



郑州市户外广告规划设计方案 (2020-2035年)

郑州市城市管理局

01 规划总则

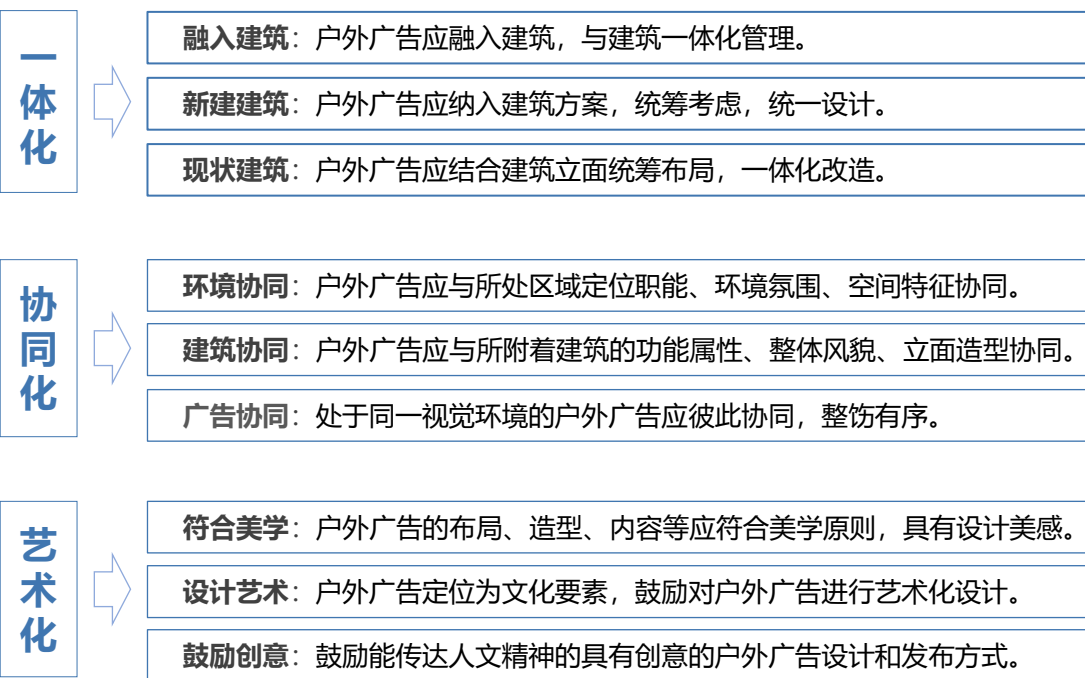
适用范围

郑州市中心城区（中原区、金水区、二七区、管城区、惠济区、高新区、郑东新区、经开区）和航空港经济实验区，规划面积约900平方千米。本市行政范围内的其他地区参照本规划要求执行。

