

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划（2021-2030）

—— 文本、图集、说明书

上海复旦规划建筑设计研究院有限公司

2022.11

文本

# 目录

第一章 总则.....	1
第一条 规划目的.....	1
第二条 规划依据.....	1
第三条 规划期限和规划范围.....	1
第四条 规划原则.....	1
第五条 指导思想.....	3
第六条 规划目标.....	3
第二章 城市户外广告和招牌设施分类.....	3
第七条 户外广告设施的分类.....	3
第八条 户外招牌设施的分类.....	4
第三章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导.....	5
第九条 开放设置区.....	5
第十条 一般控制设置区.....	6
第十一条 严格控制设置区.....	6
第十二条 禁止设置区.....	7
第四章 道路交通边界户外广告设施分类控制与引导.....	8
第十三条 道路交通边界控制分类.....	8
第十四条 各路段边界分类汇总表及引导措施.....	9
第十五条 集中展示路段.....	9
第十六条 适量控制路段.....	9

第十七条 引导设置路段.....	9
第十八条 禁止设置路段.....	9
第十九条 高速公路沿线户外广告规划与引导.....	9
第五章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导.....	11
第二十条 城市景观节点.....	11
第二十一条 城市门户节点.....	11
第二十二条 特色商业节点.....	12
第二十三条 特色建筑节点.....	12
第二十四条 高立柱广告设施控制引导.....	13
第六章 规划实施管理.....	14
第二十五条 建构筑物上的户外广告设施.....	14
第二十六条 公共设施上的户外广告设施.....	14
第二十七条 地面上的户外广告设施.....	14
第二十八条 移动式户外广告设施.....	15
第二十九条 电子显示屏广告.....	15
第三十条 字幕式电子走字屏.....	15
第三十一条 其他类型户外广告设施.....	16
第三十二条 建筑标识.....	17
第三十三条 店招标牌.....	18
第三十四条 公益性户外广告设施.....	19
第三十五条 禁止设置规定.....	20

第三十六条 规划实施管理控制有关规定 .....	21
第三十七条 信息化管理 .....	21
第七章 近期建设规划.....	22
第三十八条 近期建设目标 .....	22
第三十九条 近期整治实施策略 .....	22
第四十条 近期整治实施措施 .....	22
第八章 附则.....	22
第四十一条.....	22
第四十二条.....	22
第四十三条.....	22

# 第一章 总则

## 第一条 规划目的

为加强对户外广告和招牌设施的管理，规范户外广告和招牌的秩序，充分利用城市公共空间资源，塑造城市特色品牌，提升城市环境品质，充分发挥户外广告和招牌在经营城市、建设城市、美化城市中的作用，特此编制《启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划》（以下简称“本规划”）。

## 第二条 规划依据

### （1）法律法规

《中华人民共和国城乡规划法》（2019年修订）

《中华人民共和国广告法》（2018年修订）

《广告管理条例》（国务院国发[1987]94号）

国务院《特殊标志管理条例》（1996年）

国务院《城市容貌和环境卫生管理条例》

《江苏省城市容貌和环境卫生管理条例》

《南通市市区户外广告设施和店招牌设置管理办法》

### （2）标准规范

《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011）

《城市容貌标准》（GB50449-2008）

《城市户外广告设施技术规范》（CJJ/T149-2021）

《公益广告促进和管理办法》

《江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范》（DGJ32/J146-2013）

### （3）相关规划

《启东市国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》

《启东市城市总体规划》（2012—2030年）

《启东市国土空间规划近期实施方案》

《启东市城市绿地系统规划》

《启东市城市色彩规划》

现行的其余法律法规、标准规范及相关规划。

## 第三条 规划期限和规划范围

本规划的规划期限为2021-2030年，其中近期规划期限为2021-2025年，远期规划期限为2026-2030年。

本规划的规划范围与启东市城市总体规划确定的中心城区建设用地范围保持一致。

## 第四条 规划原则

城市户外广告和招牌设施作为城市建成环境的一部分，兼具社会价值和经济价值。随着现代城市的发展，户外广告和招牌设施经济价值逐步凸显，在经济效益的促进下，户外广告和招牌设施设置的密度越来越大，广告的数量越来越多，广告的规模甚至突破了城市环境的点缀功能，成为城市建筑物的主体。为了净化城市环境、理顺城市空间、还原城市形象、提升城市品位，必须对城市户外广告和招牌设施进行控制和管理，降低户外广告和招牌设施的数量和密

度、提升户外广告和招牌设施的品质和质量，结合城市的历史文化、地方特色设置户外广告和招牌设施，充分展现城市的个性和特征。

#### （1）整体协调原则

户外广告应与建筑、公园、绿化、景观等城市环境保持协调，不能为了广告的显眼，而利用加大广告设施的尺寸、采用夸张的色调等手法吸引受众眼球。同一区域的户外广告在空间上应保持整体协调，体现空间特色，提高空间的可识别性和个性化。

#### （2）减量提质原则

结合最新户外广告和招牌设施设置标准和规范，加强对现状户外广告和招牌设施的整治、提升，逐步拆除违规设置的户外广告和招牌设施，减少城市中户外广告的数量。通过规划的引导，突出户外广告的装饰效果，以国际化、高品质为目标打造城市户外广告。

#### （3）多样创新原则

鼓励户外广告和招牌设施的个性化、多样化和创新性，结合启东历史文化、城市特色、景观环境，创造符合区域特征并具备独特性的户外广告和招牌设施，凸显城市的特征，宣传和推广城市的文化。采用新媒体、新形式、新技术及新材料，提升户外广告和招牌设施的艺术性和视觉效果。

#### （4）安全美观原则

户外广告和招牌设施设置应当树立安全第一的原则，通过对照明形式、设计位置及其与交通设施的间距进行严格控制，降低户外广告对交通安全的影响。通过对户外广告和招牌设施位置、造型、材质、视距、色彩、照明方式等

的引导控制，提升户外广告和招牌设施的高档次、高质量、高品味。

#### （5）景观性原则

户外广告和招牌设施是城市景观中不可缺少的元素，商业地标与户外广告和招牌设施的完美结合表达着一种特有的城市区域精神。在户外广告和招牌设施设置规划中，鼓励采用新的技术手段和造型方式，用现代化的户外媒体形式和户外媒体技术塑造现代化的都市形象。

#### （6）环境保护原则

户外广告和招牌设施详细规划和建设应当保护和改善城市生态环境，防止污染和其他公害，保护现有绿地、行道树和古树名木，提高城市绿化水平，加强环境卫生和市容建设，鼓励使用新能源和节能环保材料，促进户外广告和招牌设施与城市建设和谐发展。

#### （7）可操作性原则

户外广告和招牌设施的设置与规划，要结合城市户外广告和招牌设施的现状，做到合理、理性、别具城市特色。户外广告和招牌设施设置规划的设计是多方配合，互相交流，共同努力的成果，应具有很强的操作性。

## 第五条 指导思想

规划立足于《启东市国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》的城市发展定位。以上位规划、相关标准规范为户外广告和招牌设施设计导则，坚持整体规划与彰显启东城市特色并重，品质提升与总量控制并重，地域特色与文化内涵并重，构建启东市户外广告与招牌设置的现代治理体系。

## 第六条 规划目标

本规划以整体协调、减量提质、多样创新、安全美观为基本目标，提升城市品质品味、凸显城市形象特色、美化城市视觉环境、展现城市人文魅力为发展目标；遵循减量提质的原则，以“提升品质、凸显特色”为目标，打造体现启东“长三角北翼大港、北上海江海新城”的国际化、高品质的启东市户外广告和招牌设施规划体系。

## 第二章 城市户外广告和招牌设施分类

### 第七条 户外广告设施的分类

户外广告设施为在城镇建（构）筑、交通工具等载体的外部空间，城市道路、各类场地及城镇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，以及其它用于展示、宣传的设施。

户外广告设施分为建（构）筑物上的户外广告设施户外广告设施分为建（构）筑物上的户外广告设施、公共设施上的户外广告设施、地面上的户外广告设施、移动式户外广告设施、其他类型户外广告设施。

建（构）筑物上的户外广告设施：设置在建（构）筑物外墙面、顶部的各类户外广告设施。包括屋顶户外广告设施、平行于墙面设置的户外广告设施、垂直于墙面设置的户外广告设施。

公共设施上的户外广告设施：设置在道路两侧和公共场所的灯杆、电杆、公交车站牌、候车亭、报刊亭、电话亭、阅报栏、画廊、自动售货机、自行车棚等公共设施上的各类户外广告设施。

地面上的户外广告设施：直接设置在地面上的各类户外广告设施。包括立杆式户外广告设施、底座式户外广告设施、大型落地户外广告设施、大型高立柱户外广告设施。

移动式户外广告设施：设置在移动交通工具或飞艇、气球等升空器具上的户外广告设施，包括车辆上设置的户外广告设施、船舶上设置的户外广告设施及空中移动户外广告设施。

实体围墙（围挡）上的户外广告：设置在实体围墙、工地围挡上的户外广告设施。

其他类型户外广告设施：除上述类型之外的其他类型户外广告设施。

户外广告设施分类

建（构）筑物上的户外广告	地面上的户外广告	公共设施上的户外广告	移动式户外广告	实体围墙（围挡）广告	其它类型户外广告
灯箱广告	大型高立柱广告	路灯杆附属广告	机动车、非机动车车体广告	围墙广告	条幅广告
橱窗广告	立杆式广告	公交服务亭广告	船体广告	工地围挡广告	
贴膜广告	实物造型广告	垃圾箱、变电箱附属广告	飞艇、气球等空中广告		
媒体墙广告	底座式广告				
投影广告					
字幕式电子显示屏					
电子显示屏广告					
涂饰广告					

### 第八条 户外招牌设施的分类

户外招牌为单位和个人在建（构）筑物、设施及场地上设置用于表明单位名称（标识）的招牌、标牌、灯箱、实物造型等设施。

户外招牌按性质分类为建筑标识和店招标牌；按载体分类为墙面上的户外招牌和地面上的户外招牌。其中墙面上的店招标牌分为镂空式招牌、牌匾式招牌、灯箱式招牌、平板式招牌、组合墙面式招牌；地面上的店招标牌分为落地式标识、组合落地式招牌。

建筑标识：用于表明各类建筑物的名称、机关团体、企业事业单位的名称、标识等的户外招牌，主要设置于建筑实体墙面。

落地式标识：用于表明各类建筑物的名称、机关团体、企业事业单位的名

称、标识等的户外招牌，主要设置于用地红线内。

镂空式招牌：采用镂空字的形式依附于建筑外墙面设置的店面招牌。

灯箱式招牌：以箱体形式平行墙面设置的店招标牌，常用内打光形式设置。

牌匾式招牌：以牌匾形式设置的门店招牌，一般设置于历史街区等。

组合落地式招牌：以灯箱或者镂空字的形式，设置于商业区位置的红线内。

组合墙面式招牌：以灯箱或镂空字的形式，设置于实体墙面的建筑墙身。

户外招牌分类

户外招牌	地面上的户外招牌	组合落地式招牌
		落地式标识
	墙面上的户外招牌	镂空式招牌
		灯箱式招牌
		牌匾式招牌
		平板式招牌
		组合墙面式招牌
		建筑标识

### 第三章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导

本规划对城市土地利用、功能结构、综合交通进行分析，将规划区分为开放设置区、一般控制设置区、严格控制设置区和禁止设置区；通过四大功能分区对城区户外广告和招牌设施进行控制与引导。

规划区户外广告设施控制区域划分

户外广告设施控制区域划分	用地控制类别	用地控制类别
开放设置区	I类用地	主要为城市商业地段，是城市人流最多、最能体现规划区日益繁荣的商品经济和商业活动多样性的地区，主要包括繁华商业区、大型交易中心等。 对应城市用地：商业用地 B1 (B11\B12\B13\B14)。
一般控制设置区	II类用地	主要为休闲娱乐区，是城市人群停留时间较长，最能体现规划区日益提升的生活品质的地区。 对应城市用地：娱乐康体用地 B3 (B31)。
	III类用地	主要为城市商务活动聚集地段，主要包括金融保险、非行政办公集中区及艺术传媒产业区等。 对应城市用地：商务用地 B2 (B21\B22\B29)
	IV类用地	主要指体现规划区城市门户形象的对外窗口地区，包括城市交通枢纽、入城节点、景观大道、旅游接待、文化设施、体育场馆等地区。 对应城市用地：交通设施用地 S (S1\S2\S3)、文化设施用地 A2、体育用地 A4。
严格控制设置区	V类用地	主要为各类工业区、仓储物流区和部分市政公用设施用地、医疗用地、广场、社会停车场用地等。 对应城市用地：工业用地 M (M1\M2)、仓储用地 W (W1\W2)、共用设施用地 U、医疗用地 A5、广场用地 G3、社会停车场用地 S42。
	VI类用地	设置区域：主要为规划范围内集中成片的居住用地，居住用地内的商业中心片区可按 II 类用地的要求进行控制；居住用地内的公共服务设施用地则按区域内的建筑功能进行分类后控制。 对应城市用地：居住用地 R (居住区内部的非商业区域只能设置公共信息标识，禁止设置商业广告)。
禁止设置区	VII类用地	党政机关、学校的教学区、绿地、风景名胜、文物古迹、宗教、军事、外事等不得设置户外广告设施的地段，以及对城市设施功能、城市景观、重要景观视线节点、居住生活环境等会产生严重影响的区域，禁止设置商业性户外广告设施。 对应城市用地：行政办公用地 A1、教育科研用地 A35、文物古迹用地 A7、其他公共设施用地 A9 (宗教活动，社会福利院)、公园绿地 G1、防护绿地 G2、水域及其他用地 E。

### 第九条 开放设置区

开放设置区一般是城市商业比较发达的商业地段、专业市场等，是城市人流最多、最能体现社会日益繁荣的商品经济和商业活动多样性的区域。在符合户外广告和招牌设施设置规范的前提下，规划鼓励在该区域设置多样化的户外广告和招牌，高效集约的利用城市空间，塑造有自己特色的户外广告和招牌，构建繁荣丰富的城市景观区域。

规划目标为通过对户外广告和招牌设施的引导，集中体现城市的特色、烘托城市热闹、繁华的商业氛围。鼓励户外广告和招牌设施的创新，集中展示现代化、国际化和精品化的城市形象。

控制用地类型：

B1 类商业用地。

户外广告和招牌类型：灯箱广告、橱窗广告、媒体墙广告、投影广告、电子显示屏广告、实物造型广告；建筑标识、落地式标识、箱体式招牌、组合落地式招牌、组合墙面式招牌。

具体控制：

原则：鼓励采用新材料、新技术设置户外广告，条件允许的商业建筑可设置媒体墙广告，并兼顾户外广告的昼夜效果，提升城市商业氛围。

(1) 户外广告和户外招牌设施的图案效果应具有现代特色风格，色彩搭配应与市容环境和建筑风格相协调。

(2) 兼顾区域内户外广告和店招牌设施的昼夜效果，采用节能环保材料，实现户外广告和招牌设施生态化、低碳化。

(3) 建议商业氛围浓厚区域沿街设置连续的橱窗广告，照明时间持续到晚上停业以后。

(4) 适当结合景观小品设置精品落地式广告，提升区域商业氛围；店招牌则应体现现代化、个性化。

## 第十条 一般控制设置区

一般控制设置区是城市文化娱乐比较发达、城市重要出入口等地区，城市人流相对集中，沿主街道布置的文化、娱乐、康养区，且广告对居民的生活产生影响的区域。在符合户外广告和招牌设施设置规范的前提下，规划鼓励在该区域设置城市宣传、文化宣传等户外广告，展示城市的文化底蕴。

规划目标为集中体现精致、和谐、特色、开放的城市形象。鼓励户外广告和招牌设施韵律协调、有节有序、美观大方。

控制用地类型：

商务设施用地B2、娱乐康体用地B3、公用设施营业网点用地B4、文化设施用地A2、体育用地A4、综合交通枢纽用地S3。

户外广告和招牌类型：电子显示屏广告、实物造型广告；建筑标识、落地式标识、箱体式招牌、组合落地式招牌、组合墙面式招牌。

具体控制：

原则：鼓励采用带有文化元素的造型广告，在展示商业广告的同时，突出城市文化。

1) 商业广告形式应与城市文化结合，建议在地块绿地、广场采用实物造型形式设置。

2) 电子显示屏广告只用于发布区域相关信息、城市宣传广告、公益广告，原则上不允许发布商业广告。

3) 户外广告和户外招牌设施的形式、色彩、材质等应与区域环境协调。

4) 区域内商业广告避免设置闪耀的发光广告，减少广告对环境的破坏。

## 第十一条 严格控制设置区

严格控制设置区是指户外广告和招牌设施对城市景观形象、城市建筑形象、设施使用功能等产生较大影响的用地。这类区域应该严格控制户外广告和招牌设施的形式以及设置密度。

规划目标为打造简洁明快，管控严格的办公环境、庄重严肃的办公环境、舒适宁静的生活环境、风景优美的生态环境。

控制用地类型：

居住用地 R、工业用地 M (M1/M2)、物流仓储用地 W (W1/W2)、公用设施用地 U、医疗卫生用地 A5、广场用地 G3、除综合交通用地外的交通设施用地 (S1/S2/S4/S9)。

户外广告和招牌类型：灯箱广告、实物造型广告；建筑标识、落地式标识、箱体式招牌、组合墙面式招牌、组合落地式招牌。

具体控制：

原则：严格控制户外广告和招牌设施的数量和形式；户外广告设施数量不宜过多，内容主要以宣传为主；有序合理的控制户外招牌的数量和形式。

1) 区域内户外广告内容主要以宣传为主，不宜安排其他类型商业广告。

2) 提倡采用绿植、雕塑等实物造型广告，增加广告景观属性。

3) 住宅区的户外广告设施体量不宜过大，以景观小品为主；区域内商业节点可适当设置商业广告。

4) 区域内户外广告和户外招牌设施设置亮度不宜过高，破坏区域的整体环境。

## 第十二条 禁止设置区

禁止设置区是指党政机关、学校的教学区、绿地、风景名胜、文物古迹、宗教、军事、外事等不宜设置户外广告设施的地段，以及对城市设施功能、城市景观、重要景观视线节点、居住生活环境等会产生严重影响的区域，禁止设置户外广告。

规划目标为打造一个庄重严肃、干净整洁的建筑环境，确保景观的连续性和完整性。重点保护该区域的生态环境和建筑风貌，彰显该区域重要的地位。

控制用地类型：

行政办公用地 A1、教育科研用地 A3、社会福利设施用地 A6、文物古迹用地 A7、外事用地 A8、宗教设施用地 A9、公园用地 G1、防护绿地 G3、水域及其他用地 E。

户外广告和招牌类型：实物造型广告；建筑标识、落地式标识、箱体式招牌。

具体控制：

原则：禁止设置商业广告，在特定位置允许设置少量公益广告；允许设置建筑标识，严格控制店招标牌的数量和形式。

1) 户外招牌的色彩、材质、亮度、形式应与周边环境相协调。

2) 提倡采用绿植、雕塑等实物造型广告，增加广告景观属性。

3) 重要景观界面可将城市宣传广告、公益广告植入景观小品内。

4) 城市宣传广告、公益广告在条件允许的情况下，可适当设置在绿地中。

## 第四章 道路交通边界户外广告设施分类控制与引导

依据城市总体规划对道路交通等级和道路周边用地的性质分类，将城市道路的交通等级与道路周边用地性质相叠加，将道路交通边界分为集中展示路段、适量控制路段、引导设置路段、禁止设置路段四种控制类型。

### 第十三条 道路交通边界控制分类

#### (1) 道路要素

依据城市总体规划的城市快速路、主干路、次干路和支路四个等级，将城市道路分为 A、B、C、D 四类。

#### (2) 用地要素

依据《城市用地分类与规划建设用地标准》(GB50137-2011)，将道路周边用地分为四类，代表道路周边不同用地性质分类。

**I 类用地：**行政办公用地 A1、教育科研用地 A3、社会福利设施用地 A6、文物古迹用地 A7、外事用地 A8、宗教设施用地 A9、公园用地 G1、防护绿地 G2、水域及其他用地 E。

**II 类用地：**居住用地 R、工业用地 M(M1/M2)、物流仓储用地 W(W1/W2)、公用设施用地 U、医疗卫生用地 A5、广场用地 G3、除综合交通用地外的交通设施用地(S1/S2/S4/S9)。

**III 类用地：**商务设施用地 B2、娱乐康体用地 B3、公用设施营业网点用地 B4、文化设施用地 A2、体育用地 A4、综合交通枢纽用地 S3。

**IV 类用地：**商业用地 B1。

根据不同的道路及用地，将道路交通边界户外广告设施设置分为不同的控

制类型。集中展示路段编号范围：B-IV，C-IV，D-IV；适量控制路段编号范围：A-III，A-IV，B-III，C-III，D-III；引导设置路段：A-II，B-II，C-II，D-II；禁止设置路段编号范围：A-I，B-I，C-I，D-I。

道路等级	用地性质	集中展示路段	适量控制路段	引导设置路段	禁止设置路段
A	I				√
A	II			√	
A	III		√		
A	IV		√		
B	I				√
B	II			√	
B	III		√		
B	IV	√			
C	I				√
C	II			√	
C	III		√		
C	IV	√			
D	I				√
D	II			√	
D	III		√		
D	IV	√			

#### **第十四条 各路段边界分类汇总表及引导措施**

本规划分别对集中展示路段、适量控制路段、引导设置路段、禁止设置路段提出相对应的控制指导措施。

#### **第十五条 集中展示路段**

集中展示路段主要是城市商业集中的路段，应尽量以科技含量高的现代化广告设施为主，如LED电子显示屏、激光投影广告等，此外要兼顾户外广告和招牌设施的夜景观，位于该路段的户外广告和招牌设施都要有夜间照明，以达到充分烘托商业地区繁华商业氛围的目的。

#### **第十六条 适量控制路段**

适量控制路段适当控制户外广告和招牌设施的密度，在保证整体和谐统一的前提下突出亮点。

#### **第十七条 引导设置路段**

控制设置路段内严格控制广告数量及设施类型，不提倡设置纯商业的户外广告，允许设置户外招牌，但在色彩和形态上要严格控制，不得出现与路段整体环境不协调的户外广告和户外招牌类型。

#### **第十八条 禁止设置路段**

禁止设置路段允许设置公交候车亭附属广告和自行车停车棚附属广告，户外招牌体量尽量小且亮化要弱，景观式落地标识可适当设置。

#### **第十九条 高速公路沿线户外广告规划与引导**

##### **(1) 布局原则**

高速公路户外广告设施拥有全时段发布、收视时间长、时间分配佳、接触率、准确到达率高、广告独享和排他性、载体相对稳定、成本低、消费群体较高等优势。规划应遵循“限制总量、规划设置、提高档次、科学管理、美化城市、促进经济”的原则，同时还应当对布局实施严格控制，才能保证优质资源的充分利用。

高速公路广告设施的设计风格、造型、色调、体量、形式应与城市氛围及周围景观相协调，并符合启东市景观、环保、交通、园林绿化等方面法律法规和专业规范的要求。

##### **(2) 布局规划**

###### **1) 互通区域**

互通匝道是高速公路的交通枢纽，在公路交通中起着至关重要的作用。互通匝道在地理位置上有很大的优势，一般为车流减速在20km-40km间或静止地段，使得受众有足够的时间注意到其传达的信息，传播效果极佳。

立交桥匝道位于两条路的交汇处，车辆行驶速度相对较慢。此地段信息传播受众面广，因此受众视线停留时间较长，广告信息传达效果好。

以上位置可合理设置双面或三面高立柱广告。

###### **2) 重要节点区域**

在高速公路的沿线重点的地区尤其是一些大型桥梁、大面积山体护坡地区，可以考虑在这些重要的节点地区，集中设置户外广告设施。

### 3) 服务区

高速公路服务区大多拥有停车休息、餐饮、加油、汽车修理四大功能，为大量来往车辆提供便利服务，服务区内人车停留时间长，视野开阔，无干扰，广告到达率高。可以在服务区内合理设置多种类型的户外广告设施。

#### 4) 广告牌设置间距要求

高立柱双面或者三面广告牌设置间距原则上高速公路主线单侧应不小于1000米，最小不得小于规范要求。

高速公路收费站区和服务区内广告设施的数量应当符合下列要求：

I. 采用大型单柱式双面或者三面广告牌形式的，主线收费站区单侧不超过4个；匝道收费站区（含收费站所在互通区）不超过6个；服务区单侧不超过4个。

II. 采用单面墙式广告牌形式的，单侧不超过5个。

III. 采用中央分隔带灯箱广告形式的，间隔不小于15米。

#### 5) 禁止设置广告区域

I. 除高速公路收费站区、服务区以外的高速公路用地。

II. 高速公路建筑控制区。

III. 高速公路中央分隔带。

IV. 可能遮挡高速公路交通标志、交通信号、监控探头的区域。

V. 互通式立交区域内的跨线桥梁。

VI. 交通事故易发路段和重要交通标志设置点同侧200米前的范围、互通式立交桥区域主线前后200米范围内路段。

VII. 平曲线半径小于500米的路段内侧。

VIII. 竖曲线半径小于6500米的凸型曲线顶点前后200米范围。

IX. 可能破坏高速公路景观的区域。

## 第五章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

### 第二十条 城市景观节点

#### (1) 特点

自然景观与城市景观交融的界面，以自然景观为主，城市景观穿插点缀于自然画卷中。户外广告和招牌设施应以景观化为第一原则，展示“城市第二道风景线”的独特魅力。

#### (2) 规划目标

体现启东江海明珠、海派新城的风貌。户外广告和招牌设施应作为自然景观的点缀，结合城市夜景照明，展示“江海交融，城景一体”的和谐氛围。

#### (3) 代表地段

市民广场、蝴蝶公园等。

#### (4) 户外广告和招牌设施控制要求

##### 1) 户外广告设施要求

允许在入口处设置落地式建筑标识，结合城市家具、建筑小品设置公益广告；允许在指定的广场绿地设置以城市文化宣传为主的实物造型广告，展示城市文化底蕴。

##### 2) 户外招牌设施要求

户外招牌设施应以景观化为标准，不得破坏城市环境；店招牌可适当照明，但亮度不宜过高，应保持与自然环境的协调。

### 第二十一条 城市门户节点

#### (1) 特点

启东市对外交通的重要节点，建筑形式现代大气，以大体量建筑和高层建筑为主，枢纽周边公共空间较多，尺度较大，承接了大量人流、车流。

#### (2) 规划目标

体现启东的城市会客厅形象。户外广告和招牌设施设置应融入启东元素，体现启东特色，形成“时尚、简约、有序、韵味”的整体氛围。

#### (3) 代表地段

启东客运站、启东站等。

#### (4) 户外广告和招牌设施控制要求

##### 1) 户外广告设施要求

允许结合城市家具、建筑小品设置城市宣传广告；允许在指定的广场绿地设置以城市文化宣传为主的实物造型广告，展示城市文化底蕴。

##### 2) 户外招牌设施要求

户外招牌设施应以文化展示为标准，不得破坏城市环境；店招牌应整体设计，可适当融入城市文化元素。

## 第二十二条 特色商业节点

### (1) 特点

基本位于城市新建核心区域，拥有超大的空间尺度、丰富多变的街道空间，是城市户外广告展示的核心区域。

### (2) 规划目标

展现中心城区活力多样、和谐相融的城市整体形象。广告设置应根据中心城区建筑整体风貌特征，结合建筑立面整治，烘托“舒适、和谐、统一”的生活氛围。

### (3) 代表地段

文峰大世界、天鼎购物广场等。

### (4) 户外广告和招牌设施控制要求

#### 1) 户外广告设施要求

在与建筑立面不冲突的情况下，允许在高层建筑顶层实体墙面设置镂空发光字建筑标识，鼓励设置新颖的灯箱广告、媒体墙广告，增加商业氛围。绿地、广场原则禁止设置商业广告，结合重大活动、节日允许在广场设置临时实物造型广告。

#### 2) 户外招牌设施要求

户外招牌设施应以高品质、高质量、国际化为标准，店招牌建议个性化设计，体现商业区独特的商业氛围；店招牌采用主动照明的形式，兼顾昼夜效果。

## 第二十三条 特色建筑节点

### (1) 特点

新型特色建筑是城市的公共建筑和城市地标，是城市的标志性建筑。建筑造型比较新颖、多采用现代化的设计，通常用大体量或大跨度结构。

### (2) 规划目标

体现城市地标的品质，以户外广告设施为点缀，使其成为具有旅游观赏价值的新地标，提升城市的环境质量。

### (3) 代表地段

启东市政府、启东电视塔等。

### (4) 户外广告和招牌设施控制要求

#### 1) 户外广告设施要求

具有观赏性的地标，可在地标区域内绿地、广场以景观小品的形式设置城市宣传广告、公益广告；具有商业、商务办公的高层建筑可在裙房合适位置设置灯箱广告、塔楼上设置媒体墙广告。

#### 2) 户外招牌设施要求

户外招牌设施应以不破坏城市环境为标准，店招牌可适当照明，但亮度不宜过高，应保持与自然环境的协调。

## 第二十四条 高立柱广告设施控制引导

控制要求：

（注：为减少财政支出，高立柱广告拆除可分期、分段进行；对存在较大安全隐患的必须立即拆除，其余高立柱广告可到期后拆除。）

控制要求	道路等级			
	快速路	主干道	次干道	高速公路
尺寸（≤m*m）	5*15	5*15	5*15	6*18
相邻最小间距（≤m）	400	400	300	500
高度	高立柱广告设施牌面下缘距离地面高度不得小于 10m，整体高度不宜超过 22m。			
色彩	不宜采用饱和度过高的颜色。			
安全距离	设施外缘不得侵入人行道或高架道路，距离人行道、建筑物不得小于倒伏距离。			
强制要求	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 符合道路、交通等相关部门法规规范，严禁设置在道路限建区内；</li> <li>2. 城市中心区内严禁设置大型高立柱户外广告设施；（城市中心区是指西至西苑路、东至丁仓港路、南至沿江公路、北至华龙路）；</li> <li>3. 大型高立柱广告设施使用年限内每年应进行安全检测；</li> <li>4. 广告设施不得设置在隧道体及隧道两端下沉地段两侧，不得设置在桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上，不得设置在道路两侧限建区内。</li> </ol>			

## 第六章 规划实施管理

### 第二十五条 建构筑物上的户外广告设施

商业建筑灯箱广告只能设置于裙房部分，面积不得超过其依附的裙房部分立面正投影面积的 30%，且厚度小于 0.5m；建筑物玻璃幕墙不宜设置户外广告；户外广告不得超出建筑物轮廓，不得遮挡窗户和线脚。

非商业建筑不得在墙身设置户外广告。

### 第二十六条 公共设施上的户外广告设施

#### (1) 公交服务亭附属户外广告

1) 附属属于公交候车亭、公共自行车亭的固定位置，除此以外不得在其他位置设置。

2) 每个站点广告数量原则上不得超过 4 个（块），特大站、枢纽站最多不超过 6 个（块）且同时需满足行车道路宽度 $\geq 40$  米。

3) 公益广告发放不得低于广告总量的 30%，位于禁止设置区范围内公交服务亭附属户外广告仅可用于公益宣传。

4) 单个广告牌高不得大于 1.5m，宽不得大于 3.5m。

#### (2) 路灯杆附属户外广告

原则上不得在路灯杆上设置户外广告设施；在国庆节等国家重大庆典日，可在路灯杆上悬挂国旗。

#### (3) 垃圾箱、变电箱附属户外广告

禁止在垃圾箱、变电箱等设施上设置户外广告设施。

### 第二十七条 地面上的户外广告设施

#### (1) 底座式户外广告

1) 宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50 m<sup>2</sup> 的广场（空地）不得设置底座式户外广告设施。

2) 底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为 0.5m-1m。

3) 底座式户外广告设施的总高度应小于 3m。底座占地面积应小于 1 m<sup>2</sup>，宽度应小于 1.5m，高度应与宽度相协调。

4) 底座式户外广告设施单面面积应小于 2.5 m<sup>2</sup>，厚度应小于 0.5m；广告设施间距大于 60m。

#### (2) 立杆式户外广告

原则上不允许设置立杆式户外广告，在城市重要商业街区可结合特色造型设置立杆式户外广告。

#### 设置要求：

1) 宽度小于 3m 的街区道路不得设施立杆式户外广告设施。

2) 立杆式广告设施牌面（单面）面积应小于 2 m<sup>2</sup>，任意一边长度应小于 2m，厚度应小于 0.3m。

3) 立杆式户外广告设施牌面底部距离地面高度应大于 3m。

4) 立杆式户外广告设施间距应大于 50m。

#### (3) 高立柱广告

城市建城区内不宜设置大型高立柱户外广告设施，城市中心城区严禁设置

大型高立柱户外广告设施。

在城市外围如高速公路沿线可按照规范要求，适当设置高立柱户外广告设施。

设置要求：

1) 广告设施牌面下檐距离地面高度应大于 10m。

2) 广告设施牌面外缘不得侵入道路，距离道路应大于倒伏距离。

3) 广告设施牌面可以采用双面体或三面体结构；柱体可以采用单柱式或多柱式，柱体颜色宜采用银灰色。

4) 大型高立柱广告设施使用年限内每年应进行安全检测。

## **第二十八条 移动式户外广告设施**

(1) 除轨道交通车辆、公共汽电车、出租车，其他车辆严禁设置经营性户外广告。

(2) 车头、玻璃车窗等位置严禁设置户外广告设施；广告设施的颜色应与车体颜色协调。

(3) 除客渡船、旅游客船，其他船舶严禁设置经营性户外广告。

(4) 利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告设施，不得影响船行安全。

(5) 设置空中移动广告设施涉及航空安全管理的，应符合国家的有关规定。

## **第二十九条 电子显示屏广告**

(1) LED 电子显示屏广告宜在开放设置区设置；一般控制设置区和严格控

制设置区内需经过主管部门组织特别论证后方可设置。

(2) 商业营业面积小于 1 万平方米的建筑不得设置面积大于 80 平方米的大型 LED 电子显示屏广告设施。LED 电子显示屏广告设施的个数不得超过建筑人流出入口的数量。

(3) 道路沿线 LED 电子显示屏广告设施设置高度（底部下缘距离地面的距离）不宜低于 10 米，后退道路红线不宜小于 15 米。

(4) 建筑依附的电子显示屏广告必须与建筑立面整体设计、安装，且不得影响建筑的采光通风和消防安全。

(5) 在城市广场或开敞性绿地内设置的 LED 电子显示屏广告设施面积大小应与设置的场地环境相匹配，面积大于 1 万平方米的场地仅允许设置一个大于 80 平方米的大型 LED 电子显示屏广告设施。面积小于 1 万平方米的场地，不允许设置大型电子显示屏广告。

(6) 在商业区及其周边设置的 LED 电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 1000cd/m<sup>2</sup>；在其他地区设置的 LED 电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 400cd/m<sup>2</sup>；电子显示屏应具备按照日照强度变化调节显示亮度的功能。

(7) 电子显示屏应严格控制使用时段，在大型和集中的商业区及其周边设置的电子显示屏使用时段应控制在早上 7 点 30 至晚上 10 点之间。

## **第三十条 字幕式电子走字屏**

法院、医院、派出所、学校等公共管理与公共服务功能的建筑可结合建筑外墙面设置字幕式电子走字屏；底层店面宽度超过 9 米的多开间银行建筑、大型商铺可结合门楣或店招牌下方设置字幕式电子走字屏。

设置要求：

(1) 商业功能建筑门面小于 9 米的店铺不得设置字幕式电子走字屏。

(2) 宜设置在店招标牌的下方，且距离地面应保证至少 2.5 米的通行高度，不得悬空设置。

(3) 高度不宜超过 0.6m，其长度不宜超过店面长度的 2/3。

(4) 服装店、杂货店等零售商铺不得设置字幕式电子走字屏。

(5) 一家单位、店铺仅允许设置一块字幕式电子走字屏。

(6) 字幕式电子走字屏仅可用于发布自身经营性内容和公益信息发布，且公益广告发布时长不得小于总时长的 25%。

(7) 字幕式电子走字屏宜采用黑底红字或黑底白字。

(8) 滚动字幕不宜过亮，避免形成光污染。

### 第三十一条 其他类型户外广告设施

(1) 投影广告

投影广告仅可设置于城市商业综合体、商业街区等商业氛围浓厚区域。

投影广告（包括投影器材）的位置、大小、色彩应与建筑立面造型、建筑照明效果有机结合。

(2) 橱窗广告

1) 橱窗设施不得凸出墙面，妨碍行人的安全。

2) 不得超过橱窗外框。

3) 橱窗广告应尽可能同一界面连续设置。

4) 仅允许设置具有商品形象的三维形体的广告，不能空置、堆放杂物或张

贴平面广告。

5) 橱窗的照明时间必须持续到晚上停业以后。

6) 专业商场、专业市场的橱窗广告应进行整体设计，与外立面妥善结合，并进行日间和夜间形象同时设计。

(3) 贴膜广告

1) 原则上不宜设置小型贴膜广告。大型商场在开业或庆典活动时，可向管理部门申请在主入口幕墙上设置临时性贴膜广告，并在规定时间内拆除。

2) 仅允许设置与开业、庆典活动相关内容的广告。

3) 不得影响所依附建筑物主体的肌理和整体造型，应选用高品质材质，提高贴膜广告的设置水平。

(4) 围挡广告

1) 施工场地围墙附属户外广告仅允许设置在红线范围内，不得侵占道路空间，影响通行安全；镂空围墙不得设置户外广告；文保单位、历史建筑围墙允许设置文化墙。

2) 实体围墙附属户外广告高度不得超过围墙高度，宽度不得大于围墙柱墩之间的实墙面，突出墙面的距离不得超过 0.1 米；空地、施工地的临时围墙

（围挡）广告必须依附实体围墙建设，主城区工地围挡要求高度 2.5 米以上，且不得大于 4 米，其他地段要求在 2 米以上，且不得大于 6 米。

3) 工地围挡附属广告的应有三分之一的版面用来发布商业广告、三分之一的版面用来发布公益广告，三分之一版面留白。

#### (5) 实物造型广告

大型商业综合体、商场、专业市场、公园、广场可结合场地内的小品、雕塑、绿化等设置实物造型广告，也可直接设置落地式实物造型广告。

设置要求：

1) 不得影响人行道空间内其它设施及建筑物、构筑物的使用，并避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响；设置在场内商业步行空间的实物造型广告，其步行街宽度不得小于 5 米，且距离人行道宽度不得小于 3 米。

2) 广告总高度不得大于 2.4 米，宽度不得大于 1.5 米，占地面积应控制在 2 平方米以内。结合植物设置的实物造型广告不能影响植物生长和整体美观为原则，广告占植物外表面的面积不能超过 10%。

#### (6) 媒体墙附属广告

- 1) 主要设置于商业商务集中地区；
- 2) 媒体墙设置不得影响建筑物正常使用；
- 3) 不得影响周边居民日常生活；
- 4) 其余管理要求按照启东市详规专项规定执行。

### 第三十二条 建筑标识

#### (1) 带裙房高层建筑

当高层建筑为独立产权时，高层建筑主楼实体墙面可设置建筑标识。建筑标识宜采用镂空字形式，横向或纵向设置，鼓励采取夜间照明措施。横向设置建筑标识宽度不应大于建筑宽度的二分之一；纵向设置建筑标识高度不应大于建筑高度的四分之一。

