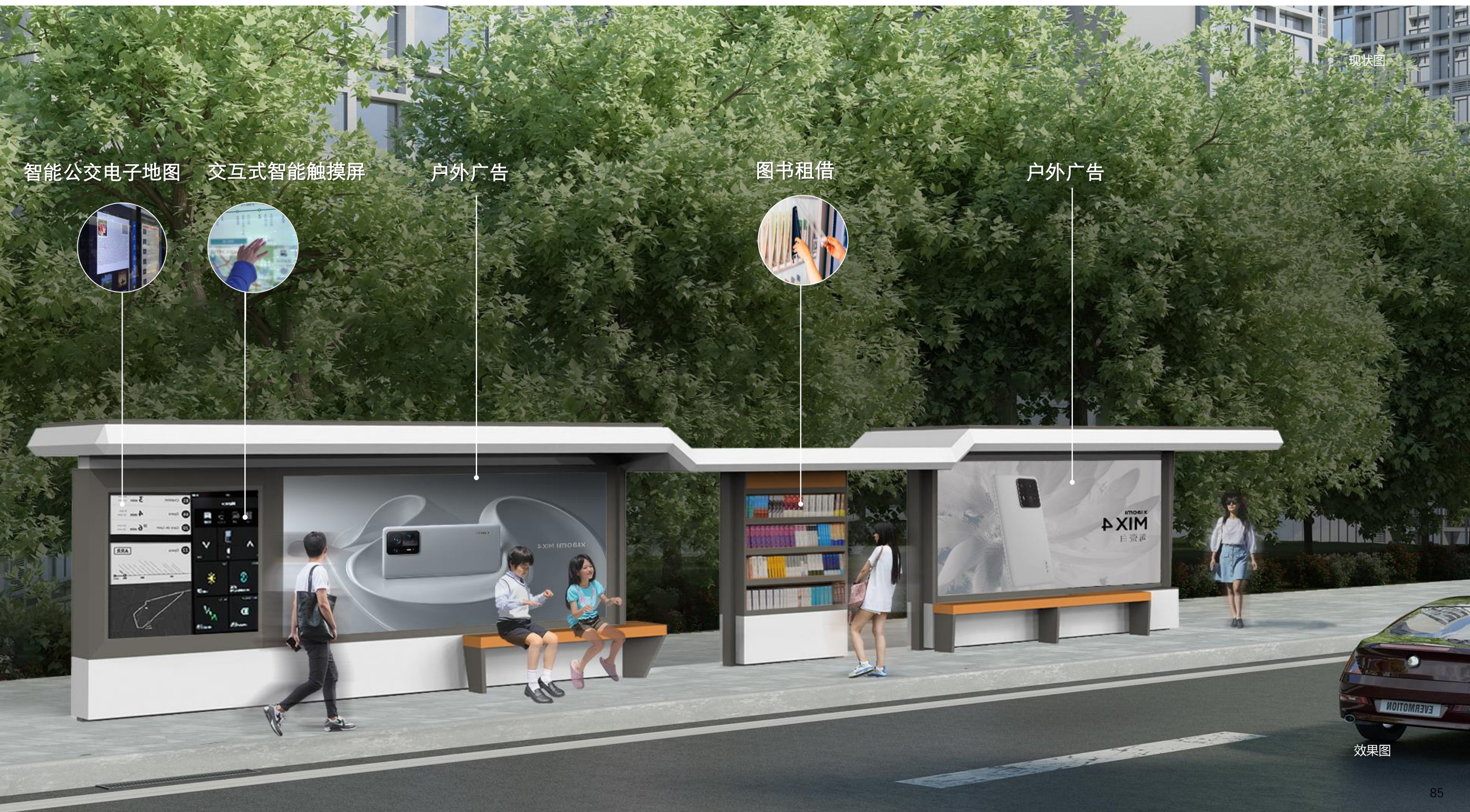


7 候车亭户外广告设置方案

7.4.3 示范方案

(1) 现代都市风貌区应用场景（新型候车亭正面）

新型候车亭采用现代简洁元素进行一体化设计，正面以停车等候、户外广告发布功能为主，可适量增加智能公交电子地图、智能触摸屏、图书租借等功能。



现状图

效果图

7 候车亭户外广告设置方案

(2) 传统都市风貌区应用场景（新型候车亭背面）

新型候车亭背面除户外广告发布功能外，增加充电、WIFI、雨伞租借等便民功能。



效果图

7 候车亭户外广告设置方案

(3) 历史文化风貌区应用场景（一般候车亭正面）

一般候车亭正面不改变原有面貌，增加语音播报、智能查询功能，广告以灯箱形式为主。

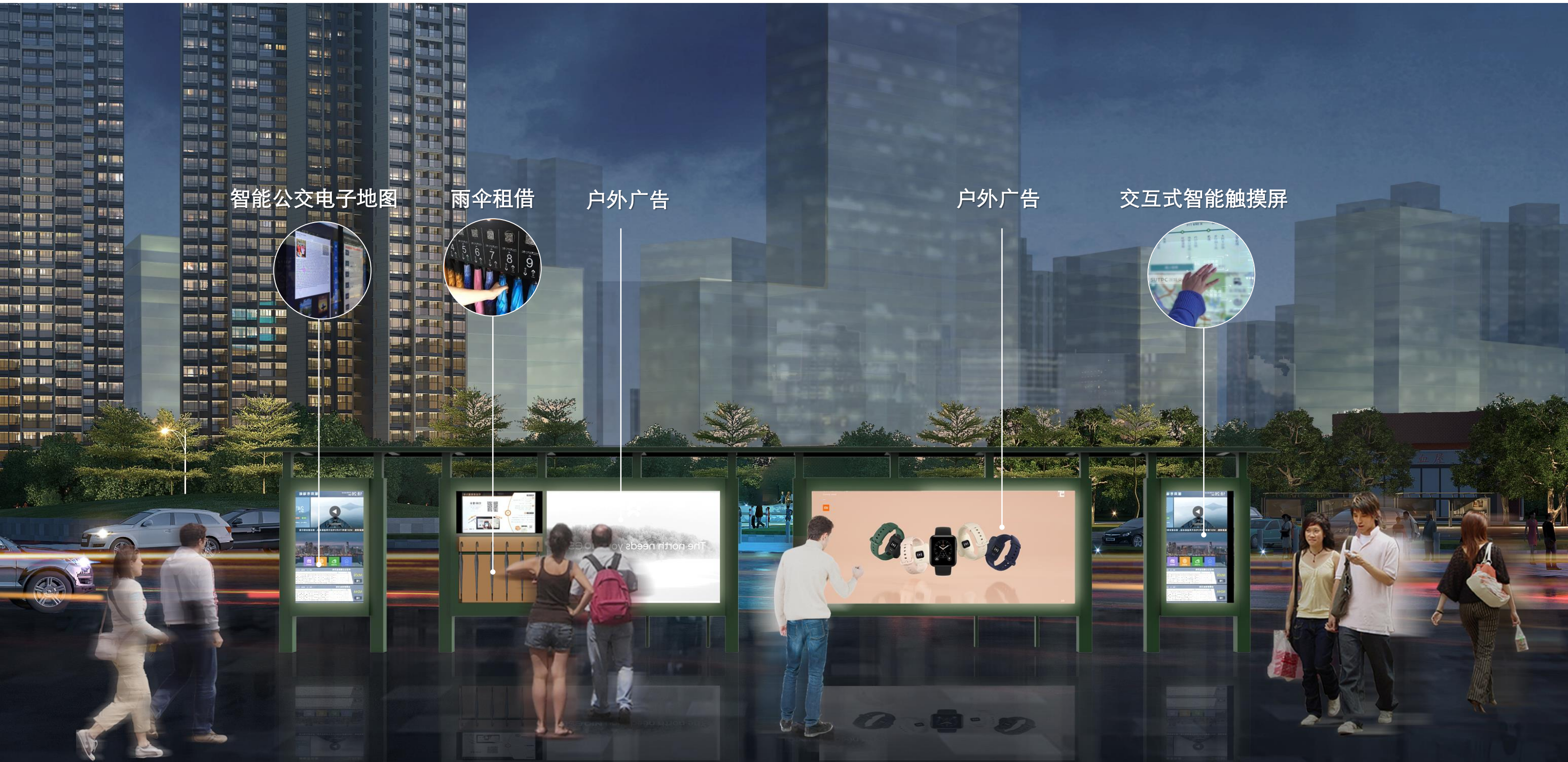


效果图

7 候车亭户外广告设置方案

(4) 一般风貌区应用场景（一般候车亭背面）

一般候车亭背面除了现有广告发布功能外，增加智能公交电子地图、雨伞租借、智能触摸屏等功能，提高设施服务功能。



效果图



PART8

电信亭

户外广告设置方案

- 8.1 现状情况
- 8.2 空间布局
- 8.3 规范指引
- 8.4 示范方案

8 电信亭户外广告设置方案

8.1 现状情况

8.1.1 设施本体情况

电信亭为提供通话功能的公用通讯设施，一般设置于道路旁，亭身设有户外广告位，亭顶带有可提供遮蔽的透明雨棚。

广州市现有电信亭1499个，正反面共四处灯箱位置，分别为一块1500mm×3500mm正面大箱，一块1500mm×1100mm、两块1100mm×600mm的背面小箱。



电信亭正立面

电信亭背立面

8.1.2 户外广告设置情况

大部分户外广告设置规范，部分存在如下问题：

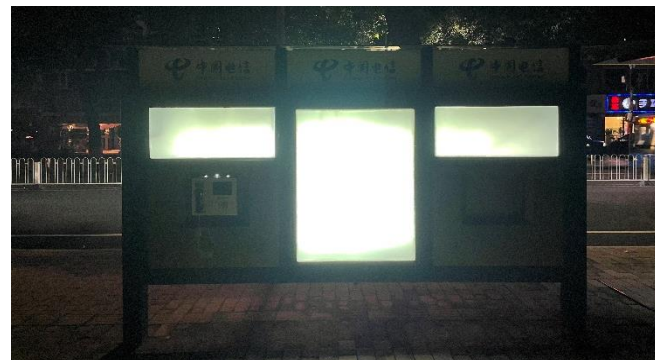
设置方面：背面广告牌未得到利用。



位置方面：位置随意，设施两侧违规张贴广告。



照明方面：设施亮度无控制，影响周边环境。



形式方面：广告形式传统，宣传效果不佳。



8.1.3 现状分布情况

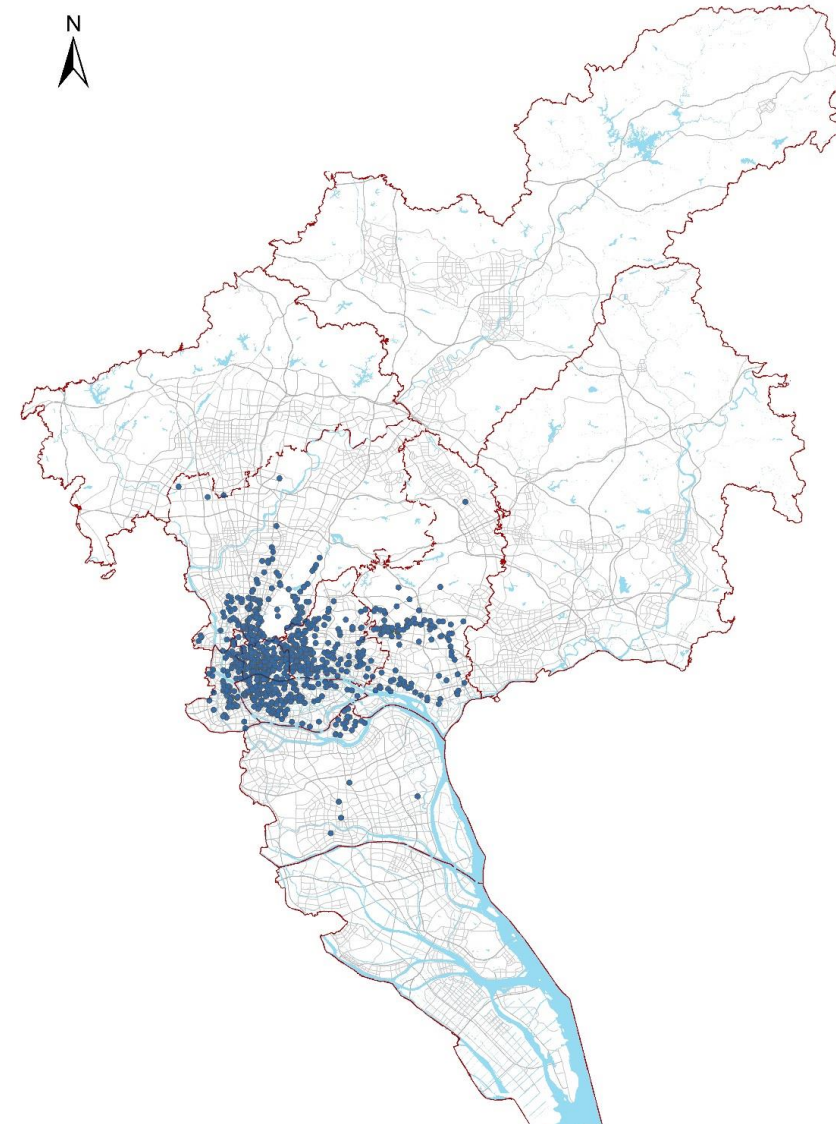
电信亭设施共1499个，主要集中分布于主城区范围内，花都区、南沙区、从化区、增城区无分布。

8.2 空间布局

共布局附着于电信亭的户外广告点位1499处，广告牌5996块，具体如表8-1，图8-1所示。

表8-1 附着于电信亭的户外广告点位、广告牌数量统计表

区域	越秀区	海珠区	荔湾区	天河区	白云区	黄埔区	花都区	番禺区	南沙区	从化区	增城区	合计
广告点位数量(处)	200	278	166	364	244	194	0	53	0	0	0	1499
广告牌数量(块)	800	1112	664	1456	976	776	0	212	0	0	0	5996



图例
 广州分区行政边界
 水系
 道路
 电信亭

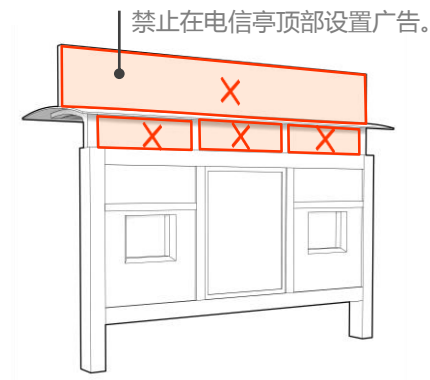
图8-1 附着于电信亭的户外广告点位布局图

8 电信亭户外广告设置方案

8.3 规范指引

8.3.1 规范要求

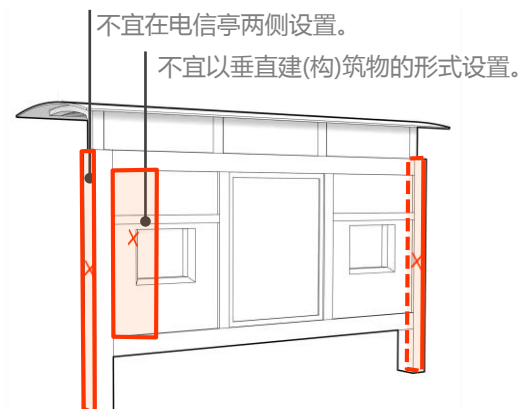
(1) 禁止在电信亭的顶部设置。



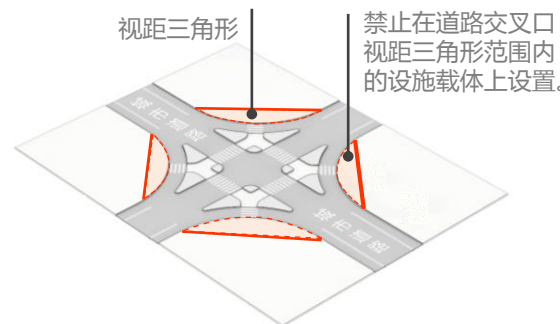
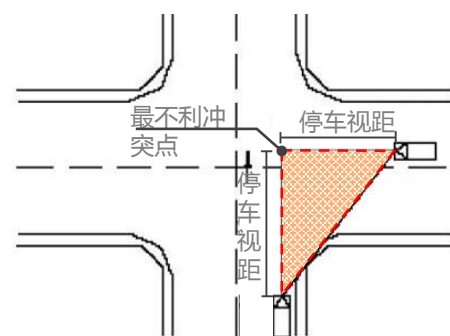
8.3.2 设置指引

