临汾市城区
户外广告和牌匾标识设计导则

Linfen City Urban Area
Guidelines for the design of outdoor advertising and plaque signage

2023.4

导则目的

为加强临汾市户外广告和牌匾标识管理，规范设置行为，提升城市品位，塑造良好城市形象，营造高品质、有特色的市容环境；科学合理地利用城市空间资源，确保户外广告和招牌设施安全可靠，创造健康、有序的户外视觉环境，完善管理依据，进一步提升城市管理的精细化水平，遵照严管严控的思路，编制《临汾市城区户外广告和牌匾标识设计导则》。

目录 Content

第一章 总则

第1.1条　设计原则
第1.2条　设计依据
第1.3条　设计范围
第1.4条　设计对象
第1.5条　地位作用
第1.6条　强制性条款
第1.7条　店招通用规范

第二章 分区设计

第2.1条　城市片区
第2.2条　分区设计
第2.3条　分区管理要求

第三章 户外广告分类管理

第3.1条　街道定义
第3.2条　分类要求
第3.3条　分类风格
第3.4条　案例展示

第一章 总则

generalprinciples

第1.1条 设计原则

临汾市广告招牌规整遵循“**店招多样化、风格趋近化、古今协调化、昼夜明亮化**”的原则进行高标准规整。通过总量控制、分区合理、安全有序、美观和谐的规划理念，形成布局合理、疏密有致、安全美观、协调统一、彰显特色的城市户外广告体系。

总量控制：临汾市城市户外广告总体数量不能无序增长，严格控制户外广告设置数量，优化户外广告设置资源的配置，提升户外广告设置档次。

分区合理：结合不同城市划分区建筑及景观要求，对临汾市城区户外广告设置合理布局，形成与城市功能区相协调的户外广告设置体系，引导城市户外广告设置为美化城市景观服务。

安全有序：户外广告设置要位置得当、规格适度、结构合理，不得影响交通安全，户外广告设施本身不得构成安全隐患。

美观和谐：对符合导则的户外广告提升设置档次，强化户外广告与城市景观、城市形象和城市环境的协调，提高户外广告整体质量和水平。

第1.2条 设计依据

《中华人民共和国广告法》(2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订)

《中华人民共和国城乡规划法》(2007年10月28日中华人民共和国主席令第74号公布)

《城市容貌标准》(GB50449-2008)

《城市用地分类与规划建设用地标准》(GB50137-2011)

《城市户外广告设施技术规范》(CJJ149-2010)

《城市夜景照明设计规范》(JGJ/T163-2008)

《山西省城镇容貌和环境卫生管理办法》(2010)

《临汾市城市市容管理条例》(2016)

《临汾市城市总体规划》(2009—2020年)

《临汾市国土空间总体规划（2021-2035）》

第1.3条 设计范围

本导则覆盖临汾市市区范围经《临汾市国土空间总体规划（2021-2035）》批复后作相应调整范围，包括范围：城区范围段、尧都区范围段、经济开发区范围段、河西规划新街范围段、南外环尧庙范围段、北外环规划新街范围段，在上述范围内的户外广告和牌匾标识设置活动均应执行本导则。其他县、区的户外广告和牌匾标识设置参考本导则执行。

第1.4条 设计对象

本导则所指的户外广告，包括在城市建(构)筑物、交通工具等载体的外部空间，城市道路及各类公共场地，以及城市之间的交通干道边设置(安装、悬挂、张贴、绘制、放送、投映等)的各种形式的商业广告、公益广告设施。

本导则所指的牌匾标识，是指行政区域内的机关、团体、部队、院校、各企事业单位和个体工商户在其经营、办公场所或建筑物控制范围内，设置与其注册登记名称相符的、带有名称、字号、标志等内容的起提示作用的各类标牌、标识、匾额、指示牌。包括楼宇标识和店招牌匾两大类。

本导则不涉及道路交通和公共指示牌。

第1.5条 地位作用

本导则是户外广告和牌匾标识设置、管理的依据，在“第1.4条”范围内的户外广告和牌匾标识设置活动均应执行本导则。

第1.6条 强制性条款

本导则中使用加粗黑体字撰写的条文为强制性条款，必须严格执行。

第1.7条 店招通用条款

一、名词解释

（1）什么是户外广告设施？

户外广告设施，是指利用建筑物、构筑物、户外场地、城市轨道交通设施地面 部分和公共交通工具等载体设置的灯箱、霓虹灯、电子显示装置以及其他向城市道路、公路、铁路、广场等城市户外公共空间发布广告的设施。

（2）什么是牌匾标识，牌匾标识的分类有哪些？

牌匾标识，是指机关、部队、企业事业单位、其他组织和个体工商户，在其办公、经营场所或者机动车、非机动车车身等设置的，向城市道路、公路、铁路、广场等城市户外公共空间展示其名称、字号（商号）、标识等内容的牌匾、匾额、标识。包括单位名称牌匾标识、建筑物名称牌匾标识和车身标识。其中大型固定式牌匾标识是指任意边长大于等于四米，或者面积大于等于十平方米的牌匾标识。

二、原则性要求

1、店招标牌设置应符合国土空间规划、城市街景规划（设计）的要求，应当与城市风貌及周围环境相协调，并应符合节能与生态环保的要求。

2、历史文化街区、特色风貌街区的店招标牌设置应当与当地风貌、街区业态、传统格局相协调，展现区域功能和文化特色。

3、行政机关、企事业单位的户外招牌、标牌设置，依照国家有关规定执行。

4、店招标牌应当做到安全、美观、设计新颖协调，与周围环境融合一致，并定期维修、保养。

5、同一载体设置的店招标牌设施保持统一规格，与载体立面风格、色彩相协调，字体规范完整。

6、采用新型环保、坚固耐用、耐火、不易褪色的材料，设计和安装应当符合国家建（构） 筑物结构荷载、防风、抗震、防火、电气安全要求。

7、店招标牌内容仅限于设置者在行政审批部门登记的名称、字号和标识，不得含有推介产品或者服务的内容，不得含有联系方式以及法律、法规和规章禁止的内容。

8、凡取得清真食品许可的生产经营主体，必须且唯一使用全省统一的“清真”食品标识， 店招标牌不得出现其他“清真”字样或者象征清真意义的文字、图案标识。

9、店招标牌宜采用发光材料或者安装照明设施，宜采取内打光方式，优先采用节能灯具并按规定时间启闭。

10、沿街建筑物底层商铺，一个商铺原则上只应设置一块店招；当同一商铺有两个不同朝向的店面时（或同一场所存在多处临街入口），可在不同朝向（或不同临街入口）各设置一块店招。

11、新建、改建、扩建的临街建筑、商业用房等底层有临街店铺的，应当在规划方案中预留立面店招标牌设置位置，商铺经营使用时须按预留的位置设置店招标牌。

12、凡店招店牌文字图案等内容含有民族宗教类元素的，须经所属地民宗部门审核把关。

13、含有名牌类的招牌仅允许依附于建筑物（含裙房）顶部墙面、建筑主体墙面的实墙部分以及主要出入口门楣有遮蓬处设置。（具体设置要求参见附录三）

14、店招标牌的所有权人和使用人是安全维护和管理主体责任人，应当加强店招标牌的日常维护检查，出现污损陈旧、严重褪色、字体残缺、断亮的，结构存有安全隐患等情况时，及时组织更换或维修。