当高层建筑高度超过 100m，建筑标识单个字的高度不得超过 5m；

当高层建筑高度在 60-100m，单个字的高度不得超过 4m；

当高层建筑高度在 30-60m，单个字的高度不得超过 3m；

当高层建筑高度在 30m 以下，单个字的高度不得超过 2m。

裙房建筑标识可在建筑实体墙面设置。单个字的高度不得超过 2m，不得与高层建筑标识相同；建筑标识单个字的厚度不得超过 500mm。雨棚上方的建筑标识根据建筑体量酌情考虑大小（单个字符大小最大不得超过 1.5m）。

建筑标识与建筑立面顶部和建筑立面边缘应保持适当的距离，原则上不宜小于 0.5m。

#### (2) 不带裙房高层建筑

当高层建筑为独立产权时，高层建筑主楼实体墙面可设置建筑标识。建筑标识宜采用镂空字形式，横向或纵向设置，鼓励采取夜间照明措施。横向设置建筑标识宽度不应大于建筑宽度的二分之一；纵向设置建筑标识高度不应大于建筑高度的四分之一。

当高层建筑高度超过 100m，建筑标识单个字的高度不得超过 5m；

当高层建筑高度在 60-100m，单个字的高度不得超过 4m；

当高层建筑高度在 30-60m，单个字的高度不得超过 3m；

当高层建筑高度在 30m 以下，单个字的高度不得超过 2m。

建筑标识与建筑立面顶部和建筑立面边缘应保持适当的距离，原则上不宜小于 0.5m。

### (3) 多层建筑

当多层建筑为独立产权时，可在建筑上设置一个建筑标识。建筑标识宜采用镂空字形式，横向或纵向设置，鼓励采取夜间照明措施。横向设置建筑标识宽度不应大于建筑的四分之一；纵向设置建筑标识高度不应大于建筑高度的三分之一。

建筑标识单个字符高度不得超过 2 米，厚度不得超过 500mm。

### (4) 特殊多层建筑设置要求

车站、码头等城市公共交通设施以及公立医院、大型商业综合体建筑，如建筑外墙上不具备设置条件的，且建筑物高度不超过 25 米或者层数不超过 8 层的，可以在楼顶以镂空单体字块形式设置一处表明本单位或者楼宇的名称、字号、标志的标识。

建筑标识长度不得超过建筑宽度的四分之一，建筑标识单个字符大小不得超过 2m，厚度不得超过 500mm。

## 第三十三条 店招牌

### (1) 一般店招牌

1) 店招牌应符合城市街景规划(设计)，并与建筑风格协调。

2) 店招牌不得遮挡建筑物玻璃幕墙和窗户，不得影响建筑物的采光通风以及影响消防安全。

3) 店招牌内容应与单位工商注册名称相符，不得含有经营服务内容，如产品宣传、电话号码等广告信息。

4) 店招牌使用的文字、汉语拼音等必须符合相关规定，需要使用外国文

字的，应同时使用中文。

5) 店招牌设施应做到安全美观、并定期维护和保养。

6) 店招牌设施应安装照明设施，优先采用节能灯具。宜采用发光材料，宜采用内打光方式。

7) 店招牌设施的设置不应破坏建(构)筑物外立面形象。

8) 店招牌设施的设置不得“一店多招”，不得“多层多招”。

### (2) 多开间店招牌

1) 当一个单位(店铺)占据两个或两个开间以上时，店招牌的设置不得遮挡开间之间的建筑构件，如柱子等。如果没有建筑构件，多开间店招牌可以整体设置。

2) 如果有建筑构件分隔，店招牌在建筑构件分隔处应断开，不得遮挡相应的建筑构件，改变建筑的立面和轮廓。

### (3) 多层店招牌

1) 当多层商业建筑临近的城市道路的人行道宽度大于 5m，或多层商业建筑退城市道路红线超过 3m 以上的，或带有广场的多层商业建筑，可以设置组合落地式招牌显示二层及以上店铺的店招牌。组合落地式招牌高度不宜超过 10m，占地面积不宜超过 1 平方米，宽度不宜超过 1.5m，厚度不宜超过 0.6m。

2) 当多层商业建筑临近的城市道路的人行道宽度小于 5m，或多层商业建筑退城市道路红线小于 3m 的，可在建筑立面合适位置以组合式墙面招牌的形式显示二层及以上店铺的店名。店招牌字体的长度和宽度不得大于 0.8m。

### 第三十四条 公益性户外广告设施

(1) 规划一定比例的公益广告专用设施，用于发布公益广告。

(2) 公益广告设置的数量或累计面积、时长不得低于户外广告总量或累计总面积、时长的 30%。

(3) 商业综合体墙身广告应有不低于 20%的面积发布公益广告；LED 电子显示屏应有不低于 20%的播放时长发布公益广告。

(4) 经营性的户外广告点位在出让合同中应注明城管局/文明办等相关单位出于城市宣传/创城创卫等需求可以在一定时间段征用经营性户外广告点位用于发布公益性广告，征用的时间一年不超过 2 个月，征用的比例不超过经营性户外广告点位的 50%，征用的费用由相关单位补偿或租金减免。

(5) 城市道路红线范围内的绿地严禁设置商业性户外广告设施，原则上不允许设置公益广告。公共广告点位可以设置在城市广场/街头绿地/防护绿地。

(6) 机场、车站、码头、影剧院、商场、宾馆、商业街区、城市社区、广场、公园、风景名胜区等公共场所的广告设施或者其他适当位置，公交车、地铁、长途客车、火车、飞机等公共交通工具的广告刊播介质或者其他适当位置，适当地段的建筑工地围挡、景观灯杆等构筑物，均有义务刊播公益广告通稿作品或者经主管部门审定的其他公益广告。此类场所公益广告的设置发布应当整齐、安全，与环境相协调，美化周边环境。

(7) 公益广告内容的主题应符合启东市公益广告宣传的口径与安排，符合社会教育、文化传播、舆论导向等社会主义精神文明建设方面的作用。

(8) 经审批设置的户外商业广告位，在招租期间应当发布公益广告，空白

版面或架体暴露时间不得超过十日。广告位招租内容可以与公益广告同时发布，但只限发布在广告位的下方，所占面积不得超过广告总面积的 1/5。

(9) 广告位出租时应提前声明在重大活动中政府有权征用广告位进行公益广告宣传，每个月总时长不超过 10 天，每年总时长不超过 1 个月。

(10) 户外公益广告设施夜间照明质量应保证在节假日和重大的城市公共活动期间的特殊要求。

### 第三十五条 禁止设置规定

- (1) 严禁利用交通安全设施、交通标志、永久性测量标志设置广告；
- (2) 严禁利用市政公共设施、消防设施、消防安全标志设置户外广告设施；
- (3) 严禁设置类似交通标志的户外广告设施；
- (4) 产生噪声污染、光污染，影响居民正常生活的情形；
- (5) 妨碍相邻方通风、采光、通行等权利的情形；
- (6) 封闭、遮挡窗户、通风口或者产生热源等影响消防安全的情形；
- (7) 河道、防洪堤的安全防护范围内，严禁设置户外广告设施；
- (8) 不符合城市容貌标准的情形；
- (9) 各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内，严禁设置户外广告设施；
- (10) 妨碍车辆和行人通行、影响道路交通安全的，禁止设置；
- (11) 严禁利用城市桥梁、立交桥设置户外广告设施；
- (12) 利用行道树、古树名木或者损毁绿地的，禁止设置；
- (13) 严禁利用透景围墙、护栏、闸门、道路隔离带设置户外广告设施；
- (14) 道路交叉口视距三角形范围内，禁止设置户外广告设施；
- (15) 严禁跨越城市道路、公路设置户外广告；
- (16) 严禁在道路绿化分隔带中设置户外广告；
- (17) 大量车流集散的公共建筑出入口两侧各 5m 范围不应设置户外广告；
- (18) 除高速公路收费站区、服务区以外的高速公路用地；
- (19) 高速公路建筑控制区；
- (20) 高速公路中央分隔带（主线收费站区中央分隔带除外）；
- (21) 可能遮挡高速公路交通标志、交通信号、监控探头的区域；
- (22) 高速公路交通标志、可变情报板、防撞护栏、隔离墩、防眩设施、隔离栅和照明设施等附属设施上不得附着设置广告设施；
- (23) 危及建构筑物安全或者利用住宅外立面、危房等情形，禁止设置；
- (24) 除商场、超市等商业建筑外，其他建筑不得设置墙身广告设施。
- (25) 沿街毗邻建筑物之间的空间不得设置户外广告设施；
- (26) 建筑物坡屋顶、装饰顶等不得设置户外广告设施；
- (27) 古建筑、仿古建筑物以及人字形建筑物顶部；
- (28) 不得“一店多招”“多层多招”设置；
- (29) 严禁利用建（构）筑物顶部、玻璃幕墙、立柱和门、窗内外侧，设置户外广告设施；
- (30) 电子显示屏的设置不得形成眩光、噪声、电磁辐射等污染；
- (31) 妨碍他人生产经营、影响他人对建（构）筑物使用权益的情形；
- (32) 公共空间、建（构）筑物及其他设施未规划户外广告设施的情形；
- (33) 严禁依附电杆、灯杆设置户外广告设施；
- (34) 建城区内严禁设置大型高立柱户外广告设施；
- (35) 严禁在国家机关建设用地范围、文物保护单位保护范围和建设控制地带、风景名胜区核心景区内设置户外广告设施；
- (36) 法律、法规禁止设置户外广告的其他情形。

### 第三十六条 规划实施管理控制有关规定

规划以启东市城市总体规划为编制依据，对于因城市建设需要而新增的地块、片区或对局部用地性质调整的地块可按规划中相应的方法通过用地性质对地块、片区进行分类，按照相应的要求进行控制和指引。

在规划成果基础上应组织编印关于专项规划的宣传手册，向城市居民、商家店铺和城市管理者普及规划成果，降低规划实施的难度，提高规划实施的可行性。在规划成果的基础上制作《户外广告和户外招牌设施设置导则》和《户外广告设施和户外招牌设施审批办法》，并加强城管人员业务培训，熟知相关标准和要求，更好地推进规划实施。分年度制定户外广告专项整治行动方案，分期分批对规划范围内的户外广告和户外招牌进行管理和控制。

本规划作为启东市城区户外广告设置和管理的技术依据，实施后户外广告主管部门和户外广告设置经营的相关方都应严格遵守，照章执行。以本规划为依托，建立户外广告规划管理体系，通过设定合理的户外广告规划体系，明确政府管理部门以及户外广告设施产权人、广告经营者和广告发布者（以下简称管理相对人）在管理中的权利和责任。加强城区户外广告的统一管理，根据管理权限的划分，区、街道两级户外广告规划实施、日常审批、监督检查，分别按各自的管理范围，由区、街道两级的城市管理部门负责组织实施。

户外广告设施由于具有一定的商业价值，是城市资产的重要组成部分。在明晰产权的基础上，应建立政府指引、市场化运作的机制。通过市场化方式来经营和管理户外广告，发挥户外广告规划的综合协调作用，合理配置户外广告资源，规范户外广告设置，控制户外广告的数量和密度，指引户外广告的形式和

风貌，统筹协调城市建设环境，提高城市竞争力，促进城市社会经济发展。

### 第三十七条 信息化管理

城市户外广告设施管理要顺应时代、注入“智慧”力量，要打破各部门之间的“信息孤岛”，做到各部门核心数据共享、设施实时监管。

全面摸清城市户外广告设施数量，建成户外广告设施大数据中心，充分利用GIS、三维实景影像和工作流技术，实现对广告牌的监督、管理、执法等功能，规范户外广告符合相关政策和法规要求。对户外广告设施信息数据进行统计、分析、研判，建立违法广告设施“黑点”电子地图，准确预测违法广告设施易发区域，制定管控措施，遏制了违法户外广告设施的滋生蔓延，实现户外广告设施行政审批、日常监管和行政执法信息互通高效联动。

采用信息化技术手段整合多部门资源进行协同管理，理清户外广告资源底数，优化城市空间秩序，为户外广告管理的综合化、信息化、规范化、市场化运营发展之路，乃至诚信体系的建立，完成了解决方案。

在户外广告设施信息管理系统方面，开发了地图管理、审批备案、日常监管、执法处置、安全应急、征信记录六大内容模块，实现了广告审批、备案数据与数字城管、智慧城管综合调度平台互联互通，对广告许可临期提醒、超期报警实现全市广告“一张地图”管理。

科技赋能“绣花”功夫不断渗透进全市户外广告设施规范管理的各方面和全过程，悄无声息地提升管理生命力、百姓获得感。

城市的核心是人，让城市空间更清朗的同时，也要关注到人心的起伏，注重决策的透明化与公信力。建设美丽城市，离不开上下协同，让不同部门以及

商家、市民都参与进来。要注重发挥户外广告商家、市民的主体作用。

强化部门协同，解决户外广告监管的重点和难点问题。系统打通城市规划和自然资源局、交通运输管理局、政务服务数据管理局等部门的在行政审批、日常监管、执法管理等方面协同办公。与企业核查系统接口互通，共享户外广告设置主体信用信息，并运用在户外广告的审批和监管工作中。

## 第七章 近期建设规划

### 第三十八条 近期建设目标

在城市精细化管理国家方针政策的指导下，启东市城市管理局应依据本规划分期有序推进规划的实施。

近期建设重点集中整治屋顶户外广告和建筑标识、多层多招、一店多招、字幕式电子显示屏等；并将典型道路的整治作为整治样板，逐步扩展到启东市整个中心城区。

### 第三十九条 近期整治实施策略

整治和改造部分户外广告和招牌设施，以塑造不同地区特色的、可识别性的户外广告和招牌设施，如对典型地区部分店招牌进行整改和提升，提高区域户外广告和招牌设施的可识别性。在重要节点地区，增加新型的户外广告，如激光投影广告设施、LED 电子显示屏、公益性广告等。新建地块和新建建筑上的户外广告和招牌设施，应根据规划要求对新建的户外广告和招牌设施提出规划控制和指引。

### 第四十条 近期整治实施措施

对集中整治区域进行详细的摸底调查，将不符合规划的户外广告设施和招

牌进行整理和统计。按照拆除、整改和提升对户外广告设施和招牌分类制定不同的年度计划。启东市城管局按照计划对规划实施情况进行监督和考核，保证在规划期末保质保量完成近期建设目标。

远期建设规划期限为 2026-2030 年。远期建设的重点主要在于提升和完善启东市城市户外广告和招牌的功能，加强业主对户外广告和招牌设施规范的认知，完善户外广告信息化管理、审批和规划实施的制度，形成长效机制，以重点地区作为样板和标杆辐射整个建城区，全面提升全市户外广告和招牌的整体品质。通过系统的规划、整治，提升城市户外广告和招牌的整体品质，达到重构城市视觉秩序、渲染城市商业氛围、传播城市文化精神、提升城市形象品质的规划目标。

## 第八章 附则

### 第四十一条

本规划由启东市规划委员会审查，启东市人民政府颁布实施。

### 第四十二条

本规划由文本、图纸、说明书三个部分组成，文本、图纸具有同等法律效力，两项相互结合使用。

### 第四十三条

本规划由启东市城市管理局负责解释。

# 图集

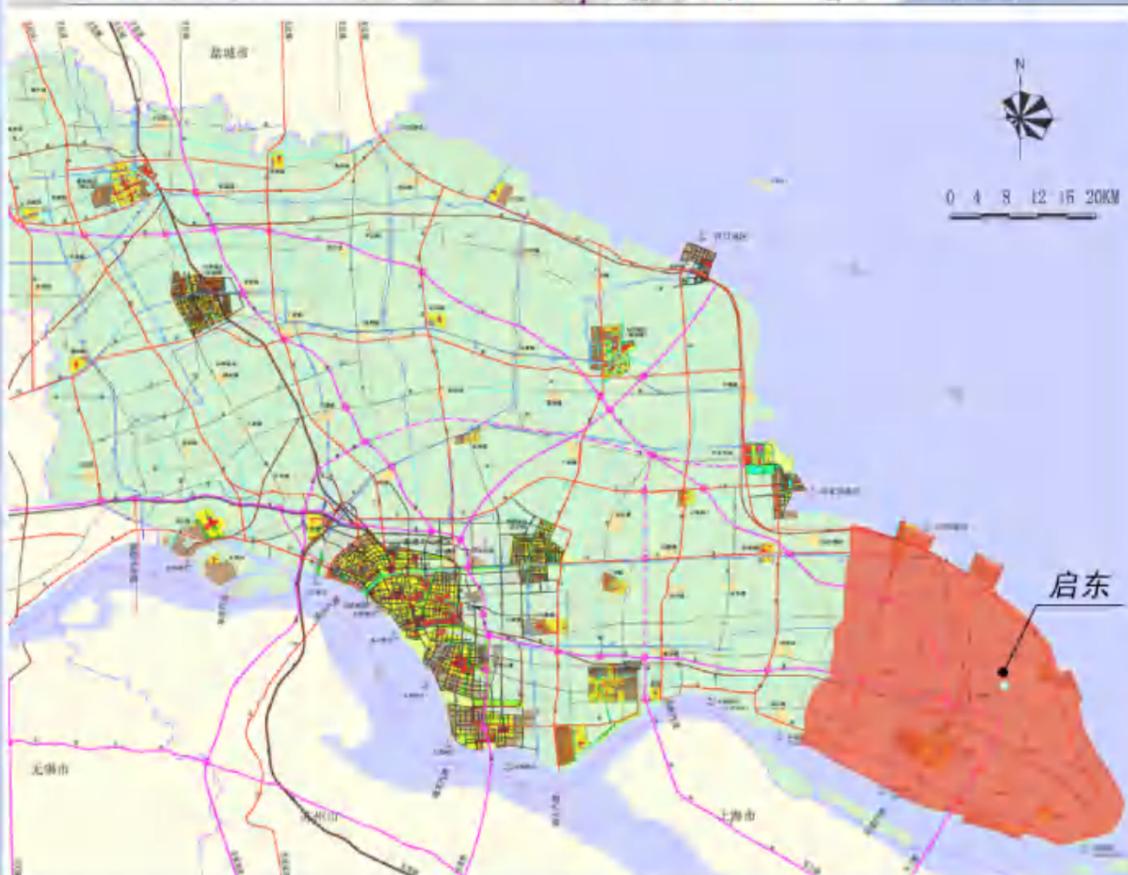
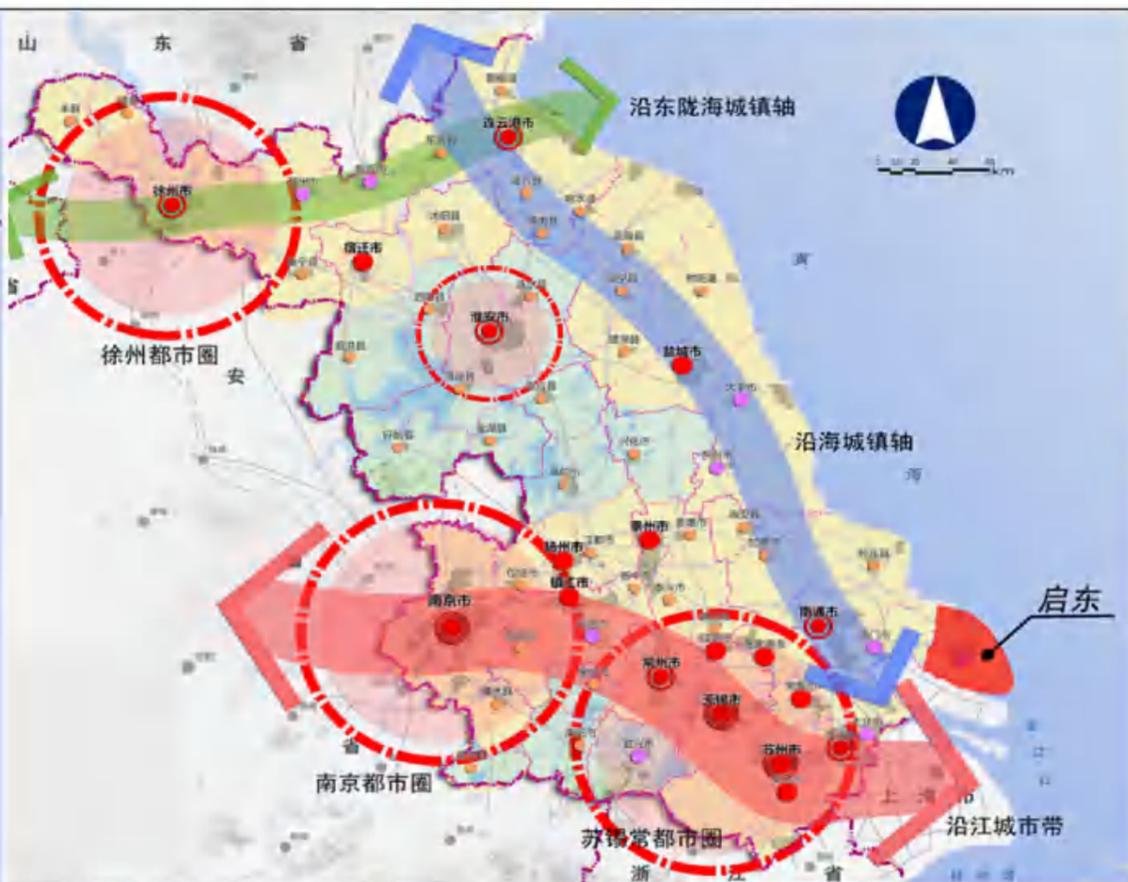
# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划（2021-2030年）

## 目录

- 01 区位分析图
- 02 规划范围图
- 03 城市土地总体利用规划图
- 04 高立柱广告现状分布图
- 05 城区户外广告分区控制图
- 06 城区户外广告道路边界控制图
- 07 城区户外广告节点控制图
- 08 公益广告布点规划图
- 09 高速公路沿线户外广告布点规划图
- 10 城区近期重点整治规划图

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 区位分析图



启东市为江苏省南通市代管的县级市，地处万里长江入海口北侧，三面环水，形似半岛，集黄金水道、黄金海岸、黄金大通道于一身，是出江入海的重要门户。  
启东市与国际大都市上海隔江相望，距浦东直线距离仅50多公里，处于沿海城镇轴与沿江城市带的辐射范围内，区位优势明显。

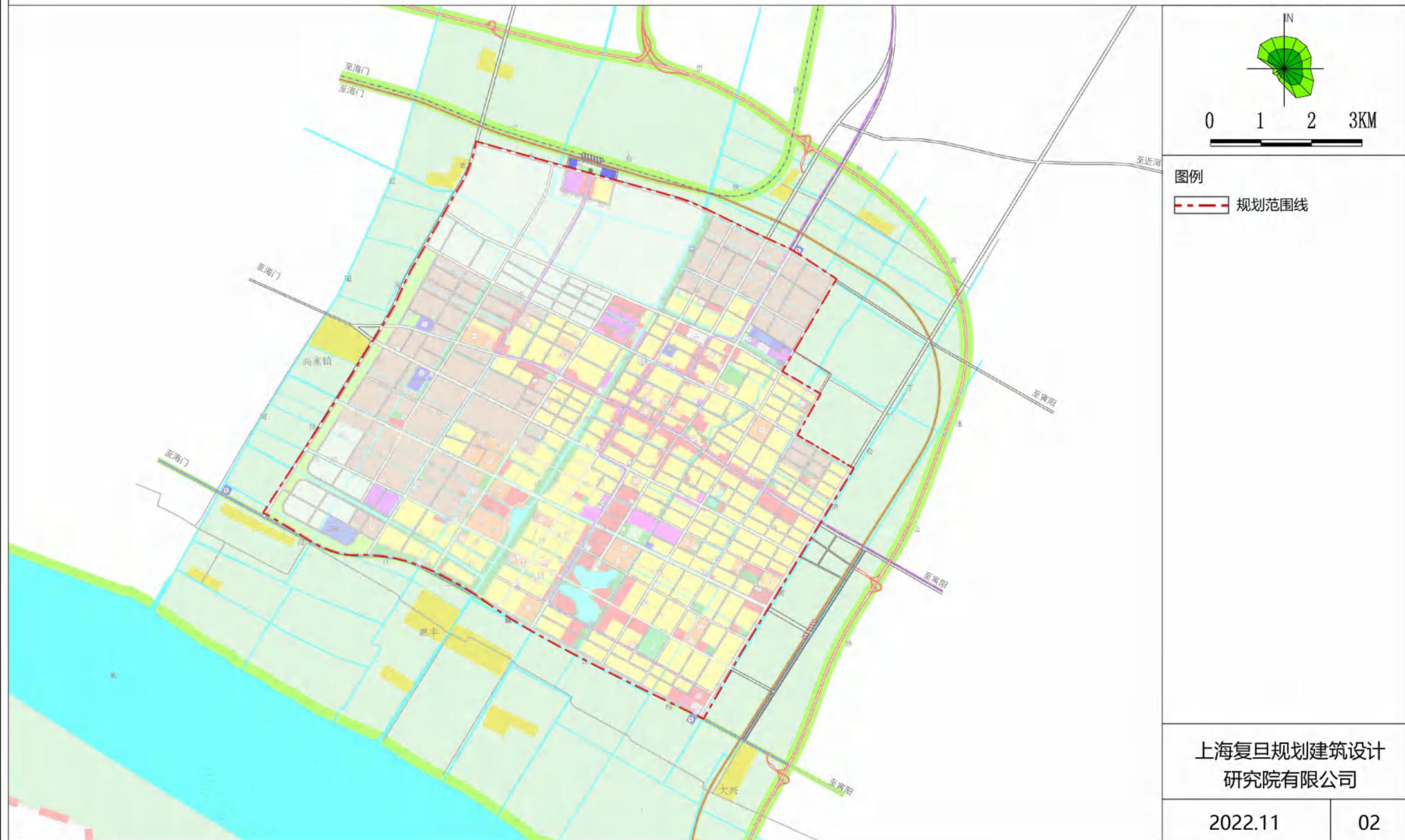
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

01

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 规划范围图



# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 城市土地总体利用规划图



# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-01



沿江公路

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-02



沿江公路

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-03



沿江公路

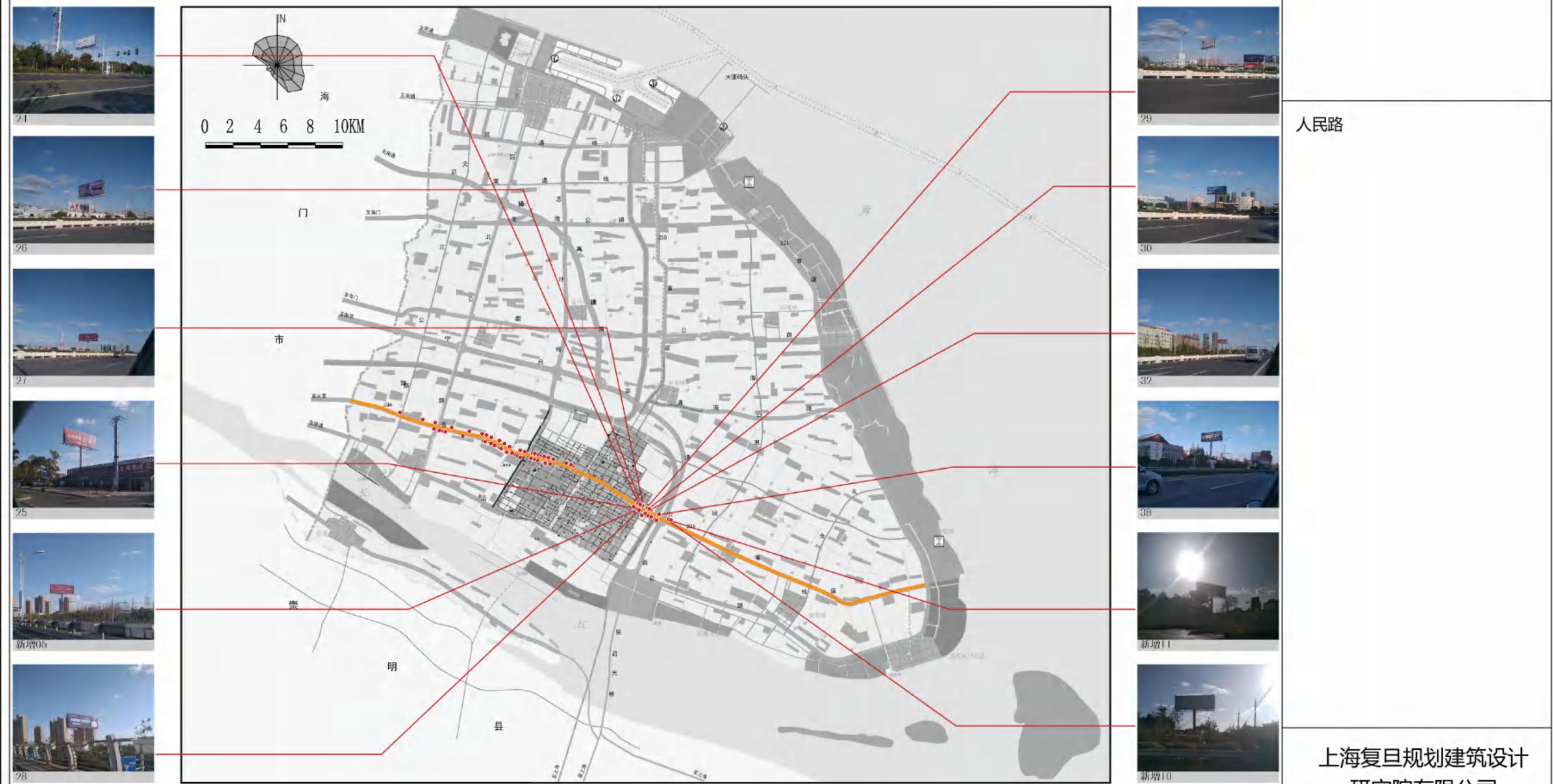
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-04



人民路

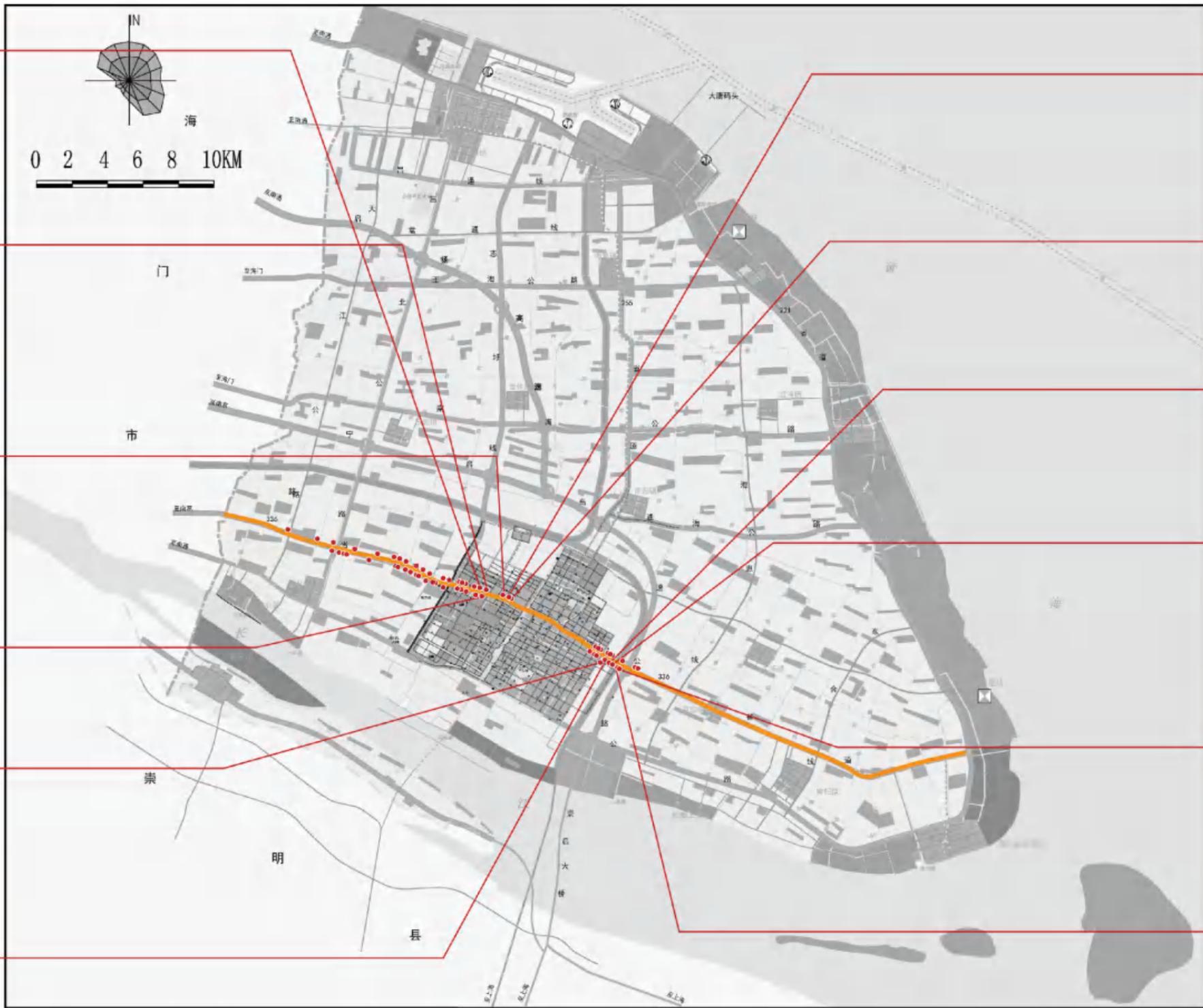
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-05



人民路

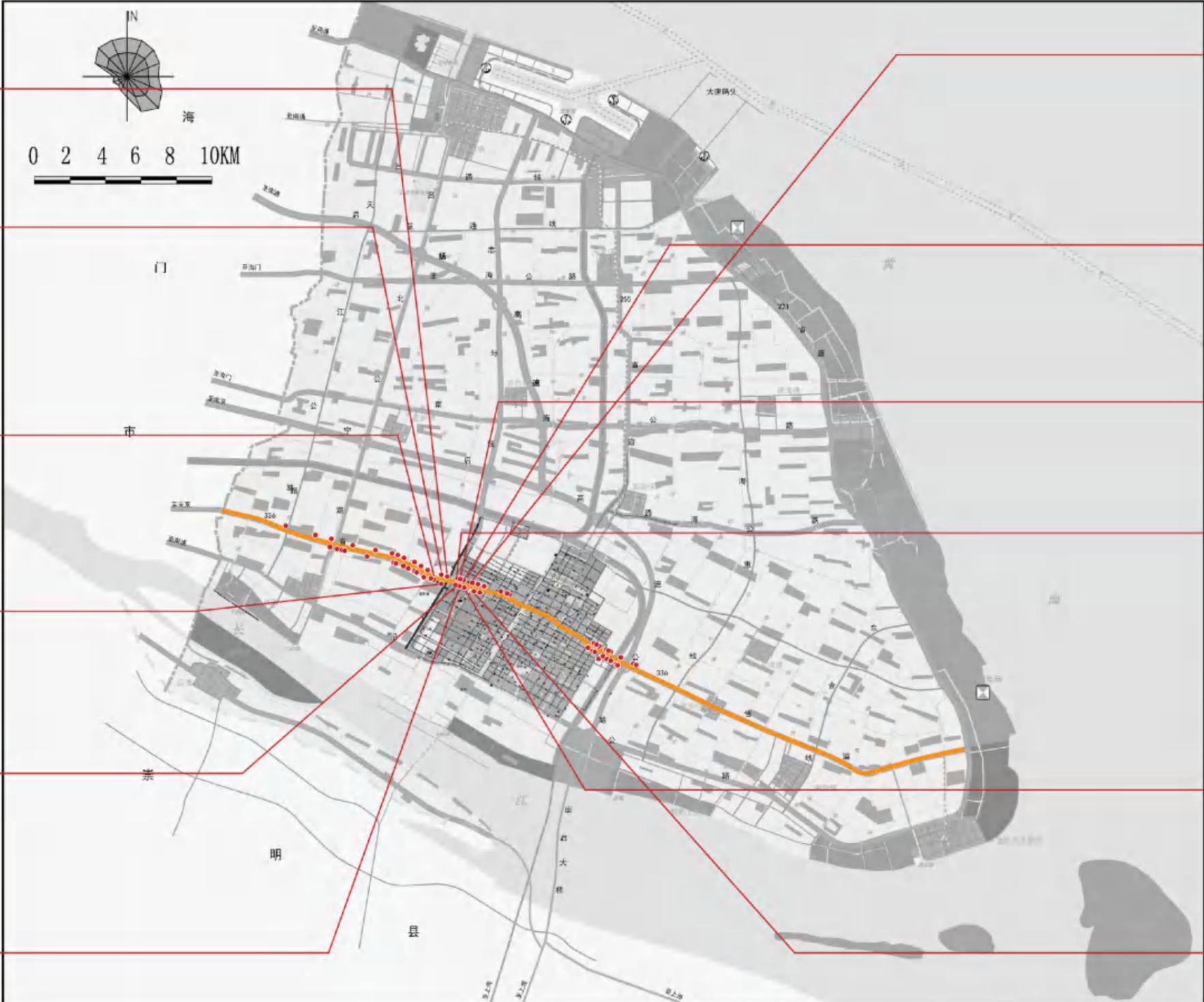
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-06



人民路

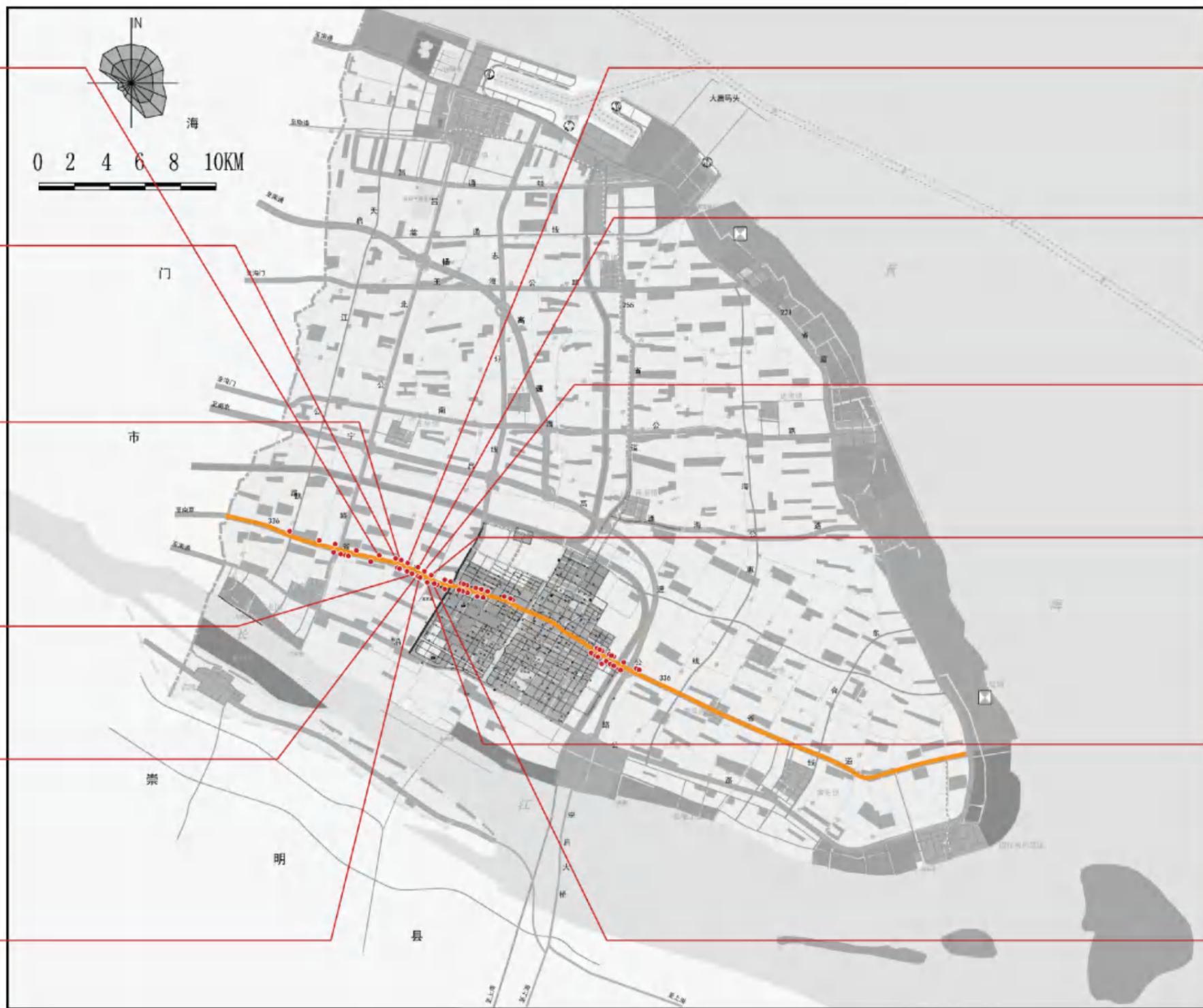
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-07