(1) 位置指引

- 1) 不宜在电信亭两侧设置。
- 2) 户外广告不宜设置在共享单车停放点附近。



3) 禁止在道路交叉口视距三角形范围内的设施载体上设置。



视距三角形

表8-2 城市道路停车视距

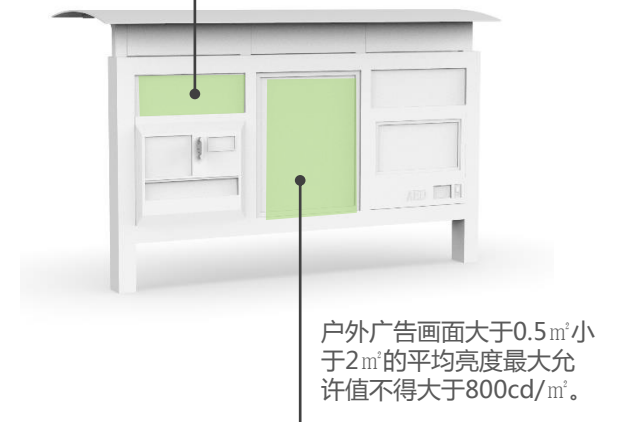
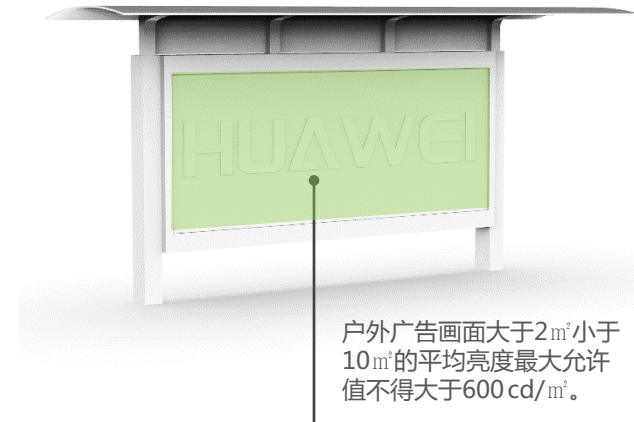
设计速度 (km/h)	100	80	60	50	40	30	20
停车视距 (m)	160	110	70	60	40	30	20

(2) 照明与动态指引

户外广告画面大于 2m^2 小于 10m^2 的平均亮度最大允许值不得大于 $600\text{cd}/\text{m}^2$ ，户外广告画面大于 0.5m^2 小于 2m^2 的平均亮度最大允许值不得大于 $800\text{cd}/\text{m}^2$ 。

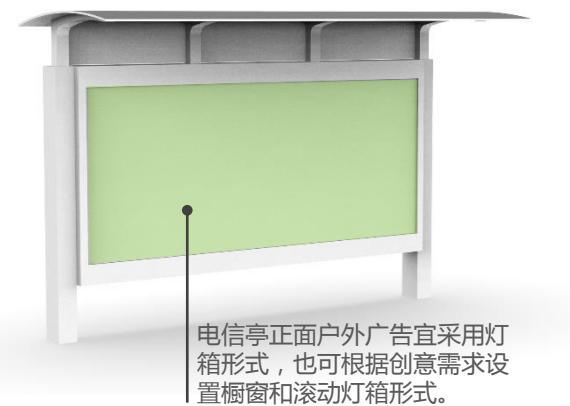
户外广告照明不应产生光污染及影响机动车的正常驾驶，不得干扰通信、交通等公共设施的正常使用。

户外广告画面大于 0.5m^2 小于 2m^2 的平均亮度最大允许值不得大于 $800\text{cd}/\text{m}^2$ 。



(3) 形式指引

电信亭正面户外广告宜采用灯箱形式，也可根据创意需求设置橱窗广告和滚动灯箱广告等，电信亭背面户外广告宜采用灯箱形式，也可根据需求设置LED广告等。



(4) 材料指引

户外广告设施的电器件及其他材料的选用，应符合散热和阻燃性要求，并应适应环境条件，具有防潮、防雨水和防虫害侵蚀功能。

8 电信亭户外广告设置方案

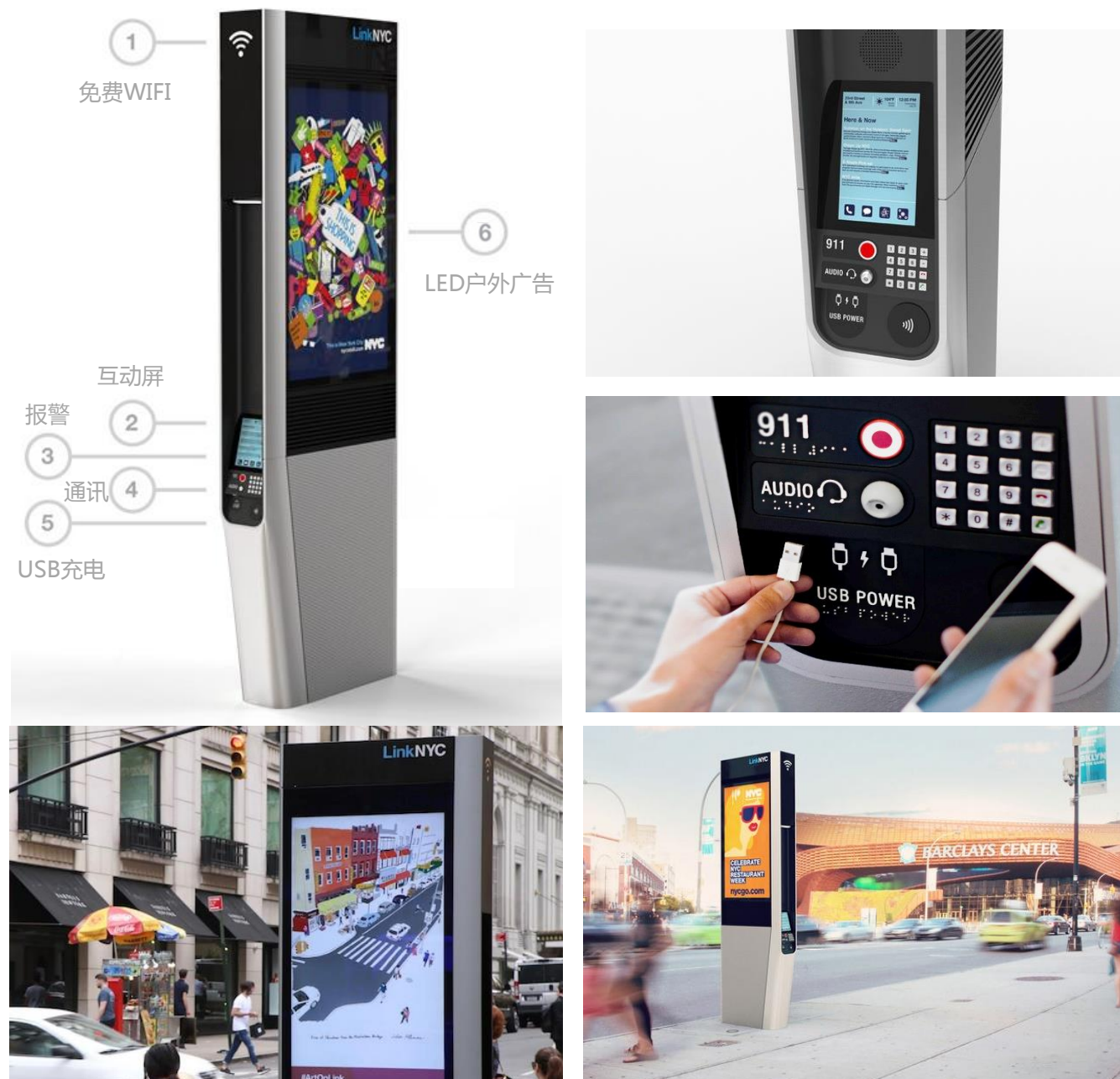
8.4 示范方案

8.4.1 案例分析

美国 | 纽约 LinkNYC

LinkNYC是纽约市一种新型智能信息亭，可提供电话、wifi、充电和户外广告等服务。LinkNYC上装有两块55英寸的数字显示屏，可用于发布广告，目前已经有花旗、雀巢、GAP、20世纪福克斯等公司签署了广告播放协议，预计12年内带来超过5亿美元的收入。

▼ 借鉴意义：将传统电信亭改造成为能提供免费高速网络、USB插口的多功能亭，为人们提供免提语音/视频通话、为移动设备提供充电等各种服务，同时可播放广告。



注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

8.4.2 设计策略

结合多种功能模块，在电信亭背面进行模块化设计，将传统电话模块升级为能提供免费高速网络、紧急求助、安全监控等功能的综合通信模块，并根据不同场景需求，增加电子地图、便民药箱等功能模块，实现从电信亭到智慧亭的转变。

(1) 智能公交电子地图



(2) 紧急求助



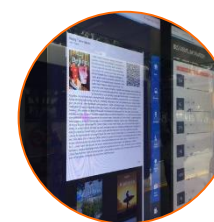
(3) 可触摸智慧屏



(4) 便民药箱



智慧电子地图模块



安全监控模块



充电、WIFI、报警功能模块



紧急求助、便民药箱模块



户外广告模块



8 电信亭户外广告设置方案

8.4.3 分区设计

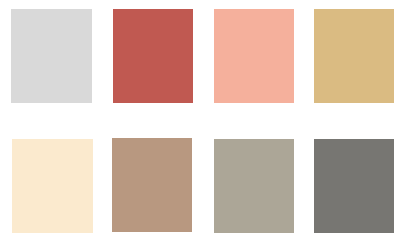

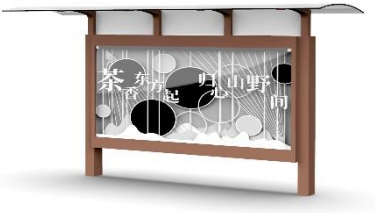



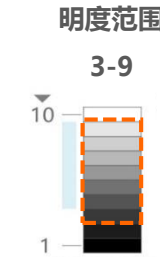
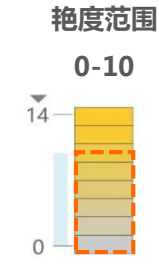
(1) 现代都市风貌区推荐方案

户外广告整体色调以蓝灰、银灰色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%比例，内容面向科创信息投放，设施上配备高清触摸式智能LED液晶屏、高速wifi等，实现快速上网、信息查询等功能，全方位体现智能科技特色。

广告色彩	内容主题	方案效果
		
		
<p>明度范围 4-9</p> 	<p>艳度范围 0-10</p> 	

(3) 历史文化风貌区推荐方案

户外广告整体色调以灰白、粉彩色调为主，明度适当降低，控制整体艳度。公益广告不得小于30%比例，内容可结合岭南文化装置艺术展示，以弘扬广州历史文化为目标，体现醒狮文化、龙舟文化、建筑文化、剪纸文化等特色岭南主题元素。

广告色彩	内容主题	方案效果
		
		
<p>明度范围 3-9</p> 	<p>艳度范围 0-10</p> 	







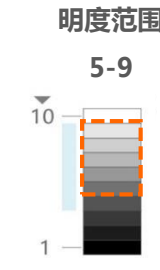
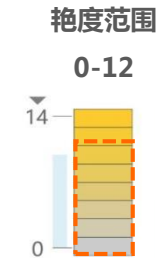
(2) 传统都市风貌区推荐方案

户外广告画面整体色调以暖灰、蓝绿色调为主，明度适中，艳度不宜过高。公益广告不得小于30%比例，内容可结合运动主题打造，配置夜跑互动屏、智慧打卡、电子跑步路线地图等功能，体现城市健康生活。

广告色彩	内容主题	方案效果
		
		
<p>明度范围 4-9</p> 	<p>艳度范围 0-10</p> 	

(4) 一般风貌区推荐方案

户外广告整体色调以米调与绿灰色调交替出现，公益广告不得小于30%比例，内容涵盖中国特色社会主义思想等思政信息、“四个出新出彩”“老城市新活力”等湾区文化和城市发展内容、生态环保、垃圾分类、关爱老人等精神文明建设内容等。

