

开平市中心城区户外广告设置项目

KAI PING SHI ZHONG XIN CHENG QU HU WAI GUANG GAO SHE ZHI XIANG MU

(方案稿)

开平市城市管理和综合执法局
广州市科城规划勘察技术有限公司

一、技术文件

第一部分 说明书

第二部分 技术图纸

附件：实施细则

第一部分 说明书



目录

第一章 背景与概况.....	1
1.1 规划背景.....	1
1.2 上一轮户外广告规划实施效果评估.....	3
1.3 开平市中心城区概况.....	5
第二章 规划总则.....	8
2.1 规划编制依据.....	8
2.2 规划编制范围.....	8
2.3 规划编制期限.....	8
2.4 指导思想.....	9
2.5 规划原则.....	9
2.6 规划目标.....	11
第三章 户外广告规划编制方法.....	13
3.1 现状调研与分析的方法.....	13
3.2 户外广告规划编制方法.....	15
3.3 户外广告总体规划编制方法选择.....	16
第四章 开平市中心城区研判与案例分析.....	17
4.1 上层次规划解读.....	17
4.2 现状户外广告设置情况.....	19
4.3 现阶段成就与挑战.....	35
4.4 国内外城市经验借鉴.....	37



第五章 户外广告总体布局规划.....	42
5.1 规划理念.....	42
5.2 导向分区.....	42
5.3 重点展示区户外广告设置规划.....	47
5.4 一般展示区户外广告设置规划.....	51
5.5 一般控制区户外广告设置规划.....	56
5.6 严格控制区户外广告设置规划.....	57
5.7 严禁设置区户外广告设置规划.....	57
5.8 户外广告道路规划控制.....	57
5.9 大型广告的设置规划.....	59
第六章 公益广告布局规划.....	69
6.1 公益广告设置情况.....	69
6.2 公益广告设置分布.....	71
6.3 交通门户.....	72
6.4 公共场所.....	73
6.5 公益广告设置要求.....	73
第七章 户外广告照明强度规划.....	74
7.1 照明强度分区.....	74
7.2 照度、亮度及色彩要求.....	74
7.3 电子显示屏户外广告照明要求.....	75
7.4 灯箱广告照明要求.....	75
7.5 外打灯户外广告照明要求.....	76



7.6 霓虹灯制作和安装要求	76
7.7 光干扰控制要求	76
7.8 户外广告照明电路系统要求	76
第八章 户外广告的设计指引	77
8.1 与周边景观适应、协调	77
8.2 提高户外广告的艺术性	77
8.3 注重户外广告的创意	77
8.4 注意色彩的和谐	77
第九章 户外广告规划控制导则	78
9.1 户外广告设置通用规定	78
9.2 不同类型户外广告控制要求	85
第十章 户外广告设置技术要求	98
10.1 安全责任主体	98
10.2 设计施工要求	98
10.3 安全检测要求	98
10.4 户外广告设施突击性维护检修	99
10.5 户外广告设施安全性强制要求	99
第十一章 户外广告设置分期规划及实施建议	101
11.1 分期实施规划	101
11.2 户外广告设置管理要求	101
11.3 规划实施建议	104
第十二章 附则	105



12.1 术语释义.....	105
12.2 尺寸、面积规定与释义.....	106
12.3 用词说明.....	108
12.4 广告制作相关技术规范.....	109

第一章 背景与概况

1.1 规划背景

1.1.1 规划编制背景

户外广告属于直接影响视觉感受的重要城市设施之一,体现着城市发展和城市文明水平,是城市文化传播的重要载体,户外广告作为一种广泛使用的大众媒体,在宣传企业、宣传产品、宣传政策、弘扬地方文化和社会主流意识方面具有重要作用,另一方面,广告作为城市景观的构成要素,对构建城市整体风貌具有不可低估的作用。同时,现代城市户外广告具有历史文化性、地域差异性、人工可塑性等景观特征。城市空间是城市的资源,户外广告设置权作为一种城市资源,已在诸多城市的经营城市资源实践中进行了广泛探索,并取得了较好的经济和社会效益。

开平市中心城区现状户外广告在上一版的指导下,迎合创建文明城市的需要,户外广告逐步有序开展整治,特别是楼顶排式户外广告、路灯广告、沿江沿河大型立杆广告等。现状户外广告整体状况较好,但也还存在着部分广告幅画、字体尺度夸张、遮挡建筑主体、视觉污染和安全隐患等一系列问题。规范城区户外广告管理,对所有的户外广告设置实行统一规划,杜绝随意性和多头审批,使设置的户外广告既能达到广告宣传的效果,又能实现**美化市容景观,提高城市品质,创建文明城市的需要。**



综合以上原因，开平市中心城区急需对原批户外广告规划进行修编，进一步加强户外广告进行有效地指导和管理，以规范广告设置，美化城市景观与提升城市品位造型，繁荣商业气氛，充分发挥户外广告的社会经济效益，景观文化效益，提高城市户外广告设置水平和合理布局，提供城市户外广告的规划为建设与管理的制定法定依据。

1.1.2 户外广告发展趋势

随着广告行业和城市建设的持续发展，目前户外广告发展出现以下三大趋势：

（1）户外媒体数字化转型成为广告产业的趋势

伴随着户外广告市场的规范，以及出于安全和城市规划的考虑，不止于北上广深等大城市，越来越多的中小城市已经将户外广告纳入重点监管整治范畴，小型广告位大批量减少，再加上科技的发展，户外广告媒体已然再向着数字化转型，并且越来越明显。大型广告牌资源随之增加，投放数字化媒体大屏的数量越来越多。

（2）大数据的发展和利用让户外广告更加趋精准化

在线上广告趋于饱和的同时，户外广告作为最具有亲和力的媒体广告，从历史到现在已发展成为媒体广告类型丰富、体现模式多样、发展速度较快的广告模式，其与消费者近距离接触、到达率高等优点正在不断的体现出来。

越来越多的品牌开始关注用户大数据的重要性，更加个人化、精确化的进行户外广投放告。传统的户外广告是针对大众进行的传播，而目前户外媒体公司利用大数据技术可获得更多消费者的信息，如个人特征、媒介接触、消费行为等，从而个人化、精确化的进行户外广告的策划与创意，组合投放户外广告。

（3）公益广告的投放比例逐年提高

作为摒弃商业元素和利益因素的一种特殊广告文体，公益广告是政府弘扬主旋律、凝聚社会力量的一种有效表达，在社会主义精神文明建设中占有极为重要的地位。随着开平市创建全国文明城市，推广公益广告，实行全覆盖、多层次、广参与，公益广告投放比例逐年提高是必然趋势。目前已在全市公园广场、商业街区、主街主道、车站机场、村居社区等人员密集的公共场所全面推进公益广告投放。

1.2 上一轮户外广告规划实施效果评估

1.2.1 实施效果情况

2014年由开平市城乡规划局组织编制完成《开平市中心城区户外广告设置详细规划(2012-2020)》，根据所处地段和区域的城市地位及商圈效应，把开平市中心城区划分成四类地区进行分区控制：

(1) 重点展示区：城市的商业中心、次中心、车站地区、商业步行街、市场区等区域。该区域积极鼓励布置各类户外广告，创造繁华的商业气氛。

(2) 严格控制区：城市的新建住宅区以及文教、医疗卫生等公共设施用地。该区域要求相对安静，不能在声、光等方面造成干扰，不宜设置户外广告，特殊情况下经批准可设置少量公益性、商业性广告。

(3) 一般控制区：户外广告潜力相对不大，户外广告分布较少的区域。该区域可设置一定数量的户外广告，但是进行一定的限制。在该类区域强调广告的韵律感和协调感。

(4) 禁止设置区：重要的城市公园、生态绿地、政府机关、军事机关、历史文化保护单位等场所的区域范围。

在过去5年的城市建设中，开平市政府从2014年开始加大对户外广告设施的整治，已拆除数百例未经审批、管理缺位的大型广告牌，户外广告设施的整治、市容市貌改善已经卓见成效，《开平市中心城区户外广告设置详细规划(2012-2020)》对开平市城市建设及户外广告设置起到了一定的指导作用，但是规划即将到期，为建设“**先进产业基地、文化旅游名市、文明宜居新城、和谐幸福侨乡**”，我们需要对开平市户外广告发展进行综合分析和规划更新。

1.2.2 本次修编的原因

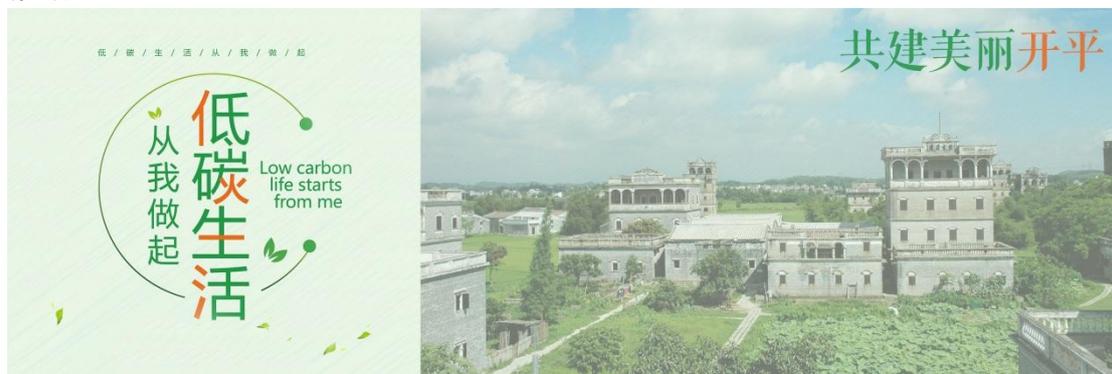
(1) 开平中心城区在五年时间有较大发展，在新一轮城市总体规划和建设也对城市性质、发展方向、用地布局及道路交通等作出了新的定位和调整，需要调整完善已编的广告专项规划来指导开平的户外广告设施建设，指导旧城区和新区的建设。

(2) 在上一轮规划的不断实施中，开平户外广告设施设置也出现了一些问题，需要更具操作性、适应城市新型发展的规划来维护和改善市容市貌，塑造良好的城市形象。同时，当前现代户外媒体技术不断提高，新技术、新手段不断出

现，规划需要与时俱进。

(3) 开平市创建文明城市，提升城市品质，对城市市容市貌也提出更高的要求。同时新形势下党建宣传和公益宣传越来越受重视，广告设置作为城市的重要形象展示窗口，也需要进行重点规划控制。新版规划对推进近期建设控制、创建文明城市、加强党建和公益宣传有重要促进作用。

随着上一版广告规划即将到期，根据新一轮的城市总体规划要求和城市发展需要，亟需对《开平市中心城区户外广告设置详细规划(2012-2020)》进行更新修编。





1.3 开平市中心城区概况

1.3.1 开平市概况

(一) 城市概况

开平市位于广东省中南部、珠江三角洲西部、开平“五邑”地区中部；介于东经 112°13′~112°48′、北纬 21°56′~22°39′之间。东北距广州市 110 公里，距开平市 60 公里。

全市土地总面积 1657 平方公里。现辖 13 个镇和 2 个街道，市政府驻地长沙街道。全市常住人口近 70 万人，其中城镇 35 万人，乡村 45 万人。祖籍开平的华人华侨及港澳台同胞 75 万人，分布在 68 个国家和地区，是全国著名侨乡。

(二) 自然资源

1. 矿产资源

开平市矿产资源较丰富，33 种已探明。以非金属矿为主，主要有钾长石、高岭土、水晶、电气石；有色金属有铜、钨、锡、钼；贵金属矿有黄金；稀有金属矿有稀土金属；放射性矿有铀；还有矿泉水、锡、独居石、锂云母、煤、耐火石、钾长石等。

2. 水资源

开平市属亚热带季风海洋性气候区，年均气温 21.5 度，年降雨量 1700 - 2400 毫米。主要河流是潭江，全市 95% 土地面积属潭江流域。市域内集水面积大于 100 平方公里的潭江二级支流有镇海水（苍江）等 7 条。全市多年平均年水资源总量 43.94 亿 m³，其中本地产水量 21.26 亿 m³，过境水量 22.68 亿 m³。境内地表多年平均年产水量 18.54 亿 m³，丰水年（P=10%）27.74 亿 m³，枯水年（P=90%）10.48 亿 m³。人均水资源占有量高于全国和广东的平均水平。

3. 土地资源与利用

土地利用现状特点：（1）以农用地为主，占土地总面积的 85.80%，包括耕地、园地、林地等。（2）耕地保有量现存 3 万多公顷，占土地总面积 18.32%。（3）林地现存 8.7 万公顷，占土地总面积 52.71%；全市森林覆盖率 40%，绿化造林效果好。（4）园地现存近 0.7 万公顷，优质水果多。（5）建设用地占土地





总面积的 8.55%。其中城镇用地 4929 公顷，占 2.98%；农村居民点用地 7131 公顷，占 4.3%；独立工矿用地 298 公顷，占 0.18%；交通水利用地 1622 公顷，占 0.98%。(6) 土地利用变化趋势是城镇及工矿用地、交通用地、园地、水域面积增大，耕地减少。

(三) 社会经济

2017 年全市实现地区生产总值 341.57 亿元(当年价)，比上年增长 7.9%。其中：第一产业增加值 31.64 亿元，增长 4.32%；第二产业增加值 167.80 亿元，增长 9.05%；第三产业增加值 142.13 亿元，增长 7.23%。第一、二、三产业增加值的比重为 9.26：49.13：41.61。人均地区生产总值 4.81 万元。

产业特色日益鲜明，化纤纺织、水暖卫浴、食品工业三大产业不断优化提升；“建筑之乡”雄风重振工作成效显著；装备制造、电子信息、生化制药等新兴产业加速发展；旅游及物流会展、房地产等现代服务业不断发展壮大；成功创建全国首批、全省首个国家现代农业示范区。自主创新能力明显提升，一批科技项目列入国家和省火炬计划。

1.3.2 开平市中心城区现状概况

《开平市城市总体规划（2011-2020）》将三埠、长沙、沙冈、翠山湖核心区（原石榴塘农场）列入中心城区规划区范围。该范围土地总面积 152 平方公里，2011 年常住人口 33 万人，城镇人口 24 万人，建成区面积 29 平方公里，人均建设用地 121 平方米/人；农村居民点用地 11 平方公里，人均用地 122 平方米/人。农村居民点用地相当建成区面积的 38%，但不少村民已在城区购房居住但没迁移户口。

中心城区北部有东北—西南走向的梁金山，长 20 公里，面积 46 平方公里，海拔高度 456 米；中部和南部由新昌、长沙、祥龙等江中洲（岛）和荻海、迳头、勒冲、冲澄、沙冈等沿江地区组成，苍江（镇海水）、新昌水、潭江干流在此汇流。中心城区“依山傍水”、“三江六岸”的自然环境得天独厚，引人入胜。

按照城市形态和关联程度，现状建设用地可分江北片、江中片和江南片。

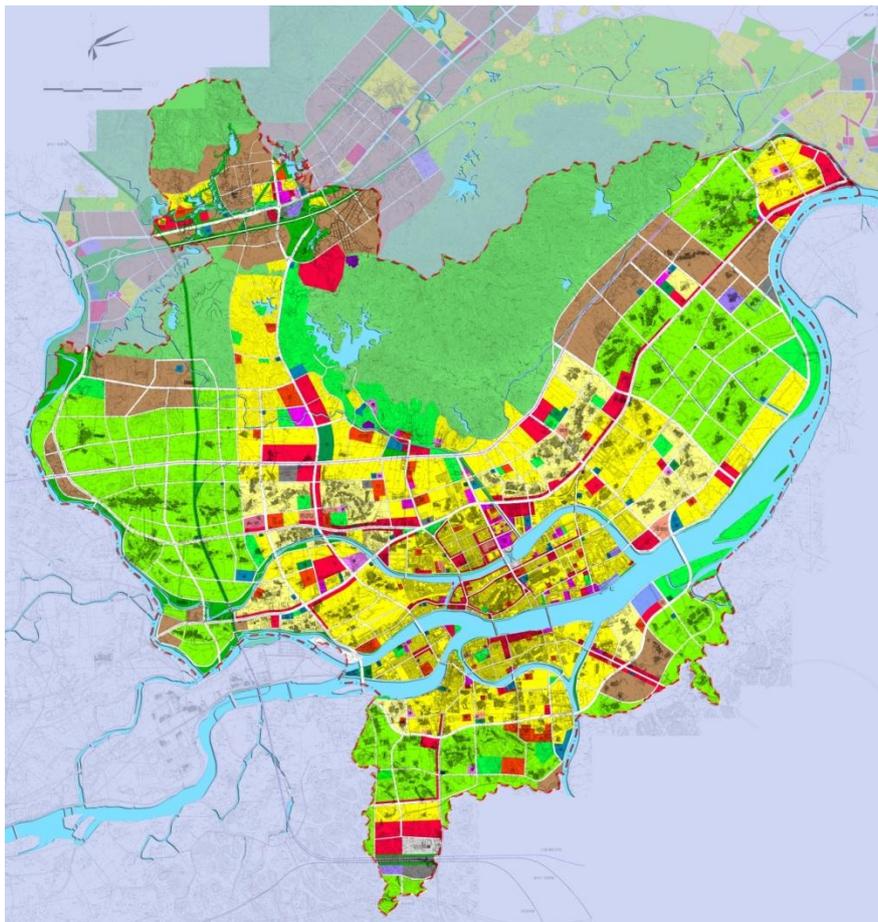
江北片：梁金山以南，苍江以北，行政管理西属长沙街道，东属水口镇。G325 国道东西向横贯，S274 省道稔广线北南向（部分西东向）穿过。城市新建区主要集中在该片区，道路较宽直，房屋较新式，有市政府等行政办公机构，工



业企业和市场多沿国道布局，梁金山麓有公园、度假村和学校。主要道路有开平大道、东兴大道北、良园路、幕沙路、幕侨路。

江中片：苍江与潭江之间，含三联/八一/三江组成的江心洲和长沙岛。三联/八一/三江江心洲属长沙街道，长沙岛属三埠街道。长沙岛中部和西部为生活区和商业中心区，东部为工业区，建筑新旧间杂，有明显的“城中村”；道路系统性不强，尤其是连接潭江大桥和开平大桥的道路不畅。主要道路有沿江东/西路、光明东/西路、曙光东/西路、侨园路、港口路、三江大道、东兴大道南。

江南片：潭江以南，包括新昌、祥龙两岛和荻海、迳头、筋冲等沿江地区，属三埠街道管理。新昌、荻海是最初开埠所在，以居住为主，有极具南洋风情特色的骑楼街区。祥龙是新开发地区，岛西有体育中心场馆，岛东有标志性建筑潭江半岛酒店。迳头、筋冲地区的村庄较多。新昌、祥龙和迳头的道路骨架较为方整，荻海的较为混乱。S274 线北南向穿过荻海。



开平市城市总体规划——土地利用规划图

第二章 规划总则

2.1 规划编制依据

本规划主要以下面的法律法规为规划依据及参考：

- (1) 《中华人民共和国城乡规划法》
- (2) 《中华人民共和国广告法》
- (3) 《城市市容和环境卫生管理条例》
- (4) 《中华人民共和国道路交通安全法》
- (5) 《广告管理条例》(国务院国发[1987]94号)
- (6) 《广告管理条例施行细则》(国家工商局工商广字[1998]第13号)
- (7) 《户外广告登记管理规定》(国家工商局令第42号)
- (8) 《城市容貌标准》(GB50449-2008)
- (9) 《城市道路照明设施管理规定》
- (10) 《城市户外广告设施技术规范》(CJJ149-2010)
- (11) 《广东省城市市容和环境卫生管理规定》
- (12) 《广东省公路及两侧广告标牌设施管理办法》
- (13) 《广东省户外广告管理规定》
- (14) 《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》
- (15) 《江门市招牌设置指引(征求意见稿)》
- (16) 《开平市城市总体规划(2011-2020)》
- (17) 《开平市翠山湖新区发展规划(2011-2020)》
- (18) 国家、省及开平市其它有关城市规划设计管理法规和规章

2.2 规划编制范围

本次规划范围为开平市中心城区，包括三埠、长沙、沙冈、翠山湖新区(核心区)，该范围土地总面积152平方公里，规划2020年中心城区范围内控制常住人口规模50万人，建成区用地规模50平方公里。

2.3 规划编制期限

本规划的编制期限为2019-2035年，近期规划为2019-2025年，中远期规划为2026-2035年。

2.4 指导思想

(1) 户外广告的设置应遵循城市总体规划部署, 根据城市设计原理和城市景观要求进行科学、合理的布局。使之既能促进城市商业活动的繁荣和多样化, 又能点缀美化市容市貌, 促进城市整体景观环境的提升。

(2) 户外广告按其目的的性质分为公益服务性广告(非营利性)和商业服务型广告(营利性)。其设置应重视营利型的商业服务性广告, 也应做好非营利型的公益服务性广告, 这对于开平这类城市特征和城市特色较为突出的自然山水城市尤为必要。规划应尽可能增加公益服务性广告, 以宣传侨乡的优秀文化品质, 展示侨乡的传统风情和观光点。

(3) 户外广告应重视艺术性与安全性。以生动的标志造型和书面、简明的文案, 传达广告信息, 以优质材料和精良的工艺制作优美而安全的图件。一些大型显眼的广告更强调美感和灯光效果设计, 做到白昼同辉, 为城市增色。

2.5 规划原则

2.5.1 整体规划设计原则

整体原则是要运用系统学的思维去分析问题和解决问题。这里的“整体”包含三个方面的内容: 首先是宏观层面的整体, 指整个户外广告的规划布局应该纳入到城市这个大系统中, 应该从城市的经济、环境、社会等方面来考虑户外广告规划布局的合理化和科学化, 使户外广告规划布局与城市的多方面建设发展相协调; 中观层面的整体是指户外广告规划布局体系的完善性, 应该从整体上对该城市的户外广告进行定位, 确定户外广告的规划布局结构与分区, 形成点、线、面相结合的户外广告规划布局体系; 微观层面的整体是指在重点地段的控制和户外广告的设计中, 也贯彻个性与共性相结合的思想, 在形式、设置、色彩、材质和风格方面形成整体性, 以便于与城市的环境相协调。

2.5.2 可持续发展原则

可持续发展就是强调在满足当代人需要的同时又不影响后代获取其需要的能力的发展。与户外广告规划布局相结合, 就是要求以提高人的生活质量和城市环境为最高目标, 是以人为本的发展。它必须处理好户外广告的规划布局与城市人口的增长、经济的持续发展、资源的合理开发利用和城市的环境的关系, 为城市的未来发展和后代的生存创造一个良好的条件。

2.5.3 服从城市总体规划原则

城市总体规划是城市建设的依据,户外广告的设置布局严格遵照总体规划有关城市的景观框架规定,强化美化城市。户外广告的规划布局要服从城市总体规划,必须考虑当地的经济水平等情况,必须为发展经济和精神文明建设服务,保护市容市貌,美化城市。同时在基本保持用地性质和建筑物不大拆大建大变的前提下,结合远近期规划建设需要,针对不同地段和不同功能的建筑物、构筑物采取不同的整治措施,尽可能保证以较低的成本实现规划和整治的目标。

2.5.4 突出地方特色原则

随着科技的发展,信息交流加快,导致了许多城市景观的雷同,要改变千城一面的方法之一就是发掘城市的历史建筑、城市格局、地域文化、生活习惯、价值观念与地方产业优势等地域特色。而户外广告正是展示城市面貌的一个窗口,因此,户外广告的规划布局要以体现地方特色为原则,尽可能突出开平侨乡特色,体现地方文化,树立城市形象。

2.5.5 严格控制与弹性引导相结合原则

开平市城区有“三江六岸十八桥”的美誉,作为碉楼之乡历史悠久,具有不少需要严格保护控制的地区,因此在这些区域必须严格控制户外广告的设置。而对于教育科研设计用地、医疗卫生用地和公共服务与管理设施用地等对城市形象起重要作用的区域要进行合理的控制。同时在商业用地,娱乐休闲用地等区域则应该充分发挥户外广告的宣传性和商业性,对其数量、档次、空间和时间上的安排等进行有效的引导。

2.5.6 经济性、艺术性与安全性相结合

经济性与艺术性是户外广告矛盾统一的两个方面。前者是户外广告存在的基础,后者是户外广告得到社会认同的手段。规划必须尊重前者,并最大限度地发挥后者的作用。

考虑到户外广告的经济性,规划在对其进行限制要采取十分慎重的态度。对于城区中心部位已经存在的户外广告,规划的侧重点是调整、改造、利用,能保留的尽量保留。在新建地段,规划要为户外广告的设置留出足够的发展空间。

城市的美是一种整体的美,规划的作用是将各种要素进行组织协调。规划应对户外广告的设置地点与形式提出要求,使城区的户外广告完整统一又各具特色。

对于严重影响景观的广告，规划应从美学角度出发，进行规范与限制。

安全性是城市对户外广告的最基本要求，户外广告的设置不能存在对城市的交通、生活、生产、游憩等各个方面的任何不安全因素。

2.5.7 可操作性原则

(1) 对设置地点合理、制作工艺较先进、发布内容健康、灯光效果较理想的户外广告，规划保留设置。

(2) 对设置地点较合理、发布内容健康、但或制作工艺不够精良、或夜间光效果差、或日常欠缺跟踪保护、维修导致钢架裸露、灯光昏暗、画面肮脏破损，由此构成对市容有一定损害作用的户外广告，须按照本规划技术要求和质量标准以及“规划设置统计一览表”所规定的工艺、规格完成整改。

2.6 规划目标

2.6.1 总目标：

严格控制、规划引导开平市户外广告设施设置，营造有序的视觉空间环境，以此激发城市活力，演绎城市特色，展现城市魅力。



2.6.2 分目标

(一) 控制引导设施设置，营造有序的视觉空间环境

根据总体规划发展计划，结合城市近期建设的实际情况，通过一系列的户外广告设施专项整治行动和城市相关管理条例的实施，使开平市户外广告让位于城市空间，呈现出发展有序、形式多样、特性突出的户外广告发展形态。通过不同



功能区域的广告定位和导向，营造出不同的城市空间氛围，打造“城市名片”，以适宜的位置、密度、大小、色彩等营造舒适、和谐的城市生活空间，以此倡导本土文化、体现人文关怀、营造优美环境、提升开平城市品牌，展现出城市综合经济和文化实力。

（二）结合侨乡城市特色，创建独特户外广告风格

将现在与今后重点地段和地区的环境景观与户外广告设施进行系统规划，建设具有“岭南山水侨乡、世遗碉楼与村落文化、美丽生态乡村”的城市形象，演绎城市特色，创建独特的侨乡户外广告风格。在户外广告中应展示其多彩的传统文文化、侨乡文化以及保护现状具有特殊意义的户外广告设施也是本次广告规划的重要组成部分。

（三）营造活跃商业氛围，展现城市活力

根据当前国内外广告设置的特点和广告发展趋势，引进现代新形式、新媒介，强调开平街区商业属性，营造繁华、丰富的城市商业氛围，激发城市活力，尽可能满足城市居民、广告受众、广告用户、媒体与政府管理部门对户外广告的要求，也为展现开平城市活力提供更多可能性和多元途径。

（四）加强公益性户外广告建设

公益性户外广告是彰显城市文化、提升城市品牌、体现人文关怀的有效载体，开平市作为全国著名的“华侨之乡”、“中国国际特色旅游目的地”更应该引起重视。主城区现状公益性户外广告设施数量还不够多，在近期建设中应加强公益性户外广告设施的建设。

（五）建立完善户外广告管理机制

政府相关职能部门应逐步加强对户外广告设施的管理力度和经营权，形成一套设计—评估—审批—施工—验收—维护的管理体系；完善城市户外广告设施管理法律、法规，合理引导户外城市广告设施健康有序地发展。



第三章 户外广告规划编制方法

为了编制出合理有效、具有较强指导性的户外广告规划，在规划编制前应对开平市中心城区户外广告规划的编制方法进行研究、确认。

3.1 现状调研与分析的方法

对于开平市中心城区户外广告的现状，首先要研究其所处的城市和区域，再进一步分析户外广告所处的环境，然后才是对户外广告本身的研究，只有这样层层递进，才能全面了解户外广告现状，为户外广告规划的科学化、合理化编制做好必要的准备。

3.1.1 系统分析法

对户外广告的研究，首先应该放在城市这个大系统中进行。城市系统中影响户外广告的因素主要有三个方面：一是城市的性质，城市以什么产业为主导，区位条件如何，在整个区域或全国范围的地位是怎样的，直接决定了户外广告的整体水平和特色；二是城市规模，不同的城市规模导致城市构架、城市人口、土地以及经济发展水平等方面的差异，必然带来户外广告在布局、数量和规模上的差异；三是空间结构与形态，不同的城市形态决定了不同的城市的结构，尤其是道路结构，而城市的道路结构又是户外广告的基本载体和依托，城市的空间形态决定了户外广告布局的基本形态。

3.1.2 定位法

定位法就是对户外广告设置的区域进行合理的功能和特色定位。首先依据城市总体规划确定该区域在城市中的地位、土地利用性质以及道路结构等；其次通过现状踏勘、实地观察以及公众参与相结合的方法，进一步了解户外广告所处区域的经济、人文、历史、景观、等各方面因素，因为户外广告的设置与所处区域的功能和特色有密切的关系。城市的功能布局往往不是孤立的，而是相互融合在一起的，如商业区与居住区，商业区与办公区、居住区与办公区等，在户外广告规划的实际操作中要充分考虑各功能分区的需求与干扰，进行合理的规划与布局。

表 2-1 区域功能布局与户外广告设置关系表

区域功能	户外广告的设置
商业休闲区	户外广告以商业广告为主,广告科技含量高、内容丰富、规格形式多样、色彩鲜艳、档次高、设计精美营造热闹的商业气氛
居住区	户外广告以大众所关注的生活资料为主、广告牌的尺度适中,形式和色彩富有变化,具有人情味
金融商务区	户外广告以现代风格为主、商业广告与公益广告兼而有之,广告色彩柔和,形式简洁、美观、大方
历史文化保护区	严格控制户外广告的设置,对户外广告的类型、位置、色彩、内容、风格都有严格的规定
风景名胜區	严格控制户外广告的类型、位置与数量,对户外广告的艺术性有较高的要求

3.1.3 环境因子法

第一,道路交通。道路是户外广告存在的主要城市空间,它们的结构决定了户外广告的布局结构。城市道路与交通现状的调查主要包括道路等级、横断面、车流量、人流量以及交通状况等。首先可以通过该城市的总体规划或地区的控制性详细规划查询该道路是城市主干道或次干道,是否布置了城市广场以及该广场的性质、规模、等级等,同时还可以获得道路的横断面形式、路幅宽度等资料。

第二,建筑评价。建筑是户外广告依附的直接载体,对建筑现状分析与评价,有利于户外广告的合理设置,一般采用采用建筑分类评价和建筑分级评价两种方式。建筑分类评价指按建筑物的使用功能进行分类,具体分为商住综合类、商务金融办公类、居住类、文化娱乐休闲类和其他公建类(医疗、公厕等);建筑分级评价为将建筑物按建设质量、新旧情况、立面情况等因素分为四类:一类建筑指建筑质量好,立面丰富完善;二类建筑指建筑质量尚可,立面不够完善;三类建筑指二层或二层以下待拆迁改建建筑;四类指尚在建筑施工,未投入使用的建筑。