人民路

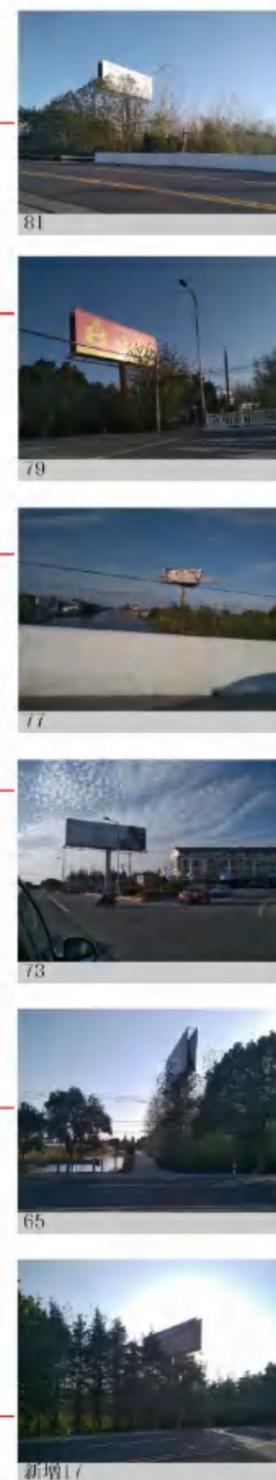
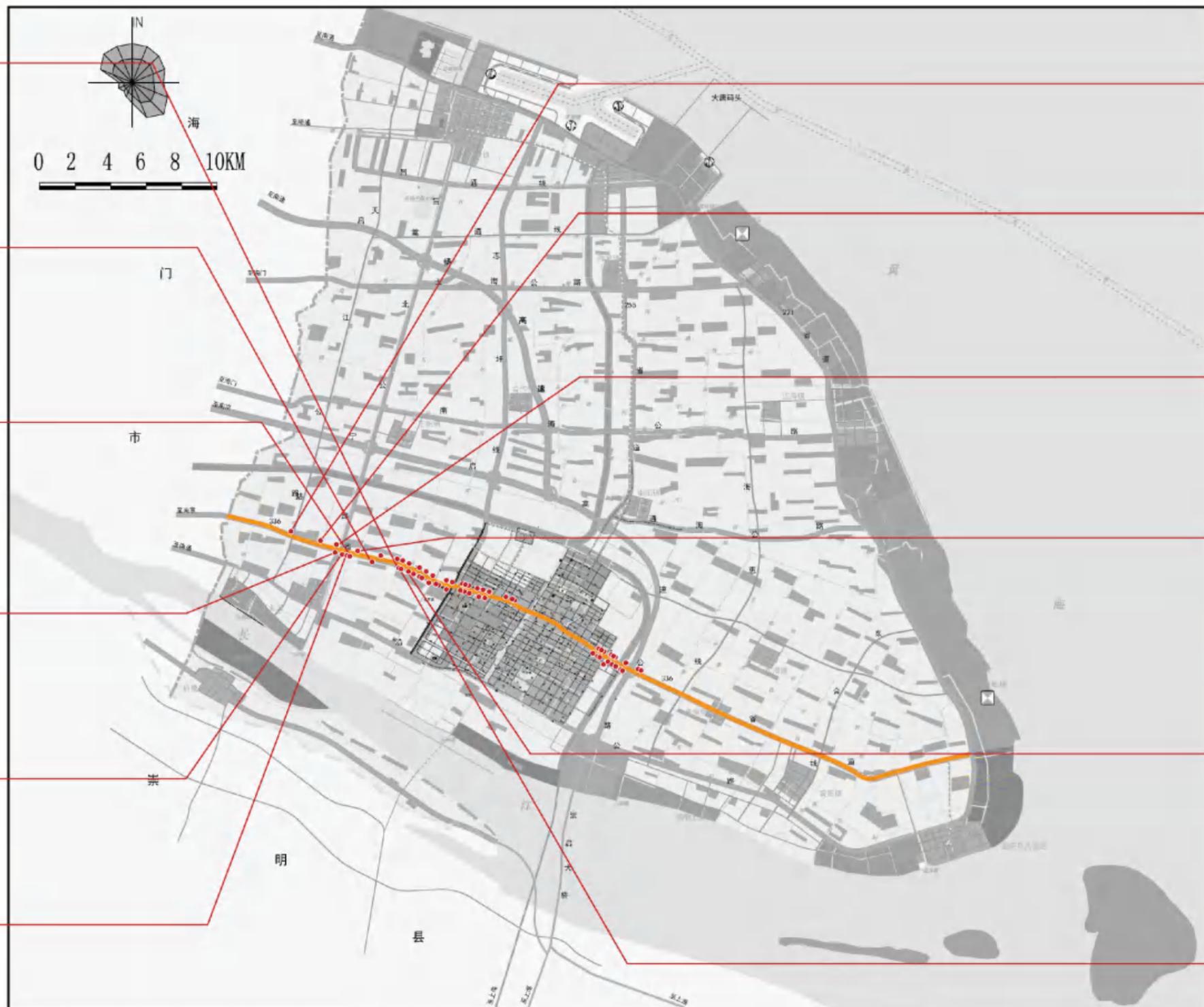
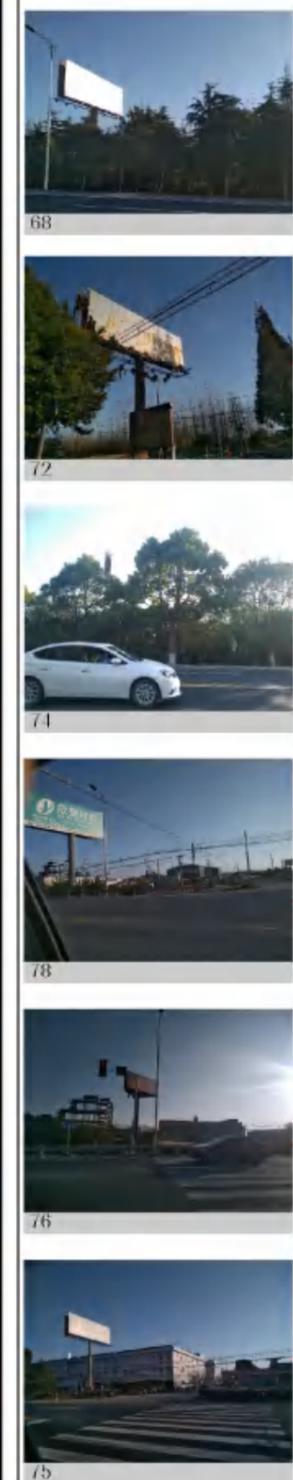
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-08



人民路

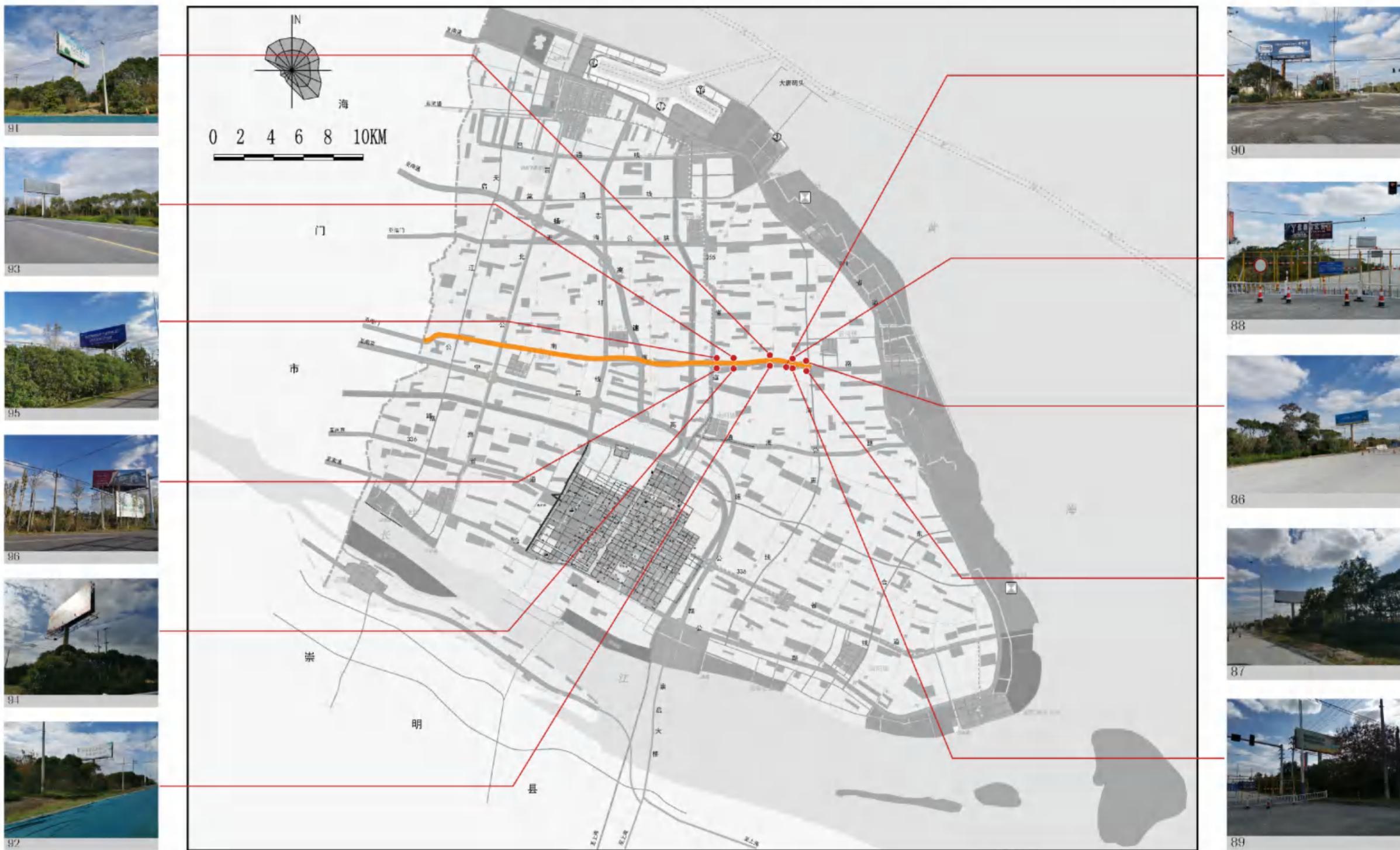
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-09



南海路

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-10



民胜路

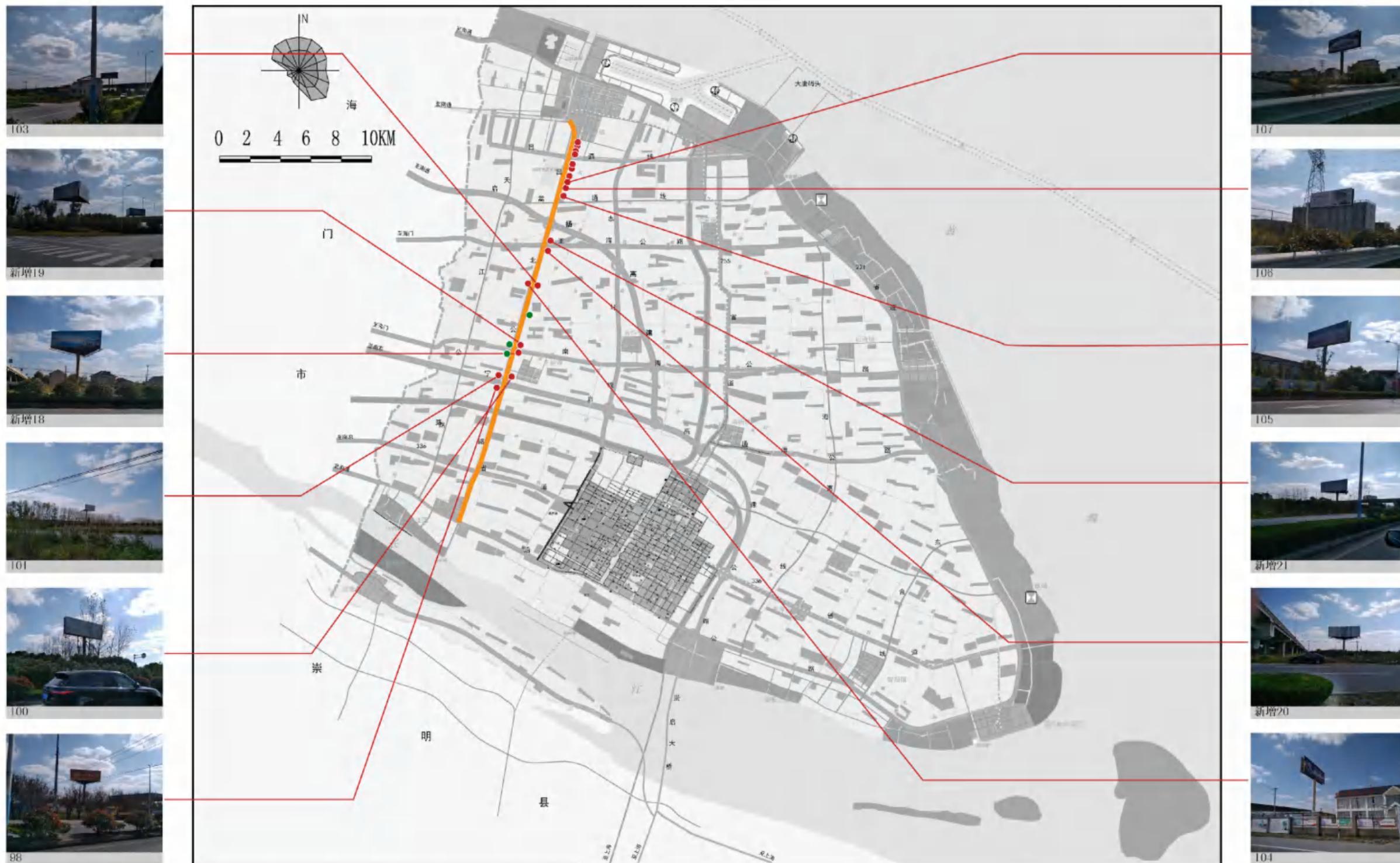
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-11



吕北公路

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-12



吕北公路

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-13



江海路

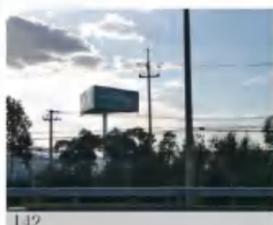
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-14



江海路

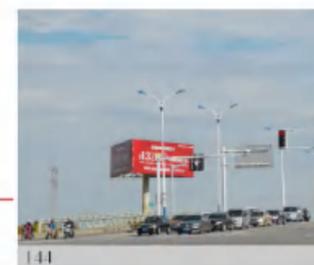
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-15



和平路



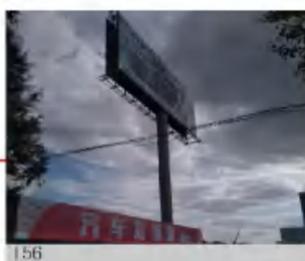
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-16



公园路

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-17



157



159



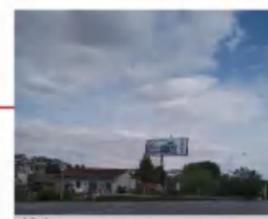
160



161



155



151

公园路

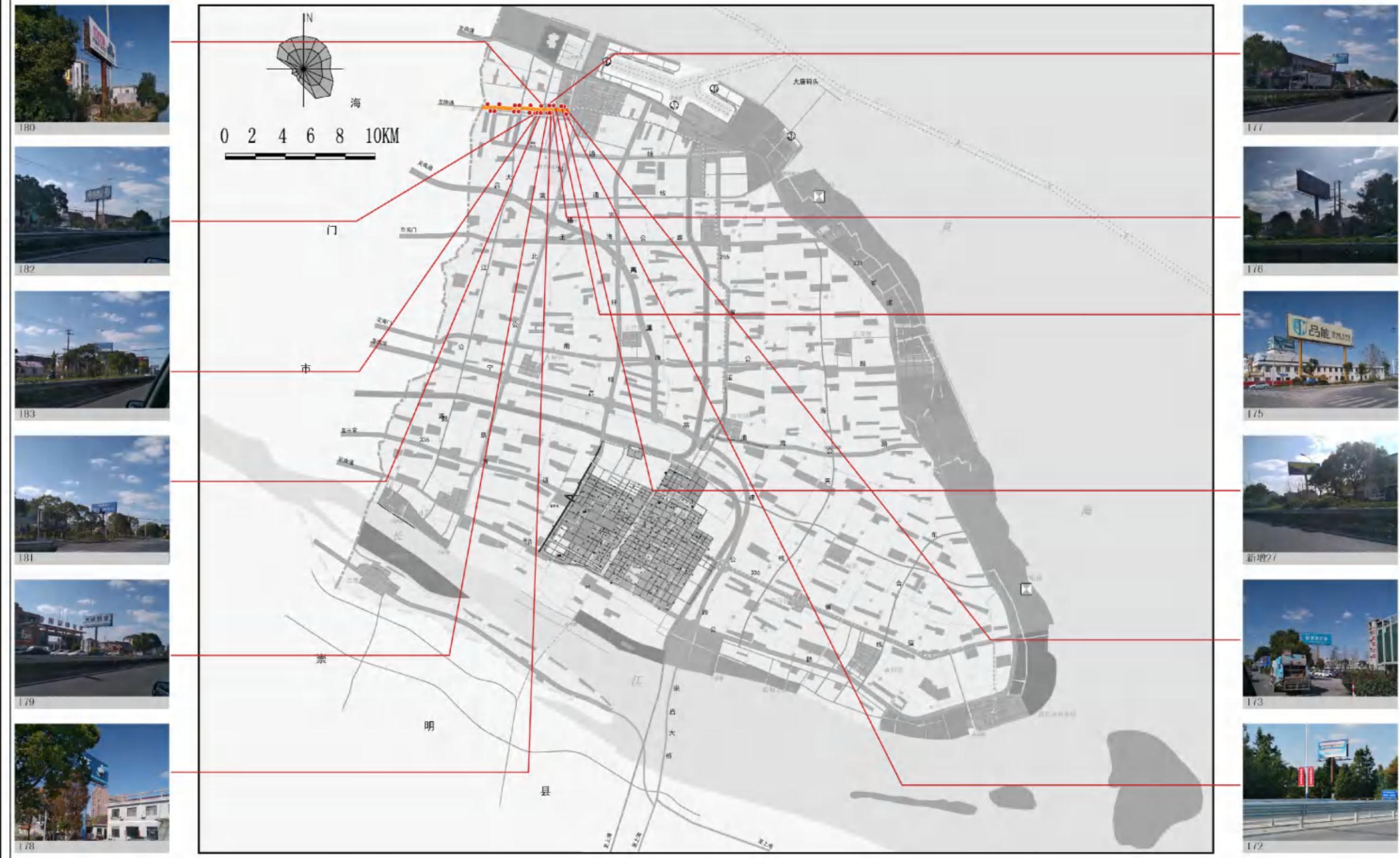
上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-18



S335

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-19



S335

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高立柱广告现状分布图-20



G328

上海复旦规划建筑设计  
研究院有限公司

2022.11

04

# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 城区户外广告分区控制图



# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 城区户外广告道路边界控制图



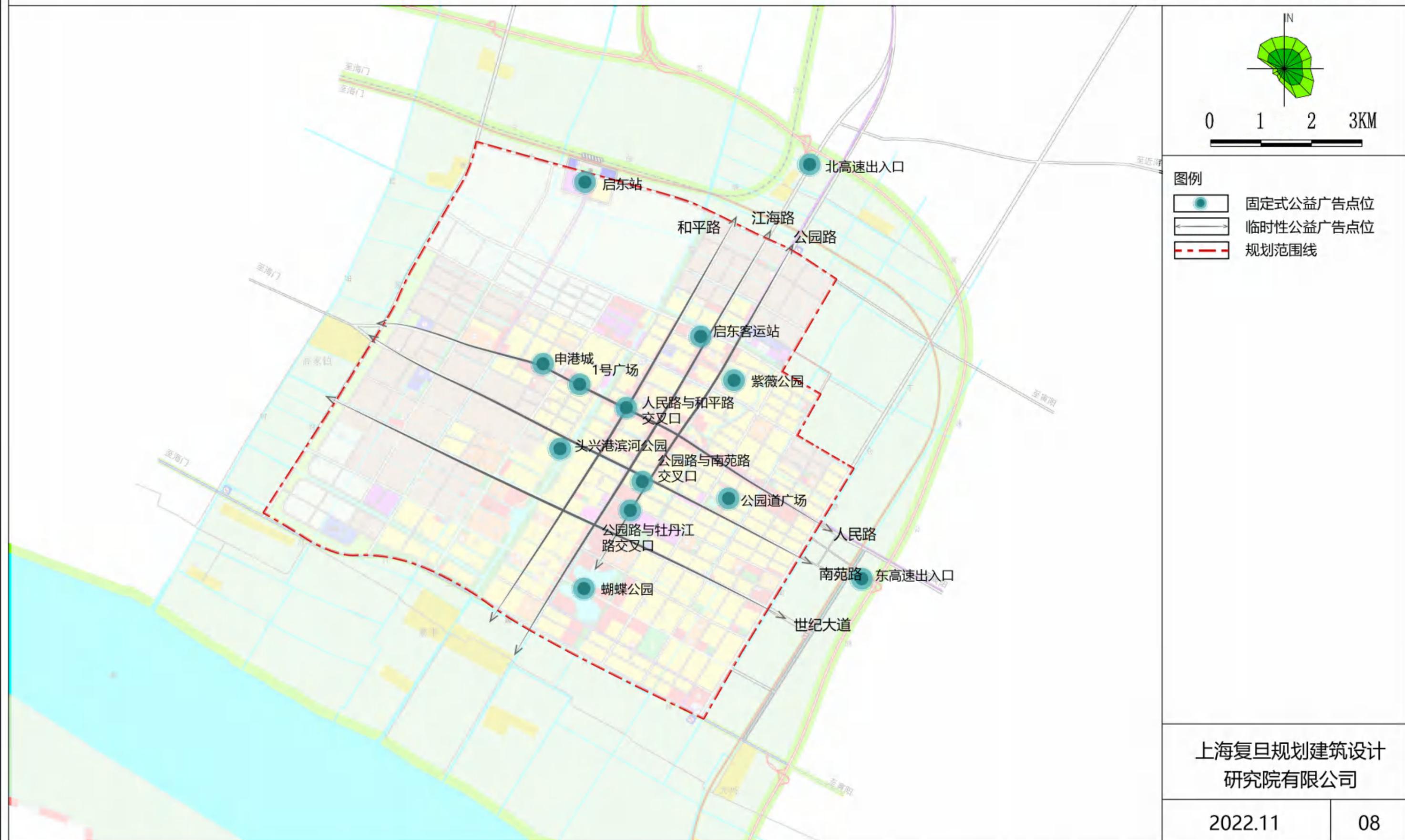
# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 城区户外广告节点控制图



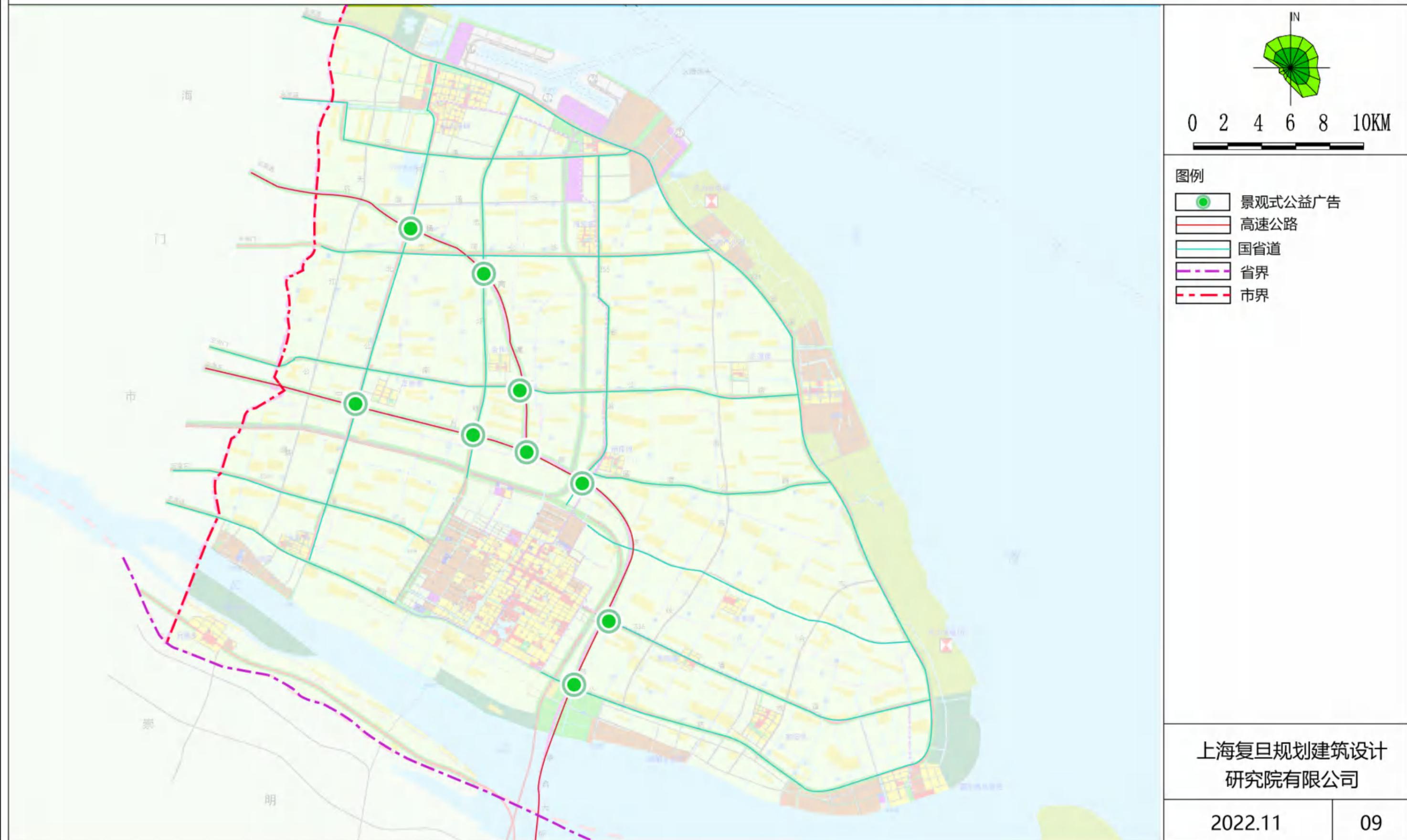
# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 公益广告布点规划图



# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 高速公路沿线户外广告布点规划图



# 启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划 (2021-2030)

## 城区近期重点整治规划图



# 说明书

## 第一章 规划背景

1.1 城市简介	001
1.2 城市总体规划	008
1.3 项目背景	010

## 第二章 城市户外广告设施现状综合分析

2.1 现状概况	012
2.2 现状评价	014
2.3 相关规划的概述与协调	017
2.4 相关标准和规范的解读	021
2.5 各层级相关标准和规范的差异解读	033
2.6 户外广告案例研究	035
2.7 户外广告发展趋势	040

## 第三章 规划总则

3.1 规划依据	043
3.2 规划期限和范围	044
3.3 指导思想	045
3.4 规划原则	045
3.5 规划理念	046
3.6 特色文化提炼	047
3.7 规划目标	048

## 第四章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导

4.1 启东市户外广告设施总体分区	050
4.2 开放设置区	053
4.3 一般控制设置区	054
4.4 严格控制设置区	055
4.5 禁止设置区	056

## 第五章 城市道路交通边界户外广告设施分类控制与引导

5.1 道路交通边界户外广告设施分类控制与引导	058
5.2 道路交通边界户外广告设施分类控制体系	059
5.3 道路交通边界户外广告设施设置通则	062
5.4 高速公路沿线户外广告专项规划	066

## 第六章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

6.1 城市重要节点分类	069
6.2 城市重点区域户外广告设施设置控制与引导	070
6.3 户外高立柱广告设施控制	074

## 第七章 户外广告和招牌设施设置管理规定

7.1 户外广告设施设置管理规定	076
7.2 户外招牌设施设置管理规定	085
7.3 公益性户外广告设施设置管理规定	098
7.4 通用性设置管理规定	101

## 第八章 规划实施控制管理

8.1 规划实施管理控制有关规定	108
8.2 分期建设规划	109
8.3 户外广告信息化管理	111

## 第九章 规划保障措施

9.1 政策法规	114
9.2 信息化管理	115
9.3 公众参与	115

# 第一章 城市概况

Chapter. 1

1.1 城市简介

1.2 城市总体规划

1.3 项目背景

## 第一章 城市概况

### 1.1 城市简介

#### 1.1.1 基本概况

启东全境系长江口不同时期河相、海相沉积平原。汉朝以前，这里还是江口海域；清代中叶前，长江口崇明北侧陆续涨出小沙洲，至清末连成一片。因成陆参差，因而曾分属三个县管辖。北部吕四地区，宋、元、明、清时属海门，1912-1942年间属南通县；中部原属海门县；南部原属崇明，称崇明外沙。1928年3月，南部崇明外沙改设启东县。因本县在江北大陆最东端，且沙洲还在向东接涨，乃有“启吾东疆”之意。1989年11月启东撤县建市。

启东市地处长江入海口，三面环水，形似半岛，集黄金水道、黄金海岸、黄金大通道于一身，是出江入海的重要门户。与上海隔江相望，距浦东直线距离仅50多公里。全市陆地面积1208平方公里，总人口111.59万人。

1928年3月，启东正式设立县治。改革开放以来，启东经济社会得到较快发展，作为全国首批沿海对外开放地区之一，启东市先后被授予国家级生态示范区、全国县域经济基本竞争力百强县市、全国农村综合竞争实力百强县市、全国科技进步先进县市、全国十佳明星县市、全国卫生城市等荣誉称号，2020年11月，启东市入选“第六届全国文明城市”。

启东是全国著名的“海洋经济之乡”。拥有203公里江海岸线，60多万亩滩涂。吕四渔场是全国四大渔场之一，吕四渔港是全国六大中心渔港之一，每年海产品捕捞量占江苏省的1/3。

启东是全国知名的“电动工具之乡”。从事电动工具生产的企业近200家，专业营销人员达5万名，营销网络遍及全国各地，年销售占全国总量的60%，电动工具专业市场被中国五金交电协会授予“中国电动工具

第一城”的称号。

启东是闻名全国的“建筑之乡”。10万建筑铁军驰骋海内外，有26个项目荣获中国建筑业最高奖“鲁班奖”。

启东是闻名遐迩的“教育之乡”。基础教育发达，教育质量连续10多年在全省、全国名列前茅，启东中学学生在国际中学生学科奥赛中共获得14金2银。

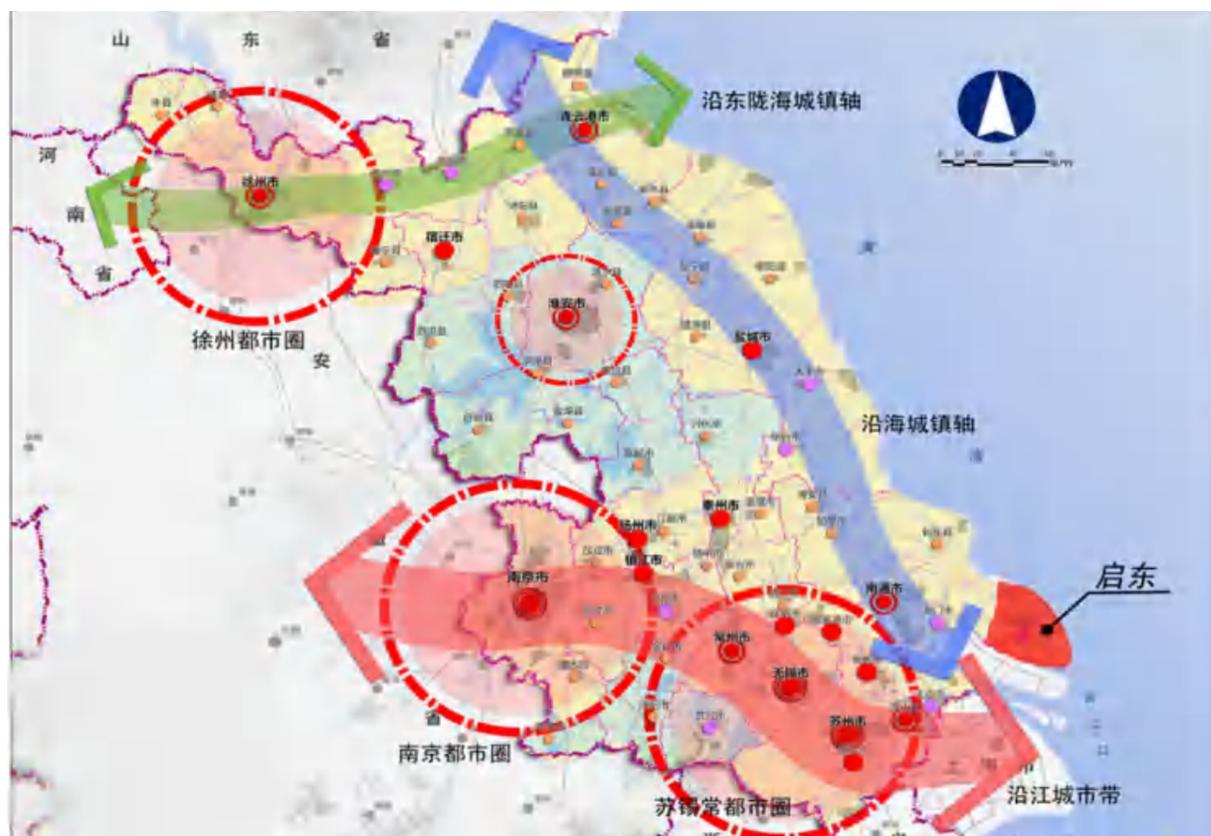
启东也是在海内外享有盛誉的“版画之乡”。启东版画院被誉为“中国版画第一院”。



### 1.1.2 区位分析

启东市，江苏省南通市代管的县级市，地处万里长江入海口北侧，三面环水，形似半岛，集黄金水道、黄金海岸、黄金大通道于一身，是出江入海的重要门户。

启东市与国际大都市上海隔江相望，距浦东直线距离仅 50 多公里，处于沿海城镇轴与沿江城市带的辐射范围内，区位优势明显。



### 1.1.3 经济及社会发展条件

#### 综合经济：

2019年，启东市地区生产总值1157.55亿元，按可比价计算，比上年增长5.5%。其中，第一产业增加值79.64亿元，增长2.6%；第二产业增加值581.29亿元，增长7.1%；第三产业增加值496.62亿元，增长4.1%。三次产业比为6.9：50.2：42.9。人均地区生产总值121879元。

2019年，启东市工商登记各类企业33091家，其中国有及集体控股企业4104家、外商投资企业1261家、私营企业25762家。当年新登记各类企业3006家，新增个体工商户7246家。从业人员66.03万人，其中，第一产业14.80万人，第二产业29.09万人，第三产业22.14万人。

2020年，启东实现地区生产总值1223.10亿元，按可比价计算，比上年增长4.2%。其中，第一产业增加值83.96亿元，增长2.7%；第二产业增加值589.75亿元，增长4%；第三产业增加值549.39亿元，增长4.7%。全年三次产业结构6.9：48.2：44.9。人均地区生产总值达到128073元，按2020年平均汇率计算，人均地区生产总值为18562美元。

#### 社会事业

#### 教育事业：

截至2019年，启东市共有中等职业教育学校2所，在校学生3990人；普通高中5所，在校学生9992人；普通初中19所，在校学生19088人；小学49所，在校学生39243人；特殊教育学校1所，在校学生237人；各级各类幼儿园76所，在园儿童18185人。

建成“南通市智慧校园”8所，教育现代化建设监测综合得分88.74分，比2018年提高0.43分。义务教育学校标准化达标率95.7%，比2018年提升45%。

#### 科技事业：

2019年，启东市专利申请量3131件，PCT专利申请量14件，万人发明专利拥有量26.45件。引进各类高层次创新创业人才350多名，新增入选省“双创团队”2个、“双创人才”9名、“双创博士”6名。新认定高新技术企业64家，实施产学研合作项目110个，入选省重点研发项目2个，新增省级企业技术中心2家、南通企业工程技术研究中心10家。高新技术产业产值占规模工业产值52.7%，社会研发投入占地区生产总值2.43%。

#### 卫生事业：

截至2019年，启东市共有医疗卫生机构425家，执业（助理）医师2306人、注册护士2411人。每千人拥有卫技人员5.13人、每千人拥有床位数4.25张。人均基本公共卫生服务项目补助90元。标准化儿童预防接种门诊建成率100%，61周岁以上老年人免费健康体检率88.3%，数字化儿童保健门诊标准化覆盖率81.8%，省级示范村卫生室覆盖率16.4%。

#### 文体事业：

2019年，启东市共有文化馆1个，公共图书馆1个，24小时城市书房4个，图书总藏量187万多册。共送戏下村80场，开展戏曲进校园、民俗项目展览进校园活动各20场，送电影近3000场，送书34000册，送培训20场次。全年开展各类文化主题活动32场次，举办各种人文讲座17场，主题书画摄影展12场，阅读推广活动近100场。

### 1.1.3 国民经济及社会发展统计

2021 年国民经济统计：

工业经济提质增效。全年实现规模以上工业增加值增幅 15.4%，完成规模工业总产值 1125 亿元，增长 29%，实现工业应税销售 1284.1 亿元，增长 34.1%。主导产业全面起势，全市临港产业、特色产业、战略性新兴产业共计实现应税销售 1077.7 亿元，占全市工业应税销售的 83.9%，共计完成产值 960.6 亿元，占全市规模工业产值的 85.4%。龙头企业支撑有力，列入“1521”工业龙头培育企业实现应税销售 668 亿元，增长 40.9%，占全市工业应税销售的 52%。应税销售超 10 亿元企业 19 家，超 20 亿元企业 12 家，超 50 亿元企业 3 家，寰宇东方、东成电动工具应税销售突破 100 亿元。新增长点持续发力，应税销售净增 2000 万元以上的企业 254 家，净增规上工业企业 90 家，为我市工业经济稳步增长提供有效动能。建筑业持续健康发展，完成建筑业总产值 1402 亿元，增长 7.4%，新荣获鲁班奖 3 个、国优奖 1 个、詹天佑奖 4 个。

