

ICS 65.020
CCS B 65

DB4403

深 圳 市 地 方 标 准

DB4403/T 309—2023

电梯广告投放管理规范

Specification for the delivery management of elevator advertisement

2023-01-12 发布

2023-02-01 实施

深圳市市场监督管理局

发布

目 次

前言	II
引言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 总则	2
5 技术要求	2
5.1 参数	3
5.2 材质	3
5.3 安全	3
6 投放要求	3
6.1 基本要求	3
6.2 资质查验	4
6.3 内容审核	4
6.4 安装	4
6.5 声光	4
6.6 信息安全	5
7 管理要求	5
8 维护保养要求	5
附录 A（资料性） 主流电梯广告设施推荐参数	7
附录 B（资料性） 投诉处理登记表	9
参考文献	10

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规则起草。

本文件由深圳市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：深圳市市场监督管理局、深圳市标准技术研究院。

本文件主要起草人：郑德华、潘宇亘、吴钧、吕勇、吴序一、李海林、包丽娟、韩静、丁泽林、王丽娟、周威杰、秦晓红、管茹茹。

引 言

为加强我市电梯广告管理，解决电梯广告乱象相关问题，采取更加严格的标准、更加有效的措施、更加科学的手段，加强源头监管，建立长效监管机制，提升管理水平，促进电梯广告健康有序发展，推动深圳城市文明建设，特制定本文件。

电梯广告投放管理规范

1 范围

本文件规定了电梯广告的总则、技术要求、投放要求、管理要求以及维护保养要求。
本文件适用于深圳市电梯广告的投放、管理和维护保养工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 7588.1—2020 电梯制造与安装安全规范 第1部分：乘客电梯和载货电梯
GB/T 16895.3 低压电气装置 第5-54部分：电气设备的选择和安装 接地配置和保护导体
GB/T 22240 信息安全技术 网络安全等级保护定级指南
GB 50016 建筑设计防火规范
GB 50052 供配电系统设计规范
GB 50054 低压配电设计规范
HJ 410 环境标志产品技术要求 文化用纸
HJ 2516 环境标志产品技术要求 投影仪
HJ 2541 环境标志产品技术要求 胶粘剂
HJ 2542 环境标志产品技术要求 胶印油墨
DB4403/T 226—2021 电梯运行监测系统技术规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

广告主 advertiser

为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告（3.2）的自然人、法人或者其他组织。

3.2

广告 advertisement

由广告主（3.1）提供的用来作产品和业务宣传的内容，基于文本、图像或视频，用于对用户产生影响，使用户产生购买行为的信息。

3.3

电梯广告 elevator advertisement

广告主（3.1）自行或者委托他人在电梯轿厢、候梯厅、大堂，通过平面、多媒体等载体发布的商业广告和公益广告。

3.4

广告经营者 advertisement operator

接受委托提供广告（3.2）设计、制作、代理服务的自然人、法人或者其他组织。

3.5

广告发布者 advertisement publisher

为广告主（3.1）或者广告主委托的广告经营者（3.4）发布广告（3.2）的自然人、法人或者其他组织。

3.6

电梯使用单位 elevator use manager

依法履行电梯使用管理职责的单位。

注1：电梯委托物业服务单位或者其他单位管理的，受委托单位为使用单位。

注2：电梯未委托其他单位管理的，如电梯属于单一产权人，该产权人为电梯使用单位；如电梯属于多个产权人，约定其中一个产权人为电梯使用单位，其他产权人承担连带安全管理责任。

注3：新安装电梯未移交的，项目建设单位为使用单位。

4 总则

4.1 电梯广告应遵循公序良俗，积极传播正确的价值观，弘扬向上向善正能量。

4.2 电梯轿厢加装广告设施的，施工人员应在加装前与电梯维保单位确认其不影响电梯的正常运行及安全性能，并在电梯维护人员和物业服务企业工作人员的陪同和指导下进行作业，同时满足以下要求：

- a) 不遮挡或干扰有关标志、指南指示、操纵按钮、显示界面及通话、通讯设施、智能控制、应急救援等；
- b) 不设置于电梯层门和轿门上。

4.3 候梯厅、大堂加装广告设施的，施工人员应在物业服务企业工作人员的陪同和指导下作业，不影响楼道的正常通风、采光以及消防安全。

4.4 电梯轿厢内加装广告设施而导致轿厢自重超过制造单位预留装饰重量或累计增加质量超过额定载重量的5%的，属于电梯改造，应在施工前进行施工告知，并经检验检测机构检验合格后，方可投入使用。