规划对象

户外广告 —— 商业广告 + 公益广告

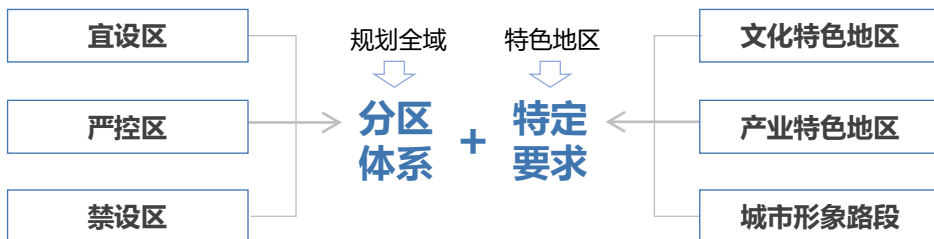
规划原则



控制体系

分区布局

管理户外广告的空间布局，明确户外广告设置政策。



通则规范

户外广告的设置规范，作为日常管理依据指导详细规划和方案设计。

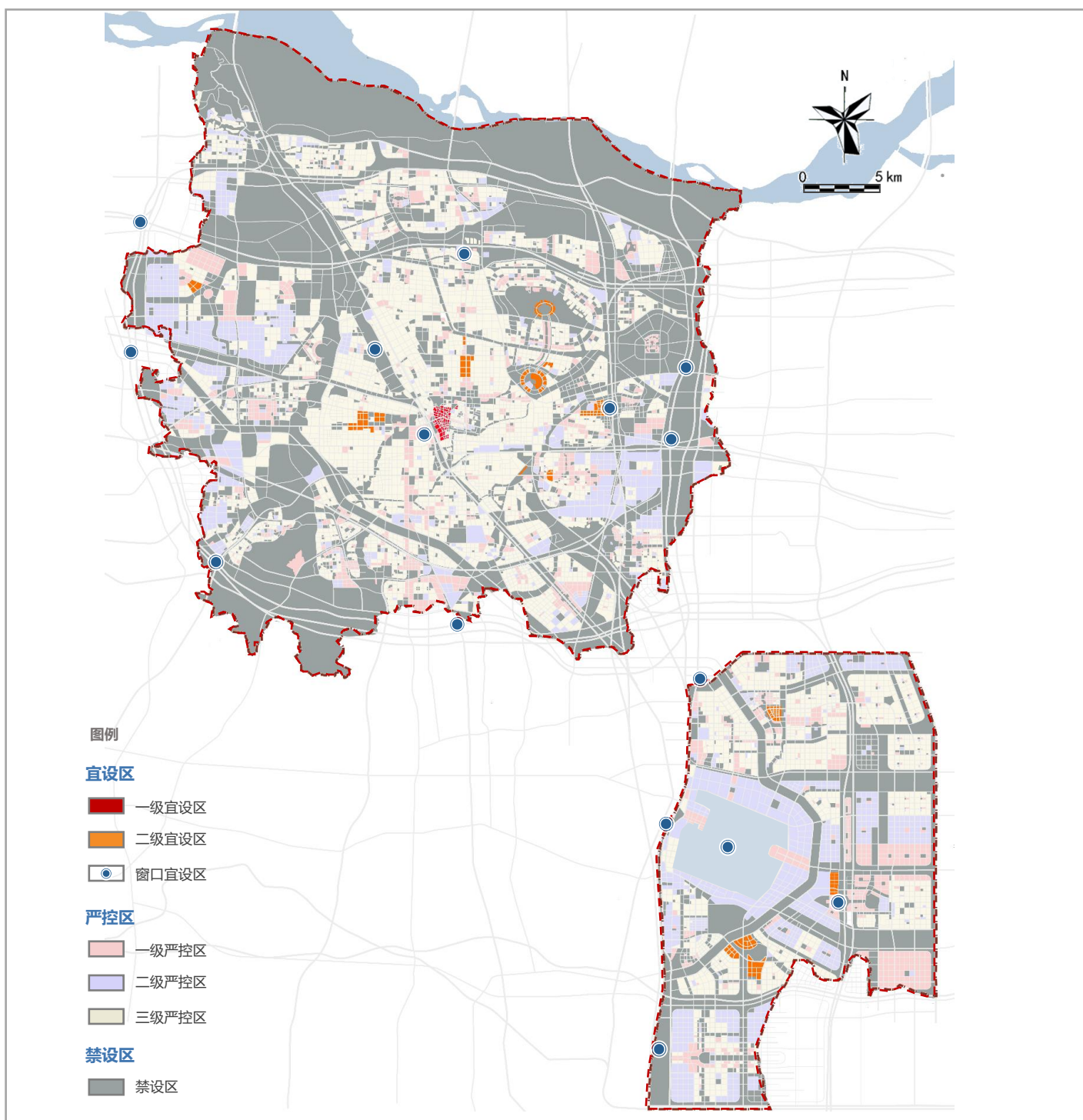


02 户外广告分区布局

分区布局

郑州采取**功能片区主导+城市用地控制**的分区方式，划定户外广告控制分区。

- 围绕城市中心、核心商圈划定宜设区；
- 以城市风貌、景观形象、历史文化保护为基准划定禁设区；
- 其他归于严控区进行控制，按用地属性分类管理。



02 户外广告分区布局

规划全域分区体系

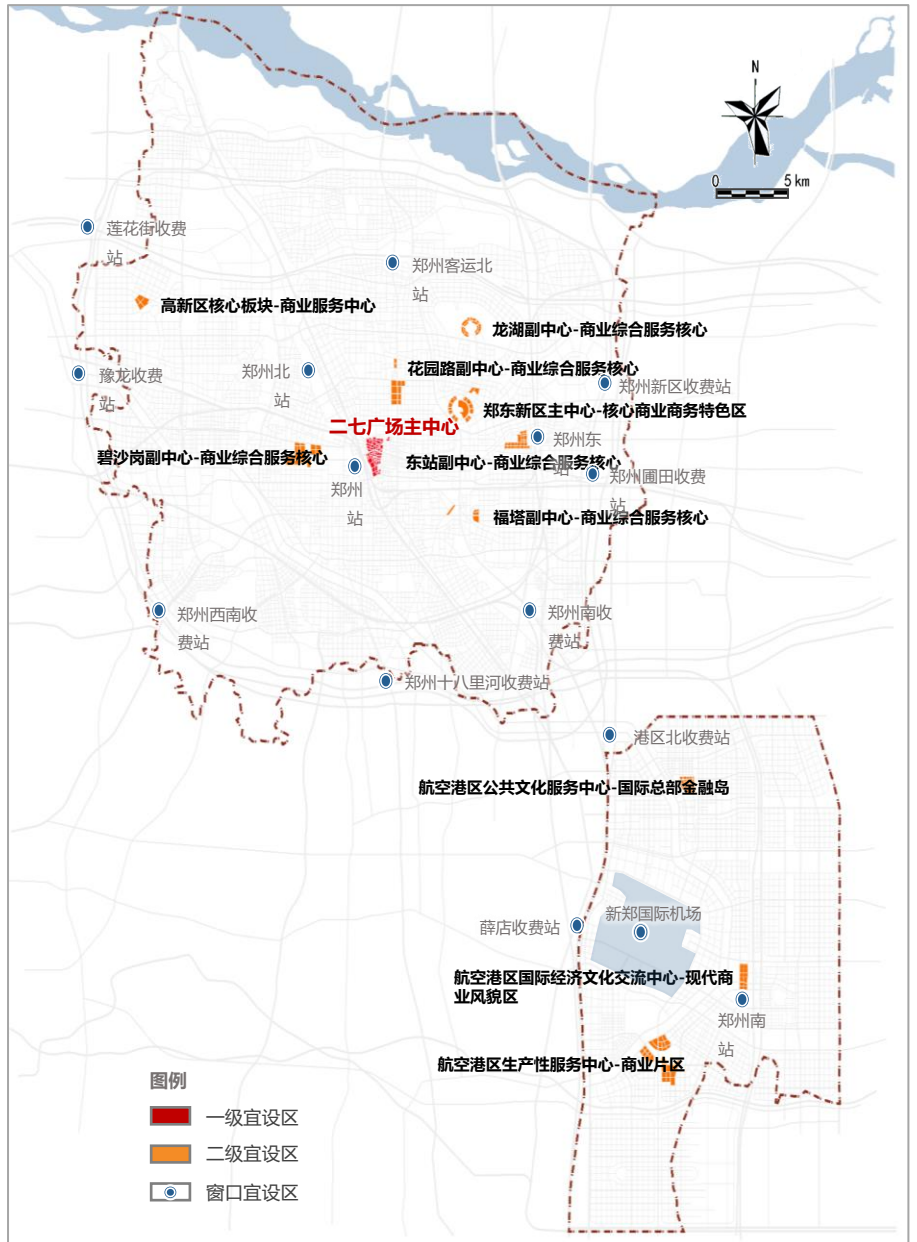
直设区

依据《郑州市中心城区总体城市设计》及各核心板块的城市设计等上位规划文件，划定直设区范围。

- **一级直设区** 二七广场主中心-核心商业商务特色区。
- **二级直设区** 郑东新区主中心-核心商业商务特色区、花园路副中心-商业综合服务核心、碧沙岗副中心-商业综合服务核心、东站副中心-商业综合服务核心、龙湖副中心-商业综合服务核心、福塔副中心-商业综合服务核心、航空港区公共文化服务中心-国际总部金融岛、航空港区生产性服务中心-商业片区、航空港区国际经济文化交流中心-现代商业风貌区、高新区核心板块-商业服务中心。
- **窗口直设区** 机场、火车站、客运站、高速公路收费站。

管控要求

1. 结合区域环境特征，以城市设计的思路整体构建街区环境，统筹考虑区域风貌，建筑高度、色彩、立面结构、夜景照明等因素，合理布局、设计户外广告，使户外广告与区域环境相融合，增强区域识别性，打造城市特色亮点。
2. 鼓励采用多元的展示方式，鼓励创新、创意，设置互动广告或采用互动性的广告内容，提升街区活力。
3. 地标性广告鼓励结合环境及建筑（群）特征设置地标性广告，构建区域特色，强化空间领域感。
4. 允许设置电子显示屏广告。