第三产业提档升级。全年累计实现服务业应税销售 836 亿元，增长 11.2%；生产性服务业实现应税销售 138.9 亿元，增长 16.6%；批发和零售业实现应税销售 391.3 亿元，增长 78.3%，总量占全市服务业应税销售的 46.8%，超过房地产业成为我市服务业第一大产业。全市完成应税销售超亿元服务业企业 95 家，其中超 10 亿元 18 家、超 50 亿元 1 家，广汇能源成为首家应税销售超百亿元服务业企业。旅游业稳步发展，碧海银沙景区成功创成国家 4A 级旅游景区，梦幻长岛、江天生态园成功创成国家 3A 级旅游景区，江海景观大道旅游公共服务配套全面提升，唐韵龙湾综合文旅项目加快推进，协兴港文旅综合开发项目加紧施工。

区域协作持续拓展。接轨上海、融入苏南步伐不断加快，成立浦东·启东跨江融合生命健康产业联盟，构建浦东、启东两地生命健康产业要素共

享、优势互补的协同发展生态；成功承办第十届中国花博会启隆分会场；在上海、苏南等地举办各类招商活动近 100 场次，引进亿元以上高质量项目 78 个，其中 10 亿元以上项目 15 个。启东—西乡对口帮扶支援工作扎实推进，在人才交流、产业合作、社会帮扶等多领域取得明显成效，完成对西乡消费协作 1300 多万元，有效巩固拓展西乡脱贫攻坚成果。

2021 年社会发展统计：

城乡面貌“颜值”更高。持续开展三线划定研究，城镇开发边界试划成果作为全省特色案例推荐到自然资源部；沿江沿海国土空间规划已形成初步成果。新城蝶湖外围区域景观绿化及停车场提升工程、慈善公园主体工程基本完成，老城区第一批 10 个老旧小区改造全面完成、第二批 14 个小区已完成 70% 工程量。城市路网不断拓展延伸，新建江海南路、紫薇东路、跃龙路、惠阳南路等 4 条城市道路。城市水环境整治成效进一步巩固，完成桃源路河、灵秀路河、紫薇公园南横河等河道的活水畅流工程。城市常态精细化管理持续推进，交通秩序、市容环卫、建设工地、文明养犬等方面长效管理举措进一步落实，城市秩序进一步优化。

乡村振兴“内涵”更优。富民强村步伐不断加快，建成“强村加油站”3 个，有效增强全市经济相对薄弱村“造血功能”。美丽宜居乡村创建工作扎实开展，建成省级特色田园乡村 1 个，省级传统村落 1 个，沙地圩田农业系统入选中国重要农业文化遗产。农村产权线上交易全面推广，农村集体“三资”管理提档升级。高质量落实乡村振兴示范村建设，完成南通市级 8 个示范村和 8 个先进村培育任务。启动黄海滩涂渔业示范区建设。

生态环境“气质”更佳。空气质量优良天数达标率 93.2%，市考以上断面水质优 III 比例达 100%，受污染土地安全利用率达 100%。全力打造“最美江海岸线”，沿江沿海特色风貌暨城市总体设计完成初步成果，首开区进入

实施阶段，森林公园项目加速推进。化工整治顺利推进，全面完成 2020 年关闭退出企业达标验收，长江一公里内企业化工合成工段全部关停。能耗“双控”工作扎实开展，重点能源项目建设有力推进，总计 80 万千瓦 H1、H2、H3 海上风电工程实现全容量并网运行。积极推进农村人居环境整治提升五年行动，统筹推进厕所革命、生活污水治理、垃圾分类、黑臭水体整治、农业废弃物清理等重点工作。

民生保障坚实有力。民生实事项目顺利推进，民生投入持续加大，占公共财政支出比重达 79%。“我为群众办实事”实践活动成效显著，“有事好商量”协商议事工作有效解决民生突出问题。就业创业工作扎实开展，城镇新增就业 8760 人，城镇登记失业率 1.76%。各类社会保险继续提标扩面，基础养老金标准上调至 190 元 / 月，基本医保与生育保险实行南通市级统筹，全省范围内率先实现照护保险保障人群城乡全覆盖。养老服务质量不断提升，居家适老化改造、链式养老服务模式试点扎实推进，完成适老化改造 1100 户。

### 1.1.4 文化特色

#### 沙洲文化

启东是年轻的沙地，是近 200 多年内由沙洲之间的泓道封淤而联并成陆的。启东这一带，古称“东胜瀛洲”。晋人王嘉《拾遗记》对启东一带洋面作了描述：“瀛洲，一名魂洲，亦曰环洲。东有渊洞，有鱼长千尺，色斑，鼻端有角，时鼓舞群戏。远视，水间有五彩云；近视，乃此鱼喷水为云，如庆云之丽，无以加也。”此文虽语出不经，但对启东成陆以前，沙屿不时出没于大海波涛之中，并有群鲸嬉戏，喷水若五彩云的景象，作了生动的描述。另外，名著《浮生六记》对启东作了珍贵的记载。



#### 渔港文化

启东滨江临海，具有鲜明的江海特色，具体可概括为“四张名片”。一是海洋经济之乡。

位于启东市的吕四港，拥有着上百年历史，是中国六大渔港之一，同时吕四渔场也是中国四大渔场之一，独具南黄海风情。

吕四港是上海港口群的重要组成部分，是江苏省沿海开发战略的重要依托。



#### 江海明珠

启东一手揽大江、一手拥沧海，江海风情旅游特色明显。

改革开放以来，作为全国首批沿海对外开放地区之一，启东市先后被授予国家级生态示范区、全国百佳明星县市、全国卫生城市等荣誉称号，2020年11月，启东市入选“第六届全国文明城市”。



## 1.1.5 名胜古迹

### 圆陀角风景区

圆陀角位于启东市寅阳东南角，为江苏省的最东端，是中国最大的淡水湿地保护区。这里寅时（早晨五时）即可见到日出，比他地约早一小时而得名“寅阳”。



### 法音寺

在滚滚东流的长江巨龙的龙唇上坐落着一座年轻的寺庙——法音寺，这是当地善男信女和外地游人常去的处所。法音寺位于启东市汇龙镇东郊，市建路东侧，原为普济寺旧址。



### 慕仙楼

始建于清代，就在今天的吕四三官殿内，毁于文革。90年代重建，楼内有清代张宗绪所写的《慕仙楼纪》。



### 曹家镇德肋萨堂

位于启东合作曹家镇，1933年修建，是当时中国第六大教堂，中国不可多得优秀建筑。

1996年举行复堂典礼。2005年老堂被正式列入启东市第一批文物保护单位。



## 1.2 城市总体规划

### 《启东市城市总体规划（2012-2030）》

#### 规划期限

规划期限为 2012 年 -2030 年，其中：

近期：2012 年 -2015 年；

中期：2016-2020 年；

远期：2021-2030 年。

#### 规划范围

本次城市总体规划规划范围分为 2 个层次，即规划区和中心城区。

##### (1) 规划区

将全市域划为规划区，面积 1208 平方公里。

##### (2) 中心城区

北至宁启高速公路 - 通海公路、南至长江边、西至红阳河、东至三条港，面积约 230 平方公里。

##### (3) 旧区

北至紫薇路、西至和平路、南至南苑路、东至建设路，面积约 4.88 平方公里。

#### 发展目标

##### 1. 城市发展总目标

未来 20 年，将是启东经济社会发展的关键时期。根据启东市目前的发展态势和经济基础，围绕基本实现现代化的发展目标，深入落实科学发展观，始终坚持跨越发展、科学发展、和谐发展，把启东建设成为特色鲜明、环境优美、充满活力的现代化生态宜居城市。

## 2. 城市发展分目标

### (1) 经济发展目标

经济持续快速协调健康发展，内生发展动力不断增强，产业结构不断优化，经济发展方式加快转变，经济发展质量和效益明显提高。到 2015 年，地区生产总值达到 1000 亿元左右，人均地区生产总值达到 89000 元，达到目前苏南地区的发展水平；到 2020 年，地区生产总值达到 1800 亿元左右，人均地区生产总值达到 150000 元，基本实现现代化；到 2030 年，地区生产总值达到 3000 亿元左右，人均地区生产总值达到 230000 元左右，达到当前中等发达国家水平。远期三次产业结构将调整为 3：51：46。

### (2) 社会发展目标

规划期末，启东市教育、科技、文化、体育、医疗等社会事业全面繁荣，主要指标达到同期全省平均水平以上。医疗、养老、失业等社会保障体系日趋完善，贫富差距进一步缩小。人民生活更加殷实，社会就业更加充分，人居环境日趋良好，文化素质和文明程度提升，社会向繁荣、稳定、文明、公平发展。

### (3) 环境发展目标

资源利用效率显著提高，环境污染得到有效遏制，生态和人居环境有较大改善，人与自然和谐相处。城市绿化覆盖率超过 45%，人均公园绿地超过 12 平方米，环境质量综合指数达到 90 分，将启东建设成资源节约型、环境友好型的生态园林城市。

#### 城市性质

1. 长三角北翼重要的现代制造业基地和物流基地
2. 江苏省重要的海洋经济发展基地
3. 江海交汇的生态宜居城市

城市性质是对城市主要职能的高度概括，根据以上启东市的主要职能，归纳出其城市性质为：长三角北翼重要的现代制造业基地和物流基地，江苏沿海新兴的港口城市，具有江海特色的生态宜居城市。

## 人口规模

启东中心城区总人口：近期 36.7 万；中期 42.5 万人；远期 52 万人。

中心城区城市人口规模：近期 34 万人；中期 40 万人；远期 50 万人。

## 用地规模

根据《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011），现状人均城市建设用地指标为 108.6 平方米的城市，允许采用的规划人均建设用地指标为Ⅲ级的 90.0—110.0 平方米/人，考虑到启东中心城区同时也为沿江沿海的产业组团提供部分配套，对用地有较大的需求，规划采用指标上限。按照人口规模测算，启东市 2030 年规划城市建设用地按 55 平方公里控制。

## 空间结构与功能布局

### 1. 功能分析

按照市域总体空间布局，考虑到崇启大桥开通后，启东的中心城区除为自身提供服务配套以外，同时还承担上海市外溢的部分功能，未来的启东的中心城区应具有以下几方面的功能：

(1) 城市自身的生产生活服务功能。为本地城市居民服务的生产、生活服务功能。

(2) 市域产业的部分配套。按照市域一体化的空间布局，除经济开发区以外，启东未来的工业主要布局于沿江、沿海地区，而这些产业园区的自身配套能力有限，中心城区需要为这些园区提供部分生活及公共服务配套。

(3) 区域生产服务的功能。依托上海浦东面向国际市场的优势和启东的区位优势，启东中心城区可承担部分先进制造业、科技研发、商务服务和旅游休闲的功能。

## 2. 空间布局

规划中心城区形成“一核、双轴、五组团”的空间布局结构。

一核：是指人民路和公园路交叉口附近的市级商业核心，是现状市级商业中心所在地。规划在现状商业中心基础上，不断改造完善购物环境，形成具有江海特色的市级商业服务中心。

双轴：是指沿江海路和人民路的公共服务设施发展轴线，这两条道路是启东城区公共设施最为集中的道路，也是启东城区南北向和东西向拓展的主要道路，规划应进一步引导公共设施向该轴线集聚，塑造良好的空间景观特色。

五组团：是指旧城组团、城北组团、城东组团、城南组团和开发区组团。

(1) 旧城组团：为头兴港以东、南苑路以北、建设路以西、紫薇路以南区域，是启东中心城区商业中心所在地，应进一步加强旧城改造，强化市级商业中心的职能。

(2) 城北组团：为头兴港以东、紫薇路以北区域，依托启东科技园，强化产业升级转换，重点发展高附加值的先进制造业。

(3) 城东组团：为建设路以东、世纪大道以北、紫薇路以南、丁仓港河以西的区域，是城市向东拓展的前沿，应充分利用崇启大桥接线与人民路的互通，重点发展商贸物流等现代服务业和居住功能。

(4) 城南组团：为头兴港以东、世纪大道以南的区域，充分利用行政中心建设的带动作用，建设市级的行政、商务、文化、体育中心，以及现代化的生态居住社区。

(5) 开发区组团：为头兴港以西、沿江高等级公路以北、西苑路以东、紫薇路以南的区域，它承担了中心城区最主要的产业功能，重点发展电子信息、精密机械、新能源、服务外包等高新技术产业，随着创新型经济园的建设，将成为启东对接上海的重要产业基地。

## 1.3 项目背景

### 1.3.1 社会发展之需要

目前，国内某些城市的部分街道、商业区，设置有大量品味不高、缺乏美感的户外广告和招牌设施，这些户外广告给公众带来了负面影响，有人称之为广告公害。其表现特征并不是指物理、化学性质的公害，也不是针对身体而言，而是可以预测到的都市工学方面的危害。不健康的招牌、违规醒目的建筑、具有不正当竞争意味的广告，以及意识不明，徒具形式的广告运作，都为城市户外广告和招牌设施规划设计的正常发展蒙上了不应有的阴影。

因此，树立良好的职业准则和行为规范，对提高广告业信誉是非常必要的。户外广告和招牌设施规划设计的实施应以创造都市品质和良好的都市空间为目标，这是建立文明的都市工学理念，重视典雅、美观、高尚、礼仪的都市景观所必须的，也是将户外广告和招牌设施规划放置在社会环境的大范畴中审视衡量的关键所在。

### 1.3.2 城市精细化管理政策要求

习近平提出了“城市管理应该像绣花一样精细”的总体要求。实现城市管理精细化，成为全国各大中型城市政府的一项重要任务。因此，在新时代面前，城市的精细化管理，应该紧紧围绕满足人民对美好生活的需要这一核心任务，做出新的制度安排、政策创新和技术应用等，创建更加整洁、安全、干净、有序、公正的城市环境，全面提升城市的吸引力、竞争力和内在魅力。

城市户外广告和招牌设施作为城市建成环境的一部分，也是城市精细化管理的重要对象。许多城市屋顶广告和屋顶建筑标志破坏了城市的天际线，遮挡了建筑的屋顶轮廓；大面积、高密度的户外广告和招牌设施破坏了建筑的整体风格，有些广告甚至遮挡了整个建筑前面，只见广告，不见

建筑。部分广告设施遮挡窗户，影响消防安全。部分广告设施由于陈旧或本身结构不稳固存在严重的安全隐患。为了进一步提升城市发展质量和城市品质，应该通过整体整治、改造和提升对户外广告和招牌设施进行更加精细化的控制和管理。

### 1.3.3 广告行业发展

#### (1) 行业现状

中国户外广告随着时代的发展，进入优化发展阶段，其所处的生态环境依然是：“大供应商积极并购，积极扩展规模；小供应商层出不穷，各自表述它的媒体如何能够抢夺消费者即便只是片刻的注意力；调研公司依然是辛勤地完成一个个互不相干、但又必须自圆其说的新媒体效果调研，客户的媒体投资分配，依旧是因为缺乏整体评估数据而在理性与感性之间拉锯”。

#### (2) 发展机遇

- 1、受众生活形态与出行方式的变迁带来户外广告新的春天。
- 2、中国经济持续高速增长促使中国户外广告供求两旺。
- 3、城市理念的变革与宜居城市建设促使户外广告业优化转型。
- 4、中国新农村与城镇化建设带来户外广告巨大的拓展空间。
- 5、科技的创新与大量应用增添户外广告的生机与活力。
- 6、经济一体化得以在全球市场优化配置户外广告资源。

## 第二章 城市户外广告设施现状综合分析

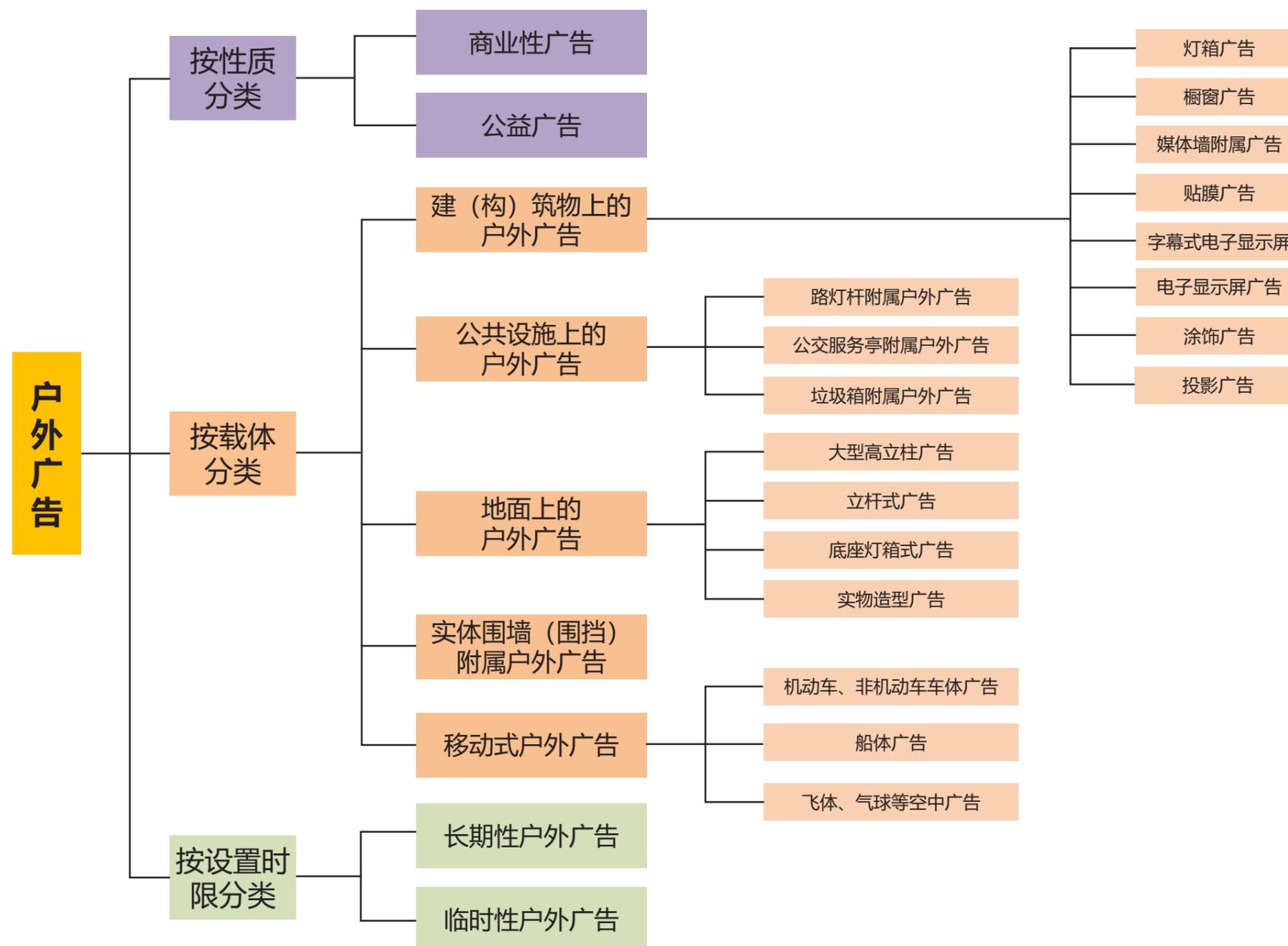
Chapter. 2

- 2.1 现状概况
- 2.2 现状评价
- 2.3 相关规划的概述与协调
- 2.4 相关标准和规范的解读
- 2.5 各层级相关标准和规范的差异解读
- 2.6 户外广告案例研究
- 2.7 户外广告发展趋势

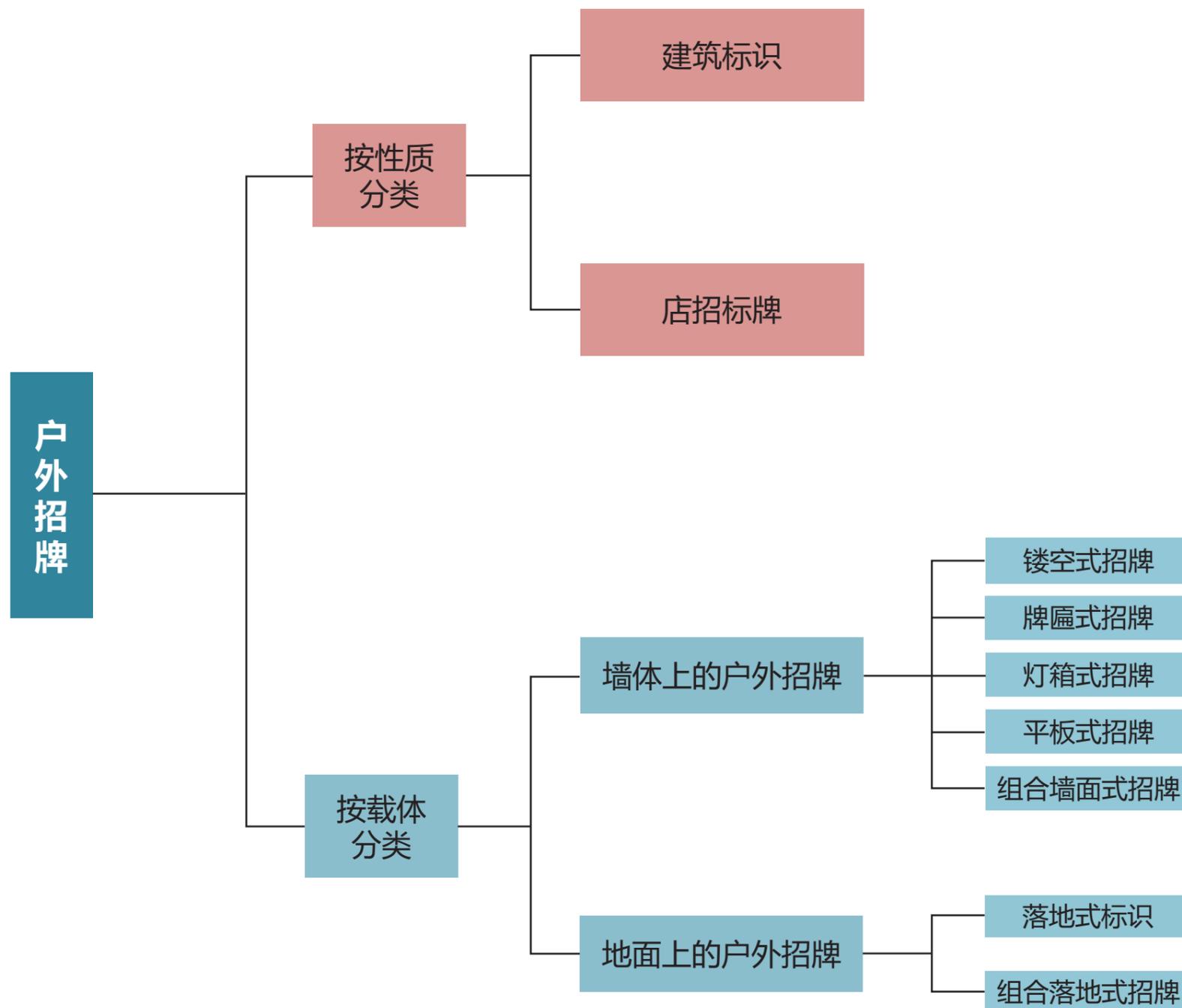
## 第二章 城市户外广告设施现状综合分析

### 2.1 现状概况

#### 2.1.1 启东市区户外广告设施分类



### 2.1.2 启东市区户外招牌分类



### 2.2 现状评价

#### 2.2.1 现状户外广告设施布局

##### 面状分布的户外广告概况

**分布范围：**中心城区商业集中的区域。

如吾悦广场、文峰大世界、欣乐城、公园道广场、台湾风情街、天鼎购物休闲广场、亿丰商城、太平洋百货等

**广告类型：**以建筑物立面和屋顶的广告为主，沿街商业建筑设有大量的户外招牌、建筑墙身广告和建筑屋顶广告。

##### 线状分布的户外广告概况

**分布范围：**城市中心区主要路段。

如江海路、人民路、和平路、公园路、河南路等。

**广告类型：**以依附于建筑立面、屋顶的广告和户外招牌为主，其次为设置在公交站台、广场等地区的户外广告。

##### 点状分布的户外广告概况

**分布范围：**对外交通节点、高速公路出入口、主要干道交叉点、重要的公共空间等。

如启东站、启东城东汽车客运站等。

**广告类型：**主要以大型立柱式广告、独立式广告牌、独立式LED显示屏和屋顶广告等为主。其中以商业广告为主，缺乏公益性质的广告。



### 2.2.2 现状问题分析

#### 拆除——违反相关规定

1. 违规设置并存在安全隐患的屋顶广告；
2. 违规设置并影响交通安全的户外广告；
3. 违规设置在非公共建筑上的墙身广告；
4. 违规设置在道路中心绿化带或隔离带中的户外广告；
5. 违规设置在道路护栏上的户外广告；
6. 违规设置的跨街道设置的户外广告设施；
7. 违规设置的高立柱户外广告。



#### 整改——违反部分相关规定

1. 部分地区商业建筑墙身广告面积超过规范允许的面积；
2. 城市部分地区相邻户外招牌尺寸、位置相互不协调；
3. 城市部分地区存在“一店多招”的现象。



#### 提档——与周边环境不协调

1. 城市商业集中区的户外广告设施缺乏必要协调和控制，与周边环境不协调；
2. 城市部分地区户外招牌质量较差，颜色、材质等与周边建成环境不协调。



#### 保留——状况较好

1. 商业地区符合规定的墙身广告；
2. 结合公共设施设置符合规定的户外广告；
3. 体现民族特色和中国特色且符合规定的工地围挡广告；

### 4. 与周边环境相协调的户外招牌。



### 新增——部分商业价值高的区域

1. 新建建筑上新增户外广告和户外招牌；
2. 城市主要道路人行道较宽的条件下可适当新增公益广告设施的发布位置；
3. 公园绿地、广场等公共空间可适当新增公益广告设施的发布位置；
4. 拆除的建筑标识，在建筑立面允许的情况下，可新增建筑标识。



### 综合评价

#### 普通地区——户外广告和户外招牌较少且需要加以控制

根据对现状户外广告设施的调查和分析，城市大部分地区户外广告较少，主要为底层商业店铺的户外招牌，因此这类地区户外广告和户外招牌比较容易管理，可以通过设计通则的方式对户外广告和户外招牌进行引导和控制，保持整体风格的协调统一，打造一个整体风貌协调的城市建成环境。

普通地区主要包括居住区、工业区、公共服务地区如政府、学校、医院、绿地等地区。

#### 重点地区——户外广告和户外招牌较多的地区

城市中户外广告主要集中在商业密集和人流集中的地区，如商业区、交通节点、城市门户地区等。这些地区由于功能的不同、建筑风格的不同应分类进行控制和引导。如传统风貌街区的商业步行街和现代化的商业综合体户外广告和户外招牌的设置应完全不同。城市中心区的汽车站、火车站等人流密集地区和城市高速公路出入口、城市主要入城节点等车流密集地区的户外广告设置形式也不尽相同，因此针对重点地区应按照其功能属性和相关特征进行分类控制。

### 2.3 相关规划的概述与协调

#### 2.3.1 《启东市城市绿地系统规划》

##### 1. 规划目标

城市绿地系统规划的总体目标是贯彻“可持续发展”的科学战略。本次规划将根据生态优先原则，通过科学合理的规划及有效的实施手段，以持续发展为目标，以人与自然和谐为核心，以现代技术为手段，综合协调城市及区域的社会、经济、自然复合生态系统，使启东市在加快社会经济和城市化进程的同时保护好城市生态环境，努力将启东建设成为城市与环境协调发展、人与自然和谐相处的生态城市。

规划遵循自然生态规律与城市发展规律，从绿地环境、绿地经济、绿地文化三方面着手，近期构建人与自然和谐相处的城市人居环境，争创省级园林城市；远期把启东市建设成为城市与环境协调发展、具有良好生态环境的江海文化型绿色滨水园林城市。具体目标如下：

##### (1) 近期目标

全面高效的推进园林绿化建设，增加中心城区绿地面积、完善中心城区绿地结构的同时，提升城市绿地景观品质和文化底蕴，形成城市生态绿色体系和文化景观体系，构筑城市绿地系统的生态空间景观骨架。

##### (2) 远期目标

科学运用景观生态学理论，规划、建设和管理城市绿地，形成布局完善、环境优越、生态效应优良、文化氛围浓郁的城市绿地系统，将启东建成自然环境与人工环境相融合，园林绿化达到国内同类城市先进水平的江海文化型生态园林城市。

##### 2. 中心城区绿地系统布局结构

启东市中心城区绿地系统规划在继承总体规划的城市布局与空间结构

的基础上，在突出“江海名城”城市文化景观风貌的同时，结开辟各类城市绿地，使公园绿地分布均衡、各类绿地功能齐全，从而形成完整的城区绿地系统，创造滨水江海文化型生态园林城市。

##### (1) 绿地空间布局重点

以河联江——建立以头兴港为轴线、布局均衡的城市绿地生态系统。

依托头兴港贯穿中心城区，通达长江的城市布局特色，以之为轴线布局城市景观片区与城市廊道绿网，将城市各类绿地相互串联，形成大规模连续的城市自然绿色系统。

以水引绿——构筑以“水”为脉络的城市绿地特色。

从生态和人文两个方面强化启东城区内河道纵横成网的滨水景观优势，结合城市河道整治规划以及滨水生态绿地建设，建立生态化、景观化、人文化的滨水绿化模式，形成具有完整生态意义的城市低位生态廊道。

以园兴景——建设以江海文化为核心表现内容的城市景观系统。

充分发挥启东历史文化悠久、物产资源丰富的优势，将历史文物的发掘、旅游休闲的开发、城市江海文化的提炼与园林绿地建设相结合，建设富有艺术特色的城市绿地精品，体现城市文脉与绿地空间布局的紧密结合，为创造独具特色的城市景观系统提供良好的空间条件和背景氛围。

##### (2) 中心城区绿地系统结构与布局

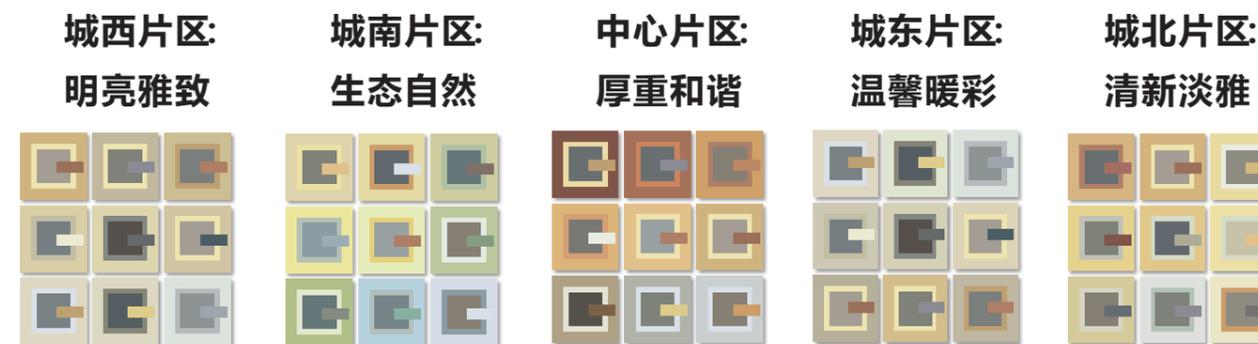
启东市绿地系统规划依托现有城市特色及自然环境，以头兴港为城区轴线，以极具生态与人文特色的自然水系为纽带，以园林化的城市景观路为骨架，引绿入城，形成绿地、水网、城市三者相生相伴的空间融合模式，同时通过各类绿地构筑城市绿色景观节点，延续城市历史文脉，形成完整的中心城区绿地系统结构，突出“阡陌水港织绿网，碧林拥城通江海”的城市绿地景观特色。

启东市城绿地系统结构可概括为“一轴双片三核、绿环绕城、六经五纬”，形成绿地、水系、城市相依相伴的绿地结构模式。

### 2.3.2 《启东城市色彩规划》

#### 色彩规划结构

通过对启东发展轴线的解读，色彩结构以点营造、以点带线、以线铺面的营造方式，紧密贴合上位规划，进行城市色彩布局。



### 2.3.3 《启东市沿江沿海特色风貌塑造暨总体城市设计》

#### 全域建筑风貌塑造与管控

## (4) 老城风貌区

### · 中心城区老城区——海派和现代中式风格兼容并蓄

#### 总体特征

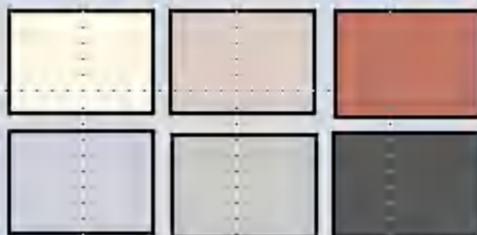
多元包容的宜居老城

中西合璧、明亮大方

海派建筑风格为主



暖色调为主的建筑色彩



#### 主要类型

公共建筑：均衡布局，檐口线脚，常见拱券与柱式装饰的海派风格



现代风格建筑可融入古典元素，保持整体协调

住宅建筑：多层住宅为主，局部融入中式或海派建筑元素，展现清新、典雅的建筑形象，营造良好的景观环境



### 2.3.3 《启东市沿江沿海特色风貌塑造暨总体城市设计》

#### 全域建筑风貌塑造与管控

## (5) 现代都市风貌

### • 中心城区新城风貌区——简约大方的现代风格

#### 总体特征

现代活力新城

活力时尚、自然生态

简洁明朗的现代建筑风格



轻盈淡雅的建筑色彩



#### 主要类型

办公建筑：延续海派风韵，避免千篇一律的玻璃幕墙



商业建筑：现代明亮、活力时尚的综合体或商业街等



住宅建筑：舒朗有致、简洁现代的多层建筑为主



文化建筑：具有标识性的地标，展现未来时尚感



### 2.4 相关标准和规范的解读

#### 2.4.1 城市户外广告和招牌设施技术标准 (CJJ/T149-2021)

户外广告设施设置应满足城市设计和相关规划的要求，应布局合理，设置规范。应编制符合当地城市特色与风貌的城市户外广告设施设置规划，明确城市不同区域户外广告设施设置要求。重要商业街区、道路、节点应编制户外广告设施详细设计方案，对户外广告设施设置位置、尺寸、形式等进行控制。

户外广告和招牌设施设置应符合城市公共安全、城市风貌管理、历史文化保护传承等方面的要求，不应影响车辆、行人通行安全，不应妨碍安全疏散、灭火救援、建筑防排烟，不应影响建（构）筑物及设施等被依附载体的安全和使用功能。

户外广告和招牌设施应符合城市容貌方面的要求，设施尺度、形式和风格应与周边环境相协调，并应注重昼夜景观效果，不应损害建（构）筑物、街景和城市轮廓线重要特征，不应破坏建（构）筑物等被依附载体的整体效果。

户外广告和招牌设施设置应符合节能与生态环保要求，宜采用新技术、新工艺、新材料、新设备、新产品。

户外广告设施设置应符合下列规定：

1. 不应利用交通信号灯、交通标志、交通执勤岗设施、道路隔离栏、人行天桥护栏、高架轨道隔声墙、道路及桥梁防撞墙与隔声墙等交通安全设施设置；
2. 不应在道路交叉口视距三角形范围内、除道路隔离栏外的交通安全设施和交通标志周边 10m 内，以及公交站牌、路名牌、出租车场招牌、消防栓等设施周边 5m 内设置；
3. 不应在人行天桥落地扶梯、过街地道、过江（海）隧道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人和车流出入口周边 10m 内，以及大批车流集散的建筑出入口周边 5m 内设置独立式户外广告设施；
4. 不应跨越城市道路、公路设置；

5. 不应在水利工程管理范围内，各类地下管线、架空线及其他生命线工程安全保护范围内，消防通道和消防场地内设置；

6. 不应利用危房设置，或设置后可能危及建（构）筑物和设施安全；

7. 不应在沿街毗邻建筑物之间的空间、坡屋面或造型独特的屋面设置；

8. 不应依附于行道树设置，不应在分车绿带中设置；

9. 不应在国家机关、文物保护单位、风景名胜区、中小学校及幼儿园等的建筑控制地带设置；

10. 除商业步行街和商业街坊内圈外，不应播放声音；播放声音的，应符合现行国家标准《社会生活环境噪声排放标准》GB22337 的规定。

户外招牌设施设置应符合下列规定：

1. 不应利用危房设置，或设置后可能危及建（构）筑物和设施安全；

2. 不得影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志正常使用；

3. 不应在大量车流、人流集散的公共建筑出入口周边 5m 内设置独立式户外招牌设施；

4. 不应采用动态视频或音频等方式。

旗帜、贴膜、布幅、充气模型、系留气球、投影、展示牌、实物造型等临时性户外广告设施的固定装置应安全可靠。

#### （一）附属式户外广告设施

平行于墙面设置的户外广告设施应符合下列规定：

1. 广告设施宽度应与墙面相协调，周围不应超出墙面外轮廓线，垂直方向突出墙面距离不宜大于 0.5m；

2. 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面；

3. 同一墙面上的广告总面积不宜大于该墙外立面面积的 30%；

4. 高层建筑主楼墙面广告设施宜采用镂空文字或图案等形式，最大高度应符合表 4.1.2 的规定。

表 4.1.2 高层建筑主楼墙面户外广告设施最大高度 (m)

建筑高度	设施最大高度
≤ 60	3
> 60	6

垂直于墙面设置的户外广告设施应符合下列规定：

1. 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面，自建筑物室外地面起到广告设施顶部的高度不宜超过 24m；

2. 广告设施设置应符合架空线安全要求，净距应符合规划要求；

3. 广告设施最大高度不宜超过 9m，最大外挑距离不应超过 2m。

墙面设置的户外广告设施不宜突出道路红线或用地红线，不应妨碍行人、车辆通行安全。当必须突出道路红线设置时，应经当地主管部门批准，并应符合下列规定：

1. 当位于人行道上空时，3m 以下，不应突出；3m 及以上，突出的深度不应大于 0.6m。

2. 当位于无人行道的路面上空时，4m 以下，不应突出；4m 及以上，突出的深度不应大于 0.6m。

围墙上设置的户外广告设施应符合下列规定：

1. 设置在实体围墙墙面上的，突出墙面的距离应小于 0.1m，上缘不应超出围墙顶部，宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面宽度；

2. 透空围墙上不宜设置；

3. 围墙顶部不应设置；

4. 临时围挡设置的广告应采用喷绘、张贴等无结构形式；

5. 同一路段同一风格围墙上，广告设施宜统一位置、尺寸和间距。

玻璃幕墙上设置的贴膜广告应符合下列规定：

1. 上刊、下刊不应造成玻璃松动、破损、划痕，拆除后不应留有残胶；

2. 隐框玻璃幕墙不应设置贴膜广告。

在建（构）筑物上设置的电子显示装置户外广告设施应符合下列规定：

1. 宜设置在多层建筑和高层建筑裙房 2 层及以上外立面，面积应根据建（构）筑物结构特征及周边环境确定；

2. 不应直接设置在有可燃或难燃材料的墙体上；

3. 沿街门店不宜设置滚动走字屏电子显示装置户外广告设施。如需设置，应设置在底层建筑物门梢部位，高度不应超过 0.4m，长度不应大于 10m 且不应超过门面宽度。