广告色彩	内容主题	方案效果
		
		
<p>明度范围 5-9</p> 	<p>艳度范围 0-12</p> 	

8 电信亭户外广告设置方案

8.4.3 示范方案

(1) 现代都市风貌区应用场景



效果图

8 电信亭户外广告设置方案

(2) 传统都市风貌区应用场景



8 电信亭户外广告设置方案

(3) 历史文化风貌区应用场景

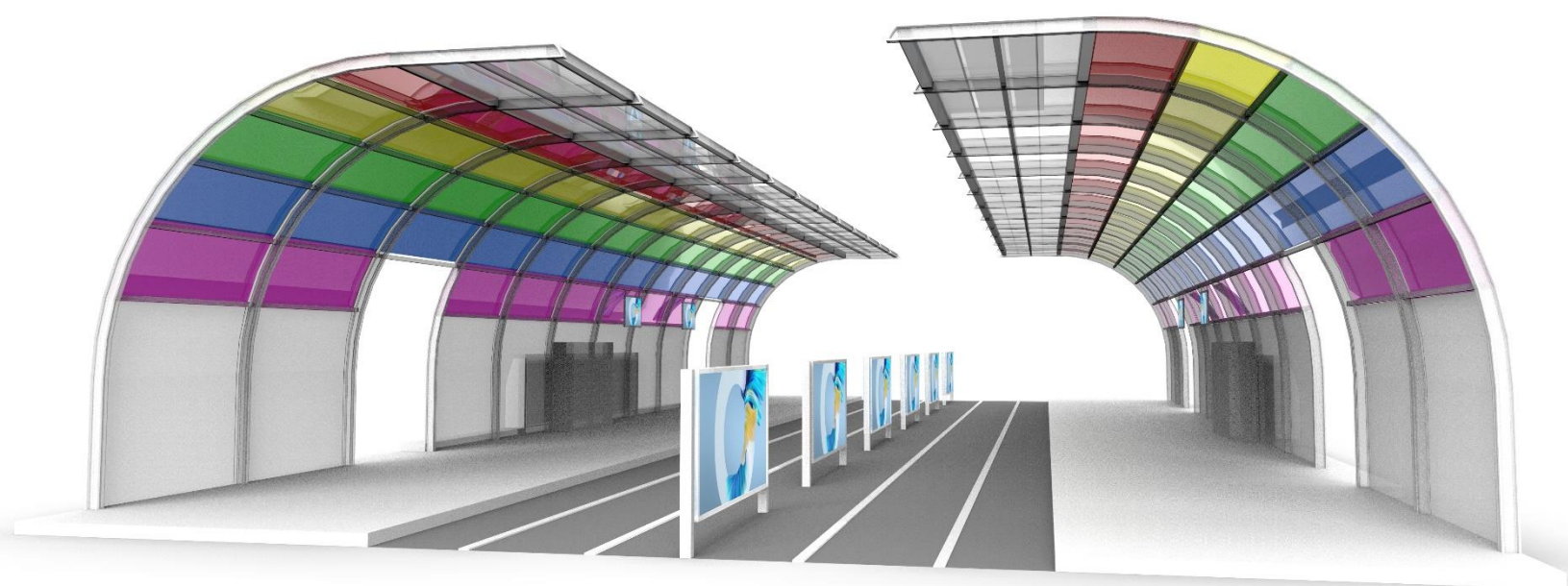


8 电信亭户外广告设置方案

(4) 一般风貌区应用场景



效果图



PART9

有轨电车站台 户外广告设置方案

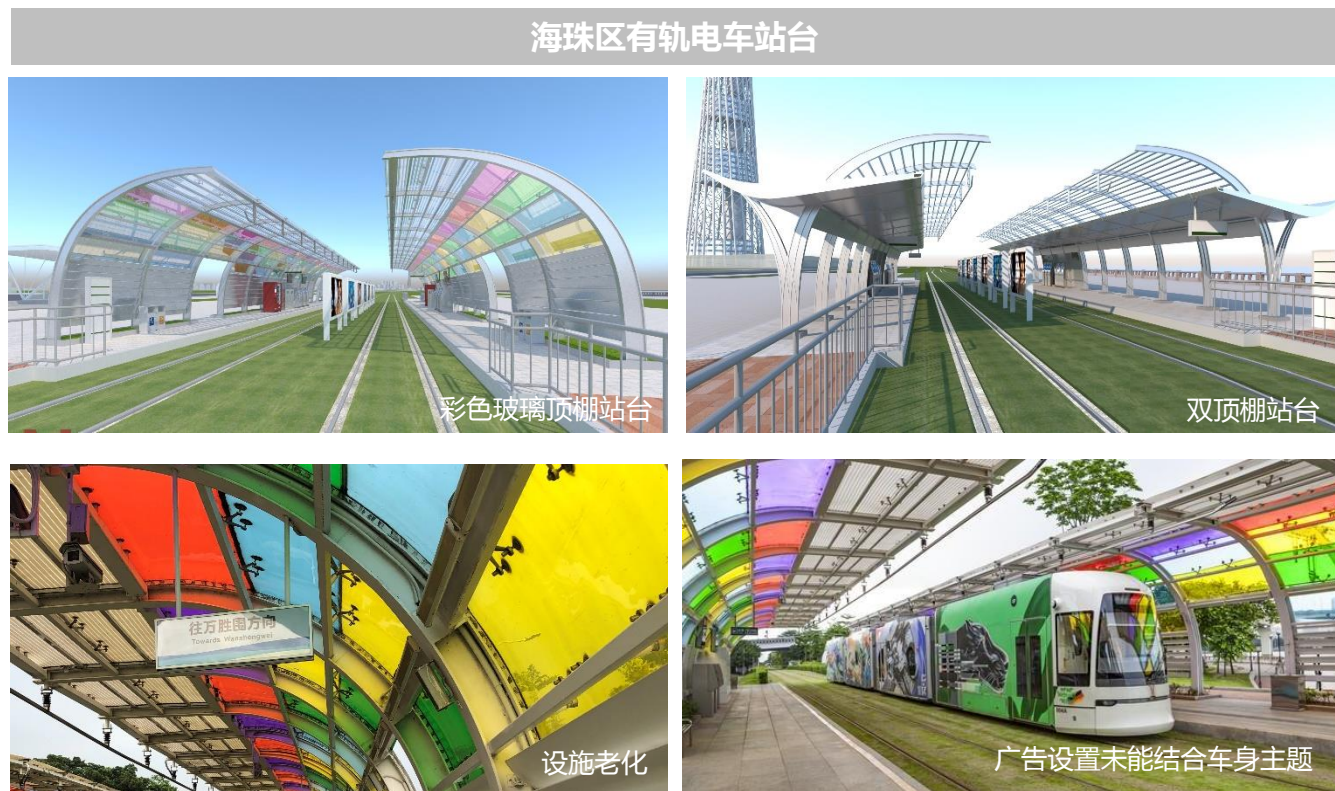
- 9.1 现状情况
- 9.2 空间布局
- 9.3 规范指引
- 9.4 示范方案

9 有轨电车站台户外广告设置方案

9.1 现状情况

9.1.1 设施本体情况

海珠区有轨电车一号线电车现有11个站台，共3类样式，分别为：彩色玻璃顶棚站台，双顶棚站台，附建式站台。



9.1.2 设施分布情况

海珠区有轨电车一号线广州塔东站、猎德大桥南站、南风站、会展西站、会展东站、琶洲大桥南站、琶洲塔站7处站台为彩色玻璃顶棚站台，广州塔站、会展中站、万胜围站3处站台为双顶棚站台，琶醍站为附建式站台，具体分布详见图3-1。

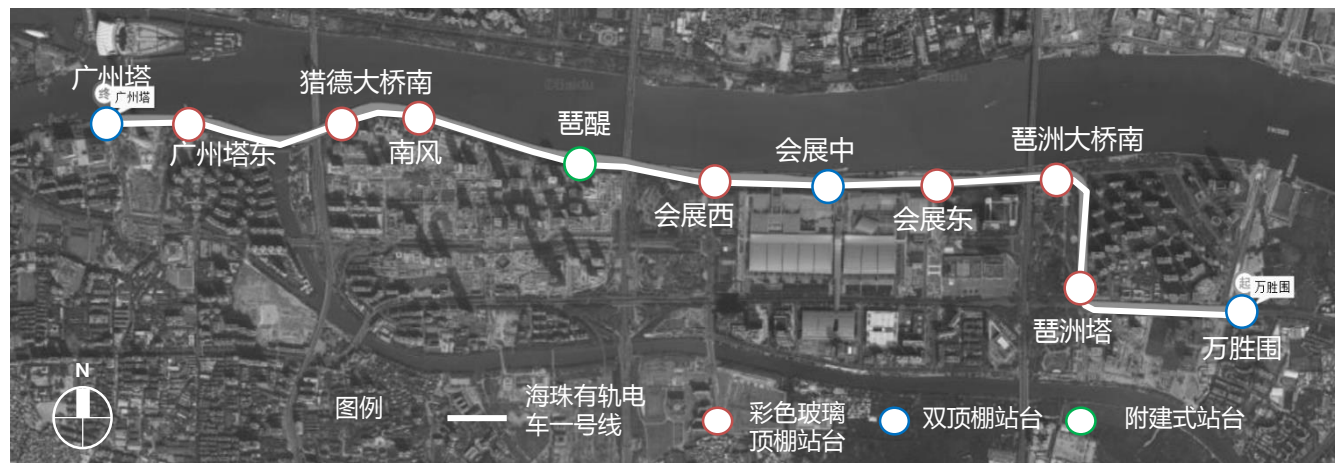
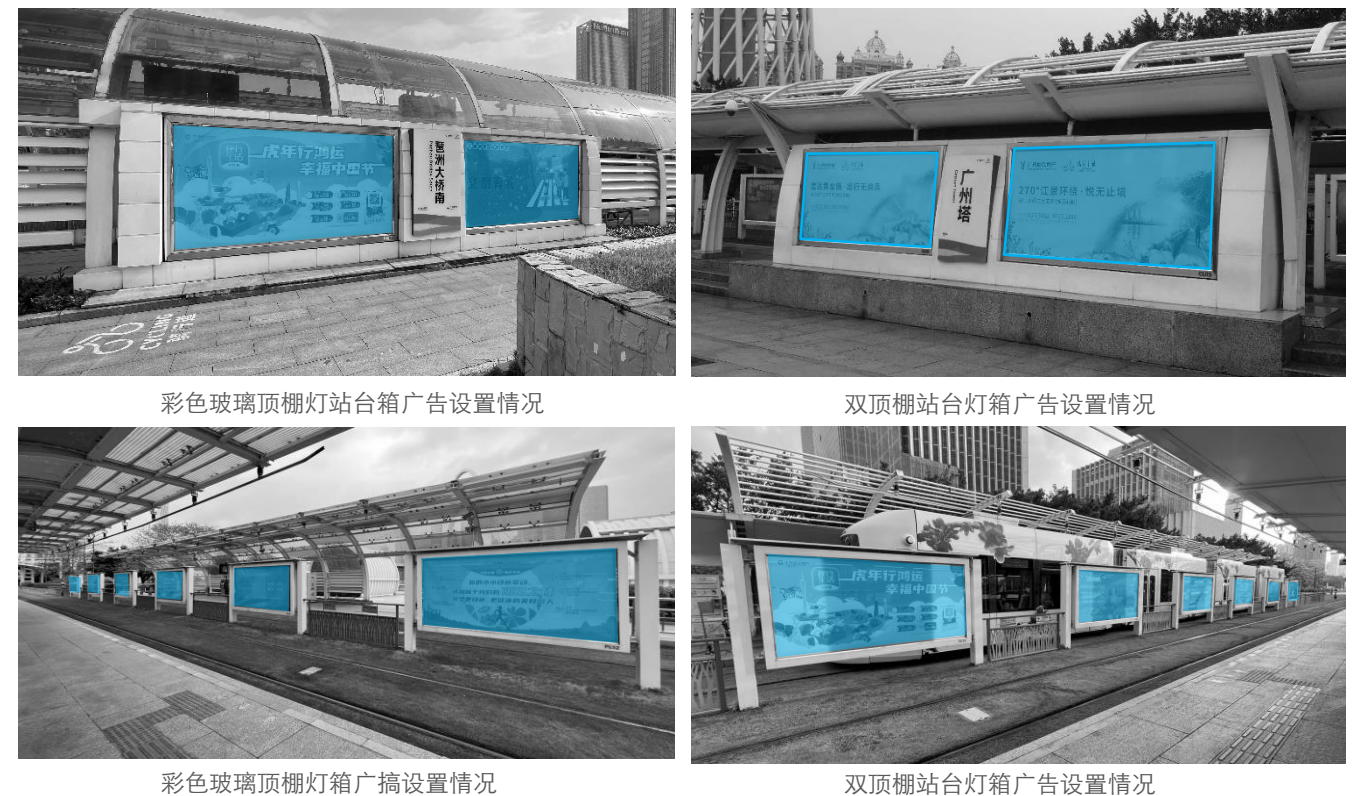


图3-1 海珠区有轨电车一号线电车站台分布图

9.1.3 户外广告设置情况

海珠区有轨电车站台除琶醍站未设置户外广告，其余站台外侧及轨行区均设置户外广告，主要为灯箱广告形式，尺寸为3m×1.5m。



9.2 空间布局

布局附着于海珠区有轨电车一号线电车站台的户外广告点位10处，广告牌98块，详见表9-1。

表9-1 附着于海珠区有轨电车一号线电车站台的户外广告点位、广告牌数量统计表

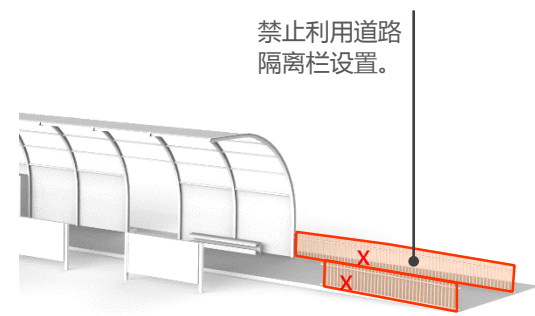
序号	设施地址	点位编号	站点名称	广告类型	广告牌数量(块)
1	阅江西路	HZDC01	广州塔	灯箱广告	16
2		HZDC02	广州塔东	灯箱广告	4
3		HZDC03	猎德大桥南	灯箱广告	16
4		HZDC04	南风	灯箱广告	4
5	阅江中路	HZDC05	会展西	灯箱广告	16
6		HZDC06	会展中	灯箱广告	2
7		HZDC07	会展东	灯箱广告	16
8		HZDC08	琶洲大桥南	灯箱广告	4
9	昭悦路	HZDC09	琶洲塔	灯箱广告	4
10	新港东路	HZDC10	万胜围	灯箱广告	16
总计					98

9 有轨电车站台户外广告设置方案

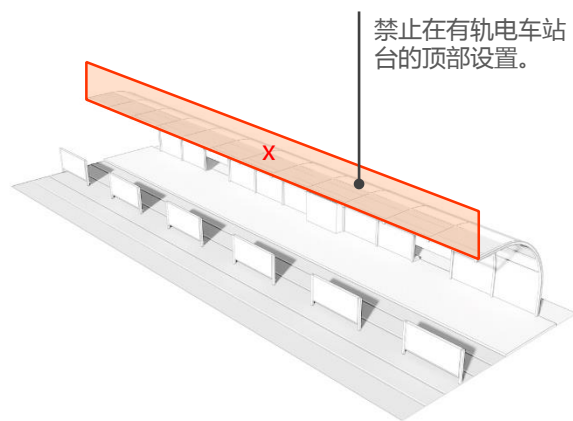
9.3 规范指引

9.3.1 规范要求

(1) 禁止利用道路隔离栏（包括人行道隔离栏、车行道分离栏）及交通护栏等设置。



(2) 禁止在有轨电车站台的顶部设置。

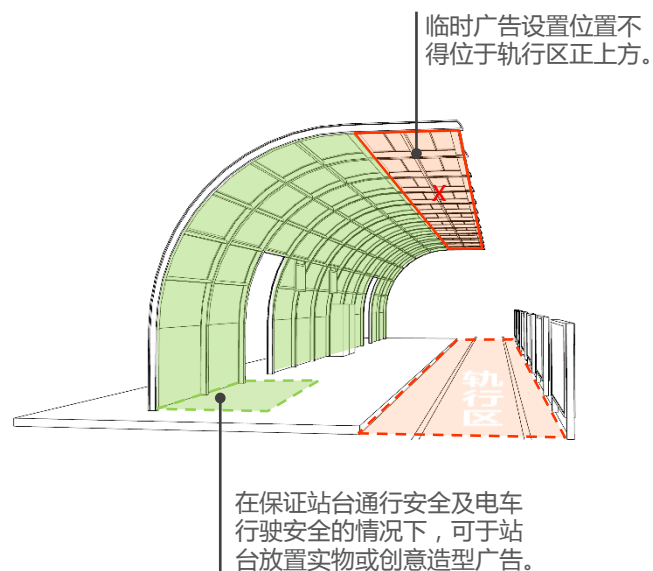


9.3.2 设置指引

(1) 位置指引

1) 节日庆典、市以上人民政府批准的大型活动及其他允许设置的情况期间，可于站台台体本身设置临时广告，设置位置不得位于轨行区正上方。

2) 在保证站台通行安全及电车行驶安全的情况下，可于站台放置实物或创意造型广告。

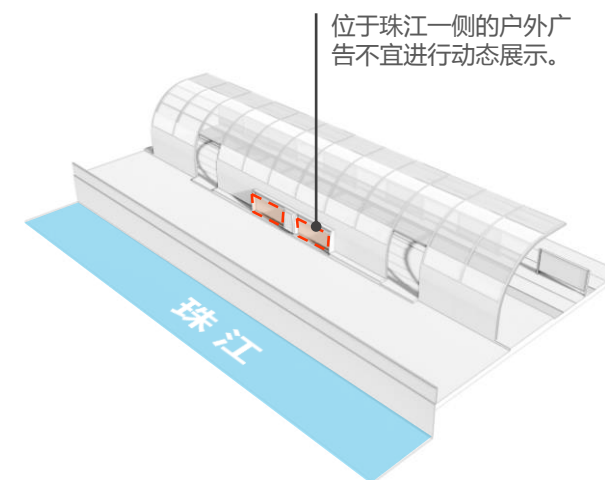


(2) 照明与动态指引

1) 户外广告画面的平均亮度最大允许值不得大于 $600\text{cd}/\text{m}^2$ 。

2) 位于珠江一侧的户外广告及轨行区户外广告不宜进行动态展示，如进行动态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