15、店招标牌设置使用者搬迁、变更、歇业、解散或者被注销的，应当自行拆除原设置的店招标牌。

三、禁止性要求

1、禁止在建筑物屋顶设置。

2、不得阻挡消防疏散通道、遮挡建筑外门窗、影响建筑的通风和灭火救援、遮蔽外墙开口、窗口或建筑的主要结构、消防救援窗等，不得影响建筑结构安全。

3、禁止遮挡重要历史建筑和城市标志性建筑的视线走廊，影响建（构）筑物的采光、通风、通行以及消防安全。

4、禁止不同类型店招标牌在同一场所出入口处重复或层叠设置。

5、禁止店招标牌体量过大，比例失调，破坏建筑物整体效果。

6、严禁单独使用LED电子显示屏形式设置店招标牌。

7、独立式店招标牌设置不应影响消防设施正常使用或影响消防疏散安全。

8、禁止在户外附属设施、围墙围栏、透空绿篱、电梯步道外侧、各类台阶等设置。

9、禁止在市政、通信、供电、交通设施，包括各类路灯线杆、交接箱、交通警示标志等专用设施上设置。

10、禁止跨越城市道路、公路、铁路、河道等设置。

11、禁止利用沿街毗邻建筑物之间的空间设置。

12、经建筑立面整修或街景整治后的店招标牌，禁止更改其设置方式与形式。

13、禁止独立式店招标牌占用城市公共空间、绿地以及不是本权属范围内的空间。

14、法律、法规规定的其他禁止设置情形。

四、禁止性范围

（1）什么地方不能设置商业户外广告设施？

（一）国家以及本市党政机关、外国使领馆区域。

（二）军事机关、军事禁区用地红线范围内。

（三）湿地、风景名胜区的管理范围内。

（四）文物保护单位、历史建筑的保护范围内。

（五）市人民政府确定的其他区域。

（2）牌匾标识在哪些情况下是不可以设置的？

（一）影响交通安全设施、市政公共设施、交通管理设施、消防安全标志、无障碍设施的使用。

（二）妨碍车辆等交通工具以及行人通行。

（三）延伸扩展至道路上方或者跨越道路等影响道路交通安全。

（四）超出建筑物顶部外轮廓线。

（五）在违法建筑物、构筑物及设施，危险建筑物、构筑物及设施上。

（六）妨碍他人生产生活。

（七）破坏城市景观或者建筑物、构筑物外观。

（八）损毁绿地或者影响植物生长。

（九）影响牌匾标识设施载体安全。

（十）违反法律、法规、规章对牌匾标识设置的其他规定。

五、分类控制要求

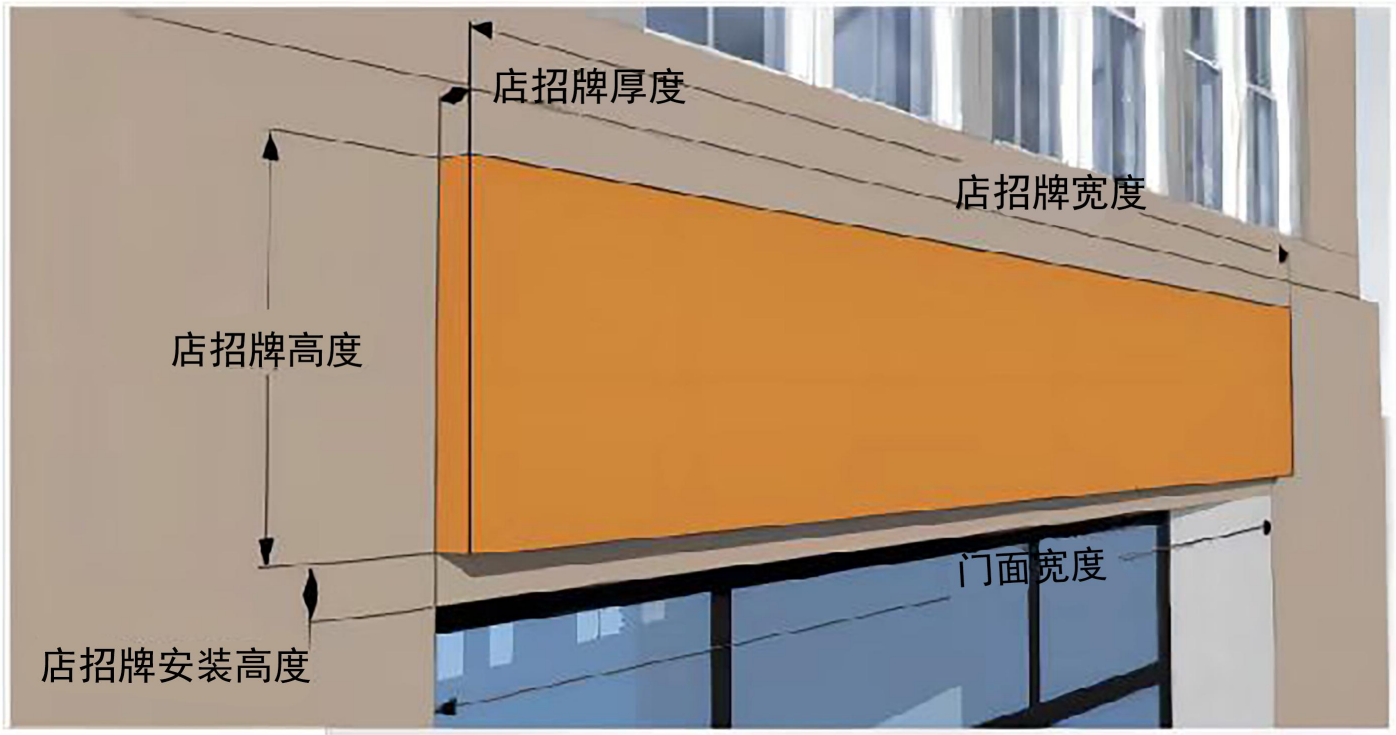
（一）基本尺寸控制

表1-1 店招标牌位置尺寸控制一览表

位置	附壁式	凸出式	凹进式	转角式	牌匾式	垂直式	独立式
标牌宽度	≤门面宽度，最大水平宽度≤10m	高宽比宜为6:1- 8:1。顶部不得超出建筑物檐口高度， 底部距离地面净空高度宜在3m以上。若位于行车道上方设置高度应大于5m。符合城市规划及街区规划的要求。	独立式店招标牌高度应控制在3m 以内，宽度与厚度不做具体参数规定，但应体量 适当、合理设置、造型简洁、符合城市规划的要求。				
标牌厚度	≤0.1m	≤0.5m		≤0.1m	≤0.1m		
标牌高度	≤门面高度的33 ， 0.6m-1.6m之间						
安装高度	宜安装在店面的一层门楣以上二层窗台以下；或与规划设计（或建筑预留）相一致；同一建筑物上，相邻店招标牌设施高度应保持一致，上下沿应齐平。	不得在建筑物屋顶设置，不得遮挡建筑物传统装饰构件。有走廊的传统形式建筑，应在廊内门头上设置；不宜在走廊外沿立面设置。					
电子显示屏设置	建筑物二层及以上墙体和玻璃橱窗内外不得设置。可在店招标牌下方或门楣上方设置一块长度不超出店招标牌长度。	严禁使用	不得超出道路红线和用地红线				