4.5 电梯广告设施的数量、播放音量、播放内容、尺寸、屏幕亮度、设置高度、色调和材质应根据空间实际大小、业主或物业使用人意见、区域功能和装修等因素统一规划、整体设计、合理布局，与所依附的建筑物及周围环境相协调。电梯广告设施的数量宜设置为：

- a) 轿厢内安装的广告设施不超过3个，且居民住宅区域每部电梯多媒体载体不超过1个；
- b) 轿厢外安装的广告设施数量与电梯数量比例不大于1:1。

4.6 广告发布者应积极配合发布突发事件预警信息，不额外收取发布费用。发布的突发事件预警信息时长不计入公益广告发布时长。

4.7 广告发布者应履行公益广告发布义务，不额外收取发布费用，并根据自身实际情况加大对公益广告投放的支持力度。具体要求如下：

- a) 平面广告设施在审批设置期限内，免费发布的公益广告一个自然年度累计不应少于30日，并且公益广告的版面比例不低于所在版面的25%；
- b) 电子广告设施在审批设置期限内，免费刊播的公益广告时长不应少于刊播总时长的10%，且在08:00~20:00时段内播放的公益广告条次不低于全天公益广告条次的50%。

4.8 电梯广告设施应使用环保、防火、防潮、防霉、防腐、自熄、绝缘、耐久和易清洁的材料，保障安全、整洁和美观。

4.9 电梯广告设施宜采用节能设计和技术，减少电梯广告的碳排放。

5 技术要求

5.1 参数

按电梯广告载体分类，划分为平面广告设施和电子广告设施。主流电梯广告设施推荐参数见附录A。

5.2 材质

5.2.1 应提供相应的出厂证明、检测报告、环保报告或符合性声明。

5.2.2 使用的纸张应符合 HJ 410 的要求。

5.2.3 使用的胶印油墨应符合 HJ 2542 的要求。

5.2.4 使用的胶粘剂应符合 HJ 2541 的要求。

5.2.5 使用的投影仪应符合 HJ 2516 的要求。

5.2.6 使用密度板底的应断层均匀、木制纤维紧密。

5.3 安全

5.3.1 电梯广告设施边缘应为弧度角或做好安全防护，防止划伤。

5.3.2 平面广告设施外框与底板应紧密牢固，使用铝压条的，应切口平整无毛刺、不易变形、紧贴板面、有效保护背板。

5.3.3 平面广告设施底板应装铜螺丝帽，避免造成滑牙或脱落。

5.3.4 平面广告设施底板应均匀涂抹玻璃胶，确保安装的设施牢固。

5.3.5 电子广告设施的电气设计应符合 GB 50016、GB 50052、GB 50054 的要求。

5.3.6 电子广告设施应满足 DB4403/T 226—2021 中 8.3.7 的有关规定。

5.3.7 设置于候梯厅、大堂等地面的广告设施应做防滑、耐磨处理。

6 投放要求

6.1 基本要求

6.1.1 广告主、广告经营者、广告发布者之间在广告活动中应订立书面合同。

6.1.2 广告发布者进行广告位租赁应与业主或经业主大会授权/追认的物业服务企业签订正式的书面合同，并明确有关广告经营和发布的条款内容以及双方的权利义务等。

6.1.3 广告经营者、广告发布者应公布其收费标准和收费办法。

6.1.4 广告发布者向广告主、广告经营者提供的覆盖率、收视率、点击率、发行量等数据应真实、准确，科学投放电梯广告，有效避免投诉事件的发生。

6.1.5 广告主委托设计、制作、发布广告，应委托具有合法经营资格的广告经营者、广告发布者。

6.1.6 对证明文件不全或内容不符的广告，广告经营者、广告发布者不应提供设计、制作、代理、发布服务。

6.1.7 广告经营者、广告发布者应建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。

6.1.8 广告经营者、广告发布者承接广告业务时，应进行登记并建立台账，包括但不限于以下信息：

- a) 委托人；
- b) 联系人；
- c) 联系电话；
- d) 广告类别；
- e) 主要内容（代理及发布时适用）；
- f) 投放区域；
- g) 数量；