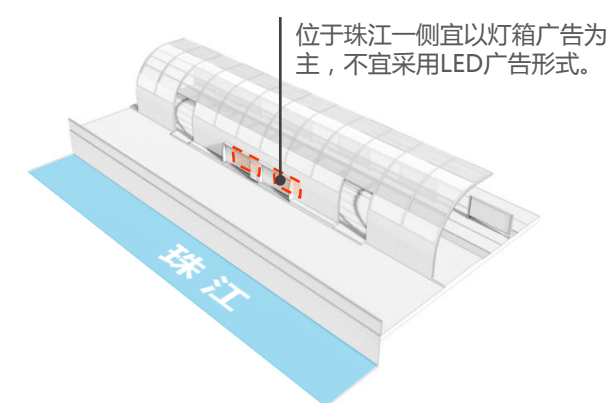
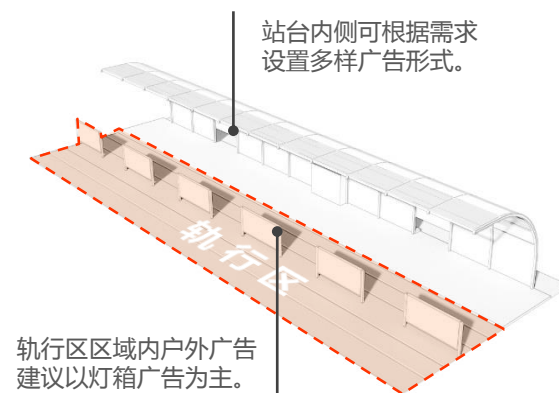
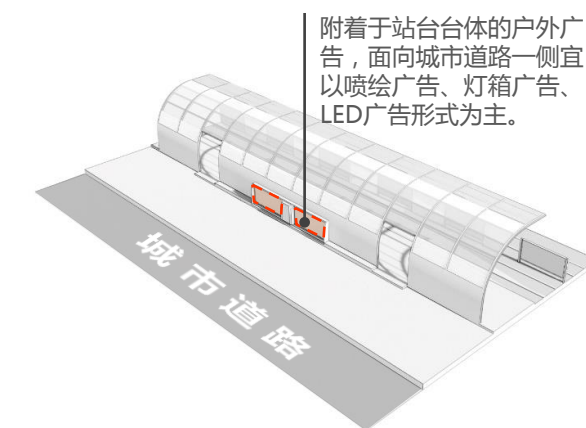
3) 户外广告照明不应产生光污染及影响机动车的正常驾驶，不得干扰通信、交通等公共设施的正常使用。



(3) 形式指引

1) 轨行区区域内户外广告建议以灯箱广告为主，站台内侧可根据需求设置多样广告形式。

2) 附着于站台台体的户外广告，面向城市道路一侧宜以喷绘广告、灯箱广告、LED广告形式为主；站台内侧可根据需求设置多样广告形式；位于珠江一侧宜以灯箱广告为主，不宜采用LED广告形式。



(4) 材料指引

户外广告设施的电器件及其他材料的选用，应符合散热和阻燃性要求，并应适应环境条件，具有防潮、防雨水和防虫害侵蚀功能。

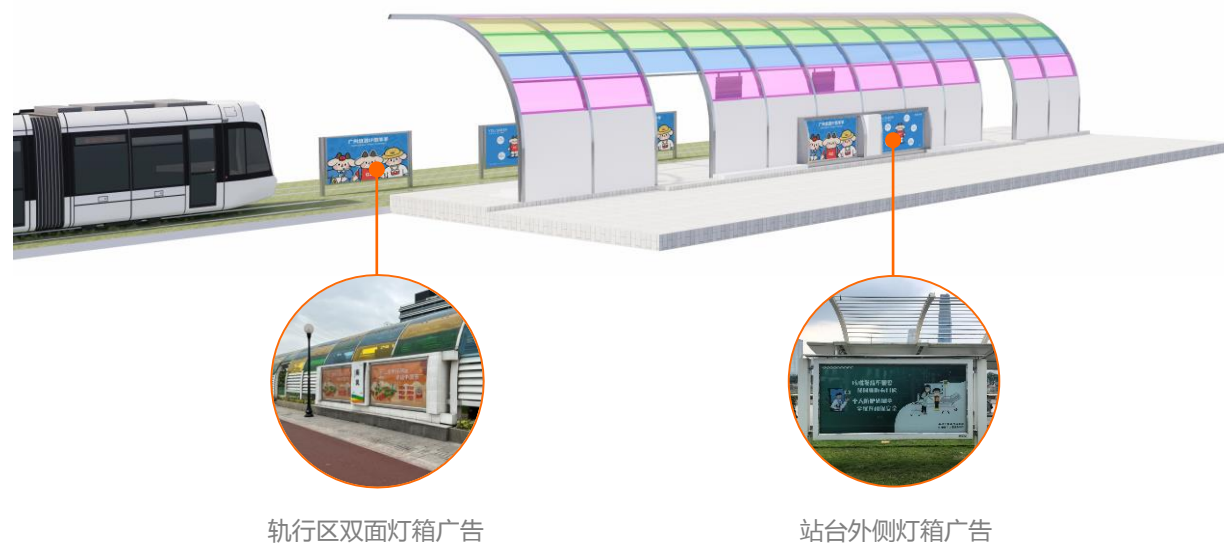
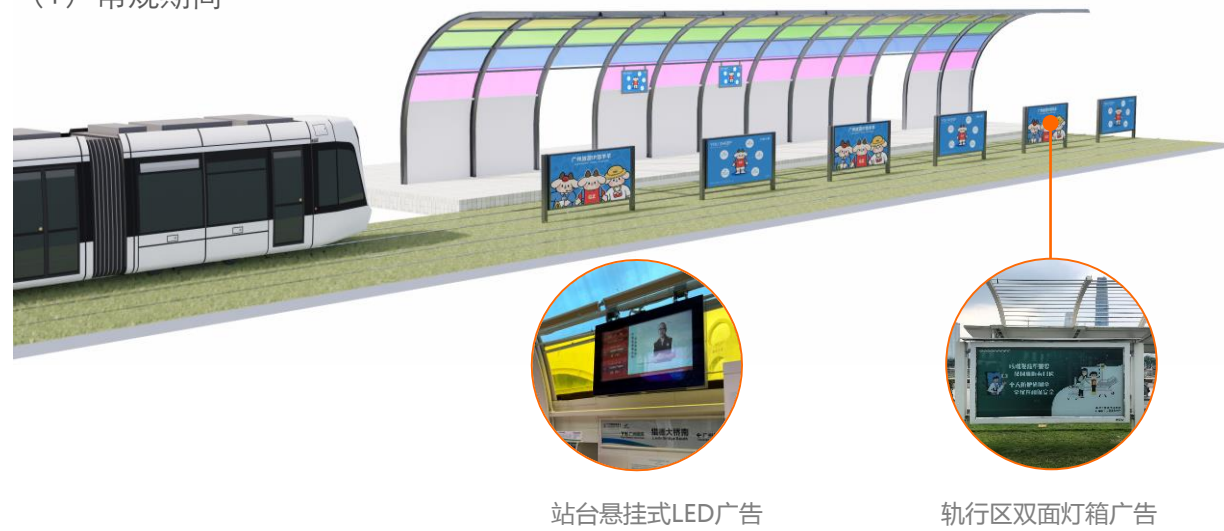
9 有轨电车站台户外广告设置方案

9.4 示范方案

9.4.1 设计策略

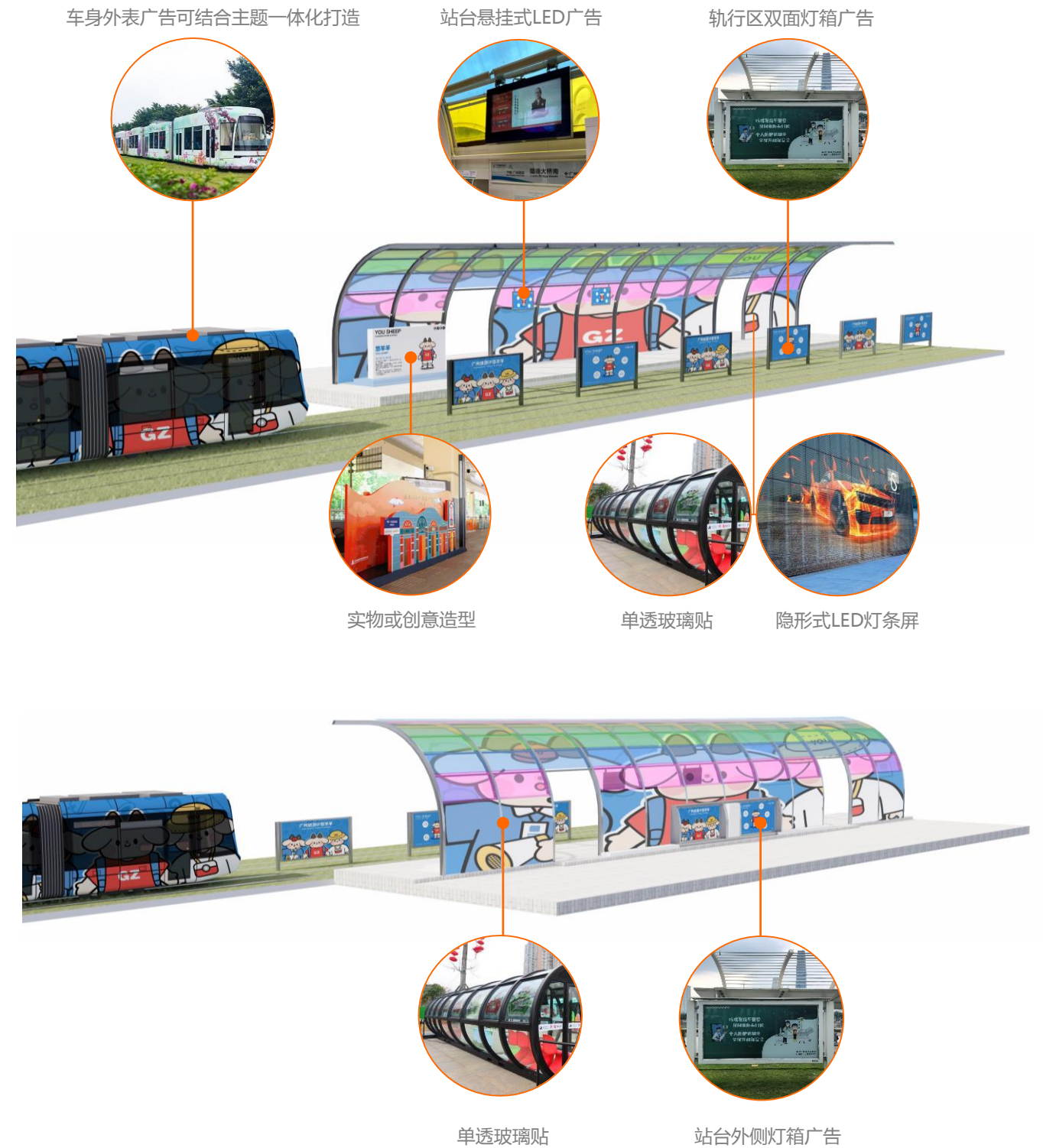
为更好地推广有轨电车出行，配合有轨电车车身广告发布，建议现有电车站台在主题活动、节庆假日活动等期间，对站棚、车身、站台户外广告进行一体化设计，开展主题化联动；常规期间结合现有灯箱设置户外广告。