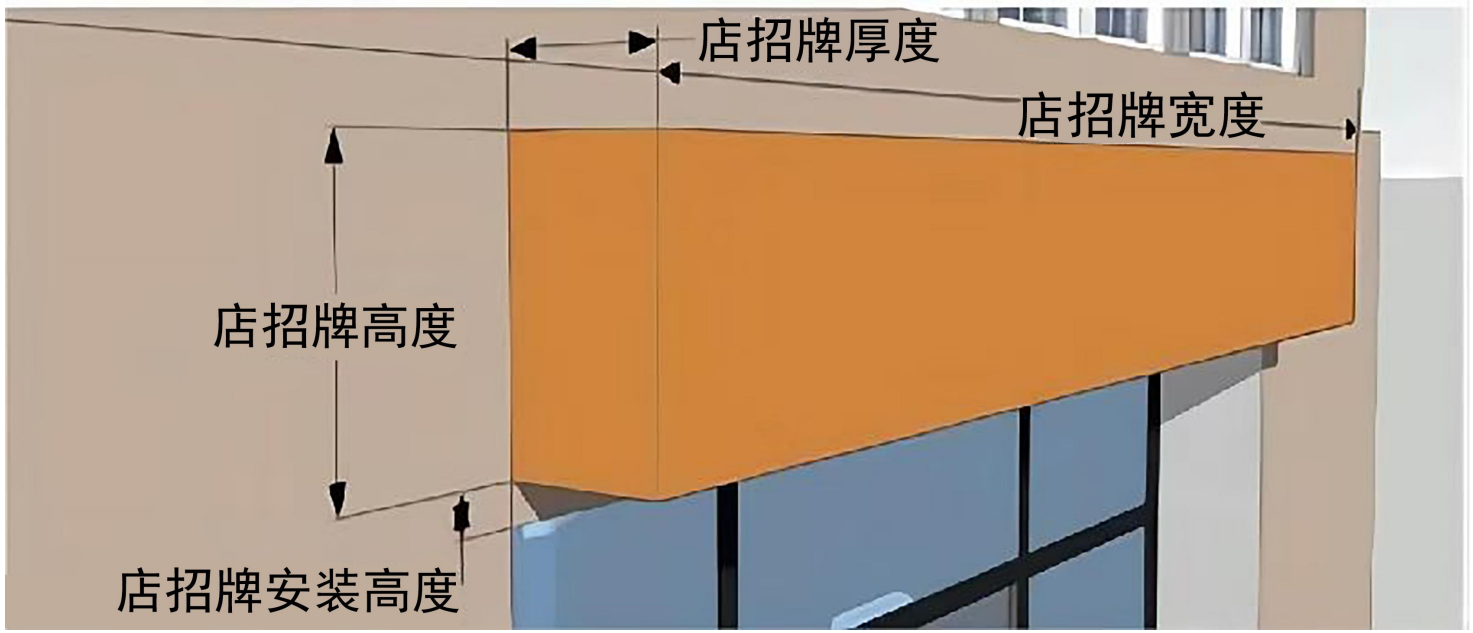
（二）附壁式

招牌尺寸不应过大或过小， 符合表1-1中参数要求，应与建筑物的结构相协调；色彩与字体的设计与建筑物的色调、风格搭配和谐，不可太过突兀， 造成喧宾夺主的效果。



（三）凸出式

尺寸大小满足表1-1中参数要求，应根据建筑的体量来考虑凸出的比例，最大不能凸出墙面0.5m，过分外凸会造成视觉上的突兀感。凸出式招牌应统一设计，标牌简洁、明快。

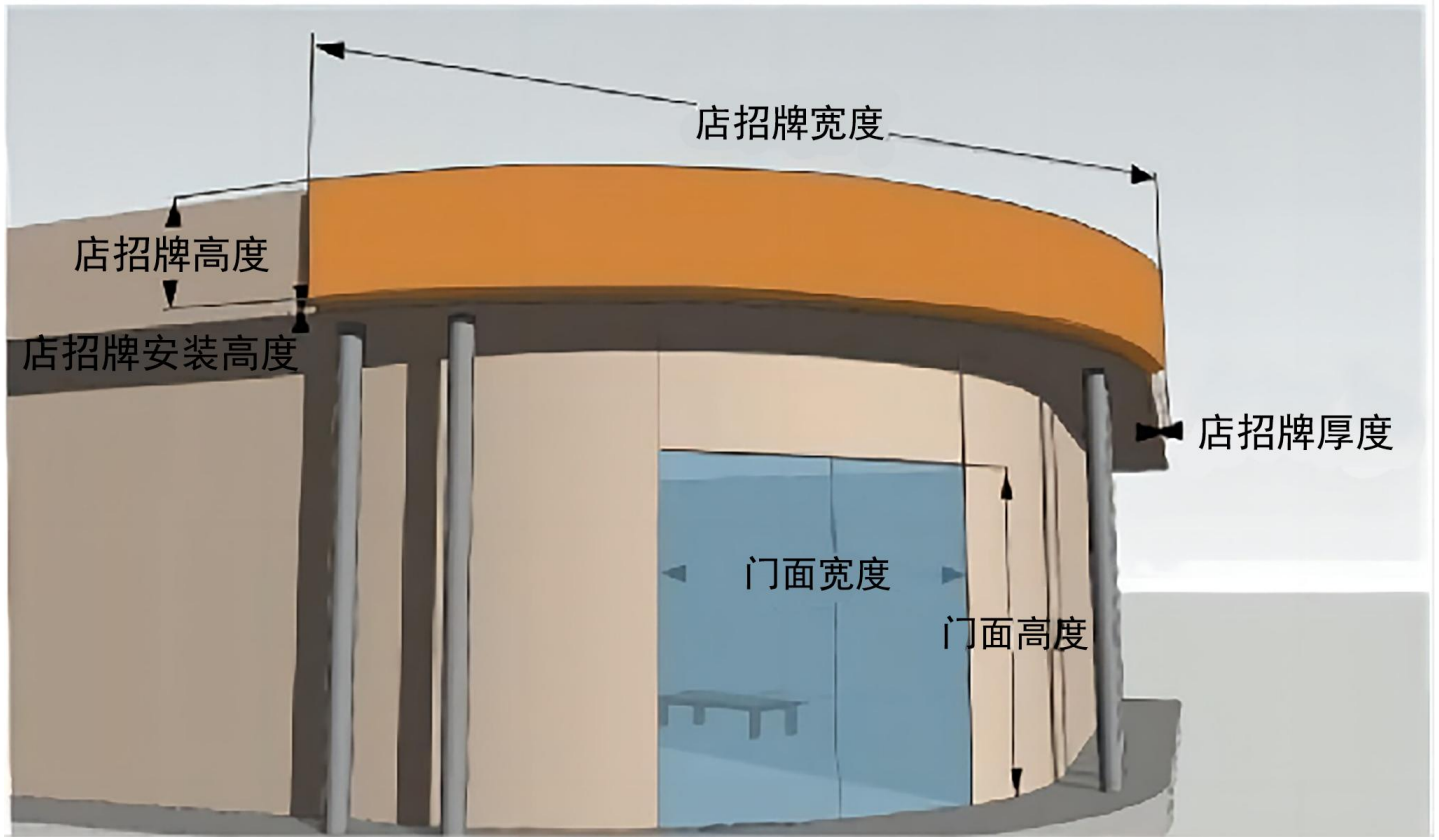


（四）凹进式

凹进式店招标牌应合理利用建筑的内凹空间。尺寸符合表1-1中的参数要求。

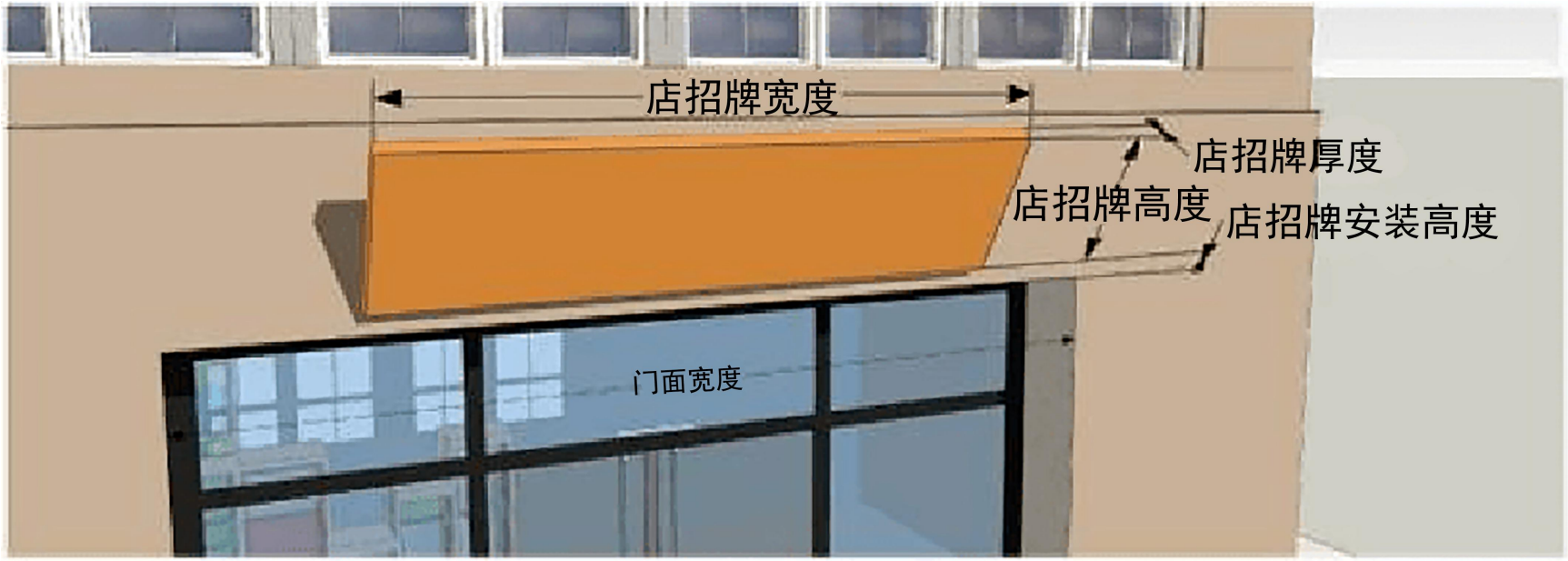
（五）转角式

通常在路口转角处的店面可使用转角式招牌。尺寸符合表1-1中的参数要求。转角式招牌可充分利用场地条件，挖掘地理位置的价值，但其长度、宽度应有所控制。



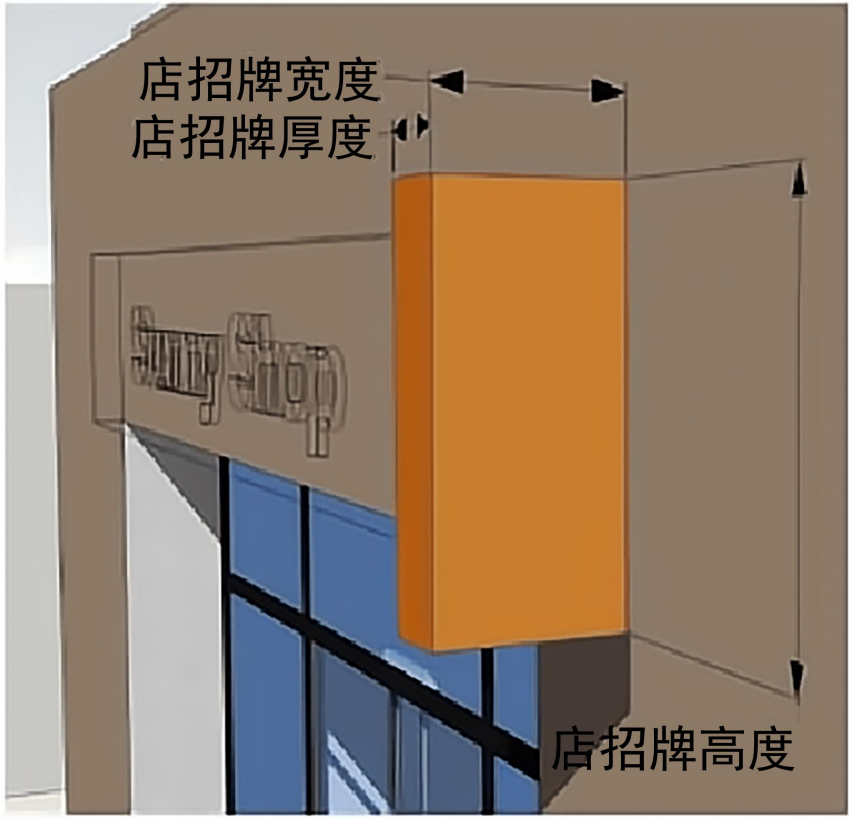
（六）牌匾式

牌匾式主要运用在中式建筑、园林建筑上。牌匾式店招标牌的尺度、材质、工艺应根据建筑物的形式特点来定。不得使用不锈钢、钛金板、玻璃等镜面反光材料，色彩要和建筑协调，不得使用高彩度、高对比度的色彩。



（七）垂直式

只有在热闹繁华的步行街，才可考虑采用垂直式店招标牌设置，但同一建筑物设置的高度及大小应当统一规划，规范设置。垂直式店招标牌比其他店招标牌的制作与安装上更为复杂，所以除了考虑其视觉上的美观外，还应十分重视其安全性，支架应当隐蔽处理。同一建筑物垂直式店招标牌位置、大小相对统一，色彩及画面协调。小型垂直式招牌应与主体招牌互相呼应。



（八）独立式

独立式店招标牌体量应与周边环境协调，重点考虑自身与周边环境的比例关系。其高度应控制在3m以内，宽度与厚度不做具体参数规定，但应体量适当、合理设置、造型简洁、符合城市规划的要求，不可因体量太大影响视线及景观。

1、精神堡垒

一般用不锈钢或者铁管围成的钢架造型，也可利用铝塑板、亚克力等材料制作。在其表面喷漆，丝印，做出适合某个地方的精神象征。设计风格及要求必须能充分表达企业的形象、文化及精神，更能给人在视觉上和信息传递上得到一种肯定。设计简约，工艺独特。

2、单一招牌

标注该栋建筑或相关企业名称的指示牌。

3、组合招牌

（1） 独立式组合：同一建筑物或场所二层及以上的单位，应一并考虑在建筑物内或建筑物外统一设置指示标牌，集中标注。

（2）附着于建筑物表面的组合招牌

该类建筑一般为大型建筑综合体内的店招标牌组合，其大小、位置及面积要求比例协调，尺度不宜过大。建筑物户外墙面、入口雨棚上设置建筑标识必须采用镂空字体形式，不得设置实体版面的牌匾，不得占用消防登高面设置。

第1.7条 店招通用条款

竖向落地式

1、竖向落地式招牌牌面不得多于四面。单面和双面型的招牌宽度1m-1.5m，厚度0.2m-0.5m；三面型招牌面宽度1m-1.5m；四面型招牌 单面宽度1m-1.5m。

2、招牌净高原则上不超过10m。

第1.7条 店招通用条款

LED显示屏设置要求

LED显示屏广告仅允许附着商业建筑或混合功能建筑的商业部分设置，同一建筑物的同一立面仅允许设置1块LED显示屏。LED显示屏屏幕发光面朝向与居民住宅楼距离不得小于200米。道路红线宽度在50米以上的，LED显示屏间距不得小于300米。LED显示屏禁止播放声音，避免造成噪声污染。LED显示屏要按照相关要求发布公共信息和公益宣传语，保障公共信息和公益宣传大道刊播总量的30%。

六、店招标牌照明规定

（一）一般要求

1、店招标牌照明的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，宜进行一体化设计，且其灯光应服从景观照明灯光所形成的环境氛围，做到主次分明、整体协调。

2、光照需内外有别、虚实相济，运用同元素不同的排版方式达到统一的整体效果同时又突出每个店面的个性。鼓励采用内置照明形式招牌。

3、有关照明亮度、光色控制、光源选择和照明设施的设计与安装，安全要求须符合相关技术标准、规范的要求。

（二）禁止性规定

1、店招标牌照明不应以闪烁光源影响居住建筑或城市道路的使用，应避免对街道上的行人和驾驶员产生眩光。

2、店招标牌照明不应妨碍交通安全，交通管制信号装置周围10米以内及其背景空间内的广告照明，不应采用闪光方式及红、黄、绿三色。

3、店招标牌的亮化灯具和支架不得外漏。做到“见光不见灯”，严禁设置外挑式照明设施。

（三）其他规定

1、店招标牌照明灯具选择应注重其安全性要求，符合国家现行相关标准及临汾市的有关规定。

2、应与建筑立面的墙、柱、檐、窗、墙角或屋顶部分的建筑构件相结合。

3、在满足眩光限制和配光要求条件下，应选用效率高的灯具。其中泛光灯灯具效率不应低于65 。

（四）分区照明要求

1、繁华商业区

可混合运用LED光源、立体发光隐藏式投光灯等材质光源，保证区域内店招标牌的档次和夜间照明亮度。

2、城市主干道

主要采用立体发光字、内置光源、隐藏式投光灯等形式，保证合适照明度，可适当采用高科技材质和照明光源。

3、城市次干道

主要采用发光字、内置光源、隐藏式投光灯等形式，不宜过亮。

4、街巷道路

采用立体发光字、隐藏式投光灯等形式，店招标牌要控制规格数量，统一色彩。

5、历史风貌区

采用立体发光字、内置光源、隐藏式投光灯等形式，光源与周边建筑景观风格保持一致，不宜过亮。

6、其他要求

商业区、特殊街道和特色商业街招牌，应当设置与周边环境、昼夜景观相协调的照明。使用内透光表现形式应当采用动感灯箱、印制电路、光导纤维等自发光光源或内置光源，力求明亮、动感。招牌所配置的夜景光源不得影响周边居民的正常生活。

七、店招标牌工艺材质规定

（一）一般要求

1、店招标牌材质选择应根据临汾市有关规定选择坚固耐用、耐火、形体美观、不易褪色的材料，应选用新颖、新型、优质、环保的材料。

2、材料要尽量能够抵御外界自然现象(风、雨、雪、日晒)的侵袭；要有一定的强度、刚度或附着性；要耐污染、易清洗。

3、材料选择要服从店面设计整体效果，从色彩、纹理、质感等多方面进行充分考虑，与周围建筑环境及景观街道的和谐统一。例如：古民居街道商店常用木质结构材料；现代建筑环境周围常见钢结构门面设计等。

4、从节约能源的角度出发，避免选择不可再生能源材料；合理选择地方材料，规格尺寸适宜，减少浪费、节约费用。

（二）材质选择要求

同一栋（或同一排）建筑物的店招标牌的基座部分应当统一设置，材料采用亚克力板、铝塑板、石材、金属板等。

表1-2 店招标牌材质选择一览表

材料	建议时间	建议基础	建议面饰及亮化	备注
铝塑板	五年	钢结构干挂	精工不锈钢发光字	所有材料必须采用国标材料，且不可使用二次材料加工
亚克力	三年	钢结构，不锈钢包边	内部LED防水高亮灯珠及防水电源	不建议使用日光灯管及T5、T8类灯管
木饰	八年	木龙骨，钢结构	不锈钢发光字或树脂发光字	所有材料必须采用国标材料，建议采用此类形式
石材	十年以上	钢结构干挂	不锈钢发光字或树脂发光字	所有材料必须采用国标材料，建议采用此类形式
金属板	十年以上	钢结构干挂	不锈钢发光字或树脂发光字	所有材料必须采用国标材料，建议采用此类形式

材质分析——铝塑板

特点：防火性能好 韧性好 超耐候性 易加工

铝塑板是以经过化学处理的涂装铝板为表层材料，在专用铝塑板生产设备上加工而成的复合材料。铝塑板复合板本身具有独特性能，决定了其广泛用途，它可用于大楼外墙帷幕墙板、LOGO墙面、旧楼改造翻新、室内墙壁及天花板装修、广告招牌、展示台架、净化防尘工程。

材质分析——仿古木或木质

特点：强度高 质坚 吸声 绝热

仿古木是由两片单板中间胶压拼接木板而成。细木工板的两面胶粘单板的总厚度不得小于3mm。各类细木工板的边角缺损，宽度不得超过5mm，长度不得大于20mm。中间木板是由优质天然的木板方经热处理以后，加工成一定规格的木条，由拼板机拼接而成。拼接后的木板两面各覆盖两层优质单板再经冷、热压机胶压后制成。木质材料（木档、胶合板）作为表层材料时，应做防腐发霉处理，采用内置光源的户外招牌的表层材料及底板还应考虑阻燃要求。