第三,公共设施。主要调查户外广告设置区域内有无公共设施,该公共设施的性质(电影院、展览馆、医院、银行等)、规模、交通组织、建筑体量等。

第四,绿化与城市广场。绿化与广场是人们主要休憩和交流的场所,对区域内绿化与广场的调查,有助于在户外广告的规划和设置时,考虑到这些场所的存在以便于做出特殊的处理,来满足受众的需求。

第五,区域内的主要单位。调查区域内主要单位的现状分布,便于了解户外

广告的需求量和投放量，为今后户外广告的发展预留空间。

3.1.4 锁定对象法

户外广告的现状调查最终要锁定到对户外广告本身的调查上，只有对规划范围内户外广告的现状和存在的问题有了全面的了解才能做出好的规划。户外广告的现状调查主要包括广告的详细位置、广告内容、广告面积、广告的做法、有无亮化及亮化方式等方面。现状的户外广告一般数量较多，位置不同，因此为了便于规划和管理可以采用编号法对户外广告进行统一的编号。

3.2 户外广告规划编制方法

3.2.1 区划法

区划法就是根据管理控制的要求不同将城市划分为：重点展示区、一般展示区、一般控制区和严格控制区和禁止设置区五类。

重点展示区指为了表现城市特色、促进经济繁荣而特别展示的地区，如繁华商业区，休闲娱乐街区等。这些区域的户外广告规划应相对放宽广告设置的要求，鼓励创新；广告的设计可采用科技含量高的新技术，展示的形式要有较强的艺术性，增加对艺术设计形式进行审查的内容，明确提出公益广告所占的比例，确定色彩、材料、照明、造型等指标要求。

一般展示区指城市的居住区商业服务中心、城市干路沿线区域等，该区域可以设置一定数量的户外广告，但是要进行一定的限制，在该类区域要强调广告的韵律感和协调感，不能设置光源闪烁、有声广告，避免对居民生活、交通安全等造成干扰。

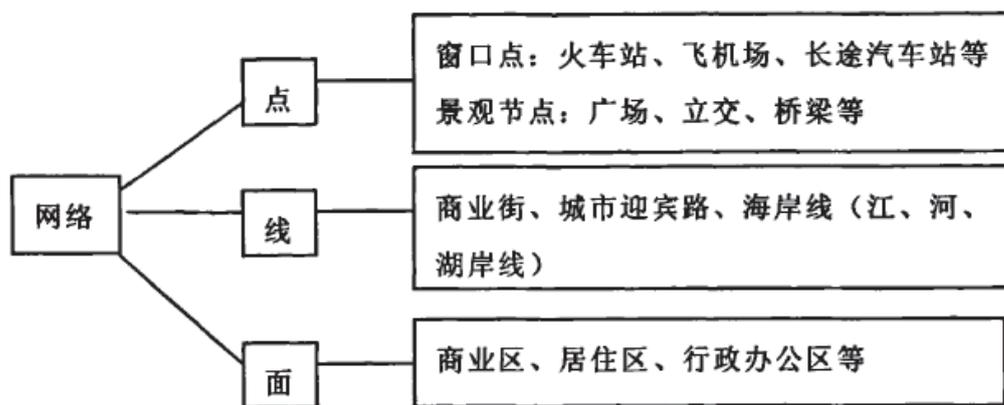
一般控制区指一般居民住宅区、商务办公综合区、工业区等可从普遍性和广泛性出发，进行统一的规定，户外广告的设计应尽量体现区域的功能特色和文化特色，淡化商业气氛。

严格控制区指历史文化保护区、公园绿地广场和城市重要的景观节点，这些区域代表了城市的形象、文化和公共空间，户外广告的设置要非常的慎重。原则上禁止设置商业广告，在局部地段按规划设置少量公益广告。

严禁设置区指影响城市安全的用地区域和城市发展备用地，如行洪水域、基本农田等设施，该区域禁止设置任何广告设施。

3.2.2 网络规划法

所谓网就是指纵横交错的组织或系统,络为一个动词指用物理链将各个孤立的物体或层面连接起来,组成网,从而达到资源共享和通信的目的。因此网络规划法就是通过建立“点一线一面”三个层面上的户外广告,来形成户外广告的网络规划系统。首先根据城市不同的功能定位、文化特色、行政分区或地理界限将城市分为几个户外广告规划片区;然后确定户外广告的规划带,如城市主要道路、商业步行街、景观轴线等;最后确定户外广告的规划点,如城市的形象窗口地段和重要的景观节点等,从“点一线一面”三个层次分别提出相应的户外广告设计



要求和指标体系,形成城市户外广告的规划网。

图 2-1: 网络规划法示意图

3.3 户外广告总体规划编制方法选择

本次户外广告规划以区划法为主,根据管理控制的要求将开平市中心城区划分为:重点展示区、一般展示区、一般控制区、严格控制区和严禁设置区五类,其中增加严禁设置区这一区域,进一步明确不可设置广告的区域,方便部门管理。同时结合网络规划法,对开平市中心城区户外广告的重要规划带、户外广告规划的重节要点,提出规划要求和设置原则,形成开平市中心城区户外广告的规划体系。

第四章 开平市中心城区研判与案例分析

本次开平市中心城区户外广告规划是在《开平市城市总体规划(2011-2020)》指导下的一个专项规划,结合新形势、新政策、新技术规范的要求,是总体规划的一种延伸。总体规划中的城市性质与规模、土地利用规划、城市形象规划、道路交通规划、生态环境规划等都是本次户外广告规划编制的依据。

4.1 上层次规划解读

4.1.1 城市定位与特色

根据《开平市城市总体规划(2011-2020)》,开平城市性质定为:**国家级先进制造业基地,珠江三角洲地区性副中心,以侨乡文化和山水园林为特色的宜居宜游生态城市。**

开平市中心城区的基本职能,对内是开平市的政治、经济、文化、交通、信息和社会公共服务中心,对外是国家级先进制造业基地、区域性商贸交易与物流中心、旅游服务接待中心。

4.1.2 用地方向选择

以“新区先行、突出重点;新城区建设带动老城区改造”的新思路,采用“北拓、东进、西联、南优、中调”的空间发展方略。

“北拓、东进”就是确立梁金山北麓的翠山湖、开平大道两侧、东部的沙冈为用地的重点方向;“西联”就是加大西部开元工业区联通度,并为江恩城际轻轨及支线、新(兴)台(山)铁路的通道走廊和站场及其周边发展预留用地;“南优”就是合理调整包括荻海/迳头的江南片用地结构,科学改造老城区,增加公建设施和公共绿地,规划燕山轨道交通枢纽(深茂铁路开平站、江恩城际轨道支线燕山站、新兴广海铁路开平站“三站合一”);“中调”就是强调外环路以内“退二进三”,积极实施“三旧改造”,逐步搬迁工业,发展第三产业。

4.1.3 空间结构与用地

中心城区建设用地通过“三横”(城北大道、G325国道、曙光路/华强路)、“四纵”(西安路、沙冈大道、东兴大道/中山大道/富强路、开平大道/三江大道)、“三环”(小内环、大内环、开平市快速干线)为骨架的道路系统(斜体字为未批准的非标准地名,下同),建成中心综合组团、翠山湖产业转移园组团、沙冈组团、开元组团、筋冲组团,形成依山(梁金山)傍水(潭江/苍江/新昌水)的

“带状组团式”空间结构。

中心综合组团东起沙冈大道，西至开平大道、和安路/东盛路，北起城北大道，南至南环路。分三个功能区片：一是以半岛酒店为代表的新城区，含部分江北片和江中片，规划以行政办公、商业金融、文化娱乐、居住休闲为主，大力发展第三产业，是城市近期建设的重点区域，形成行政中心区、商业中心区、体育文化中心区。二是江南片，其中新昌埠/荻海埠拥有骑楼街传统建筑，规划以旅游服务、商业、居住为主；迳头南部发展教育文化为主；燕山规划陆路交通枢纽，预留铁路、轻轨、公交站场，为战略性资源地区。三是沙冈沿江区片，规划沿潭江布置居住、休闲用地和高端商业办公和旅游接待服务设施；金山预留为新城中心，是战略性资源地区。

翠山湖产业转移园组团定位“工业新城，城市新区”。以电子电器、水暖卫浴、高端装备、新型材料等无污染和轻污染工业为主，特别重视引进大项目和形成产业链，积极谋划承接轨道交通装备产业和汽车零部件产业辐射，推动相关配套产业发展；配套行政、商业、文化和居住；依托沈海高速公路吸引和集聚月山和沙塘新落户工业，形成产业走廊。积极谋划争当省的幸福导向型产业发展示范区。

沙冈组团位于沙冈东北部。规划依托龙塘湾港口作业区布置仓储、专业市场、公交站场等用地，形成物流中心，为战略性资源地区；依托 G325 国道和城北大道布置工业用地，配套商住用地。

开元组团位于江北片西部。规划发展高科技工业为主，配套生活居住。

簕冲组团位于江南片东部。适当扩大工业用地，但工厂逐步退出沿江地带。

4.1.4 交通道路系统

(1) 城市道路规划。完善道路网络，明确道路功能，建立等次分明、相互协调、“格网加内外环”的道路系统。近期重点建设开平市快速干线、潭江大道和北环东延线。规划主干道红线宽度 40-66 米，次干道 30-40 米，支路 18-24 米。主干道与交通量较大过境道路的交叉口预留立交用地。主干道、部分次干道的交叉口实现渠化和信号管制。加强中心城区与水口镇、翠山湖新区及赤坎镇之间的交通组织。

(2) 步行道慢行系统。潭江和苍江两岸结合滨河绿化带建设步行道系统，

集通行、景观、休憩功能为一体，纳入珠三角绿道系统和城市绿道系统建设。道路设计应参考防洪标准。

(3) 对外交通。陆路规划的重点：一是规划过境通道，减少过境车辆对城市交通和环境的影响，主要项目有开平市快速干线和 S274 稔广线改线；二是为区域性交通（高速公路、铁路、城际轻轨）和站场预留用地；三是加强城市道路与对外交通出入口的协调衔接，形成整体。水路规划的重点：暂时保留海关码头，待簕冲水运码头建成后可搬迁。规划预留龙塘湾作业区和联竹作业区用地；维护潭江水道作业区至下游的通航等级为三级以上。

4.1.5 特色景观风貌

中心城区宏观景观是梁金山、城市、潭江、田野相互交融，因势利导构建“青山、名城、碧江、良田”的城市总体空间形象。切实保护城市与山水园林融合的生态景观，保护开平碉楼等文化遗产和文物保护单位极其周围环境，突出“滨江/侨乡”城市特色。

在现 12 个公园、3 个城市广场基础上，继续新增公园，努力争创“公园城市”。其中人民公园、开元塔公园、金山公园（扩建）、保国寺公园（新建）、滨江湿地公园（新建）为市级公园。继续大力建设滨江绿带和街头绿地。打造梁金山生态屏障区，与潭江/苍江/新昌水构成环城绿带。

4.2 现状户外广告设置情况

4.2.1 户外广告的定义与分类

(一) 定义

户外广告一词英文为 outdoor advertising，英文简称为 OD 广告，主要是通过有关媒介，在露天或公共场所运用装饰手段直接或间接地向消费者介绍商品，提供服务及美化城市景观而在户外规划设计的广告形式(引自《城市户外广告规划与设计》，岑明著)。

根据《广东省户外广告管理规定》(粤府(2013)第 187 号)(以下简称《省规定》)，户外广告是指利用户外场所、空间、设施等发布的广告。户外广告设施，是指利用建筑物、构筑物、场地等设置的，向户外空间发布广告的霓虹灯、展示牌、电子显示装置、灯箱、实物造型等设施。而本次规划的户外广告，按照《省规定》第四条，“举办文化、旅游、体育、会展、庆典、公益、促销等活动临时

设置的户外广告设施，以及利用交通工具、移动设施设置的户外广告设施，不纳入户外广告设置专项规划。”

（二）分类

规划旨在重点控制与城市空间景观以及城市市容市貌直接相关的户外广告的设置。

1、从管理操作方便的角度、传播的内容性质进行分类可分为：公益广告、商业广告两大部分。

2、从户外广告与城市环境及建筑物的关系，规划则涉及三大类户外广告设施：落地式户外广告设施、附着式户外广告设施及临时广告，附着式户外广告设施又包括依附于建筑物的户外广告、依附于市政公用设施的户外广告类型，即：

1) 独立落地式户外广告：大型立柱式广告、实物造型广告、碑式广告等。

2) 依附于建筑物的户外广告：屋顶广告、墙面广告（含店招）等。

3) 依附市政公用设施设置的户外广告：包括依附于天桥、立交桥桥墩、护栏、道路灯柱等市政设施的广告。

4) 临时广告：对施工工地等进行遮挡的户外广告；或为公益宣传需要临时设置的公益广告。

3、从制作的媒介体的形式分类

可分为灯箱广告、霓虹灯广告、透空立体字广告、电子显示屏广告、光纤显示装置广告、光透射装置广告、电脑喷绘画布广告、彩色喷绘广告、实物造型广告、气体填充物广告等。

4、从设置时限分类

（1）长期广告：设置时限为六个月以上（包括六个月）的广告。

（2）临时广告：设置时限为六个月以下（不包括六个月）的广告。

5、从照明形式分类

1) 有照明

（1）广告照明

投光灯照明广告——用投光灯从广告画面正面照明的广告。

霓虹灯广告——用霓虹灯管组成广告画面的广告。

灯箱广告——光从广告画面组成的灯箱内部透射的广告。

显示屏广告——用发光器件组成大面积矩阵显示屏广告。

特种照明广告——指光纤照明广告、导光管照明广告和隐性广告等。

混合照明广告——综合运用多种照明方法的广告。

(2) 标志照明

景标——街道、广场或交通路口设立的造型景牌或装饰性景牌，分投光灯照明景标和内透光照明景标。

照明景标。

功能表——标准的公共信息、安全和交通标志，分分投光灯照明功能标和内透光照功能标。

2) 无照明

景标、功能标。

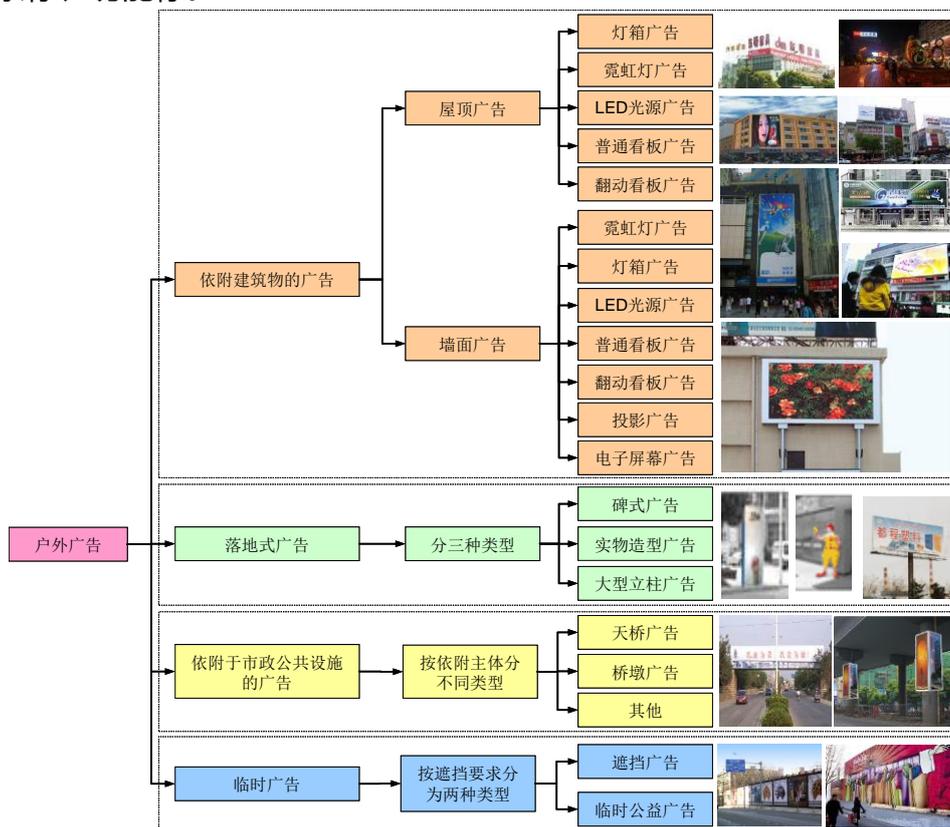


图 户外广告分类示意图

(注：本规划中采用图片皆为模拟合成图片，不指代具体现实环境，仅供参考。)

(三) 依附于建筑物的户外广告

1、屋顶广告

任何设置在建筑屋顶或女儿墙上,或由建筑屋顶延伸出的立柱或其它支撑结构支撑的高度超出建筑屋顶平面 30 厘米的广告,包括喷绘看板、滚动看板、霓虹灯、灯箱、LED 光源等多种类型。

2、墙面广告

指平行或垂直建筑外墙的广告,包括喷绘看板、滚动看板、霓虹灯、灯箱、LED 光源、投影、电子屏幕等多种类型。

- 平行于建筑物外墙广告——通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上,且与外墙平行的广告。
- 垂直于建筑物外墙广告——通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上,且与外墙垂直的广告。

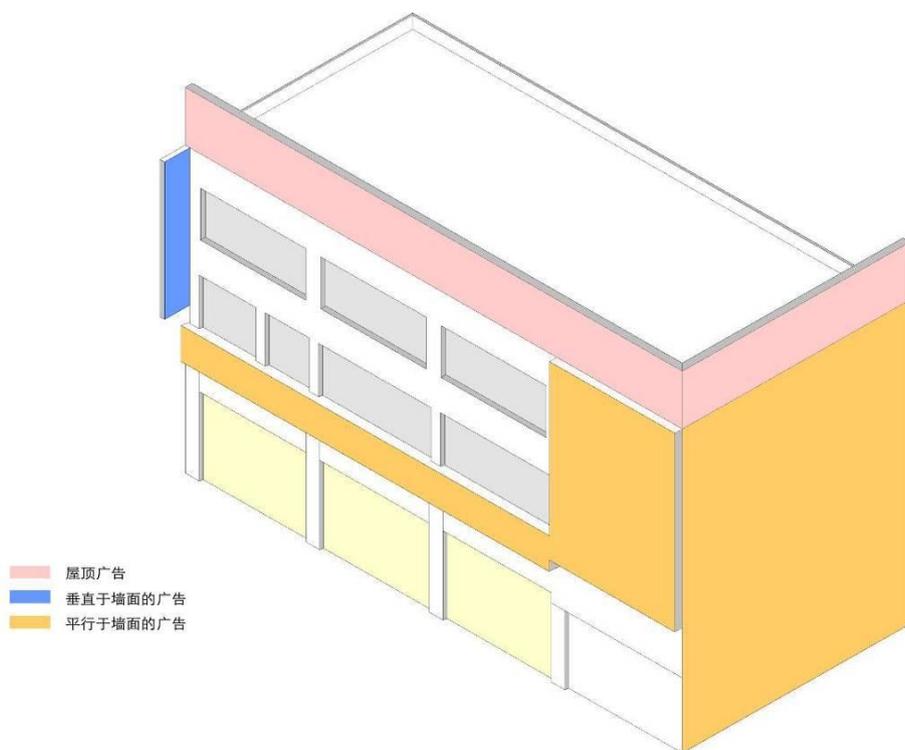


图 依附于建筑的户外广告位置示意图

3、依附广告的建筑分类

按照依附建筑物的使用用途,建筑物可以分为四类:

一类建筑:经营性商业建筑(如商场、超市、门面等)、综合建筑商业经营部分、车站、码头等;

二类建筑:商务办公建筑(如银行、保险、酒店、电信等)、企事业办公建

筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑；

三类建筑：医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施；

四类建筑：行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、居住建筑、地标性建筑、特殊建筑（包括军事、外事、保安、宗教、文物古迹、历史文化保护单位等建筑）。

（四）独立落地式户外广告

指具有独立支撑，以室外地面为载体的广告，主要包括三类：

1、大型立柱式广告

指利用地面为载体，通过独立支撑柱固定广告牌发布广告信息的大型户外空间广告，一般有两面或三面形式，也有圆柱形式；

2、实物造型广告

指利用固定支架，以地面为载体，以需要表达的广告内容塑造独特造型的户外广告；

3、碑式广告

指设置于道路或其他开敞区域的，进行宣传或推介的户外广告，一般一块立碑上可设置多块广告，多辅以灯箱或霓虹灯等照明设施。

（五）依附市政公用设施设置的户外广告

主要指依附于道路桥梁的户外广告，如依附于天桥、桥墩、道路灯柱等的户外广告。

（六）临时广告

主要指对施工场地进行遮挡或对破败环境进行遮挡的户外广告，一旦施工或清理完毕即行实施拆除。还有一类是为城市临时活动宣传需要设置的公益类广告，一般在活动结束后即行拆除。

4.2.2 户外广告分布总体概况

开平市中心城区现状户外广告主要分布在中心商业密集区、城市主要道路、城市主要出入口等区域，总体上呈面、线、点的形态分布，其中：

（一）面状分布广告概况

1) 分布范围：

开平市中心城区江北片 325 国道以南、江中片、江南片新昌路以北区域，特别是由“325 国道—百汇市场五街—人和东路—东兴大道—开平大桥—新昌路—东河桥—狄龙桥—祥荻路—祥龙桥—三江大道”所围合的区域。

2) 广告类型：

以分布在道路上的灯杆立杆喷画式和依附建筑物的广告居多，沿街商业建筑设有大量店面招牌以及屋顶广告，潭江西路沿江立有大型立杆喷画广告。总体上看，该区域广告质量良莠不齐。

其中：沿 325 国道、274 省道等城市干路的沿线依附于建筑设置的广告过于突兀，规格大小不一、局部较为杂乱；

道路上依附灯杆或两侧大型立杆广告设置较为有序，但大型排式广告尺度、色彩、质量、布局不协调统一。

(二) 线状分布广告概况

1) 分布范围：

线状分布广告主要指的是开平市中心城区主要道路沿线设置的户外广告，其中中心城区的路灯基本设置有小型画布广告牌。由于近年来台风天气的影响，路灯广告的质量不一，导致大部门路灯广告受损被拆。现状仅余开平大道、325 国道沿线有少量的路灯广告。店招广告主要沿商业老街布置，分别是幸福路、长镇路、曙光路、东郊路、沿江东路、沿江西路、潭江西路、潭江东路、新昌路、祥龙中路、东兴大道、幕涌东路、幕涌西路、幕沙路、西郊路、祥荻路、新城路、三江大道等。

2) 广告类型：

以依附于建筑的店招广告为主，其次为依附于路灯、公交车站等市政设施设置的广告。



3) 广告间距：

道路上独立设置的路灯广告间距一般为 20 米左右；依附于市政设施设置的广告间距一般为 35 米左右；规格分为 800X1200 以及 800X1600 两种，视乎灯杆高度而设置。路牌广告主要布置在交叉口需要标明路名和方向的地方。

(三) 点状分布广告概况

主要集中分布在城市出入口、门户地方，包括 325 国道开平水口桥、325 国道沿线、潭江西路、开平大道沿线、翠山湖产业转移园入口、开平市长沙汽车总站等，主要形式有大型立柱式、大型排式，以及设置于建筑屋顶的巨幅广告牌等，内容以商业广告为主，局部公益性广告。



公益广告示意图

4.2.3 店招设置现状

开平市中心城区沿城市道路基本上是“上宅下铺”的建筑形式，不同路段店招风格雷同，虽有局部地段店招较新颖，但总体上档次一般，店招形式、尺度、色彩、质地等，与依附建筑整体风格不相协调，对城市景观有较大影响。现场调研可知，开平市的店招基本存在以下现象：

1) 一店多牌，风格不一；



2) 重叠设置；



3) 体量大小不统一；



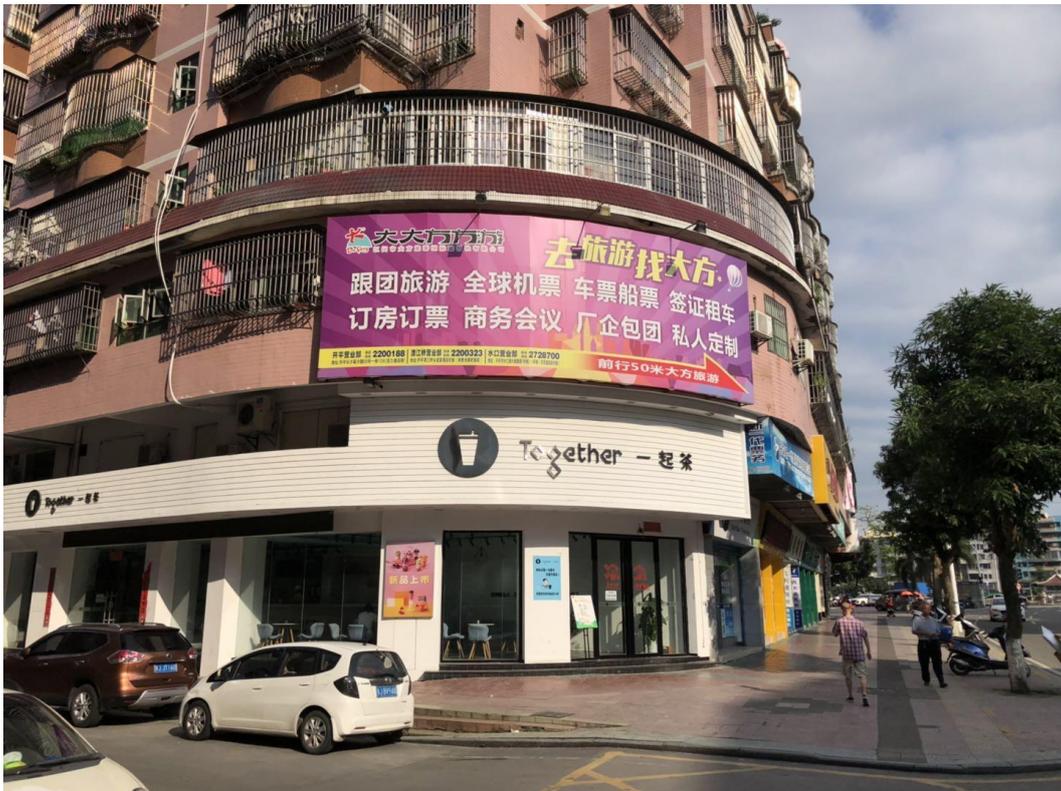
4) 主干道招牌灯具支架外露或未没有配置夜景光源；



5) 设置杂乱；



6) 招牌遮挡二楼或以上楼层窗户，影响采光、通风；



7) 破损毁坏现象；



8) 与建筑整体风格不符；



9) 招牌上标有促销内容、经营范围等与店名无关信息；



4.2.4 大型户外广告分布现状

大型户外广告，根据《广东省户外广告管理规定》(2013，粤府令第187号)，主要指：任一边边长4米(含4米)以上或面积10平方米(含10平方米)以上的广告牌，以及较大型悬挂外飘式广告灯箱——单面面积3平方米(含3平方米)以上广告灯箱。

开平市大型户外广告主要分布在325国道沿线、开平大道沿线、274省道沿线、翠山湖产业转移园入口(沈海高速开平市出入口)等城市出入口。主要形式有大型立柱式、大型排式，以及设置于建筑屋顶或依附于墙面的巨幅广告牌等。

大部分大型户外广告以布喷画为主，内容多为房地产、汽车、饮料等商业广告，公益广告较少。

4.2.5 户外广告亮化现状

总体上看，开平市商业区域的夜景灯光较有特点，尤其是沿苍江两岸幕沙桥—苍江桥段、镇海水半岛—潭江大桥段夜景照明多姿多彩，反映开平市城市经济活跃，人民生活水平较高。

针对户外广告，开平市实施亮化的广告总体看来一般，档次较低，尤其是旧区，泛光灯较多，造型较少；商业街区亮化相对较好，有较多道路两侧的店招、



几个重要道路交叉口的排式广告有实施亮化,其中曙光西路、开平市汽车总站(长沙)周边地段的户外广告质量尚佳、档次较高,霓虹灯较多,造型新颖。

实施亮化的地段主要有:曙光西路、曙光东路(东兴大道-新港路)段、幕沙路、长镇路、人民西路、幕涌西路、幕涌东路、幕桥东路、光明西路等。

4.2.6 户外广告现状管理概况

(一) 国家、省、市有关户外广告的管理法规

国务院在 1987 年发布的《广告管理条例》(国务院国发[1987]94号),国家工商局发布的《广告管理条例施行细则》(国家工商局工商广字[1998]第13号)、《户外广告登记管理规定》(国家工商局令第42号)和广东省的《广东省公路及两侧广告标牌设施管理办法》、《广东省户外广告管理规定》等,都对户外广告的实施及管理作出了明确的规范和要求。其中《广东省户外广告管理规定》对户外广告的定义、审批与监督管理部门、设置管理要求等均做出具体规定。为了加强江门市户外广告设施和招牌设置管理,创造整洁、优美、安全的市容环境,2018年10月15日,江门市人民政府颁布了《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》。

(二) 管理部门

开平市中心城区现状户外广告管理审批部门有五个,包括开平市城市管理和综合执法局、开平市自然资源局、江门市开平公路局、广东沈海高速公路有限公司、开平市交通集团下属公司新路达路桥公司等五个部门。其中江门市开平公路局负责 325 国道范围内的户外广告审批及管理,沈海高速公路有限公司负责沈海高速公路范围内的户外广告审批,新路达路桥公司负责管理开平大道沿线灯杆广告设置;此外,中心城区的广告由开平市城乡规划局以及开平市城市管理和综合执法局负责管理审批。

(三) 登记在册的独立或大型广告

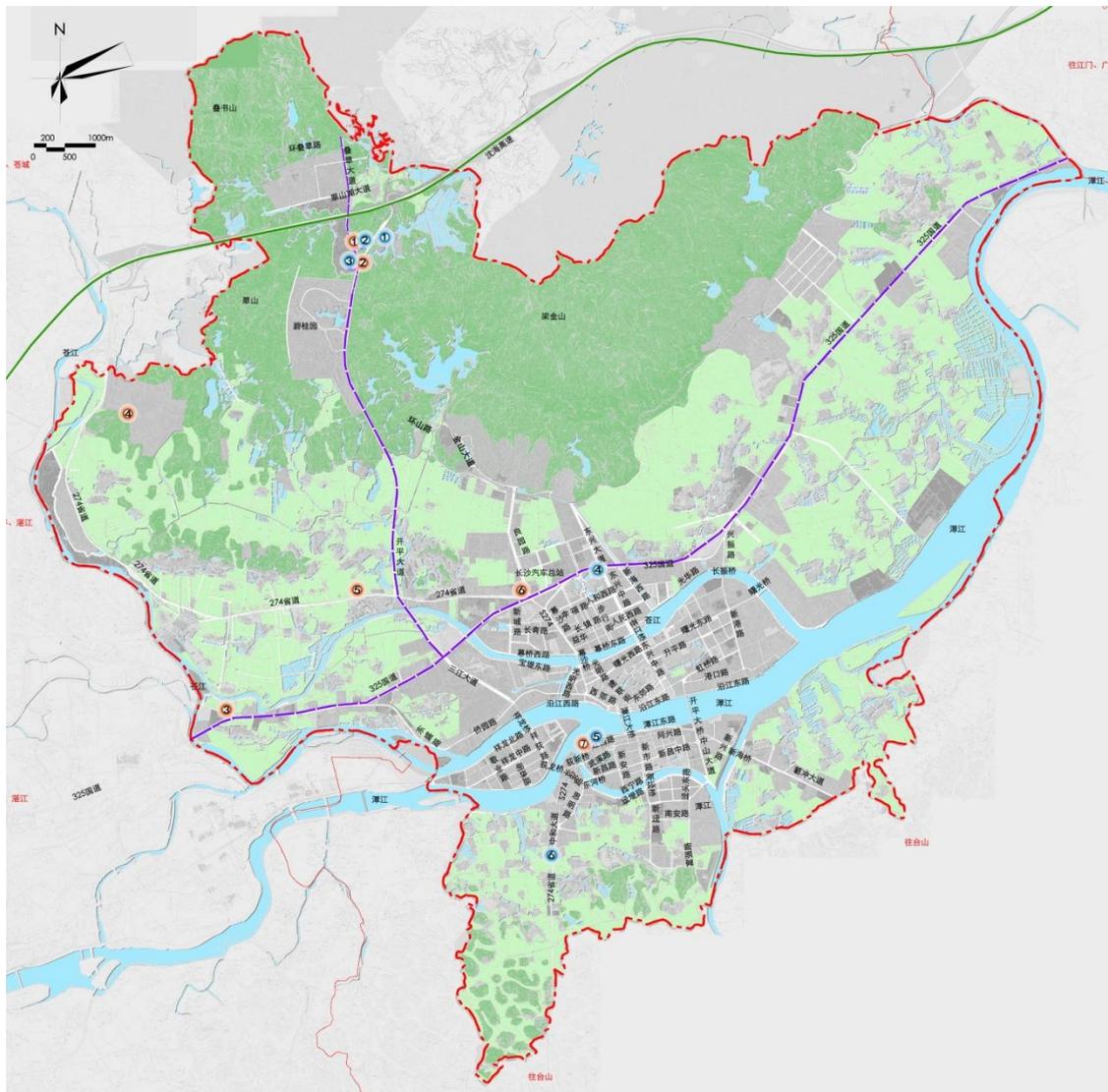
从各管理部门调查回复以及项目组现场勘测后可知,广告牌分布在下列表所示位置:

(1)路灯广告:现状路灯广告主要沿 325 国道和开平大道布置,广告类型以商业广告和公益广告为主。从现状调研得知,老城区内部道路路灯广告基本清拆完成,新建道路不再设置路灯广告,主要是台风灾害对路灯广告损毁严重,且容



易对行人、车辆造成安全隐患事故。因此建议在本轮广告修编内容中将不再设置路灯广告，全面取消路灯广告相关内容，不再审批路灯广告的申请设置。

(2)大型排式户外广告：大型排式户外广告沿老城区外围分散布置，主要布置在城市干路、交通门户节点、街头绿地及产业园区，合计共 14 处，其中商业广告 7 处，公益广告 7 处。大型户外广告部分建造质量一般，存在安全隐患事故。规划建议将对开平市快速干线内的大型排式广告进行整治，保留位置较佳、质量较好的大型排式广告，拆除部分影响城市环境及存在安全隐患的大型排式广告或改建为大型立杆户外广告。



路灯广告及大型排式广告现状分布图

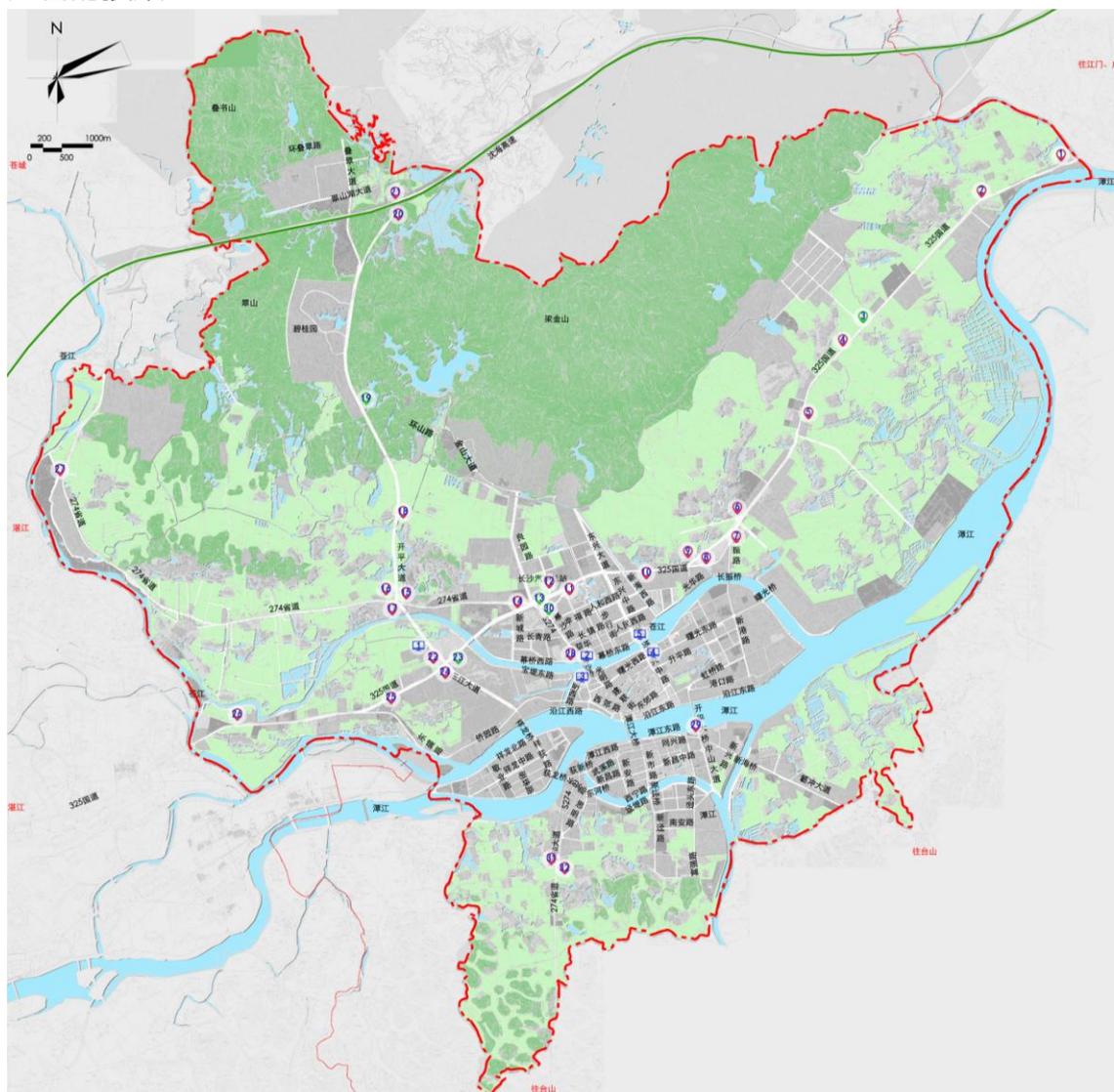
路灯广告及大型排式广告现状分布一览表

编号	设置地点	结构	版面尺寸(高*宽)单位:米	备注
大型排式广告(商业广告)				
1	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
2	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
3	325国道与苍江交汇处	铁架	6*8	
4	开元工业区内	铁架	——	
5	开平大道与274省道交叉口西700米	铁架	——	
6	良园路与274省道交叉口	铁架	40*12	
7	潭江西路	铁架	24*8	
大型排式广告(公益广告)				
1	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
2	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
3	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
4	东兴中路与325国道交叉口	铁架	30*10/40*8	
5	潭江西路	铁架	30*8	
6	中和大道与思明路交叉口	铁架	6*8	两块
路灯广告				
1	325国道	立杆灯柱	——	
2	开平大道	立杆灯柱	——	

(3)立柱式广告：立杆式广告呈现沿城市干路线性分布(325国道、274省道、开平大道等)和城市重要道路交叉口(长沙汽车站、325国道与三江大道、274省道与开平大道)集中分布的特点。广告内容以商业广告为主,公益广告为辅。广告建造质量较好,均以双面画幅为主,尺寸较为统一。现状共有32块立柱式广告牌,其中商业广告牌27块,公益广告牌5块。规划建议结合广告分区控制区整治立柱式广告牌,重点围绕开平市快速干线区域,有计划逐步拆除不符合分区控制区及《开平市公路两侧建筑控制区管理规定》的立柱式广告,外围结合城区发展路网,适当增加少量立柱式广告。

(4)电子屏广告：电子屏广告是大型户外广告的未来发展趋势,开平市中心城区现有电子屏广告牌共5块,分别位于幕沙桥两侧、东汇城、城市广场及城南广场。广告投放以商业广告为主,公益广告为辅。规划建议增加公益广告的投放时间及画幅比例达50%以上,特别是城南广场及城市广场路口的电子屏广告牌。规划将沿城市重点展示区及大型市区公园绿地,增加电子屏广告牌提高城市公益

广告的投放。



立柱式广告及电子屏广告现状分布图

立柱式广告及电子屏广告现状分布一览表

序号	位置	版面	面积 (米*米)	类型
立杆式广告				
1	中国 (水口) 卫浴交易中心	双面	18*6	商业
2	水口交警中队北 300 米	双面	18*6	商业
3	325 国道与工业大道交叉口东北角	双面	18*6	公益
4	325 国道与风采村委交叉口前 170 米	双面	20*6	商业
5	沙冈张立群医院对面	双面	18*6	商业
6	新美大道与 325 国道交叉口北	双面	18*6	商业
7	兴振路与 325 国道交叉口东	双面	18*6	商业
8	红进路与 325 国道交叉口东 300 米	双面	18*6	商业
9	红进路与 325 国道交叉口北 180 米	双面	18*6	商业
10	百汇广场	双面	18*6	商业

序号	位置	版面	面积 (米*米)	类型
立杆式广告				
11	义祠路与 325 国道交叉口西 200 米	双面	25*8	商业
12	长沙汽车站前	双面	18*6	商业
13	325 国道与幕沙路交叉口东南角	双面	22*8	公益
14	325 国道与幕沙路交叉口西北角	双面	18*7	商业
15	274 省道与开平大道交叉口东北角	双面	22*7	商业
16	274 省道与开平大道交叉口西北角	双面	25*8	商业
17	274 省道与开平大道交叉口西南角	双面	18*6	商业
18	开平大道东	双面	18*6	商业
19	开平大道东	双面	18*6	公益
20	沈海高速出入口南	双面	18*6	商业
21	沈海高速出入口北	双面	18*6	商业
22	325 国道与三江大道交叉口西北角	三面	18*6	商业
23	325 国道与三江大道交叉口东南角	双面	17*7	公益
24	325 国道与三江大道交叉口西南角	双面	22*8	商业
25	325 国道与东盛路东南侧	三面	20*7	商业
26	274 省道西	双面	14*6	商业
27	274 省道平冈加油站北	单面	16*6	商业
28	幕沙桥头北侧	单面	12*7	商业
29	开平大桥南侧	双面	22*7	商业
30	幕沙路与 274 省道交叉口	三面	18*8+8*5	公益
31	中华大道与开平快速干线交叉口	双面	22*7	商业
32	中华大道与开平快速干线交叉口	双面	22*7	商业
电子屏广告				
1	东汇城	单面	16*9	商业
2	幕沙桥东北	单面	10*18	商业
3	幕沙桥西南	单面	10*6	商业
4	城南广场	单面	6*16	商业
5	城市广场路口	单面	9.5*6.5	商业

4.3 现阶段成就与挑战

4.3.1 开展专项整治行动

开平市区部分建筑物悬挂着不少户外大型广告牌,部分广告牌长期处于无人管理的状态,存在较大的安全隐患。为加强城市管理,规范户外广告设置秩序,根据开平市城市管理工作的要求,对开平市市区范围内的户外广告进行清理整顿,对违规户外广告设施限期拆除。2019 年 5 月份以来,开平市多部门合作,市拆违行动组对一批未经审批、管理缺位的大型广告牌予以拆除,配合开平市创文工作,也响应了江门市关于户外广告专项整治的工作方案。针对市区违规搭建户外

广告牌的乱象，自 5 月以来，市拆违行动组连续出动力，对三埠片区一批违规搭建的户外广告牌进行清拆。经常态化整治，目前该片区曙光路、新昌中路等路段的市容市貌已有较大改善。

市城监部门的统计数据显示，2019 年第一季度，市区共拆除大型户外广告牌、高空广告牌等 117 个。市城监部门表示，下一步将重点针对存在安全隐患，影响市容景观、群众投诉热点的户外广告进行集中拆除。



4.3.2 户外广告现状存在问题分析

随着开平市城市建设的加快，城市品质、文明城市、旅游城市的品牌建设，开平市的户外广告规划得到了大力的整治及长效的管控，中心城区户外广告正在有序有计划的进行逐步整治。但对于大型广告的整治还缺乏力度，特别是 325 国道、274 省道等重要城市干路。以及对大型排式广告、楼顶广告、大型依附式广告缺乏缺乏引导和控制，局部存在混乱，破坏了建筑立面形象、街道空间景观及城市特色，并影响了交通安全和公用设施的正常使用，对市容市貌带来了一定的影响。综上所述，中心城区现状户外广告主要存在以下问题：

（一）户外广告与城市景观问题

存在部分广告牌在选址、尺度、色彩、质量、形式上参差不齐，与城市街道、城市建筑、城市色彩的协调性不好，缺乏整体美感。部分建筑完全被广告画面吞噬，建筑内部采光、通风等使用功能丧失，影响建筑立面特色，建筑设计美感被损伤，建筑艺术亵渎，破坏现代城市视觉环境，导致建筑成为广告的载体；部分建筑物及构筑物顶部广告面积巨大、布局混乱，破坏了城市天际线和城市空间俯瞰意象。

（二）户外广告与经济利益问题

城市户外广告区域分布特征不太明显，从经济利益出发，商业广告设置随处可见，杂乱无序。

（三）户外广告布局之间以及自身的问题

部分户外广告布局混乱，距离过近，相互遮挡，起不到商业效益。另外开平市的户外广告材质质量一般，台风过后大中型广告的画布损坏比例较高，缺乏必要的翻新和跟踪保护措施，存在安全隐患，影响市容市貌。

（四）公益广告偏少，广告景观亮化需加强规范

在新形势下，结合文明城市建设、党风廉政教育的要求，公益广告投放比例将逐步加大。根据现场调研所知，开平市目前的公益性广告所占比例还是较低，宣传开平侨乡文化、碉楼文化、开平市特色等公益广告较少。在建设以侨乡文化和山水园林为特色的宜居宜游生态城市目标下各行政单位需要进行公益性宣传的要求比较强烈，但由于缺乏系统规划，所以还没有设置或播放。

（五）管理部门职权不明晰，无具体法规依据，需统筹规划及规定

审批管理部门较多，职责范围重叠，容易导致管理混乱。另外违法设置的户外广告较多，但无具体法规规定指导管理部门去规范市场，容易造成管理部门行政不作为。

4.4 国内外城市经验借鉴

4.4.1 国内案例

（一）北京市

北京是首都城市，对户外广告设置的管理采用审批制，即按法规通过审批、许可来控制户外广告设置。

（1）法规规范 北京市制定了《北京市户外广告设置管理办法》、《北京市户外广告设置规范》、《北京市牌匾标识设置管理规范（试行）》等法规规范。

（2）规划设计 由于缺少一个统一的规划，虽然北京市的管理部门对每个户外广告都进行了认真的审批，但缺乏整体性，存在一定的片面性。现在，北京市政府根据城市风貌、格局、区域功能等编制了《北京市户外广告设置专业规划》。

（二）上海市

上海是我国对外开放程度较高的城市，其户外广告法规比其他城市更严



密、更完善。

(1) 法规规范

上海市制定了《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》，包括户外广告设置管理的重要地区和重要道路范围、户外广告设施设置技术规范等内容。

(2) 规划设计

上海市编制了《上海市内环线以内地区的广告阵地规划》，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，对广告的类型进行了分析、分类、定向，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，上海市还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。该规划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。

(三) 广州市

广州市是广东省省会城市，人流、物流高度集中，户外广告量大、面广，一直以来对户外广告设置的管理制度也是审批制。

(1) 法规规范

广州市颁布了《广州市户外广告管理办法》、《广州市招牌广告设置管理规定》、《广州市户外广告设置技术标准》、《广州市户外招牌设置技术标准》等。有别于其他城市的是，广州市将户外广告和招牌广告的设置管理分开，分别制定管理规定和技术标准，这有助于细化管理。

(2) 规划设计

广州市改变以往的做法，对一些重点地区的户外广告设置进行详细规划和设计。规划部门组织了广州市 8 家户外媒体公司，对广州市 8 条主要路段的招牌广告和户外广告设施进行规划整改，形成的方案成为广州市广告报批的参考数据，如《广州市珠江岸线户外广告设置规划》等。尽管规划受当时特定环境的制约，进行规划的路段只是广州市总路段的一小部分，但毕竟还是迈出了第一步。

(四) 深圳市

(1) 法规规范





深圳市制定了《深圳经济特区户外广告设置指引》、《深圳市招牌广告设置指引(试行)》等。

(2) 规划设计

深圳市主要采用实例范本,对各广告的分类和位置做出规定,并对具有特殊意义的地区的户外广告设置进行规划设计验证,提出改造原设计的措施。其规划设计达到了局部城市设计深度,特点是详细、具体,并能与城市设计相结合。

小结:

以上城市户外广告设置的基本情况反映出目前户外广告规划编制仍处于探索状态:法规渐趋完善,规划编制相对滞后;同时也反映出户外广告设施设置规划有别于其他规划,具有特定的社会性、综合性、广泛性。

4.4.2 国外案例

欧美等一些发达国家根据不同城市的历史文化发展进程,结合各自城市所处不同地理位置以及自然生态环境的可持续发展特点,研究适合本国城市及与之相应的符合环境规划美学的视觉传达规律,制定有利于市民简约执行城市标准化设施应用方法的指示系统,在相关法律的维护中得以有效实施,为许多城市建设管理创造了良性循环的高效率运作程序,对户外广告设置的具体规定及管理措施也比我们具体详细,在艺术性、创造性及城市环境的融合方面也比我们要成熟,有很多经验值得我们借鉴。户外广告的发布品牌已由原来 FMCE(快速消费品)类产品扩展到众多行业。过去户外媒体被认为是只用于宣传类似啤酒、化妆品、婴儿用品等,但现在情况已完全改变。户外休闲活动的增多,高新科技的发展及其在户外媒体的广泛运用,户外广告创意不断提升,使得广告更加注重户外广告的快速传播效果,逐渐将目光转向户外。根据全球最大的户外媒体公司 Clear Channel 的统计,在国外户外媒体发布比重最多的行业是食品饮料、媒体娱乐、零售业、电信、汽车、商业服务等十个行业。

(一) 美国:法律管得严,自律标准高

美国的户外广告虽然看起来多而杂,但五花八门的广告被安排得有条不紊,其设计与规划也与城市景观相得益彰,这同政府的严格管理不无关系。美国联邦政府立法规定了户外广告设施设置的地点、尺寸和内容。对于地点,联邦政府确立了两大原则:第一,广告不能对行人和司机造成干扰;第二,要保护和改进城市的面貌。因此,在建筑物楼顶上,隧道、桥梁、码头周围 1000 英尺内,指定的旅游景点线路上,历史建筑物附近等地方是不可以设置户外广告的。对于户



外广告的内容只有一个限制：烟草不许做广告。美国的户外广告发布商除了要遵守广告发布的通行规则之外，还要遵守本行业的一些特殊法律法规。此外，户外广告商还有行业自律组织——成立于 1891 年的户外广告协会，美国户外广告业 90% 的收入来自于该协会的会员公司。

（二）法国：不让户外广告“喧宾夺主”

法国城市设置的户外广告，多为 3×4 米的灯箱，灯箱画面多为整幅翻转式，翻转的广告画面不超过三幅，

每幅翻转时间间隔在 15 秒左右。法国户外广告设置的地点、间隔密度、大小比例，都充分考虑到城市的周围环境和人行密度。以巴黎为例，该市能看到较多户外广告的地方，就是购物中心、商业街、地铁或机场商业区内，而且这些广告设施的密度也都有控制，不会对城市景观造成“喧宾夺主”，在一些重要建筑物上，是很难见到户外广告的。法国的户外广告创意考究、制作精细，市区街头巷尾的电话亭、书报亭广告，具有典型的欧洲风格，可称一景。

（三）日本：户外广告设置要符合景观特色

日本的户外广告由广告协会实行自律管理。日本并没有专业性很强的户外广告法，但在各种相关的法律、条例、规则、标准中，对户外广告活动都有规定。日本禁止在传统建筑群、文物、水土保持林、国有道路内、公园、绿地及墓地等指定区域及桥梁、铜像、纪念碑等指定建筑上设置户外广告。无论在日本的哪个城市，大厦外顶层大多是设置通透字体霓虹灯，而建筑立面伸出的竖式招牌宽度统一为 1 米。日本的户外广告十分注重城市环境与艺术的结合，管理最严的地方是古都奈良和京都，户外广告设置一般不能影响该地寺庙景观文化，即使是批准设置的广告在色彩上也不能大红大绿，高度也应低于寺庙周边的建筑物。日本在 2005 年实施了《景观法》，由各地方自治体负责制定具体的景观条例，要求从景观的角度考量户外广告设置，重视因地制宜，按地区特色进行管理。

（四）新加坡：严格控制户外广告设施数量

新加坡的户外广告相当少，常见的户外广告设施为流动车身广告、公交候车亭广告、依附于路灯杆的布幅广告、平行于建筑物外墙的广告这几种形式。新加坡禁止设立户外广告的范围较广，也非常具体，禁止设置的主要范围是：屋顶上的商业广告牌或招牌、摆放在道路上的孤立招牌或告示牌、天桥上的商业广告牌或招牌、道路上除庆祝法定节日外的商业广告旗帜等。新加坡还严格控制霓虹灯广告的设置，为此专门出台相关的指引进行限制，因此新加坡建筑物上的广告



以布幅广告为主。

(五) 韩国：户外广告严重违法要判刑

韩国早在 1962 年就制定了户外广告管理法，1990 年进行了全面修订。2002 年举办世界杯足球赛后，韩国的户外广告急速发展，韩国政府采取了一系列办法进行治理。首先，广告公司由原来的申报制改为注册制，进行严格的资格审批。其次，严格审查户外广告的内容，对于影响城市美观、侵害公众利益和人们身心健康的户外广告设施进行清理和惩罚。对于违反户外广告法的公司，根据情节轻重，罚款 300 万韩元(约 2.4 万人民币)至 1000 万韩元(约 7.2 万人民币)，严重的要判处一年以下徒刑，并吊销营业执照。

小结：

纵观上述先进国家的户外广告管理模式，不外乎三大特点：第一是立法严明，有完善的法律制度加以保障；第二是通过加强行业自律来规范业界经营行为；第三是注重户外广告设置与城市景观的协调性。所以，在规划的技术层面，城市户外广告设置的重点是要从人的视觉上、心理上和城市社会经济技术发展的可行性上提出适宜的符合城市发展战略及多数人利益的人性化尺度。



第五章 户外广告总体布局规划

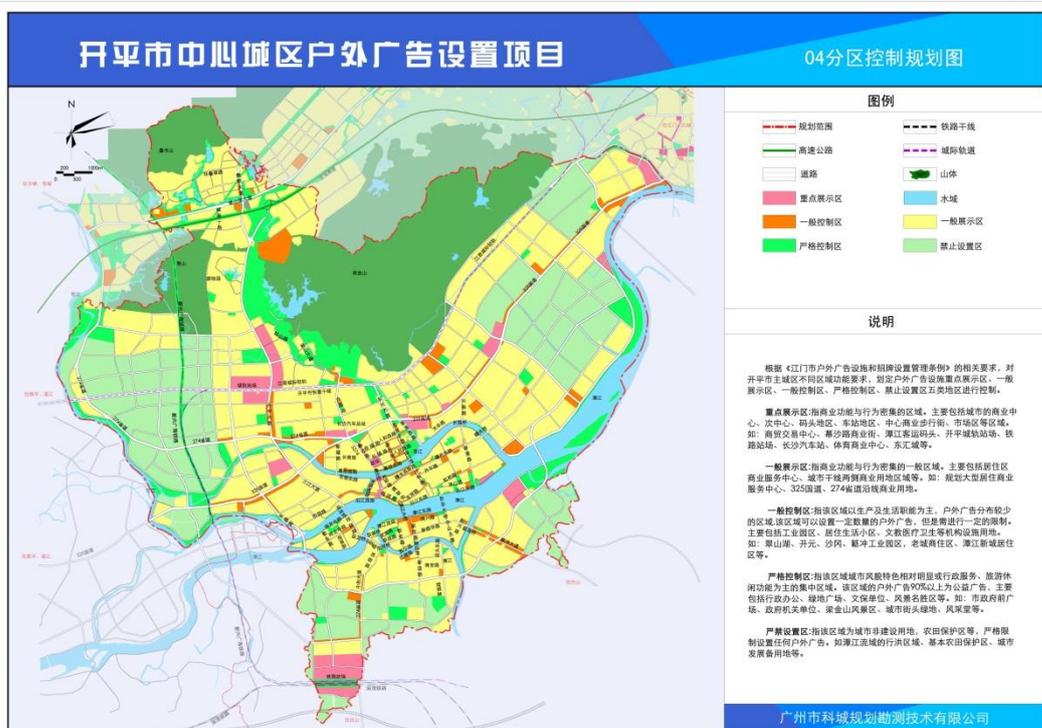
户外广告规划是在城市总体规划指导下的一个专项规划,它既要对整个城区的户外广告进行总体布局,制定户外广告设置的准则,又要对重点地段的广告设置提出要求,概括说来,总体布局和广告设置准则是张网控制,重点地段的广告设置要求是主动引导,为城市户外广告的设置与管理提供依据。其中总体布局部分的内容主要包括导向分区及各分区相应的设置要求。

5.1 规划理念

针对开平市中心城区现状广告设置特征及整体空间特征,依据开平市总体规划确定的城市功能分区布局,提出广告规划分区,明确不同区域的广告设置要求。在分区的基础上,按照凯文·林奇《城市的意象》一书的著名观点,重点对城市门户、城市园林绿地空间、城市主要道路交叉点等形成城市意象的构成要素进行分析,提出符合地段特色的广告设计要求。

5.2 导向分区

依据开平市总体规划确定的功能分区与用地性质,分析各类用地对环境的不同要求,明确用地性质与户外广告的关系,规划对户外广告由鼓励到限制,分为五类区域(重点展示区、一般展示区、一般控制区、严格控制区、严禁设置区)进行规划控制。



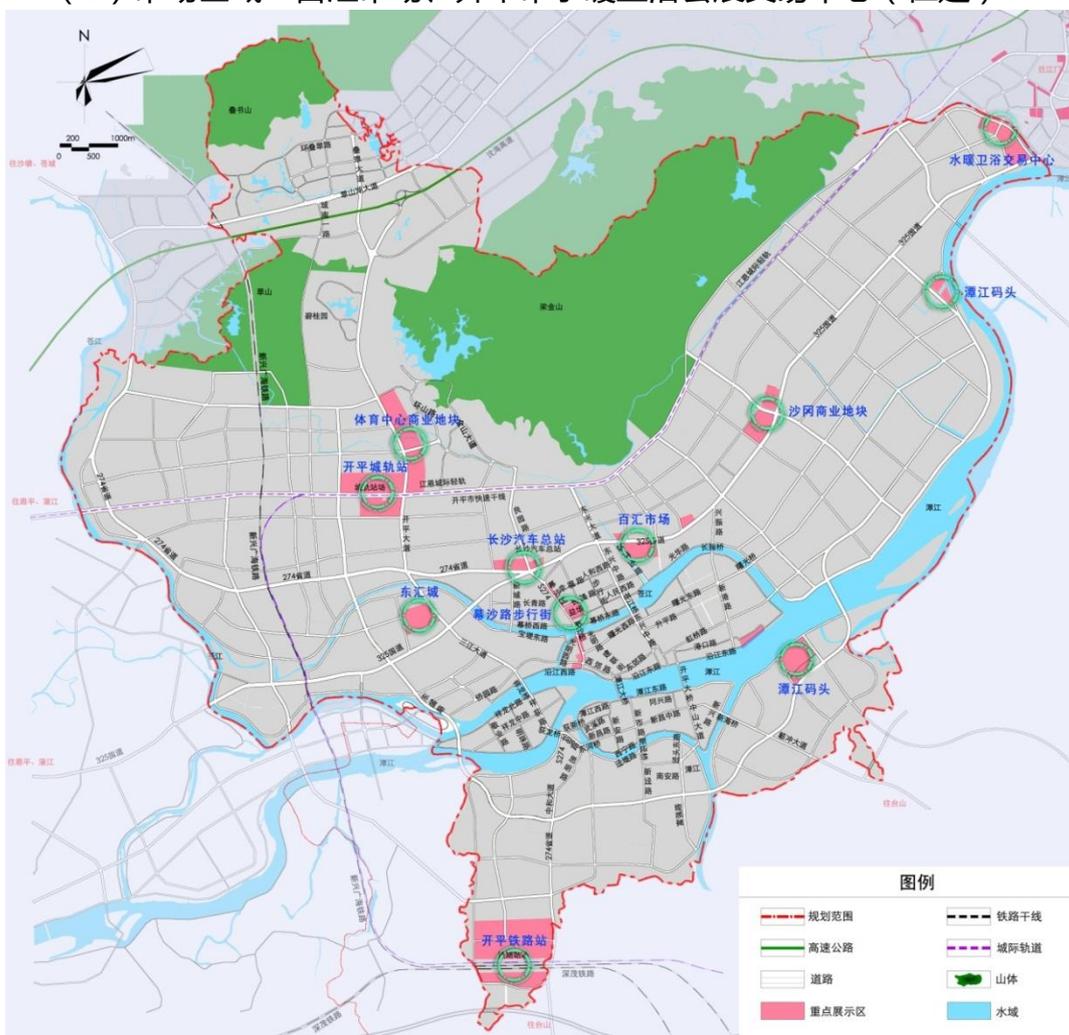
分区控制规划图

5.2.1 重点展示区

重点展示区:城市人流、物流、交通流密集区域,商业功能集聚明显,作为展现城市商业繁华、城市名片的重要广告户外展示窗口。

主要包括城市的商业中心、次中心、码头地区、车站地区、中心商业步行街、市场区等区域。

- (1) 商业中心:幕沙路一带密集商圈、规划市体育中心周边商业地块
- (2) 商业次中心:东汇城、规划沙冈商业地块
- (3) 交通枢纽站场:长沙汽车总站、潭江客运码头、江恩城际轨道开平站、新兴广海、深茂铁路开平站周边商业地块
- (4) 中心步行街:幕沙路步行街、曙光路步行街
- (5) 市场区域:百汇市场、开平市水暖卫浴会展交易中心(在建)



重点展示区规划图

5.2.2 一般展示区

一般展示区:主要包括城市的居住区商业服务中心、城市干线沿路区域的商业带等,该区域可设置一定数量的户外广告,但要进行一定的限制,需符合《开平公路两侧建筑控制区管理规定》的相关要求。在该区域的户外广告需强调整体的韵律感和协调感,不能设置光源闪烁、有声广告、以免会对居民生活、交通安全造成干扰。主要包括以下区域:

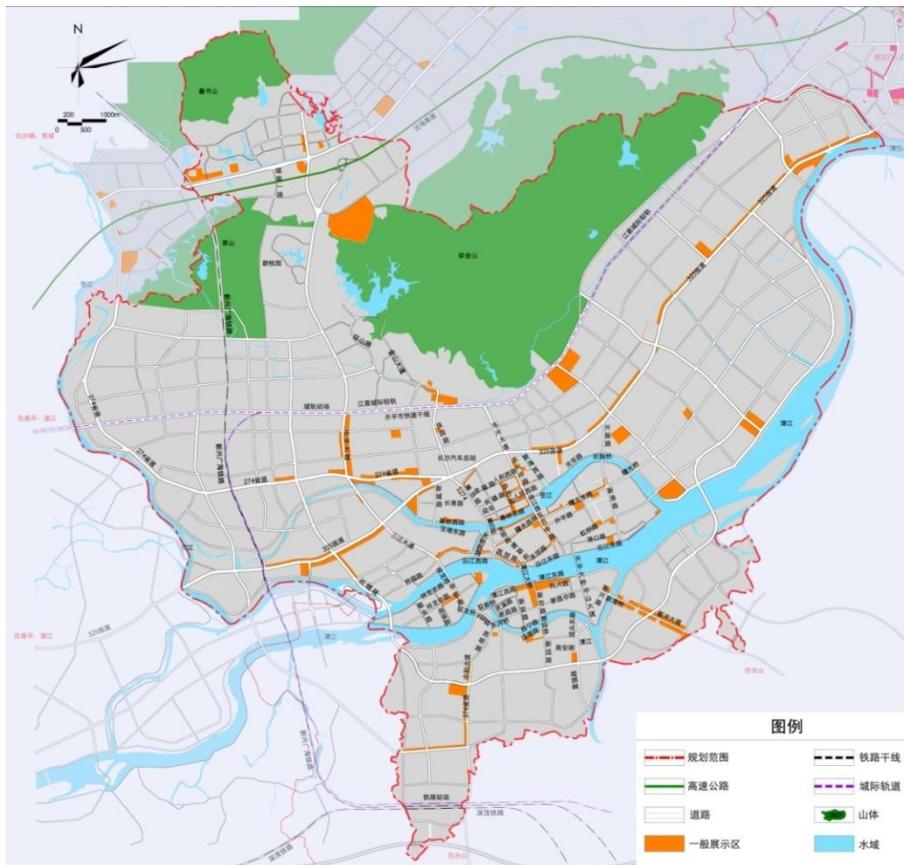
(1) 居住区商业服务中心

依据开平市总体规划、中心城区各地段、片区控制性详细规划,结合居住区进行设置。规划明确了多处大小不一的居住商业服务中心作为户外广告一般展示区的载体。

(2) 城市主要道路沿线区域

东西向道路:325 国道、274 省道、幕桥路、曙光路、沿江路、潭江路、新昌路、筋冲大道、人民路、祥龙中路、翠山湖大道

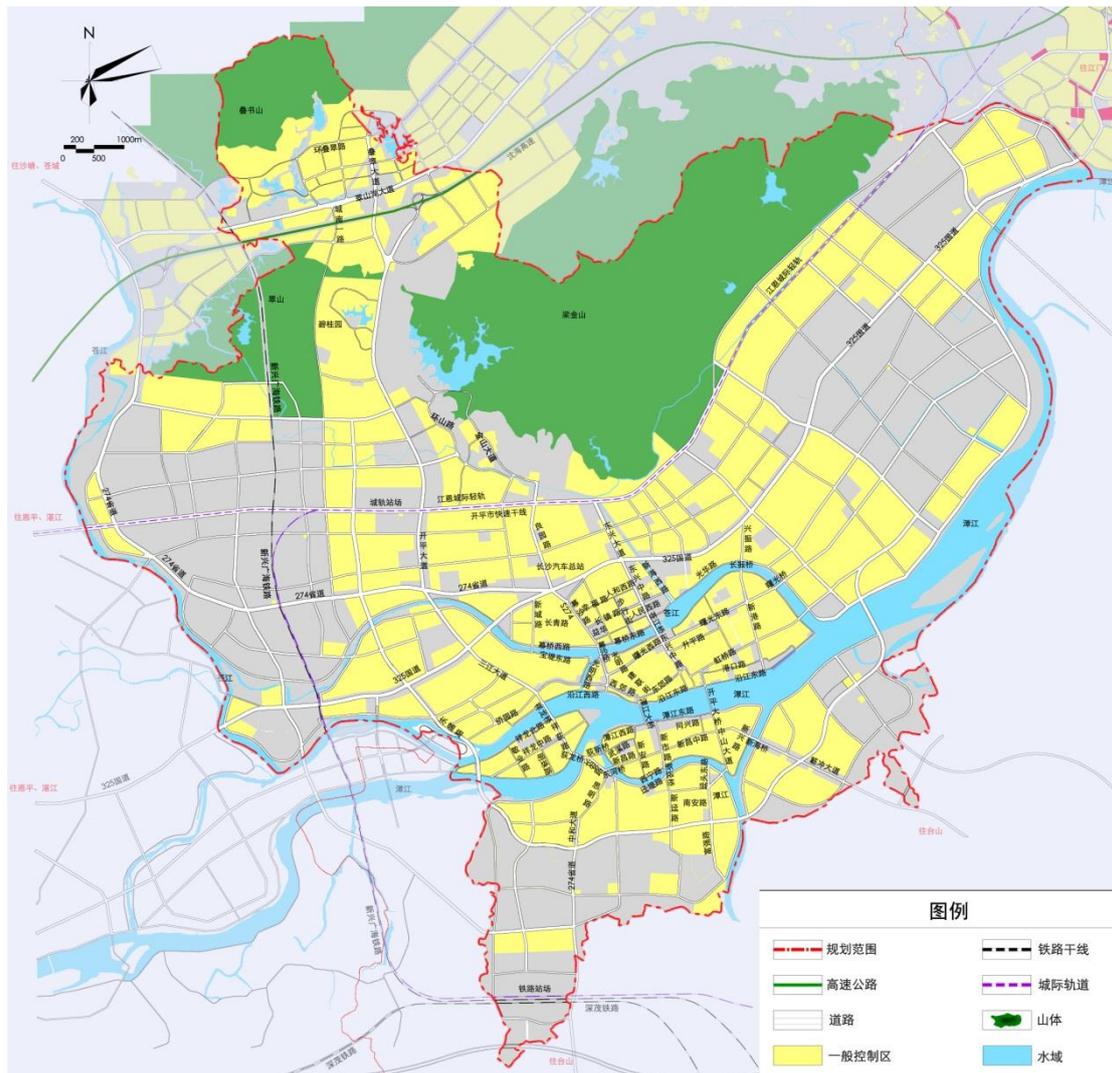
南北向道路:开平大道、步行街、东兴中路、幕沙路、新港路、新市路、中和大道、东盛路、良园路、叠翠大道



一般展示区规划图

5.2.3 一般控制区

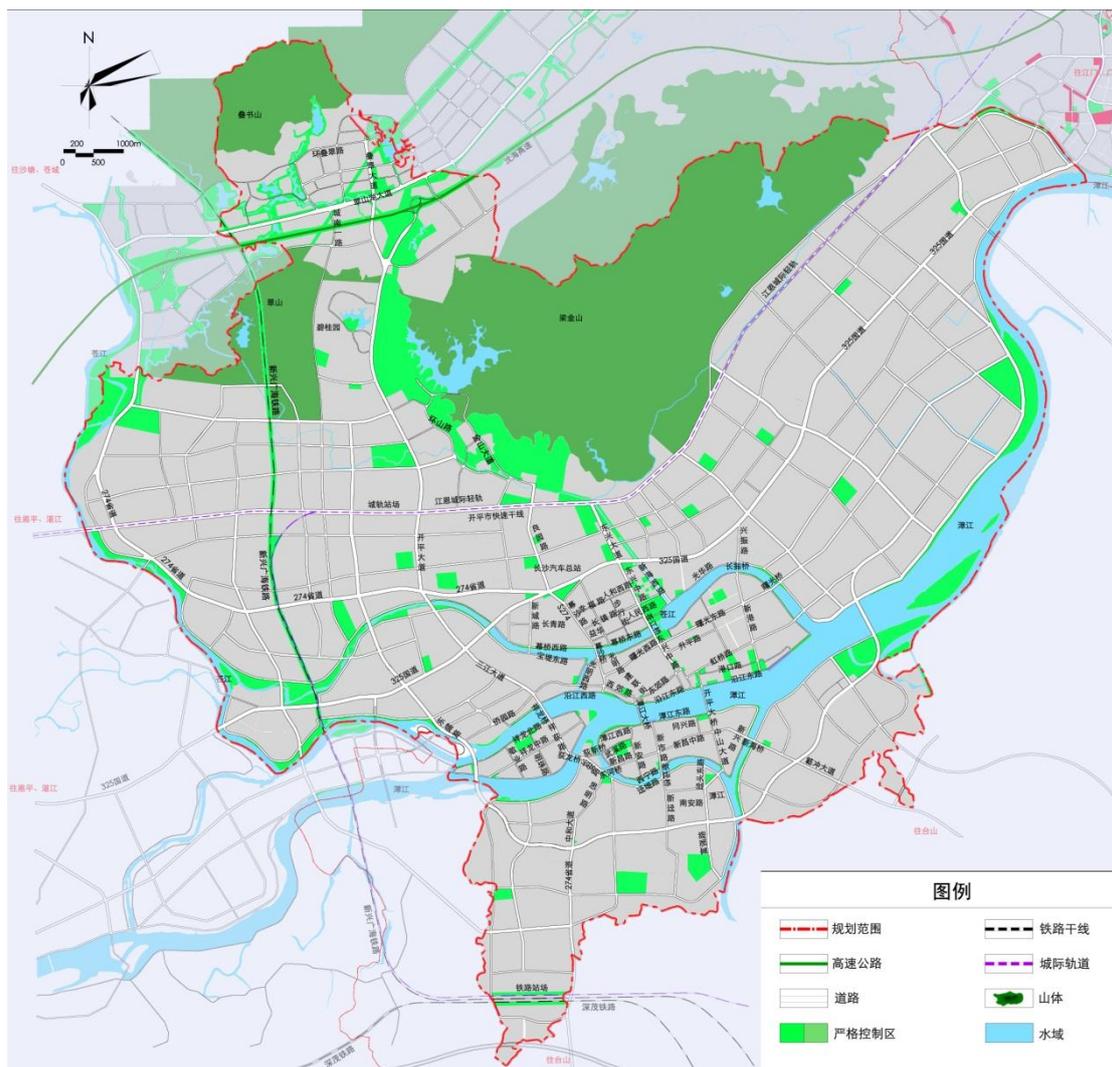
一般控制区：主要包括城市的新旧居住用地、工业物流用地、医疗卫生、文化教育等公共设施用地。该区域要相对安静，不能在声音、光源等方面造成干扰，不宜设置户外广告。厂房企业可设置户外店招，但不得设置楼顶广告，特殊情况经批准允许可设置少量商业户外广告。



一般控制区规划图

5.2.4 严格控制区

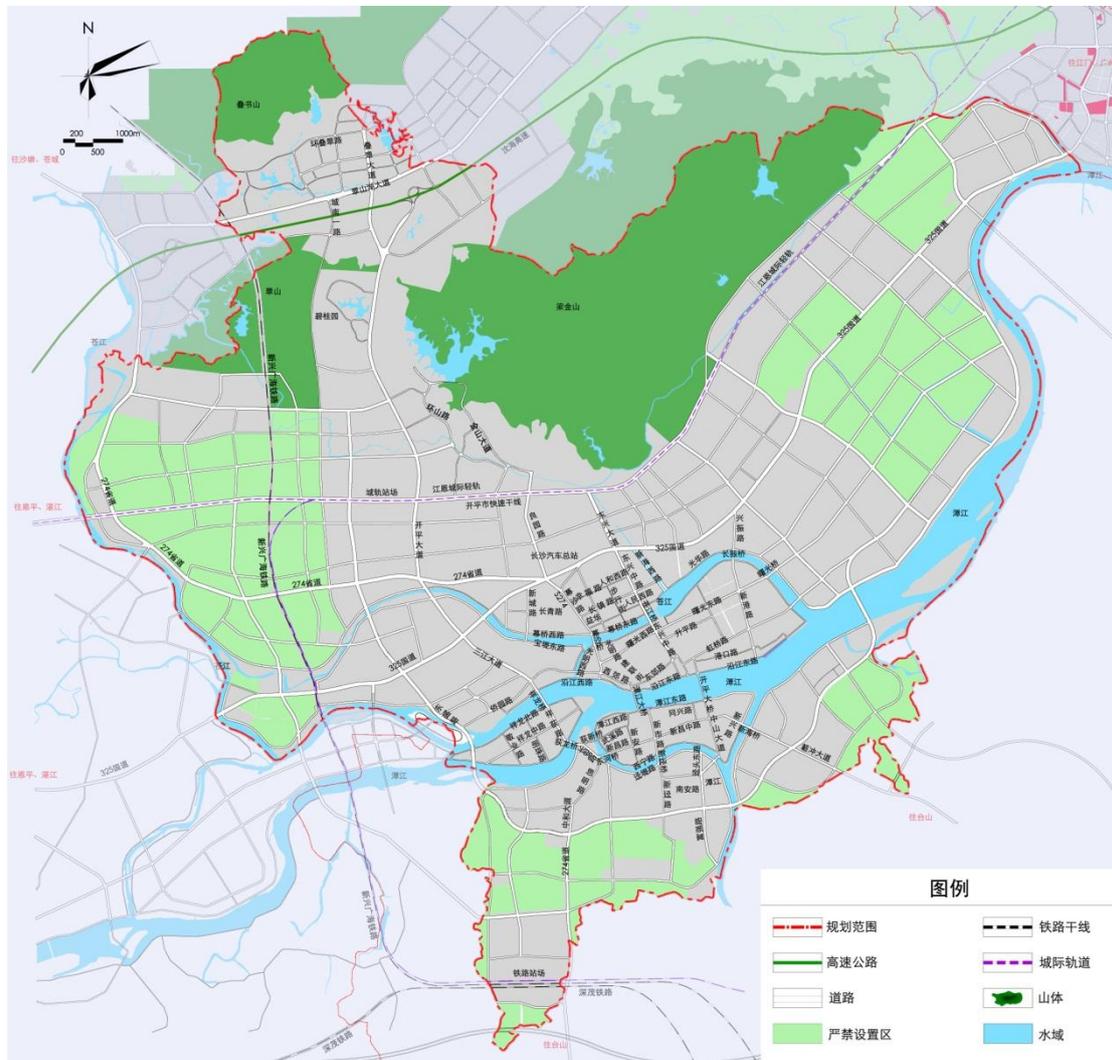
严格控制区:是指城市风貌特色相对明显或居住功能相对集中的区域。主要包括城市的新建住宅区以及文教、医疗卫生等公共设施用地。该区域要求相对安静,不能在声、光等方面造成干扰,不宜设置户外广告,特殊情况下经批准可设置少量公益性、商业性广告。



严格控制区规划图

5.2.5 严禁设置区

严禁设置区：指该区域为城市非建设用地、基本农田保护区、潭江水域行洪保护区域等。该区域为城市安全、生态环境的重要保护区域，禁止一切户外广告的设置。



严禁设置区规划图

5.3 重点展示区户外广告设置规划

重点展示区户外广告的设置主要体现为密度大、类型多、档次高；本区域广告在道路、建筑、市政设施上均可设置，而且广告媒介形式多样。此外，须使用新材料、新技术；其设计、制作必须体现高品位、高品质。

5.3.1 设置总体要求

重点展示区是广告设置的密集区域，该区域允许设置灯箱独立型、依附设置型、动态型户外广告；严禁设置传统方式的排式独立型，不宜设门式构架型户外

广告。总体设置要求如下：

(1) 广告形式要求优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式，如数控霓虹灯电子显示、光纤显示、翻版装置、光投射装置等设施形式；

(2) 广告制作应鼓励使用新工艺、新材料，鼓励使用具有独特设计的实体或异形的户外广告，禁止使用低工艺、粗制作的户外广告形式。

(3) 考虑到重点展示区占地少、商业价值高等特点，该区域户外广告的内容应以商业广告为主，适量设置不低于 50% 的公益广告。

(4) 允许在国家法定和政府规定的节日、庆典等活动期间，短期设置漂浮类广告、软体广告等，以营造热烈气氛。

(5) 根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置路灯杆广告、屋顶广告。现状使用权期满的须全部拆除(含公益广告)；未到期的待期满后拆除。

5.3.2 重点区域户外广告设置规划

(1) 商业中心区(含步行街)

主要包括：幕沙路一带密集商圈、规划市体育中心周边商业地块、幕沙路步行街、曙光路步行街。

幕沙路一带密集商圈是开平中心城区传统商业步行街区，也是现状最繁华的商业区块；由于存在大量传统特色骑楼建筑，具有浓郁的商业氛围，是开平中心城区当前乃至今后发展的重点，体现开平特色商业步行街文化。可以说，作为开平中心城区广告的核心展示区，该区域广告设置的好坏，决定了城区广告发展的整体水平，对城区商业环境的发展也将起到深远的影响。

商业中心区原则上可设置各种类型户外广告，但应优先采用高科技含量的新媒体广告形式，应加强使用具有特殊气氛和商业效果显著的夜景照明，鼓励点状、线状及面状光源综合使用，充分营造繁华、热闹的商业氛围。

① 临近道路广告的设置要求：

该区域道路的广告设置，应重点考虑慢行交通对广告的需求特点，宜以体量适宜、密度相对较大的灯箱广告为主，幕沙路商业步行街以步行为主的特色商业街广告间距宜控制在 20—25 米，其余路段广告间距宜控制在 20—30 米。

② 墙面广告的设置要求：

本区域内多层公共建筑以及高层建筑裙房部分允许设置墙面广告，要求以字

体广告为主，图片为辅，广告底色与其所依附的建筑物色彩要协调，尽量采用与建筑物同一色系的色彩，鼓励使用异形、实体的户外广告，除节日外，墙面广告禁止遮挡窗户，此外禁止高度在 30 米（或十层）建筑物墙面长期设置任何墙面广告。

③门面招牌广告的设置要求：

设置门面招牌原则同上实行一店一牌、一单位一牌。凡作为写字楼使用的建筑物，实行一楼一牌。驻大楼单位指示牌，可统一在大楼入口处规范设置。位于道路交叉路口，两侧均开设门面且属同一经营者的，允许在两侧门面分别设置招牌，一楼多户时，二楼以上单位在不影响原建筑立面造型的前提下可于所在首层入口处统一设置店招，二层以上不宜设置横向招牌。

同一建筑上，户外广告保持一致，底线必须整齐划一，高度和厚度必须统一。户外招牌厚度应控制在 0.3 米内，宽度不能超出门面范围，招牌支架必须进行隐蔽处理。

建筑底层或高层建筑裙房宜设置橱窗广告，广告色彩以暖色系为主，广告灯光既要突出广告本体，又要符合夜景总体设计。对于垂直建筑设置的广告，规划要求以设置条状广告牌或霓虹灯广告为主，鼓励采用新技术新材料增加广告的信息量和观赏性。

骑楼式建筑商铺门面立柱及立柱间不得设置户外招牌。

（2）商业次中心区

主要包括东汇城、规划沙冈商业地块。

商业次中心区是开平市中心城区商业氛围仅次于老城商贸中心区的繁华商业区块，在此设置户外广告，既要充分反映开平市中心城区经济繁荣景象，又要力求体现城市的精神文明风貌，以充分展示开平市中心城区现代商业文化气息。

本区域户外广告设置位置可在建筑墙面或不影响道路交通、绿化的人行道或独立用地上设置。其中，在所在路段设置的广告间距宜控制在 20—30 米。不再设置屋顶广告，现状使用权期满的屋顶广告须全部拆除（含公益广告）；未到期的待期满后拆除。

广告形式可采用霓虹灯、透空立体字、电子显示、光纤显示、翻版装置、光投射装置等技术含量高、信息量大的广告设施形式，设计力求创新。

(3) 交通枢纽站场

主要包括：长沙汽车总站、潭江客运码头、江恩城际轨道开平站、新兴广海、深茂铁路开平站周边商业地块等节点，该区域将会是开平中心城区人流密集的门户地段，户外广告设置的优劣，直接影响到城市的外部形象，因此要求广告应当从建设现代化文明城市的要求出发，外观新颖，设计有创意，色彩画面震撼人心，给人印象深刻，能够体现地方特色，以提高城市形象。

车站、港口地区的户外广告不得干扰交通安全，原则上采用静态广告，限制闪光、电动户外广告的设置。允许设置与环境协调的大型广告设施，控制设置墙面广告，除建筑设计中包含的墙面广告，不得长期设置其它的墙面广告。允许设置立杆等设置在道路上的户外广告，在一段区域内，形式内容保持一致，以竖式窄幅为主，禁止设置跨街广告。此外，车站广场可设置少量大型电子屏广告，鼓励使用雕塑小品、建筑小品类广告，灯箱广告，以及宣传地方文化、产业发展、知名品牌、投资环境的公益广告，鼓励设置新媒体广告。

(4) 市场区域

主要包括百汇市场、开平市水暖卫浴会展交易中心（在建）。该区域是以物流为主的批发市场，临近城市主要道路冈州大道，也是开平市中心城区重要的窗口地段。为了展示城市形象、突出市场的广告宣传效果，规划要求户外广告的设置档次要高，材料要好，能展现开平市的现代物流新形象。同时，还应适当增加宣传开平城市文化特色的公益广告。

市场区以大宗物品交易为特点，人流量小，物流量大，多以车行交通为主，广告形式宜采用大体量、大幅面为主，为避免杂乱和影响宣传效果，总量不宜过多；禁止依附建筑设置影响建筑外观的巨幅广告牌。

本区域户外广告以依附建筑设置的广告为主，可设置与建筑体量相适宜的橱窗、店招、立招广告等；所在路段可设置部分体量较大的灯箱广告、立柱式广告、排式广告等，广告间距宜控制在 30 米以上。

依附建筑设置的广告，尺寸位置应协调统一，不能影响建筑原始外观。允许设置屋顶广告，但要求采用设计新颖的新媒体广告形式，控制采用封闭式布面喷绘广告，建议设置以文字为主体的户外广告。墙面广告以垂直于建筑物广告而立招为主，应布置在每层窗户窗台下部，在同一区域内，广告设施形式及尺寸要保

持相对一致，异形广告与规则广告不得在同一建筑物上设置。

表 5-1 重点展示区户外广告设置要求一览表

广告设置区域	路面广告设置要求	沿路建筑后退形成的小广场、街心绿地广告设置要求	沿路建筑广告设置要求			备注
			建筑屋顶	建筑墙面	建筑店招	
商业中心区(含步行街)	可设置立杆式、落地式灯箱广告以及依附候车亭等市政公用设施的广告，不宜设置独立大型广告	允许设置高度<6米 牌面<6m ² 的独立式广告，但广告不宜贴近人行道设置。应设置在广场另外的三条边界上	禁止设置屋顶广告。现状使用权期满的屋顶广告须全部拆除(含公益广告)；未到期的待期满后拆除。	多层公建以及高层建筑裙房部分允许设置墙面广告，广告形式以立招为主	一店一牌，可设置橱窗广告，同一建筑上，户外广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向店招为主同一楼多单位的统一在大楼入口处设置	优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式
商业次中心区	同上	同上	同上	同上	同上	同上
交通枢纽站场	允许设置与环境协调的大型广告，以及尺度相对稍大的灯箱广告	允许设置与环境协调的大型广告，以及尺度相对稍大的灯箱广告	同上	控制设置墙面广告	可设置橱窗广告，广告应协调统一，广告形式以横向店招为主	宜设置大型电子屏等新媒体广告形式
市场区	同上	同上	同上	允许设置墙面广告，广告形式以立招为主	一店一牌，多设置橱窗广告，户外广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向店招为主	宜采用大体量、大幅面广告，总量不宜过多

注：本区域户外广告具体设置的通用规定与不同类型户外广告控制要求等内容详见第九章《户外广告规划控制导则》。另外，考虑到重点展示区的广告作为开平市对外宣传的一个重要媒介，因此应对广告内容有一定的要求，规划建议不宜设置内容低俗，影响整体城市形象的商业广告。

5.4 一般展示区户外广告设置规划

5.4.1 设置总体要求

一般展示区是广告设置的一般区域，也是开平市中心城区户外广告分布最广



泛的区域。

该区域设置的户外广告以灯箱独立型、依附设置型为主，可在商业设施相对集中、不影响周边居民生活的区域设置部分动态型户外广告；此外，应适当控制传统方式的排式独立型与门式构架型户外广告的设置。广告形式要求鼓励设置使用新工艺、新材料制作的户外广告，不宜使用低工艺、粗制作的户外广告。

一般展示区的户外广告以沿街建筑店面招牌为主，原则上要求一店一牌、一单位一牌，作为写字楼使用的建筑物，实行一楼一牌。驻大楼单位指示牌，可统一在大楼入口处规范设置。位于道路交叉路口，两侧均开设门面且属于同一经营者的，允许在两侧门面分别设置招牌，一楼多户时，二楼以上单位在不影响原建筑立面造型的前提下可于所在首层入口处统一设置店招，二层以上不宜设置横向招牌，但同一建筑上，要求户外广告保持一致。在临街同一建筑物或同一视角内多幢建筑物上的相同外立面、相同楼层设置的店牌，其形式、大小、高度、厚度、外挑距离、朝向和设置位置必须统一，要求上下一条线，前后一个面，户外招牌厚度应控制在 0.3 米内，宽度不能超出门面范围，招牌支架必须进行隐蔽处理。

根据《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置路灯杆广告、屋顶广告。现状使用权期满的须全部拆除（含公益广告）；未到期的待期满后拆除。

5.4.2 主要区域户外广告设置规划

（1）居住区商业服务中心

主要包括规划范围内的居住区商业服务中心，该区域商业功能相对齐全，能基本满足居住区购物、餐饮、休闲、娱乐的需要，从户外广告设置的角度看，广告商业展示效果一般。

户外广告位置可以在不影响建筑造型及整体环境景观的前提下，利用建筑物、构筑物墙面，或在不影响道路交通、绿化的人行道或独立地段上设置。广告类型以尺度相对小巧的小型立杆式或底座式广告为主，以体现生活区相对和谐、宁静的风格，间距宜控制在 30 米以上，可结合人行道、绿化分隔带设置，并且原则要求同一条道路设置同一种规格的广告。

由于临近生活区，规划要求该区域广告的设置数量不宜过多、体量不宜过大、色彩不宜过艳、灯箱不宜过亮、内容不宜低俗。此外，广告的设置要求在布置一



定商业广告的基础上,还需设置不低于总量 25%以上宣传城市形象、社会公德、文明风尚等内容的公益广告。

(2) 城市主要道路沿线区域

如果说重点展示区是广告设置的集聚核心,那么城市主要道路就是广告设置的延伸骨架,两者共同构筑了开平市中心城区户外广告展示的主要平台。所以从总体上看,该区域户外广告的设置虽不如重点展示区那样密度大、类型多、档次高、形式多,但广告仍需适度发展,应设置相应的户外广告,以展示开平市中心城区整体的城市商业气氛与广告文化。

规划范围内城市道路主要包括以下两种类型(不含重点展示区所涉及道路):

- 1) 开平快速干线、325 国道、开平大道、274 省道等城区交通性主干路;
- 2) 幕沙路、东兴路、曙光路、新昌路、良园路等功能相对综合的生活性城市主干路沿线区域;

以上城市主要道路虽功能、等级等不尽相同,但从户外广告商业价值来看,其差异并不明显,与城市的商业中心、次中心、车站地区、步行商业街、市场区等广告集中展示区相比,其广告设置的重要性、广告展示效果等明显要弱些,因此本次规划将其统一纳入一般展示区。

■ 城区交通性主干路广告的设置要求:

开平快速干线、325 国道、开平大道、274 省道等主干路沿线户外广告以中型灯箱广告为主(主要设置在建筑后退用地范围内,中型广告底边距地不得小于 3 米),纵向间距宜控制在 50 米以上;在不妨碍交通安全及城市景观的前提下,可在商业设施相对集中、主要道路交叉口等地段,适度设置以公益广告为主体的大型广告,如在施工地或须遮挡用地的沿街面可设置相对新颖的大型板块式广告,在与城市干路交叉口处,在不妨碍交通安全的区域设大型立柱式广告等;此外,要求沿线公益广告比例不得低于 50%。在实际设置路边广告时,应符合《开平市公路两侧建筑控制区管理规定》的相关要求。

在同一条道路原则上只准设置一种规格的落地式广告设施,而且要求其广告内容、形式需与周边用地功能相协调。沿路附设于商业建筑的招牌、广告不能遮挡建筑形体,尺寸不宜过大,数量宜适中,避免碎散的感觉。

■ 生活性城市主干路广告的设置要求：

幕沙路、东兴路、曙光路、新昌路、良园路等城市生活性主干路，沿线用地以居住为主，这些道路既联系生活区，又具有一定的交通功能。因此其广告设置宜采用尺度相对小巧的小型立杆式或底座式广告，以体现周边生活区相对和谐、宁静的风格，广告间距宜控制在 30 米以上，广告形式及色彩应与周围建筑相协调，不能设置对居民生活、交通安全等造成干扰的广告。在实际设置路边广告时，应符合《开平市公路两侧建筑控制区管理规定》的相关要求。

商业设施相对集中、主要道路交叉口等局部重点地区可以适度设置户外广告的夜景照明，其它区域除底层商铺必要的广告照明外，不得设置任何针对楼体或有可能影响到居住的夜景灯光，控制使用大面积泛光照明。

禁止在非商业建筑物上设置任何墙面广告；控制商业建筑墙面广告设置的数量，三层以下商业建筑不得设置墙面广告，只可于一层门楣上部设置其所属单位的牌匾或招牌；四层至十层建筑设置墙面广告，要与建筑开间对应，不可遮挡立面窗口。带状连续窗墙面只可设置横匾广告，同一建筑物上形式应保持一致；禁止十层或≥30 米以上建筑物墙面长期设置任何墙面广告。

广告内容应以开平侨乡传统文化为风格导向，广告外观以抽象简洁方式吸取地方传统建筑语言符号，突出明快的淡色调色彩，此外在强调对历史的继承和地方文化展示的同时，适度接纳吸收世界最新潮流与外来文化。公益广告以宣传开平的历史文化、城市形象、社会公德等内容为主，且保证公益性广告比例在总量的 20% 以上；商业广告以开平老字号、开平本地知名企业的品牌为主。

以上道路其它一般性定量等具体控制与引导要求，可参见下一章节的控制导则相关要求。

表 5-2 一般展示区户外广告设置要求一览表

广告设置区域	路面广告设置要求	沿路建筑后退沿路建筑广告设置要求			备注
		形成的小广场、街心绿地广告设置要求	建筑屋顶	建筑墙面	
居住区 商业服务中心	可结合人行道、绿化分隔带设置尺度小巧的灯箱广告以及依附候车亭等市	允许设置高度<6 米，牌面<6M2 的独立式广告，但广	禁止设置屋顶广告，现状使用权期满后屋顶广告	允许少量设置墙面广告，广告形式以立招为主	原则上一店一牌，主要在建筑底层设置，户外广告数量不宜过多、体量不宜过大、色彩