(1) 常规期间



(2) 主题活动、节庆假日及品牌联动期间

站台、车身等结合宣传内容进行主题化设计，包括站台体采用全包裹式单透玻璃贴或隐形形式LED灯条屏等形式，站台区采用实物创意造型，形成立体宣传效果。



注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

9 有轨电车站台户外广告设置方案

9.4.2 示范方案

(1) 彩色玻璃顶棚站台主题活动、节庆假日期间应用场景



会展西站——主题活动及节庆假日期间效果图

9 有轨电车站台户外广告设置方案

(2) 彩色玻璃顶棚站台常规期间应用场景



会展西站——常规期间效果图

9 有轨电车站台户外广告设置方案

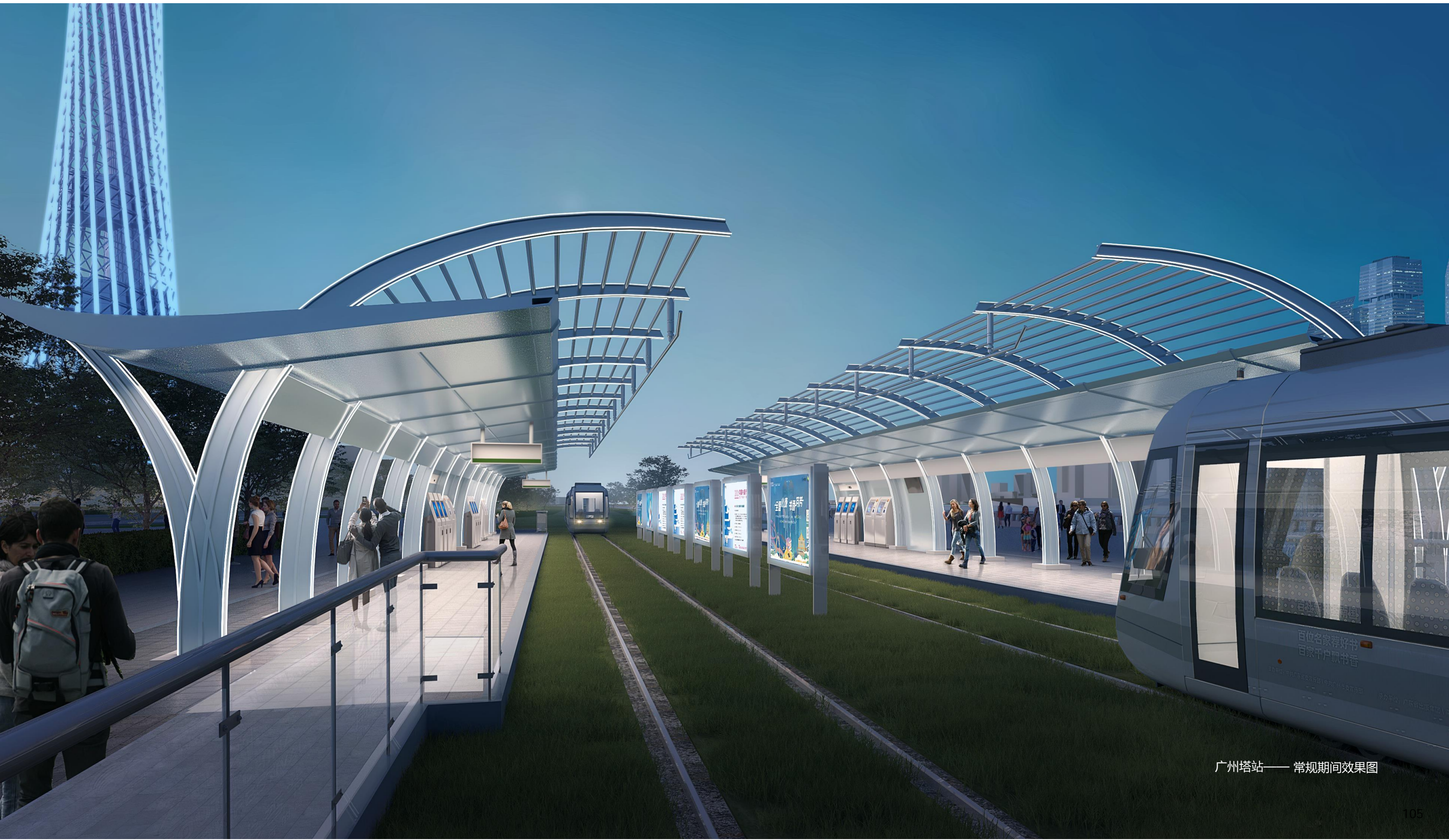
(3) 双顶棚站台主题活动、节庆假日期间应用场景



广州塔站——主题活动及节庆假日期间效果图

9 有轨电车站台户外广告设置方案

(4) 双顶棚站台常规期间应用场景



广州塔站——常规期间效果图



PART 10

车身外表

户外广告设置方案

- 10.1 现状情况
- 10.2 布局总量
- 10.3 规范指引
- 10.4 示范方案

10 车身外表户外广告设置方案

10.1 现状情况

10.1.1 设施本体情况

(1) 传统公共汽车电车

现有车辆11772辆，共81种车型，隶属于9个单位，具体如下：

表10-1 广州市现运行公交车型与数量统计表

公交公司	车型			公共汽车电车总数(辆)
公交集团	10米5广汽V4	12米广汽K9	D16	6989
	D18	10米5沃牌纯电动	N2	
	混合宇通LNG2	苏金大巴	10米5南京金龙	
	D19	10.3米宇通纯电动	D15	
	纯电动12米	TEG6106BEV35	B1-18米	
	安凯牌HFF6119A6EV21	安凯牌HFF6128G03PHEV-2	福田牌BJ6112C7MCB-1	
	广汽牌GZ6100LGEV5	广汽牌GZ6102B2EV	广汽牌GZ6120LGEV2	
广汽牌GZ6120LGEV4	广汽牌GZ6121LGEV1	广汽牌GZ6122LGEV		
宇通牌ZK6120CHEVNP4				
新穗巴士	新穗珠海广通包尾车	新穗比亚迪包尾车	新穗安凯双层巴	850
	新穗安凯三门包尾车	新穗亚星双层巴(1)	新穗亚星双层巴(3)	
	新穗南京金龙包尾车	新穗南车时代包尾车(1)	新穗南车时代包尾车(2)	
	新穗中国中车时代包尾车(1)	新穗中国中车时代包尾车(2)	新穗安凯便民车	
新穗开沃便民车	新穗穗景便民车			
珍宝白马	安凯双层巴	申龙	五洲龙	1188
	源正8.5米纯电动1	源正8.5米纯电动2	源正8.5米纯电动3	
	源正10米纯电动1	源正10米纯电动2	源正10米纯电动3	
	安凯纯电6.5米			
马会巴士	GZ6120LGEV	GZ6120LGEV1	GZ6120LGEV2	126
空港快线	金旅牌XML6125JEVJ0C3	安凯牌JFF6129G03EV-41	福田牌BJ6123EVCA-32	60
	金龙牌XMQ6850AGBEVL8			
花都公交	大型客车	小型客车	广汽牌GZ6850HZEV(k7)	829
	广汽牌GZ6850HZEV1(k7)	广汽牌GZ6100LGEV4(k8)	广汽牌GZ6122LGEV2(K9)	
	宇通牌ZK6119BEVQY18P	宇通牌ZK6850CHEVNP423(LNG混动)	宇通牌ZK6805BEVG21A	
	宇通牌ZK6650BEVG22	中国中车牌TEG6851BEV26	中国中车牌TEG6106BEV35	
中国中车TEG6129BEV11	宇通牌ZK6826BEVQY13B			
南沙公交	南沙普线	南沙干线	南沙支线	832
	南沙快线			
从化公交	福田牌	广汽牌	中车牌	195
增城公交	中旅纯电	中旅柴油		703
	广汽比亚迪	福田		
合计				11772

(2) 有轨电车

海珠区有轨电车一号线现共有7辆有轨电车。

10.1.2 户外广告设置情况

(1) 传统公共汽车电车车身广告

1) 数量统计

除空港快线和南沙公交以外，其余公交公司均有在公共汽车电车外表设置广告，现有设置广告车辆占车辆总数的比例从0%至100%不等，广告形式以粘贴式喷绘广告为主，具体如下表：

	公交集团	新穗巴士	珍宝白马	马会巴士	空港快线	花都公交	南沙公交	从化公交	增城公交	合计
公共汽车电车总数(辆)	6989	850	1188	126	60	829	832	195	703	11772
现有设置广告车辆数(辆)	2166	680	772	126	0	737	0	195	527	5203
现有设置广告车辆占比(%)	31%	80%	65%	100%	0%	89%	0%	100%	75%	44.2%

2) 设置问题

一是部分车辆以包裹车身的形式设置大面积户外广告，遮挡了车体警示标识和车灯，有的在后车窗或左右两侧车窗内设置对外发布的广告设施，一定程度上影响侧后方驾驶员视线。

二是部分车身外表户外广告颜色繁杂鲜艳，文字过大过密，既不美观也缺乏创意，与车身不协调，影响了车辆风貌。



(2) 有轨电车车身广告

海珠区有轨电车一号线电车根据不同时期的宣传需求，在电车车身和车内开展主题宣传，不仅增加城市温度，还为市民提供视觉盛宴。目前已有以木棉花、岭南花窗、卡通形象、品牌专列等主题的车身广告，深受本地市民及外地游客喜爱。



10 车身外表户外广告设置方案

10.2 布局总量

10.2.1 传统公共汽车电车布局总量

综合考虑市容景观、设置需求、受众数量、配车数量、线路途径区域等，规划允许设置户外广告的公共汽车电车数量为配车总数的70%，即根据现有配车总数，本次布局传统公共汽车电车外表户外广告点位8241处、广告牌8241块，具体点位和广告牌数量可根据车辆实际情况动态更新调整，具体如下：

表10-2 附着于传统公共汽车电车车身的户外广告点位、广告牌数量统计表

公交公司	配车总数 (辆)	允许设置户外广告的公共汽车电车		
		广告点位数量 (处)	点位数量占配车总数比例 (%)	广告牌数量 (块)
公交集团	6989	8241	70%	8241
新穗巴士	850			
珍宝白马	1188			
马会巴士	126			
空港快线	60			
花都公交	829			
南沙公交	832			
从化公交	195			
增城公交	703			
合计	11772			

10.2.2 有轨电车布局总量

7辆有轨电车外表均可设置户外广告，因此共布局附着于海珠区有轨电车外表的户外广告点位7处，广告牌7块，具体点位和广告牌数量可根据车辆实际情况动态更新调整，具体如下：

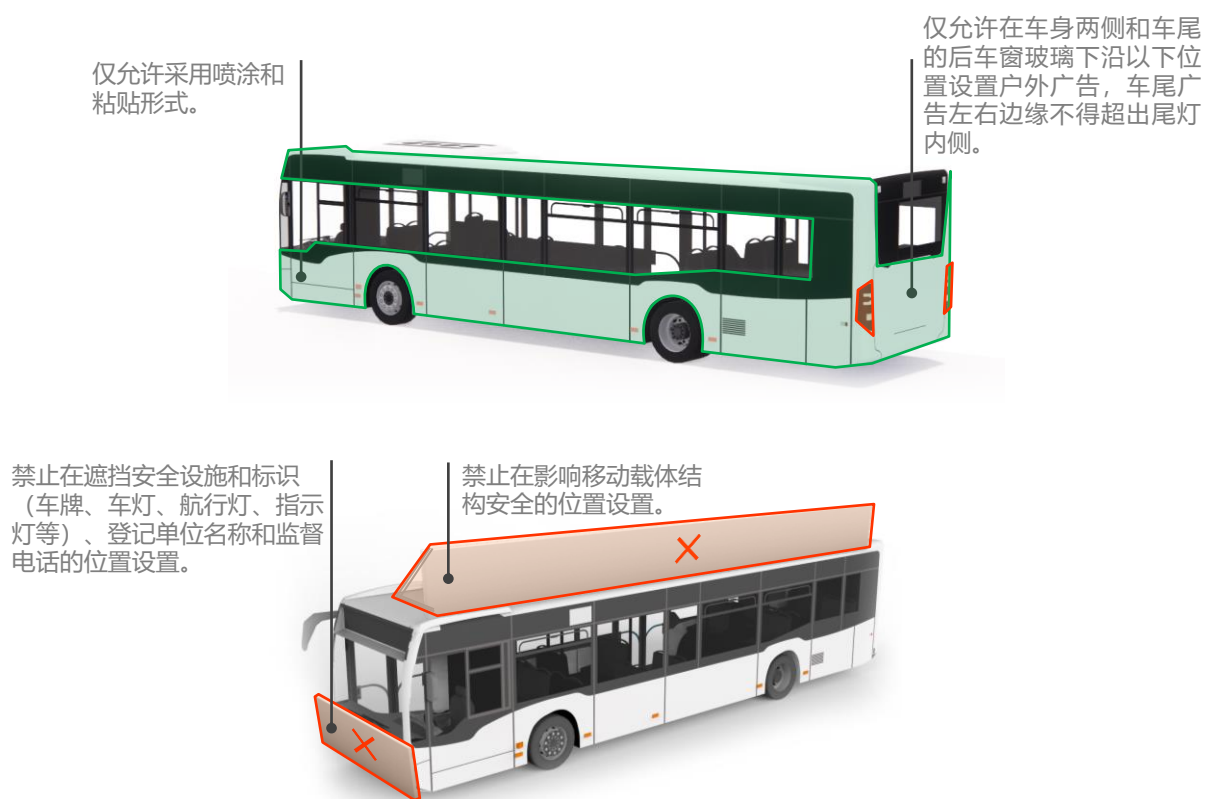
表10-3附着于海珠区有轨电车车身的户外广告点位、广告牌数量统计表

设施名称	广告类型	广告点位数量 (处)	广告牌数量 (块)
海珠区有轨电车	车身外表广告	7	7
合计		7	7

10.3 规范指引

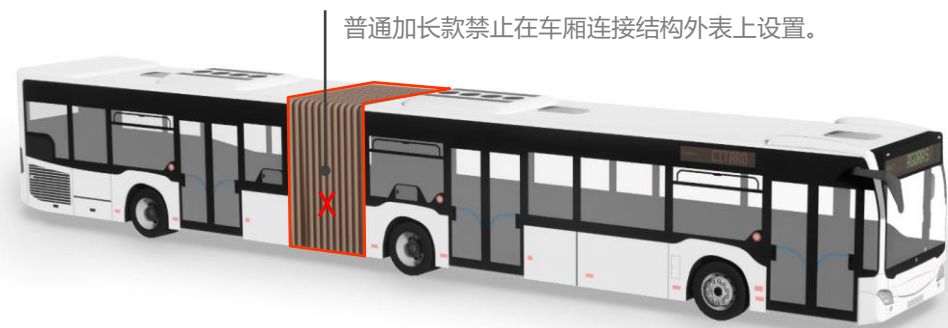
10.3.1 规范要求

- (1) 仅允许采用喷涂和粘贴形式。
- (2) 公共汽车电车仅允许在车身两侧和车尾的后车窗玻璃下沿以下位置设置户外广告，车尾广告左右边缘不得超出尾灯内侧。
- (3) 禁止在遮挡安全设施和标识（车牌、车灯、航行灯、指示灯等）、登记单位名称和监督电话的位置设置。
- (4) 禁止在影响移动载体结构安全的位置设置。



10.3.2 设置指引

- (1) 位置指引
 - 1) 普通加长款禁止在车厢连接结构外表上设置。



10 车身外表户外广告设置方案

- 2) 双层大巴上层车窗玻璃以上位置不得出现广告内容。
- 3) 双层大巴车尾广告不得遮挡后方玻璃。
- 4) 单开塞拉门客车允许在后车门以及前车门玻璃下沿以下部分设置。

双层大巴仅允许在车身两侧下层车窗玻璃下沿以下位置，以及上层车窗玻璃下沿至下层车窗玻璃上沿之间设置广告。



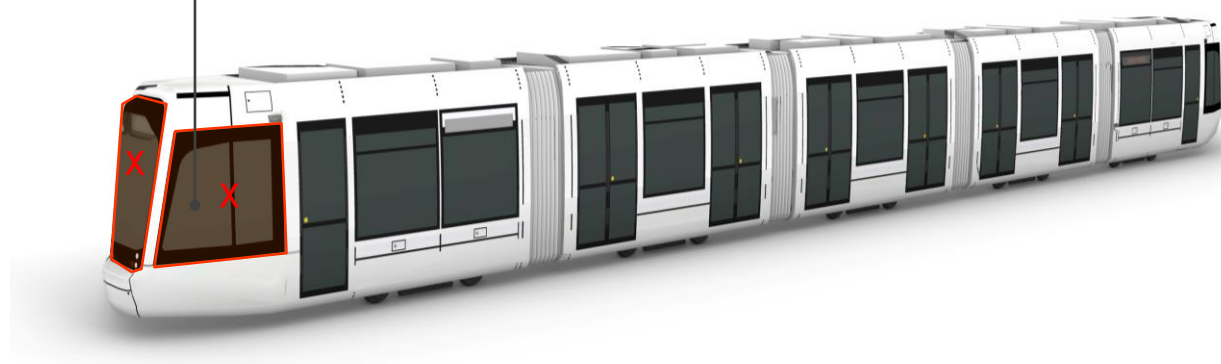
双层大巴车尾广告不得遮挡后方玻璃。

单开塞拉门客车允许在后车门以及前车门玻璃下沿以下部分设置。



- 5) 有轨电车禁止遮挡车辆照明大灯、刹车灯、示宽灯、警示灯及驾驶室窗户玻璃设置。

禁止遮挡车辆照明大灯、刹车灯、示宽灯、警示灯及驾驶室窗户玻璃设置。



(2) 画面指引

车身广告画面应当与传统公共汽车电车本身底色或出厂图案衔接自然。



10 车身外表户外广告设置方案

10.4 示范方案

10.4.1 分区设计

(1) 现代都市风貌区

现代都市风貌区的建筑多采用素混凝土、金属构架、纯色金属饰面板等国际化材料，途径本风貌区的传统公共汽车电车设置的户外广告画面色彩宜使用中性、偏冷调的颜色。



(2) 传统都市风貌区

传统都市风貌区的街道以浅灰、深灰色等低饱和度色为基调，为点亮街道景观，激活老城市新活力，途径本风貌区的传统公共汽车电车设置的户外广告画面色彩宜使用对比度高的颜色。