材质分析——金属板

特点：坚固耐用

铝板、白钢、铁板等。把各种金属板通过机床数控做成各种艺术孔，可达到出乎意料的效果，并且使用长久、稳固、安全。

材质分析——铝方通（U型方通、U型槽）

特点：铝方通具有开放的视野，通风，透气，其线条明快整齐，层次分明，体现了简约明了的现代风格，安装拆卸简单方便，成为近几年风靡装饰市场的主要产品。

材质分析——干挂石材

特点：干挂石材是建筑外墙的一种施工工艺。

用此工艺做成的饰面，在风力和地震力的作用下允许产生适量的变位，以吸收部分风力和地震力，而不致出现裂纹和脱落。当风力地震力消失后，石材也随结构而复位。

材质分析——遮阳棚

遮阳棚具有全面的外遮阳功能，能够彻底阻挡紫外线的辐射，降低室内温度，减少空调负荷；具有节能效果，从节省能源以及环境保护角度考虑，意义非常重大；遮阳棚有着丰富多彩的遮布花型、颜色，用户可根据需要选择。

（三）其他要求

1、选择安全性能高、耐久性好、维护成本低、节能环保的非易燃材料。

2、不宜在公共空间大量使用金属店面标识，如果使用，应避免造成光污染；或做亚光处理。

3、高档商务办公区宜使用石材、金属、高级合成板材等材料。

4、行政办公用地、教育科研用地、新闻出版用地宜使用石材、金属、高级合成板材、木材等材料。

5、传统风貌区宜使用石材、高级合成板材、木材等材料。

八、店招标牌色彩规定

（一） 基本要求

1、店招标牌色彩的规划设计，以所依附建筑物单体或建筑组团为单位，对应建筑物主体色的风格倾向，设定与其和谐统一的店招标牌底色，共同构成店招标牌色彩体系的主色调，并在此基础上突显店招标牌的主题内容及主题色彩，最终形成合理有效的店招标牌色彩规范设计方案。

2、空间配色不得超过三种，不包含白色与黑色。

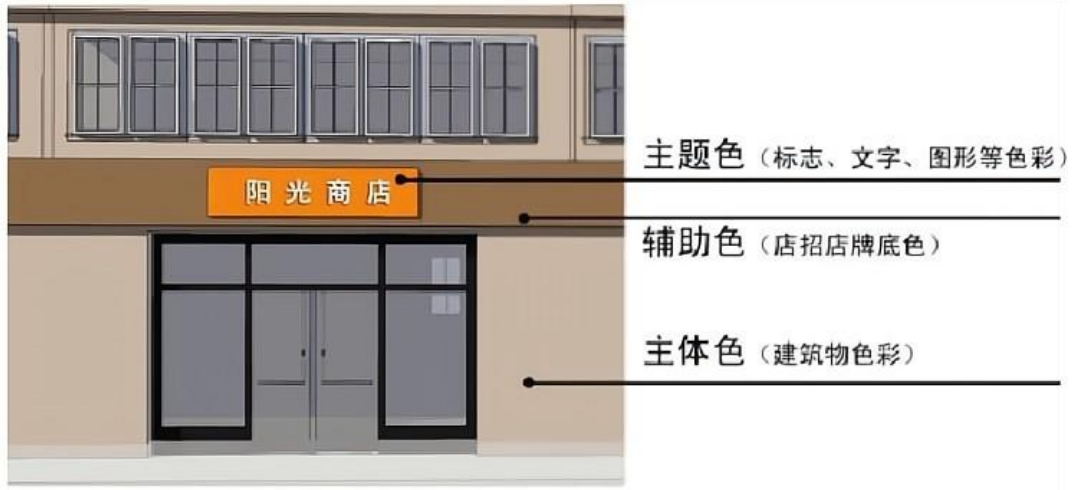
3、金色、银色可以与任何颜色相配衬。金色不包括黄色，银色不包括灰白色。

4、不同材质但色系相同的材料尽量不放在一起。

5、尽量使用素色的设计。

6、空间非封闭贯穿的，必须使用同一配色方案。不同的封闭空间，可以使用不同的配色方案。

7、同一建筑物店招标牌基座部分或背板的色彩应统一，并采用与建筑物色彩相同或相近的色系，形成深浅对比。



色彩推荐——莫兰迪色系

特点：莫兰迪色系是指饱和度不高的灰系颜色。莫兰迪色不是指某一种固定的颜色，而是一种色彩关系。来自于意大利艺术家乔治·莫兰迪的一系列静物作品命名的色调。是基于莫兰迪画中，总结出的一套颜色法则。

表1-3 店招标牌色彩构成一览表			
分类	**定义**	**店招标牌中的应用**	**色彩选取**
主体色	面积比较大，能起到主导作用，决定整体色彩	是指主体建筑物的色彩倾向	一般建筑色彩都是属于纯度低于2级的色彩范围，分别倾向于暖色、冷色的灰度色彩
辅助色	与主题色相协调但又有所变化的色彩	是指店招标牌底色所呈现的色彩	一般辅助色都属于纯度低于4级的色彩范围内
主题色	色彩中加以重点表现，突出主题的颜色	是指店招标牌中标志、图形文字等主题内容所呈现的色彩	主题色可以在全色范围内选择

（二）不同行业店招标牌色彩搭配方案指南

店招标牌色彩处理可根据行业范围不同而定，底色色彩可按照以下规定配色（黑色、白色除外）。

表1-4 不同行业店招标牌色彩应用一览表

行业	色彩搭配方案指南
家电、五金、汽配修理、电子、机电、化工类	一般用冷色系列，如蓝色、绿色、灰色等
食品、餐饮、娱乐类	一般用暖色系列，如黄色、红色、橙色等
时装、女装、儿童玩具、儿童服装类	一般用高明度色系列，如白色、柠檬黄色、粉紫、粉青色等
男士服装、男士生活用品类	一般用低明度色系列，如深蓝色、深灰色、深红、深棕色等
星级饭店、行政企业、文化所属单位类	一般用含灰度的色彩系列，如深红色、深蓝色、灰棕色等
通讯、医药、卫生类	一般用冷色系列，如蓝色、绿色、灰色等
茶叶饮品、茶馆、咖啡馆类	一般以绿色、褐色系列的颜色为主
佛教用品、老字号店铺类	一般用含灰的中性色，不宜用高纯度、高对比度的色彩。
房地产、广告、装饰公司类	一般用中明度色系列，适当强调应用对比色

九、店招标牌文字规定

1、店招标牌中所使用的文字内容，必须符合《中华人民共和国国家通用语言文字法》中的规定。书写规范准确，无错别字、繁体字、异体字、缺漏字、二简字。

2、店招标牌使用的英文、汉语拼音等必须符合相关规定，无错误拼写。不得单独使用汉语拼音、外文或者以注册商标、标志替代，应同时使用中文。

4、店招标牌版面文字疏密得当，字体尺寸比例协调，主题突出，标识适当。

5、店招标牌字体大小应与店招标牌尺寸相协调，字体高度不宜大于底板高度的3/5，文字总长度不宜超过底板长度的3/4。

6、合资企业店招标牌不得单独标注外文，确因需要使用外文名称的，应当与中文名称同时使用，且不得突出外文名称。名称在译成外文时，应当符合翻译的基本原则和惯例。

7、外资企业店招标牌名称可使用出资的外国企业字号，但须同时使用汉字译文。音译或意译的中文名字需符合《中华人民共和国国家通用语言文字法》规定。

8、店招标牌不得单独使用少数民族文字，确需要使用的，应当与中文名称同时使用，且不得突出少数民族名称。

建筑外立面标识字

- 1、设置建筑外立面标识字的应当在建筑物主要朝向外立面或山墙面采取镂空字体紧贴墙面设置立面只允许设置一处后建筑原则上不超过两处。
- 2、建筑物外立面的字体颜色、规格与建筑物及周边景观亮化整体相协调，不得超出墙面和伸出楼顶。
- 3、建筑物外立面标识字禁止在楼顶设置。
- 4、禁止在玻璃幕墙上设置户外招牌。
- 5、户外招牌构架与墙体的固定一般采化学锚栓、化学植筋或预埋构建的连接方式。户外招牌的外侧与墙面结构面的距离大于0.3m时，不得采用摩擦型膨胀螺丝作构架的锚固。

十、户外广告及牌匾标识安全规定

（一）对户外广告设施、固定式牌匾标识和标语宣传品进行日常安全检查和维护维修，保持其安全、牢固；不符合安全要求的，及时整改或者拆除。

（二）委托专业机构每二年对大型或者距地十米以上的户外广告设施、固定式牌匾标识进行安全鉴定，并将安全鉴定信息上传至综合服务信息系统。

（三）对连接互联网的电子显示装置控制系统开展日常网络安全检查检测。

（四）在气象部门发布雨、雪、大风等蓝色以上预警信号时，及时对户外广告设施、 固定式牌匾标识和标语宣传品进行安全检查。遇大风、大雪等灾害性情况，应加强对户外招牌结构、电气设备和避雷设施的可靠性检查，采取相应安全防范措施，保证户外招牌安全使用。

（五）发现户外广告设施、固定式牌匾标识和标语宣传品存在安全隐患的，及时采取加固或者拆除等安全防范措施。

（六）店招标牌从初次安装之日起，每年应由具有专业检测资质的单位进行安全检测。对招牌安全检测认定有结构、焊接、防腐和电气等方面缺陷的，设置者应立即整改，直至合格。

十一、牌匾标识载体所有人需要承担哪些责任和义务？

牌匾标识载体所有人或者管理人应当根据固定式牌匾标识设置规范，明确牌匾标识设置要求，统筹管理固定式牌匾标识的设置，督促牌匾标识的所有人依法合规设置牌匾标识并做好日常维护管理。

在搬迁、退租后，原有的牌匾标识应由所有人及时拆除，如果未及时拆除，牌匾标识载体所有人或者管人应当及时拆除，并做好场地的清洗和修复等工作。依法实施强制拆除或者代履行拆除的，所需费用由所有人承担。

保持户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品整洁、完好、美观；出现破损、 画面脏污、严重褪色、字体残缺等影响市容市貌情形的，及时维修、更新。

配置夜间照明设施的，保持照明设施功能完好。

设置霓虹灯、电子显示装置、灯箱等设施的，保持功能正常、显示完整；设施残损、显示异常的，及时维护、更换，并在修复前停止使用。

相关设施达到设计使用年限的，及时更新。

十二 户外广告及牌匾标识申请流程及需准备的资料

申请设置户外广告设施的流程及内容

基本要求：设置户外广告设施应当符合户外广告设施设置规划规定的规划条件和设置要求。尚未制定街区户外广告设施设置规划的，不得设置户外广告设施。

设置程序：设置户外广告设施的，设置人应当在相关审批单位查询户外广告设施设置规划规定的规划条件和设置要求，征得载体所有人或者管理人的同意后，编制户外广告设施设置方案，提交至审批单位，设置人按照审批单位的批复依法设置户外广告设施。

户外广告设施设置方案包括：设置尺寸、安装位置、材质、结构设计图、建筑物地理位置标注图、设置效果图（包括日间彩色效果图、夜间发光效果图）、房屋产权或管理人同意书、安全评估报告、建筑物总平面图、建筑物立面图。

由设置人根据设置情况上传：结构设计方案（符合上沿距地十米以上、任意边长大于等于4米、面积大于等于10平方米中之一的设施）、建筑工程规划许可证、营业执照、其他附件。