- h) 预计费用;
- i) 承接人员;
- j) 登记日期。

6.1.9 电梯广告设施展示面应清晰标明下列信息:

- a) 设施经营单位、广告发布者名称及联系电话;
- b) 设施编号;
- c) 投诉举报渠道。

6.2 资质查验

广告经营者、广告发布者承接广告业务或发布广告前,应依据相关法律、行政法规查验证明材料。

6.3 内容审核

广告发布者发布广告前,根据《中华人民共和国广告法》第二章的内容进行重点审核,并建立广告黑名单机制,对文字、台词大胆露骨、视觉、听觉冲击强烈等广告内容进行管理。

6.4 安装

6.4.1 电梯广告设施应安装牢固可靠、避免脱落。电梯轿厢加装的广告设施,安装强度还应能承受载人(货)电梯的特殊工况而不松脱或掉落,如电梯轿厢急停、轿厢安全钳制动、轿厢撞击缓冲器等。

6.4.2 涉及电梯改造、修理施工应由电梯制造单位或者其委托的依照《中华人民共和国特种设备安全法》取得相应许可的单位进行;施工作业人员应按照国家有关规定取得相应资格。

6.4.3 施工作业人员在安装作业时,应使用卷尺、红外线笔等专业测量工具,电梯广告设施宜与所在轿壁(墙体)中心线重合,下沿离地高度110 cm~135 cm。轿厢内加装的广告设施宜避免安装在正对层门的轿壁。

6.4.4 需要在轿壁上开孔的,直径不应大于10 mm,开口无锐边,开孔后的轿壁强度满足GB/T 7588.1—2020中5.4.3.2.2的要求。广告发布者应于撤场时,将已开孔的轿壁恢复原状。

6.4.5 电梯主开关不应切断电梯轿厢内电子广告设施的供电。电梯轿厢内电子广告设施供电考虑电梯轿厢电源容量,不过载,供电电源接地符合GB/T 16895.3的要求。

6.4.6 电子广告设施的取电应符合GB/T 7588.1—2020中5.10.7的要求。侯梯厅、入口大堂等空间的电子广告设施不应向消防设施等供电线路取电。

6.4.7 电子广告设施的配线及导线安装应符合DB4403/T 226—2021中8.5.4的要求。

6.4.8 施工单位应建立符合DB4403/T 226—2021中8.5.5要求的安装文件档案,并备份予电梯使用单位及维护保养单位。

6.5 声光

6.5.1 轿厢内、侯梯厅、大堂的电子广告设施分别满足以下要求:

- a) 轿厢内的电子广告设施宜静音;若设置音量,应满足以下要求:
 - 1) 居民住宅电梯轿厢内的电子广告设施08:00~20:00音量不高于40分贝,20:00~次日08:00音量不高于30分贝;
 - 2) 商业体及办公楼电梯轿厢内的电子广告设施08:00~20:00音量不高于50分贝,20:00~次日08:00音量不高于40分贝。
- b) 侯梯厅的电子广告设施全天音量不应高于40分贝;
- c) 大堂的电子广告设施08:00~20:00音量不应高于55分贝,20:00~次日08:00音量不应高于40分贝。

6.5.2 电子广告设施因音量问题造成投诉的，广告发布者应采取下列措施：

- a) 满足远程操作条件的，立即调整音量或静音；
- b) 不满足远程操作条件的，在24小时内响应。

6.5.3 电子广告设施应安装亮度调节装置，科学控制亮度。

6.6 信息安全

6.6.1 具备信息系统的广告发布者或受广告发布者委托的信息系统运营单位应按照 GB/T 22240 的要求确定并使用相应安全保护等级的信息系统，同时开展信息系统的安全建设并登记备案。

6.6.2 广告发布者宜使用内部管理系统推送、发布广告，用于内部管理系统的电脑、服务器、移动设施、数据线路等应专配专用。

6.6.3 电脑、服务器、移动设施、数据线路等专用设施应安装防火墙或杀毒软件，做好日常维护升级，并设定密码定期更换，不使用无关的软件、光盘、U 盘等，保障网络系统、应用平台及数据库的硬件和软件安全。