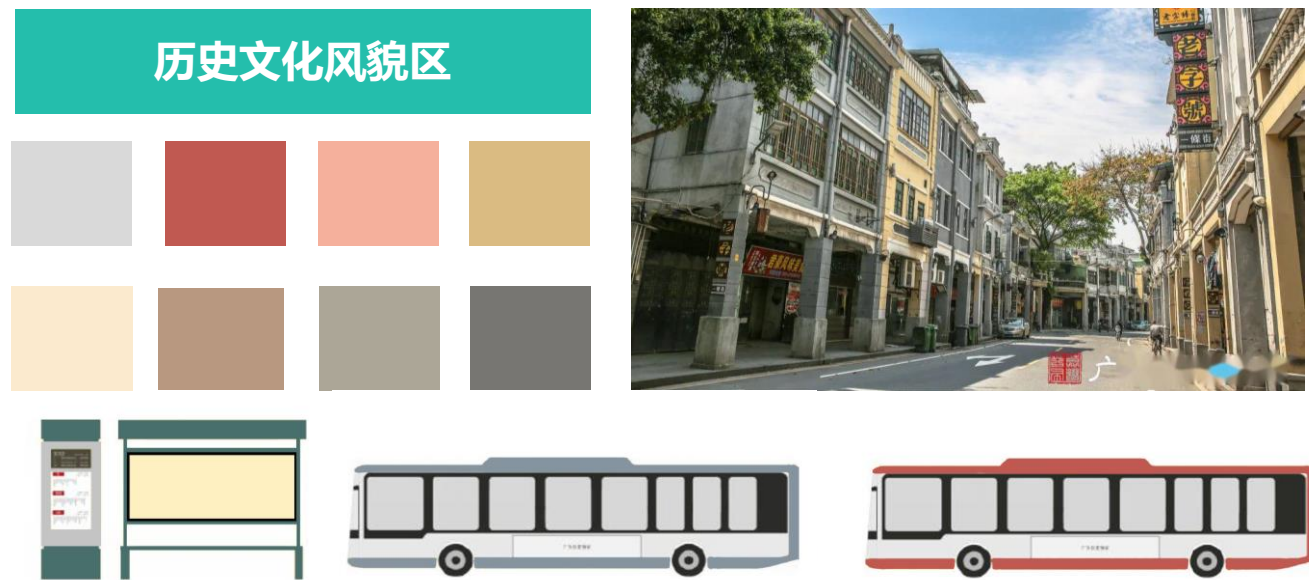


注：供设计参考，各实施主体可结合实际情况深化或选用。

10 车身外表户外广告设置方案

(3) 历史文化风貌区

历史文化风貌区的建筑多采用灰蓝色和浅黄色，为使车身广告与周边环境整体统一，途经本风貌区的传统公共汽车电车设置的户外广告画面色彩宜使用黄灰系的颜色。



(4) 一般风貌区

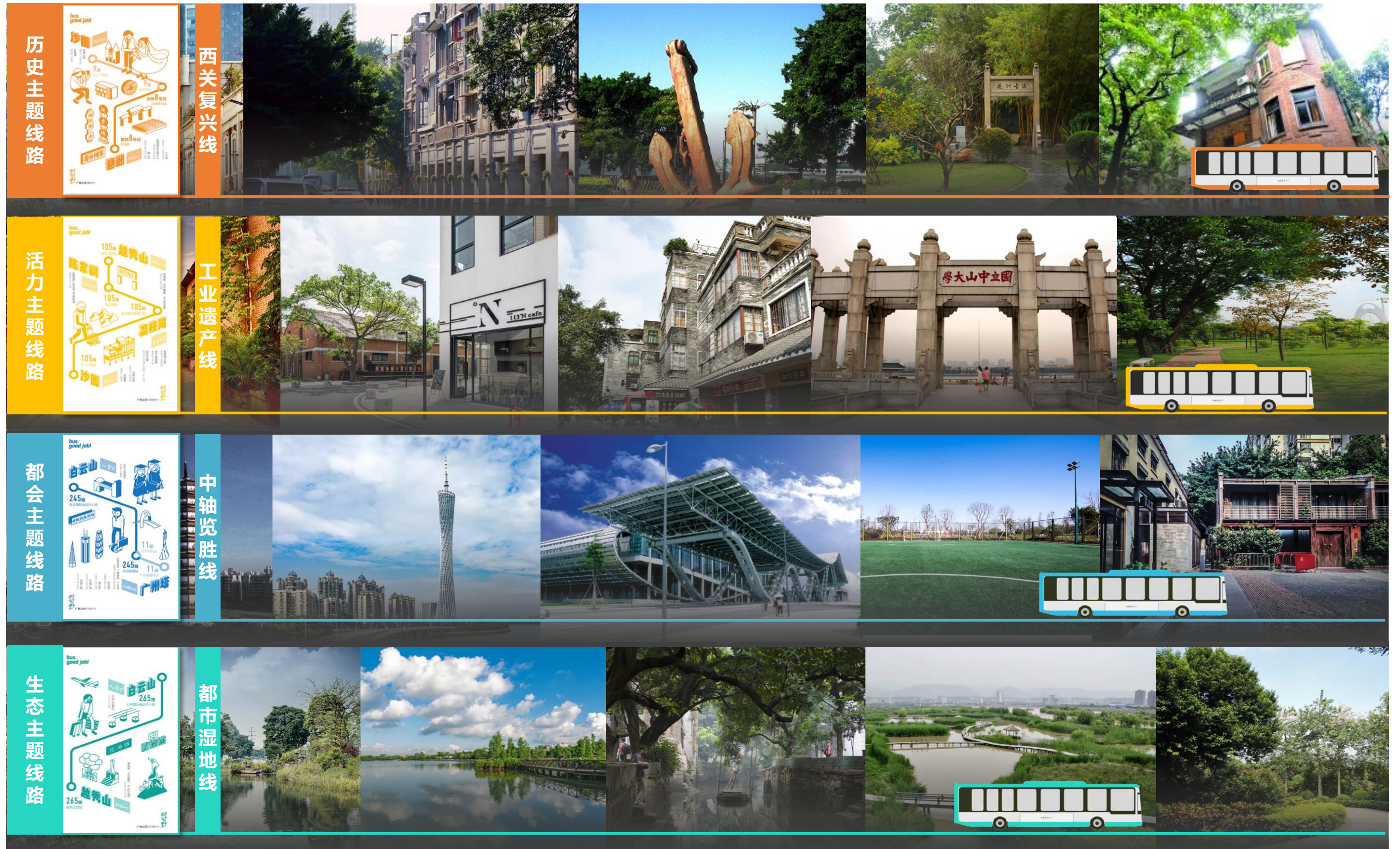
一般风貌区建筑风格多样、景观种类丰富，为展示城市形象，激发场所活力，途经本风貌区的传统公共汽车电车设置的户外广告画面色彩宜使用蓝绿色系的颜色。



10 车身外表户外广告设置方案

10.4.2 线路策划

策划历史、活力、都会、生态四大主题共四条线路，根据线路主要站点类型以及沿途风貌特征确定车身广告的主色调和画面内容，形成四个示范方案。



10 车身外表户外广告设置方案

(1) 历史主题线路



路线导读：

西关文化是广府文化的重要元素之一。本条路线，从仁威庙起，以水、以街为线，串联起荔枝湾、恩宁路以及昌华、宝源、逢源街区，囊括了西关文化最具代表的三大意象：荔枝湾、骑楼、西关大屋，并涵盖了多项力图复兴西关的典型案列：荔枝湾揭盖复涌、恩宁路保护、永庆坊改造、粤剧博物馆落成等。

站点途径公交：

25路，74路，55路，270路，66路等。

路线长度：**3.4km**



仁威庙



永庆坊



荔枝湾



西关大屋



粤剧博物馆



洋溪酒家

10 车身外表户外广告设置方案

西关复兴线穿过广州历史文化风貌区，户外广告建议发布“岭南历史文化”“老城市新活力”等展现广州文化魅力风采的主题，主色宜采用与环境相协调的红、橙、褐色等。



效果图

10 车身外表户外广告设置方案

(2) 活力主题线路



太古仓



信义会馆



922创意园



石围塘火车站



1850创意园



聚龙村

路线导读：

本条线路聚焦“工业遗址”最为密集的珠江后航道沿岸，包括清末标志性工业建筑太古仓、首个工业遗产改造案例信义会馆、诞生了中国第一台柴油机的922创意园、清末房地产开发雏形的聚龙村等。重走工业发展路径，触摸传统工业的沧桑印记与现代艺术格调的碰撞与融合，感受华丽转身后的工业遗址所带来的别样风情。

站点途经公交：

16路，31路，990路，52路等。

路线长度：**7km**

10 车身外表户外广告设置方案

工业遗产线穿过广州传统都市风貌区，户外广告建议发布“奋进新征程”“一带一路”等体现广州改革开放排头兵的主题，主色宜采用与环境相协调的白、灰、黄色等。



效果图

10 车身外表户外广告设置方案

(3) 都会主题线路



路线导读：

广州新城市中轴线北起燕岭公园，贯至珠江后航道的南海心沙岛，总长约12公里。本条“走读广州”路线往北接上从广州东站到天河体育中心的原有轴线，往南延续到了海心沙，便形成了现在的广州新中轴线的主体。东西双塔的格局从当时就已确定，随着后来小蛮腰的拔地而起，东西双塔与广州塔共同构成了一江三塔的壮丽景观。

站点途径公交：

122路，195路，51路等。

路线长度：**5.9km**



广州塔



海心沙



天河体育中心



中信广场



K11



东站广场

10 车身外表户外广告设置方案

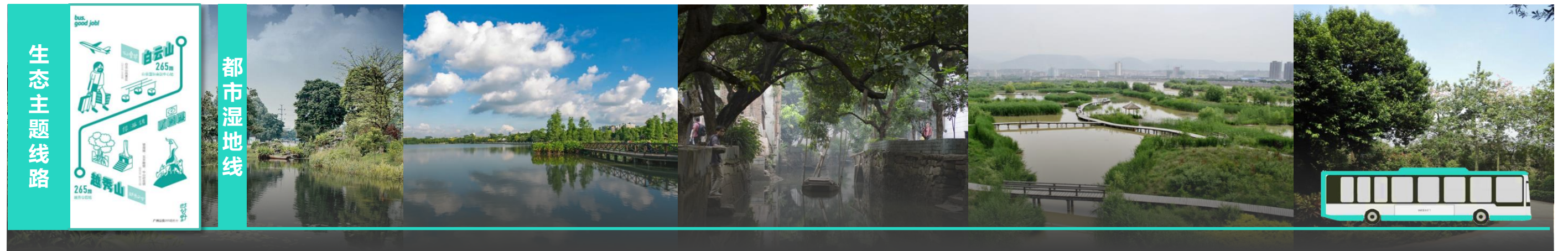
中轴揽胜线穿过广州现代都市风貌区，户外广告建议发布“建设粤港澳大湾区”“广州城市新形象”等能展现广州国家化大都市形象的主题，主色宜采用与环境相协调的蓝、白色等。



效果图

10 车身外表户外广告设置方案

(4) 生态主题线路



路线导读：

全线共由海珠区和番禺区的多个生态公园和综合性公园组成。其中海珠湿地是全国大城市中心城区面积最大的国家湿地公园，与白云山风景区并称为广州的“南肺”和“北肺”，行走都市湿地线，体验广州国际大都市城央的世外桃源。

站点途径公交：

264路，583路，383路，430路等。

路线长度：**13km**



海珠湖公园



海珠湿地



小洲村



水墨园



瀛洲生态公园



仑头公园

10 车身外表户外广告设置方案

都市湿地线穿过广州一般风貌区，户外广告建议发布“生态文明建设”“绿水青山就是金山银山”等宣扬环境保护、节能减排的主题，主色宜采用与环境相协调的绿、蓝色等。



效果图

10 车身外表户外广告设置方案

10.4.3 有轨电车示范方案

海珠区有轨电车车身外表户外广告画面建议融入广州特色元素符号，如城市地标，木棉花等，展现城市风貌，宣传城市形象；主色宜使用中性、偏冷调的颜色，如蓝色，与周边环境相协调。



效果图



PART 11

船舶外表

户外广告设置方案

- 11.1 现状情况
- 11.2 布局总量
- 11.3 规范指引
- 11.4 示范方案

11 船舶外表外表户外广告设置方案

11.1 现状情况

11.1.1 设施本体情况

有户外广告设置需求的船舶共73艘，分为两大类型7种样式，分别为普通客船和观光客船两大类，其中普通客船分为小型客船、中型客船和水巴三种样式；观光客船分为游艇型、传统型、现代型和古典型四种样式。

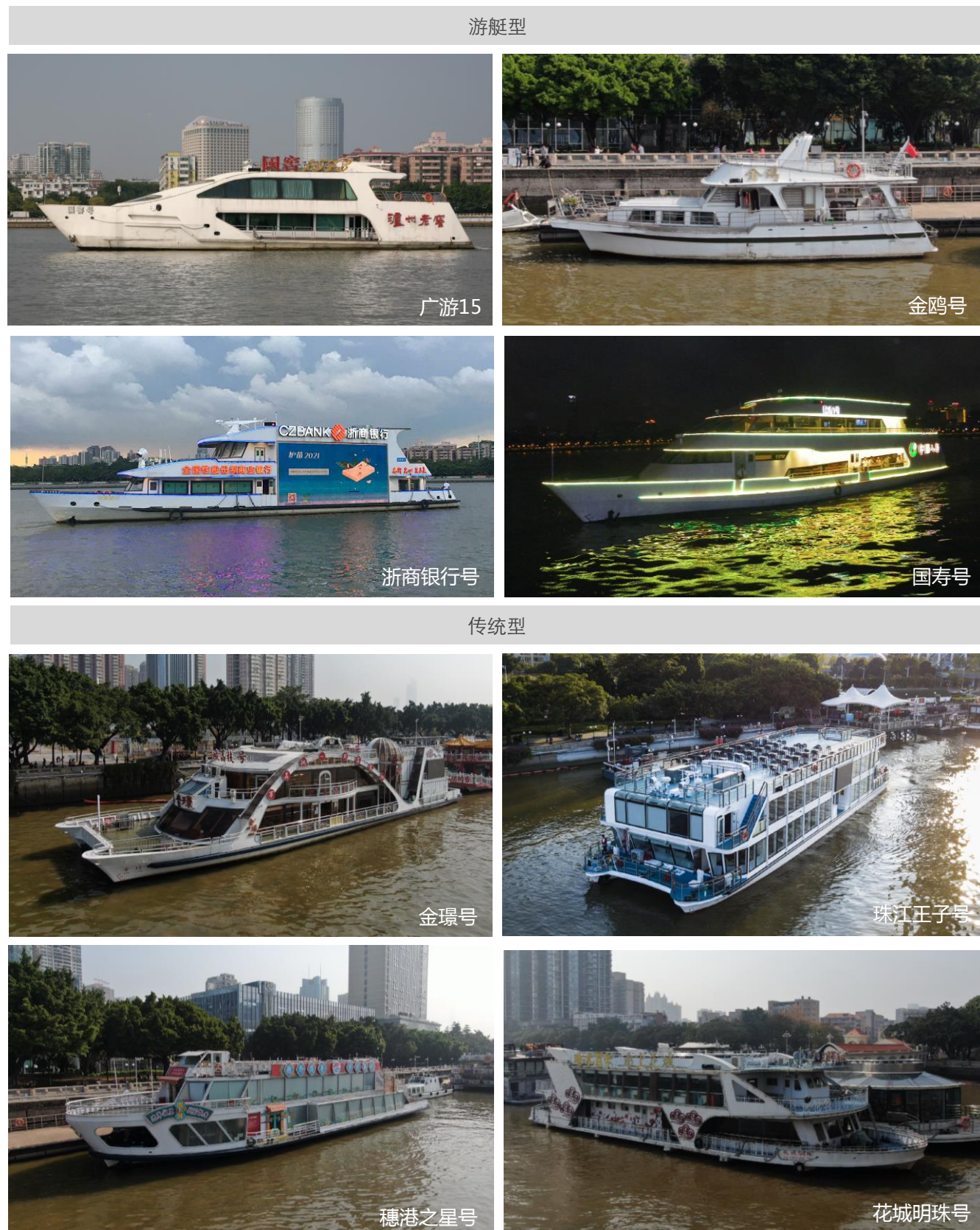
表11-1 现状船舶数量统计表

船舶公司	船舶名称			合计
交通集团	新型游船 (11艘)	白鸥系列 (4艘)	32米新水巴系列 (6艘)	61
	27米渡轮系列 (21艘)	旧轮渡系列 (3艘)	26.8米新水巴系列 (4艘)	
	广游15	浙商银行号	广州财富号	
	国寿号	南海神·广州日报号	花城明珠号	
	信息时报号	广百号	广游19	
广州城港旅游发展有限公司	广发证券号	广游12	广游20	3
广州港集团金航公司	珠江公主号	珠江王子号	珠江红船	5
	珠江水晶号	金舫号	穗港之星号	
广州蓝海豚游船有限公司	金鸥号	金璟号	穗港之星号	4
	广东工行号	光大银行号	金龙鱼号	
		红花郎号		
合计				73