申请牌匾标识的流程及内容

牌匾标识设置人需要准备店招改造方案等相关材料，并向审批单位提交。

固定式牌匾标识设置方案提交资料包括:

(1) 安装位置图

(2) 设置尺寸详图

(3) 日间彩色效果图

(4) 夜间发光效果图

(5) 安全承诺书(大型牌匾标识在设置方案公开后2个月内上传安全鉴定报告)

(6) 营业执照

(7) 符合上沿距地≥10米、任意边长大于等于4米、面积大于等于10平方米中之一的设施，上传结构设计图。

(8) 内容包含注册商标，上传商标注册证。

(9) 设置建筑物名称牌匾标识，上传建筑物名称核准证。

(10) 其他必要的材料。

第二章 分区设计

partition design

街道的定义

街道是一种基本的城市线性开放空间，是由道路两旁建筑围合形成的公共空间，主要承载交通、市政、景观、交往、礼仪等功能。街道空间既包括道路红线范围内的人行道、非机动车道、机动车道、隔离带、绿化带等空间， 也包括道路向两侧延伸到建筑等的扩展空间。

街道的价值

街道，作为城市各类基本功能的载体，是城市的公共资源，是市民公共利益集中体现之所在；作为城市公共生活的客厅，是都市美好印象与情感寄托之所在；作为临汾市形象的窗口，是展示临汾的魅力与形象之所在；作为城市多元文化的界面，是城市形象塑造的主要对象，更是加强城市设计工作的重要切入点。

城市公共生活的客厅

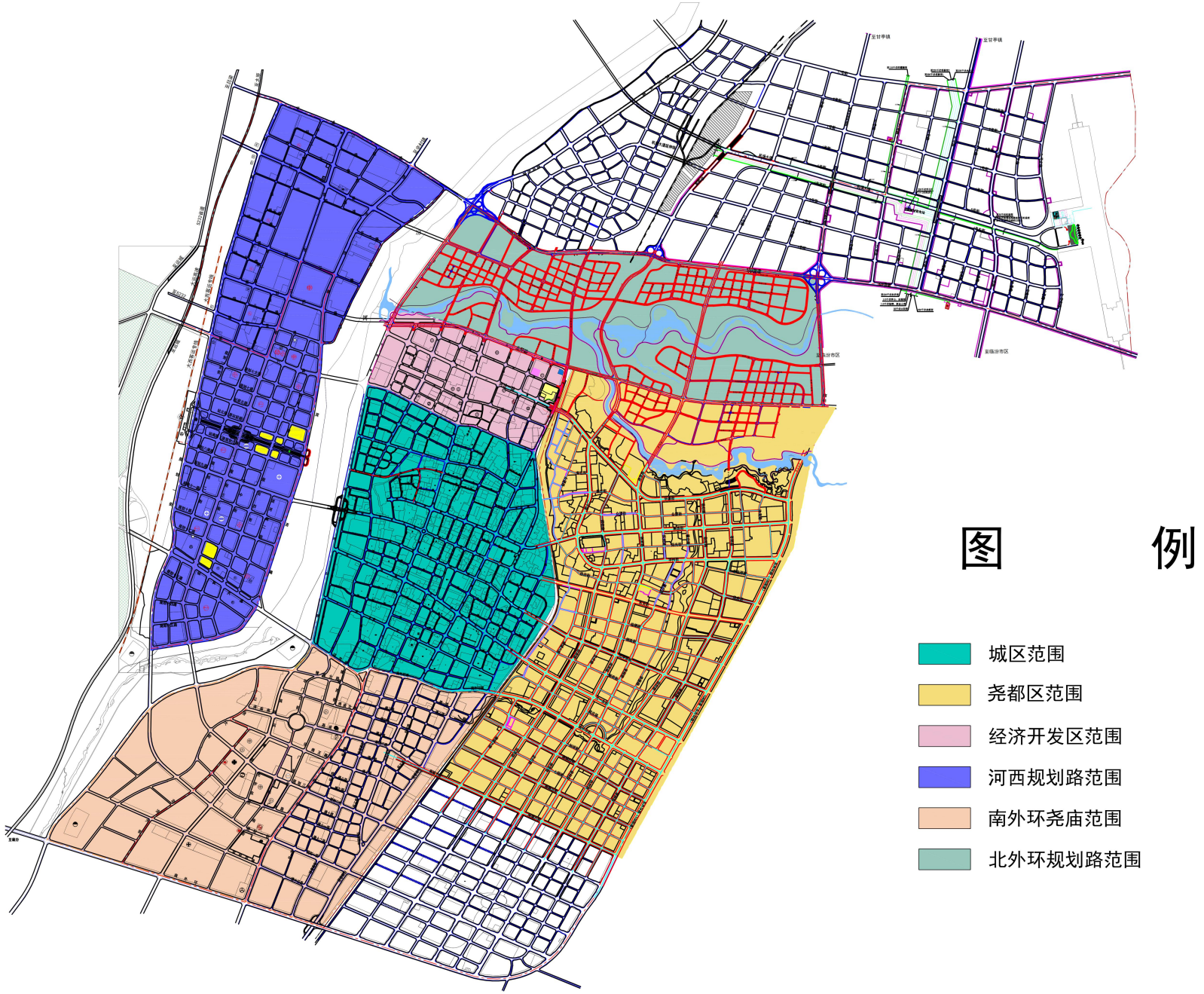
街道是城市最重要的、与市民关系最为紧密的公共活动空间，是为市民带来社区归属感、提升人民幸福感的重要切入场所。 理想的街道应成为市民平等使用、活力互动的场所。

城市多元文化的界面

街道是城市历史、文化的重要空间载体和展示界面，是市民寄托文化情感、游客感知城市印象的重要媒介，对于提升城市街区活力、传承历史文脉至关重要。良好的街道文化氛围有助于增强城市魅力、激发经济活力。

通过对临汾城区功能结构、空间环境以及城市建设发展进程的统筹考虑，明确不同区域的广告设置要求。在分区的基础上，重点对城市门户、城市园林绿地空间、城市主要道路交叉点等形成城市意象的构成要素进行分析，提出符合地段特色的广告设计要求。

第2.1条 城市片区



临汾市片区划分按照临汾的城市发展和城市生活圈进行的分区，主要划分为六个区域：

1、以鼓楼为中心的老城区为城区范围段；

2、以尧都区政府为核心的尧都区范围段；

3、以经济开发区为核心的经济开发区段；

4、河西片区为规划路范围段；

5、南外环以华门为核心的尧庙范围段；

6、北外环至机场的北外环规划路范围段。

城区范围街道图

城区范围为临汾市的主要街区，承载着临汾新旧城区的主要生活圈。街区以鼓楼为中心，向四周辐射。建筑密集，商业密度高，为主要梳理区域。

主要街道

南北主街道	东西主街道
滨河路	河汾路
中大街	向阳路
鼓楼南北街	解放路
财神楼南北街	鼓楼东西街
广宣街	贡院路
平阳南北街	信合东西路
迎春街	东赵路
	南外环路

第2.2条 规划片区——城区范围

整个街区的店招风格融合了多元素的表现手法。怀旧、古典、活力、简约，不同的变现手法，和谐的色彩搭配，使整个区域富有各自的鲜明个性，又整体和谐。

目前该区域已经实施的精品示范街有:向阳路、解放路中段、鼓楼南北街、中大街、古城路九条街巷、河汾路、贡院街(项目实施中)、财神楼街。

第2.2条 规划片区——城区范围

精品示范街店招案例——向阳东西街

根据建筑风格的差异，店招设计采用多种表现手法。

1、根据建筑物的外观色彩，店招部分色彩与楼体和谐相融，去掉过于鲜艳和跳跃的色彩。

2、多种店招形式相协调，不拘泥于单一模式。灵活多变，和谐统一。

3、店招的字体及logo高度以各自店招造型高度的三分之一数值为标准，比例协调，字体设计各有特点，材质摒弃过于低品质的冲孔字，多采用金属字及亚克力发光字，使整条街的店铺品质都有所提升。

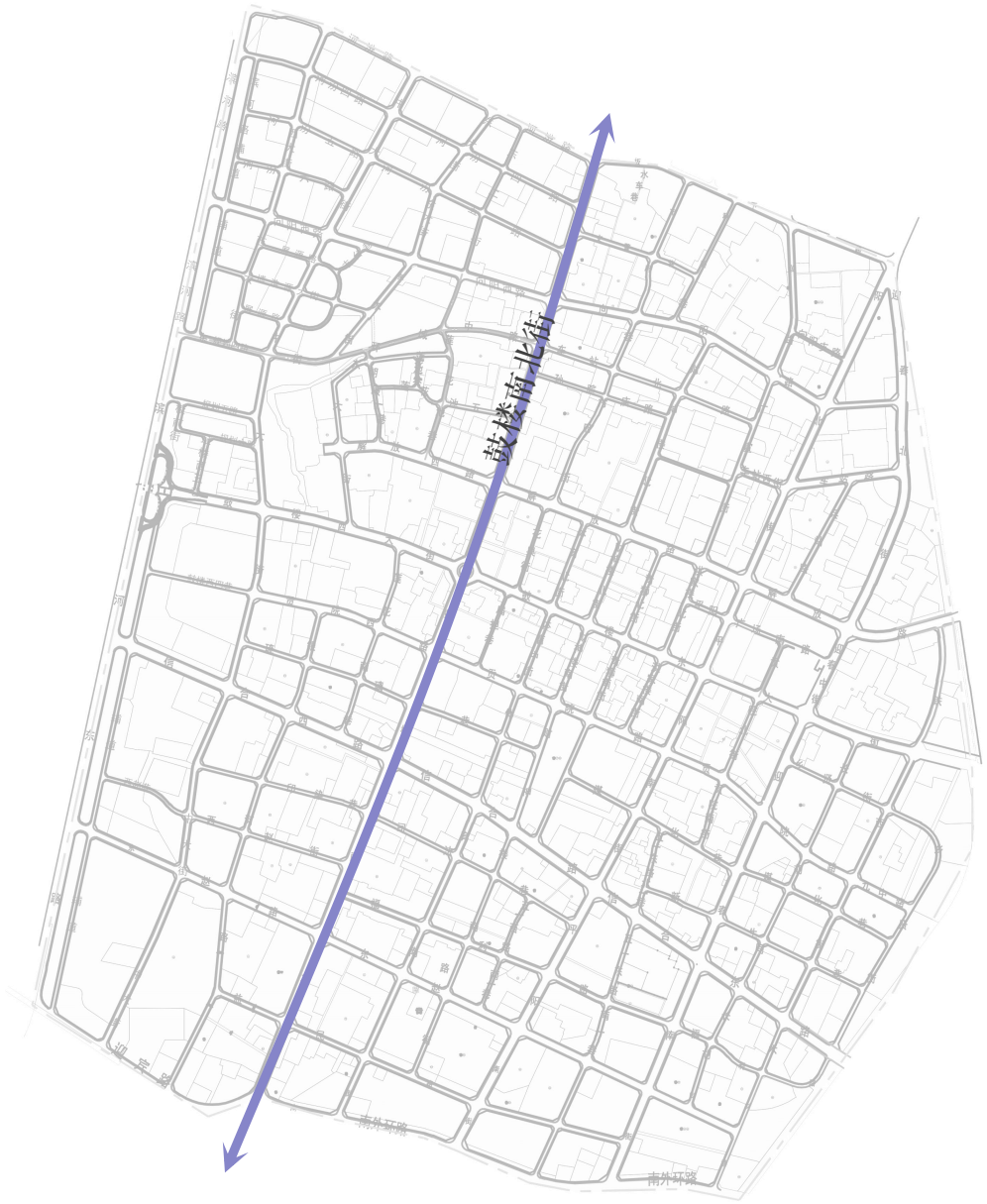
精品示范街店招案例——中大街

中大街是一条年轻的街道，新建建筑比例较多，整体设计风格采用时尚活力的元素。

1、门店商铺立面多采用石材及金属板材质，档次高，质感足。

2、底商采用了软性材质遮阳面料，活力又实用，即淡化了石材和金属的冷硬感，又增加了丰富的色彩元素。

3、店招logo方面增加了遮阳棚上的喷印标识，满足商业气息，，又充满小资情调。部分店招仍遵循店招的字体及logo高度以各自店招造型高度的三分之一数值为标准，比例协调，字体设计各有特点，材质摒弃过于低品质的冲孔字，多采用金属字及亚克力发光字，使整条街的店铺品质都有所提升。