02 户外广告分区布局

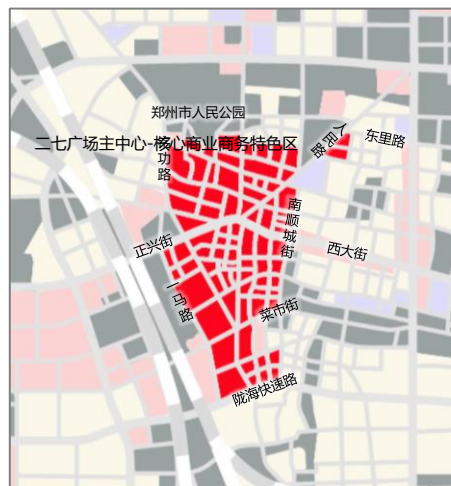
规划全域分区体系

一级宜设区

管控策略：为服务商业经济发展、提振城市活力，鼓励集中、多样化设置户外广告设施。

目标要求：对标纽约、巴黎、东京等国际著名商业街区，鼓励集中、多样化设置户外广告设施。鼓励设置互动广告或采用互动性的广告内容，提升街区活力。

容量指标要求：高度不限；同一墙面上的广告总面积不得大于该墙外立面面积的50%。



二级宜设区

管控策略：保护城市多元风貌、建筑形象的同时，以服务城市商业发展、营造城市活力为目的，适度设置户外广告设施。

目标要求：区域环境应整体有序，局部适度活力丰富。户外广告设置应突出“少而精”，侧重品质提升，通过多元参与、多种途径提升户外广告的品质和创意。

容量指标要求：高度不限；同一墙面上的广告总面积不得大于该墙外立面面积的40%。



02 户外广告分区布局

规划全域分区体系

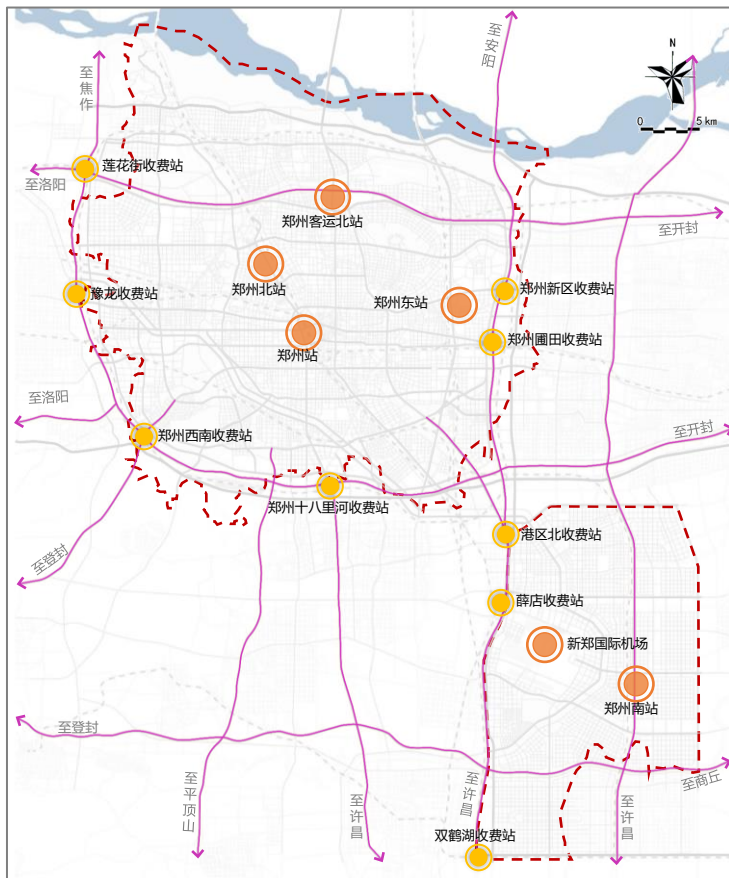
窗口直设区

范围划分：机场、火车站、客运站、高速公路出入口等窗口区域，纳入直设区，强化城市门户形象。

目标要求：公益宣传、品牌宣传的城市窗口。

控制要求：

- 1. 新郑国际机场：**对标伦敦希斯罗机场、巴黎戴高乐机场等国际知名航空港，以城市品牌宣传、创意性公益广告塑造城市地标，提升区域环境品质和可识别性，展现国际航空大都市的城市形象。
- 2. 其他节点：**
 - 鼓励结合城市文化特色设置景观雕塑式广告。
 - 鼓励挖掘城市文化特色、产业特征元素，打造广告精品。
 - 户外广告内容建议以国际一线品牌、本土知名品牌和郑州的城市主题宣传及公益宣传为主。