		政设施的广告，并要求同一条道路设置同一种规格的广告；不宜设置独立大型广告	告不宜贴着人行道设置。应在广场另外的三条边界上	须全部拆除（含公益广告）；未到期的待期满后拆除。		广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向店招为主	不宜过艳、灯箱不宜过亮、内容不宜低俗
城市主要道路沿线	对外交通公路沿线	以大、中型立杆式广告为主，慢车道可适量设置部分灯箱广告	允许设置与环境协调的大型广告，以及尺度相对稍大的灯箱广告	同上	非居住类建筑可设置体量稍大的墙面广告，广告形式以立招为主	同上	广告数量不宜过多，体量可适度加大
	城区交通性主干道	主干路沿线户外广告以中型灯箱广告为主；人行道、绿化带可设置独立或依附式的小型灯箱广告；可在商业设施相对集中、主要道路交叉口等路段，适度设置以公益广告为主体的大型广告	允许设置与环境协调的大型广告，以及尺度相对稍大的灯箱广告	同上	同上	一店一牌，可设置橱窗广告，同一建筑上，户外广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向店招为主	同一条道路原则上设置同种规格广告设施，而且要求其广告内容、形式需与周边用地功能相协调
	生活性城市次干路	宜采用尺度相对小巧的小型立杆式或底座式广告，以体现周边生活区相对和谐、宁静的风格	不宜在广场、街心绿地内设置广告	同上	控制商业建筑墙面广告设置的数量，三层以下商业建筑不得设置墙面广告；十层以上建筑其十层以上部分禁止设置任何墙面广告	原则上一店不得设置任何针对建筑底层设置，户外广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向店招为主	不得设置任何针对楼体或有影响居住的夜景灯光，控制使用大面积泛光照明

注：本区域户外广告具体设置的通用规定与不同类型户外广告控制要求等内容详见第九章《户外广告规划控制导则》。

5.5 一般控制区户外广告设置规划

一般控制区主要指一般居民住宅区、商务办公综合区、工业区等，可从普遍性和广泛性出发，进行统一的规定，户外广告的设计应尽量体现区域的功能特色和文化特色，淡化商业气氛。

一般控制区内可根据具体设置条件设置相应的户外广告，一般要求在商业建筑或综合建筑的商业部分设置。设置户外广告应与城市建筑整体形象相吻合，不得妨碍建筑正常功能的使用。

设置总体要求：

该区域沿主要道路可适量设置灯箱独立型，原则上不设置动态型与门式构架型户外广告。该区域设置的户外广告以灯箱独立型、依附设置型为主，可在商业设施相对集中、不影响周边居民生活的区域设置部分动态型户外广告；此外，应适当控制传统方式的排排式独立型与门式构架型户外广告的设置。广告形式要求鼓励设置使用新工艺、新材料制作的户外广告，不宜使用低工艺、粗制作的户外广告。

此外，在需要进行遮挡的工地或临时建筑前，可临时设置排式独立型户外广告。

相对而言，该区域内的无论是道路还是节点人流均偏少，户外广告效果不明显，广告数量应以控制设置为主。

一般控制区的户外广告以沿街建筑店面招牌为主，原则上要求一店一牌、一单位一牌，作为写字楼使用的建筑物，实行一楼一牌。驻大楼单位指示牌，可统一在大楼入口处规范设置。位于道路交叉路口，两侧均开设门面且属于同一经营者的，允许在两侧门面分别设置招牌，一楼多户时，二楼以上单位在不影响原建筑立面造型的前提下可于所在首层入口处统一设置店招，二层以上不宜设置横向招牌。同一建筑上，要求户外广告保持一致。在临街同一建筑物或同一视角内多幢建筑物上的相同外立面、相同楼层设置的店牌，其形式、大小、高度、厚度、外挑距离、朝向和设置位置必须统一，要求上下一条线，前后一个面。

根据《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置路灯杆广告、屋顶广告。现状使用权期满的须全部拆除（含公益广告）；未到期的待期满后拆除。

5.6 严格控制区户外广告设置规划

严格控制区指行政办公、绿地广场、文博单位、风景名胜区、军事等用地，这些区域代表了城市的形象和文化，户外广告的设置要非常的慎重。原则上禁止设置商业广告，严格控制公益广告，在局部地段按规划设置公益广告。

严格控制区户外广告设置规划：

本区域原则上禁止设置任何商业广告，允许根据用地性质设置少量公益广告，设置应突出宣传开平的城市魅力与城市特色，而且需对其选址及尺度严格审批。

（1）党政机关、文物保护单位、学校、医院等公共设施

此区域严禁设置任何商业性户外广告；根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置屋顶广告，现状使用权期满的屋顶广告须全部拆除（含公益广告），未到期的待期满后拆除；禁止设置任何高立柱广告。单位招牌可在门口集中设置（如有多个招牌，可在门口并排设置）。

（2）城市公园、绿地、水系、风景区等绿化休闲设施

此区域原则上禁止设置任何商业户外广告，如需设置公益类广告时，须经管理户外广告的相应执行机构特殊批准，并需附加广告与背景场所的关系。此外，鼓励设置合理的、有特色的夜景照明。

5.7 严禁设置区户外广告设置规划

严禁设置区指该区域为城市非建设用地、基本农田保护区、潭江水域行洪保护区域等。该区域为城市安全、生态环境的重要保护区域，禁止一切户外广告的设置。

5.8 户外广告道路规划控制

如果说重点展示区是广告设置的集聚核心，那么城市主要道路就是广告设置的延伸骨架，两者共同构筑了开平市中心城区户外广告展示的主要平台。所以从总体上看，该区域户外广告的设置虽不如重点展示区那样密度大、类型多、档次高、形式多，但广告仍需适度发展，应设置相应的户外广告，以展示开平市中心城区整体的城市商业气氛与广告文化。

规划范围内城市道路按照道路等级和户外广告设置基本特性，将开平市中心城区道路划分为40米以上道路、30~40米道路、30米以下道路。30米以上道路两侧按100米控制户外广告设置的范围。

5.8.1 40米以上道路(含40米)

40米以上道路主要是城市交通主干道,是城市户外广告主要集中通道,广告展示效果弱一些。规划要求道路两侧户外广告以大、中型立杆式广告为主,其中大型立杆式广告大小、间距按公路标准加以控制(底边距地大于12米,纵向间距大于1000米),中型立杆式广告底边距地不得小于3米,纵向间距宜控制在300米以上。

沿路建筑广告设置不宜过多,体量可适度加大。

5.8.2 30~40米道路

30~40米道路为城市次干道。户外广告类型主要包括墙面广告、立柱广告、碑式广告等。户外广告以中型灯箱广告为主(主要设置在建筑后退用地范围内,中型广告底边距地不得小于3米),纵向间距宜控制在50米以上;在不妨碍交通安全及城市景观的前提下,可在商业设施相对集中、主要道路交叉口等地段,适度设置以公益广告为主体的大型广告,如在施工地或须遮挡用地的沿街面可设置相对新颖的大型板块式广告,在与城市干路交叉口处,在不妨碍交通安全的区域设大型立柱式广告等;此外,依据开平市各职能部门的实际需求以及参考珠三角周边城市的经验,要求沿线公益广告比例不得低于50%。

在同一条道路原则上只准设置一种规格的落地式广告设施,而且要求其广告内容、形式需与周边用地功能相协调。沿路附设于商业建筑的招牌、广告不能遮挡建筑形体,尺寸不宜过大,数量宜适中,避免碎散的感觉。

5.8.3 30米以下道路(含30米)

30米以下道路是城市中最多的,主要为城市支路。户外广告类型适宜采取尺度相对小巧的小型立杆式或底座式广告,以体现周边生活或商业区相对和谐、宁静的风格,广告间距宜控制在30米以上,广告形式及色彩应与周围建筑相协调,不能设置对居民生活、交通安全等造成干扰的广告。

商业设施相对集中、主要道路交叉口等局部重点地区可以适度设置户外广告的夜景照明,其它区域除底层商铺必要的广告照明外,不得设置任何针对楼体或有可能影响到居住的夜景灯光,控制使用大面积泛光照明。

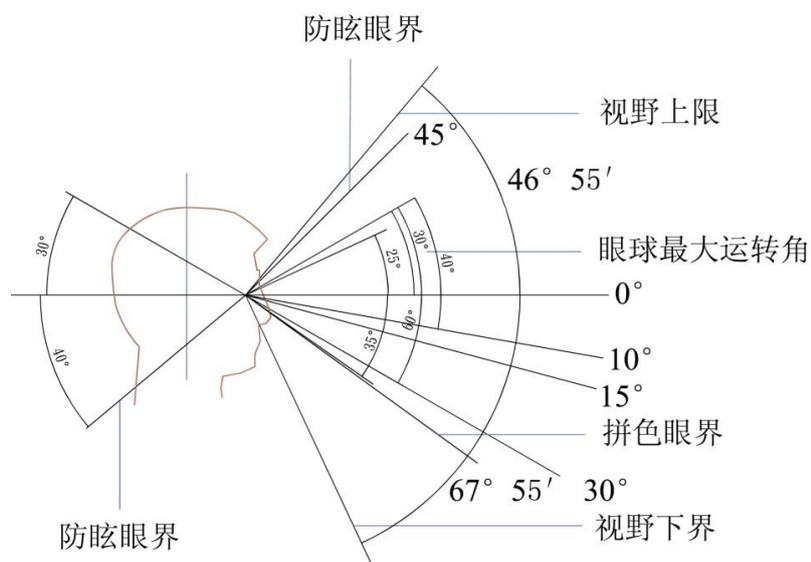
禁止在非商业建筑物上设置任何墙面广告；控制商业建筑墙面广告设置的数量，三层以下商业建筑不得设置墙面广告，只可于一层门楣上部设置其所属单位的牌匾或招牌；四层至六层建筑设置墙面广告，要与建筑开间对应，不可遮挡立面窗口。带状连续窗墙面只可设置横匾广告，同一建筑物上形式应保持一致；十层或≥30米以上建筑其十层或30米以上部分禁止设置任何墙面广告。

5.9 大型广告的设置规划

本规划中所指的大型广告主要包括依附建筑屋顶设置的大型排式广告，以及独立设置、体量较大的大型板块式、大型立柱式、门式构架型等体量较大的户外广告。

这一类广告一般具有幅面大、体积大等特点，往往对城市空间布局、景观风貌、道路交通等影响较大，本次规划根据开平市中心城区实际管理的需要，重点对此类大型广告提出相应设置要求。

5.9.1 大型广告设置时空关系分析



作为平面媒体的大型广告是通过视觉传达的艺术，是静态的，而其主要受众——车辆驾驶者和乘客是在连续、不断地变化位置的，是动态的。因此本规划拟从视觉分析和车辆行驶特征分析入手，探讨开平市中心城区大型广告设置与视觉效果的时空关系，为合理设置广告位提供依据。

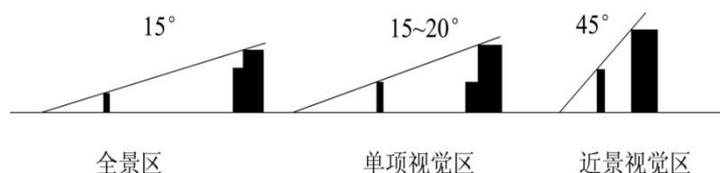
(1) 视觉分析

城市规划理论认为,有如磁场的存在,城乡景观也存在着视觉场,它可以分为强场、均衡场、弱场和虚场四种类型。

①强场

视觉目标和视点距离在 30m 之内,视觉目标高度和视距之比等于或大于 1;视觉目标宽度与视距之比等于或大于 2。在这三个条件规定的限度内,一方面人们可以看清楚视觉目标的颜色、细部乃至材料的质地纹理和浮雕装饰,留下深刻的印象。但是另一方面却需要抬头过高和左顾右盼才能看见和感知视觉目标的体型,令人产生不舒适和被视觉目标逼迫的不愉快感觉,这个范围可称之为强场。

②均衡场



视觉目标和视点距离在 30 - 300m 之间,视觉目标高度和视距之比在 $1/2 - 1$ 之间;视觉目标宽度(长度)和视距之比在 $1 - 2$ 之间。达到这三项条件规定的范围,人们可以在舒适的状态下看清楚视觉目标的整体形象和基本面貌,以及视觉目标与环境的关系,获得全面而清晰的印象,达到视觉目标与人均衡的状态。这个范围可称之为均衡场。

③弱场

视觉目标和视点距离在 300 - 600m 之间;视觉目标高度与视距之比在 $1/4 - 1/2$ 之间,视觉目标宽度与视距之比在 $1/2 - 1$ 之间。在这三项条件范围内,只能看见视觉目标的大轮廓,虽然不会有任何不舒适的感觉,但对视觉目标和环境一般只能感受到淡薄的印象。这个范围可称之为弱场。

④虚场

视觉目标和视点距离在 600m 之外;建筑高度和视距之比小 $1/4$;建筑宽度与视距之比小于 $1/4$ 。在这三项条件范围外,只能看见视觉目标的天际线(靠天空的衬托),较矮部分大都被遮挡。除非高度大大超过周围建筑,造型特别突出,颜色和周围环境对比特别强烈,一般恐怕很难引起人们的注意。所以称之为虚场。

综上所述，可以列表如下：

	视距 D (m)	仰视 角 α	建筑高度 /视距 H/D	水平视 角 β	建筑宽 度/视距 L/D	视觉状况	小气候状况
强场	$D < 30$	$45^\circ < \alpha$	$l < H/D$	$90^\circ < \beta$	$2 < L/D$	建筑空间氛围浓烈，可看清建筑的一切细部，留下深刻的印象。但需抬头摆首才能看到建筑的整体，有时有受到建筑紧逼（物逼人）的不舒适不愉快的感觉	背光空间冬季可能处在建筑遮蔽阳光的阴影中热带、亚热带地区无问题，夏季反倒是有利条件，迎光空间夏季难免处在建筑反射太阳辐射热的范围内，可能受高层风的影响
均衡场	$30 < D < 300$	$30^\circ < \alpha < 45^\circ$	$1/2 < H/D < 1$	$60^\circ < \beta < 90^\circ$	$1 < L/D < 2$	空间感觉适中，可以舒适地看清建筑的整体形象和基本面貌。可以感受到建筑与所在环境的关系，获得全面而清晰的印象	背光空间冬季一般不在建筑遮挡阳光的阴影中，迎光空间夏季一般受建筑反射太阳辐射热的影响比较小，不受高层风的影响
弱场	$300 < D < 600$	$15^\circ < \alpha < 30^\circ$	$1/4 < H/D < 1/2$	$30^\circ < \beta < 60^\circ$	$1/2 < L/D < 2$	空间开阔舒畅，只能看见建筑的大轮廓以及建筑和环境的关系一般只能感受到淡薄的印象	影响微弱
虚场	$600 < D$	$\alpha < 15^\circ$	$H/D < 1/4$	$\beta < 30^\circ$	$L/D < 1/2$	只能看见建筑天际线	几乎无影响

从快速路等主要道路两侧大型广告的视觉效果来看，强场对视觉的吸引过强，不利于行车安全，而虚场又无法传达广告信息，视觉场应该处于均衡场和弱场较

合理，则开平市中心城区大型广告空间距离在 30 - 600 米之间较为适宜。

(2) 车辆行驶特征分析

大型广告的受众主要是途经车辆的驾驶者和乘客，其处于快速变化的动态之中，大型广告在记忆时间上的视觉效果是通过空间距离来保证的。

若以城市快速路设计车速 80km/h 计算，则每秒钟的车行距离为 25 米。如果按照受众短时记忆时间 10 - 15 秒计算，则转换为空间距离是 250 - 375 米，换言之，只有保证有以上足够的空间间隔距离，大型广告才能产生较好的宣传效果。

因此，综合考虑以上因素，规划认为城市快速路两侧的大型广告对侧之间纵向的空间距离以 500 米为宜，而同侧之间纵向则按 1000 米控制；同时其距两侧边沟外缘距离以大于 30 米左右为宜。

5.9.2 大型户外广告的设置规划

根据开平市城市总体规划，中心城区未来发展重点围绕开平市快速干线区域内逐步拓展。为了塑造良好的城市景观形象，凸显开平山水侨乡、碉楼与村落的城市特色，加强对中心城区广告投放的整治及管制，对开平市快速干线区域内的户外广告进行严格管制，在逐步拆除大型排式广告、楼顶广告、路灯广告等基础上，加大对电子屏广告的设置，补充广告投放的需求空间。

5.9.2.1 设置期限

- (1) 立柱式户外广告设施为五年；
- (2) 电子显示装置户外广告设施为五年；
- (3) 建筑物楼顶及外立面户外广告设施为三年；
- (4) 其他类型户外广告设施为一年。

大型户外广告设施设置期限不得超过设置人使用户外广告设施载体的期限。

5.9.2.2 大型排式广告

- (1) 依附建筑屋顶设置的大型排式广告

根据《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置屋顶广告，现状使用到期

大型排式广告期满的屋顶广告须全部拆除（含公益广告），未到期的待期满后拆除其余地段，不宜依附建筑屋顶设置大型排式广告。

（2）独立设置的大型排式广告

此类广告主要设置在城市出入口、主要道路交叉口。此外，在重点地段需要进行遮挡的工地或临时建筑前，可临时设置排式独立型户外广告。其余地段，不宜设置独立的大型排广告。

5.9.2.3 大型立柱式广告

依托现有城市高杆广告布点，综合考虑行车安全、城市景观等因素前提下，大型高杆立柱户外广告规划布局为：

（1）加强对开平市快速干线内部大型排式（含楼顶）、立杆式广告的整治，对违法违规的户外广告进行清拆。

（2）规划新增立杆式广告主要布置在开平市快速干线外围人流、交通流密集的重点展示区域，如客运码头、客运站、轨道站场、商业中心、重要道路交叉口等。

（3）立杆广告对城市景观有一定影响的，其设置应进行严格控制，避免对城市景观造成破坏。

（4）中心城区立杆式广告现状 33 块，拆除 16 块，保留 17 块，规划新建 17 块，合共 34 块。其中公益广告投放必须需达到 50%以上。

详细分布情况见《立柱广告规划图》。

保留现状立杆式广告一览表

序号	位置	版面	面积(米*米)	类型
现状编号 1	325 国道北	双面	18*6	商业
现状编号 2	325 国道北	双面	18*6	公益
现状编号 3	325 国道北	双面	18*6	商业
现状编号 6	325 国道北	双面	18*6	商业
现状编号 9	325 国道北	双面	18*6	商业
现状编号 10	325 国道南	双面	18*6	商业
现状编号 12	325 国道与幕沙路交叉口东北角	双面	18*6	商业
现状编号 14	325 国道与幕沙路交叉口西北角	双面	18*6	公益

序号	位置	版面	面积(米*米)	类型
现状编号 15	274 省道与开平大道交叉口东北角	双面	18*6	商业
现状编号 17	274 省道与开平大道交叉口西南角	双面	18*6	商业
现状编号 18	开平大道东	双面	18*6	商业
现状编号 20	沈海高速出入口南	双面	18*6	商业
现状编号 21	沈海高速出入口北	双面	18*6	商业
现状编号 24	325 国道与三江大道交叉口西南角	双面	18*6	商业
现状编号 25	325 国道与东盛路东南侧	双面	18*6	商业
现状编号 26	274 省道西	三面	18*6	商业
现状编号 27	274 省道平冈加油站北	双面	18*6	商业
现状编号 33	中华大道与开平快速干线交叉口	双面	18*6	商业

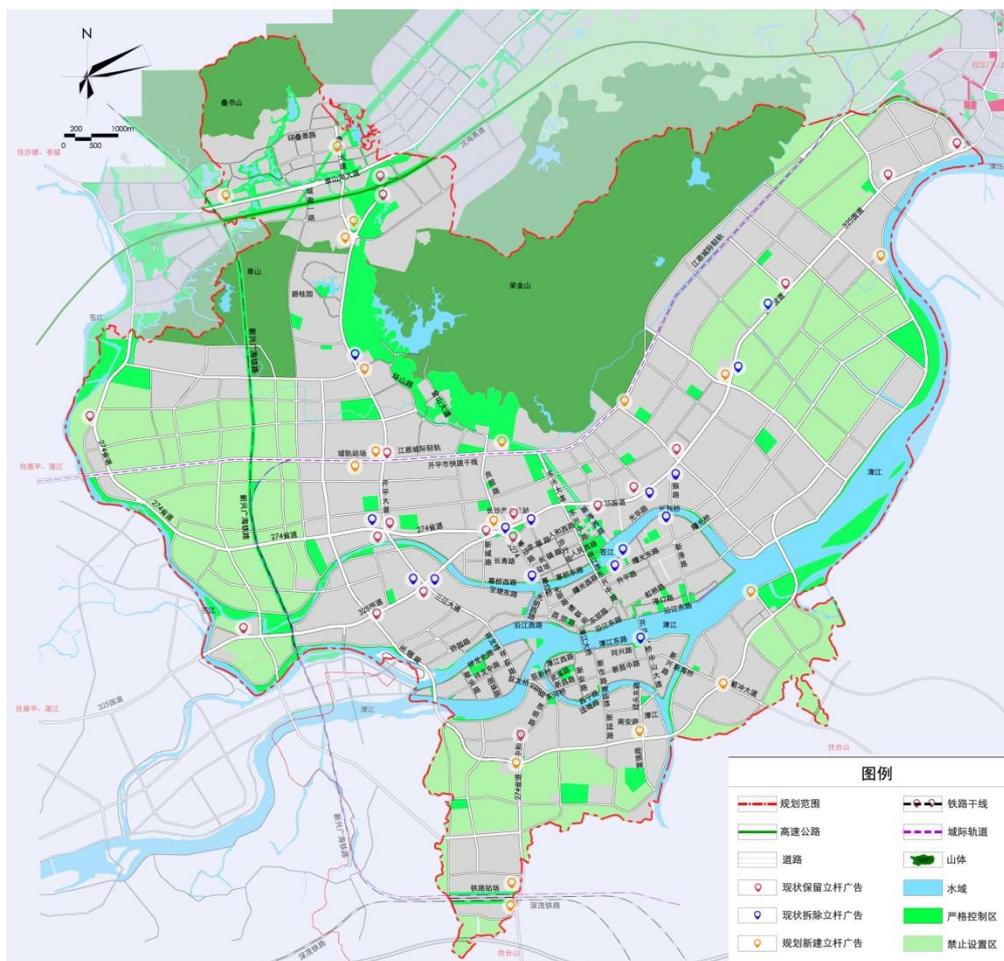
拆除现状立杆式广告一览表

序号	位置	版面	面积(米*米)	类型
现状编号 4	325 国道北	双面	18*6	商业
现状编号 5	325 国道南	双面	18*6	商业
现状编号 7	325 国道南	双面	18*6	商业
现状编号 8	325 国道南	双面	18*6	商业
现状编号 11	325 国道南	双面	18*6	公益
现状编号 13	325 国道与幕沙路交叉口东南角	双面	18*6	商业
现状编号 16	274 省道与开平大道交叉口西北角	双面	18*6	商业
现状编号 19	开平大道东	双面	18*6	公益
现状编号 22	325 国道与三江大道交叉口西北角	三面	18*6	商业
现状编号 23	325 国道与三江大道交叉口东南角	双面	18*6	公益
现状编号 28	幕沙桥头北侧	单面	12*7	商业
现状编号 29	城南广场东侧	双面	18*6	商业
现状编号 30	光明东路绿化公园	双面	18*6	商业
现状编号 31	长振桥头	双面	18*6	商业
现状编号 32	开平大桥南侧	双面	18*6	商业

规划新建立杆式广告一览表

序号	位置	版面	面积(米*米)	类型
新建编号 1	潭江码头 1	双面	18*6	商业
新建编号 2	325 国道与开平市快速干线交叉口	双面	18*6	商业
新建编号 3	江恩城际轨道与新美大道交叉口东侧	双面	18*6	商业
新建编号 4	江恩城际轨道与良园路交叉口东侧	双面	18*6	商业

序号	位置	版面	面积(米*米)	类型
新建编号 5	开平大道中	双面	18*6	商业
新建编号 6	开平大道与叠翠大道交叉口东	双面	18*6	商业
新建编号 7	开平大道与叠翠大道交叉口北	双面	18*6	商业
新建编号 8	叠翠大道中	双面	18*6	商业
新建编号 9	翠山湖大道东	双面	18*6	商业
新建编号 10	江恩城际轨道开平站东	双面	18*6	商业
新建编号 11	江恩城际轨道开平站南	双面	18*6	商业
新建编号 12	长沙汽车站西侧地块	双面	18*6	商业
新建编号 13	台开快线与簕冲沿江路交叉口	双面	18*6	商业
新建编号 14	簕冲大道与开平市快速干线交叉口	双面	18*6	商业
新建编号 15	富强路与开平市快速干线交叉口	双面	18*6	商业
新建编号 16	深茂铁路开平站北	双面	18*6	商业
新建编号 17	深茂铁路开平站南	双面	18*6	商业



立柱式广告规划图

5.9.2.4 LED 广告

开平市中心城区 LED 广告应符合设置分区要求。主要特点是人流特别密集，大型活动频繁，注重对交通安全、光环境的影响。规划布局在市、区级商业中心、体育中心、交通枢纽等位置。

设置要求：

(1) 户外电子显示屏（公益性除外）只允许在户外广告专项规划确定的重点展示区（路段）设置。

(2) 户外电子屏广告要保证与主建筑物的建筑设计及其使用的协调，并与街景及该区域的风格相融合。

(3) 户外电子屏广告不得对居住用地及其它各类用地中具有相应功能的建筑、公共区域或公共用地产生严重不利影响。

(4) 高于 2.1 米的户外电子屏广告应平行于相邻道路设置。

(5) 任何形式的激光投影广告只允许用于城市公共活动、节日与体育赛事等。

(6) 如果电子屏广告有可能对相邻建筑产生严重不利影响的，电子屏广告禁止使用。

(7) 户外电子屏广告严禁播放声音。

(8) 户外电子屏广告的光污染对城市生活产生影响的禁止设置。

(9) 在城市主干道两侧（城市广场和步行街除外）设置户外电子显示屏的，不得播放活动画面，原则上每个固定画面的播放时间 ≥ 15 秒，画面切换应采取慢转换方式。

(10) 在商业区及其周边设置的户外电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 $1000\text{cd}/\text{m}^2$ ；在交通路口及其他地区设置的户外电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 $400\text{cd}/\text{m}^2$ ；户外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。

(11) 电子显示屏只允许在建（构）筑物高度不超过 24 米的主体墙面设置。

(12) 在高层建筑裙楼墙身设置的，不得超过建筑主体女儿墙的上沿。

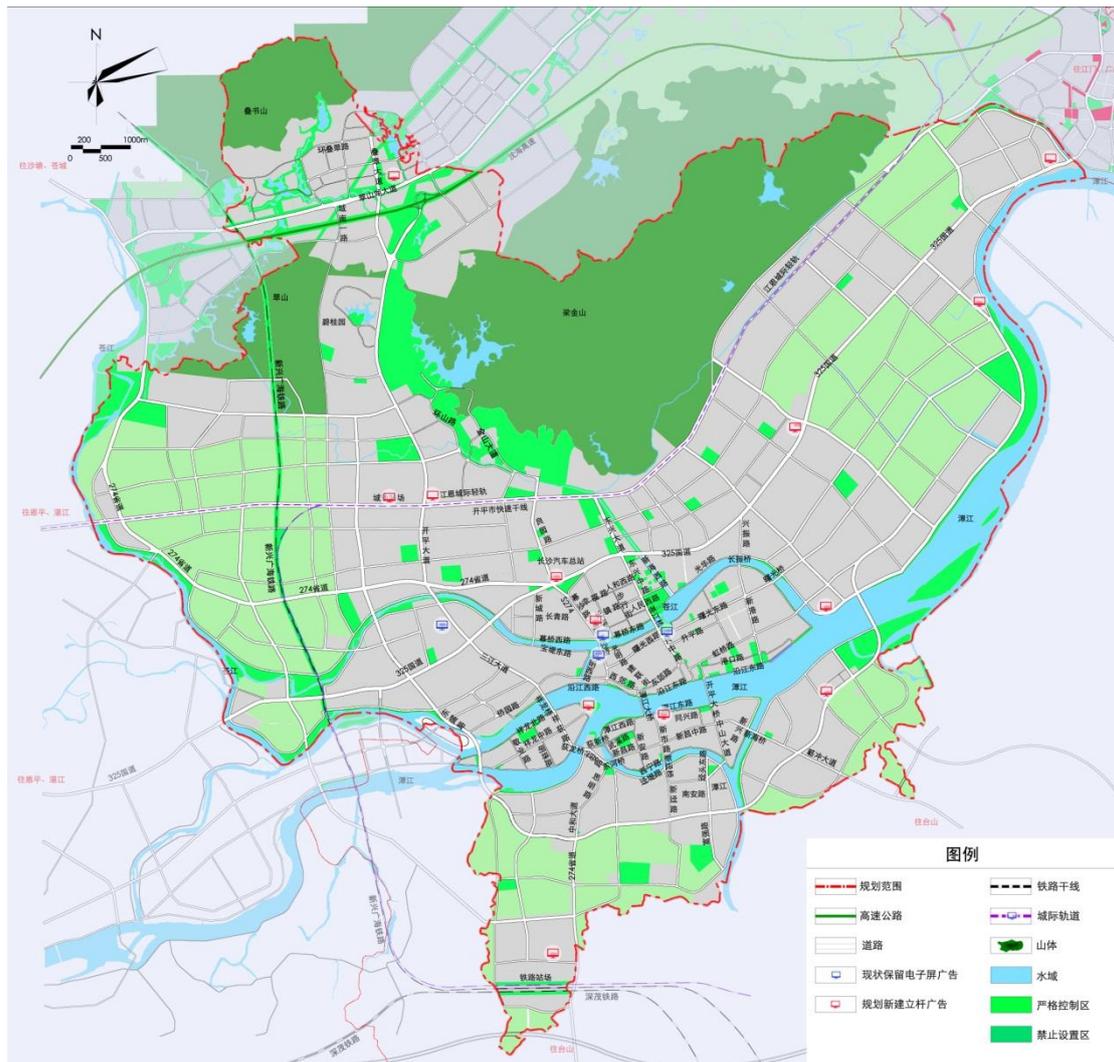
(13) 禁止在朝道路与来车方向成垂直视角的方向设置。

(14) 禁止 LED 户外广告每日 22 时至次日 7 时 30 分开启。遇重大节日或者重要活动时，经城市管理主管部门批准可以适当调整，并向社会公布。

本次规划保留现状 4 处 LED 广告；新增 13 处，总数为 17 处。其中公益广告投放必须达到 50% 以上。具体分布见《电子屏广告规划图》。

规划电子屏广告设置一览表

序号	位置	版面	面积(米*米)	备注
1	东汇城	单面	——	——
2	幕沙桥东北	单面	——	——
3	幕沙桥西南	单面	——	——
4	城南广场	单面	5*20	——
5	水暖卫浴会展中心	单面	——	——
6	潭江码头	单面	——	——
7	325 国道与开平市快速干线交叉口地块	单面	——	——
8	苍江与潭江交汇处地块	单面	——	临江面设置
9	华润广场	单面	——	——
10	潭江半岛酒店	单面	——	临江面设置
11	潭江东路与新市路交汇地块	单面	——	临江面设置
12	开平客运码头	单面	——	——
13	深茂铁路开平站	单面	——	——
14	长沙汽车总站	单面	——	——
15	市体育中心	单面	——	——
16	江恩城际轨道开平站	单面	——	——
17	翠山湖客运站	单面	——	——



电子屏广告规划图

5.9.2.5 门式构架型广告

主要指横跨道路的龙门架广告，规划建议除幕沙路、曙光路步行商业街以及节假日庆典等活动期间，商场作秀在广场临时适量设置部分档次较高、设计新颖的门式构架型广告外，其余地段此类广告应以控制为主。其余路段现状设置的传统形式的龙门架广告，今后条件成熟应逐步搬迁。