精品示范街店招案例——鼓楼南北街

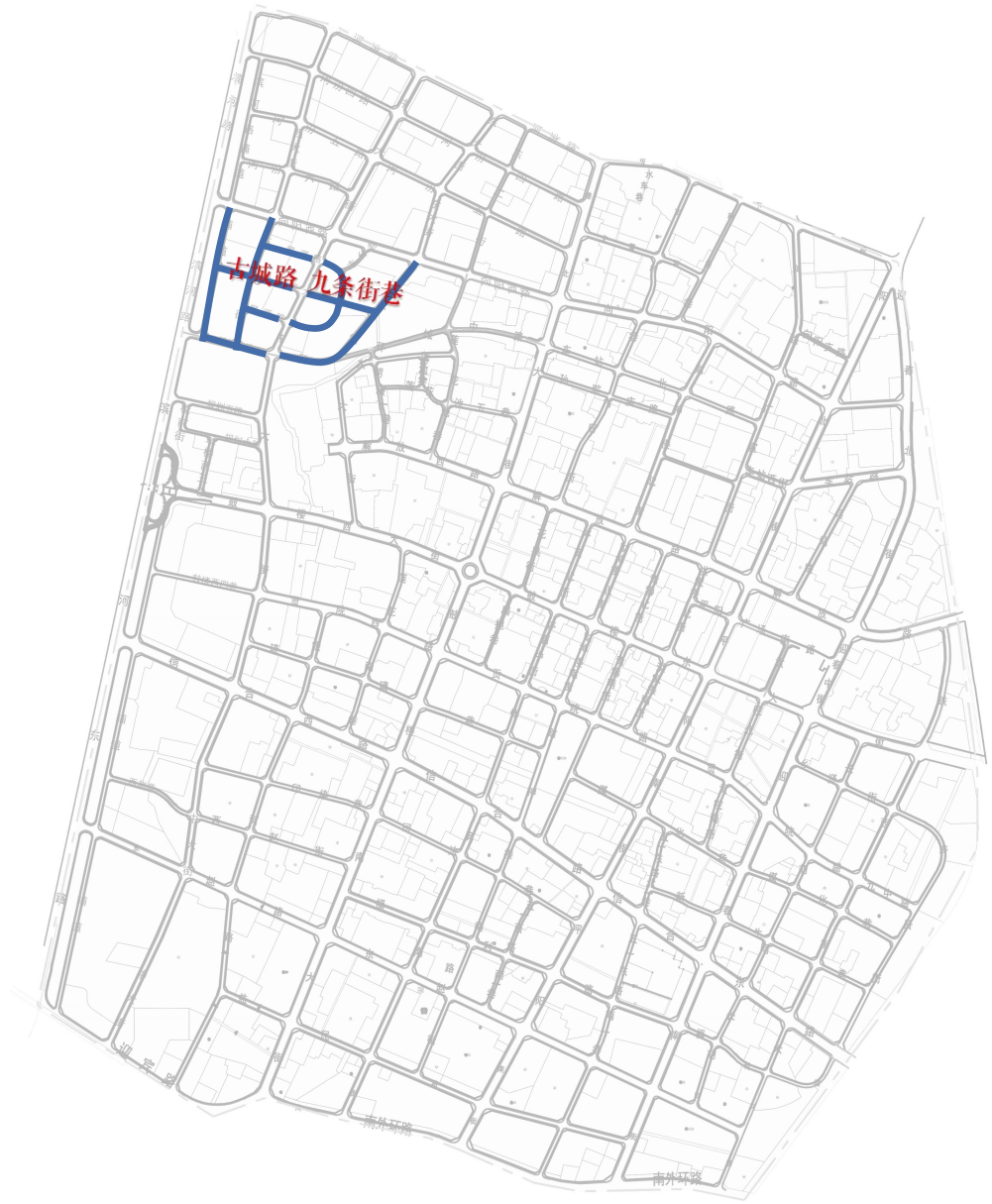
鼓楼南北街是临汾市的中心街道，贯穿鼓楼的一条主要交通要道，设计风格与鼓楼的建筑风格相协调，采用的仿古建的形式，融入古建元素，体现出临汾厚重的历史文化风貌。

1、门店商铺立面多采用仿古砖片材质，以旧做旧，完美的呈现古建筑的厚重感。

2、增加仿木质的塑木格栅元素，与古青砖材质相融合，温润的木色与青砖搭配即有古建的特色又有现代的表现手法，使古建风格脱离和厚重古朴而生动起来。

3、店招方面多采用牌匾形式，还原古建筑中的特色点睛之笔，使整个店招表现出古色古香的韵味。部分中大型独立商铺店招仍遵循店招的字体及logo高度以各自店招造型高度的三分之一数值为标准，色彩及材质与整条街的主色调一致。慎用过于鲜艳的纯色。

第2.2条 规划片区——城区范围



精品示范街店招案例——古城路九条街巷

1、古城路片区店招设计采用了不同的风格，根据建筑风格及所处环境，店招的设计采用了仿古元素、现代元素、欧式元素等；整个街区店铺形式丰富多样，色彩元素饱满多变，具有不同的创意手法，与环境贴合，整体协调。

2、整体多变的店招形式，色彩元素统一采用低纯度的莫兰迪色系，整体色彩柔和舒适。

3、店招字的表现仍遵循字体及logo高度以各自店招造型高度的三分之一数值为标准，色彩及材质与整条街的主色调一致。慎用过于鲜艳的纯色。

精品示范街店招案例——贡院街

贡院街的风格定位为“贡院文化”街区，整体店招风格采用仿明清时期的店铺风格，多用青砖灰瓦做主要店铺形象主体。

2、主色系为灰色+咖色。整体色彩高度统一。用统一的色彩赋予街区专属的文化意义。

3、店招方面多采用牌匾形式，还原古建筑中的特色点睛之笔，使整个店招表现出古色古香的韵味。整个街区增加侧招元素，丰富街区立面层次，形成仿明清时期的街道商铺牌匾形式。部分店招字的表现仍遵循字体及logo高度以各自店招造型高度的三分之一数值为标准，色彩及材质与整条街的主色调一致。慎用过于鲜艳的纯色。

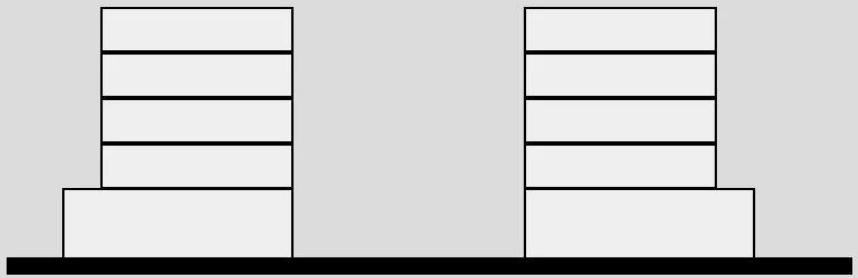
第三章 户外广告分类管理

Outdoor Advertising Classification Management

第3.1条 街道定义

在经典书籍《街道的美学》中，有这么一组尺度值：D/H。其中D为商业街道宽度，H为两侧建筑物的高度。

01 0.5:1<D/H<1:1



0.5:1<D/H<1:1

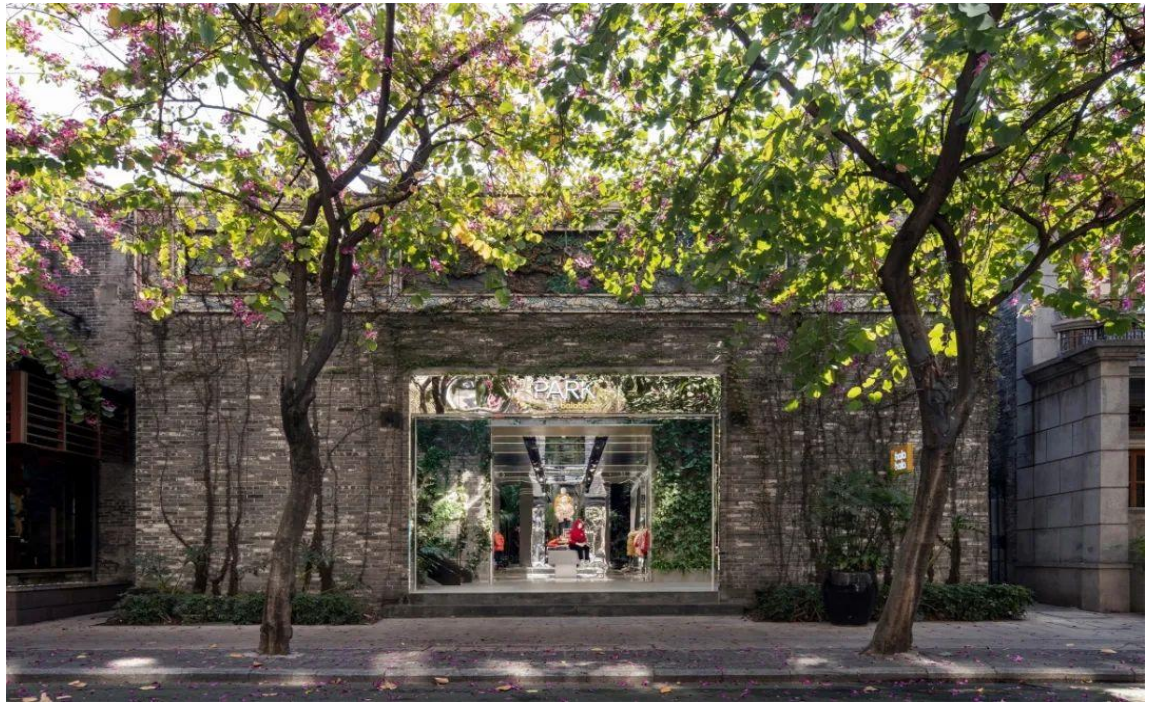
这类空间较为紧凑，围合性较强，人们走在其中会感受到浓郁的氛围感，需要保持街道的感觉，不宜有太多的商业外摆。