禁设区

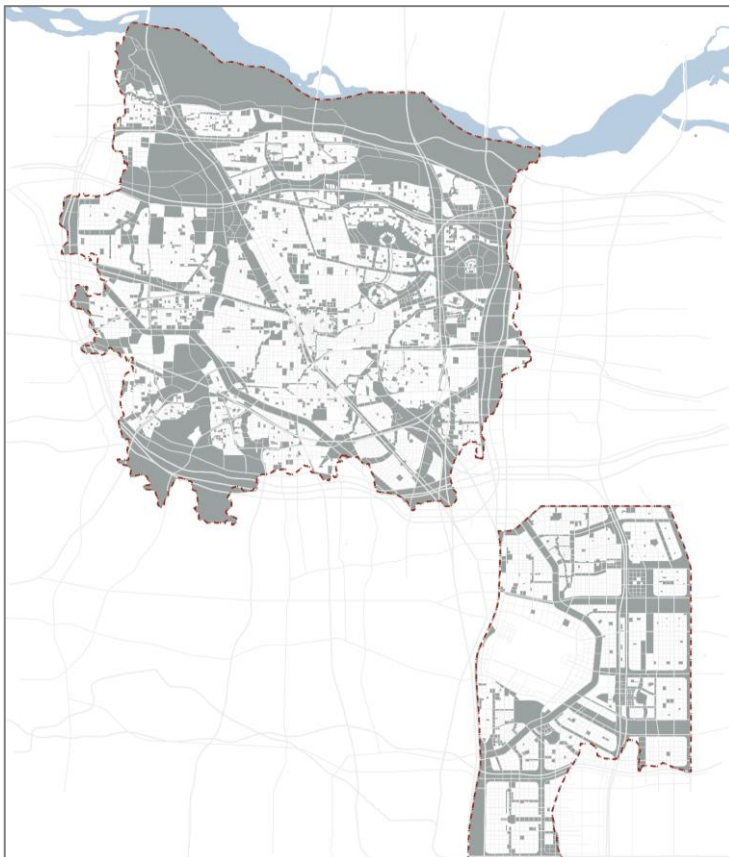
范围划分：包括商代王城历史文化区、沿黄湿地特色生态景观绿化带、南水北调中线工程生态景观绿化带等自然生态、历史文化区域以及公园绿地、防护绿地、非建设用地、行政办公用地、教育科研用地、医疗卫生用地、社会福利用地、文物古迹用地、宗教设施用地、公用设施用地。

控制要求：

禁止设置商业广告设施。

绿地、公园可结合园林景观适度设置小品、景观雕塑式的公益广告，但应结合场地特点统筹布局、精心设计。

侧重整体风貌以及区域特色的塑造，通过建筑界面、空间环境整体塑造，对户外广告设施实施风格管理。



02 户外广告分区布局

规划全域分区体系

严控区

目标要求：

塑造“整洁、有序、舒适、愉悦”的城市环境。

户外广告设施应与区域环境、建筑风貌相协调。严格管理户外广告动态，限制LED显示屏等动态广告设置。严格管理建筑底部近人空间广告设置位置、类型、数量以及夜景效果。

一级严控区：各类商业经营活动及餐饮、旅馆等服务业用地。为服务商业经济发展需求，允许少量、有序设置户外广告。

二级严控区：文化设施用地、体育用地、工业用地、物流仓储用地。为服务城市公共功能和宣传需求，严格限制户外广告设置体量、内容、数量，仅限与展览、赛事等活动或企业经营相关的广告内容，禁止设置第三方商业广告。