(1) 普通客船

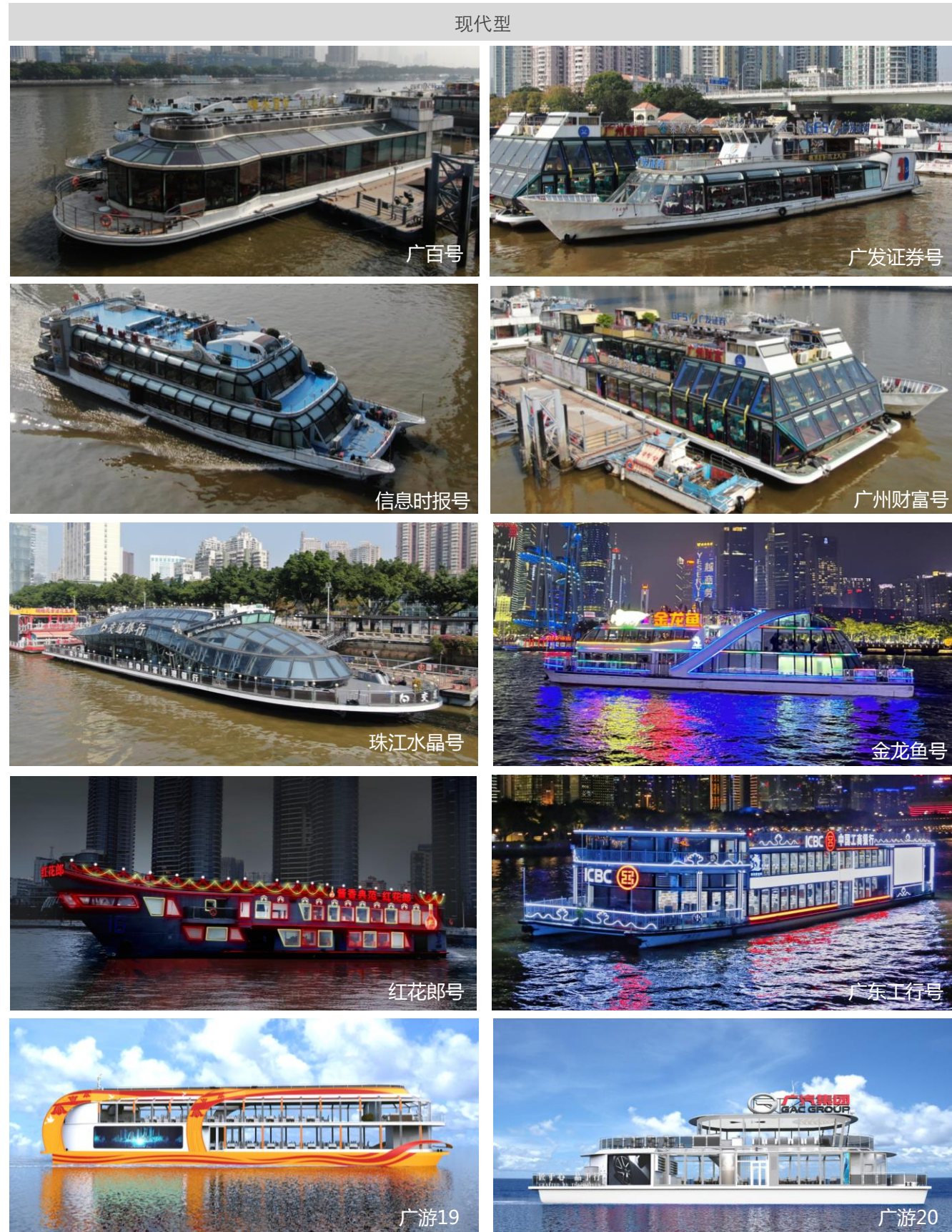


(2) 观光客船



11 船舶外表外表户外广告设置方案

11.1 现状情况



11 船舶外表外表户外广告设置方案

11.1.2 户外广告设置情况

大部分船舶户外广告设置存在设置位置不当，品质粗糙，样式单一，与船身不协调，照明色彩繁杂，亮度过高等问题。

位置方面： 广告位置妨碍驾驶室视线



品质方面： 广告设施与船体搭接形式粗糙



样式方面： 广告样式单一，与船身不协调



照明方面： 色彩繁杂、亮度过高、形式过于简易



11.2 布局总量

综合考虑城市景观和设置需求，所有船舶均可设置户外广告，通过限定每艘船的广告数量以控制船舶外表的广告总量，具体为每艘船布局2块广告牌和2块冠名招牌，广告牌形式为喷绘、灯箱或LED电子显示屏，冠名招牌形式为LED立体字（或LOGO），综上共布局附着于船舶外表的户外广告点位73处，广告牌146块，具体点位和广告牌数量可根据广州市船舶实际情况动态更新调整。

表11-2 附着于船舶外表的户外广告点位、广告牌数量统计表

船舶公司	船舶名称			广告点位数量 (处)	广告牌数量 (块)
交通集团	新型游船 (11艘)	白鸥系列 (4艘)	32米新水巴系列 (6艘)	61	122
	27米渡轮系列 (21艘)	旧轮渡系列 (3艘)	26.8米新水巴系列 (4艘)		
	广游15	浙商银行号	广州财富号		
	国寿号	南海神·广州日报号	花城明珠号		
广州城港旅游发展有限公司	信息时报号	广百号	广游19	3	6
	广发证券号	广游12	广游20		
广州港集团金航公司	珠江公主号	珠江王子号	珠江红船	5	10
	珠江水晶号	金舫号	穗港之星号		
广州蓝海豚游船有限公司	金鸥号	金璟号	金龙鱼号	4	8
	广东工行号	光大银行号			
		红花郎号		73	146
	合计				

11.3 规范指引

11.3.1 规范要求

附着于船舶外表的户外广告设置应符合下列要求：

- 1.禁止在船顶平台上、主甲板、船员工作区域以及妨碍驾驶室视线或遮挡门、窗的位置设置。
- 2.禁止遮挡航行指示灯、妨碍救生设备使用、以及其他影响船舶和航行安全设置。
- 3.仅允许设置在船舶上层建筑、船舷两侧或船尾的栏杆处。
- 4.在船体上增加或改装广告结构设施，必须经过船舶法定检验机构检验。
- 5.采用喷涂和粘贴形式的，其面积不应超过该侧船舱外墙面积（不包含门和窗的面积）的40%。
- 6.设置数量不得超过2处（含船体两侧）。
- 7.LED显示屏等光源设施亮度值 $\leq 600\text{cd}/\text{m}^2$ 。
- 8.设置电子显示屏的禁止闪烁，亮度应可调节，宜采用静态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯。
- 9.禁止设置有声广告。

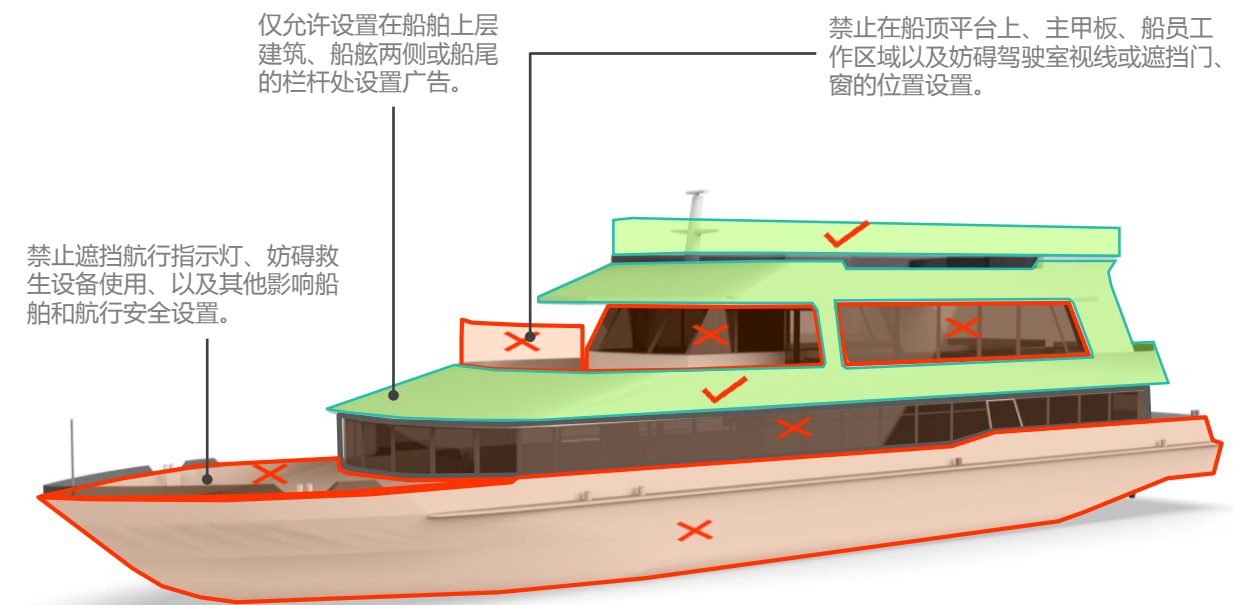


图 11-1 船舶外表广告规范要求

11 船舶外表外表户外广告设置方案

11.3.2 设置指引

(1) 在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

(2) 每艘船舶只能设置2块广告牌，同时可设置不多于2块立体字冠名招牌。

小型客船户外广告设置指引示意图

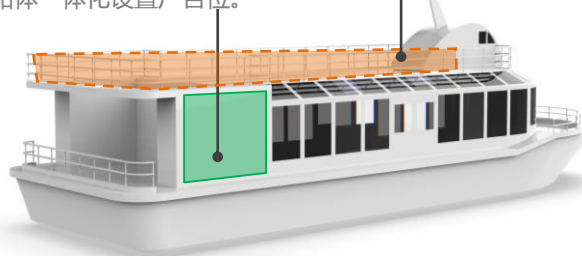
在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

可设置不多于2块立体字冠名招牌。



在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

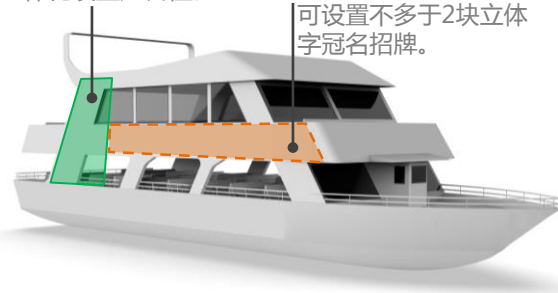
可设置不多于2块立体字冠名招牌。



中型客船户外广告设置指引示意图

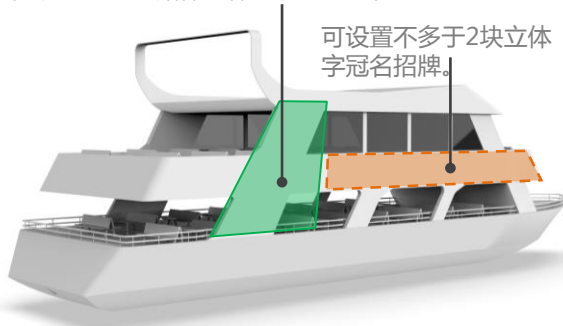
在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

可设置不多于2块立体字冠名招牌。



在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

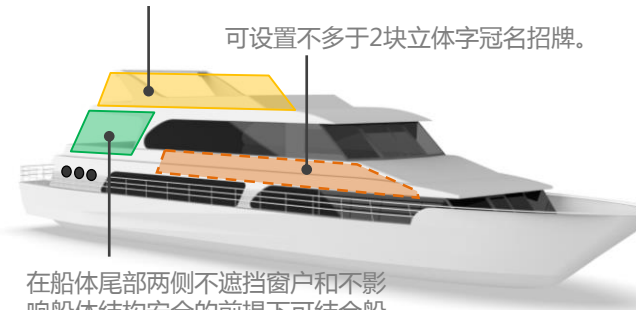
可设置不多于2块立体字冠名招牌。



水巴户外广告设置指引示意图

部分型号旧水巴船身顶层设计时已有一体式广告位的按照原有设计广告位置设置。

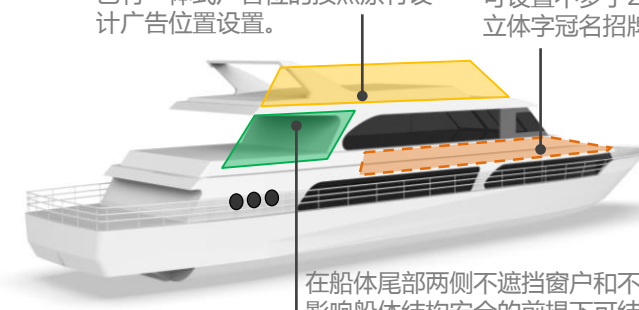
可设置不多于2块立体字冠名招牌。



在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

部分型号旧水巴船身顶层设计时已有一体式广告位的按照原有设计广告位置设置。

可设置不多于2块立体字冠名招牌。



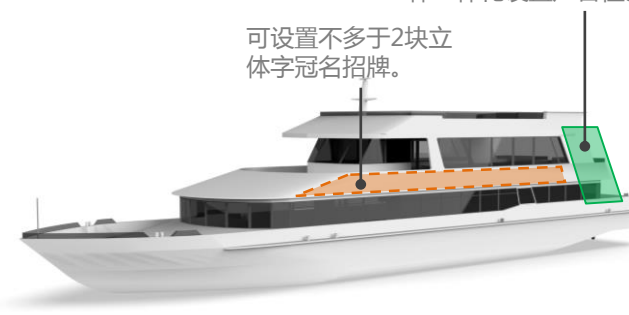
在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

注：部分型号旧水巴船身顶层设计时已有一体式广告位的按照原有设计广告位置设置。

游艇型观光客船户外广告设置指引示意图

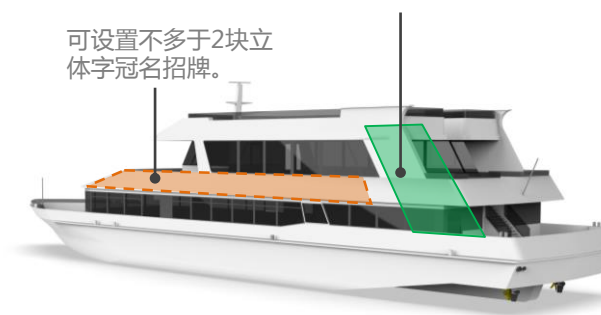
在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