6.6.4 广告发布者利用其他非专用电脑、服务器等对电子广告设施进行调试时，应事先切断与设施显示终端的信号，避免操作失误造成不良影响。

6.6.5 广告发布者应建立投放内容监察及应急处置机制；电子广告设施宜具备一键断网下刊功能。

7 管理要求

7.1 广告经营者、广告发布者应配备专业的广告审查部门或人员，安排电梯基础知识、专业知识、信息安全、法规标准知识及实操能力等相关的培训和手册，培训对象包括但不限于：

- a) 销售人员；
- b) 广告审查部门或广告审查员；
- c) 法务人员；
- d) 审核流程相关的其他人员。

7.2 电梯广告设施设置前，广告发布者应委托具有相应安全检测资质的第三方机构进行安全检测，形成安全检测报告并录入电梯安全档案，按照主管部门相关规定提交备案。安全检测不通过时，广告发布者应立即停止使用，并根据实际情况采取加固或拆除等安全防范措施。

7.3 广告经营者、广告发布者应明确相应的内设机构负责投诉处理事宜，建立投诉处置工作机制、流程、规范以及归档，并明确相关人员的职责。不适宜单独设立内设机构的，广告经营者、广告发布者的最高级别管理者应直接负责或指派专人负责投诉工作。

7.4 广告经营者、广告发布者接到投诉应及时受理、实时登记，并做好后续的沟通、反馈、回访工作。投诉处理登记表见附录 B。

7.5 对于需要转办的投诉，广告发布者应向投诉者说明，并在得到其理解与确认后，做好转办、跟踪、反馈工作。

7.6 对于投诉者不愿提供与个人隐私有关的登记内容，广告经营者、广告发布者应予以尊重和理解。

7.7 广告经营者、广告发布者应及时登记已投放电梯广告的备案记录，备案记录保存时间不少于 2 年。

8 维护保养要求

8.1 广告发布者负责维护保养或委托其他单位进行维护保养的，应派遣具备相应电梯基础知识、专业知识、法规标准知识及实操能力的胜任人员定期对电梯广告设施进行日常巡视、维护、保养工作，发现隐患及时修复，在确保设施安全的同时，记录使用状况并将移交电梯使用单位备案。

- 8.2 电梯广告设施应每年进行一次防腐、防潮保养。当设施存在裂痕、螺栓松动等情况，应及时进行修补及紧固。
- 8.3 电梯广告设施应保持整洁、完好。发现字迹污损、残缺、面板老化褪色等情况，应及时清理、维护或更换；灯光显示不完全、残缺破损的，应及时断电停止使用并修复。
- 8.4 平面广告设施不应在原有的电梯广告上叠加架构、面板，在替换广告画布时，应拆除原有画布。
- 8.5 电子广告设施的检验检测宜根据 DB4403/T 226—2021 中 9.3.16 的要求进行。

附 录 A
(资料性)
主流电梯广告设施推荐参数

A.1 主流平面广告设施推荐参数

表A.1给出了主流平面广告设施的推荐参数。

表A.1 主流平面广告设施推荐参数

单位为毫米

材质	外径	画面	可视	边框宽度	边框厚度
PVC	891×410	891×410	861×390	10	0.9
	790×410	790×410	772×390	10	0.9
ABS塑料	220×330	215×325	180×290	20	12
	320×430	298×420	264×374	28	15
	450×600	425×575	390×540	29	20
	500×700	480×680	440×640	30	20
	600×800	560×760	540×740	33	22
亚克力	600×800	595×795	590×787	10	20
铝合金	450×600	440×590	402×552	24	20
	450×605	433×585	430×581	9	15
	525×700	515×690	477×652	24	20
	600×800	595×795	590×787	10	20
		588×790	552×752	24	20

A.2 主流电子广告设施推荐参数

表A.2给出了主流电子广告设施的推荐参数。

表A.2 主流电子广告设施推荐参数

类别	裸机外框尺寸 mm	屏幕尺寸 mm	分辨率 dpi	工作电压 V	额定功率 W	净重 kg	
LCD 智能 屏	单屏	577×275×20	432×234	1920×1080	12	30	4.5
		340×220×28	294×165×338	1600×900	220	12	1.5
		662×341×28	520×291	1366×768	220	40	6.2
		742×435×35	695.5×391	1920×1080	220	60	11.5
		849×439×30	695.5×391	1920×1080	220	60	11.5
		292.33×636.66×33	584×245.7	1080×2560	220~240	23	6.6
		452.3×757.8×39.3	697.4×391.9	1080×1920	220~240	46	9.7