三级严控区：居住用地。

为保护居住生活环境，严格限制户外广告设置位置、形式、体量、数量，仅允许商业建筑及混合功能建筑的商业部分设置墙面广告。

范围划分：

除宜设区及禁设区以外的其他区域均为严控区。

容量指标要求：

一级严控区：建筑墙面超过24米以上的区域禁止设置户外广告。在建筑立面上设置的户外广告的总面积不应超过所在墙面（扣除窗户）面积的30%。

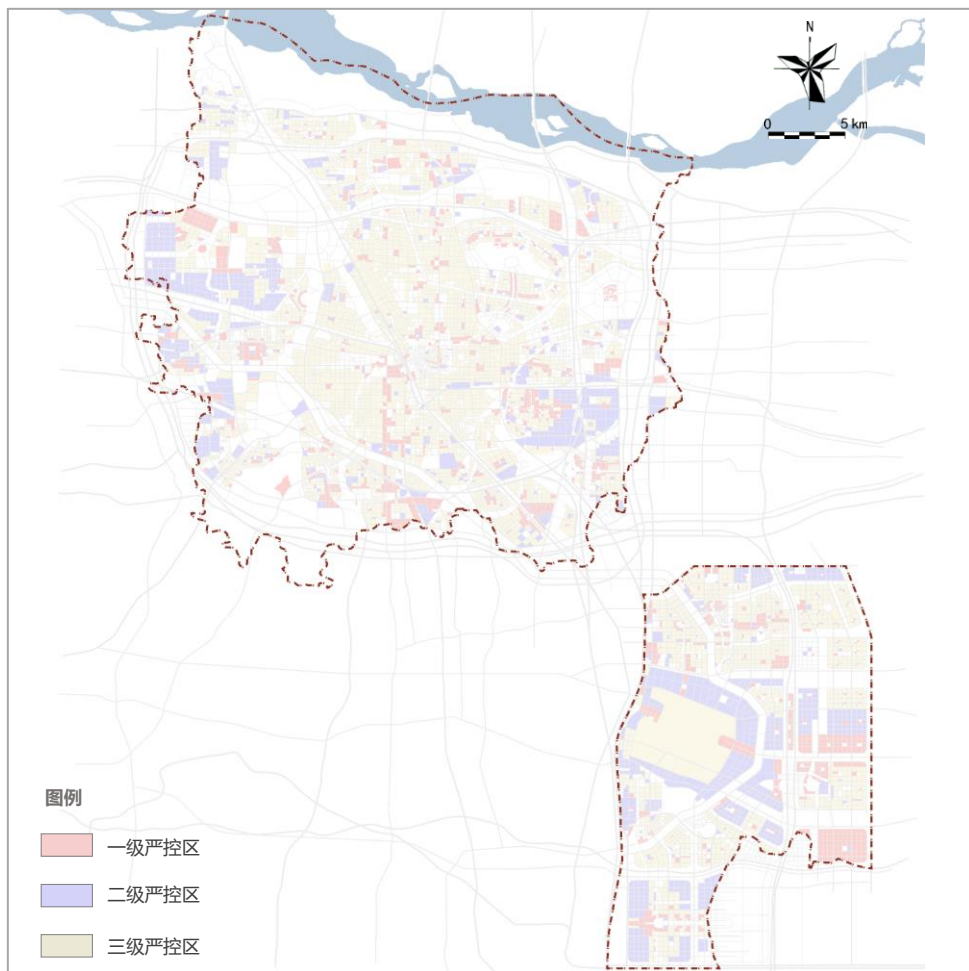
二级严控区：建筑墙面超过24米以上的区域禁止设置户外广告。在建筑立面上设置的户外广告的总面积不应超过所在墙面（扣除窗户）面积的20%。

三级严控区：建筑墙面超过24米以上的区域禁止设置户外广告。在建筑立面上设置的户外广告的总面积不应超过所在墙面（扣除窗户）面积的10%。

管控策略

保证城市整体环境品质，严格限制户外广告设施的位置、形式、数量、规格等参数，以高品质户外广告设施点缀区域环境，服务宣传展示需求。

严控区只允许商业建筑面积大于20000平米的建筑设置电子显示屏广告。



02 户外广告分区布局

特色地区特定要求

文化特色地区

商代王城遗址文化区、荥泽古城

目标要求：保护风貌，限制设置。

- 总体以限制设置户外广告为主。
- 仅允许片区范围内的配套商业设施少量设置，广告设施的形式应与周边环境、建筑风貌相结合。
- 广告设施造型、样式、风格、材质等应符合特定文化内涵及地域风情，营造整体性的传统街巷景观。

中央文化区（CCD）、郑州·二砂（文创园）

目标要求：一场一景，塑造品质。

- 户外广告设置应结合城市文化元素整体塑造，鼓励根据建筑风貌进行主题设计，成为展示郑州多元文化的窗口。
- 鼓励应用新材料、新技术进行设置，以现代时尚的展示方式宣传城市品牌文化，提升郑州的文化影响力和竞争力。
- 严格限制户外广告设置数量、密度，充分利用场地视域开阔的优势设置近人尺度的广告设施，提升区域吸引力。

大运河文化片区

目标要求：展示文化，彰显特色。

- 大运河文化片区整体限制户外广告设置，在重要道路节点可适当设置景观雕塑式的公益广告。
- 鼓励户外广告设施的造型设计采用黄河、大运河的文化元素，形成特色鲜明的城市“会客厅”。
- 广告内容应以郑州城市文化、黄河文化、文旅产业宣传等为主，充分展现郑州的文化特色、地域特征。

产业特色地区

全球人才创新创业园(龙湖北部片区、云湖大数据产业园)、经开区起步区（老工业区）、滨河国际新城核心功能区、二七区健康产业核心板块、郑州国际金贸港、金科智慧城片区，金岱科创城。

目标要求：紧扣主题，有序设置。

- 产业片区应遵循集约化、人性化的城市设计理念，以景观环境优先为主导原则，区域内户外广告应严格控制数量。
- 结合城市家具设置户外广告，在产业片区主要出入口、重要节点可结合空间环境设置景观化的落地式户外广告。
- 允许企业结合开敞空间及建筑墙面设置少量自宣型户外广告，设施造型应与区域环境相匹配。