灯杆上设置的户外广告设施应符合下列规定：

1. 不宜设置硬质广告设施。

2. 同一道路，应在同一种灯杆上设置广告，单根灯杆上广告设施数量不应超过 2 个，不应重叠设置；同一路段的灯杆上设置的广告应做到形式、尺寸、位置一致，并与周围景观相协调。

3. 广告设施高度不应大于 2.4m，宽度不应大于 1m，牌面底部距离人行道地面高度不应小于 3m，牌面垂直投影超出路沿石外缘的，牌面底部距离车行道地面高度不应小于 4.5m。

亭、棚、栏等公共设施顶部不应设置户外广告设施。

邮筒、废物箱、配电箱等公用设施上不宜设置户外广告设施。

公交候车亭广告牌面总面积不应超过候车亭立面总面积的 60%，并确保公共交通信息清晰、醒目。

## （二）独立式户外广告设施

沿主要商业街人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 25m，沿其他道路人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 50m。

立杆式户外广告设施设置应符合下列规定：

1. 设置位置不应影响行人通行，宽度小于 3m 的人行道不应设置；

2. 广告设施不应超出人行道路沿石外缘，且牌面外缘距人行道路沿石外缘不应小于 0.2m；

3. 广告牌单面面积不应大于 2m<sup>2</sup>，任意一边长度不应大于 2m，厚度不应大

于 0.3m;

4. 广告牌面底部距离人行道地面的高度不应小于 3m。

底座式户外广告设施设置应符合下列规定：

1. 宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50m<sup>2</sup> 的场地不应设置，设置广告设施后的人行通道净宽不应小于 3m;

2. 广告设施底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘不应小于 0.4m;

3. 广告设施总高度不应大于 2.4m，宽度不应大于 1.5m，高度应与宽度相协调；

4. 广告牌单面面积不应大于 2.5m<sup>2</sup> 厚度不应大于 0.5m;

5. 步行街上的广告设施应设置在休憩带中，形式应与步行街风格相协调。

大型落地户外广告设施设置应符合下列规定：

1. 除城市大中型广场和会展场所外，不宜设置在城市中心区，可设置在机场、高速公路入口及郊区公路两侧等区域；

2. 广告设施整体高度不宜大于 10m，宽度应与高度相适应，不宜大于 30m。

大型高立柱户外广告设施设置应符合下列规定：

1. 在城市建成区内应控制大型高立柱户外广告设施设置数量 and 位置，城市中心区不应设置大型高立柱户外广告设施。

2. 不应设置在隧道体及隧道进出口下沉地段两侧，不应设置在桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上。

3. 广告设施整体高度不宜超过 22m，规格尺寸、最小间距应分别符合表 4.2.5-1 和表 4.2.5-2 的规定。

表 4.2.5-1 大型高立柱户外广告设施牌单面尺寸

道路类别	牌面尺寸 (m×m)
城市道路、主要公路、次要公路	5×15 或 6×18
高速公路、铁路、轻轨、地铁	6×18 或 7×21

表 4.2.5-2 大型高立柱户外广告设施的最小间距

道路类别	最小间距 (m)
次要公路	300
城市道路、主要公路	400
高速公路、铁路、轻轨、地铁	500

注：“最小间距”是指任意两个大型高立柱户外广告设施之间的距离。

4. 广告牌面下缘距离地面高度不应小于 10m。

5. 立柱中心距道路外侧护栏及周边建筑的距离不应小于广告设施自身高度。

实物造型户外广告设施设置应符合下列规定：

1. 不应设置在城市道路红线内；

2. 应保障车辆、行人通行安全，并应与周边环境和空间尺度整体协调。

(三) 移动式户外广告设施

车辆上设置的户外广告不应影响行车安全，并应符合以下规定：

1. 车顶、车头及车身两侧车窗不应设置户外广告，车后窗设置的广告不应影响安全驾驶；

2. 车身广告不应遮挡车辆号牌及车辆服务标识、车灯、经营者名称和监督电话等运营信息；

3. 车身广告应整洁、美观，不应使用反光材料，不对原车颜色全部遮盖，色彩应与车体颜色协调。

利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告，不应影响船行安全，宜采用通透形式。

空中移动广告必须符合国家航空、气象等主管部门有关航空飞行物安全、气球施放的规定。

除广告车外，移动式户外广告设施不应采用 LED 显示屏和播放声音。广告车在行驶过程中不应播放动态画面和声音。

### 2.4.2 江苏省城市市容和环境卫生管理条例

#### 城市市容管理

户外广告应当统一规划，按照规定的要求和期限设置。户外广告设施应当保持安全、整洁、完好。机关、团体、部队、企业事业单位以及个体工商户的名称、字号、标志等标牌和标识的设置，应当符合城市容貌标准。

在户外利用条幅、旗帜、充气装置、实物造型等载体设置标语、宣传品的，应当在规定的地点设置，并保持整洁、美观。发生损毁、污染的，应当及时更换；到期应当及时撤除。

市容环卫管理部门应当按照规划设置公共信息栏，供市民发布信息，并负责日常管理和保洁。任何单位和个人不得在树木、地面、建筑物、构筑物或者其他设施上刻画、涂写、张贴。

建筑物、构筑物、广告设施以及道路、广场、绿地等设置夜景照明设施的，应当符合夜景照明规划。夜景照明设施的设置单位或者管理单位应当加强照明设施的维护管理，保持整洁、完好，并按照规定开闭。

### 2.4.3 江苏省城市容貌标准

#### 户外广告

户外广告设施设置应遵循下列原则：

1. 将继承传统与创新相结合，鼓励使用新媒体、新形式、新技术及新材料。
2. 不得损坏市政公用设施，不得妨碍居民生活。
3. 不得影响被依附载体的使用功能，不得影响建筑物安全，不得影响消防通道。
4. 户外广告钢结构设施的设计、施工、安装、维护保养、安全检测以

及材料、施工质量验收等应符合《城市户外广告设施技术规范》CJJ/T-149 的相关规定和要求。

户外广告与店招牌设施设置应符合城市专项规划，与周边环境相适应，兼顾昼夜景观。

户外广告与店招牌设施使用的文字、商标、图案应准确规范。陈旧、损坏的户外广告与店招牌设施应及时更新、修复，过期和失去使用价值的户外广告设施应及时拆除。

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、悬挂。

城市公共绿地周边应按城市规划要求设置广告设施，且宜设置小型广告设施。

有下列情形之一的，严禁设置户外广告设施：

1. 利用交通安全设施、交通标志的。
2. 影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的。
3. 妨碍居民正常生活，损害城市容貌或者建筑物形象的。
4. 利用行道树或损毁绿地的。
5. 国家机关、文物保护单位和名胜风景点的建筑控制地带。
6. 当地县级以上地方人民政府禁止设置户外广告的区域。

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。

户外广告设施的设置不应影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志的使用，且不应在下列位置设置：

1. 道路交叉口视距三角形范围内。
2. 除道路隔离栏外的交通安全设施、交通标志 10m 范围内。
3. 河道、防洪堤的安全防护范围内。
4. 各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内。

5. 人行天桥落地扶梯、过街地道、过江(海)隧道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人和车流出入口 10m 范围内。

户外广告设施的设置不应妨碍生产和人民生活, 不应损害市容市貌或者建筑形象, 并应符合下列规定:

1. 不应跨越城市道路、公路设置户外广告。
2. 沿街毗邻建筑物之间的空间不应设置户外广告。
3. 坡屋顶(各种风格的装饰顶)建筑顶部不应设置户外广告。
4. 大量车流集散的公共建筑出入口外两侧各 5m 范围内不应设置户外广告。

户外广告设施不应利用行道树或损毁绿地, 并应符合下列规定:

1. 不应依附于行道树设置户外广告。
2. 不应在道路中央绿化分隔带中设置户外广告。
3. 不宜在道路绿化侧分隔带中设置户外广告。

### 店招标牌

店招标牌设施设置应遵循下列原则:

1. 店招标牌应符合城市街景规划(设计)要求, 应当与建筑风格相协调; 新建建筑立面设计方案应预留店招设置位置。
2. 店招标牌不得遮挡建筑物玻璃幕墙和窗户, 不得影响建筑物的采光通风以及消防安全。
3. 店招标牌内容应当与单位工商注册名称相符, 不得含有经营服务内容、电话号码、产品(画面)推广宣传等广告信息。
4. 使用的文字、汉语拼音等必须符合相关规定, 需要使用外国文字的应当同时使用中文, 书写应当规范准确, 用字规范, 无错别字, 无缺字、漏字。
5. 店招标牌应当做到安全、美观, 并定期维修、保养。
6. 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开启。

店招标牌设置不应破坏建筑物外立面形象, 并应符合下列规定:

1. 不得“多层多招”设置。
2. 不得“一店多招”设置。

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, 可在不同朝向的店面各设置一块店招。

沿街建筑物底层商铺, 相邻店招之间应留有适当间隔, 不宜连续设置; 底板色彩应统一协调。

沿街二层以上单位不得在建筑物外立面单独、零散设置标牌, 可在建筑物底层大厅内设置标牌, 有广场的可设置落地式指示标牌, 也可在建筑物外立面统一、集中设置单位标牌, 并加强管理和维护。

以大楼冠名或单一产权的建筑物可在建筑物顶部或立面设置名称标牌, 采用镂空发光字等形式, 字体高度与建筑高度相协调; 24 小时营业的单位(如自助银行等)宜在建筑底层立面设置挑出式小灯箱, 应加强该类户外广告媒体的亮化。

除商业区商业性建筑外, 其他类型建筑不宜设置竖式标牌; 商业区同一建筑多个竖式标牌的设置, 其位置、大小应相对统一, 色彩及画面协调。

传统风貌区域店招、标牌设置应与建筑物风格相协调; 各类店招、标牌不宜采用高彩度、高对比度的色彩。

传统形式建筑设置店招、标牌应遵循下列原则:

1. 可采用匾额、幌子等形式的店招、标牌。
2. 有走廊的传统形式建筑, 应在廊内门头上设置店招、标牌。
3. 不宜在走廊外沿立面设置店招、标牌。
4. 屋顶不得设置店招、标牌。
5. 不得遮挡建筑物传统屋檐、挂落, 花格、栏杆等装饰细部。

### 2.4.4 江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范 (DGJ32/J 146—2013)

#### 户外广告设施严禁在下列位置设置:

- 1、交通信号设施、交通指路牌、交通标志牌、交通执勤岗设施、道路隔离栏、人行天桥护栏、高架轨道隔声窗(隔声墙)、道路及桥梁防撞墙与隔声窗。
- 2、国家机关、文化教育场所、文物保护单位、名胜风景点及其建筑控制地带(自身宣传、公益宣传、导引标识除外)。
- 3、危房或可能危及建(构)筑物和设施安全的位置。
- 4、其他法律、法规、规章以及县级以上人民政府禁止设置户外广告设施的区域。

#### 户外广告设施的设置不得影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志的使用,并不得在下列位置设置:

- 1、道路交叉口视距三角形范围内。
- 2、交通安全设施、交通标志 10m 范围内。
- 3、河道、防洪堤的安全防护范围内。
- 4、各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内。
- 5、隧道、公路收费口、高架道路落地匝道等出入口 10m 范围内。

#### 户外广告设施的设置不得妨碍生产生活,损害市容市貌,并应符合下列规定:

- 1、不得跨越城市道路、公路设置户外广告设施。
- 2、除商场、超市等商业建筑外,其他建筑不得设置墙身广告设施。
- 3、沿街毗邻建筑物之间的空间不得设置户外广告设施。
- 4、建筑物坡屋顶、装饰顶等不得设置户外广告设施。
- 5、电子显示屏的设置不得形成眩光、噪声、电磁辐射等污染。
- 6、不得遮挡建筑物玻璃幕墙和窗户,不得影响建筑物的采光通风以及

影响消防安全。

#### 户外广告设施的设置不得损毁绿化,并符合下列规定:

- 1、不得依附于行道树设置户外广告设施。
- 2、不得在道路中央绿化分隔带中设置户外广告设施。
- 3、不宜在道路绿化侧分隔带中设置户外广告设施。

#### 店招牌设施的设置不应破坏建(构)筑物外立面形象,并应符合下列规定:

- 1、不得“一店多招”设置。
- 2、不得“多层多招”设置。

### 2.4.5 江苏省广告条例 (2019 年修订)

#### 广告活动

##### 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、永久性测量标志的；
- (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、永久性测量标志使用的；
- (三) 产生噪声污染、光污染，影响居民正常生活的；
- (四) 妨碍相邻方通风、采光、通行等权利的；
- (五) 不符合城市容貌标准的；
- (六) 在国家机关建设用地范围、文物保护单位保护范围和建设控制地带、风景名胜区核心景区内的；
- (七) 在县级以上地方人民政府禁止设置户外广告的区域内的；
- (八) 法律、法规禁止设置户外广告的其他情形。

#### 广告业发展

建造用于发布户外广告的专用设施，应当符合户外广告设置规划，并按照法律、法规的规定办理相关审批手续。不符合户外广告设置规划的，有关审批部门不得批准。

城市管理行政主管部门负责城市和镇的建成区内户外广告设施的设置管理工作。

交通运输主管部门负责公路收费站区、互通区、服务区以及港口、码头等控制范围内户外广告设施的设置管理工作。

水行政主管部门负责河道管理范围内户外广告设施的设置管理工作。

其他区域的户外广告设施的设置管理工作，由法律、法规规定的部门或者所在地县级以上地方人民政府指定的部门负责。

户外广告设施的设置者应当加强检查、维护，保证户外广告设施牢固、

安全。气象部门发布台风、暴雨等灾害性天气预警时，设置者应当及时对户外广告设施进行安全检查，采取加固等安全防范措施。

对残损的户外广告设施，设置者应当及时修复或者拆除。

编制户外广告设置规划，应当规划一定比例的公益广告专用设施。

利用公共空间、公共设施设置户外广告设施的，有关部门、单位在进行招标、拍卖或者协议出让户外广告设施经营权时，应当将发布一定数量、时长或者比例的公益广告作为条件。

### 2.4.6 江苏省高速公路沿线广告设施管理办法

#### 总则

本办法所称高速公路沿线包括高速公路、高速公路用地、高速公路用地外缘起 100 米范围内的区域。

#### 高速公路沿线下列区域禁止设置广告设施：

- 1、除高速公路收费站区、服务区以外的高速公路用地；
- 2、高速公路建筑控制区；
- 3、高速公路中央分隔带（主线收费站区中央分隔带除外）；
- 4、可能遮挡高速公路交通标志、交通信号、监控探头的区域；
- 5、法律、法规和户外广告设置规划禁止设置广告设施的其他区域；
- 6、高速公路交通标志、可变情报板、防撞护栏、隔离墩、防眩设施、隔离栅和照明设施等附属设施上不得附着设置广告设施。

#### 高速公路沿线下列区域，可以设置广告设施：

- 1、高速公路主线收费站区和匝道收费站区（含收费站所在互通区）；
- 2、高速公路服务区；
- 3、高速公路用地外缘起 100 米范围内，除高速公路建筑控制区以外的区域。

高速公路收费站区和服务区内广告设施的数量应当符合下列要求：

- 1、采用大型单柱式双面或者三面广告牌形式的，主线收费站区单侧不超过4个；匝道收费站区（含收费站所在互通区）不超过6个；服务区单侧不超过4个；
- 2、采用单面墙式广告牌形式的，单侧不超过5个；
- 3、采用中央分隔带灯箱广告形式的，间隔不小于15米。
- 4、高速公路沿线设置单柱式双面或者三面广告牌形式广告设施的，沿主线双侧单列设置，单侧间隔不小于500米。

### 2.4.7 公益广告促进和管理暂行办法（2016年）

本办法所称公益广告，是指传播社会主义核心价值观，倡导良好道德风尚，促进公民文明素质和社会文明程度提高，维护国家和社会公共利益的非营利性广告。

国家鼓励、支持开展公益广告活动，鼓励、支持、指引单位和个人以提供资金、技术、劳动力、智力成果、媒介资源等方式参与公益广告宣传。

各类广告发布媒介均有义务刊播公益广告。

有关部门和单位应当运用各类社会媒介刊播公益广告。

机场、车站、码头、影剧院、商场、宾馆、商业街区、城市社区、广场、公园、风景名胜区等公共场所的广告设施或者其他适当位置，公交车、地铁、长途客车、火车、飞机等公共交通工具的广告刊播介质或者其他适当位置，适当地段的建筑工地围挡、景观灯杆等构筑物，均有义务刊播公益广告通稿作品或者经主管部门审定的其他公益广告。此类场所公益广告的设置发布应当整齐、安全，与环境相协调，美化周边环境。

### 2.4.8 江苏省城市户外广告设施专项规划编制纲要（试行）

规划说明书

#### 第一章 城市概况

##### 第一节 城市简介

城市的地理位置、面积、行政辖区，地形、地质、地貌、气象。流域（区域）内河、湖（库）水系、地震烈度、高程系统等。

城市在国家、地区中的地位和作用。现状城市人口及分布，城市蜘蛛产业、三产及其分布情况、经济发展水平等。

##### 第二节 城市总体规划

城市性质、规划年限、规划范围、规划人口。

城市总体布局，如主要居住区、商业中心面积及分布等。

城市道路网布局规划。

城市特色等相关内容。

##### 第三节 项目背景

简要分析项目背景、发展趋势等。

##### 第四节 上一轮城市户外广告设施规划实施评价

以往做过城市户外广告设施的城市需要对上一轮城市户外广告设施规划实施情况进行实施评价。

#### 第二章 城市户外广告设施现状综合分析

##### 第一节 现状概况

规划基准年城市户外广告设施建设总体情况。主要包括城市现状户外广告设施空间布局，以及户外广告类型样式、设置形式、位置、尺寸、安全、色彩、材质、照明与亮化、广告内容等方面内容。

现行户外广告设施管理基本情况。

### 第二节 现状评价

分点、线、面三个层次,分别对城市户外广告设施的点状空间、线性空间、区域空间进行问题分析级现状评价。

### 第三节 相关规划的概述与协调

摘录城市总体规划及有关专业规划(主要包括国民经济发展规划、市容环境规划等)中与本规划密切相关的内容、结论等。

提出需要本规划与之协调的内容。

## 第三章 规划总则

### 第一节 规划依据

国家现行有关法律、法规,专业技术规范、标准,行业主管部门的规范性文件,全省各地的地方性法规和规章,城市总体规划和其他相关规划。

### 第二节 规划年限和范围

1、规划年限:近期为2021年,中远期为2030年。各地可根据城市总体规划的规划期限确定远期年限。

规划基准年为规划编制年的上一年。

2、规划范围:重点是城市总体规划确定的中心城区建设用地范围,各地根据需要可统筹城镇发展,扩大研究范围。

### 第三节 规划原则

结合城市经济发展水平,针对城市户外广告设置的特点,提出改善市容环境、推进生态文明建设的规划原则。

### 第四节 规划目标

定性表述城市户外广告设施近远期发展将达到的总体水平。

### 第五节 户外广告设施分类体系

以《江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置标准》中的户外广告设施分类为依据,结合当地实际,明确城市户外广告设施的分类。

## 第四章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导

结合城市总体规划及相关专项规划,对城市重要发展轴线等城市特色空间的户外广告设施,从户外广告设置位置、户外广告设置形式、户外广告设置安全等方面,提出控制与引导要求。

## 第五章 道路交通边界户外广告设施设置分类控制与引导

### 第一节 城市道路交通体系分析

依据城市总体规划。分析城市功能分区和城市道路交通体系功能格局及分布情况。

### 第二节 道路交通边界户外广告设施设置影响要素分析

根据道路交通等级、道路周边城市开发土地利用性质等,分析其对户外广告设施设置的影响。

### 第三节 道路交通边界户外广告设施设置分类控制体系

#### 1、分类控制类型

将城市道路的交通等级与适路网边用地性质相叠加,对应各道路等级以及周边用地性质对户外广告的控制程度,将道路交通边界分为集中展示路段、适量设置路段、控制设置路段、禁止设置路段四种控制类型,并形成道路边界分类汇总表。

#### 2、各路段边界分类汇总表及控制引导措施

分集中展示路段、适量设置路段、控制设置路段、禁止设置路段,对道路边界分类进行汇总,并提出相对应的控制引导措施。

## 第六章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

对城市重要节点户外广告设施设置分类提出控制引导措施。同时针对代表城市风貌的特色标志性建筑,明确便于管理的设置引导与控制要求,城市重要的空间节点可参照以下分类:城市文化中心、城市核心商业街区、城市特色文化街区、城市主要出入口、行政中心、公园空间等。

### 第七章 户外广告设施设置管理规定

#### 第一节 户外广告设施分类设置引导性控制规定

对应城市户外广告设施分类，提出各类户外广告设施的引导性控制规定。户外广告设施分类建议分为建（构）筑物上的户外广告设施、公共设施上的户外广告设施、地面上的户外广告设施、移动式户外广告设施、店招牌设施等，各城市可以根据城市自身特点进行适当调整和侧重，针对店招牌设施应进行重点研究，明确便于管理的引导与控制要求。

#### 第二节 户外广告设施设置通用管理规定

提出城市户外广告设施设置通用管理规定。

#### 第三节 禁止设置规定

提出城市户外广告设施禁止设置规定。

#### 第四节 户外广告设施照明规定

对户外广告光源、亮度标准及照明方法的技术规定。

#### 第五节 户外广告设施安全、质量检测规定

对户外广告设施的日常管理、维护保养、安全检测的技术规定。

### 第八章 规划实施管理控制引导

#### 第一节 规划实施管理控制相关规定

提出规划实施管理控制的相关规定。

#### 第二节 分期实施管理与控制

提出城市户外广告设施分期实施管理与控制的相关内容。

### 第九章 保障措施

从政策法规、资金保障、监督管理（以信息化管理体系的建立为重点）、公众参与等方面提出规划实施保障措施。

#### 附录：

关于道路交通边界户外广告设施设置分类控制类型的说明。

#### 1. 依据城市总体规划，对道路分成四类

A、B、C、D 代表不同的交通等级分类 A- 快速路，B- 主干路，C- 次干路，D- 支路（总体规划层面只需涵盖主要支路）。

2. 依据《城市用地分类与规划建设用地标准》(GB50137-2011)，将道路周边用地分为四类，代表道路周边不同用地性质分类。

I 类用地：行政办公用地 A1，文物古迹用地 A7，外事用地 A8，宗教用地 A9，殡葬设施用地 H3，特殊用地 H4。

II 类用地：居住用地 R，医疗卫生用地 A5，教育科研设计用地 A3，文化设施用地 A2，社会福利用地 A6，公园绿地 G1，广场用地 G3，河流水域 E1。

III 类用地：工业用地 M1、M2、M3，交通枢纽用地 S3，物流仓储用地 W，交通场站用地 S4，公用设施用地 U，体育用地 A4，防护绿地 G2，区域交通设施用地 H2，公用设施营业网点用地 B4。

IV 类用地：商业金融用地 B1、B2（含市场用地）、娱乐康体用地 B3、其他服务设施用地 B9。

3. 根据不同的道路及用地，将道路交通边界户外广告设施设置分为不同的控制类型

集中展示路段编号范围：B- IV，C- IV，D- IV

适量控制路段编号范围：A- III，A- IV，B- III，C- III，D- III

引导设置路段编号范围：A- II，B- II，C- II，D- II

禁止设置路段编号范围：A- I，B- I，C- I，D- I

### 2.4.9 南通市市区店招牌设施设置导则

**第二条** 本导则所称店招牌设施，是指机关、企事业单位、商户在办公地、经营地的建（构）筑物、场地及其附属设施上设置的，用于表明单位或者商户名称、字号、商号、徽标的招牌、标志牌、匾牌、发光字牌等设施。

**第四条** 店招设置应当遵循下列基本原则：

（一）实行一店一招。同一个商铺在同一临街立面只应设置一块店招。有两个及以上不同朝向的门面时，可各设置块风格、规格统一的店招。

建筑载体同一立面不得“一店多招、多层多招”。

（二）位置基本一致。统一设置在一楼门楣以上，二楼阳台（玻璃幕墙、窗户）下沿以下的适中位置，下端不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿。

设有外走廊的二层门店可在廊内店铺门楣以上合适位置按“一店一招”的要求设置店招。

（三）规格尺寸协调。店招的外沿不得超出建筑物挑构件，无挑构件的建筑店招牌外沿应保持一致，原则上伸出不得超过 0.6 米。

店招设施长度应小于门面宽度，不得伸出建筑物两侧墙面。相邻店招之间应留有适当间隔，不宜连续设置。

（四）建筑整体和谐。同一建筑载体相邻门店的墙面店招类型、规格、悬挂位置、出挑尺寸应保持一致，店招底板宜采用同一或相近色素，并与建筑载体色彩相协调。

传统特色建筑门楼匾牌设置可根据具体情况，按照规划核准的方案要求单体设计和设置。

**第五条** 单位标牌（铭牌）设置应当遵循以下基本原则：

（一）建筑物二层及以上入住单位、商户宜在建筑物入口处或内部适当位置统一设置单位铭牌或标识。

（二）按照规划核准的建筑物立面设计方案，可在预留位置集中展示单位的标牌（标识，徽标）。

（三）按照规划要求，商办楼、商业综合体可在不小于平方米的门前广场红线范围适当位置，设置落地式指示标牌（标志），用于集中展示商办楼和综合体内单位或商户的名称、标志或经营品牌。

竖向落地式指示标牌（标志）牌面不得多于四面。单面宽度不得大于米，净高不宜超过米，并依法办理户外广告设施设置行政许可。

（四）行政机关、企事业单位的户外条牌、方牌设置，依照国家有关规定执行。落地式单位标牌可采取景观石、景观墙等形式设置，规格、字体应当与建筑物及周边环境相协调。

单位名称不得在楼顶设置。

**第九条** 下列区域或情形禁止设置店招牌：

（一）建筑物二层以上窗间墙面；

（二）遮拦建筑物玻璃幕墙和窗户；

（三）在二层以上建筑楼顶；

（四）利用户外附属设施、围墙围栏、透空绿篱、电梯步道外侧、各类台阶等；

（五）在临街建筑物户外立面上采用竖式灯箱形式；

（六）在绿地或城市道路红线范围内；

(七) 利用市政、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;

(八) 上下重叠;

(九) 跨越街道、公路、铁路、河道;

(十) 利用沿街毗邻建筑物之间的空间;

(十一) 法律、法规规定的其他禁止设置情形。

### 第十四条

店招牌设施的所有权人和使用人是安全维护和管理主体责任人, 应当加强店招牌设施的日常维修检查, 出现画面污损陈旧、结构存有安全隐患等情况时, 及时组织更换或维修。

店招牌设置使用者搬迁、变更、歇业、解散或者被注销的, 由所在建筑物的产权人负责拆除, 并恢复原状。

## 2.5 各层级相关标准和规范的差异解读

	城市户外广告和招牌设施技术标准 (CJJ/T149-2021)	江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范	南通市市区店招牌设施设置导则	
屋顶广告	最大高度		最大高度	
	建筑物层数或者高度 (h)	广告设施的最大高度	建筑物层数或者高度	
	h ≤ 7m	不宜设置	1、2层 (< 7m)	不应设置
	7 < h ≤ 12m	3	3层 (< 10m)	不应设置
	12 < h ≤ 24m	6	4-8层 (< 25m)	6
	24 < h ≤ 60m	8	9-20层 (< 60m)	不宜设置
	60 < h ≤ 90m	不宜设置	21层以上 (> 60m)	严禁设置
h > 90m	严禁设置			
平行于墙面的广告设施	垂直突出墙面不宜大于 0.5 米		垂直突出墙面不宜大于 0.5 米	
	单个广告面积在商业区域内宜 < 100 m <sup>2</sup> , 商业区域外宜小于 50 m <sup>2</sup> , 同立面墙上的广告总面积不宜大于该墙面面积的 30%	建筑物同一墙面上的广告总面积不宜大于该墙面积的 30%		
	建筑高度小于 60m, 广告高度宜小于 3m, 超过 60m 时, 广告高度不宜大于 6m	地面至广告底部高度小于 100m, 广告高度宜小于 5m, 超过 100m 时, 广告高度不宜大于 6m		
垂直于墙面的广告设施	自建筑物 ±0.00 起到户外广告设施顶部的高度不宜超过 24m		禁止在临街建筑物外立面采用竖式灯箱形式	
建筑物里面滚动字幕电子显示屏	宜设置在多层建筑和高层建筑裙房 2 层及以上外立面, 面积应根据建 (构) 筑物结构特征及周边环境确定		建筑物二层以上墙体和玻璃橱窗内外禁止设置	
	沿街门店不宜设置滚动走字屏电子显示装置户外广告设施。如需设置, 应设置在底层建筑物门梢部位, 高度不应超过 0.4m, 长度不应大于 10m 且不应超过门面宽度		沿街两开间及两开间以下商铺禁止设置	
立杆式户外广告设施	设置位置不得影响行人同行, 宽度小于 3m 的人行道不得设置立杆式户外广告设施		沿街三开间及以上单位, 可在店招下方、门楣上方、两侧竖门沿内侧设置, 长度不宜超过一个开间的宽度, 高度不宜超过 40cm	
	广告设施不得超出人行道路沿石外缘, 且牌面外缘距人行道路沿石外缘不得小于 0.2m		设置位置不得影响行人同行, 宽度小于 3m 的人行道不得设置立杆式户外广告设施	
	广告设施牌面面积不得大于 2 m <sup>2</sup> , 任意一边长度不得大于 2m, 厚度不得大于 0.3m		广告设施不得超出人行道路沿石外缘, 且牌面外缘距人行道路沿石外缘不得小于 0.2m	
	广告设施牌面底部距离人行道地面的高度不得小于 3m		广告设施牌面面积不得大于 2 m <sup>2</sup> , 任意一边长度不得大于 2m, 厚度不得大于 0.3m	
	沿主要商业街人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 25m, 沿其他道路人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 50m。		广告设施牌面底部距离人行道地面的高度不得小于 2.5m	
			广告设施间距不应 < 50m	

	城市户外广告和招牌设施技术标准 (CJJ/T149-2021)	江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范	南通市市区店招牌设施设置导则		
大型落地户外广告设施	高度应 < 10m, 宽度与高度相适应, 不宜 > 30m	高度应 < 10m, 宽度与高度相适应, 不宜 > 30m	——		
底座式户外广告设施	宽度 < 5m 的人行道或面积小于 50 m <sup>2</sup> 的广场 (空地) 不得设置底座式户外广告设施	宽度 < 5m 的人行道或面积小于 50 m <sup>2</sup> 的广场 (空地) 不得设置底座式户外广告设施	——		
	底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为 0.4m ~ 1.0m	底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为 0.4m ~ 1.0m			
	底座式户外广告设施的总高度不得大于 2.4m, 底座占地面积不得大于 1 m <sup>2</sup> , 宽度不得大于 1.5m, 高度应与宽度相协调	底座式户外广告设施的总高度不得大于 2.4m, 底座占地面积不得大于 1 m <sup>2</sup> , 宽度不得大于 1.5m, 高度应与宽度相协调			
	底座式户外广告设施牌面 (单面) 面积不得大于 2.5 m <sup>2</sup> , 厚度不得大于 0.5m	底座式户外广告设施牌面 (单面) 面积不得大于 2.5 m <sup>2</sup> , 厚度不得大于 0.5m			
	设置底座式户外广告设施的人行道净宽应大于 5m	设置底座式户外广告设施的人行道净宽应大于 4.3m			
	步行街上的底座式户外广告设施应设置在步行街的休憩带中, 形式应与步行街风格相协调	步行街上的底座式户外广告设施应设置在步行街的休憩带中, 形式应与步行街风格相协调			
		广告设置间距不应 < 60m			
大型高立柱户外广告设施	在城市建成区内应严格控制设置大型高立柱户外广告设施, 城市中心区严禁设置大型高立柱户外广告设施		——		
	单面尺寸			单面尺寸	
	道路类别	牌面尺寸		道路类别	牌面尺寸
	城市快速路、主次干道	5mX15m 或 6X18m		城市快速路、主次干道	5mX15m
	高速公路	6mX18m 或 7X21m		高速公路	6mX18m 或 7mX21m
	大型高立柱广告之间最小间距			大型高立柱广告之间最小间距	
	道路类别	最小间距		道路类别	最小间距
	次要公路	300m		次要公路	300m
	主要公路、城市快速路	400m		主要公路、城市快速路	400m
	高速公路	500m		高速公路	500m
大型高立柱户外广告设施牌面下缘距离地面高度不得小于 10m		大型高立柱户外广告设施牌面下缘距离地面高度不得小于 10m			
		设施外缘不得侵入人行道, 距离人行道、建筑物不得小于倒伏距离			

### 2.6 户外广告案例研究

#### 2.6.1 美国

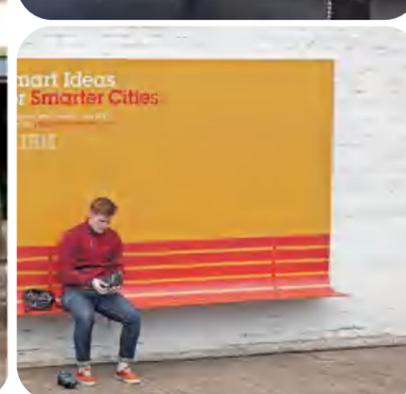
美国的户外广告数量巨大，广告类型新颖多样，设置方式丰富多变，但户外广告的整体景观上却是有条不紊，且户外广告的设计与布局规划也与城市的景观环境相得益彰，同时获得了巨大的经济效益。

美国政府对占用公共资源的户外广告进行了严格的管理和控制，美国各个州政府和下一级的地方政府都分别针对当地的户外广告制定了相关的立法。联邦政府立法对户外广告的位置、尺寸和内容进行了原则性规定。针对户外广告设置的位置确立了两大原则：第一，广告不能对行人和司机造成干扰；第二要保护和发展城市的面貌。与此同时，各州政府和市、县一级的地方政府针对本州、本地区的实际情况还做了更加详细的法律规定。

#### 案例借鉴

美国户外广告设施以其新颖的创意和夸张的视觉表达来吸引受众的眼球，非常具有**创意和互动性**。

启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划应借鉴美国户外广告设施的优秀经验，鼓励广告设计创新，尤其是**增加实物造型广告的互动性**；另一方面，使广告设施和环境在整体上达到统一和协调。



### 2.6.2 日本

日本户外广告数量多、密集度大、更新快、色彩张扬而鲜活，堪称世界之最。由于国土狭小，日本户外广告可利用的地点有限，因此在闹市街头，户外广告形成了上下、前后、左右立体的广告层次。但日本城市户外广告不仅多而不乱，还十分整齐。在 1940 年日本就颁布了第一部广告法律《日本广告律令》，1949 年 6 月，又通过了《屋外广告物法》，详细规范了户外广告的有关情况。按照《屋外广告物法》及《都市计划法》、《文化财（文物）保护法》、《森林法》等相关法律规定，日本明令禁止在传统建筑群、文物、水土保持林、国有道路内、公园、绿地及墓地等指定区域内设置户外广告。为了能更加详细地对户外广告设置进行规范，日本的各城市还相继颁布了地方性法规，如《大阪市户外广告物条例》等。

#### 案例借鉴

启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划可以在商业街等商业繁荣的地段借鉴日本户外广告设施的经验，在保持与周围环境和谐统一的条件下，借鉴其具有表现力的色彩搭配，构建井然有序的广告系统，打造丰富但不紊乱的商业氛围，**提高商业广告的传播性和公益广告的聚焦性。**



### 2.6.3 英国

英国的第一部户外广告管理法规《广告法》于1907年颁布。其明确规定了户外广告的设置不能影响自然环境、历史环境、交通安全、市政设施；禁止广告妨碍公园、娱乐场和风景地带的自然环境；禁止在乡村风景、公路、铁路、水道，以及有历史价值的建筑物等地设置广告；禁止广告车辆在街上行驶；禁止任何人步行骑马或乘车作广告穿过闹市；禁止利用探照灯等交通安全设施作广告；禁止影响市政公共设施、交通安全设施的各种广告活动。

2007年4月6日开始实施的《城乡规划（广告控制）管理条例》，它的目的是为了维护地区市容市貌（包含视觉上的和听觉上的）的和谐以及公共安全，尊重当地的历史、建筑、文化等特色，同时任何个人或单位户外广告不得妨碍高速公路、铁路、码头、港口或飞机场等交通设施以及交通指引标志的视线。

#### 案例借鉴

启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划可以借鉴英国户外广告尊重当地的历史、建筑、文化等特色的特征，打造具有启东元素的户外广告节点和流线。

另外，借鉴英国户外商业广告不妨碍交通安全的特点，保证启东市市区户外广告不影响交通安全的条件下，设置具有节日气氛的临时广告。



#### 2.6.4 上海

上海市是我国最早编制户外广告规划的城市之一，先后制定了《上海市户外广告设施管理办法》《户外广告设施设置技术规范》等法规，编制了《上海市内环线以内地区广告阵地规划》，包括内环线以内城区的8个重要区域、19条重要道路（基本涵盖了市区的主要地区）的户外广告规划，确定特定地区广告设置的功能和形式要求，提出户外广告指定性指标和户外广告指导性指标两大指标体系。上海市在规划编制中运用了领先的GIS技术，通过将卫星航测图片与规划紧密结合，直观、形象地表达出设计构思和体现设计效果。在指标体系的设计过程中，上海市引进了法国郎克罗教授为法国政府规划部门研制的色彩分析方法，解决广告色彩与环境协调问题，这是国内第一次大规模的、深入细致的户外广告设计与研究，具有一定的探索性、创新性和先进性。

#### 案例借鉴

上海市户外广告的控制和管理系统完善，并且大量运用了高科技。启东市城区户外广告和招牌设施设置专项规划可以借鉴上海户外广告，更进一步完善控制和管理系统，并且**利用高科技，增加城市的现代感**，注重户外广告的照明系统，打造启东特色的夜景城。



### 2.6.5 杭州

杭州作为国际风景旅游城市 and 全国经济强市、历史文化名城，户外广告和招牌的设置应充分体现杭州深厚的历史文化底蕴和精致、和谐、大气、开放的现代化城市气息。早在 2009 年杭州就编制了杭州市区户外广告设置规划。2017 年杭州市再次对杭州市区户外广告设置总体规划进行修编，并提出“符合城市规划原则、环境依存原则、以人为本原则、创造城市景观原则、注重视觉效果原则”这五条规划原则，通过五条原则的调控，使得杭州市的户外广告设施在空间、亮化效果上与周边环境协调统一。

#### 案例借鉴

杭州户外广告设施规划通过五条原则来调控，五条原则从始至终都贯彻整个规划，来达到总体指导的目的。启东的户外广告设施也可以效仿杭州，以规划原则来总体把控，分区控制引导来协调，使得户外广告设施整齐划一，与周边环境融为一体。