一般里弄型商业街区就是这样的尺度。较窄的空间，会让游人视线不自觉地看向建筑内部以及建筑细节，此时的建筑内部空间便成为街道的延伸。

此类型空间，建筑高度不宜超过两层，一层将成为游人视野中的重点。因此，类似橱窗、广告、店招等元素建议放在首层。

这类型的街区不适宜游人长时间停留，所以在设计时，需要更多地考虑室内空间及出入口空间。

案例展示

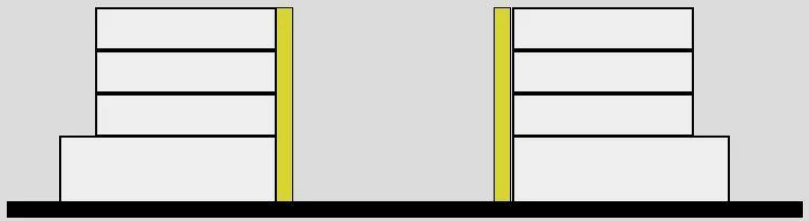


▲ PARK by balabala佛山岭南天地空间 / DUTS杜兹设计

在经典书籍《街道的美学》中，有这么一组尺度值：D/H。其中D为商业街道宽度，H为两侧建筑物的高度。

02

D/H=1：1



D/H=1:1

这类空间匀称、舒适，人在其中会感受到强烈的空间围合感。这个时候，人的视觉会集中在建筑表面，建筑的外立面设计将成为设计的重点。

小镇型商业街区就适合这样的比例。这个尺度下的建筑立面以及橱窗成为重要的元素。广告位以及二层位置的商业界面将成为游人的视线重点。

此时，细节满满的立面设计配合优美的商品展示、适当的商业外摆设计，能让商业街道更有氛围感。

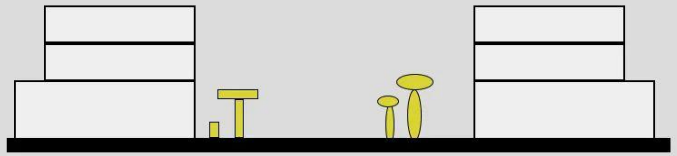
第3.1条 街道定义

案例展示

▲ 南昌三眼井历史街区保护与改造项目

03

D/H=2：1



D/H=2:1

街区的空间围合感不强，两侧的建筑也不再是人们视野中的“主角”，整体给人空旷的感觉。

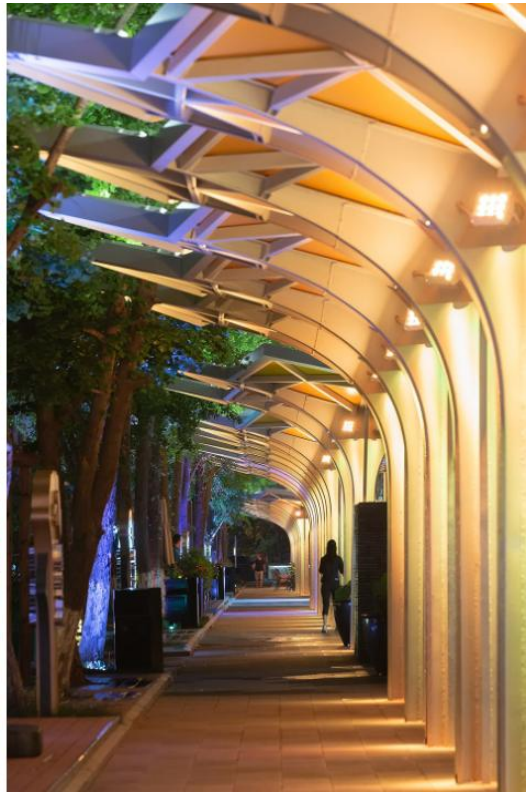
因此，在沿街位置可以设置一些公共设施、景观小节点等，提升街区的趣味性、体验感，从而增加游人的逗留时长。

这样尺度适用大型商业街区。可以沿着商业街两侧或者中间位置设置景观休闲区、外摆区等增加商业性。同时还需要设置休憩空间给游人休息。

在建筑方面，人们更容易关注到的是建筑造型，而非外立面。除了建筑轮廓外，你还可以通过打造建筑退台、出挑、雨棚等元素来丰富建筑造型空间。

第3.1条 街道定义

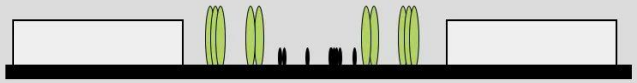
案例展示



▲ 苏州招商金融小镇-花园天地

04

D/H=4：1

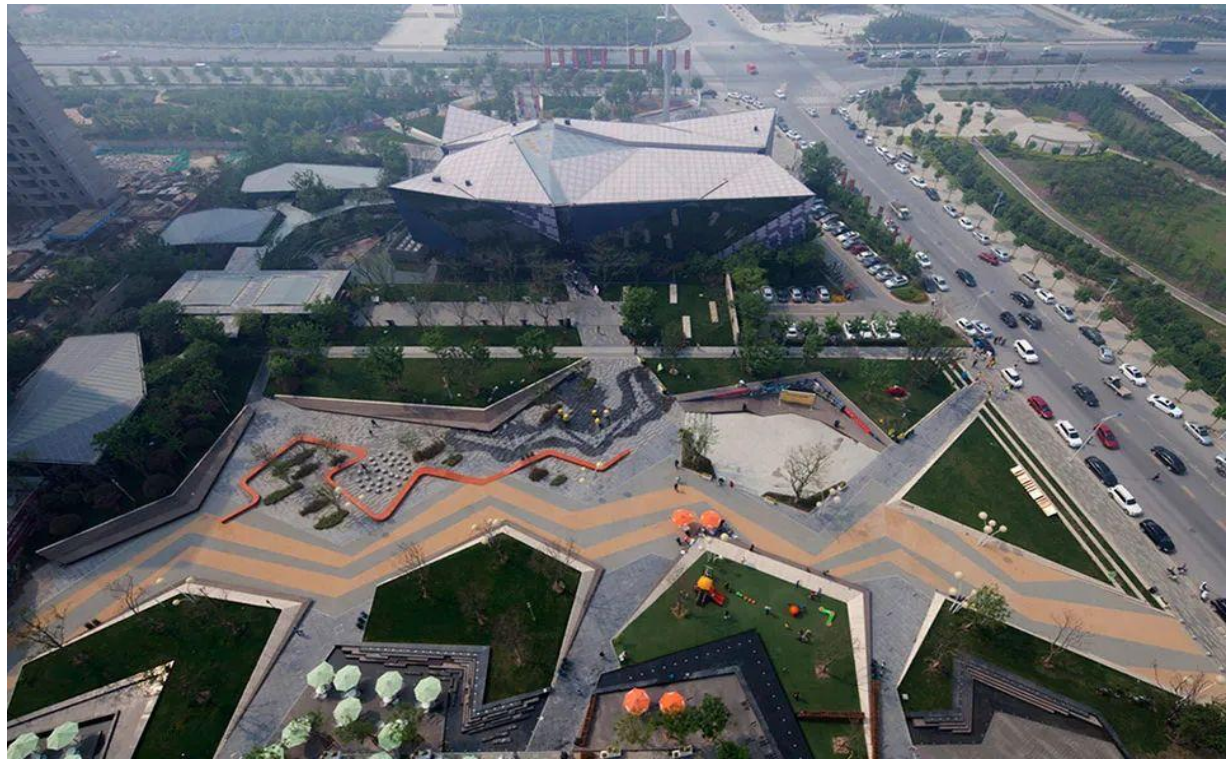


D/H=4:1

整体空间的围合感较弱，空间发散，游人无法清晰感受到周边环境的氛围。

因此，这样的尺度空间很难营造出商业氛围浓厚的空间，反而更适合打造公共活动区，如：广场、儿童游乐场地等。

案例展示



▲ 郑州万科城中央广场

店招分类依据：

分类采用两种方法：

1、根据街道涵盖的建筑类别定义，比如解放路包含主要行政单位，整条街道定义风格要求简洁大气，统一性高。向阳东路生活区密集，整条街道定义为怀旧复古街区。鼓楼南北街贯通临汾地标建筑“鼓楼”，为怀旧复古街区，中大街多为新建小区，定义为活力时尚街区。

2、街巷划分按照本身现有经营类别进行定义。整改过程中建议根据经营品类与周围主街的关系延申，可采用民国风格/港风等复古风店招形式，最大程度形成特色烟火气的巷道文化。

第3.2条 分类要求

分类要求：

1、根据街道涵盖的建筑类别：

包含主要行政事业单位的街道，整条街道定义风格要求简洁大气，统一性高，色彩端庄稳重，形式和谐整齐；

生活区密集的街区，店招可采用形式多样、创意十足、具有烟火气和设计感的手段打造，整体色彩要求与周围环境相融合；

商业密集的街区，对于有标识设计的商业，可按照自身的标识进行安装，要求尺度与周围环境统一，没有统一标识设计的商业，鼓励由专业店招设计人员根据环境设计具有特色的商业店招。

2、街巷划分按照本身现有经营类别进行定义。整改过程中建议根据与周围主街的关系和其主要经营品类，体现老街巷文化，建议可采用民国/港风/美式等包含复古元素的店招形式，最大程度形成特色烟火气的巷道文化。

怀旧古典

招牌融入建筑

样式复兴传统

尺寸遵循比例

书写延续文脉

图形演绎底蕴

配色协调高雅

选材细腻精致

灯光内敛含蓄

现代时尚

店面突出特色

形式多元展示

规格灵动变化

字体时尚丰富

造型彰显业态

色彩活跃生动

材质融合创新

照明简洁新颖

怀旧古典风格阐述

招牌融入建筑

历史风貌街区的店招标牌作为建筑的点缀与装饰，应结合建筑立面形态选择适宜的设置位置和形式，并在色彩、材质、字体、规格等方面与建筑语言相呼应。

优秀案例展示

怀旧古典风格阐述

样式复兴传统

历史风貌街区的店招标牌应选用与街区及建筑风貌相符的设置形式，如灯笼、招幌、楹联等，通过风貌复兴、创新设计的方法，多维度、多形式共同营造老街区的活力新生。

怀旧古典风格阐述

尺寸遵循比例

历史风貌街区的店招标牌，其规格尺寸宜小不宜大，通过对建筑立面的充分留白以展现历史风貌建筑独有的韵味。

怀旧古典风格阐述

书写延续文脉

店招标牌的字体宜优先选用临汾历代知名书法大家的作品，在匹配街区风貌的同时彰显临汾悠久的文化底蕴。

图形演绎底蕴

通过对城市、街区文化元素的挖掘，可将其作为图形符号应用到建筑立面及店招标牌的设计当中，使店招标牌与建筑更为巧妙的进行融合，同时彰显地域文化特征。

怀旧古典风格阐述

配色协调高雅

历史风貌街区店招标牌的色彩以“素、淡、雅”为主，不得使用高饱和度的色彩或红绿、黄蓝等互补色搭配，鼓励采用木材、石材或金属等材质原色。

怀旧古典风格阐述

选材细腻精致

历史风貌街区的店招标牌在材质的选用上鼓励应用木材、石材、铜板等具有传统韵味的材质，通过材质原有的色彩、纹理传达古朴、细腻的人文情怀。

怀旧古典风格阐述

灯光内敛含蓄

历史风貌街区店招标牌的照明手法应与建筑照明相结合，强化建筑主体。宜采用背投光、内透光等照明方式，光色以黄色和白色为主。通过光影的虚实变幻形成生动的环境空间。

现代时尚风格阐述

店面突出特色

店招标牌的设置可装饰店面形象，提高识别度、知名度。在满足与建筑立面、街区环境相协调的基础上，可从形式、规格、字体、图形、色彩、材质、照明等多方面精致设计，追求创意，突出店面特色。

优秀案例示意图

现代时尚风格阐述

形式多元展示

店招标牌按照功能分为单位标牌及商铺店招和建筑物标识，按照设置位置可分为13种设置形式，业主可结合建筑立面形态、经营业态等选用适宜的设置形式，通过创新创意设计强化展示宣传效果。