龙门架式广告，底部离地面不少于 5.5 米，龙门架厚度不大于 0.3 米，之间间距不少于 20 米，且统一地段的龙门架必须统一尺度、色彩、风格。

步行商业街设置的门式构架型广告，间距不宜小于 80 米。

第六章 公益广告布局规划

户外广告应该重视公益性广告,多宣传开平市山水城市特色以及侨乡文化品质,努力建设理想城市。公益广告主要集中布局在以下区段:交通门户、体育中心、会展中心、公共活动中心等。

6.1 公益广告设置情况

公益广告是不以营利为目的而为社会提供免费服务的广告活动。我国建国以后,公益性的广告活动日益增多,对全社会进行道德和思想教育发挥了重要作用,例如有关部门进行的防火防盗、保护森林、节制生育、维护公共秩序、不要随地吐痰等广告宣传,均属公益广告的性质。



美丽中国 “同呼吸、共奋斗” 公民行为准则
选择绿色消费
坚持低碳出行

购买绿色产品, 循环利用物品
优先乘坐公交, 尽量骑车步行

· 中华人民共和国环境保护部 ·

SEPA.org



美丽中国 “同呼吸、共奋斗” 公民行为准则
举报污染行为
共建美丽中国

拨打12369, 举报污染环境行为
参加绿色公益, 共建美好家园

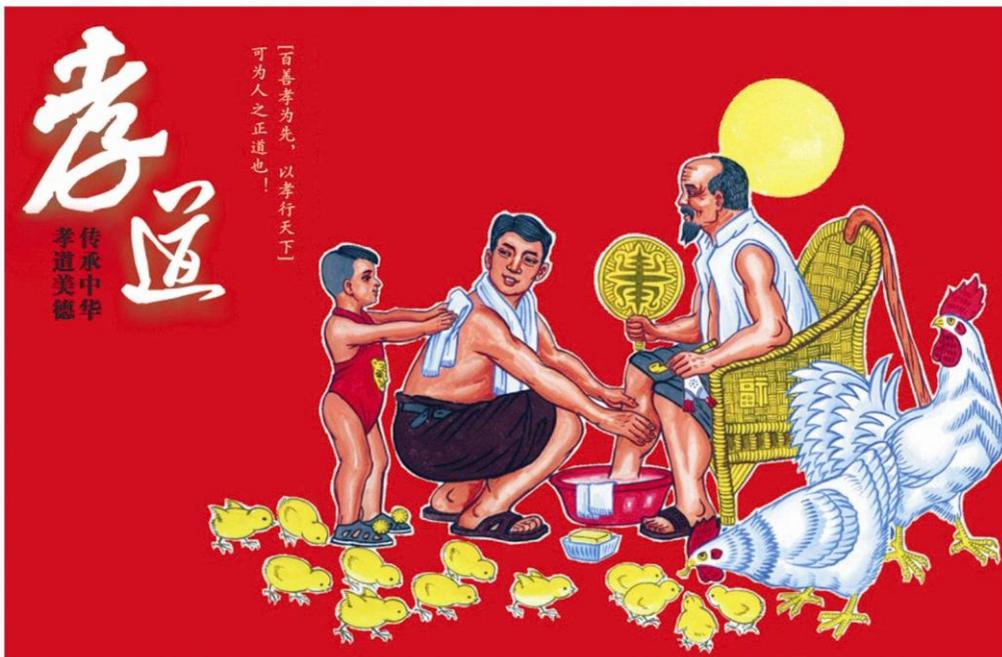
· 中华人民共和国环境保护部 ·

SEPA.org





“讲文明 树新风”公益广告



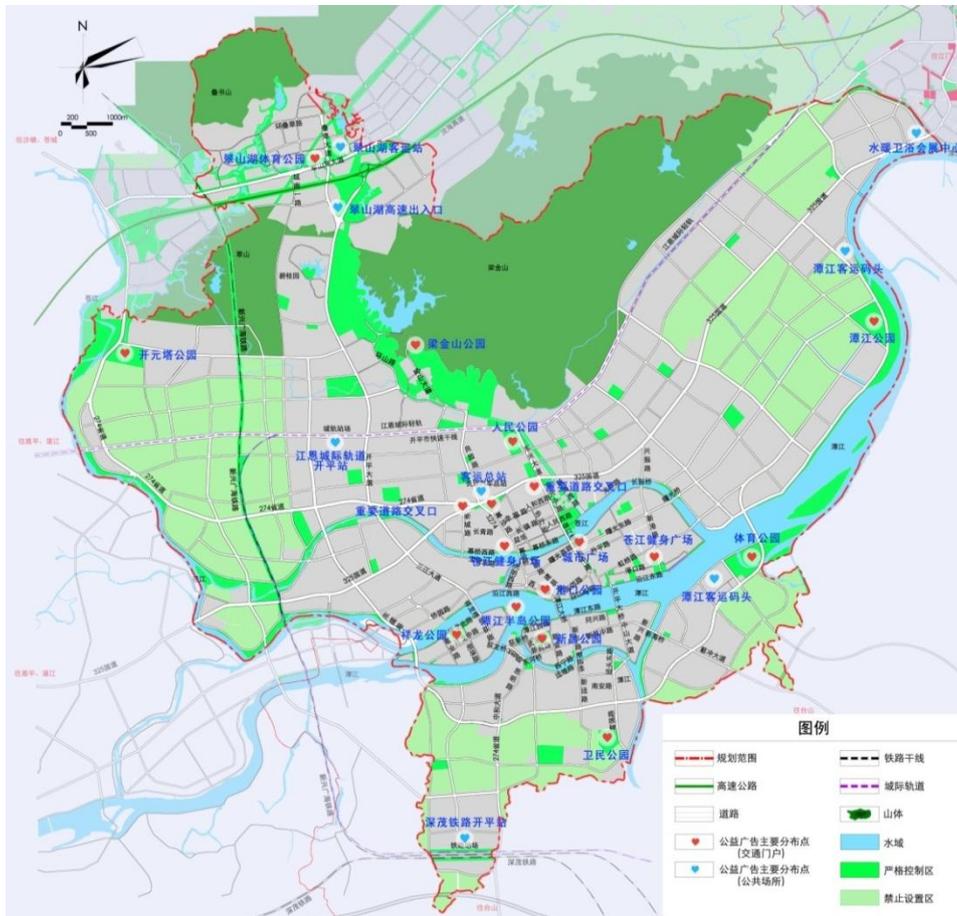
人民日报社 作者：陕西省户县 刘知贵

开平市中心城区现状公益广告主要是通过路灯广告、排式广告以及立杆式广告进行展示。公益广告内容多为宣传城市建设、党风党建等内容。随着开平市城市发展建设的需要，全面打造全国文明旅游城市，对公益广告的投放比例会逐步加大，占城市总体广告比例不低于 50%。

6.2 公益广告设置分布

开平市中心城区规划近期共设置 22 处公益广告位置(不含规划立杆式广告、

电子屏式广告)。其中公共场所 14 处，主要是现状的公园绿地、开放广场；交通门户 8 处，主要是客运站场、客运码头、铁路站场、会展中心、体育中心等。远期根据城市的开发建设在公园绿地也可同步增加公益广告位置。



公益广告设置规划图

6.3 交通门户

中心城区公益广告的布置主要是结合城区重要交通出入口、交通枢纽站场，面对本地及外来人口宣传开平城市特色、世遗文化、山水侨乡。

交通门户主要包括长沙汽车总站、潭江客运码头、开平城轨站、开平铁路站、各高速公路出入口以及开平市中心城区通过公路通往相邻市、镇的出入口等。

公益广告（交通门户）设置一览表

序号	位置	备注
1	潭江客运码头	现状
2	开平市水暖卫浴交易中心	现状
3	体育中心	现状
4	江恩城际轨道开平站	现状

5	深茂铁路开平站	现状
6	沈海高速翠山湖出入口	现状
7	长沙汽车客运总站	现状
8	翠山湖客运站	现状

6.4 公共场所

中心城区的政府机关单位及开敞的公园广场主要设置文明城市、党风廉政建设等内容，广告形式主要是以景观小品或创意广告为主，不对原来的公园广场景观造成影响。

公共场所括开平市人民公园、苍江健身广场、长沙公园、祥龙公园、开元塔公园、开平市滨江湿地公园、梁金山公园等，具体位置可见下表。

公益广告（公共场所）设置一览表

序号	位置	备注
1	开平市人民公园	现状
2	苍江健身广场	现状
3	长沙公园	现状
4	祥龙公园	现状
5	新昌公园	现状
6	港口公园	现状
7	卫民公园	现状
8	梁金山公园	现状
9	城市广场	现状
10	开元塔公园	现状
11	翠山湖体育公园	现状
12	潭江半岛公园	现状
13	开平市滨江湿地公园	规划
14	潭江公园	规划

6.5 公益广告设置要求

公益广告以宣传开平市的历史文化、城市形象、社会公德等内容为主，应该以电子屏等设计新颖的新媒体广告形式为主，滚动播报以满足社会及各部门需求，且保证公益性广告比例在总量的 50% 以上。

规划设置的固定公益宣传的户外广告，用途不得改为商业广告。

户外广告设施未发布商业广告时，应当发布公益广告。禁止广告位裸露，影响城市景观。

第七章 户外广告照明强度规划

7.1 照明强度分区

城市中心区将形成集中、基本、控制三个层次的夜景观照明强度分布形式。

集中景观照明区，分布于城市主要的商业及政治文化中心地带，包括重点展示区、政府行政办公地、开平体育中心、人民公园、苍江健身广场、开元塔公园、长沙公园、祥龙公园、新昌公园等。该区域城市生活丰富多样，是体现各片区城市形象的标志性区域。户外广告应以体现建筑造型、建筑立面景观为目的，户外广告在城市景观中宜以从属的姿态出现，并在城市夜景中起点缀照明作用。形式上使用各种广告及灯光形式在保证交通市政灯光照明的基础上，着力打造城市夜景观，展现城市独特的特点，并应符合地区整体景观要求。户外招牌应配置夜间光源，采用 LED 灯、内透光式、光导纤维等节能环保光源，避免使用外打灯。

基本景观照明区，位于开平市中心城区主要交通道路沿线。包括开平快速干线、325 国道、开平大道、274 省道、东兴路、曙光路、新昌路、良园路等主要线路两厢，在保证道路灯光照明的同时，要着重展示城市的形象及商业氛围。

控制景观照明区，主要居住区域包括各类居住区以及学校区域。控制景观照明区首要考虑的是保证居民、学生的夜间休息，严格控制夜景观照明的数量及强度，防止光污染的产生。

以光电等形式设置的户外广告设施，开启时间不得早于上午七时三十分，关闭时间不得超过晚上十时。遇重大节日或者重要活动时，经城市管理主管部门批准可以适当调整，并向社会公布。

7.2 照度、亮度及色彩要求

户外广告照明要有合理的照度，尽量减少光污染，不同类型和规格的户外广告灯光照度应符合表 7-1 的要求：

表 7-1 户外广告和招牌灯光控制照度 单位：勒克斯

		画面面积 < 8 m ²	画面面积 ≥ 8 m ²
道路及人行道户外广告		200-400	200-600
建筑墙面 户外广告	建筑高度在 30 米以下	---	300-1000
	建筑高度在 30 米以上	---	400-1200

注：表中数值中低值用于较暗环境（照度的单位是每平方米面积的流明（Lm）数，也叫做勒克斯）。

户外广告要有合适的照度均匀度，一般照明情况下，照度均匀度应 ≥ 0.7 。

户外广告要选用合适的光源光色和显色性，使光色与亮度具有相当的比例，构筑、渲染出各种舒坦的色感环境氛围。广告不宜使用红色的灯光作为照明光源。

户外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。

户外广告最大允许亮度应符合表 7-2 的规定。

表 7-2 户外广告最大允许亮度控制表 单位：坎德拉/ m^2

广告被照面的面积 (m^2)	最大允许亮度			
	商业区	行政办公区	公共活动区	居住区
0.5	1000	400	400	100
2	800	320	320	80
10	600	240	240	60
>10	400	160	160	40

7.3 电子显示屏户外广告照明要求

电子显示屏应具备按照日照强度调节显示亮度的功能。

在商业区及其周边设置的电子显示屏，其夜间亮度值应小于 1000 坎德拉/平方米；其他地区夜间亮度值应小于 400 坎德拉/平方米；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。

7.4 灯箱广告照明要求

广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为 1.3 至 1.5，且不得大于 2。光源应采用寿命大于 8000 小时、显色指数大于 80 和发光效率大的光源。为保证足够亮度，荧光灯管之间的距离应为灯管到面板距离的 2 倍左右。灯箱广告画面亮度标准应符合表 7.3 的要求：

表 7-3 灯箱广告照明控制亮度 (坎德拉/ m^2)

亮度	灯箱安装场所
70—350	一般建（构）筑物正立面的灯箱广告
250—500	商业区建（构）筑物上的灯箱广告
450—700	低亮度地段，即暗背景的灯箱广告
700—1000	一般商业广告灯箱，加油站标牌灯箱
1000—1400	高层建（构）筑物上方和闹市区的灯箱广告
1000—1700	重要交通枢纽场所的灯箱广告

7.5 外打灯户外广告照明要求

光源应采用寿命大于 10000 小时、显色指数大于 80 和发光效率大的光源。应采用体积小、重量轻、造型优美、防腐蚀和耐候性好、灯具防护等级大于或等于 IP65 (表示产品可以完全防止粉尘进入及可用水冲洗无任何伤害) 的灯具。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,且有良好的防水装置。投光广告照明亮度标准应符合表 7.4 的要求:

表 7-4 投光广告照明控制亮度

广告牌表面反射率	推荐亮度 (坎德拉/m ²)	
	亮环境	暗环境
低 (p = 0.31)	100	50
高 (p = 0.62)	100	50

7.6 霓虹灯制作和安装要求

霓虹灯制作和安装应符合《霓虹灯(灯箱)广告工程技术标准》(试行) (NDT105-1998) 和《霓虹灯安装规范》(GB19653-2005)的规定。

7.7 光干扰控制要求

光干扰控制要求应符合表 7-5 的规定:

表 7-5 户外广告照明光干扰控制

	居住区		休闲区		行政区		商业区	
	开灯至 22 时	22 时后						
住宅窗户上的垂直照度 (勒克斯)	25	4	25	10	25	10	50	25
直接看到的发光体光强(坎德拉)	7500	1000	7500	2500	7500	2500	7500	2500

7.8 户外广告照明电路系统要求

户外广告照明电路系统必须可靠接地,其灯具的绝缘等级应大于或等于一级,并安装漏电保护装置,确保用电安全。户外广告照明电路敷设必须穿入阻燃的 PPR 管安装,PPR 管应尽量走电井或隐蔽安装,不得拉飞线。户外广告照明电路启闭控制开关应设置在便于操作并有明显标识的位置。

第八章 户外广告的设计指引

8.1 与周边景观适应、协调

设置户外广告设施和招牌应当根据开平市的城市风貌、格局和区域功能、道路特点等统一规划，整体设计，保证城市容貌的整体美观。户外广告设施的设计风格、造型、色调、数量、体量、形式、位置、朝向、高度、材质应当与区域规划功能相适应，与建筑物、构筑物风格和周边环境相协调，并符合安全要求。

8.2 提高户外广告的艺术性

随着经济的发展人们越来越重视户外广告的经济效益而忽视了户外广告自身的艺术性。户外广告是出现在“公众领地”一种媒介，它的艺术性应该具有公共性，是一种公共艺术”。户外广告的整体艺术设计不仅强调广告牌的平面设计水平如何，更应该从户外广告整个立体三维空间区考虑，包括整体的形象、材料的使用、艺术的感染力等。只有具有公共艺术的户外广告才能更好的美化环境，才会更具有感染力和亲和力，更容易被公众所接纳，达到更好的广告效应。

8.3 注重户外广告的创意

目前开平市中心城区的大部分广告相互雷同、缺乏创意，很容易让人产生视觉疲劳。这不仅达不到美化城市环境的作用，而且还会影响其经济效益。创新是创意的本质，要制作出有创意的户外广告，就必须寻求形式上、内容上、表现手法上的创新，具有与众不同的独到之处的广告才是成功的广告，正所谓“创意人人皆有，巧妙各自不同”，只有洞察消费者的内心，追求别致、新颖、独特，才能从生活中去追寻户外广告的新天地。

8.4 注意色彩的和谐

色彩是户外广告设计中的设计元素之一，图案虽然在户外广告中是一个很重要的元素，但是色彩在视觉传达中起着非常重要的作用，户外广告中色彩运用的好坏直接关系到户外广告的成败，同时户外广告不仅要考虑自身的色彩还要兼顾所处环境或城市的色彩。色彩的运用既有调和又有对比，才能产生良好的总体效果，使人产生美感。

第九章 户外广告规划控制导则

规划从设置通用规定与不同类型户外广告控制要求两个方面对控制导则进行了阐述，其中：

设置通用规定——重点对禁止设置的户外广告提出相应的设置要求，此外对临时性、公益性等户外广告内容也提出相应要求。

不同类型户外广告控制要求——主要针对不同类型的户外广告提出规定性和指导性两大控制指标要求，要求城区户外广告设置除了符合前面各章节提出的具体要求与通用规定外，还应符合相应的指标体系要求和安全性要求。

9.1 户外广告设置通用规定

9.1.1 通用要求：

凡在开平市中心城区户外广告设置专项规划范围内进行的各项户外广告设置行为，均应符合本专项规划的规划要求；并且原则上按下列要求进行设置：

(1) 符合城市规划要求和城市容貌标准，服从城市整体景观的要求，户外广告设施的设计风格、造型、色调、数量、体量、形式、位置、朝向、高度、材质应当与周围环境、建筑物协调一致；

(2) 户外广告用字应使用简体字、正楷字，禁止使用繁体字、异体字，外文字要规范，字体的高度及宽度不得超过底牌高宽的 2/3，中文在上，外文在下，中文字体大，外文字体小（国际、国内统一品牌连锁店、专卖店除外）；

(3) 配置夜景灯饰；

(4) 不对相邻单位或住户的通风、采光条件造成影响。

9.1.2 不同区位广告设置要求：

户外广告设置原则上应根据所属区块性质按下列要求设置：

(1) 商业中心区：应展示现代商业文明，以通透式霓虹灯、LED 灯等形式广告及立体广告为主，宜采用近人尺度；

(2) 对外交通道路、场站周边：着重宣传地方名优企业及特色产品，可采用喷绘、霓虹灯、LED 灯等广告形式，应突出夜间景观效果，广告尺度可适当放大；

(3) 重点街路两侧：应与周边环境协调一致，可采用喷绘广告及霓虹灯、

LED 灯等通透形式广告，在街道中部及建筑裙房以静态、暖色调为主，在路口处及高层顶部以动态、冷色调为主；

(4) 潭江两岸、大中型公共绿地和已规划绿地周边：应按规划适当控制设置，以小品灯箱广告为主，应近人尺度，形式色彩淡雅别致与周边景观相协调，并不得破坏绿地的整体景观效果。

临江、河的重要地段如行政办公、文教、医疗卫生等公共设施用地、居住小区内将严格控制户外广告的设置，特殊情况下经批准可设置少量公益性、商业性广告。规划商业区域经报批审查同意后可设置户外广告。其中：

潭江其他地段——一般控制户外广告设置，不设置大型户外广告。

禁止在住宅建筑部分设置户外广告。

9.1.3 禁止设置的规定

9.1.3.1 国家机关、重要标志性公共建筑、文物保护单位、城市纪念性建筑、文化教育设施；

9.1.3.2 规划确定的保护建筑及其控制范围内；

9.1.3.3 禁止设置影响交通安全和公共安全的户外广告

(1) 禁止利用下列交通安全设施、交通标志设置户外广告：

具体包括：交通信号设施；交通指路牌；交通标志牌；交通执勤岗设施；人行道隔离栏；车行道分离栏、分隔带、绿化隔离带；高架道路、高架轨道交通护栏（内侧）；道路、桥梁、隧道管理口（含收费口）、防撞墙；其他交通安全设施和交通标志。（见图 1、图 2）

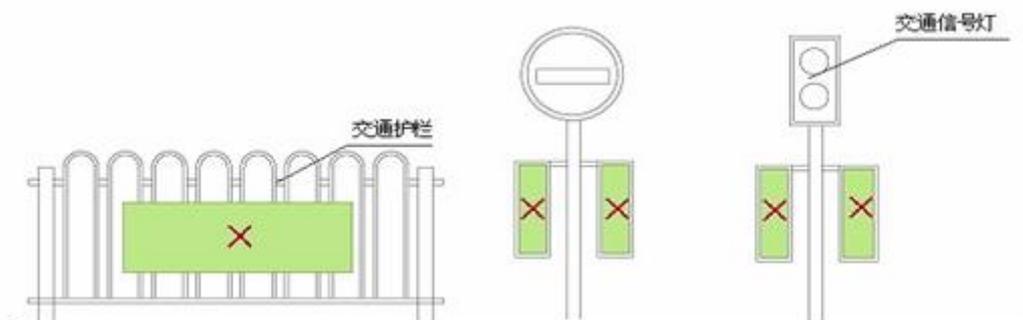


图 1

图 2

(2) 影响交通安全设施及市政设施正常使用，有下列情形之一的：

具体包括：在城市道路、公路交叉路口视距三角形范围内；地下管线，高压电力架空线安全保护范围内；交通信号设施、交通标志设施 50 米范围内，及其背景空间采用闪烁方式或辐射红、黄、绿三色的光源照明；交通安全设施周边与交通标志的形状、图形、尺寸类似的广告；除设公交候车亭外的公交站牌、轨道交通标志、路名牌、消防栓、邮筒、电话亭等设施半径 10 米范围内；人行天桥落地扶梯、过街地道、公路收费站和立交桥落地匝道等人流和车流出入口。其它影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志正常使用的情形。

(3) 跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方空间设置的；(见图 3)

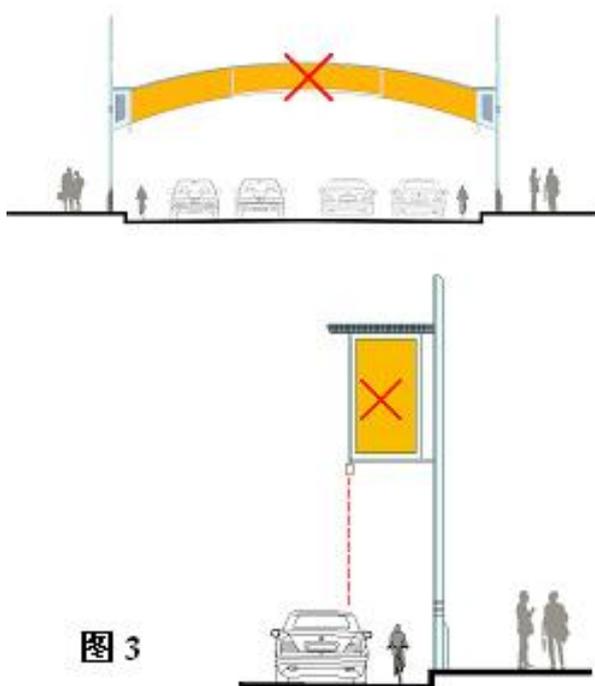


图 3

- (4) 在大量车流集散的公共建筑出入口两侧各 5 米范围内设置的独立式广告；
- (5) 在道路红线范围内的人行道上设置的大型独立式广告；
- (6) 在 10 层或 30 米以上的建筑物顶部设置的；
- (7) 在建筑外墙设置广告，影响采光通风和消防安全的；
- (8) 消防通道上空 5 米以下、宽 3.5 米以内范围内；
- (9) 在道路交叉口圆弧切线外 15 米范围内设置的；(见图 4)

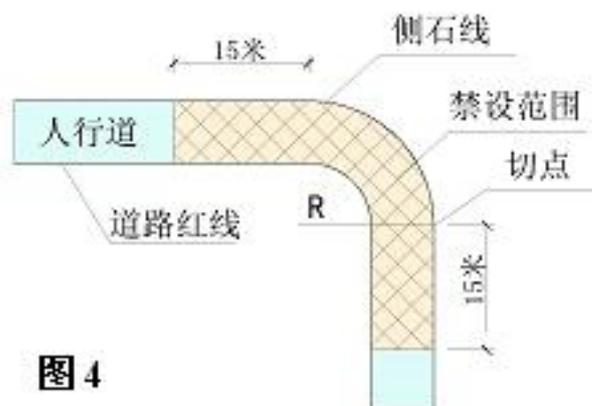


图 4

(10) 在高架道路本体（包括桥墩、桥身、桥荫绿化带）上设置的。

9.1.3.3 禁止妨碍人民正常生活的户外广告：

(1) 未取得物权所有人和相关利益人全体同意，在住宅建筑、商住建筑的住宅部分或其它具有相应功能的建筑（如企事业单位的宿舍）上设置的；

(2) 影响相邻建筑现有日照要求的。（见图 5）

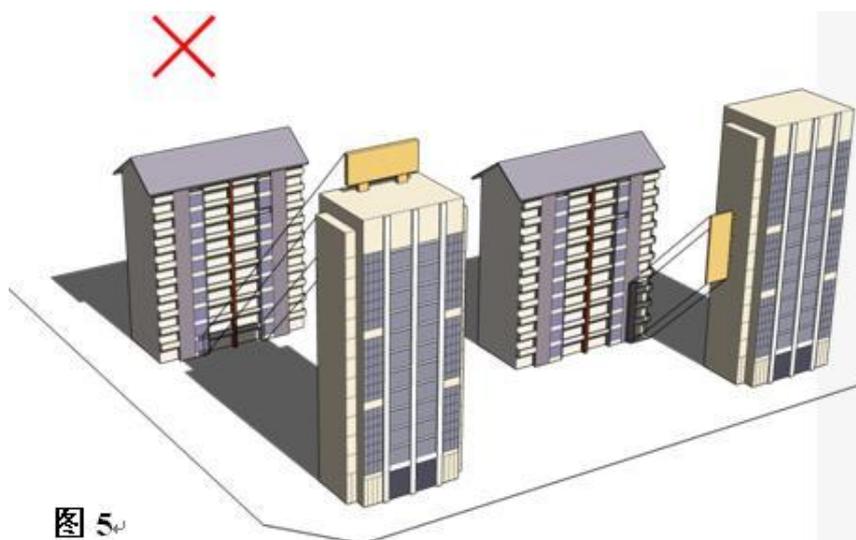


图 5

(3) 利用居住小区绿地等公共区域（含居住区围墙上）的。

(4) 在有居住功能的建筑窗间墙设置并影响居住人合法权益或正常生活的；

9.1.3.4 禁止损害市容市貌或者建筑形象的户外广告：

(1) 在沿街毗邻建筑物之间的空间设置的；

(2) 在透空围墙和护栏上设置且影响其透空功能的；（见图 6）



图 6

(3) 坡屋顶、屋顶造型独特的建筑顶部 ;(见图 7)

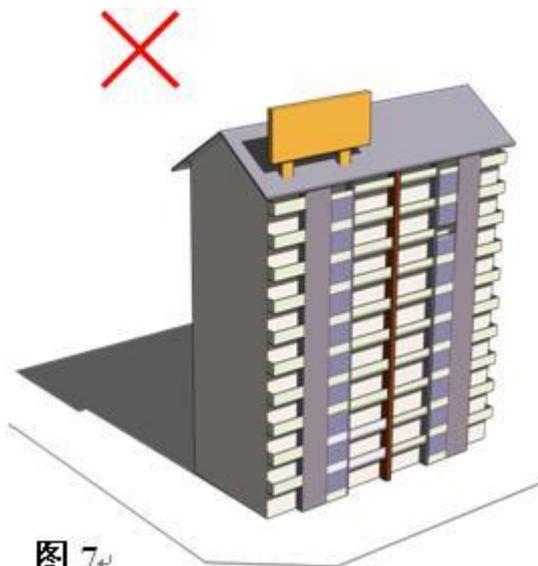


图 7

(4) 在建筑外墙遮挡窗口位置设置的 ;

(5) 在建筑外墙层与层之间窗肚墙(层与层之间纵向窗间墙)上设置的 ;

(6) 其他妨碍生产或者人民生活 , 影响无障碍设施使用及损害市容市貌或者建筑形象的。

(7) 在玻璃幕墙、高层建筑主体墙面、住宅、综合建筑住宅部分、建筑物底层落地立柱面等位置。

(8) 公交候车亭和电话亭顶部设置的。(见图 8、图 9)

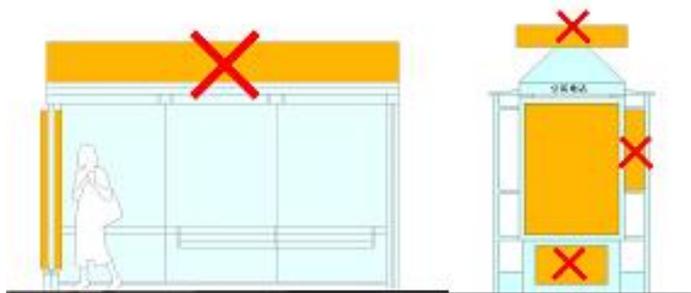


图 8

图 9

9.1.3.5 禁止利用行道树或者损毁绿地的户外广告：

- (1) 依附于行道树或者影响行道树生长的；
- (2) 影响绿化植物生长的；
- (3) 直接遮挡绿化景观的；
- (4) 其它利用行道树或者损毁绿地的情形。(见图 10)

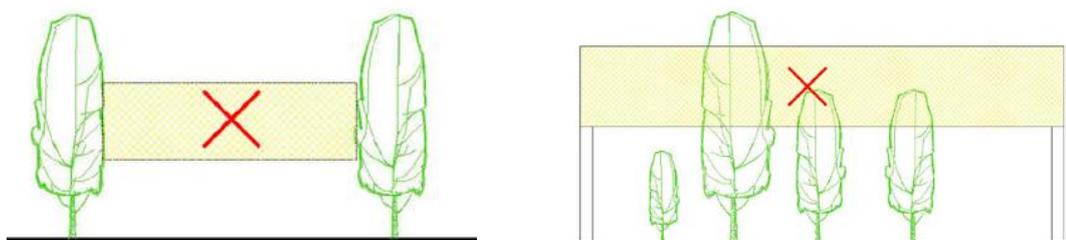


图 10

9.1.3.6 不得在下列特殊用地单位等控制地带设置户外广告：

- (1) 外事、军事机关大楼及其围墙；
- (2) 风景名胜区的建筑控制地带及市人民政府规定的保护山体和保护湖泊；
- (3) 大型城市公共广场、公园、滨江（河、湖）绿地及其绿化控制带（经允许可设置少量公益性广告）；
- (4) 良园路、潭江西路、潭江东路、沿江西路、沿江东路、光明东路、幕桥路等景观路段除了店招外不得设置其他商业广告。
- (5) 江、河堤防险地段以及开平市人民政府规定禁止设置户外广告的其他区域。

9.1.3.7 开平市中心城区除快速路、主干道两侧和重点展示区外禁止设置大型立柱高杆广告。

9.1.3.8 开平市中心城区主、次干道两侧 30 米范围内禁止发布可能产生不良影响内容的户外广告，如涉及治疗性传播疾病、性生活用品、殡葬用品或服务等方面的户外广告。

9.1.3.9 根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置路灯杆广告、屋顶广告。现状使用权期满的须全部拆除（含公益广



告);未到期的待期满后拆除。

9.1.4 允许设置的规定

9.1.4.1 道路户外广告的设置规定

(1) 宽度小于5米的人行道不得设置实物造型广告设施,实物造型广告设施的宽度不得大于人行道宽度的四分之一,基底面积不宜大于1平方米。

(2) 同一路段上设置的广告、灯箱、标牌等尺寸、高低、方向、风格应一致。沿道路设置时,宜平行布置,并尽量少占用道路横断面的宽度(规划商业街除外);