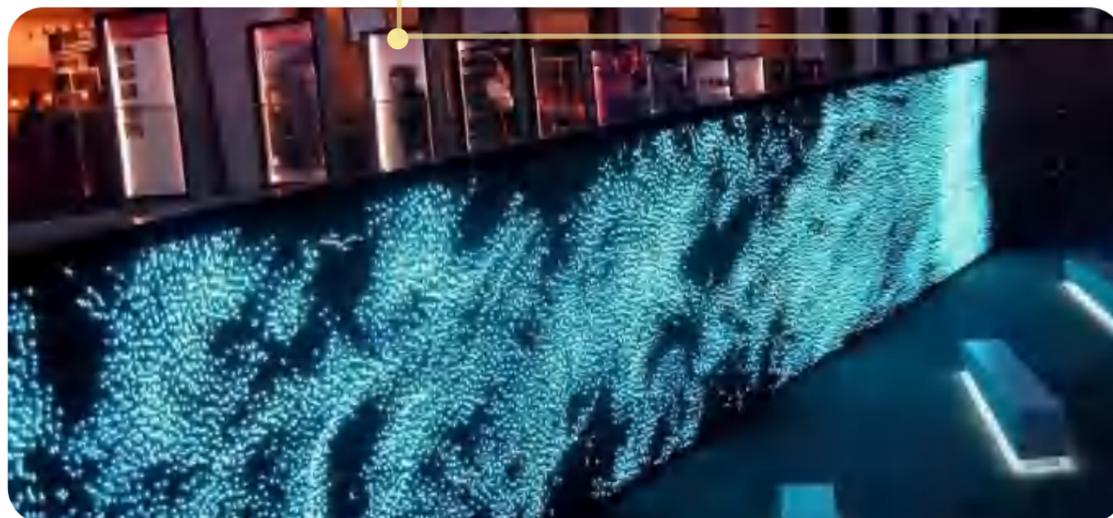
2.7 户外广告发展趋势

户外广告发展整体趋势：

进一步吻合受众取向——提高**互动性**

功能升级与应用升级——提高**传播性、聚焦性**

科技进步——高科技的户外广告，即 LED 电子显示屏、投影等



● 互动性    传播性  
● 高科技    聚焦性

实体造型广告——景观雕塑的发展方向：

**合理设置规划、融入文化精神、完善相关制度**

### 1. 合理设置规划

综合城市整体布局、空间、交通等多个方面考虑雕塑与空间的关系，使得空间环境和谐统一。



### 2. 融入文化精神

准确定位城市自身的位置，提取正是文化的核心元素，将城市文化和民族精神融入作品。



### 3. 完善相关制度

建立长期有效的管理维护机制，注重对雕塑后期的管理和维护。



# 第三章 规划总则

Chapter. 3

- 3.1 规划依据
- 3.2 规划期限和范围
- 3.3 指导思想
- 3.4 规划原则
- 3.5 规划理念
- 3.6 特色文化提炼
- 3.7 规划目标

## 第三章 规划总则

### 3.1 规划依据

#### 法律法规

- 《中华人民共和国城乡规划法》(2019年修订)
- 《中华人民共和国广告法》(2015年)
- 《广告管理条例》(国务院国发[1987]94号)
- 国务院《特殊标志管理条例》(1996年)
- 国务院《城市市容和环境卫生管理条例》(2017年)
- 《江苏省广告条例》(2019年修订)
- 《江苏省城市市容和环境卫生管理条例》(2012年)

#### 标准规范

- 《城市用地分类与规划建设用地标准》(GB50137-2011)
- 《城市容貌标准》(GB50449-2008)
- 《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021)
- 《江苏省城市容貌标准》(DGJ32/C07-2016)
- 《江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范》(DGJ32/J146-2013)
- 《江苏省城市户外广告设施专项规划编制纲要(试行)》
- 《公益广告促进和管理暂行办法》(2016年)
- 《江苏省高速公路沿线广告设施管理办法》(2012年)
- 《江苏省城市环境综合整治技术指南》(2014年)
- 《启东市户外广告设施设置管理办法》(2015年)

#### 相关规划

- 《启东市国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》
- 《启东市城市总体规划》(2012—2030年)
- 《启东市国土空间规划近期实施方案》
- 《启东市城市绿地系统规划》
- 《启东市城市色彩规划》

## 3.2 规划期限和范围

### 规划期限

本规划的规划期限为 2021-2030 年。  
其中近期规划期限为 2021-2025 年，远期  
规划期限为 2026-2030 年。

### 规划范围

本规划总体规划范围为启东市城市总体  
规划确定的中心城区建设用地范围。

图例

—— 规划范围线



### 3.3 指导思想

规划立足于《启东市国民经济和社会发展的第十四个五年规划纲要》的城市发展定位。以上位规划、相关标准规范为户外广告设计导则，坚持整体规划与彰显启东城市特色并重，品质提升与总量控制并重，地域特色与文化内涵并重，构建启东市户外广告与招牌设置的现代治理体系。

户外广告和招牌设施设置规划必须依据城市现状和发展规划来制定，必须考虑启东市的地形地貌和经济水平等情况，以提升城市景观水平、规范户外广告和招牌设施设置秩序、促进户外广告和招牌设施行业健康、有序发展为目标，达到技术和艺术上完美统一。

户外广告和招牌设施设置规划应当根据城市的风貌、格局、城市规划确定的区域功能特点等统一规划，整体设计，合理布局，保证城市容貌的整体美观。户外广告和招牌设施的设计风格、造型、色调、体量、形式、位置、朝向、高度、材质应当与周围环境相协调。

### 3.4 规划原则

#### 整体协调原则

户外广告和招牌设施应与建筑、公园、绿化、景观等城市环境保持协调，不能为了广告的显眼，而利用加大广告设施的尺寸、采用夸张的色调等手法吸引受众眼球。同一区域的户外广告和招牌设施在空间上应保持整体协调，体现空间特色，提高空间的可识别性和个性化。

#### 减量提质原则

结合最新户外广告和招牌设施设置标准和规范，加强对现状户外广告和招牌设施的整治、提升，逐步拆除违规设置的户外广告和招牌设施，减少城市中户外广告和招牌设施的数量。通过规划的引导，突出户外广告和招牌设施的装饰效果，以国际化、高品质为目标打造城市户外广告和招牌

设施。

#### 多样创新原则

鼓励户外广告和招牌设施的个性化、多样化和创新性，结合启东历史文化、城市特色、景观环境，创造符合区域特征并具备独特性的户外广告和招牌设施，凸显城市的特征，宣传和推广城市的文化。采用新媒体、新形式、新技术及新材料，提升户外广告的艺术性和视觉效果。

#### 安全美观原则

户外广告和招牌设施设置应当树立安全第一的原则，通过对照明形式、设计位置及其与交通设施的间距进行严格控制，降低户外广告对交通安全的影响。通过对户外广告和招牌设施位置、造型、材质、视距、色彩、照明方式等的引导控制，提升户外广告和招牌设施的高档次、高质量、高品味。

#### 景观性原则

户外广告和招牌设施是城市景观中不可缺少的元素，商业地标与户外广告的结合表达着一种特有的城市区域精神。在户外广告和招牌设施设置规划中，鼓励采用新的技术手段和造型方式，用现代化的户外媒体形式和户外媒体技术塑造现代化的都市形象。

#### 环境保护原则

户外广告和招牌设施详细规划和建设应当保护和改善城市生态环境，防止污染和其他公害，保护现有绿地、行道树和古树名木，提高城市绿化水平，加强环境卫生和市容建设，鼓励使用新能源和节能环保材料，促进户外广告和招牌设施与城市建设和谐发展。

#### 可操作性原则

户外广告和招牌设施的设置与规划，要结合城市户外广告和招牌设施的现状，做到合理、理性、别具城市特色。户外广告和招牌设施设置规划的设计是多方配合，互相交流，共同努力的成果，应具有很强的操作性。

### 3.5 规划理念

伴随全球经济一体化时代的到来，视觉传播成为当今城市强有力的传播手段。户外广告和招牌设施作为传播的媒体、城市视觉要素的一员，理应承担起了城市形象传播的重任。同时，户外广告与城市空间中其他视觉秩序元素的有序组合，对城市整体**视觉秩序建构**、**视觉品质提升**、**文化差异化**的彰显有着重要的现实意义。

启东市的户外广告与户外招牌设施主要集中在道路两侧、公共空间和建筑界面上。规划结合空间环境载体，打造**整洁**、**有序**、**魅力**、**宜人**的户外广告环境。

## 整洁

户外广告设施在设置上做到规整、洁净，保证其独特性的前提下避免视觉凌乱。

## 有序

户外广告设施在整体上应该保持有序协调，强调整体效果。

## 魅力

户外广告设施应结合城市山水、人文、历史、风貌等当地特色，提高城市魅力。

## 宜人

户外广告设施应选择与周边相符合的材质、色彩、照明等要素，增强环境的宜人程度。

### 3.6 文化元素的提炼



### 3.7 规划目标

#### 基本目标

整体协调  
减量提质  
多样创新  
安全美观

高档次、高质量、高品位的亮丽风景线

#### 发展目标

提升城市品质品味  
凸显城市形象特色  
美化城市视觉环境  
展现城市人文魅力

通过以“**减量提质**”为原则，以“**提升品质、凸显特色**”为目标，打造体现启东“**长三角北翼大港、北上海江海新城**”的国际化、高品质的启东市户外广告规划体系。

# 第四章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导

Chapter. 4

4.1 启东市户外广告设施总体分区

4.2 开放设置区

4.3 一般控制设置区

4.4 严格控制设置区

4.5 禁止设置区

## 第四章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导

## 4.1 启东市户外广告设施总体分区

根据启东市土地利用、功能结构、综合交通的分析,综合上位规划与相关规划、相关标准和规范、现状条件、案例研究等分析,对启东市的广告设施进行了分类。总体分为开放设置区、一般控制设置区、严格控制设置区、禁止设置区。根据各个区域不同的规划控制要求和规划策略,对四区进行分类控制,形成启东市户外广告设施分区控制体系。通过分区控制的引导,使得启东市户外广告设施更加合理,以达到提升启东市的城市品质和品位的目标。

启东中心城区户外广告设施控制区域划分	控制范围
开放设置区	(1) 开放设置区一般是城市商业地段、专业市场、会展中心等,是城市人流最多、最能体现社会日益繁荣的商品经济和商业活动多样性的地区。 (2) 对应城市用地: 商业用地 B1
一般控制设置区	(1) 一般控制设置区主要包括金融保险、非行政办公集中区及文化娱乐区、体育医疗用地、城市交通枢纽、入城节点、景观大道、旅游接待等地区。 (2) 对应城市用地: 商务设施用地 B2、娱乐康体用地 B3、公用设施营业网点用地 B4、文化设施用地 A2、体育用地 A4、综合交通枢纽用地 S3
严格控制设置区	(1) 严格控制设置区主要为各类工业区、仓储物流区和部分市政公用设施用地、医疗卫生用地、广场、社会停车场用地、规划范围内集中成片的居住用地,居住用地内的商业中心片区可按开放设置区的要求进行控制;居住用地内的公共服务设施用地则按区域内的建筑功能进行分类控制。 (2) 对应城市用地: 居住用地 R(居住区内部的非商业区域只能设置公共信息标识,禁止设置商业广告)、工业用地 M(M1/M2)、物流仓储用地 W(W1/W2)、公用设施用地 U、医疗卫生用地 A5、广场用地 G3、除综合交通用地外的交通设施用地 (S1/S2/S4/S9)
禁止设置区	(1) 禁止设置区主要为党政机关、学校的教学区、绿地、风景名胜、文物古迹、宗教、军事、外事等不宜设置户外广告设施的地段,以及对城市设施功能、城市景观、重要景观视线节点、居住生活环境等会产生严重影响的区域,禁止设置商业性户外广告设施。 (2) 对应城市用地: 行政办公用地 A1、教育科研用地 A3、社会福利设施用地 A6、文物古迹用地 A7、外事用地 A8、宗教设施用地 A9、公园用地 G1、防护绿地 G2、水域及其他用地 E

### 4.1 启东市户外广告设施总体分区

户外广告和户外招牌类型设置一览表

控制分区	户外广告和户外招牌类型 用地性质	户外广告(建、构筑物)						户外招牌		
		墙身广告	建筑标识	电子显示屏	橱窗广告	投影广告	地面上的户外广告设施		建、构筑物	地面
							实物造型广告	底座式户外广告		
开放设置区	商业综合体(B11)	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	专业市场(B12)	√	√	√	√	×	√	√	√	√
	其他商业用地(B13/B14)	√	√	√	√	×	√	×	√	×
一般控制设置区	商务设施用地(B2)	×	√	×	×	√	√	√	√	×
	娱乐康体用地(B3)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	公用设施营业网点用地(B4)	×	√	×	×	×	×	×	√	×
	文化设施用地(A2)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	体育用地(A4)	×	√	√(赛事信息)	×	×	√	×	√	×
	综合交通枢纽用地(S3)	×	√	√(交通信息)	×	×	√	√(公益)	√	×
严格控制设置区	居住用地(R)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	工业用地(M1/M2)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	物流仓储用地(W1/W2)	×	√	×	×	×	√	×	√	×
	公用设施用地(U)	×	√	×	×	×	×	√(公益)	√	×
	医疗卫生用地(A5)	×	√	√(医疗信息)	×	×	√	×	√	×
	广场用地(G3)	×	×	√	×	×	√(公益)	√(公益)	√	×
禁止设置区	行政办公用地(A1)	×	√	√(政策发布)	×	×	×	×	√	×
	教育科研用地(A3)	×	√	√	×	×	√	√	√	×
	社会福利设施用地(A6)	×	√	×	×	×	×	×	√	×
	文物古迹用地(A7)	×	√	×	×	×	×	×	√	×
	外事用地(A8)	×	√	×	×	×	×	×	√	×
	宗教设施用地(A9)	×	√	×	×	×	×	×	√	×
	公园用地(G1)	×	×	×	×	×	√(公益)	√(公益)	×	×
	防护绿地(G2)	×	×	×	×	×	√(城市宣传)	×	×	×

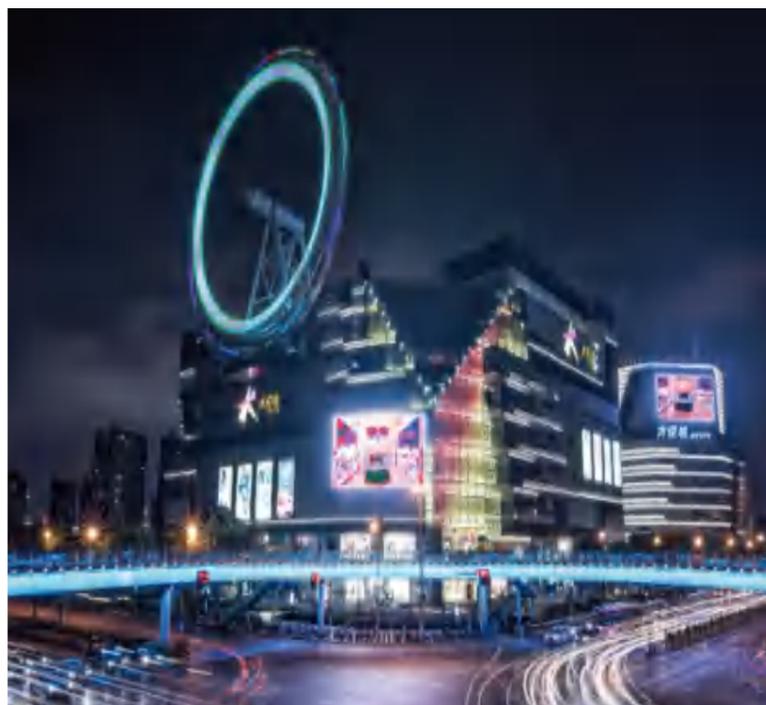
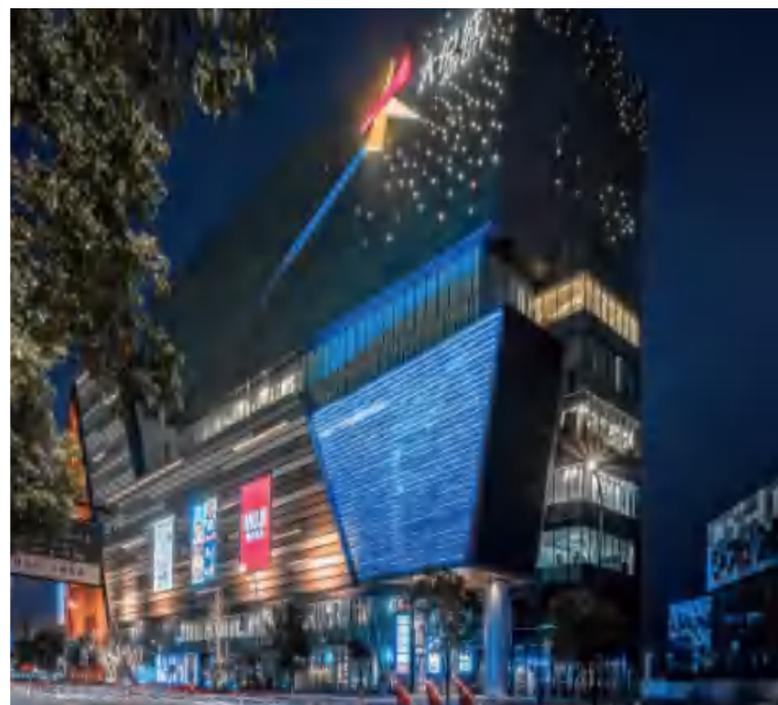
### 4.1 启东市户外广告设施总体分区

户外广告设施分区规划图



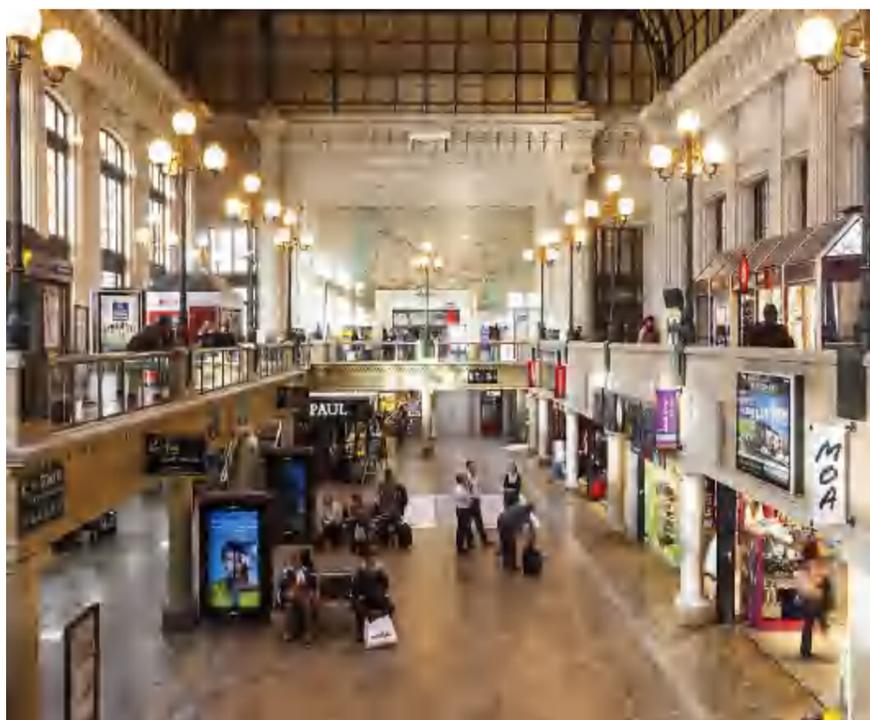
### 4.2 开放设置区

控制区域	区域特征	控制要求	
开放设置区	城市人流最多、最能体现社会日益繁荣的商品经济和商业活动多样性的地区	规划目标	魅力时尚，丰富多样。 烘托热闹、繁华、丰富、多彩的商业氛围。 集中展示现代化、国际化、精品化的城市形象。
		用地类型	商业用地 B1
		具体控制	原则：鼓励设置全球性广告和国内知名品牌广告，采用新材料、新技术，并应用新的设置形式。 1. 户外广告和户外招牌的图案效果、色彩搭配应与市容环境和建筑风格相协调。 2. 夜景照明设施上，采用节能环保材料。整体照明亮化需兼顾日夜的效果，同时保证与周边建筑环境相协调。 3. 建议沿街设置连续的橱窗广告，照明时间建议持续到晚上停业以后。 4. 可设置个性化的户外招牌。



### 4.3 一般控制设置区

控制区域	区域特征	控制要求	
一般控制设置区	城市人流不够集中，沿主街道布置的文化、娱乐、康养等，且广告对居民的日常生活产生影响的区域。	规划目标	韵律协调，有节有序，美观大方。 体现精致、和谐、特色、开放的城市形象
		用地类型	商务设施用地 B2、娱乐康体用地 B3、公用设施营业网点用地 B4、文化设施用地 A2、体育用地 A4、综合交通枢纽用地 S3。
		具体控制	原则：控制户外广告和户外招牌的数量、大小、密度，形式可以多样化。 1. 对户外广告数量及形式进行一定的限制，体量不宜过大。 2. 其色彩、尺度、材质和规格应当与该区的建筑环境相协调。 3. 沿街底商广告避免设置闪耀的发光广告，不影响公众的正常工作和生活。



### 4.4 严格控制设置区

控制区域	区域特征	控制要求	
严格控制设置区	对城市景观形象、城市建筑形象、设施使用功能等产生较大影响的用地。这类区域应该严格控制户外广告设施的形式以及设置密度。	规划目标	简洁明快，管控严格。 创造庄重严肃的办公环境、舒适宁静的生活环境、风景优美的生态环境。
		用地类型	居住用地 R、工业用地 M(M1/M2)、物流仓储用地 W(W1/W2)、公用设施用地 U、医疗卫生用地 A5 广场用地 G3、除综合交通用地外的交通设施用地 (S1/S2/S4/S9)。
		具体控制	原则：严格控制户外广告的数量和形式；允许设置建筑标识，有序合理的控制户外招牌的数量和形式。 1. 内容主要用于企业形象宣传，不宜安排商业广告； 2. 严格控制市政设施附属广告； 3. 提倡使用实物广告； 4. 住宅区的户外广告设施体量应以小型化的公益广告为宜，且禁止使用发强光广告。



### 4.5 禁止设置区

控制区域	区域特征	控制要求	
禁止设置区	党政机关、学校的教学区、绿地、风景名胜、文物古迹、宗教、军事、外事等不宜设置户外广告设施的地段，以及对城市设施功能、城市景观、重要景观视线节点、居住生活环境等会产生严重影响的区域。	规划目标	庄重严肃，干净整洁。 重点保护该区域的生态环境和建筑风貌，确保景观的连续性和完整性。
		用地类型	行政办公用地 A1、教育科研用地 A3、社会福利设施用地 A6、文物古迹用地 A7、外事用地 A8、宗教设施用地 A9、公园用地 G1、防护绿地 G2、水域及其他用地 E。
		具体控制	原则：禁止设置户外广告，在特定位置允许设置少量公益广告；允许设置建筑标识，严格控制户外招牌的数量和形式。 1. 户外招牌的色彩、材质、形式应与周边环境相协调； 2. 在不破坏原有环境的前提下，提高城市品质和品位。



# 第五章 城市道路交通边界户外广告设施分类控制与引导

Chapter. 5

- 5.1 道路交通边界户外广告设施分类控制与引导
- 5.2 道路交通边界户外广告设施分类控制体系
- 5.3 道路交通边界户外广告设施设置通则
- 5.4 高速公路沿线户外广告专项规划

## 第五章 城市道路交通边界户外广告设施分类控制与引导

### 5.1 道路交通边界户外广告设施分类控制与引导

#### 5.1.1 影响要素分析

依据城市总体规划对道路交通等级和道路周边用地的性质分类，将城市道路的交通等级与道路周边用地性质相叠加，将道路交通边界分为集中展示路段、适量设置路段、控制设置路段、禁止设置路段四种控制类型。

##### 道路要素

依据城市总体规划的主干路、次干路和支路三个等级，将城市道路分为 A、B、C 三类。

##### 用地要素

依据《城市用地分类与规划建设用地标准》(GB50137-2011)，将道路周边用地分为四类，代表道路周边不同用地性质分类。

I 类用地：行政办公用地 A1、教育科研用地 A3、社会福利设施用地 A6、文物古迹用地 A7、外事用地 A8、宗教设施用地 A9、公园用地 G1、防护绿地 G2、水域及其他用地 E。

II 类用地：居住用地 R(居住区内部的非商业区域只能设置公共信息标识，禁止设置商业广告)、工业用地 M(M1/M2)、物流仓储用地 W(W1/W2)、公用设施用地 U、医疗卫生用地 A5、广场用地 G3、除综合交通用地外的交通设施用地 (S1/S2/S4/S9)。

III 类用地：商务设施用地 B2、娱乐康体用地 B3、公用设施营业网点用地 B4、文化设施用地 A2、体育用地 A4、综合交通枢纽用地 S3。

IV 类用地：商业用地 B1。

#### 5.1.2 道路交通边界户外广告设施设置影响

根据不同的道路及用地，将道路交通边界户外广告设施设置分为不同的控制类型。集中展示路段编号范围：A—IV，B—IV，C—IV；适量控制路段编号范围：A—III，B—III，C—III；控制设置路段编号范围：A—II，B—II，C—II；禁止设置路段编号范围：A—I，B—I，C—I。

道路等级	用地性质	集中展示路段	适量控制路段	控制设置路段	禁止设置路段
A	I				√
A	II			√	
A	III		√		
A	IV	√			
B	I				√
B	II			√	
B	III		√		
B	IV	√			
C	I				√
C	II			√	
C	III		√		
C	IV	√			

## 5.2 道路交通边界户外广告设施分类控制体系

### 集中展示路段

集中展示路段主要是城市商业集中的路段，应尽量以科技含量高的现代化广告设施为主，如LED电子显示屏、激光投影广告等，此外要兼顾户外广告和招牌设施的夜景观，位于该路段的户外广告和招牌设施都要有夜间照明，以达到充分烘托商业地区繁华商业氛围的目的。

### 适量控制路段

适量控制路段适当控制户外广告和招牌设施的密度，在保证整体和谐统一的前提下突出亮点。

### 控制设置路段

控制设置路段内严格控制广告数量及设施类型，不提倡设置纯商业的户外广告，允许设置户外招牌，但在色彩和形态上要严格控制，不得出现与路段整体环境不协调的户外广告和户外招牌类型。

### 禁止设置路段

禁止设置路段允许设置公交候车亭附属广告 and 自行车停车棚附属广告，户外招牌体量尽量小且亮化要弱，景观式落地标识可适当设置。



附表：重要道路边界分类汇总表

名称	起讫点	道路等级	用地性质	类型			
				集中展示路段	适量控制路段	控制设置路段	禁止设置路段
华山路	中央路—灵秀路	B	Ⅱ			√	
	灵秀路—南苑路		Ⅳ		√		
	南苑路—世纪大道		Ⅱ			√	
建设路	中央路—牡丹江路	A	Ⅱ			√	
	牡丹江路—金沙江路		Ⅰ				√
	金沙江路—世纪大道		Ⅱ			√	
民胜路	紫薇路—牡丹江路	B	Ⅱ			√	
	牡丹江路—金沙江路		Ⅰ				√
	金沙江路—世纪大道		Ⅱ			√	
公园路	中央路—长龙路	B	Ⅳ	√			
	长龙路—紫薇路		Ⅱ		√		
	紫薇路—南苑路		Ⅳ	√			
	南苑路—世纪大道		Ⅱ		√		
江海路	中央路—河南路	A	Ⅳ	√			
	河南路—松花江路		Ⅱ		√		
	松花江路—世纪大道		Ⅳ	√			
和平路	中央路—南苑路	B	Ⅳ	√			
	南苑路—世纪大道		Ⅱ		√		
港西路	中央大道—紫薇路	B	Ⅲ			√	
	紫薇路—人民路		Ⅲ				√
	人民路—世纪大道		Ⅱ			√	

附表：重要道路边界分类汇总表

名称	起讫点	道路等级	用地性质	类型			
				集中展示路段	适量控制路段	控制设置路段	禁止设置路段
牡丹江路	惠阳路—建设路	B	Ⅱ			√	
	建设路—公园路		Ⅰ				√
	公园路—江海路		Ⅳ	√			
	江海路—港东路		Ⅱ			√	
松花江路	惠阳路—公园路	B	Ⅱ		√		
	公园路—江海路		Ⅳ	√			
	江海路—港东路		Ⅱ			√	
南苑路	惠阳路—林洋路	A	Ⅱ			√	
灵秀路	惠阳路—华山路	B	Ⅱ			√	
	华山路—民胜路		Ⅰ				√
	民胜路—港东路		Ⅱ			√	
河南路	惠阳路—港东路	B	Ⅱ			√	
人民路	惠阳路—科苑路	A	Ⅳ	√			
	科苑路—小花淤		Ⅱ			√	
民乐路	惠阳路—公园路	B	Ⅱ		√		
	公园路—港东路		Ⅱ			√	
长江路	惠阳路—港东路	B	Ⅱ			√	
紫薇路	惠阳路—公园路	A	Ⅱ			√	
	公园路—港西路		Ⅳ		√		
	港西路—华石路		Ⅱ			√	
中央路	惠阳路—港东路	B	Ⅱ		√		
长龙街	惠阳路—港东路	B	Ⅱ		√		
长兴街	公园路—江海路	C	Ⅳ	√			
	江海路—港东路		Ⅱ			√	
富源路	林洋路—清风路	C	Ⅱ			√	

### 5.3 道路交通边界户外广告设施设置通则

#### 集中展示路段



在集中展示路段上，具有独立产权的建筑可以在墙身立面的适当位置设置建筑标识；在单层或多层商业建筑立面上可以根据建筑立面的具体情况，在适当位置设置墙身广告，墙身广告的面积应符合相关规范的要求；在沿街公共建筑的适当位置可以设置 LED 电子显示屏，LED 电子显示屏的设置应符合相关规范的要求；沿街的商业店铺可以在适当的位置设置户外招牌。

图例

- 建筑标识
- 墙身广告
- LED 广告
- 店招标牌

### 适量控制路段



在适量控制路段上，具有独立产权的建筑可以在墙身立面的适当位置设置建筑标识；在单层或多层商业建筑立面上可以根据建筑立面的具体情况，在适当位置设置墙身广告，墙身广告的面积应符合相关规范的要求，且应控制墙身广告的大小、密度等；在沿街公共建筑的适当位置可以设置 LED 电子显示屏，LED 电子显示屏的设置应符合相关规范的要求，且应控制 LED 电子显示屏的大小、密度等；沿街的商业店铺可以在适当的位置设置店招标牌。

#### 图例

- 建筑标识
- 墙身广告
- LED 广告
- 店招标牌

### 控制设置路段



在控制设置路段上，具有独立产权的建筑可以在墙身立面的适当位置设置建筑标识；路段在原则上不得设置墙身广告和 LED 电子显示屏；沿街的商业店铺可以在适当的位置设置店招牌牌。

- 图例
- 建筑标识
  - 墙身广告
  - LED 广告
  - 店招牌牌

### 禁止设置路段



在禁止设置路段上，具有独立产权的建筑可以在墙身立面的适当位置设置建筑标识，且建筑标识应控制体量和大小，不推荐采取夜间照明措施；严禁设置任何形式的墙身广告和 LED 电子显示屏；沿街的商业店铺可以在适当的位置设置店招标牌，且应控制店招标牌的类型、大小、材质、颜色等。

#### 图例

- 建筑标识
- 墙身广告
- LED 广告
- 店招标牌

## 5.4 高速公路沿线户外广告专项规划

高速公路户外广告作为高速公路产业链中的其中一环，今后将在产业中发挥越来越多的作用，对其进行科学规范的规划设置，有利于整合路域广告资源，优化沿线环境，充分发挥户外广告造景功能，营造现代城市景观氛围，实现广告与城市环境的和谐统一。在高速公路沿线合理设置户外广告，不仅可以有效的带动高速公路产业链经济，合理配置公共景观资源，还能充分展现地域特色。

### 5.4.1 高速公路户外广告现状

近年来我国高速公路运营企业相继成立了专业化高速公路广告经营主体，相关企业经营规模不断发展，由于经营门槛较低，相关标准出台滞后等原因，在实际经营管理中屡遭无设置审批手续、无建设审批手续、无合法工商登记的“三无”非法户外广告侵蚀，粗制滥造、内容低俗、无序竞争，使得户外广告市场的经营乱象丛生。当前，启东市区范围内高速公路户外广告主要存在未经审批违规设置、间距不符合要求、破损拖挂等问题。

### 5.4.2 布局原则

高速公路户外广告设施拥有全时段发布、收视时间长、时间分配佳、接触率、准确到达率高、广告的独特性和排他性、载体相对稳定、成本低、消费群体较高等优势。所以它往往设置在车流量集中、车辆减速慢行处。规划应遵循“限制总量、规划设置、提高档次、科学管理、美化城市、促进经济”的原则，同时还应当对布局实施严格控制，才能保证优质资源的充分利用。

高速公路广告设施的设计风格、造型、色调、体量、形式应与城市氛围及周围景观相协调，并符合启东市景观、防汛、消防、人防、环保、交通、园林绿化等方面法律法规和专业规范的要求。

### 5.4.3 高速公路沿线户外广告设施布局规划

#### 互通区域

互通匝道是高速公路的交通枢纽，在公路交通中起着至关重要的作用。互通匝道在地理位置上有很大的优势，一般为车流减速在 20km-40km 间或静止地段，使得受众有足够的时间注意到其传达的信息，传播效果极佳。

立交桥位于两条路的交汇处，属于交通要道，车流量大，使得车辆行驶速度相对较慢。此地段信息传播受众面广，因此受众视线停留时间较长，广告信息传达效果好。

以上位置可合理设置双面或三面高立柱广告。

#### 重要节点地区

在高速公路的沿线重点的地区尤其是一些大型桥梁、大面积山体护坡地区，可以考虑在这些重要的节点地区，集中设置户外广告设施。

#### 服务区

高速公路服务区大多拥有停车休息、餐饮、加油、汽车修理四大功能，为大量来往车辆提供便利服务，服务区内人车停留时间长，视野开阔，无干扰，广告到达率高。可以在服务区内合理设置多种类型的户外广告设施。

#### 广告牌设置间距要求

高立柱双面或者三面广告牌设置间距原则上高速公路主线单侧应不小于 1000 米，最小不得小于规范要求。

高速公路收费站区和服务区内广告设施的数量应当符合下列要求：

- (一) 采用大型单柱式双面或者三面广告牌形式的，主线收费站区单侧不超过 4 个；匝道收费站区（含收费站所在互通区）不超过 6 个；服务区单侧不超过 4 个；
- (二) 采用单面墙式广告牌形式的，单侧不超过 5 个；
- (三) 采用中央分隔带灯箱广告形式的，间隔不小于 15 米。

### 禁止设置广告区域

- (一) 除高速公路收费站区、服务区以外的高速公路用地；
- (二) 高速公路建筑控制区；
- (三) 高速公路中央分隔带；
- (四) 可能遮挡高速公路交通标志、交通信号、监控探头的区域；
- (五) 互通式立交区域内的跨线桥梁；
- (六) 交通事故易发路段和重要交通标志设置点同侧 200 米前的范围、互通式立交桥区域主线前后 200 米范围内路段（以减速车道的起点和加速车道的止点为准）；
- (七) 平曲线半径小于 500 米的路段内侧；
- (八) 竖曲线半径小于 6500 米的凸型曲线顶点前后 200 米范围；
- (九) 可能破坏高速公路景观的区域。

# 第六章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

Chapter. 6

6.1 城市重要节点分类

6.2 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

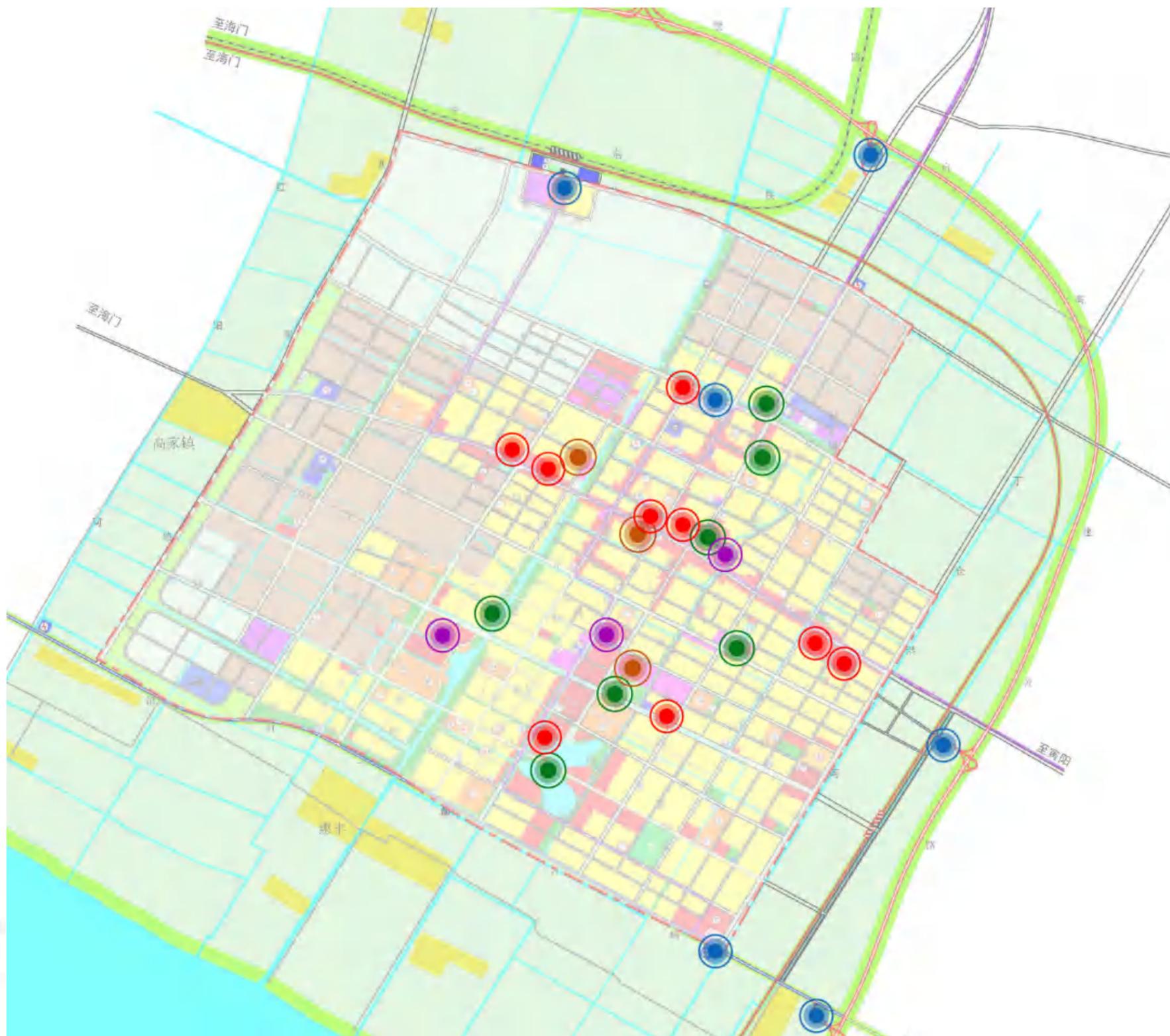
6.3 户外高立柱广告设施控制

## 第六章 城市道重要节点户外广告设施设置控制与引导

### 6.1 城市重要节点分类

根据启东市城市总体规划、启东市城市绿地系统规划等相关规划，将城市重要节点地区划分为特色景观节点、城市门户节点、商业节点、特色建筑节点等四类，具体分布如右图：

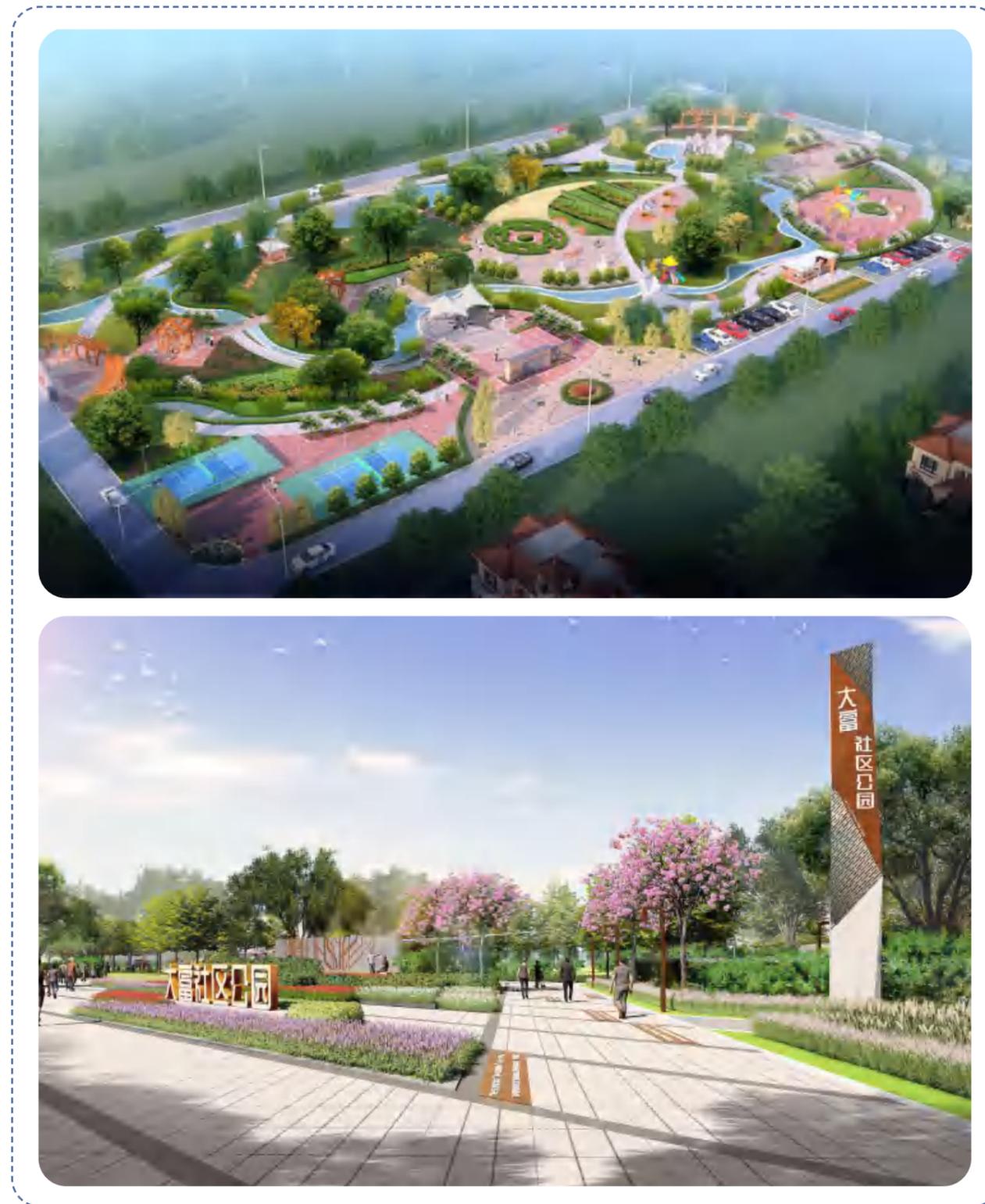
- 图例
- 特色景观节点
  - 城市门户节点
  - 传统特色商业节点
  - 新型特色商业节点
  - 特色建筑节点
  - 规划范围线