城市形象路段

城市景观的视觉走廊，同时也是城市文化、品质和风貌的展示窗口，如中原路、商都路、紫荆山路、中州大道等具有较强风貌特征的道路。

目标要求：公益广告示范路段。

- 高品质城市形象示范区域，以公益广告展示为主，广告设施应简洁大气，匹配区域特征。
- 商业性户外广告：城市形象路段仅限商业建筑、混合功能建筑的商业部分设置；限制设置LED显示屏等动态广告，仅允许商业建筑面积大于20000平米的建筑设置；本区域内的商业广告空置期宜全部用于公益广告发布。
- 公益性户外广告：广告设施造型应以景观小品、雕塑、艺术彩绘等富有设计感的展示方式为主；LED显示屏公益广告每小时的播放时段应 $\geq 30\%$ 。

03 户外广告通则规范

基本要求

保证公共空间运行安全，协调城市景观风貌。

1. 设置户外广告必须符合国家、河南省和郑州市相关法律、法规、规章和技术标准的要求。
2. 户外广告设置禁止妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。
3. 户外广告设置不应损害城市景观、建筑物和天际线，不应破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与街道景观、建筑物及其他所依附的载体相协调。
4. 设置户外广告应与郑州市风貌相适应，与郑州市特色风貌相协调，符合城市市容环境的定位要求，与周边人文景观、自然环境、城市空间及建筑特点相协调。
5. 主管部门应在本规划划定的分区范围内组织编制街区户外广告详细规划，明确户外广告设施的点位、造型与相关设置指标；广告设施点位处于建筑上的，应遵守以下规定：
 - ① 新建建筑应将户外广告设施的位置、类型、数量与规格尺寸纳入建筑方案中统筹考虑、一体化设计，并与建筑方案同步进行审批，户外广告设置必须严格按照审批通过方案进行设置；
 - ② 现状建筑应结合建筑立面情况对户外广告进行统筹布局、一体化改造，经相关程序审核批准后严格按照改造方案实施。
6. 户外广告布局、造型设计、内容组织应符合美学原则，具有设计美感，鼓励对户外广告进行艺术化设计，鼓励能传达人文精神的、具有创意的户外广告设计和展示方式。
7. 设置户外广告宜体现继承传统和创新发展相结合，鼓励使用新技术、新媒体、新材料和新的展示方式。

安全要求

户外广告设施的设置位置、设计方案均应符合相关安全要求。

1. 责任要求：郑州市户外广告设置安全及法律责任，遵照《郑州市户外广告和招牌设置管理条例》施行。
2. 选址要求：设置于地面上的户外广告设施距离人行道应大于倒伏距离；禁止在危房或可能危及建筑物和设施安全的位置安装户外广告；设置户外广告必须符合道路交通、消防、电气、钢结构、施工安装等各项与安全相关的法律、法规、规范和技术标准的要求。
3. 设计要求：户外广告的设计者必须是具有相应设计资质的单位，其设计方案必须符合安全技术要求；户外广告设计方案中，必须具有预防大风、暴雨、雷电、地震等自然因素影响其安全的预案。
4. 设置施工要求：户外广告发布者必须选择具备相应资质的施工单位设置安装户外广告，其施工方案必须经辖区城管部门审查认可；户外广告设置单位要全方位监督施工方严格按照设计技术指标和施工方案规范施工；设置完成后，设置单位应及时向辖区城管部门申请验收，由辖区城管部门组织设置单位、技术部门或有资质的综合评估中介机构进行安全鉴定和验收。
5. 日常安全管理：设置单位对其设置的户外广告设施要经常性地维护和管理，及时进行检查、修饰和清洗，遇有大风、暴雨、雷电、地震等灾害性天气时，户外广告设置单位应根据预报，事先对其设置的户外广告进行加固或采取其他必要的安全防范措施，保证安全；设置单位在每年户外广告年审时，需提供有资质(资格)的单位所做的安全鉴定报告。

