三门峡市城市管理局

关于起草《三门峡市户外广告和招牌设置管理办法（草案送审稿）》的有关说明

为了响应市委、市政府关于创建文明城市的精神，进一步规范城区户外广告和招牌设置管理，保持市容市貌的整洁美观，三门峡市城市管理局起草了《三门峡市户外广告和招牌设置管理办法（草案送审稿）》（以下简称《办法》）。

现根据《中华人民共和国立法法》《国务院规章制定程序条例》《三门峡市政府规章制定程序规定》的要求，对《办法》作如下说明：

一、立法的必要性

近几年来，由于没有实行户外广告统一管理，户外广告管理混乱，缺乏前置把关，弱化后期监管，户外广告管理陷入乱批乱设的无序状态，城区户外广告设置出现档次不高、标准不一、形式杂乱等问题。加之户外广告管理涉及多个部门，由于缺乏统一协调的管理机制，致使日常管理工作各行其事、相互扯皮，严重影响了户外广告管理的整体效能。因此，建立统一管理机制是规范广告管理的当务之急。

一是加快整改，保障创建文明城市通过验收的需要。我市城区户外广告、尤其是店招店牌设置杂乱无序、标准不一、视觉效果差，给人以眼花缭乱的感觉。为此，作为城市户外广告管理综合职能部门，必须严格管理规范、统一技术标准、强化综合整治，将城区户外广告设置问题逐一整改到位，大力提升城市形象，为创文工作的顺利开展提供有力保障。

二是为了解决执法难，进一步规范我市户外广告设置。现行的户外广告管理方面的法律、法规，内容较为宏观，对出现的新问题、新矛盾既没有明文规定，又没有化解之道，致使在现实管理中无据可依、突击管理、被动管理现象突出，这必然会给我市的市容管理、广告产业、城市形象造成负面影响。

三是挖掘城市空间资源潜力，提高经济效益的需要。城市空间资源存在很大的经济潜力，在强化户外广告管理同时，一方面可以促进规范管理，另一方面可以提高空间资源的经济价值。

综上所述，通过制定实施《三门峡市户外广告和招牌设置管理办法》，进一步完善管理机制、明确管理要求、细化设置标准，可以有效加强户外广告管理，规范户外广告设置，更好地提升城市形象、改善人居环境、促进经济发展。

二、制定《办法》的可行性

**（一）《办法》与上位法不相抵触。**

《办法》主要通过户外广告的设置规划、设置管理、建设和维护管理、公共资源的有偿使用、违规现象的处罚实现户外广告的全面管理。《办法》没有与之一脉相承的上位法，与部分相关的上位法，如《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国行政许可法》、《中华人民共和国行政处罚法》及国家有关政策也不相抵触。

**（二）《办法》未超越地方立法权限。**

《立法法》第七十二条规定：“设区的市人民代表大会及其常务委员会根据本市的具体情况和实际需要，在不同宪法、法律、行政法规和本省、自治区的地方性法规相抵触的前提下，可以对城乡建设与管理、环境保护、历史文化保护等方面的事项制定地方性法规”，《办法》主要涉及城乡建设与管理方面，属地方立法权限范畴。

1. **《办法》符合三门峡客观实际。**

户外广告林立曾是城市繁荣的标志，随着人们审美观念的转变，文明意识的提高，杂乱无章、无序设置、缺少统一规划的广告牌不但看起来不美，而且成了城市的“顽疾”，严重影响市容市貌，造成视觉污染。我市的户外广告数量多、设置乱、商业广告多、公益广告少等问题比较突出；店铺招牌的体量、色彩、高度不协调、不美观，招牌与广告牌的功能不甚明确，一些商店甚至把整个门面贴满了广告；有的广告严重干扰影响居民生活，有的存在一定的安全隐患，极大地影响了城市的整体形象。因此该办法草案规定，而且对户外广告的维护等方面都有要求，符合三门峡目前的客观实际。

**（四）其他地方有可借鉴。**

在国家层面户外广告管理方面没有专门立法，省内《郑州市户外广告和招牌设置管理条例》《驻马店市城市户外广告和招牌设置管理办法》《许昌市户外广告设置管理办法》等其他地区的立法及实施情况，为我市《办法》的起草提供了可借鉴经验。

三、《办法》的立法依据

《办法》制定依据：《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国治安管理处罚法》《中华人民共和国政府信息公开条例》等法律法规,参考《城市户外广告和招牌设施技术标准》《中华人民共和国城市容貌标准》等技术标准，借鉴《郑州市户外广告和招牌设置管理条例》《驻马店市城市户外广告和招牌设置管理办法》等外地户外广告管理的先进经验制定。

四、《办法》起草过程

市城管局为解决长期以来由于受执法主体不明确、法律依据不充分等情况的影响，使我市的户外广告管理工作存在执法手段不足、执法底气不足等现象，研究制定《办法》。三门峡市城市管理局成立《办法》立法起草工作小组，由党组书记、局长徐红梅任组长。积极与公安、市场监管、交通运输、自然资源和规划、住房和城乡建设等部门对接，并对省内外户外广告管理方面的法规进行收集，收集了国内其他地区户外广告管理相关立法资料，并出台印发《办法》立法工作实施方案。

通过充分调查研究，根据《中华人民共和国立法法》的有关规定，撰写了基本框架，于2023年7月起草了办法草案初稿，在《三门峡日报》和市城管局官网全文刊发，公开征集社会公众意见，并向各县（市、区）人民政府、城乡一体化示范区和开发区管理委员会以及市直有关部门征求意见。2023年8月7日向各县（市、区）城管部门、相关企事业单位征求意见。2023年8月16日召开了由广告专家、法律专家和有关单位参加的论证会，对办法草案初稿作进一步分析论证。在上述工作基础上，结合我市实际，经局领导班子集体研究，形成了《三门峡市户外广告和招牌设置管理办法（草案送审稿）》。

五、《办法》的主要内容

《办法（草案送审稿）》六章三十三条，分别为：总则、 设置规划、设置管理、建设和维护管理、法律责任、附则。涉及广告的设置条件、日常管理、公共资源的有偿使用、违规现象的处罚等各个方面，较为系统、全面的对我市今后户外广告的设置情况做出了规范。

第一章总则（共五条）。主要规定了立法目的、适用范围、管理对象、工作原则、部门职责。

第二章设置规划（共四条）。主要规定了设置规划的职责、设置规划内容、设置规划的禁设区、严控区内容。

第三章设置管理（共十三条）。主要规定了户外广告和招牌的设置期限、查处、公示，户外广告设置的有偿使用、公益广告的设置要求。

第四章建设和维护管理（共四条）。主要规定了户外广告许可的变更和延续、户外广告和招牌的维护、管理。

第五章法律责任（共六条）。主要针对一些禁止性规定相应设置了法律责任。

第六章附则（共一条）。规定了办法的实施日期等。

六、关于法律责任

《办法》根据《行政许可法》《城市市容和环境卫生管理条例》的授权，对擅自设置户外广告、未按许可内容设置户外广告等行为规定了法律责任，对《安全生产法》中关于生产经营者安全管理、日常维护责任等规定进行了细化，规定了户外广告设施和招牌设置人未履行安全管理或者日常维护责任的法律责任。参考《公益广告促进和管理暂行办法》和外地市的有关做法，对广告设置者未按照规定发布公益广告的行为规定了法律责任。上述规定没有与上位法相抵触的内容，有利于保障本《办法》的实施。

以上《办法》及其起草说明，请予研究。