## 6.2 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

### 6.2.1 城市景观节点

控制对象	灵秀公园、启东市市民广场、蝶湖公园等
总体特征	自然景观与城市景观交融的界面，以自然景观为主，城市景观穿插点缀于自然画卷中，沿线公共空间丰富
控制目标	体现启东江海明珠、海派新城的风貌。户外广告应作为自然景观的点缀，结合城市夜景照明，展示“江海交融，城景一体”的和谐氛围
户外广告设置要求	形式 允许在入口处设置落地式建筑标识，结合城市家具、建筑小品设置公益广告。重大活动、节日允许在指定的广场绿地设置临时实物造型广告，烘托气氛



意向图

6.2.2 城市门户节点

控制对象		启东火车站、启东客运总站等
总体特征		建筑形式现代大气，以大体量建筑和高层建筑为主，枢纽周边公共空间较多，尺度较大，承接了大量人流、车流
控制目标		体现启东的城市会客厅形象。户外广告设置应融入启东元素，体现启东特色，形成“时尚、简约、有序、韵味”的整体氛围
户外广告设置要求	位置	建筑屋顶处立面、雨棚上允许设置建筑标识； 绿地、广场允许设置实物造型广告
	形式	结合立面形式鼓励采用镂空发光字建筑标识；建筑立面允许设置 LED 电子屏，用于发布交通信息和户外广告；广场可设置落地式公益广告或城市宣传广告；禁止设置附柱式广告、贴膜广告等形式广告
	照明	强化夜景亮灯效果，广告设置应采用主动照明的形式
	色彩	不易采用对比强烈的配色
	材料	鼓励采用不锈钢、PC 板、有机玻璃、铝塑等品质优良经久耐用的材质



意向图

6.2.3 特色商业节点

控制对象		文峰大世界、吾悦广场等
总体特征		以大型商业、商务办公为主要功能。建筑形式现代、新颖，高层建筑集中，公共空间多元混合
控制目标		体现启东现代魅力都市形象。广告设置应结合建筑立面设计，形成“现代、时尚、简约、有序”的新城公共中心多元交融氛围
户外广告设置要求	位置	建筑屋顶处立面、雨棚上允许设置建筑标识；建筑墙面允许设置墙身广告；绿地、广场结合重大活动、节日允许设置临时实物造型广告
	形式	在与建筑立面不冲突的情况下，允许在高层建筑顶层实体墙面设置镂空发光字建筑标识，企业 LOGO。绿地广场原则禁止设置商业广告，结合重大活动、节日允许在广场设置临时实物造型广告
	照明	强化夜景亮灯效果，广告设置应采用主动照明的形式。
	色彩	灯箱、橱窗广告画面宜采用暖色，不易采用对比强烈的配色
	规格	附属于商业及商业综合体外立面户外广告面积不超过墙身面积 30%



意向图

6.2.4 特色建筑节点

控制对象		启东市政府、启东电视塔等
总体特征		建筑造型比较新颖、多采用现代化的设计，通常用大体量或大跨度结构
控制目标		体现城市地标的品质，以户外广告设施为点缀，使其成为具有旅游观赏价值的新地标，提升城市的环境质量
户外广告设置要求	位置	建筑屋顶处立面、雨棚上允许设置建筑标识；高层商业建筑裙房设置灯箱广告、塔楼设置媒体墙广告；绿地、广场允许以景观小品的形式设置城市宣传广告、公益广告
	形式	在与建筑立面不冲突的情况下，允许在高层建筑顶层实体墙面设置镂空发光字建筑标识，企业 LOGO。绿地广场原则禁止设置商业广告，结合重大活动、节日允许在广场设置临时实物造型广告
	照明	强化夜景亮灯效果，广告设置应采用主动照明的形式。
	色彩	与周边建筑环境协调
	规格	附属于商业及商业综合体外立面户外广告面积不超过墙身面积 30%



意向图

## 6.3 户外高立柱广告设施控制与引导

控制导则：

控制要求	道路等级			
	快速路	主干道	次干道	高速公路
尺寸 ( $\leq m^*m$ )	5*15	5*15	5*15	6*18
相邻间最小间距 ( $\leq m$ )	400	400	300	500
高度	高立柱广告设施牌面下缘距离地面高度不得小于 10m，整体高度不宜超过 22m。			
色彩	不宜采用饱和度过高的颜色。			
安全距离	设施外缘不得侵入人行道或高架道路，距离人行道、建筑物不得小于倒伏距离。			
强制要求	1. 符合道路、交通等相关部门法规规范，严禁设置在道路限建区内； 2. 城市中心区内严禁设置大型高立柱户外广告设施；（城市中心区是指西至西苑路、东至丁仓港路、南至沿江公路、北至华龙路） 3. 大型高立柱广告设施使用年限内每年应进行安全检测； 4. 广告设施不得设置在隧道体及隧道两端下沉地段两侧，不得设置在桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上，不得设置在道路两侧限建区内。			

（注：为减少财政支出，高立柱广告拆除可分期、分段进行；对存在较大安全隐患的必须立即拆除，其余高立柱广告可到期后拆除。）

# 第七章 户外广告及招牌设施设置管理规定

Chapter. 7

- 7.1 户外广告设施设置管理规定
- 7.2 户外招牌设置管理规定
- 7.3 公益性户外广告设施设置管理规定
- 7.4 通用性设置管理规定

### 第七章 户外广告及招牌设施设置管理规定

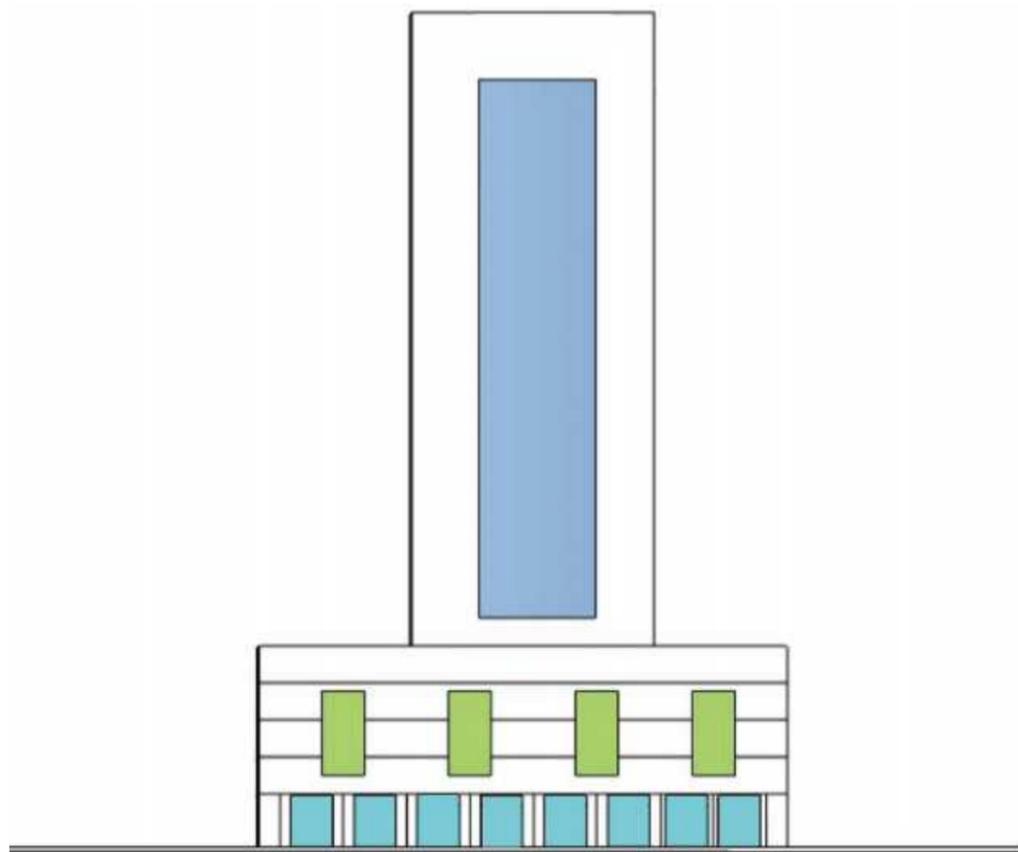
#### 7.1 户外广告设施设置管理规定

##### 7.1.1 建筑物上的户外广告

###### 墙身广告

商业建筑灯箱广告只能设置于裙房部分，面积不得超过其依附的裙房部分立面正投影面积的 30%，且厚度小于 0.5m；建筑物玻璃幕墙不宜设置户外广告；户外广告不得超出建筑物轮廓，不得遮挡窗户和线脚。

非商业建筑不得在墙身设置户外广告。



带裙房高层建筑户外广告设施示意图



高层建筑墙身广告示意图

### 7.1.2 公共设施上的户外广告

#### 公交候车厅附属广告

设置要求：

(1) 附属属于公交候车亭、公共自行车亭的固定位置，除此以外不得在其他位置设置。

(2) 每个站点广告数量原则上不得超过 4 个（块），总面积不超过候车亭立面面积的 60%，特大站、枢纽站最多不超过 6 个（块）且同时需满足行车道路宽度  $\geq 40$  米。

(3) 公益广告发放不得低于广告总量的 30%，位于禁止设置区范围内公交服务亭附属户外广告仅可用于公益宣传。

(4) 单个广告牌高不得大于 1.5m，宽不得大于 3.5m。

#### 路灯杆附属户外广告

原则上不得在路灯杆上设置户外广告设施；在国庆节等国家重大庆典日，可在路灯杆上悬挂国旗。

#### 垃圾箱等市政设施附属户外广告

禁止在垃圾箱、变电箱、过街管道等设施上设置户外广告设施。



候车厅广告示意图

### 7.1.3 地面上的户外广告

#### 底座式户外广告

设置要求：

(1) 宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50 m<sup>2</sup> 的广场（空地）不得设置底座式户外广告设施。

(2) 底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为 0.4m-1m。

(3) 底座式户外广告设施的总高度应小于 2.4m。底座占地面积应小于 1 m<sup>2</sup>，宽度应小于 1.5m，高度应与宽度相协调。

(4) 底座式户外广告设施单面面积应小于 2.5 m<sup>2</sup>，厚度应小于 0.5m；广告设施间距大于 50m。

#### 立杆式户外广告

原则上不允许设置立杆式户外广告，在城市重要商业街区内可结合特色造型设置立杆式户外广告。

设置要求：

(1) 宽度小于 3m 的街区道路不得设施立杆式户外广告设施。

(2) 立杆式广告设施牌面（单面）面积应小于 2 m<sup>2</sup>，任意一边长度应小于 2m，厚度应小于 0.3m。

(3) 立杆式户外广告设施牌面底部距离地面高度应大于 3m。

(4) 立杆式户外广告设施间距应大于 50m。

#### 高立柱广告

城市建成区内不宜设置大型高立柱户外广告设施，城市中心城区严禁设置大型高立柱户外广告设施。

在城市外围如高速公路沿线可按照规范要求，适当设置高立柱户外广告设施。

设置要求：

1) 广告设施牌面下檐距离地面高度应大于 10m。

2) 广告设施牌面外缘不得侵入道路，距离道路应大于倒伏距离。

3) 广告设施牌面可以采用双面体或三面体结构；柱体可以采用单柱式或多柱式，柱体颜色宜采用银灰色。

4) 大型高立柱广告设施使用年限内每年应进行安全检测。

### 7.1.4 移动式户外广告

设置要求：

(1) 除轨道交通车辆、公共汽电车、出租车，其他车辆严禁设置经营性户外广告。

(2) 车头、玻璃车窗等位置严禁设置户外广告设施；广告设施的颜色应与车体颜色协调。

(3) 除客渡船、旅游客船，其他船舶严禁设置经营性户外广告。

(4) 利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告设施，不得影响船行安全。

(5) 设置空中移动广告设施涉及航空安全管理的，应符合国家的有关规定。

### 7.1.5 电子显示屏广告

设置要求：

1. LED 电子显示屏广告宜在开放设置区设置；一般控制设置区和严格控制设置区内需经过主管部门组织特别论证后方可设置。

2. 商业营业面积小于 1 万平方米的建筑不得设置面积大于 80 平方米的大型 LED 电子显示屏广告设施。LED 电子显示屏广告设施的个数不得超过建筑人流出入口的数量。

3. 道路沿线 LED 电子显示屏广告设施设置高度（底部下缘距离地面的距离）不宜低于 10 米，后退道路红线不宜小于 15 米。

4. 建筑依附的电子显示屏广告必须与建筑立面整体设计、安装，且不得影响建筑的采光通风和消防安全。

5. 在城市广场或开敞性绿地内设置的 LED 电子显示屏广告设施面积大小应与设置的场地环境相匹配，面积大于 1 万平方米的场地仅允许设置一个大于 80 平方米的大型 LED 电子显示屏广告设施。面积小于 1 万平方米的场地，不允许设置大型电子显示屏广告。

6. 在商业区及其周边设置的 LED 电子显示屏，夜间亮度值应小于等于  $1000\text{cd}/\text{m}^2$ ；在其他地区设置的 LED 电子显示屏，夜间亮度值应小于等于  $400\text{cd}/\text{m}^2$ ；电子显示屏应具备按照日照强度变化调节显示亮度的功能。

7. 电子显示屏应严格控制使用时段，在大型和集中的商业区及其周边设置的电子显示屏使用时段应控制在早上 7 点 30 至晚上 10 点 30 之间。



LED 显示屏示意图

安装要求

LED 显示屏钢结构变形容许值应符合下表的规定：

序号	构件名称	项目	容许值
1	屋顶及落地设置的显示屏构架	顶点水平位移	$\leq H/300$
2	安装屏杆	挠度值 (水平方向)	$\leq L/300$ (L $\leq 3m$ 时)
3	水平抗风桁架或梁	挠度值 (水平方向)	$\leq L/250$ (L $\leq 3m$ 时)
4	垂直抗风桁架或柱	挠度值 (水平方向)	$\leq L/300$ (L $\leq 5m$ 时)
5	横杆、纵杆、竖杆、斜杆	挠度值 (水平方向)	$\leq L/200$

注：H 为结构顶点离屋面或地面高度，L 为两支承（受力）点距离。

45kW 及以上的 LED 显示屏配电柜（箱）应具有电压电流工作状态等指示功能，并应具有屏体分级启动、远程控制和自动关屏等功能。

45kW 及以上的 LED 显示屏应具有感烟火灾探测自动报警功能。

LED 广告显示屏安装应符合下列规定：

项目	允许偏差
相邻屏杆距离	屏体总宽度 $\leq 20m$ 时，相邻杆距偏差 $\leq 2mm$ ，且总累积偏差 $\leq 3mm$
	屏体总宽度 $> 20m$ 时，相邻杆距偏差 $\leq 2mm$ ，且总累积偏差 $\leq 5mm$
弧面显示屏安装杆（竖杆）的圆弧半径	0~-2mm
圆柱形显示屏安装杆（竖杆）的圆柱直径	0~-3mm

采用多个箱体组合的显示屏，箱体应以螺栓或其他有效措施在屏杆或节点上固定和紧固。

LED 显示屏的箱体与箱体、屏体与建筑结合部位应采用防水密封处理。

LED 显示屏的供电缆线与信号控制缆线应分开敷设。

LED 显示屏正常使用时，在达到热平衡后，屏体结构的金属部分温升不应大于 45K，绝缘材料温升不应大于 70K。

### 7.1.6 字幕式电子走字屏

法院、医院、派出所、学校等公共管理与公共服务功能的建筑可结合建筑外墙面设置字幕式电子走字屏；底层店面宽度超过9米的多开间银行建筑、大型商铺可结合门楣或店招下方设施字幕式电子走字屏。

设置要求：

- (1) 商业功能建筑门面小于9米的店铺不得设置字幕式电子走字屏。
- (2) 宜设置在户外招牌的下方，且距离地面应保证至少2.5米的通行高度，不得悬空设置。
- (3) 高度不宜超过0.4m，其长度不宜超过店面长度的2/3。
- (4) 服装店、杂货店等零售商铺不得设置字幕式电子走字屏。
- (5) 一家单位、店铺仅允许设置一块字幕式电子走字屏。
- (6) 字幕式电子走字屏仅可用于发布自身经营性内容和公益信息发布，且公益广告发布时长不得小于总时长的30%。
- (7) 字幕式电子走字屏宜采用黑底红字或黑底白字。
- (8) 滚动字幕不宜过亮，避免形成光污染。



电子走字屏示意图

### 7.1.7 其它类型户外广告设施

#### 投影广告

设置要求:

投影广告(包括投影器材)的位置、大小、色彩应与建筑立面造型、建筑照明效果有机结合。

#### 橱窗广告

设置要求

- (1) 橱窗设施不得凸出墙面, 妨碍行人的安全。
- (2) 不得超过橱窗外框。
- (3) 橱窗广告应尽可能同一界面连续设置。
- (4) 仅允许设置具有商品形象的三维形体的广告, 不能空置、堆放杂物或张贴平面广告。
- (5) 橱窗的照明时间必须持续到晚上停业以后。
- (6) 专业商场、专业市场的橱窗广告应进行整体设计, 与外立面妥善结合, 并进行日间和夜间形象同时设计。



投影广告示意图



橱窗广告示意图

### 7.1.7 其它类型户外广告设施

#### 贴膜广告

##### 设置要求：

(1) 原则上不宜设置小型贴膜广告。大型商场在开业或庆典活动时，可向管理部门申请在主入口幕墙上设置临时性贴膜广告，并在规定时间内拆除。

(2) 仅允许设置与开业、庆典活动相关内容的广告。

(3) 不得影响所依附建物主体的肌理和整体造型，应选用高品质材质，提高贴膜广告的设置水平。

#### 围挡广告

##### 设置要求

(1) 施工场地围墙附属户外广告仅允许设置在红线范围内，不得侵占道路空间，影响通行安全；镂空围墙不得设置户外广告；文保单位、历史建筑围墙允许设置文化墙。

(2) 实体围墙附属户外广告高度不得超过围墙高度，宽度不得大于围墙柱墩之间的实墙面，突出墙面的距离不得超过 0.1 米；空地、施工地的临时围墙（围挡）广告必须依附实体围墙建设，主城区工地围挡要求高度 2.5 米以上，且不得大于 4 米，其他地段要求在 2 米以上，且不得大于 6 米。

(3) 工地围挡附属广告的应有三分之一的版面用来发布商业广告、三分之一的版面用来发布公益广告，三分之一版面留白。



贴膜广告示意图



围挡广告示意图

### 7.1.7 其它类型户外广告设施

实物造型广告

设置区域：

大型商业综合体、商场、专业市场、公园、广场可结合场地内的小品、雕塑、绿化等设置实物造型广告，也可直接设置落地式实物造型广告。

设置要求：

(1) 不得影响人行道空间内其它设施及建筑物、构筑物的使用，并避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响；设置在场内商业步行空间的实物造型广告，其步行街宽度不得小于 5 米，且距离人行道宽度不得小于 3 米。

(2) 广告总高度不得大于 2.4 米，宽度不得大于 1.5 米，占地面积应控制在 2 平方米以内。结合植物设置的实物造型广告不能影响植物生长和整体美观为准则，广告占植物外表面的面积不能超过 10%。

媒体墙附属广告

设置要求：

- (1) 主要设置于商业商务集中地区。
- (2) 媒体墙设置不得影响建筑物正常使用；
- (3) 不得影响周边居民日常生活；
- (4) 其余管理要求按照启东市详规专项规定执行。



实物造型广告示意图



媒体墙广告示意图

## 7.2 户外招牌设施设置管理规定

### 7.2.1 建筑标识

#### 带裙房高层建筑设置要求

①位置：高层建筑主楼实体墙面设置建筑标识，建筑标识位置和形式在 S1\S2\S3 中选其一；建筑标识与建筑立面顶部和建筑立面边缘应保留适当的距离；

②形式：宜采用镂空形式，鼓励采用夜间照明措施；

③大小：横向建筑标识宽度  $d \leq 1/2D$ ，竖向建筑标识高度  $h \leq 1/4H$ 。

当高层建筑高度超过 100m，建筑标识单个字的高度不得超过 5m；

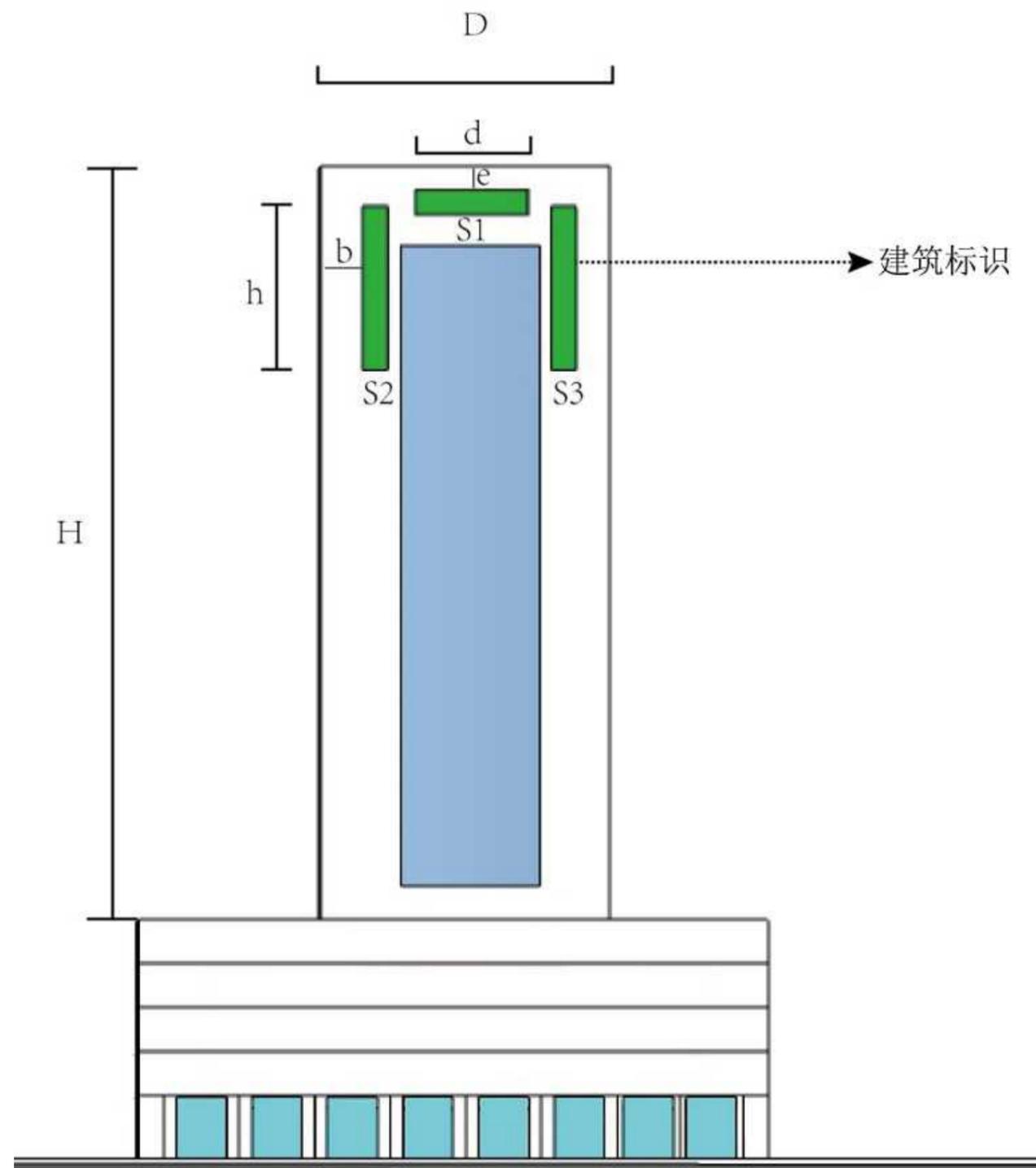
当高层建筑高度在 60-100m，单个字的高度不得超过 4m；

当高层建筑高度在 30-60m，单个字的高度不得超过 3m；

当高层建筑高度在 30m 以下，单个字的高度不得超过 2m。

裙房建筑标识可在建筑实体墙面设置。单个字的高度不得超过 2m，不得与高层建筑标识相同；建筑标识单个字的厚度不得超过 500mm。雨棚上方的建筑标识根据建筑体量酌情考虑大小（单个字符大小最大不得超过 1.5m）。

建筑标识与建筑立面顶部和建筑立面边缘应保持适当的距离，原则上不宜小于 0.5m。



带裙房高层建筑户外招牌设施示意图

### 7.2.1 建筑标识

#### 不带裙房高层建筑设置要求

①位置：高层建筑实体墙面设置建筑标识，建筑标识位置和形式在 S1\S2\S3 中选其一并可以和 S4 同时设置；建筑标识与建筑立面顶部和建筑立面边线应保留适当的距离。

②形式：宜采用镂空形式，鼓励采用夜间照明措施。

③大小：横向建筑标识宽度  $d \leq 1/2D$ ，竖向建筑标识高度  $h \leq 1/4H$ 。

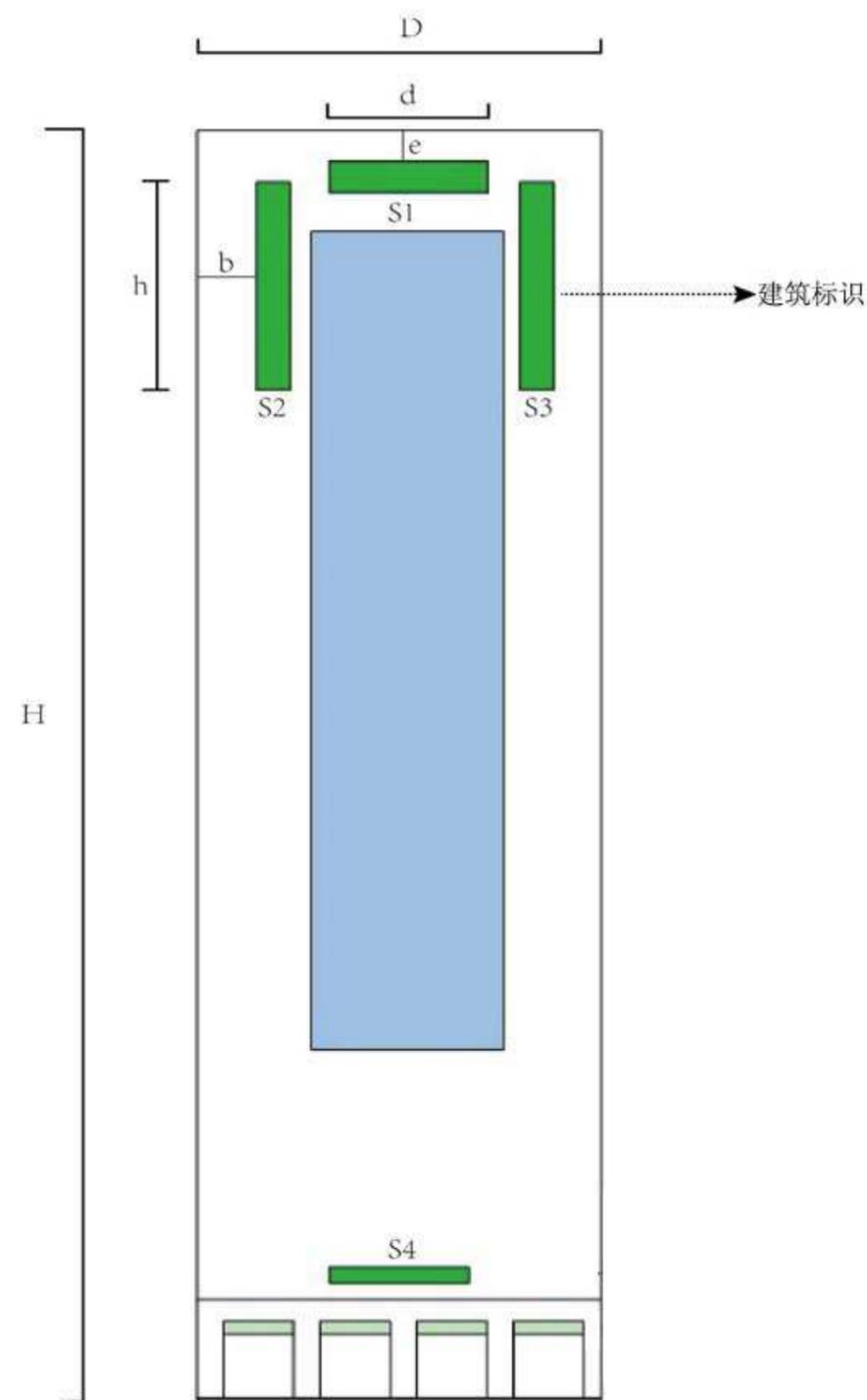
当高层建筑高度超过 100m，建筑标识单个字的高度不得超过 5m；

当高层建筑高度在 60-100m，单个字的高度不得超过 4m；

当高层建筑高度在 30-60m，单个字的高度不得超过 3m；

当高层建筑高度在 30m 以下，单个字的高度不得超过 2m。

建筑标识与建筑立面顶部和建筑立面边缘应保持适当的距离，原则上不宜小于 0.5m。



不带裙房高层建筑户外招牌设施示意图

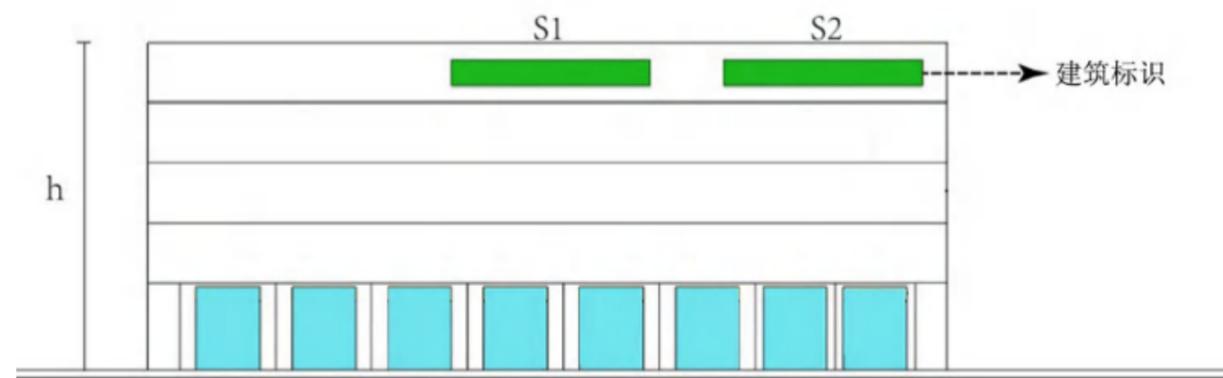
### 7.2.1 建筑标识

#### 多层建筑设置要求

当多层建筑为独立产权时，可在建筑上设置一个建筑标识。建筑标识宜采用镂空字形式，横向或纵向设置，鼓励采取夜间照明措施。横向设置建筑标识宽度不应大于建筑的四分之一；纵向设置建筑标识高度不应大于建筑高度的三分之一。

建筑标识形式和位置在 S1\ S2 中选其一。

建筑标识单个字符高度不得超过 2 米，厚度不得超过 500mm。



多层商业建筑户外招牌设施示意图



多层建筑标识示意图

### 7.2.1 建筑标识

#### 特殊多层建筑设置要求

车站、码头等城市公共交通设施以及公立医院、大型商业综合体建筑，如建筑外墙上不具备设置条件的，且建筑物高度不超过 25 米或者层数不超过 8 层的，可以在楼顶以镂空单体字块形式设置一处表明本单位或者楼宇的名称、字号、标志的标识。

建筑标识可设置在 S1 处。

建筑标识长度不得超过建筑宽度的四分之一，建筑标识单个字符大小不得超过 2m。



特殊多层建筑户外招牌设施示意图



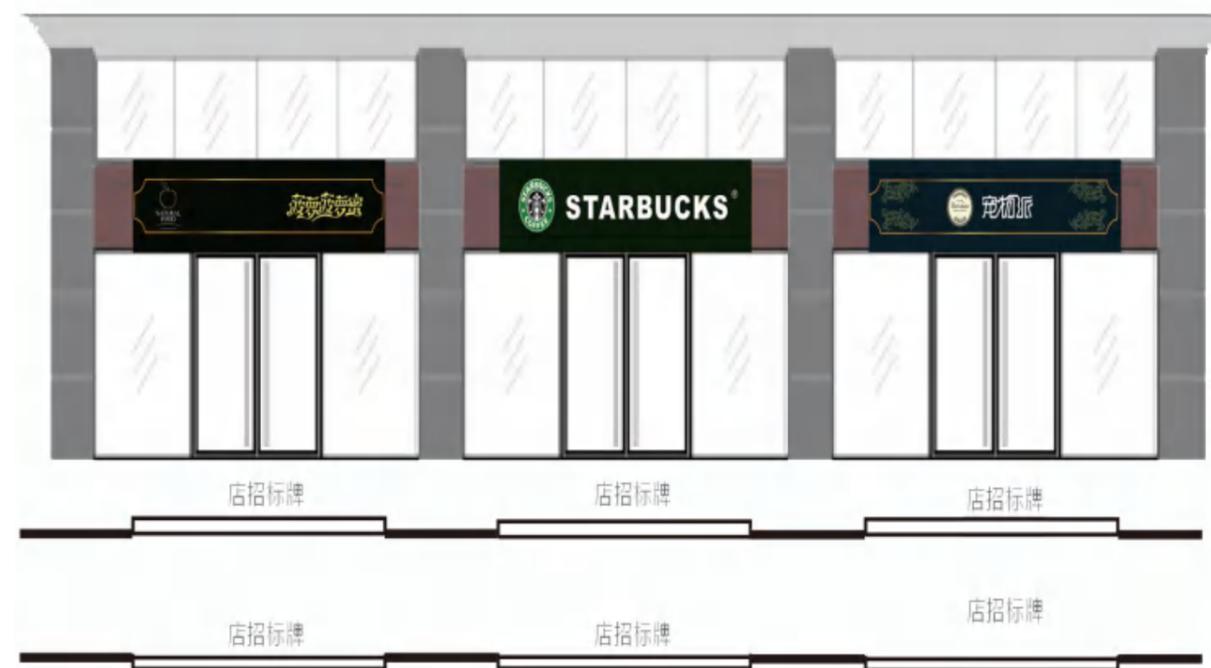
特殊多层建筑标识示意图

### 7.2.2 店招标牌

#### 一般店招标牌

##### 设置要求

- (1) 户外招牌应符合城市街景规划(设计), 并与建筑风格协调。
- (2) 店招标牌不得遮挡建筑物玻璃幕墙和窗户, 不得影响建筑物的采光通风以及影响消防安全。
- (3) 店招标牌内容应与单位工商注册名称相符, 不得含有经营服务内容, 如产品宣传、电话号码等广告信息。
- (4) 店招标牌使用的文字、汉语拼音等必须符合相关规定, 需要使用外国文字的, 应同时使用中文。
- (5) 店招标牌设施应做到安全美观、并定期维护和保养。
- (6) 店招标牌设施应安装照明设施, 优先采用节能灯具。宜采用发光材料, 宜采用内打光方式。
- (7) 店招标牌设施的设置不应破坏建(构)筑物外立面形象。
- (8) 店招标牌设施的设置不得“一店多招”, 不得“多层多招”。



一般店招标牌示意图

## 7.2.2 店招标牌

### 多开间店招标牌

#### 设置要求

(1) 当一个单位（店铺）占据两个或两个开间以上时，店招标牌的设置不得遮挡开间之间的建筑构件，如柱子等。如果没有建筑构件，多开间店招标牌可以整体设置。

(2) 如果有建筑构件分隔，店招牌在建筑构件分隔处应断开，不得遮挡相应的建筑构件，改变建筑的立面和轮廓。

注：其它标准同一般店招牌。



多开间店招牌示意图

## 7.2.2 店招标牌

### 多层店招标牌

#### 设置要求

(1) 当多层商业建筑临近的城市道路的人行道宽度大于 5m，或多层商业建筑退城市道路红线超过 4m 以上的，或带有广场的多层商业建筑，可以设置组合落地式招牌显示二层及以上店铺的店招标牌。组合落地式招牌高度不宜超过 10m，占地面积不宜超过 1 平方米，宽度不宜超过 1.5m，厚度不宜超过 0.5m。

(2) 当多层商业建筑临近的城市道路的人行道宽度小于 5m，或多层商业建筑退城市道路红线小于 3m 的，可在建筑立面合适位置以组合式墙面招牌的形式显示二层及以上店铺的店名。且镂空字店招标牌字体的长度和宽度不得大于 0.8m。