(3) 人行道上只限于公交候车亭、出租车停靠站、路名牌设置户外广告(商业步行街除外)。

9.1.4.2 建筑立面户外广告的设置规定

(1) 新建建筑立面设置户外广告,须将其设置方案连同规划建筑立面设计方案一并报相关主管部门审定,除方案中预留的广告位外,其它墙身禁止设置户外广告。

(2) 进行改造的建筑立面原则上不再增设户外广告位,如确需设置,报审时须提供立面改造设计。

(3) 建筑立面设置的户外广告不得影响建筑采光、通风、消防等正常功能的使用。

(4) 平行于建筑外墙设置的广告设施原则上只能设置在建筑物三层窗台线以下,不得在建筑主体三层以上的层与层之间的窗间墙上设置;在建筑外墙设置广告严禁破坏建筑物主体的肌理和整体造型。

9.1.4.3 临时性户外广告的设置

临时性户外广告的类别:

(1) 党政机关、社会团体、企事业单位举办大型活动时设置的与活动相关的户外广告。

(2) 重要节假日及庆典活动设置的反映节庆的户外广告。

(3) 建筑施工期间施工围墙上设置的户外广告。

(4) 房屋销售期间售楼部(临时构筑物)上设置的户外广告。

9.1.4.4 临时性户外广告的设置规定:

(1) 不得影响城市交通。



- (2) 不得影响城市公共设施的使用。
- (3) 不得影响市民安全。
- (4) 不得损害绿化植物、园林设施及影响绿化景观。
- (5) 不得在特殊用地单位等控制地带设置临时性户外广告。
- (6) 建筑施工场地施工期间所做广告只能反映与本建筑工程相关的信息或公益信息。

9.1.4.5 公益性户外广告的设置规定：

- (1) 城市交通门户、进出口道路、体育中心、会展中心、政务区、公共活动中心等可设置长期公益性户外广告。
- (2) 凡空置广告位超过 60 天，必须以公益性内容补充画面。

9.2 不同类型户外广告控制要求

9.2.1 广告类型与用地、建筑、道路兼容性的规定：

对于不同类型的广告在不同性质的城市用地、不同类别建筑、不同等级的道路中设置情况不同，详见表 9.1-9.5。

表 9-1 各类型广告与依附的建筑物兼容性表

大类	中类	小类	严格 控制 区	一般控制区				重点展示区				一般展示区			
			所有 建筑	一 类 展 示 建 筑	二 类 展 示 建 筑	三 类 展 示 建 筑	四 类 展 示 建 筑	一 类 展 示 建 筑	二 类 展 示 建 筑	三 类 展 示 建 筑	四 类 展 示 建 筑	一 类 展 示 建 筑	二 类 展 示 建 筑	三 类 展 示 建 筑	四 类 展 示 建 筑
依 附 于 建 筑 物 的 广 告	屋 顶 广 告	看板广告	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
		外灯光照明或 LED 光源广告	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	墙 面 广 告	看板广告	×	●	○	×	×	●	○	○	×	○	○	○	×
		外灯光照明或 LED 光源广告	×	●	○	×	×	●	○	×	×	●	○	×	×
		电子屏幕广告	×	×	×	×	×	●	○	×	×	○	○	×	×

注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。

表 9-2 展示建筑分类表

建筑展示级别	建筑分类
一类展示建筑	经营性商业建筑（如商场、超市、门面等）、综合建筑商业经营部分、车站、码头等
二类展示建筑	商务办公建筑（如银行、保险、酒店、电信等）、企事业办公建筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑
三类展示建筑	医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施
四类展示建筑	行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、居住建筑、地标性建筑、特殊建筑（包括军事、外事、保安、宗教、文物古迹、历史文化保护单位等建筑）

表 9-3 落地式广告与展示用地兼容性表

大类	中类	小类	严格控制区		一般控制区				重点展示区				一般展示区			
			一类展示用地	其他展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地
落地式广告	大型立柱广告	大型立柱广告	×	×	○	×	○	×	○	○	×	×	○	○	×	×
	小型独立支撑式广告	碑式广告	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○
		实物造型广告	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○
	其他独立广告		×	×	○	×	○	×	○	○	×	×	○	○	×	×

注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。

表 9-4 户外广告展示用地分类统计表

用地展示级别	用地类别
一类展示用地	商业用地 (B1) ; 商务用地 (B2) ; 体育用地 (A4) ; 区域交通设施用地 (H2) ; 道路用地 (S) ; 生产防护绿地 (G2)
二类展示用地	文化设施用地 (A2) ; 娱乐康体用地 (B3) ; 工业用地 (M) ; 仓储用地 (W) ; 市政设施用地 (U)
三类展示用地	居住用地 (R) ; 行政办公用地 (A1) ; 医疗卫生用地 (A5) ; 教育科研用地 (A3)
四类展示用地	文物古迹用地 (A7) ; 公共绿地 (G1) ; 特殊用地 (H4) ; 水域和其他用地 (E) 等

表 9-5 广告类型与道路分类兼容性表

分区	重点展示区				一般展示区				严格控制区				一般控制区			
	屋顶广告	墙面广告	落地式广告	依附市政设施的广告												
50米以上道路	×	○	○	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×	×	○	×
30~50米道路	×	○	○	×	×	○	○	×	×	×	×	×	×	×	○	×
30米以下道路	×	○	○	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×	○	○	×

注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。
 ②道路分类指道路红线范围内及两厢沿街建筑界面(一般控制两厢各100米范围内建筑立面及屋顶)。
 ③依附市政设施的广告必须严格按照《户外广告设置技术规定》执行，进行整体规划设计，报市政府审批。

9.2.2 规定性要求

9.2.2.1 道路上独立设置的广告设施：

(1) 小型立杆式广告(含双立杆式)设施：

- 立柱外缘距人行道侧石外缘不得小于 0.5 米，且立杆里缘距人行道侧石外

缘不得大于 1.0 米；

- 牌面底部离人行道地面的高度不得小于 2.5 米；
- 牌面外缘距人行道侧石不得小于 0.5 米；
- 牌面单边长度不得大于 2.0 米，厚度不得大于 0.3 米；
- 道路红线宽度大于 30 米，广告设施间距大于 30 米；道路红线宽度小于 30 米，广告设施间距大于 20 米；
- 立杆基础设施及锚固螺丝不得外露、高于人行道路面。

(2) 落地灯箱式广告设施：

- 底座和牌面外缘距人行道侧石不得小于 0.5 米，且不得大于 1.0 米；
- 底座和牌面的总高度不得大于 2.5 米，占地面积应 ≤ 1.0 平方米；
- 牌面(单面)面积不得大于 2.5 平方米，厚度不得大于 0.3 米。
- 设置广告牌的人行道宽度不小于 5 米；
- 道路红线宽度大于 30 米，广告设施间距大于 30 米；道路红线宽度小于 30 米，广告设施间距大于 20 米；
- 底座基础及锚固螺丝不得外露、高于人行道路面。

9.2.2.2 依附于市政公用设施的广告

(1) 天桥、桥墩一般不设广告。

(2) 路灯杆广告

从城市景观考虑，路灯杆不再设广告。现状仍在使用的路灯杆广告在使用期满后，进行统一拆除。

9.2.2.3 依附于建筑物的广告

(1) 墙面广告

50 米以上高层建筑主体墙面（含山墙面）禁止设置大型实体广告，重点展示区内可适当放宽到 70 米以上，允许设置霓虹灯和 LED 光源等类型广告，但不得影响建筑外观。建筑同一立面成组广告设置须规格、形式一致，集中布置；广告总面积不得大于所在墙面面积 1/3；单块广告面积不得超过 100 平方米；且不得影响建筑整体立面效果。依附建筑物的广告须征得业主同意。

A、平行于建筑物外墙广告设置要求

- 在不影响交通与消防的前提下，广告下端距地面净高不得低于 3 米，并且

不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙，左右不得突出墙面的外轮廓线；

- 不宜在建筑物的层与层之间的窗间墙上设置；

- 广告牌面突出墙面距离不得超过 0.5 米，牌面左右不得凸出墙面的外轮廓线，宽度与墙面相协调，并与相邻店招店牌一致；且不得妨碍行人安全；

- 立体浮雕型广告突出墙面部分距离不得超过 1.5 米，突出部分下沿距地面垂直距离不得低于 4.5 米；

- 广告的外沿或下沿距 10 千伏高压导线净距离不得小于 2.0 米；

- 广告的外沿或下沿距低压导线净距离不得小于 1.0 米；

- 平行于建筑外墙的广告不得超过两块；

- 骑楼立柱面及立柱间不得设置任何形式的广告，不得对骑楼的天花板进行覆盖和遮挡。

B、垂直于建筑物外墙广告设置要求

- 50 米以上高层建筑主体禁止设置垂直于外墙的广告；

- 广告的外沿距建筑物的立面不得超过 1.8 米，且不得超过临路路面宽度的 1/6，下端距地面不得低于骑楼或悬挑架空部分底沿，且距地面不得低于 4.5 米，设在有上盖的人行道上方距地面不得低于 2.8 米；

- 广告的外沿或下沿距 10 千伏高压导线净距离不得小于 2.0 米；

- 广告的外沿或下沿距低压导线净距离不得小于 1.0 米；

- 消防通道上空不得设置广告；

- 广告的上端不得超出附着墙面的上端，且距地不得高于 24 米；

- 广告高度不得超过 9 米且广告牌面宽度不得超过 1.5 米，高度与宽度比例 5:1 到 6:1 之间；广告牌面厚度不大于 0.3 米；

- 相邻广告水平间距不得小于建筑开间且最小不得少于 6 米。

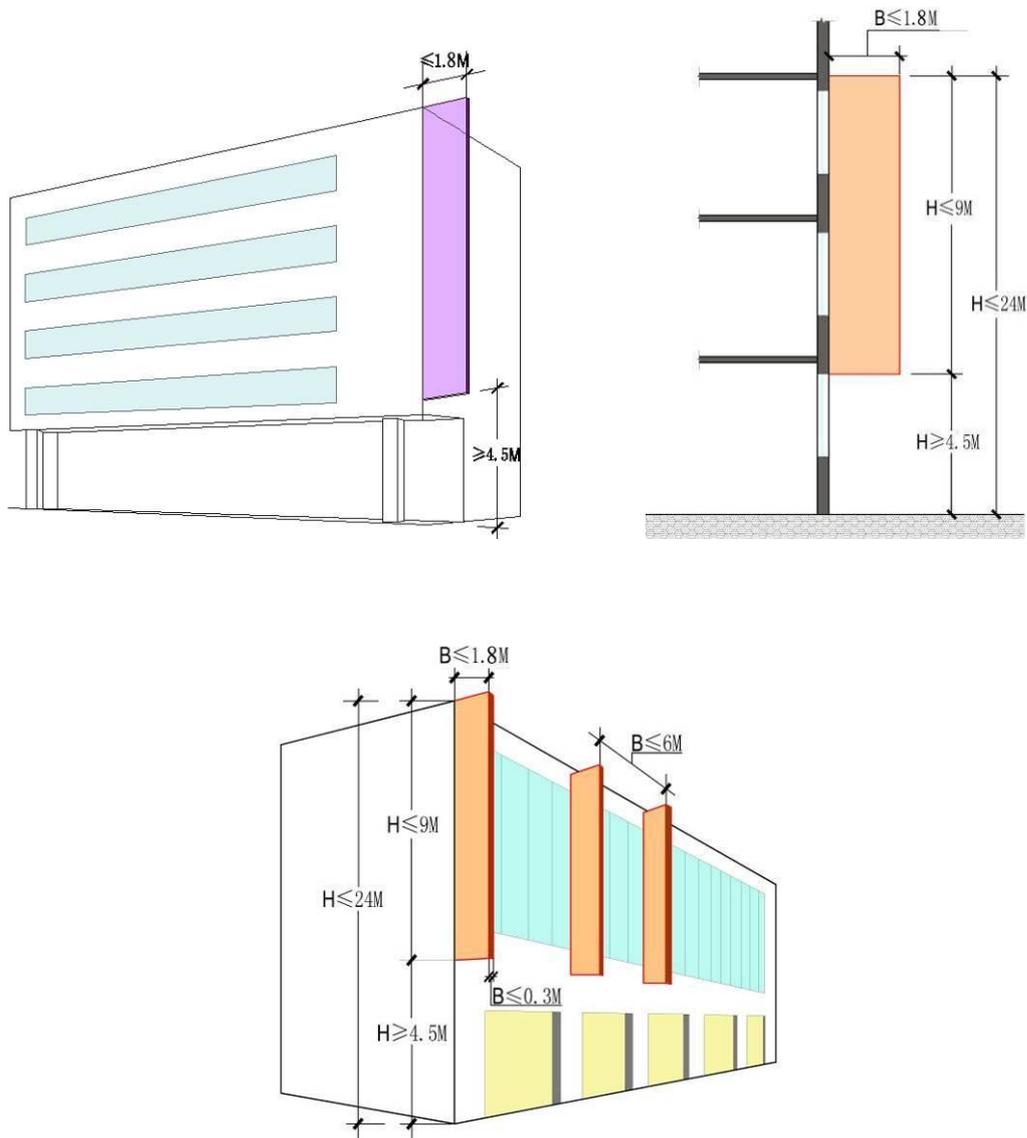


图 11 垂直于墙面的广告位置与尺寸示意图

(2) 屋顶户外广告设施设置的基本要求

根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置屋顶广告。现状使用权期满的须全部拆除（含公益广告）；未到期的待期满后拆除。

9.2.2.4 户外电子屏广告

(1) 户外电子屏广告定义

户外电子屏广告包括视频、电视屏幕、激光投影广告、LED 光源建筑媒体立

面、全息图广告和其它动画、间歇照明或序列化照明广告等。

(2) 设置要求

■户外电子显示屏（公益性除外）只允许在户外广告专项规划确定的鼓励设置区（路段）设置。

■户外电子屏广告要保证与主建筑物的建筑设计及其使用的协调，并与街景及该区域的风格相融合。

■户外电子屏广告不得对居住用地及其它各类用地中具有相应功能的建筑、公共区域或公共用地产生严重不利影响。

■高于 2.1 米的户外电子屏广告应平行于相邻道路设置。

■任何形式的激光投影广告只允许用于城市公共活动、节日与体育赛事等。

■如果电子屏广告有可能对相邻建筑产生严重不利影响的，电子屏广告禁止使用。

■户外电子屏广告严禁播放声音。

■户外电子屏广告的光污染对城市生活产生影响的禁止设置。

■在城市主干道两侧（城市广场和步行街除外）设置户外电子显示屏的，不得播放活动画面，原则上每个固定画面的播放时间 ≥ 15 秒，画面切换应采取慢转换方式。

■在商业区及其周边设置的户外电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 $1000\text{cd}/\text{m}^2$ ；在交通路口及其他地区设置的户外电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 $400\text{cd}/\text{m}^2$ ；户外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。

(3) 设置位置

■户外电子屏广告只允许在大型商业区的公共广场和大型绿地等公共空间使

用。

■户外电子屏广告必须设置于正面有不少于 50X50 米广场空间的地段,广场背面必须不影响城市景观。

■严格控制在城市支路及其以下等级的道路两侧设置任何形式的户外电子屏广告。

■电子显示屏只允许在建(构)筑物高度不超过 24 米的主体墙面设置。

9.2.2.5 大型独立式户外广告

开平市中心城区除快速路、主干道两侧和重点展示区外禁止设置大型立柱高杆广告。

(1) 表 9.1 和表 9.2 的规定:广告高度应与周边建筑布局和绿化配置相协调,单块广告牌一般最大尺寸要求为:宽度 18 米,高度 6 米,广告总高度不得大于 20 米,具体设置根据广告牌的退界、场地标高、周边环境等由设计单位具体设计,但广告牌面与道路红线的水平距离不得小于 6 米,广告牌面顶部与道路中心线标高不得大于 12 米。

表 9-6 高杆立柱广告设施牌面的最大尺寸

道路类别	广告设施牌面的最大尺寸(m)
中心城区以外主、次干路	5×15
快速路	6×18

表 9-7 高杆立柱广告设施的最小纵向间距尺寸

道路类别	广告设施牌面的最大尺寸(m)
中心城区以外次干路	350
中心城区以外主干路	700
快速路	1000

(2) 禁止设置于道路红线内;高杆中心与地块内建筑物外侧最小距离不得

小于其高度的 2 倍；高杆广告最外侧与道路红线的距离不得小于广告幅面高度，且高杆中心与道路红线的距离不得小于 15 米。

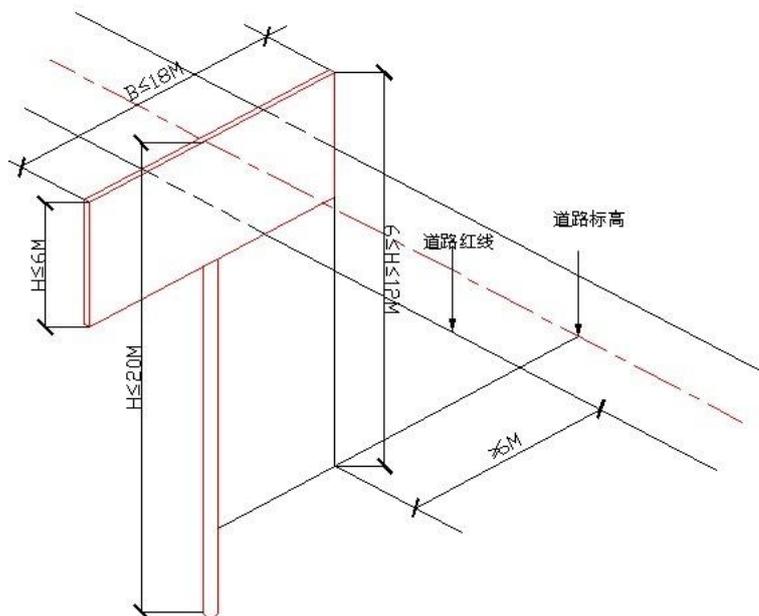


图 12 高杆立柱广告位置及尺寸示意图

(3) 沿城市道路同一路段内相互距离 1000m 以内的大型 T 型高杆户外广告牌的高度、方向（牌面垂直投影与道路夹角）、风格要一致。

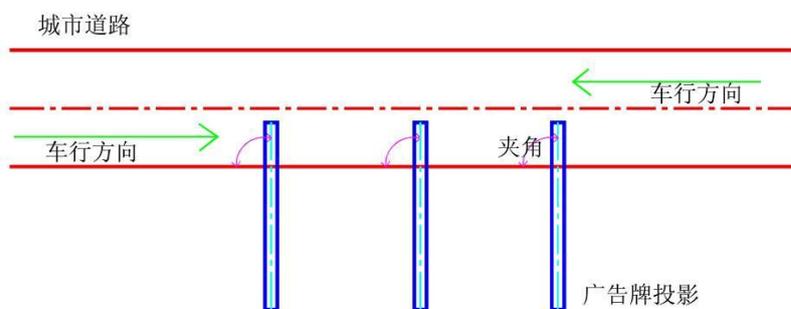


图 13 大型 T 型高杆户外广告牌相互关系示意图

(4) 道路交叉口的 T 型落地式户外广告牌（包括三面 T 型广告牌）方向要相互对称（即面向道路交叉口的一面与两条道路中心线的夹角一致），较复杂的道路交叉口的落地式户外广告牌牌面方向以就近相互协调为原则。

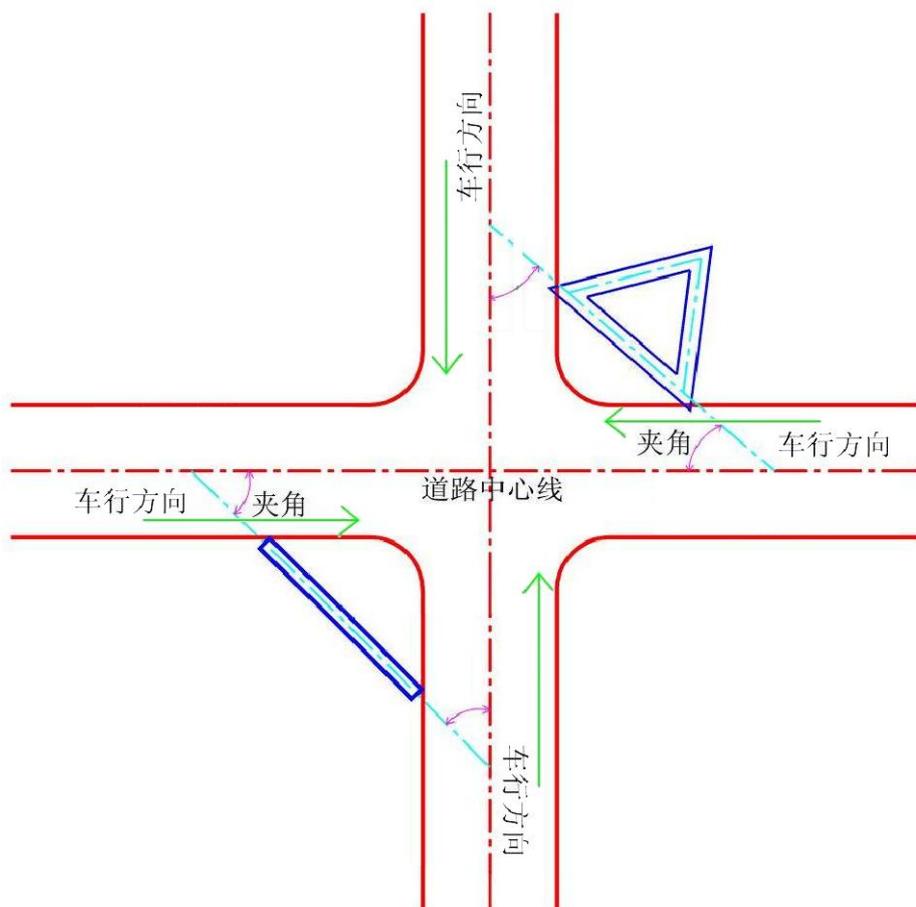


图 14 大型 T 型高杆户外广告牌与道路交叉口的位关系示意图

(5) 采用外打灯照明，亮灯时间从市区路灯点亮时起不得低于四小时；

(6) 城市快速路和高速公路两厢禁止设置带有闪光霓虹灯，电子饰品的广告；不得使用荧光涂料等反射光强的材料；霓虹灯尽量不用红、黄等鲜艳色彩，且不得影响交通视线及安全。

9.2.2.6 实物造型广告与碑式广告具体设置

(1) 小于 5 米的城市道路人行道及商业步行街、绿化带宽度不得设置实物造型广告和碑式广告；

(2) 广告总高度不得大于 2.5 米；

(3) 广告宽度不得大于 1.2 米，且在广告设置后可供行人通行的步行通道净宽度不得小于 2.5 米，不得妨碍行人通行、交通、消防安全以及公共设施的正常使用；

(4) 广告底座和牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于 0.5 米；

(5) 碑式广告牌面与水平面夹角不得小于 75 度。

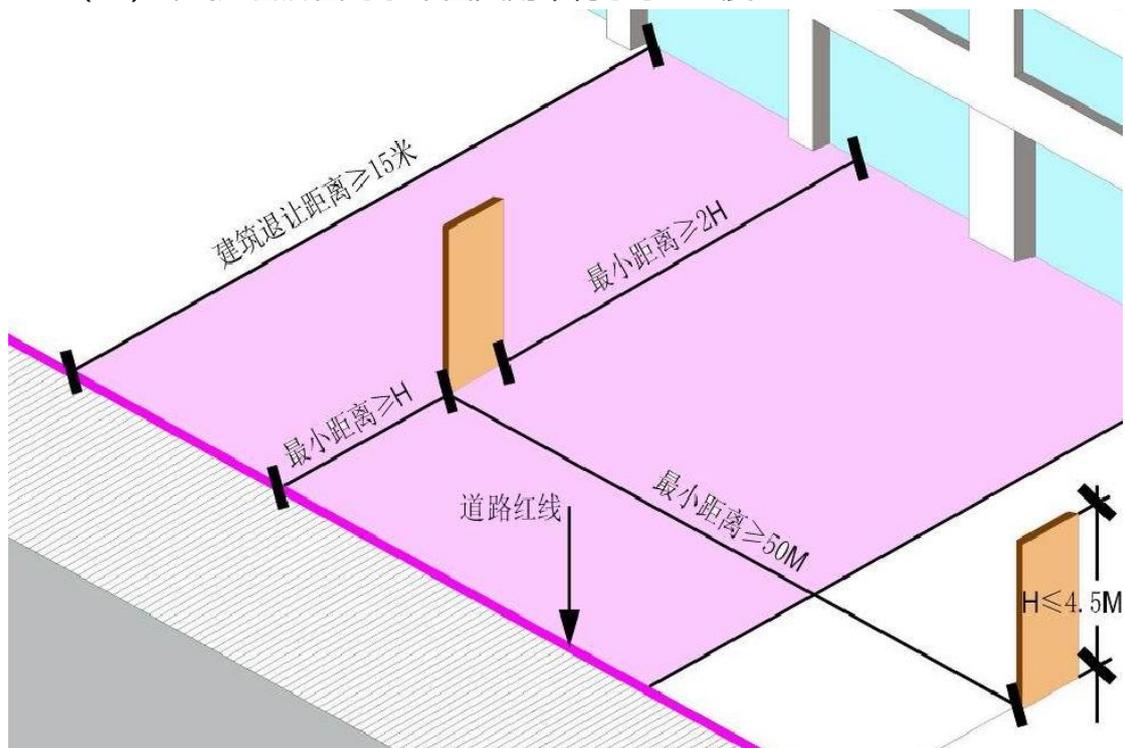


图 15 实物造型广告与碑式广告位置及尺寸示意图

9.2.2.7 指示牌的设置标准

(1) 单位的示牌原则上不允许独立设置，确需设置的，经广告审批部门审批同意，在路口处设置综合型指示牌。

(2) 指示牌应设置在人行道侧石内 0.2 至 0.5 米的范围内，街道长度小于 500 米的在其道路两头设置；长度大于 500 米的街道确需设置指示牌的，其纵向间距不小于 300 米。

(3) 指示牌规格、色彩应分类统一，形式、图案应与城市景观协调，并保持整洁、完好。

9.2.2.8 其它广告设施的设置

利用船只、码头、趸船等水上各类交通设施设置的户外广告设施：广告设施高度不得大于 3.0 米，应尽量做成通透形式，以减少对江面景观的影响，且不得用于发布商业广告。

9.2.3 指导性要求

针对广告色彩、灯光、形式、材料、风格五个方面，规划提出五项指导性控

制指标体系，即户外广告设置的景观美化要求。

(1) 广告色彩：

色彩控制原则——原则上不同的分区有各自的基本色，以强化分区特色及景观个性。

分区基本色控制——规划商业区以淡暖色系为基本色，强化商业氛围；市河沿线、城市新区、汽车站等，宜采用与周围建筑色彩一致的基本色，以淡冷色调为主。

广告板面色彩控制——大幅面广告宜采用与周围环境相一致的色系，小幅面广告采用与周围环境互补色系。

(2) 广告灯光：

用灯原则——广告灯光既要使宣传内容醒目吸引人，又要符合城市夜景灯光规划的统一要求，不能破坏城市夜景总体效果。要求采用节能产品，节约能源。

光色及灯光形式控制——以商业为主的区域宜采用有动感的灯光，如闪烁霓虹灯，变换色彩及明暗的灯箱广告，总体以暖色调为主；公共游憩空间宜采用低照度冷色调灯光；居住区周围不能采用闪烁灯光广告；道路交叉口周围区域不得采用闪烁及高亮度红、黄、绿色灯光，避免干扰交通信号可视性。

照度控制——广告灯光应有合适的照度均匀度，一般照明情况下，照度均匀度应 ≥ 0.7 。灯箱广告照明广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为 1.3 - 1.5 且不得大于 2。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。

(3) 广告形式：

鼓励使用科技含量高、信息量大的广告形式，如电子屏、滚动式灯箱广告。在布局上，同一区域同一种形式的广告在外观上应相对统一，避免杂乱。商业密集区以灯箱广告、实物造型广告、霓虹灯广告等形式为主；城市道路以序列布置广告牌、灯箱广告为主，城市出入口以布置大型立杆式广告为主；公园绿地以布置小型灯箱广告为主。

(4) 广告材料：

要求广告用材结构牢固，符合安全要求；方便施工，经济合理；鼓励采用可再生材料，符合环保；材质外观符合审美要求，符合设计创意要求。



(5) 广告造型及风格：

广告外观造型要富有文化特质，个体设计应力求多样化和与众不同。既要做到引人瞩目，又要与周围环境融为一体。既要在整体上突出开平地方特色，又要使城市的不同区域形成各具个性的广告基本风格。传统街区及周围广告外观设计应多吸收地方传统建筑语言符号，形式上与周围建筑协调；商业区宜较多采用流行风格的广告形式；城市新区、开发区宜采用形式抽象简洁，造型新颖的广告。



第十章 户外广告设置技术要求

10.1 安全责任主体

广告设施的安全质量由广告设施设置申请人负责。

10.2 设计施工要求

10.2.1 广告设施应由具备建筑结构设计资质的单位进行设计,施工图纸应盖有设计出图章,并应由具备建筑、安装施工资质的企业按图制作安装施工,施工还应实行监理;

10.2.2 设置的广告设施,其荷载应按相关规定执行,基本风压应按 $0.5\text{kN}/\text{M}^2$ 执行,考虑高度系数;

10.2.3 设置广告设施应根据其所处环境,采取适当的防雷措施,应按《建筑物防雷设计规范》(GB50057-94)规定执行;

10.2.4 广告设施用电应为低压配电,一般采用三相五线制供电,必须确保接地和安全,应按民用建筑设计 JGJ/T16-92 规定执行。

10.3 安全检测要求

10.3.1 户外广告设施安全检测必须由已取得所有户外广告设施各分项检测项目质量认证的专业检测单位进行,检测人员必须具有相应检测项目职业资格证及登高架设作业证;

10.3.2 设置期内的户外广告设施产权单位必须每年向有关专业检测单位申报检测;

10.3.3 检测的时效:自户外广告设施正式起用(或循环检测周期的检测合格日)起计算;

10.3.4 经检测鉴定符合结构技术及安全标准的户外广告设施,方可转入下一循环的使用;

10.3.5 经安全检测不合格的户外广告设施,责令限期整改,整改后再向检测机构申请复检;

10.3.6 户外广告设施安全检测应包括:

(1) 根据原结构图纸及现场测试的实际结构尺寸,使用非线性有限元软件进行结构的强度、刚度及稳定性验算复核;

(2) 钢结构现场检测：整体垂直度，几何尺寸（迎风面积），钢材强度，钢材截面厚度，防腐层厚度，焊缝质量，螺钉（铆钉），连接螺栓（植筋），钢材锈蚀程度；

(3) 基础现场检测：基础配筋布置情况，地锚螺栓，基础混凝土强度，墙面、屋顶结构强度；

(4) 电气现场检测：配电箱，灯具，导线连接安全性，防雷接地。

10.4 户外广告设施突击性维护检修

10.4.1 在大风季节，应对户外广告设施钢结构进行突击检修和维护保养，重点是结构强度、刚度和结构节点、连接焊缝、螺栓、地脚螺栓（锚栓）；

10.4.2 在大风季节，应对户外广告设施钢结构面板连接的牢固程度进行检修保养和加固处理，尤其是面板的螺钉（包括铆钉），材料的风化、锈蚀程度；薄膜结构的广告画面，应对其牢固度、风化、老化程度进行检修和加固，钢绳的绑扎应牢固可靠；