03 户外广告通则规范

照明要求

不得造成光污染，光色应与周边环境相协调。

1. 户外广告的照明方式、亮度、光色、动态应符合城市夜景照明规划的相关要求。
2. 严格控制户外广告的光污染，在面对或邻近居住建筑、医院住院部等近似功能建筑，应符合《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）中对光污染的要求。
3. 照明方式：户外广告的照明方式分为内透光、自发光和外投光三种；如采用外投光，户外广告照明的亮度均匀度 $U_1(L_{min}/L_{max})$ 应 ≥ 0.6 。
4. 照明亮度：户外广告的照明亮度应与所处区域的环境亮度相协调，不超过环境亮度的 4 倍。
5. 照明光色：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，不宜采用红色光。
6. 照明灯具：户外广告照明应选择安全、环保、节能的灯具，同时光源应具有良好的显色性，显色指数宜大于80；户外广告照明的灯具必须进行遮蔽，避免灯具与支撑结构外露。
7. 动态：户外广告禁止使用闪烁的动态光源；城市快速路、主干道沿线的户外广告禁止播放动态画面，必须采用静态刷屏方式，且每个固定画面的播放时间不应小于15秒。
8. 开闭：户外广告设施的照明应按时关闭，关闭时间不应晚于夏季22:30时，冬季22:00时；面对或邻近居住建筑或医院等近似功能建筑的户外广告设施，关闭时间不应晚于21时。

材料外观要求

材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调。

1. 户外广告的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调。
2. 户外广告的材料应选择符合国家标准、安全性能高、耐久性好、维护成本低、节能环保的非易燃材料，应符合《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）中的各项要求。
3. 户外广告不应出现外露的支架（含结构支撑，构建支架等）。
4. 户外广告应制作精良，造型美观，安装牢固。

内容要求

应符合主流价值观和社会公众的审美要求，不宜出现涉医涉药、卫生健康等类型内容。

1. 户外广告使用的文字、商标、图案等，应当符合国家有关规定，书写准确、清晰、规范、易于识别。
2. 应符合主流价值观和社会公众的审美要求，宣传、展示郑州市的城市形象、经济社会发展和城市建设成就。
3. 应以郑州市的旅游、文化、经济、产业等各方面的知名品牌、名优企业、名优产品宣传和国内外知名品牌、名优企业、名优产品宣传为主。
4. 不宜出现涉医涉药内容，不宜出现内衣、卫生健康等类型内容。

03 户外广告通则规范

色彩要求

禁止使用与交通标志、警示标识等相同的配色方案，色彩搭配应符合城市色彩规划的相关要求，与所处区域定位相符。

1. 户外广告的主色设定和色彩搭配应符合城市色彩规划的相关要求，并与所处区域的定位相符。
2. 禁止使用与交通标志、警示标识、安全标识等特殊标识相同的配色方案。
3. 处于同一建筑立面的户外广告应统一制定色彩使用方案。
4. 户外广告的主色：
 - ① 在色彩中占据面积最多的色彩，不应使用高饱和度的色彩作为户外广告的主色；
 - ② 户外广告的色彩应与所处街区和所附着建筑的功能定位、景观氛围整体色调相协调，同一展示画面中使用色彩不宜超过3种；
 - ③ 不宜使用所附着建筑主色的对比色相，建议使用同色相或近似色相，并保持明度和饱和度协调；
 - ④ 当同一个建筑立面设置超过2个户外广告时，所有广告的主色宜使用同色相或近似色相，并保持明度和饱和度协调。
5. 户外广告规划点缀色：点缀色即点缀画面的色彩，是画面中占据面积比例最小的颜色，以主色的对比色互补色为主，善于打破整体视觉效果，起到烘托气氛、衬托风格的作用，往往被称为点睛之笔。
6. 本规划保护全球或全国连锁企业的通用配色标准，但当其处于风景名胜區、历史文化街区、特色风貌区、文物保护单位或附着于历史建筑、传统风貌建筑时，则必须根据环境要求进行相应调整。

公益广告要求

公益广告的发布比例不得低于30%，商业广告空置期应全部用于公益广告发布。

1. 本规划范围内，公益广告所占户外广告总面积的比例不应小于30%。
2. 禁止利用公益性户外广告点位发布商业广告。
3. 户外广告设施版面空置时间超过15天的，广告设置单位应当以公益广告补充。
4. 严格控制公益性户外广告的设置，须符合以下情形：
 - ① 利用已有商业广告设施，按照预先约定时间或比例发布；
 - ② 利用灯杆、电杆、施工围墙（挡）等设施发布临时性公益广告，其设置要求还应符合临时性户外广告的设置要求。
5. 利用商业广告设施发布公益广告的应符合以下要求：
 - ① 商业广告空置期应全部用于公益广告发布；
 - ② 当河南省、郑州市举办重大活动时，各类广告媒介均有义务配合刊播公益广告。
6. 公益性户外广告设施应由户外广告主管部门实施统一审批、统一管理。
7. 严格控制公益性户外广告设置的位置、尺度、造型、材质，应结合空间景观环境进行设置。
8. 公益性户外广告的内容、画面应精心组织，设计应具有视觉美感，能体现时代审美特点，突出城市特色。