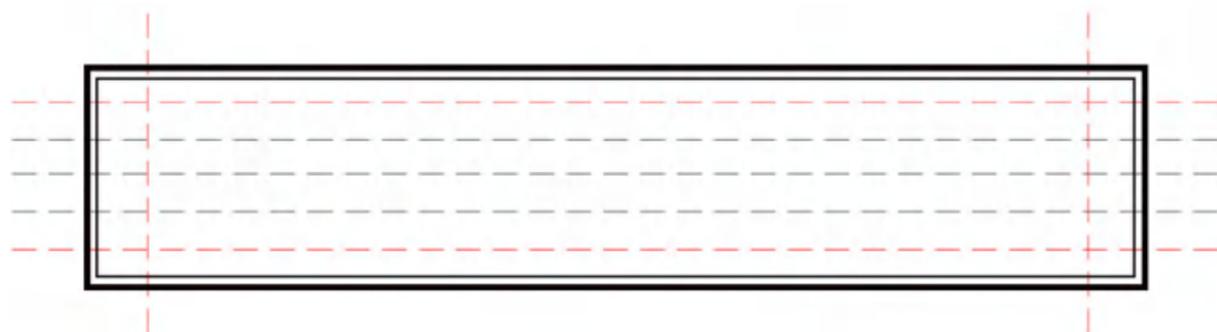
多层店招标牌示意图

### 7.2.3 户外招牌设置指引

#### 设计样式指引

设计范围：

在已规定尺寸的户外招牌上，对文字和标志等内容进行设计范围的规定，即内容控制在红色虚线框的范围。店招文字高度不能超过店招高度的 3/5，文字总长度不能超过店招长度的 3/4。



推荐样式一：

平铺式招牌中，文字和标志严格控制在规定设计范围内进行设置。



推荐样式二：

集中式招牌中，文字和标志严格控制在规定设计范围内进行设置。



### 7.2.3 户外招牌设置指引

#### 设计材料指引

##### (1) 铝塑板



##### (2) 亚克力板



##### (3) 烤漆玻璃



### 7.2.3 户外招牌设置指引

#### 设计材料指引

##### (4) 树脂三维扣板



(5) 防火板



##### (6) 吸塑板



(7) 3M 布



### 7.2.3 户外招牌设置指引

#### 设计色彩指引

(1) 选取与建筑主体和谐统一的色彩：



(2) 选取品牌标志自身代表色彩：



#### 设计字体指引

店招店牌专用字体 (方正清刻本悦宋简体)

钱江广告图文  
QIANJIANG AD GRAPHIC

店招店牌专用字体 (方正姚体)

豪苑商务宾馆

店招店牌专用字体 (方正汉仪简)

佳友记粥铺

店招店牌专用字体 (方正华隶简体)

鼎韵家纺

店招店牌专用字体 (方正祥隶简体)

铜锣湾钟表

店招店牌专用字体 (方正康体简体)

老北京炸酱面

店招店牌专用字体 (方正仿郭简体)

市北书店

店招店牌专用字体 (方正毛毡笔黑简体)

童心时代

店招店牌专用字体 (方正粗倩简体)

杭州冠达房产

店招店牌专用字体 (方正粗谭黑简体)

雅芳 AVON

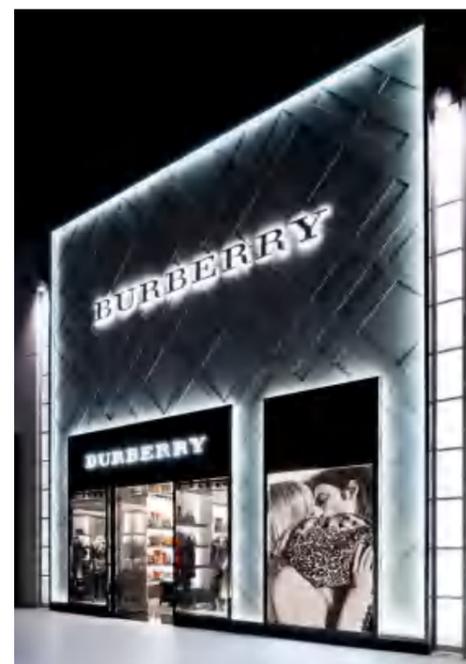
## 7.2.3 户外招牌设置指引

### 亮化设计指引

现代建筑风格：

1. 整体照明：户外招牌的底板采用发光材质，或者底板和字体均采用发光材质，以达到亮化效果，适用于照明亮度需求较高的门店。

①便利店、银行、药店等 24 小时营业门店可利用灯箱形式，采用全夜间不高于 400cd/m<sup>2</sup>，不低于 300cd/m<sup>2</sup>的照明亮度；落地式招牌和落地式建筑标识在营业时间内采用 300cd/m<sup>2</sup>的照明亮度，以强化标识作用。



### 7.2.3 户外招牌设置指引

#### 亮化设计指引

现代建筑风格：

2. 字体照明：户外招牌的底板采用不发光材质，字体采用发光材质，以达到亮化效果，适用于照明亮度需求较低的门店。

平板式招牌和镂空式招牌采用全夜间不高于 300cd/ m<sup>2</sup> 的照明亮度，高层建筑上方建筑标识采用全夜间 1000cd/ m<sup>2</sup> 的照明亮度。



仿古建筑风格：

仿古建筑门店的招牌多为木质材质材料，其夜间亮化效果多为招牌四周或者建筑构件上的射灯辅助照明，采用全夜间不高于 300cd/ m<sup>2</sup> 的照明亮度。



### 7.3 公益性户外广告设施设置管理规定

#### 设置主体

户外广告的发布者、经营者和广告主均有义务统筹安排户外公益广告。

#### 管理主体

市场监督管理部门履行广告监管和指导广告业发展职责，负责公益广告工作的规划和有关管理工作。

新闻出版广电部门负责新闻出版和广播电视媒体公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

通信主管部门负责电信业务经营者公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

网信部门负责互联网企业公益广告制作、刊播活动的指导和管理。

铁路、公路、水路、民航等交通运输管理部门负责公共交通运输工具及相关场站公益广告刊播活动的指导和管理。

住房城乡建设部门负责城市户外广告设施设置、建筑工地围挡、风景名胜区公益广告刊播活动的指导和管理。

精神文明建设指导委员会其他成员单位应当积极做好公益广告有关工作，涉及本部门职责的，应当予以支持，并做好相关管理工作。

#### 设置要求

(1) 规划一定比例的公益广告专用设施，用于发布公益广告。

(2) 公益广告设置的数量或累计面积、时长不得低于户外广告总量或累计总面积、时长的 30%。

(3) 商业综合体墙身广告应有不低于 20% 的面积发布公益广告；LED 电子显示屏应有不低于 20% 的播放时长发布公益广告。

(4) 经营性的户外广告点位在出让合同中应注明城管局 / 文明办等相关单位出于城市宣传 / 创城创卫等需求可以在一定时间段征用经营性户外

广告点位用于发布公益性广告，征用的时间一年不超过 2 个月，征用的比例不超过经营性户外广告点位的 50%，征用的费用由相关单位补偿或租金减免。

(5) 城市道路红线范围内的绿地严禁设置商业性户外广告设施，原则上不允许设置公益广告。公共广告点位可以设置在城市广场 / 街头绿地 / 防护绿地。

(6) 机场、车站、码头、影剧院、商场、宾馆、商业街区、城市社区、广场、公园、风景名胜区等公共场所的广告设施或者其他适当位置，公交车、地铁、长途客车、火车、飞机等公共交通工具的广告刊播介质或者其他适当位置，适当地段的建筑工地围挡、景观灯杆等构筑物，均有义务刊播公益广告通稿作品或者经主管部门审定的其他公益广告。此类场所公益广告的设置发布应当整齐、安全，与环境相协调，美化周边环境。

(7) 公益广告内容的主题应符合启东市公益广告宣传的口径与安排，符合社会教育、文化传播、舆论导向等社会主义精神文明建设方面的作用。

(8) 经审批设置的户外商业广告位，在招租期间应当发布公益广告，空白版面或架体暴露时间不得超过十日。广告位招租内容可以与公益广告同时发布，但只限发布在广告位的下方，所占面积不得超过广告总面积的 1/5。

(9) 广告位出租时应提前声明在重大活动中政府有权征用广告位进行公益广告宣传，每个月总时长不超过 10 天，每年总时长不超过 1 个月。

(10) 户外公益广告设施夜间照明质量应保证在节假日和重大的城市公共活动期间的特殊要求。

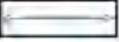
### 7.3 公益性户外广告设施

公益广告布点图：

公园内可结合城市家具景观小品设置公益广告。各区域公益广告形式、色彩、照明均需符合规划的要求。道路两侧可结合街头绿地设置公益广告。

在重大节庆等特殊时期，可结合和平路、江海路、公园路、人民路、南苑路、世纪大道沿街绿化带中，间隔 300 米以景观小品的形式设置临时性公益广告。

图例

-  固定式公益广告点位
-  临时性公益广告点位
-  规划范围线



7.3 公益性户外广告设施

公益广告示意图



### 7.4 通用性设置管理规定

#### 7.4.1 户外广告和户外招牌设置

建（构）筑物按性质可分为行政办公建筑、文化、体育、医院等公益性服务单位建筑、历史建筑、住宅建筑、商务办公建筑、商业娱乐建筑、工业、仓储建筑等类型，户外广告的设置应与建（构）筑性质相协调。户外广告设置最重要的是不能影响建筑使用功能（如遮蔽采光、通风功能的窗户，影响消防，封闭挑台等）。

##### 行政办公建筑

（不得设置商业广告，可在建筑墙面设置镂空形式发光字体的建筑标识，或在建筑的入口处设置组合式户外招牌柱或者落地式建筑标识。

##### 文化、体育、医院等公益性服务单位建筑

可设置自身招牌，不得设置大型户外广告设施；因发布公益信息需要可设置专用信息发布栏，但位置必须在规划确定的位置和自身场地内。

##### 历史建筑

以保留原有建筑的风格为重，不得设置户外广告，仅可设置与其建筑色彩、形式协调的户外招牌或建筑标识。

##### 住宅建筑

单纯功能的住宅建筑不能设置户外广告，底层有商店的住宅建筑，可在底层门楣处设置自身招牌，原则上一个店面允许设置一个店招。

##### 商务办公建筑

可结合建筑物顶层实体墙面或入口处雨棚上设置镂空发光字体的建筑

标识；沿街商铺可结合营业面积设置一店招店牌；二层及以上的临街商铺或没有独立出入口的商铺可结合建筑外立面设置组合式户外招牌。

##### 商业娱乐建筑

商业娱乐建筑（包括餐饮、酒店、电影院等）是商业广告的最佳载体之一，户外广告的设置与建筑立面紧密结合，可在建筑门楣、立柱、裙房、墙面设置精美的招牌式、墙面式广告，形成商业街区特色。商业建筑的户外广告类型宜丰富多彩，色彩、灯光宜与周边环境相适宜，不可遮挡和分割建筑立面，不得破坏天际轮廓线和建筑景观的完整性。

##### 工业、仓储建筑等

可适量设置与产品宣传相关的广告，在主体厂房建筑上可设置企业标识。

### 7.4.2 禁止设置规定

1. 严禁利用交通安全设施、交通标志、永久性测量标志设置广告；
2. 严禁利用市政公共设施、消防设施、消防安全标志设置户外广告设施；
3. 严禁设置类似交通标志的户外广告设施；
4. 产生噪声污染、光污染，影响居民正常生活的情形；
5. 妨碍相邻方通风、采光、通行等权利的情形；
6. 封闭、遮挡窗户、通风口或者产生热源等影响消防安全的情形；
7. 河道、防洪堤的安全防护范围内，严禁设置户外广告设施；
8. 不符合城市容貌标准的情形；
9. 各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内，严禁设置户外广告设施；
10. 妨碍车辆和行人通行、影响道路交通安全的，禁止设置；
11. 严禁利用城市桥梁、立交桥设置户外广告设施；
12. 利用行道树、古树名木或者损毁绿地的，禁止设置；
13. 严禁利用透景围墙、护栏、出入口、闸门、道路隔离带设置户外广告设施；
14. 道路交叉口视距三角形范围内，禁止设置户外广告设施；
15. 严禁跨越城市道路、公路设置户外广告；
16. 严禁在道路绿化分隔带中设置户外广告；
17. 大量车流集散的公共建筑出入口外两侧各 5m 范围内不应设置户外广告；
18. 除高速公路收费站区、服务区以外的高速公路用地；
19. 高速公路建筑控制区；
20. 高速公路中央分隔带（主线收费站区中央分隔带除外）；
21. 可能遮挡高速公路交通标志、交通信号、监控探头的区域；
22. 高速公路交通标志、可变情报板、防撞护栏、隔离墩、防眩设施、隔离栅和照明设施等附属设施上不得附着设置广告设施；
23. 危及建构物安全或者利用住宅外立面、危房等情形，禁止设置；
24. 除商场、超市等商业建筑外，其他建筑不得设置墙身广告设施。
25. 沿街毗邻建筑物之间的空间不得设置户外广告设施；
26. 建筑物坡屋顶、装饰顶等不得设置户外广告设施；
27. 古建筑、仿古建筑以及人字形建筑物顶部；
28. 不得“一店多招”“多层多招”设置；
29. 严禁利用建（构）筑物顶部、玻璃幕墙、立柱和门、窗内外侧，设置户外广告设施；
30. 电子显示屏的设置不得形成眩光、噪声、电磁辐射等污染；
31. 妨碍他人生产经营、影响他人对建（构）筑物使用权益的情形；
32. 公共空间、建（构）筑物及其他设施未规划户外广告设施的情形；
33. 严禁依附电杆、灯杆设置户外广告设施；
34. 城市中心区内严禁设置大型高立柱户外广告设施；
35. 严禁在国家机关建设用地范围、文物保护单位保护范围和建设控制地带、风景名胜区核心景区内设置户外广告设施；
36. 在建（构）筑物的内外侧利用窗户、观光电梯等透明、半透明结构（不含玻璃幕墙）的；
37. 在建筑物层与层之间的窗间墙上的；
38. 法律、法规禁止设置户外广告的其他情形。

### 7.4.3 户外广告照明规定

#### 关于光源的规定

广告不得以闪烁的光影响居民生活、行人或交通安全。在交通管制信号装置周围 30 米以内及其背景空间内的广告照明，不得采用闪烁方式及辐射红、黄、绿三色的光源照明。建筑物墙身设施建筑标识、广告可采用霓虹灯、立体发光字的照明形式；商业广告应设置灯箱，户外招牌应尽量避免外打灯照明形式。

#### 关于户外广告亮度标准及色彩的规定

当广告画面颜色总的效果为暖色调时用偏暖色光照明，为冷色调时用偏冷色光照明。

商业街户外广告最大允许亮度如下表：

广告被照面面积 (平方米)	最大允许亮度 (坎德拉 / 平方米)
0.5	1000
2	800
10	600
> 10	400

#### 常用户外广告照明方法的技术规定

广告不得以闪烁的光影响居民生活、行人或交通安全。在交通管制信号装置周围 30 米以内及其背景空间内的广告照明，不得采用闪烁方式及辐射红、黄、绿三色的光源照明。建筑物墙身设施建筑标识、广告可采用霓虹灯、立体发光字的照明形式；商业广告应设置灯箱，户外招牌应尽量避免外打灯照明形式。

#### 关于户外广告亮度标准及色彩的规定

##### (一) 灯箱广告照明

1. 光源应采用寿命大于 8000h、显色指数大于 80 和发光效率大的光源；

2. 为保证足够亮度，应使荧光灯管之间的距离为灯管到面板 / 距离的 2 倍左右。

##### (二) 外打灯广告照明

1. 光源应采用寿命大于 10000h，显色指数大于 80 和发光效率大的光源；  
2. 应采用体积小、重量轻、造型优美、防腐蚀、耐候性好、灯具防护等级大于等于 IP65 的灯具；

3. 应尽量采用外打灯灯具的配光曲线形状与广告画面形状较为相似的宽水平角的非对称配光的灯具；灯具应维护简便，且有刻度指示，可方便调整照射角度。

### 7.4.4 户外广告设施安全、质量检测规定

#### 一般规定

##### (一) 户外广告

设置人应加强对户外广告设施的日常检查和维护保养工作，并制定灾害性天气应急预案。当发生灾害性天气时，设置人应按照应急预案采取相应的安全防范措施，事后应对户外广告设施进行检查和修复。

户外广告设施设置期满2年及之后，设置人应当在每年规定时间内委托有相应检测能力的检测机构进行安全检测。经安全检测确认不符合规定的户外广告设施，设置人应当立即整修或者拆除。

##### (二) 户外招牌

设置人应当负责户外招牌的检查和维护保养工作。在台风、暴雨等恶劣天气来临前及期间，应当加强对户外招牌的安全检查。

大型侧招、箱体式整体结构招牌、高度大于2.5m的独立式招牌，在超出建筑外立面3层或者10m以上、在历史风貌区内、在优秀历史建筑和文物保护单位上设置的户外招牌，设置满2年的，设置人应在届满之日的当月及后两个月内，委托专业检测单位进行安全检测。以后每年定期在该3个月份内进行安全检测。

前款规定之外的户外招牌设置满2年的，设置人可以委托相关单位在届满之日的当月及后两个月内，以后每年定期在该3个月份内实施安全检查或安全检测。

#### 维护保养

##### (一) 户外广告

设置人应对户外广告设施的基础及锚固、构架及连接、牌面及灯布、构架防腐、电气及照明、防雷及接地等进行定期检查，发现隐患应及时予以修复或更换，并做好维护台账记录。

LED显示屏、霓虹灯及其他广告照明装置运行期间，设置人应加强巡查，发现损坏及时维修。

高温及梅雨季节期间，大风、大雪及雷雨天气后，应对户外广告设施的基础及锚固、构架及连接、牌面及灯布、构架防腐、照明灯具、电缆电线、电气设备和防雷设施的可靠性进行检查，确保安全可靠。

##### (二) 户外招牌

设置人应当定期清洁，保持户外招牌的整洁、完好。发现污损、字体残缺、灯光显示不完整、面板老化褪色等影响市容景观情况，应当及时清理、维护或者更换。户外招牌的灯光照明、虹灯装置不完整、残缺破损时，在未修复前应当切断电源停止使用。

设置人应定期对户外招牌进行检查和维护、保养。

(1) 户外招牌的围护及面板的完好状况，应当每周检查一次。当户外招牌的围护存在渗水、霉斑、下凹，面板出现翘裂、破损（或腐烂）等现象时，应当及时进行修复或更换；

(2) 户外招牌的照明灯具、电气设施应每季度维护保养一次。灯具固定松动、脱落，电气控制器件触点打弧、结碳，缆线绝缘破损、老化、芯线外露，接地松动的，应当及时修复或更换；

(3) 户外招牌的构架及其锚固，应至少每半年检查一次。当构架的焊缝存在裂痕、锚固（或连接）螺栓出现松动时，应当及时进行修补或紧固；

(4) 户外招牌的构架应当每年进行一次防腐保养，应当对构件锈蚀、油漆脱落、龟裂、风化等部位的基底进行清理、除锈、修复和重新涂装。

在高温、台风、暴雨、大风等灾害性天气和梅雨季节来临前及发生期间，设置人应当对户外招牌的基础及锚固、构架及连接和防腐、围护及面板、电气及灯具的可靠性进行检查，并应当采取必要的安全防范措施。

#### 安全检测

##### (一) 户外广告

户外广告设施的安全检测机构应通过户外广告设施检测能力评估论证，具备相应检测能力。

户外广告的设置人在委托安全检测的同时，应提交该设施的设计、竣工验收资料。

户外广告设施的安全检测一般包括现场检测和结构复核两个部分。

(1) 现场检测主要包括以下内容，详见 DB31/T1289：

- 1) 基础或被依附体状况；
- 2) 结构构件状况；
- 3) 构架连接状况；
- 4) 面板及围护状况；
- 5) 结构防腐状况；
- 6) 电气照明及防雷装置性能。

(2) 以施工竣工图及现场测量的结构实际尺寸为依据，进行下列复核：

- 1) 强度、刚度和稳定性；
- 2) 基础的抗倾覆性；
- 3) 地脚螺栓的强度。

存在以下任一情形的户外广告设施应进行结构复核：

- (1) 未提供结构设计资料的；
- (2) 既有结构与设计资料不相符的；
- (3) 受力构件被腐蚀后的壁厚不符合设计要求的；
- (4) 对结构现状的安全存在疑义的。

户外广告设施安全检测的要求和评定依据除应符合本规范外，还应符合 GB 50205、GB 50202、GB 50617、GB 50601、GB/T 50621、GB/T21431、CJJ149、DB31/T389 及 DB31/T1289 规定的要求。

在户外广告设施现场检测工作中，应做好原始记录（包括文字、图形和影像等）。

安全检测单位应建立户外广告设施安全检测档案，检测档案应保留至设施拆除。户外广告设施安全检测档案应包括下列内容：

- (1) 现场检测原始记录（文字、图形和影像）；
- (2) 检测报告；
- (3) 整改函件；
- (4) 复检报告。

户外广告设施设置人应建立户外广告设施管理档案，管理档案应长期保存直至户外广告设施拆除。户外广告设施管理档案应包括下列内容：

- (1) 申请设置许可材料；
- (2) 竣工验收资料；
- (3) 日常检查和维护保养资料；
- (4) 安全检测资料。

(二) 户外招牌

户外招牌的设置人在委托安全检测的同时，应当提交该设施的竣工验收资料。

户外招牌的安全检测主要包括现场检测（检查）和结构复核两个部分。

(1) 现场检测（检查）应当主要包括以下内容：

- 1) 基础（或被依附体）：包括外观状况、地脚螺栓（或锚固件）、混凝土抗压强度检测；
- 2) 结构构件：包括构架总体尺寸、构件几何尺寸及截面尺寸的测量和复核，立柱竖直度、梁的挠度、构件弯曲等杆件变形检测；
- 3) 杆件连接：包括对结构构件的焊缝和螺栓连接状况检测、法兰连接的结合面间隙检测、连接螺栓紧固力检测；
- 4) 面板及围护：包括面板及围护固定、变形状况，字体及标识固定、变形状况；
- 5) 结构防腐：包括对构架（或杆件）锈蚀状况、防腐涂层厚度、涂层附着检测；
- 6) 电气及照明：包括配电箱及箱内电器设施规范性检查、剩余电流漏

保护装置检测、线缆和灯具安装质量检测、接地电阻和绝缘电阻检测；

7) 防雷装置：包括电涌保护器（SPD）、电气连通性（过渡电阻）、防雷接地电阻检测。

(2) 结构复核应当主要包括以下内容：

1) 以施工竣工图及现场测量的结构实际尺寸及材料截面为依据，对结构的强度、刚度和稳定性进行复核；

2) 基础的抗倾覆性和地脚螺栓的强度。

户外招牌安全检测的要求和评定依据应当符合 CJJ149、GB/T21431、DB31/T389 的相关规定。

户外招牌现场检测工作中，应当做好原始记录（包括文字、图形和影像等）。

户外招牌安全检测报告具有分项评定和综合评定的结论，综合评定结论作为判定依据。分项评定应包括基础或被依附体状况、结构构件状况、构架连接状况、结构锈蚀及防腐状况、面板及围护状况、电气照明及防雷装置性能和结构复核等。

检测机构应根据被检户外招牌的形式和结构特点确定检测内容，当被检测设施无基础或无电气照明等分项时，应在安全检测报告的综合评定表中予以说明。

安全检测单位应当建立户外招牌安全检测档案。户外招牌安全检测档案应当保留不少于 6 年。户外招牌安全检测档案应当包括以下内容：

- 1) 现场检测原始记录（文字、图形和影像）；
- 2) 检测报告；
- 3) 整改函件；
- 4) 复检报告。

户外招牌设置人应当建立户外招牌管理档案，管理档案应当长期保存直至户外招牌拆除。户外招牌管理档案应当包括以下内容：

- 1) 申请设置许可或备案材料；
- 2) 竣工验收资料；
- 3) 日常检查和维护保养资料；
- 4) 安全检测资料。

# 第八章 规划实施控制管理

Chapter. 8

8.1 规划实施管理控制有关规定

8.2 分期规划建设

8.3 户外广告信息化管理

### 第八章 规划实施控制管理

#### 8.1 规划实施管理控制有关规定

规划以启东市城市总体规划为编制依据，对于因城市建设需要而新增的地块、片区或对局部用地性质调整的地块可按规划中相应的方法通过用地性质对地块、片区进行分类，按照相应的要求进行控制和指引。

在规划成果基础上应组织编印关于专项规划的宣传手册，向城市居民、商家店铺和城市管理者普及规划成果，降低规划实施的难度，提高规划实施的可行性。在规划成果的基础上制作《户外广告设施和招牌设施导则》和《户外广告设施和招牌设施审批办法》，并加强城管人员业务培训，熟知相关标准和要求，更好地推进规划实施。分年度制定户外广告专项整治行动方案，分期分批对规划范围内的户外广告和户外招牌进行管理和控制。

本规划作为启东市城区户外广告设置和管理的技术依据，实施后户外广告主管部门和户外广告设置经营的相关方都应严格遵守，照章执行。以本规划为依托，建立户外广告规划管理体系，通过设定合理的户外广告规划体系，明确政府管理部门以及户外广告设施产权人、广告经营者和广告发布者（以下简称管理相对人）在管理中的权利和责任。加强城区户外广告的统一管理，根据管理权限的划分，分级实施户外广告规划、日常审批、监督检查，分别按各自的管理范围，由各级的城市管理部门负责组织实施。

户外广告设施由于具有一定的商业价值，是城市资产的重要组成部分。在明晰产权的基础上，应建立政府指引、市场化运作的机制。通过市场化

方式来经营和管理户外广告，发挥户外广告规划的综合协调作用，合理配置户外广告资源，规范户外广告设置，控制户外广告的数量和密度，指引户外广告的形式和风貌，统筹协调城市建设环境，提高城市竞争力，促进城市社会发展。

## 8.2 分期规划建设

在城市精细化管理国家方针政策的指导下，启东市城市管理局应依据本规划分期有序推进规划的实施。

### 近期建设

#### 近期建设目标

近期建设重点集中整治和平路、江海路、公园路、人民路、南苑路、世纪大道等主要道路的屋顶户外广告和建筑标识、多层多招、一店多招、字幕式电子显示屏等；并将典型道路的整治作为整治样板，逐步扩展到启东市整个中心城区。

#### 近期整治实施策略：

整治和改造部分户外广告设施，以塑造不同地区特色的、可识别性的户外广告设施，如对典型地区部分店招牌进行整改和提升，提高区域户外广告设施的识别性。在重要节点地区，增加新型的户外广告设施，如激光投影广告设施、LED 电子显示屏、公益性广告等。新建地块和新建建筑上的户外广告设施，应根据规划要求对新建的户外广告设施提出规划控制和指引。

#### 近期整治实施措施：

对集中整治区域进行详细的摸底调查，将不符合规划的户外广告设施和店招牌进行整理和统计。按照拆除、整改和提升对户外广告设施和户外招牌分类制定不同的年度计划。启东市城管局按照计划对规划实施情况进行监督和考核，保证在规划期末保质保量完成近期建设目标。

远期建设规划期限为 2026-2030 年。远期建设的重点主要在于提升

和完善启东市城市户外广告的功能，加强业主对户外广告和户外招牌设施规范的认知，完善户外广告信息化管理、审批和规划实施的制度，形成长效机制，以重点地区作为样板和标杆辐射整个建成区，全面提升全区户外广告的整体品质。通过系统的规划、整治，提升城市户外广告的整体品质，达到重构城市视



### 8.2 分期规划建设

#### 近期整治行动

##### 一、整治范围

市区、各镇（园区）。

##### 二、整治对象

1. 影响城镇容貌的户外广告。如陈旧、破损、褪色、过期、断亮、缺笔少划的户外广告；在交通护栏、行道树、建筑物上悬挂的张贴品和条幅广告等。

2. 存在安全隐患的楼顶广告、大型落地式广告、大型电子显示屏、高立柱广告、遮挡窗户和阻碍消防通道的户外广告等。

3. 不符合设置规范的户外广告设施。如墙体广告、楼宇玻璃幕墙或窗户上的张贴广告、垂直于墙体的悬挑式广告、灯杆广告、围挡广告以及“一店多招”等。

##### 三、实施步骤

户外广告设施整治提升行动分四个阶段开展。

1. 调查摸底阶段（2022年12月底前）。对照整治提升行动内容，各镇（园区）、街道对本辖区户外广告和招牌设施进行全面摸底调查，查清基础资料，列出问题清单。在此基础上，明确整治提升任务，研究制定行动计划，明确措施和完成时限。

2. 动员整改阶段（2023年1月底前）。各镇（园区）、街道要建立健全组织领导机构，召开动员部署会议，分解任务，落实责任主体。按照“自拆为主，强拆为辅”的原则，向设置人（产权人）下达限期整改通知书，讲清政策，明确标准，争取设置人（产权人）自行拆除整改。

3. 集中整治阶段（2023年6月底前）。各镇（园区）、街道要对照问题清单，组织专门执法力量和专业施工单位，实施分类分批集中整治。凡在规定时限内未自行拆除或整改的，依法从严实施处罚，依法组织强制拆除。

4. 长效管理阶段（2023年12月底）。各镇（园区）、街道要在此次整治的基础上建立常态化工作机制，认真收集整理整治中的先进典型，及时总结提炼经验做法，形成自查自评报告，并对有益经验以建章立制的方式进行固化，让此次整治的成果在工作中扎根、发芽。

### 8.3 户外广告信息化管理

为解决户外广告在业务处理中的痛点，为户外广告的规划、审批和执法管理提供准确的辅助决策，加强户外广告的精细化管理，须借助 3D GIS 技术，对主城区的现状广告与规划广告进行三维化建库和管理。利用 3D GIS 技术解决户外广告空间定位难、规格量测难、整体布局把握难的业务痛点，汇聚户外广告的业务成果数据，为户外广告的规划审查、设置审批、违法核查等业务工作提供辅助决策支持，实现户外广告的设置情况信息化、规划导则可视化、审批管理规范化、监查整治便捷化。

户外广告信息管理系统以“职能明确、权责清晰、协作畅通、管理高效”的工作方针，按照“登记审核与动态监测相结合、行政指导与依法查处相结合、规范管理与便捷高效相结合、日常监督与社会监督相结合”的工作原则，依照法律程序，通过审批、定位、监管、统计等四大板块，实现户外广告监管工作“点、线、面”有机结合。

总体思路：

- (1) 以数字城管作为切入点，与智慧城市配套；
- (2) 以设置管理带动内容管理，与工商监测系统配套；
- (3) 以采用信息化制度创新，落实新广告法、规划广告设置为先机，与中央改革城市执法管理体制配套；
- (4) 以改革创新管理体制为动力，拉动媒体、店主借助户外广告《检监管信息平台自觉管理自身媒体，与中央推行文明诚信体系建设配套；
- (5) 以政府平台与全国第三方监控监测平台相结合所产生的大数据为基础，与媒体主、广告主、代理商、媒体及媒体材料供应商、金融服务商等户外广告生态运营链配套。

主要功能：

- (1) 申报与审批功能。符合信用监管要求的广告发布者通过互联网上传

户外广告登记信息，广告审查员对所上传的登记信息进行网上审批。

- (2) 定位与查询功能。对辖区内广告经营单位和已审批登记的户外广告在平台地图上进行标示，点击图标后显示该经营单位的基本登记信息及广告发布信息。

- (3) 监管与提示功能。通过检查任务提示，基层广告专管员对户外广告进行现场检查、实地监测、上传图片，直观反映户外广告的动态信息。平台还设置信用监管子模块，通过对广告经营单位的经营情况和违法违规现象等进行综合评定，进行信用分类。

- (4) 统计与举报功能。全面统计各管区、不同广告发布形式的数量，分析广告发布形式的区域特点和趋势。同时，任何单位和个人均可通过该平台对涉嫌违法违规的户外广告行为进行举报，广告监管人员在第一时间实现维护消费者合法权益的工作要求。

主要手段：

- (1) 将户外广告及其店招标牌的规划、标准纳入公开的信息化、规范化、专业化管理平台，现有的规划、规范标准和政府的相关规定，通过信息平台的操作，变成可调看。让媒体主、店主直接对照规划、标准，主动按规申报、备案、报批，并按规自觉维护好自己的媒体、标牌，使之自觉把自己的媒体管起来，改变以往政府被动管理，为媒体主、店主的主动、自觉管理。逐步改变政府的管理监督模式，变传统的查、罚，为引导帮助媒体主、店主利用政府搭建的信息化管理平台管好自己的媒体，引导其逐步纳入户外广告行业诚信体系建设的新型管理模式之中。

- (2) 通过建立《户外广告电子地图》实现户外广告监管的数字化。电子地图对已登记备案的户外广告从广告的内容、期限、位置、登记证号进行明确标注，按户外广告的发布形式，以不同颜色区别。通过电子地图，生动、立体地反映出辖区户外广告发布状态，广告监管人员从而清楚日常户外广告监管的重点区域、主要形式。广告登记部门负责户外广告电子地图的更新、维护，对新登记

的户外广告基本信息及时下发至城管部门，发出检查指令。

(3) 通过出台《户外广告信息化管理工作规范》实现户外广告监管的规范化。该规范分为户外广告的登记规范和户外广告监管工作规范，明确了广告监管各层级的具体工作职责、工作流转要求和工作标准。根据信息化平台的任务提示，实施实地检查，对发现问题的，实施再次检查或案后回查，并将检查信息及时录入软件系统。

(4) 通过创建《户外广告检查表》实现户外广告监管的格式化。统一设置《户外广告检查表》，广告监管人员对已登记的户外广告进行实时现场核对，依照《户外广告检查表》逐项查看广告发布者是否按核定的内容和要求进行广告发布。同时，对未经登记发布户外广告的行为设有“未经登记广告检查管理模块”，广告监管员可将发布情况回录到该模块，户外广告监测结果做到有记录、有台账、有档案，有痕迹。

(5) 通过任务提示方式实现户外广告监管的常态化。平台主页设有“广告未实施实地检查提示”、“广告即将到期提示”和“广告过期提示”，提醒广告监管员对已登记的户外广告按规定时间和标准实施实地检查。尤其是“过期提示”，可针对原审核登记的户外广告设置期限是否已到期进行再次审查和督促，对超过审批期限仍继续发布户外广告的，可依据《户外广告登记管理规定》的相应规定进行查处。

(6) 通过图片上传方式实现户外广告监管的动态化。广告监管员在实施实地检查时，现场获取广告图片，并将广告图片导入户外广告信息化监管平台，凸显检查实效的可追溯力。同时，广告审查员可对原审核通过的广告登记图片与现场图片进行再次审查，对户外广告监管实施二次监测。广告监管信息实现由过去的静态提供向动态更新转变，直接反映出户外广告监管的真实性、动态性。

# 第九章 规划保障措施

Chapter. 9

9.1 政策法规

9.2 信息化管理

9.3 公众参与

## 第九章 规划保障措施

### 9.1 政策法规

#### 建立健全相关的法律法规体系

现行的户外广告相关法律法规主要有《中华人民共和国广告法》(2018年修订)、《中华人民共和国城乡规划法》(2019年修订)、《广告管理条例》(国务院国发[1987]94号)、国务院《特殊标志管理条例》、国务院《城市市容和环境卫生管理条例》、《江苏省广告条例》、《江苏省城市市容和环境卫生管理条例》等。在现有国家和江苏省、南通市的法律法规的基础上,编制启东市相关的户外广告法律法规、规范标准等,为户外广告规划的编制和户外广告的实施和管理提供法律依据。

#### 制订相关鼓励户外广告设施发展的优惠政策

启东市政府应尽快制定鼓励户外广告设施发展的相关政策。如简化户外广告设施的审批、审核程序,提高办理户外广告设施相关手续的效率。鼓励户外广告设施的创新,鼓励结合公共设施、景观小品等设置户外广告设施,鼓励采用新材料、新技术、新方法设置户外广告设施。鼓励在市区内设置一定比例的公益性户外广告设施等。

#### 出台户外广告设施设置导则

启东市城市管理部门应结合此次专项规划,出台户外广告设施设置导则。以图文并茂的形式展示户外广告设施设置导则,通过通俗易懂的形式向广告业主展示户外广告设施设置细则,为户外广告设施在后期审批时提供便利,减少审批被驳回的几率,大大的提高了户外广告设施审批工作的效率。

#### 制定户外广告设施整治行动计划

选择启东市比较典型的道路、节点作为近期整治的重点,对集中整治区域进行详细的摸底调查,将不符合规划的户外广告设施和户外招牌进行整理和统计。按照拆除、整改和提升对户外广告设施和户外招牌分类制定不同的年度计划。启东市城管局按照计划对规划实施情况进行监督和考核,保证在规划期末保质保量完成近期建设目标。

### 9.2 信息化管理

城市户外广告设施管理要顺应时代、注入“智慧”力量，要打破各部门之间的“信息孤岛”，做到各部门核心数据共享、设施实时监管。

全面摸清城市户外广告设施数量，建成户外广告设施大数据中心，充分利用GIS、三维实景影像和工作流技术，实现对广告牌的监督、管理、执法等功能，规范户外广告符合相关政策和法规要求。对户外广告设施信息数据进行统计、分析、研判，建立违法广告设施“黑点”电子地图，准确预测违法广告设施易发区域，制定管控措施，遏制了违法户外广告设施的滋生蔓延，实现户外广告设施行政审批、日常监管和行政执法信息互通高效联动。

采用信息化技术手段整合多部门资源进行协同管理，理清户外广告资源底数，优化城市空间秩序，为户外广告管理的综合化、信息化、规范化、市场化运营发展之路，乃至诚信体系的建立，完成了解决方案。在户外广告设施信息管理系统方面，开发了地图管理、审批备案、日常监管、执法处置、安全应急、征信记录六大内容模块，实现了广告审批、备案数据与数字城管、智慧城管综合调度平台互联互通，对广告许可临期提醒、超期报警实现全市广告“一张地图”管理。科技赋能“绣花”功夫不断渗透进全市户外广告设施规范管理的各方面和全过程，悄无声息地提升管理生命力、百姓获得感。

城市的核心是人，让城市空间更清朗的同时，也要关注到人心的起伏，注重决策的透明化与公信力。建设美丽城市，离不开上下协同，让不同部门以及商家、市民都参与进来。要注重发挥户外广告商家、市民的主体作用。

强化部门协同，解决户外广告监管的重点和难点问题。系统打通城市规划局和自然资源局、交通运输管理局、政务服务数据管理局等部门的在行

政审批、日常监管、执法管理等方面协同办公。与企业核查系统接口

互通，

共享户外广告设置主体信用信息，并运用在户外广告的审批和监管工作中。

### 9.3 公众参与

户外广告规划的实施和管理应增加公众（广告商、一般群众）参与的环节。在规划评审通过以后应通过各种宣传手段将规划成果展示给公众，使公众了解规划的内容，让公众对规划的实施提供监督和实施后的反馈意见。

对于重点地区或敏感地区需新建、改造户外广告设施的，在规划编制过程中应征求公众的意见，了解公众尤其是周边居民的实际需求和负面的外部效应。在充分考虑公众参与的基础上，制定更加完善的规划实施策略。在规划实施的过程中，应当在一定的时间节点征求和收集公众对规划实施的反馈意见，对普遍反映较差的户外广告设施进行相应修改和调整，对于普遍反映较好的户外广告设施应进行分析和归纳总结，以便为后续规划提供经验和借鉴。