可设置不多于2块立体字冠名招牌。



在船体尾部两侧不遮挡窗户和不影响船体结构安全的前提下可结合船体一体化设置广告位。

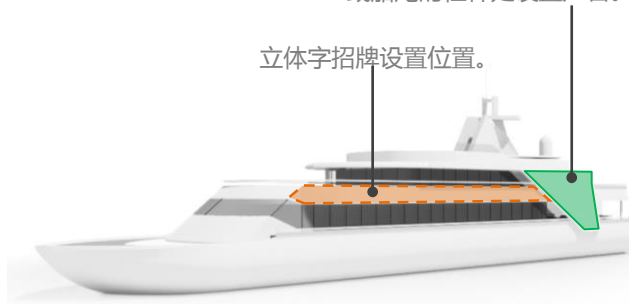
可设置不多于2块立体字冠名招牌。



传统型观光客船户外广告设置指引示意图

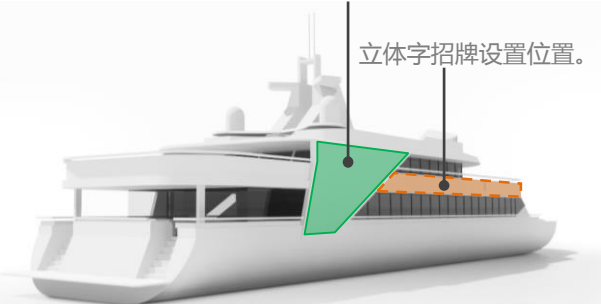
仅允许在船舶上层建筑、船舷两侧或船尾的栏杆处设置广告。

立体字招牌设置位置。

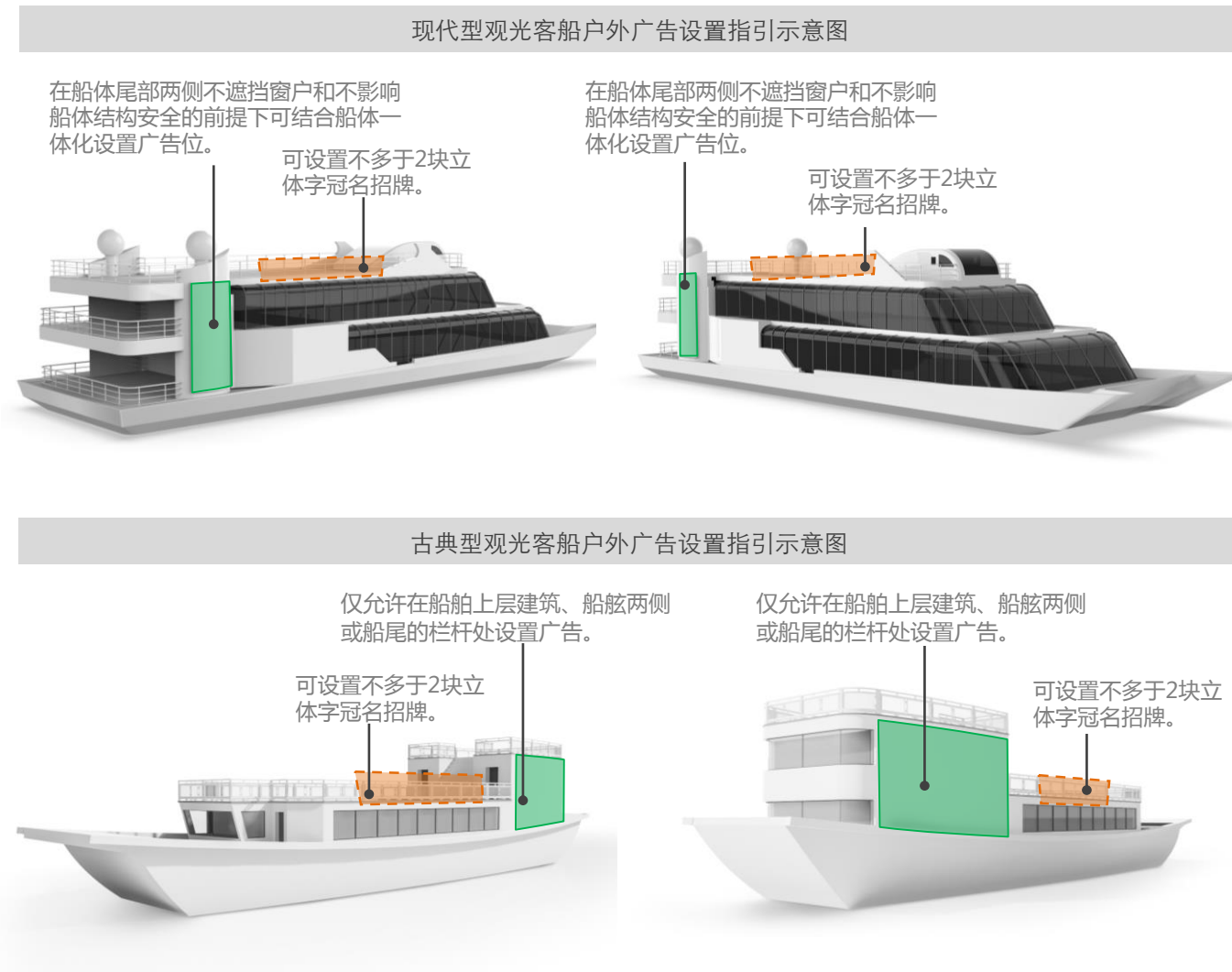


仅允许在船舶上层建筑、船舷两侧或船尾的栏杆处设置广告。

立体字招牌设置位置。



11 船舶外表外表户外广告设置方案



(3) 船身整体主题涂装时，涂装不得超出船身实体范围，不得遮挡窗户，不得在甲板或人行平台上进行涂装。

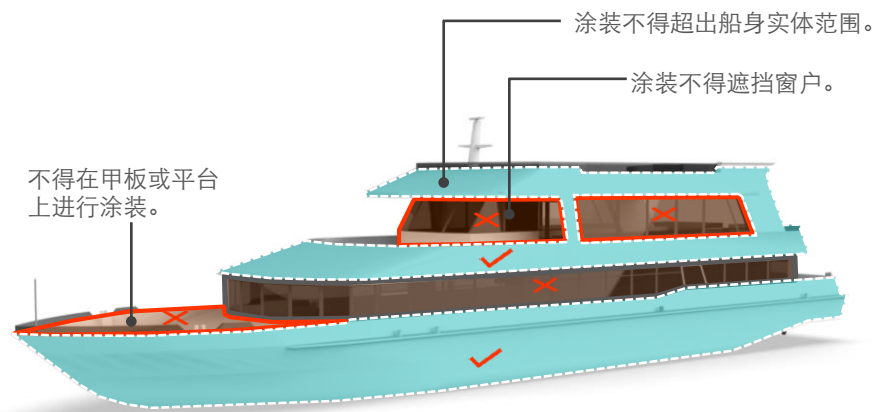
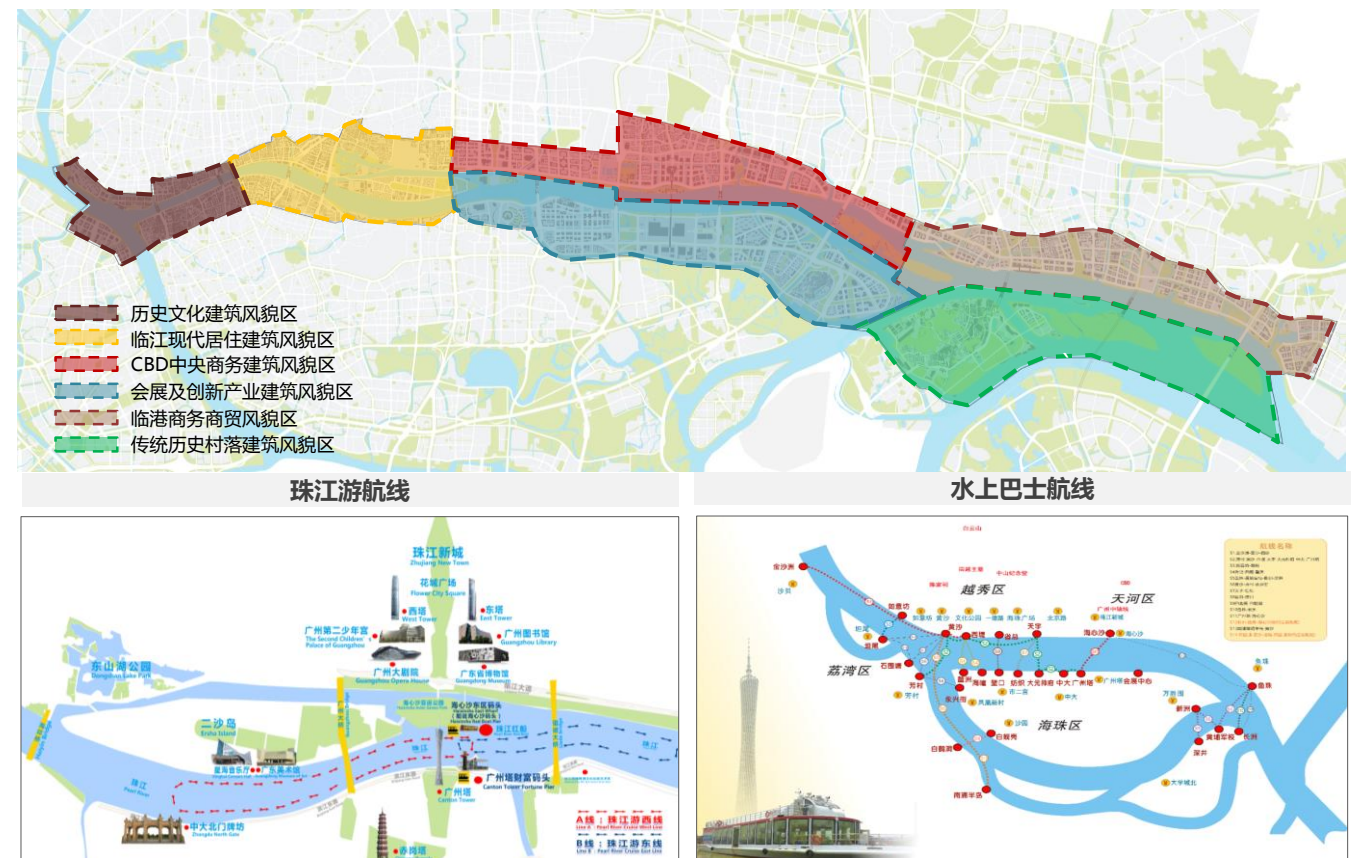


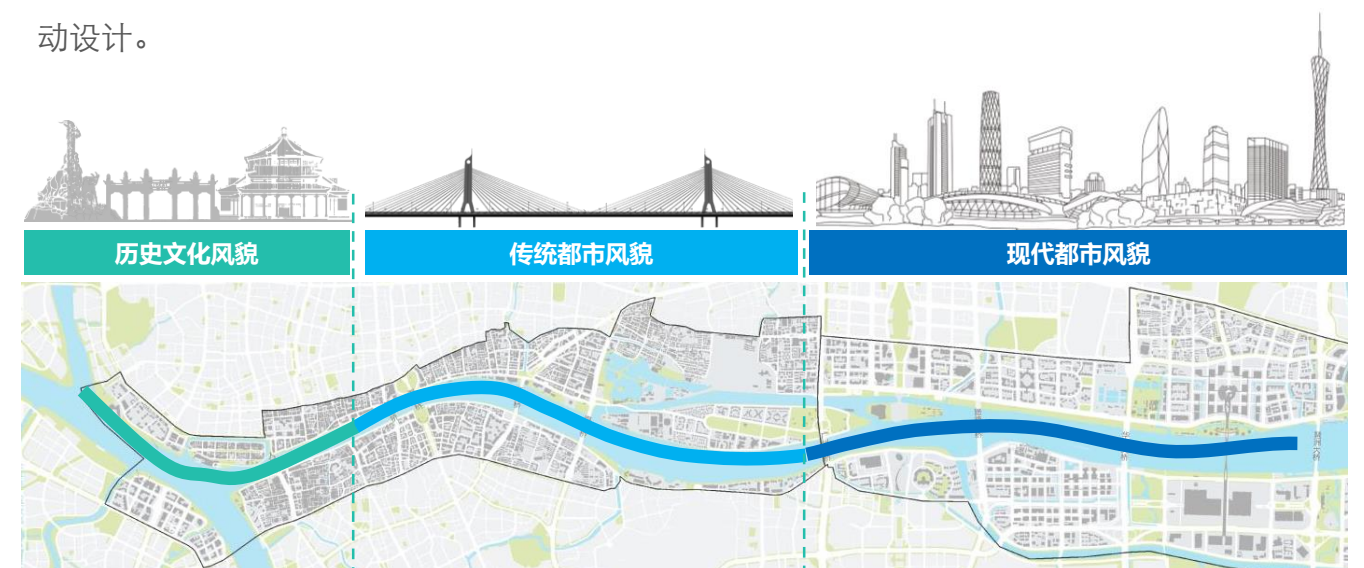
图 11-2 船舶外表整体主题涂装范围指引

11.4.1 设计策略

《珠江景观带重点区段（三个十公里）城市设计与景观详细规划导则》将珠江三十公里景观带划分成六大分区，分别是：历史文化建筑风貌区、临江现代居住建筑风貌区、CBD中央商务建筑风貌区、会展及创新产业建筑风貌区、临港商务商贸风貌区和传统历史村落建筑风貌区。



结合六大分区和目前广州市客船主要运营线路，将船舶航线划分为历史文化风貌段、传统都市风貌段和现代都市风貌段三大主题段，广告色彩和船身照明与风貌段的建筑和环境联动设计。



11 船舶外表外表户外广告设置方案

(1) 历史文化风貌段：船身夜景照明色彩与历史风貌建筑泛光照明联动，整体采用暖光泛光，广告画面以传统元素的画面为主。



11 船舶外表外表户外广告设置方案

(2) 传统都市风貌段：船身夜景照明色彩与传统都市风貌建筑灯光秀进行联动，整体船身照明和广告画面根据灯光秀主题进行联动变化。



11 船舶外表外表户外广告设置方案

(3) 现代都市风貌段：船身夜景照明色彩与现代都会区地标建筑泛光照明联动，整体以冷调光色为主，结合建筑物夜景色彩进行联动呼应。



11 船舶外表外表户外广告设置方案

11.4.3 示范方案

(1) 小型客船

现状问题：广告材质和造型不美观，对船体风貌影响较大。



示范设计：结合船体风格，调整广告造型和形式，广告和船体一体化设计，优化整体风貌。



(2) 中型客船

现状问题：广告数量过多，设置杂乱，对船体风貌影响较大。



示范设计：减少广告数量，广告和船体一体化设计，优化船体风貌。



11 船舶外表外表户外广告设置方案

(3) 水巴

现状问题：广告形式简陋，立体字过多，对船体风貌影响较大。



现状图

示范设计：删减部分立体字招牌，结合船体风格，调整船尾广告造型和形式，优化船体风貌。



效果图

(4) 游艇型观光客船

现状问题：广告规格过大，遮挡观景窗户，对船体风貌影响较大。



现状图

示范设计：减小广告体量，调整广告位置，结合船体风格删减部分立体字招牌，一体化设计。



效果图

11 船舶外表外表户外广告设置方案

(5) 传统型观光客船

现状问题：立体字招牌位与船身结合生硬，没有一体化设计，对船体风貌影响较大。



示范设计：删减调整招牌数量和尺寸，结合船体风格一体化设计广告位。



(6) 现代型观光客船

现状问题：广告数量过多，形式杂乱，对船体风貌影响较大。



示范设计：减少船顶广告和立体字招牌，广告和船体一体化设计，优化船体风貌。