表 A.2 (续)

类别		裸机外框尺寸 mm	屏幕尺寸 mm	分辨率 dpi	工作电压 V	额定功率 W	净重 kg
LCD 智能 屏	双 屏	612×270×20	大屏: 406×206 小屏: 129×211	大屏: 1366×768 小屏: 1280×800	12	30	6.1
		612×274×25	大屏: 409×230 小屏: 135×216	大屏: 1366×768 小屏: 1280×800	12	28	5.1
		640×278×20	大屏: 432×234 小屏: 131×234	大屏: 1366×768 小屏: 1920×1080	12	30	5.5
		687×311×20	大屏: 476×268 小屏: 256×144	大屏: 1920×1080 小屏: 1820×1080	12	32	6.1
		710×278×20	大屏: 432×234 小屏: 198×234	大屏: 1920×1080 小屏: 880×1080	12	35	6.5
		276.1×632.9×23	大屏: 410×230 小屏: 234.7×132	大屏: 1366×768 小屏: 1920×1080	220~240	24	4.2
	大屏: 410×230 小屏: 216.6×135.4						
	三 屏	574×509×30	大屏: 526.5×296 小屏1: 255×142 小屏2: 255×142	大屏: 1920×1080 小屏1: 1920×1080 小屏2: 1920×1080	220	40	8.8
		652×591×30	大屏: 605×343 小屏1: 292×163 小屏2: 292×163	大屏: 1366×768 小屏1: 1920×1080 小屏2: 1920×1080	220	40	8.8
	LCD 智 能 机	单 屏	750×1960×100	1209.6×680.4	1920×1080	220	82
双 屏		523×540×19	主屏: 477×268 条屏: 477×89	主屏: 1920×1080 条屏: 1920×360	220	50.2	9.6
		644×557×21	主屏: 598×336 条屏: 598×112	主屏: 1920×1080 条屏: 1920×360	220	64.4	13
		764.5×658.7×26.5	主屏: 697.4×391.85 条屏: 698.8×130.2	主屏: 1920×1080 条屏: 1920×360	220	67.5	18

附 录 B
(资料性)
投诉处理登记表

投诉处理登记表见表B.1。

表 B.1 投诉处理登记表

设施编号		设施地址	
投诉人姓名		联系方式	
投诉内容			
诉求			
受理情况	受理人： 受理日期：		
核实结果	核实人： 核实日期：		
处理意见	处理人： 处理日期：		
回访情况	回访人： 回访日期：		

参 考 文 献

- [1] GB/T 10058—2009 电梯技术条件
 - [2] GB 22337—2008 社会生活环境噪声排放标准
 - [3] GB/T 34146—2017 电梯、自动扶梯和自动人行道运行服务规范
 - [4] GB 55016—2021 建筑环境通用规范
 - [5] DB11/T 1274—2015 LED广告屏应用技术规范
 - [6] 全国人民代表大会. 中华人民共和国民法典：第十三届全国人民代表大会第三次会议. 2020
 - [7] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国广告法：中华人民共和国主席令第八十一号. 2021
 - [8] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国特种设备安全法：中华人民共和国主席令第四号. 2013
 - [9] 国家工商行政管理总局. 广告管理条例实施细则：国家工商行政管理总局令第58号第四次修订. 2011
 - [10] 国家工商行政管理总局，国家互联网信息办公室工业和信息化部等. 公益广告促进和管理暂行办法：国家新闻出版广电总局令第84号. 2016
 - [11] 国家广播电影电视总局. 广播电视广告播出管理办法：国家新闻出版广电总局令第61号. 2009
 - [12] 中华人民共和国公安部，国家密码管理局等. 关于印发《信息安全等级保护管理办法》的通知：公通字[2007]43号. 2007
 - [13] 国家市场监督管理总局. 市场监管总局关于调整《电梯施工类别划分表》的通知：国市监特设函[2019]64号. 2019
 - [14] 深圳市人民代表大会常务委员会. 深圳经济特区电梯使用安全若干规定：深圳市第六届人民代表大会常务委员会公告（第一九六号）. 2020
 - [15] 深圳市城市管理和综合执法局，深圳市交通运输局. 深圳市城市管理和综合执法局关于公布《深圳市户外广告设施设置指引》的通告：深城管[2021]124号. 2021
-