单位标牌及商铺店招

门楣式

入口墙面式

雨蓬式

品牌墙式

整包式

垂直式

落地式

多层式

现代时尚风格阐述

规格灵动多变

店招标牌应结合建筑立面及场地空间环境的尺度选定适宜的规格，在满足展示功能的同时，与区域环境相融合。

建筑物标识

现代时尚风格阐述

字体时尚丰富

店招标牌字体宜采用创意设计字体，可结合街区空间环境、建筑立面、经营业态及所依附载体的特征等进行整体设计，要求书写清晰、易于识别。

现代时尚风格阐述

造型彰显业态

店招标牌可结合经营业态提取代表性图形、图案，进行艺术化的处理，以此作为店招标牌的装饰元素，强化街区活力氛围，提升店铺的识别性。

现代时尚风格阐述

色彩活跃生动

店招标牌色彩是提升店铺吸引力、塑造良好品牌形象的重要因素，店招标牌的主色和建筑立面色彩进行搭配时，可采用对比色、类似色等搭配法，塑造不同的视觉感受。

现代时尚风格阐述

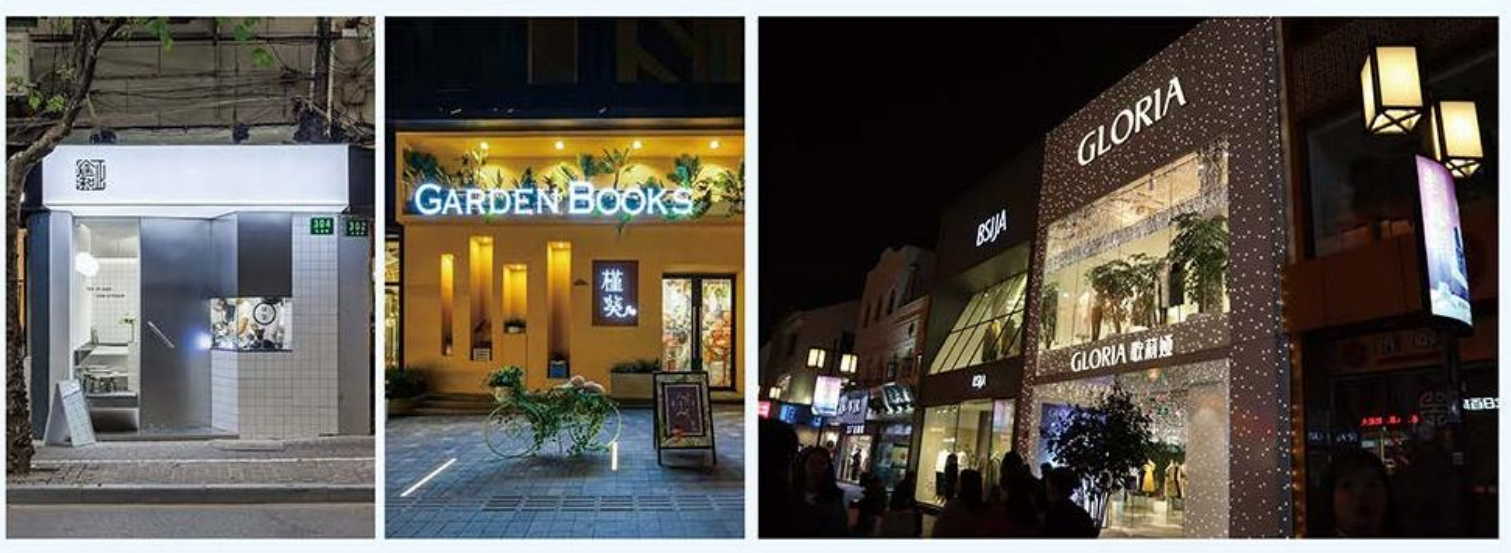
材质融合创新

店招标牌材质应结合街区风貌特征及建筑立面材质进行选择，采用安全性能高、节能环保的非易燃材料，鼓励应用新材料、新技术。

现代时尚风格阐述

照明简介新颖

店招标牌照明应结合街区景观照明及建筑夜景照明选用内置灯、背打灯、外投光等形式，照明光色不宜采用高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜。



第3.4条 案例展示

现代商业元素的店招形式 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

现代商业元素的店招形式 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

现代商业元素的店招形式 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

现代商业元素的店招形式 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

现代商业元素的店招形式 样品案例展示：

民国/港风/美式等包含复古元素的店招形式 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

民国/港风/美式等包含复古元素的店招形式 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

民国/港风/美式等包含复古元素的店招形式 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

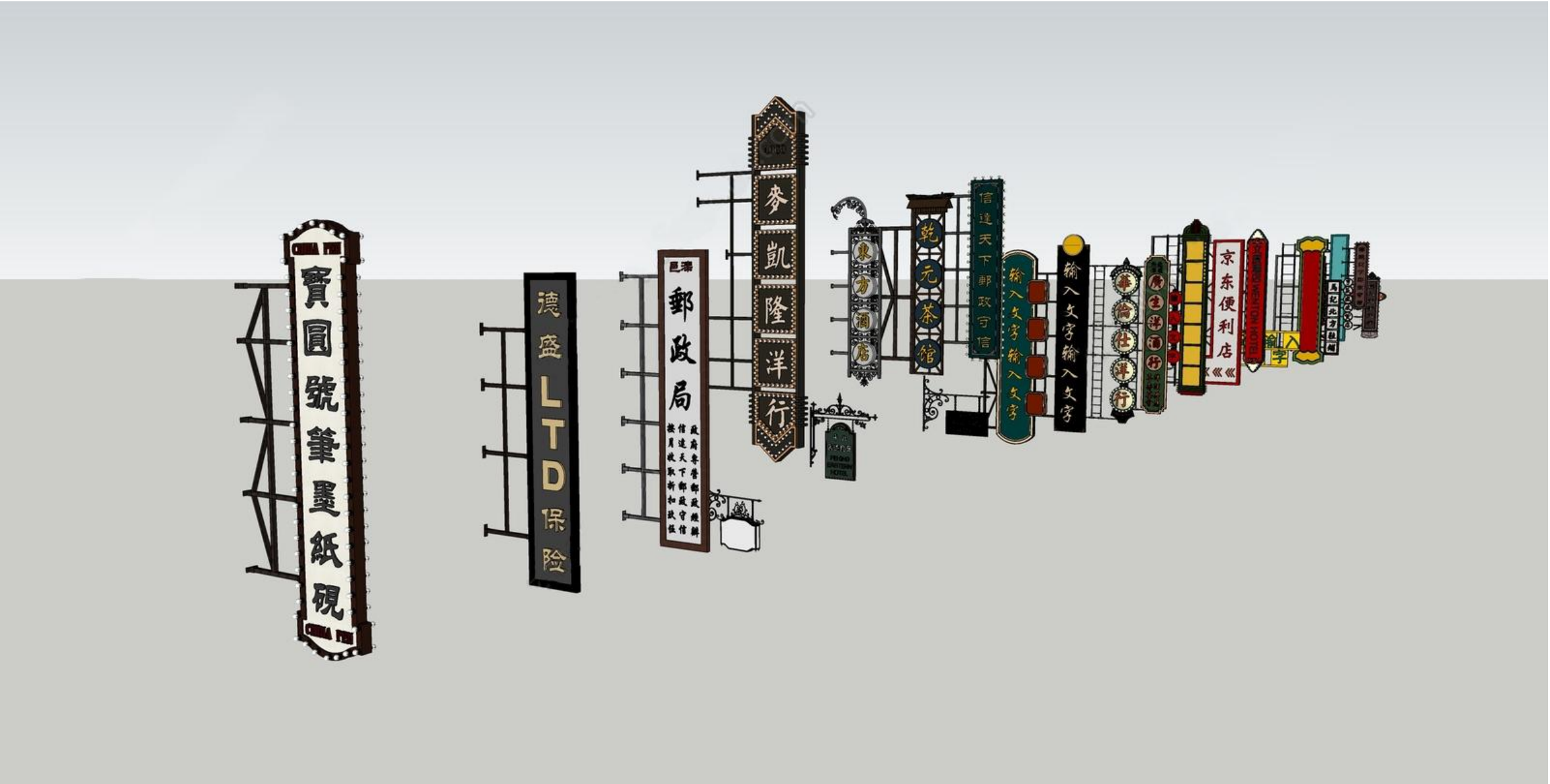
侧招 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

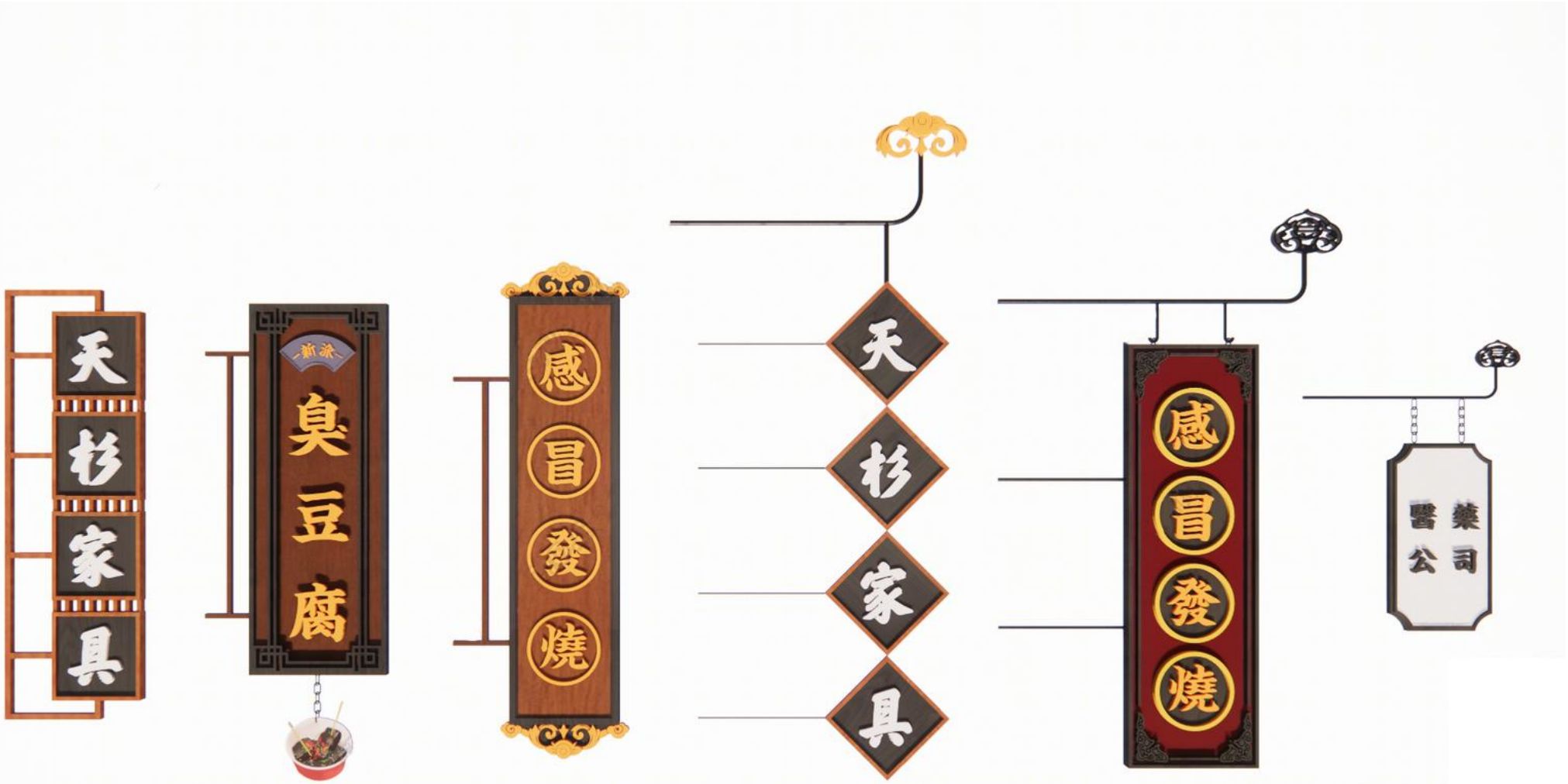
侧招 样品案例展示：

第3.4条 案例展示

侧招 样品案例展示：



侧招 样品案例展示：



第3.4条 案例展示

侧招 样品案例展示：