10.4.3 在大风雷雨季节和梅雨季节，应检查避雷设施和电器安全保险设置，保证安全、正常使用。

10.5 户外广告设施安全性强制要求

10.5.1 户外广告钢结构设计、制作、维护应符合《户外广告设施钢结构技术规程》（中国工程建设标准化协会标 CECS 148:2003），同时符合机械加工、电器安装、印刷美术等质量标准。

10.5.2 广告牌距 10 千伏高压导线垂直净距不得小于 2.2 米，水平净距不得小于 2 米。

10.5.3 广告牌距低压导线或电话线净距不得小于 0.5 米。

10.5.4 广告照明系统应可靠接地，灯具的绝缘等级大于或等于 I 级。对人体易接触到灯箱广告照明系统的供电回路应装设漏电电流动作保护，其漏电动作电流值在正常环境条件下为 30mA，在潮湿环境恶劣场所为 10mA。位置较高的大型外打灯广告构架与防雷装置的连接点不应少于两处；从配电盘引出的电线应穿钢管保护，钢管的一端与配电盘可导电部分相连，另一端与就近的防雷装置相连，钢管因连接设备而在中间断开时应设跨接线；在配电盘内，应在开关的电源侧与外露可导电部分之间装设过电压保护器。



10.5.5 设置在市区车行道上的户外广告,其设施底部距地面高度不得低于 5.5 米。

10.5.6 市区内街道的消防通道距地面 4.5 米高度以内不得设置户外广告。所有的广告设施的设置必须符合国家有关的消防规范要求。

10.5.7 广告牌支架和箍夹宜采用不锈钢材质,并具有足够的强度。若采用易锈材料如铁质材料制作的,必须做好涂层防锈措施。

10.5.8 在高层建筑楼顶设置广告必须全面达标,符合风荷载和屋面承载力技术指标,满足抗震构造要求。需由技术部门做安全鉴定报告,确保设置安全。高层(高度介于 50-100m 之间)建筑物原则上不得设置广告,但重点展示区可适当放宽到 70 米高度。



第十一章 户外广告设置分期规划及实施建议

11.1 分期实施规划

根据城市土地开发情况，坚持可持续发展的原则，应结合城市建设进度规定设置年限。对于新开发的户外广告牌，在城市面貌发生巨大改变时，应结合本规划进行规划修编。

在近期建设规划的基础上，针对开平市新时期的城市定位、城市经济、产业、文化发展策略以及户外广告市场的发展情况等因素，规划确定开平市中心城区户外广告近期主要以整治改造为主，逐步拆除违章违规广告、更新陈旧或破损的广告、新建广告鼓励采用高科技、信息量大的广告形式。同期结合城市重点地段、节点、临滨水地段的商业服务业设施用地以及主要商业道路等依据其在城市中的地位作用的基础上，编制规划制定具体对应的户外广告设置与整治方案，并具体明确广告设施的位置、数量、以及尺寸和设计风格意向。

11.2 户外广告设置管理要求

按照《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》，对户外广告设置管理提出以下要求：

11.2.1 利用公共资源设置户外广告设施的，其设置权按照国有资产管理相关法律法规确定。

11.2.2 设置大型户外广告设施应当依法征得城市管理主管部门同意后，按照有关规定办理审批手续。申请设置大型户外广告设施，应当提交以下材料：

- (一) 申请设置表；
- (二) 营业执照或者其他证明申请人主体资格的有效文件；
- (三) 设施设置场地等载体使用权的证明文件；
- (四) 设施位置四置图、设施设置依托的建筑物原貌图和设施设置电脑合成彩色效果图（日间及夜间）；
- (五) 法律、法规规定的其他材料。

11.2.3 城市管理主管部门应当对大型户外广告设施设置申请人提交的申请材料进行书面审查；对符合户外广告设施设置专项规划拟同意申请的，应当在部门网站和办公场所公示十五日；发现该事项直接关系他人重大利益的，应当告知

利害关系人。申请人、利害关系人有权进行陈述和申辩。城市管理主管部门应当听取申请人、利害关系人的意见；对没有异议或者异议不成立的，应当依法作出准予同意的书面决定。

城市管理主管部门作出准予同意的书面决定应当载明大型户外广告设施设置的申请人名称、设置期限、审批机关、审批日期、批准编号以及户外广告设施设置专项规划的相关要求。

设置人应当按照城市管理主管部门准予同意的书面决定的要求设置大型户外广告设施。

11.2.4 大型户外广告设施设置期限：

- (一) 立柱式户外广告设施为五年；
- (二) 电子显示装置户外广告设施为五年；
- (三) 建筑物楼顶及外立面户外广告设施为三年；
- (四) 其他类型户外广告设施为一年。

大型户外广告设施设置期限不得超过设置人使用户外广告设施载体的期限。

大型户外广告设施设置期满需要续期的，应当在设置期限届满三十日前，向城市管理主管部门申请办理续期手续，每次续期不得超过一年，累计续期不得超过两次。

设置期限届满未续期的，大型户外广告设施设置人应当自设置期限届满后十日内拆除户外广告设施。

11.2.5 设置非大型户外广告设施应当符合户外广告设施设置专项规划的要求，并在非大型户外广告设施竣工之日起十日内，将设施具体位置、设置效果图以及设施设置人及其联系方式等事项报告城市管理主管部门。城市管理主管部门应当对符合户外广告设施设置专项规划且权属清晰的非大型户外广告设施及时予以登记。

11.2.6 设置大型户外广告设施应当在规定位置标明规划点位编号、设施设置人及其联系方式等辨别标识。

设置非大型户外广告设施应当在规定位置标明设施设置人及其联系方式等辨别标识。

11.2.7 依法设置的户外广告设施，任何单位和个人不得非法占用、拆除、

涂改和损坏。

11.2.8 转让户外广告设施的，转让人与受让人应当共同到属地城市管理主管部门办理户外广告设施设置变更登记。

11.2.9 户外公益广告设施，统一由本级人民政府确定的管理单位发布公益广告，不得发布商业广告。

11.2.10 户外商业广告设施设置人应当按照有关法律、法规和规章的规定，在户外商业广告设施上发布一定数量的公益广告。

11.2.11 户外商业广告设施空置超过十五日的，设置人应当对全屏予以装饰。鼓励设置人在户外商业广告设施空置期发布公益广告。发布公益广告的，经向户外广告设施管理主管部门报请登记，可以计入本条例第二十三条规定的数量。

11.2.12 因举办文化、旅游、体育、展览或者重大节日庆典等活动需设置临时性户外广告设施的，举办人应当在活动举办七日前向县级城市管理主管部门提出申请。县级城市管理主管部门应当自收到临时性户外广告设施设置申请之日起三个工作日内办理并答复申请人。

11.2.13 设置临时性户外广告设施，应当符合城市容貌标准和安全要求，与建筑物、构筑物及树木、架空电线等保持安全距离，保持设施牢固安全。

11.2.14 临时性户外广告设施设置期限不得超过十日；大型活动可以申请延期，延期不得超过两次，每次不得超过五日。设置人应当在设置期满后三日内拆除临时性户外广告设施并恢复原状。

11.2.15 户外广告设施或者招牌设置人是户外广告设施或者招牌的维护管理责任人，应当加强日常维护管理，保持户外广告设施或者招牌的安全、整洁、完好、美观。

11.2.16 户外广告出现画面污损、褪色、字体残缺或者设施破损等影响市容市貌情形的，应当及时维修、更新，经维修不能排除安全隐患的，应当及时拆除。

11.2.17 招牌设置人应当保持招牌的清洁、美观、完好，并确保其牢固、安全。招牌污渍明显、缺笔少划、残旧破损的，设置人应当及时修复、更换。



11.3 规划实施建议

为推动户外广告设置规划的实施，本规划提出以下实施建议：

11.3.1 实施应遵循《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》，在其要求下进行合法经营。

11.3.2 实施过程中注重户外广告的表现形式，重点项目要与城市设计相结合，使其与市容浑然一体，使市民能非常自然地接受。

11.3.3 通过规划科学合理的布局户外广告，并成立专门的城市户外广告经营和管理机制。



第十二章 附则

12.1 术语释义

户外广告：指在户外独立或借助建（构）筑物设置的、向公众显示商业、服务信息的商业性广告，宣传及教育的公益广告，以及各类商业设施店招（但不包括利用交通工具、气球及以其它形式在户外设置、绘制、悬挂、张贴的移动广告）。

落地式广告设施：指从地面而起以单个或多个柱体支撑、排架支撑（即立柱式、排架式）的广告看板、灯箱、显示屏（牌）、霓虹灯或其它造型广告以及指示牌。主要包括三类：大型立柱式广告、实物造型广告、碑式广告。

附着式广告设施：指附着于建（构）筑物及公共设施和交通工具设置的广告看板、灯箱、显示屏（牌）、霓虹灯或其它造型广告及指示牌。

屋顶广告：指任何设置在建筑屋顶或女儿墙上，或由建筑屋顶延伸出的立柱或其它支撑结构支撑的高度超出建筑屋顶平面 30 厘米的广告，包括喷绘看板、滚动看板、霓虹灯、灯箱、LED 光源等多种类型。

墙面广告：指平行或垂直建筑外墙的广告，包括喷绘看板、滚动看板、霓虹灯、灯箱、LED 光源、投影、电子屏幕等多种型。

平行于建筑物外墙广告：指通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上，且与外墙平行的广告。

垂直于建筑物外墙广告：指通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上，且与外墙垂直的广告。

大型立柱式广告：指利用地面为载体，通过独立支撑柱固定广告牌发布广告信息的大型户外空间广告，一般有两面或三面形式，也有圆柱形式，面积一般大于 50 平方米（含 50 平方米）。

实物造型广告：指利用固定支架，以地面为载体，以需要表达的广告内容塑造独特造型的户外广告；

碑式广告：指设置于道路或其他开敞区域的，进行宣传或推介的户外广告，一般一块立碑上可设置多块广告，多辅以灯箱或霓虹灯等照明设施。

依附市政公用设施设置的户外广告：主要指依附于道路桥梁的户外广告，如依附于天桥、桥墩、道路灯柱等的户外广告。

临时广告：主要指对施工场地进行遮挡或对破败环境进行遮挡的户外广告，一旦施工或清理完毕即行实施拆除。

门式构架型广告：主要指横跨道路的龙门架广告。

依附广告建筑物分类：按照依附建筑物的使用用途，建筑物可以分为四类：

一类建筑：经营性商业建筑（如商场、超市、门面等）、综合建筑商业经营部分、车站、码头等；

二类建筑：商务办公建筑（如银行、保险、酒店、电信等）、企事业办公建筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑；

三类建筑：医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施；

四类建筑：行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、居住建筑、地标性建筑、特殊建筑（包括军事、外事、保安、宗教、文物古迹、历史文化保护单位等建筑）。

户外广告重点展示区：指商业功能与行为密集的区域，主要包括城市的商业中心、次中心、码头、车站地区、商业步行街、市场区等区域。

户外广告严格控制区：指城市风貌特色相对明显或居住功能相对集中的区域。主要包括城市的新建住宅区以及文教、医疗卫生等公共设施用地。

户外广告禁止设置区：主要指重要的城市公园、生态绿地、政府机关、军事机关、历史文化保护单位等场所的区域范围。

户外广告一般控制区：指户外广告潜力相对不大，户外广告分布较少的区域，主要包括开平市中心城区内除去重点展示区、严格控制区、禁止设置区以外的区域。

12.2 尺寸、面积规定与释义

户外广告的高度（H）：包括牌面高度与附属设施高度两种。本标准如无特殊说明，一般广告高度指广告牌面的高度。

户外广告的净空高度（h）：可分为两种情况，当属于依附于建筑的户外广告时，其净空高度为牌面及其附属设施下沿到其支撑结构所处地面或屋面的最小距离；当属于独立式户外广告时，其净空高度是指广告牌面下沿到其支撑结构所处地面的最小距离。

户外广告宽度 (W): 是指落地式户外广告牌面和其附属设施在水平方向的最大距离。

户外广告牌面厚度 (B): 是指户外广告牌面在垂直于广告牌面方向上的最大距离。

户外广告牌面与建筑外立面的距离 (d): 是指户外广告与建筑外立面在水平方向的最小距离。

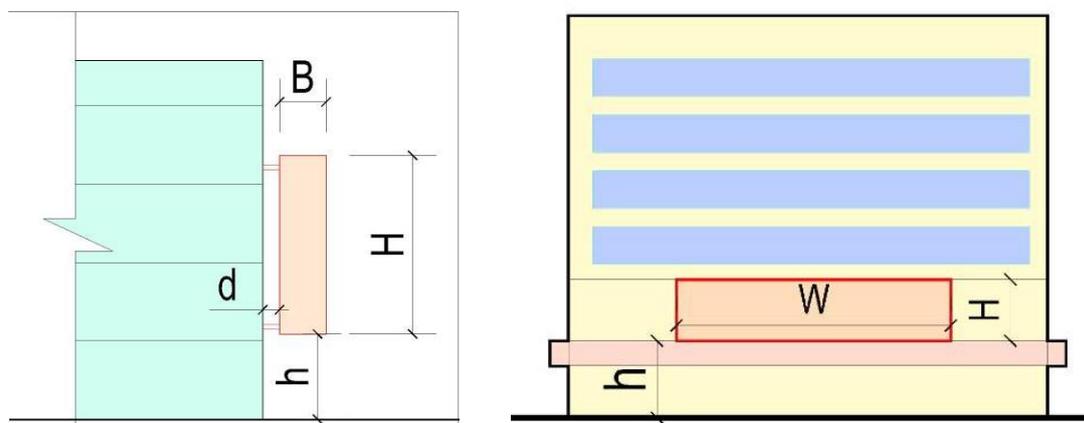
户外广告与道路路幅边线的距离 (D): 是指户外广告与道路路幅边线在水平方向的最小距离。

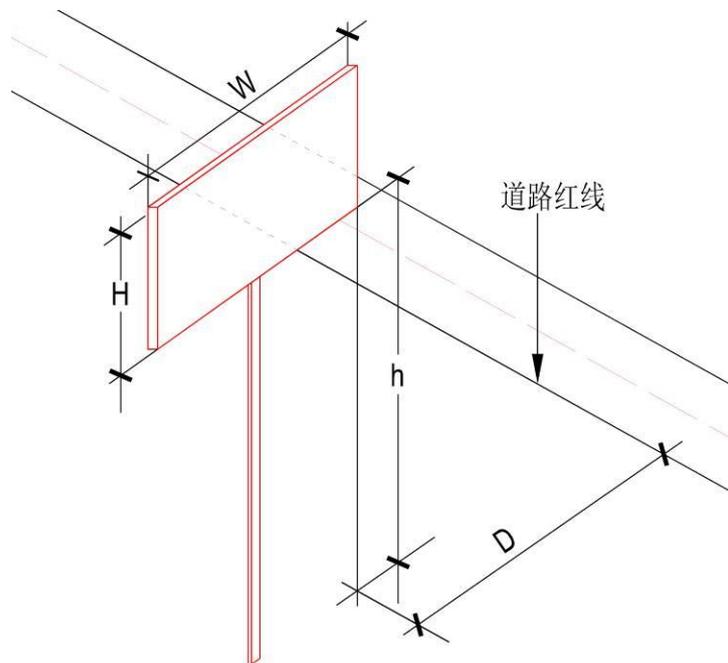
规则形状的户外广告面积 : 矩形牌面的户外广告, 使用数学公式来计算其面积; 非矩形牌面的户外广告, 包括圆形、椭圆形、三角形、平行四边形, 皆按照能围合该图形的最小矩形的面积来计算该广告面积。

不规则形状的户外广告面积 : 外边缘为直边 (少于或等于 8 边) 的不规则形状的户外广告的面积, 其面积按照其直边围合的图形面积计算, 而外边缘为曲线或外边缘边数大于 8 的直边围合的不规则形户外广告, 其面积按照能围合该不规则图形的最小矩形的面积计算。

大型户外广告牌指面积 50 平方米 (含 50 平方米) 以上广告牌, 较大型悬挂外飘式广告灯箱指单面面积 3 平方米 (含 3 平方米) 以上广告灯箱。(《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》)

广告尺寸释义 :





12.3 用词说明

- 1、执行本指引条文时，对于要求严格的用词说明如下，以便执行中区别对待。
- 2、表示很严格，非这样做不可的用词：正面词采用“必须”；反面词采用“严禁”。
- 3、表示严格，在正常情况下均应这样做的用词：正面词采用“应”；反面词采用“不应”或“不得”。
- 4、表示允许稍有选择，在条件许可时首先这样做的用词：正面词采用“宜”或“可”；反面词采用“不宜”。
- 5、条文中指明应按其它有关标准、规范执行的写法为“应按.....执行”或“应符合.....要求或规定”，非必须按所指定的标准和规范执行的写法为“可参照.....执行”。
- 6、条文中下列用词分别表示为以下关系：“不得小于”表示“应大于或等于”；“不得低于”表示“应高于或等于”；“不得大于”表示“应小于或等于”；“不得超过”表示“应小（低）于或等于”；“不得高于”表示“应低于或等于”。

12.4 广告制作相关技术规范

注：户外广告牌的制作内容比较广泛，根据不同类型的广告牌，其制作和材料规范包括：

- GB/T70—1988 碳素结构钢；
- GB/T1228—1991 钢结构用高强度大六角头螺栓；
- GB/T1229—1991 钢结构用高强度大六角螺母；
- GB/T1230—1991 钢结构用高强度垫圈；
- GB/T1231—1991 钢结构用高强度大六角头螺栓、大六角螺母、垫圈技术；
- GB/T1591—1995 低合金高强度结构钢；
- GB/T3632—1995 钢结构用扭剪型高强度螺栓连接副；
- GB/T3633—1995 钢结构用扭剪型高强度螺栓连接副 技术条件；
- GB/T5117—1995 碳钢焊条；
- GB/T5118—1995 低合金钢焊条；
- GB/T5780—2000 六角头螺栓 C 级；
- GB/T5782—2000 六角头螺栓；
- GB/T14957—1994 熔化焊用钢丝；
- GB50007—2002 建筑地基基础设计规范；
- GB50009—2001 建筑结构荷载规范；
- GB50010—2002 混凝土结构设计规范；
- GB50011—2001 建筑抗震设计规范；
- GB50017—2003 钢结构设计规范；
- GB50018—2002 冷弯薄壁型钢结构技术规范；
- GB50057—1994 建筑物防雷设计规范；
- GB50204—2002 混凝土结构工程施工质量验收规范；
- GB50205—2002 钢结构工程施工质量验收规范；
- GB/T50328—2001 建设工程文件归档整理规范；
- GBJ16—1987 建筑设计防火规范（附条文说明）（2001 年版）；
- GBJ107—1987 混凝土强度检验评定标准；
- GBJ135—1990 高耸结构设计规范；



- JGJ94—1994 建筑桩基技术规范；
- CECS28—1990 钢管混凝土结构设计与施工规程。



第二部分 技术图纸

图纸目录

- 1 路灯广告及大型排式广告现状分布图
- 2 立柱式广告及电子屏广告现状分布图
- 3 规划结构分析图
- 4 分区控制规划图
- 5 重点展示区规划图
- 6 一般展示区规划图
- 7 一般控制区规划图
- 8 严格控制区规划图
- 9 严禁设置区规划图
- 10 立杆式广告规划图
- 11 电子屏广告规划图
- 12 公益广告设置规划图
- 13 重要广告节点整治规划图



沈海高速翠山湖出入口



长沙汽车站西侧地块



325国道会展中心（水暖卫浴交易）

区域位置图



说明

规划从整体分析主城区的主要门户节点及展示窗口，选取沈海高速翠山湖出入口、长沙汽车站西侧地块、325国道会展中心（水暖卫浴交易）作为开平市的公益广告重要载体。

1、沈海高速翠山湖出入口

现状：该节点是进入开平城区的重要通道，现状为4个排式的广告，内容为商业、公益各占一半。

规划：考虑该节点的门户重要性，结合文明城市建设、开平城市特色宣传等内容，对该节点进行重新策划整治为3个广告。

2、长沙汽车站西侧地块

现状：该节点位于长沙汽车站西侧，是325国道、274省道和幕沙路的交汇点，该处人流、车流密集，是展现开平城市文化特色的重要窗口。

规划：规划将对该广告位进行整治设计，赋予开平碉楼文化特色，既作为公益广告的载体，也作为景观特色小品。

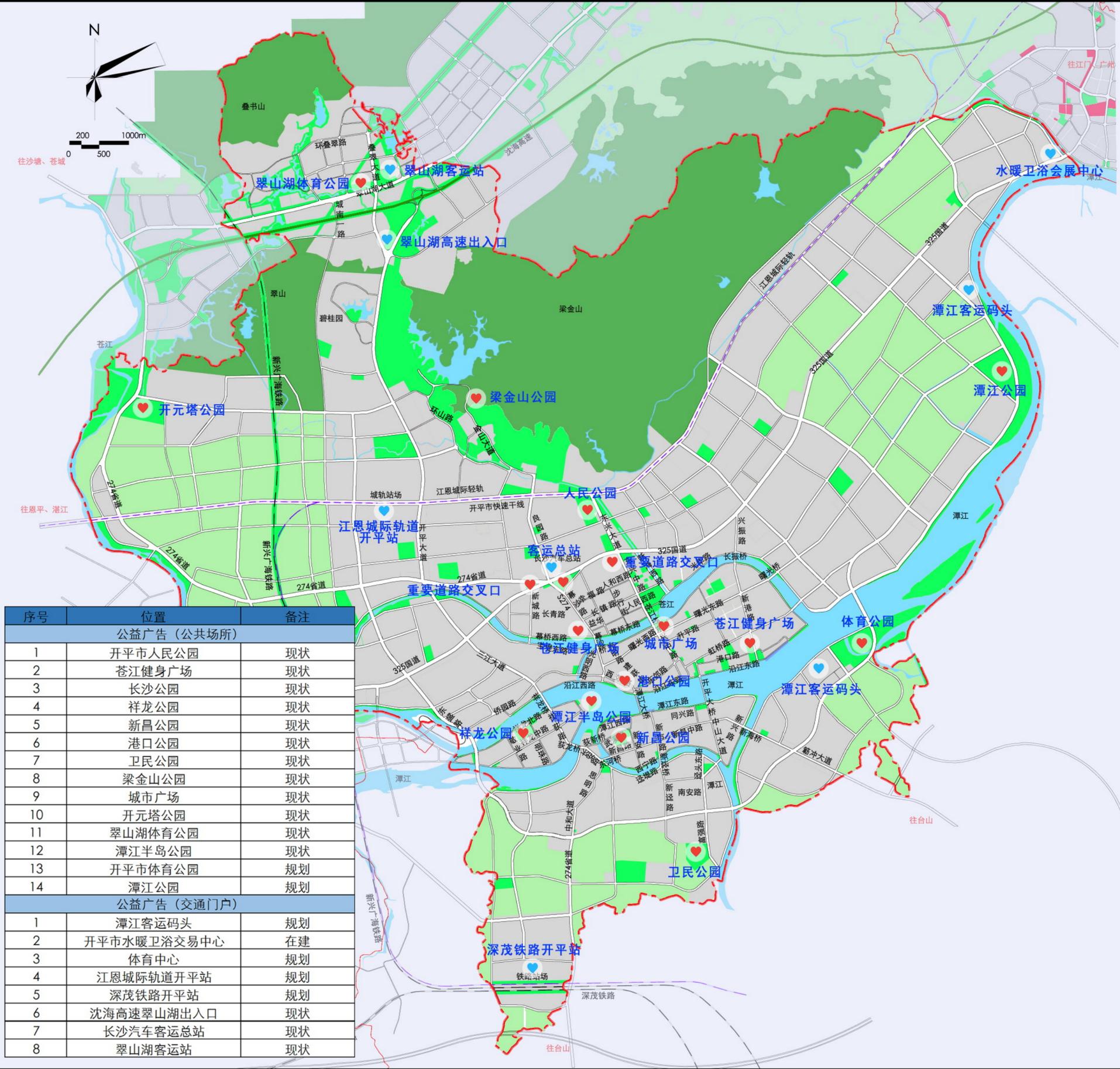
3、325国道会展中心（水暖卫浴交易）

现状：该节点是325国道进入开平城区的门户节点，现状为立杆式的商业广告位置，同时也是会展中心的门户位置。

规划：规划将对该广告为纳入固定立杆公益广告，重点宣传开平特色产业、城市文化、旅游品牌等内容。

开平市中心城区户外广告设置项目

12公益广告设置规划图



图例

- 规划范围
- 高速公路
- 道路
- 公益广告主要分布点 (交通门户)
- 公益广告主要分布点 (公共场所)
- 铁路干线
- 城际轨道
- 山体
- 水域
- 严格控制区
- 禁止设置区

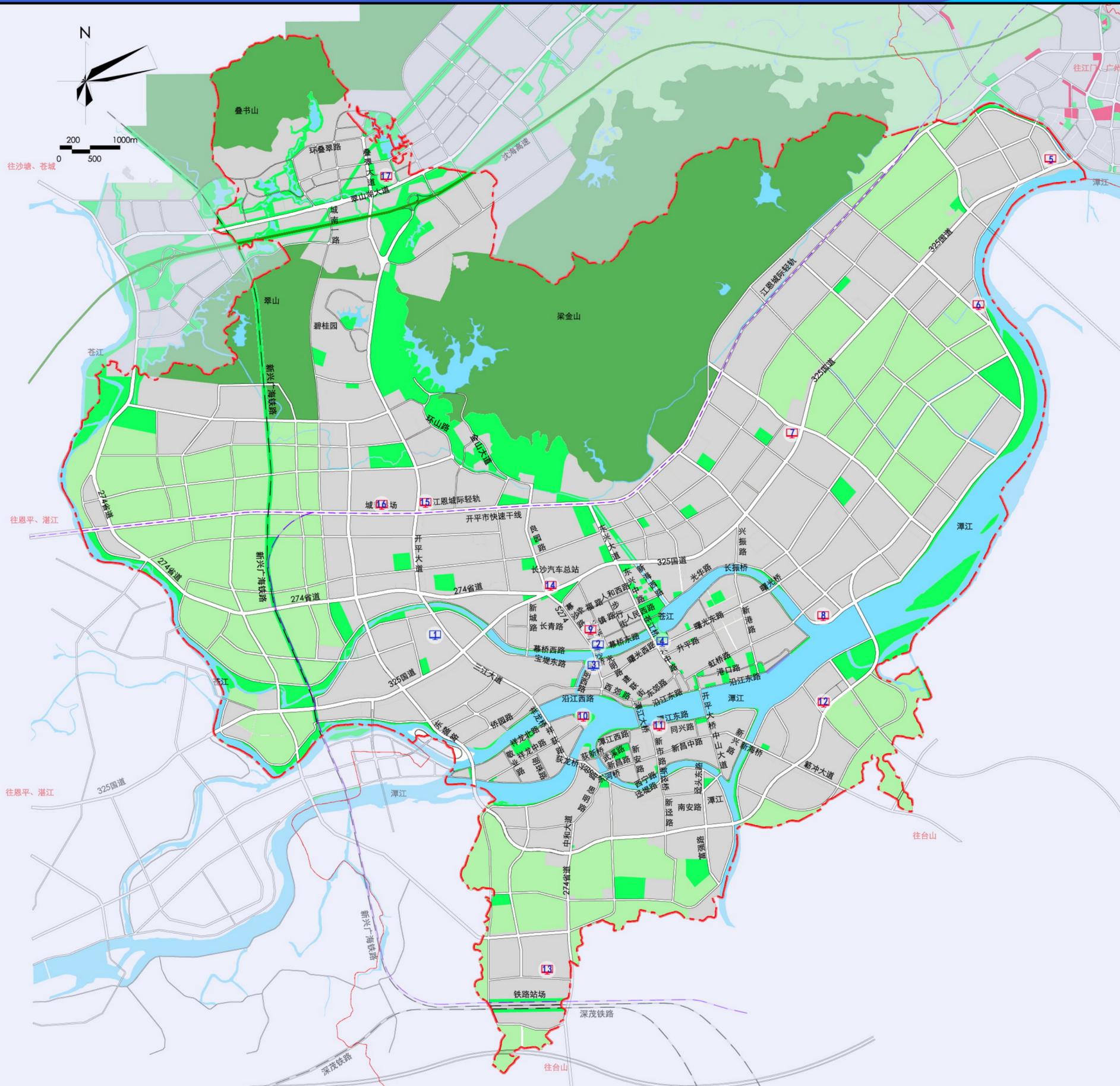
说明

- (1) 开平主城区现状公益广告主要是通过路灯广告、排式广告以及立杆式广告进行展示。公益广告内容多为宣传城市建设、党风党建等内容。随着开平市城市发展建设的需要，全面打造全国文明城市，对公益广告的投放比例会逐步加大，占城市总体广告比例不低于50%。
- (2) 主城区公益广告的布置主要是结合城区重要交通出入口、交通枢纽站场，面对本地及外来人口宣传开平城市特色、世遗文化、山水侨乡。
- (3) 主城区的政府机关单位及开敞的公园广场主要设置文明城市、党风建设等内容，广告形式主要是以景观小品或创意广告为主，不对原来的公园广场景观造成影响。
- (4) 规划近期共设置22处公益广告位置（不含规划立杆式广告、电子屏式广告）。其中公共场所14处，主要是现状的公园绿地、开放广场；交通门户8处，主要是客运站场、客运码头、铁路站场、会展中心、体育中心等。远期根据城市的开发建设在公园绿地也可同步增加公益广告位置。
- (5) 符合户外广告通用设置规定。规划设置的固定公益宣传的户外广告，用途不得改为商业广告。
- (6) 户外广告设施未发布商业广告时，应当发布公益广告。禁止广告位裸露，影响城市景观。

序号	位置	备注
公益广告（公共场所）		
1	开平市人民公园	现状
2	苍江健身广场	现状
3	长沙公园	现状
4	祥龙公园	现状
5	新昌公园	现状
6	港口公园	现状
7	卫民公园	现状
8	梁金山公园	现状
9	城市广场	现状
10	开元塔公园	现状
11	翠山湖体育公园	现状
12	潭江半岛公园	现状
13	开平市体育公园	规划
14	潭江公园	规划
公益广告（交通门户）		
1	潭江客运码头	规划
2	开平市水暖卫浴交易中心	在建
3	体育中心	规划
4	江恩城际轨道开平站	规划
5	深茂铁路开平站	规划
6	沈海高速翠山湖出入口	现状
7	长沙汽车客运总站	现状
8	翠山湖客运站	现状

开平市中心城区户外广告设置项目

11电子屏广告规划图



图例

- [Red dashed line] 规划范围
- [Black dashed line] 铁路干线
- [Green line] 高速公路
- [Purple dashed line] 城际轨道
- [Grey line] 道路
- [Green mountain icon] 山体
- [Blue square with monitor icon] 现状保留电子屏广告
- [Light blue square] 水域
- [Red square with monitor icon] 规划新建电子屏广告
- [Dark green square] 严格控制区
- [Light green square] 禁止设置区

说明

根据开平市城市总体规划，主城区未来发展重点围绕开平市快速干线区域内逐步拓展。为了营造良好的城市景观形象，凸显开平山水侨乡、碉楼与村落的城市特色，加强对主城区广告投放的整治及管制，对开平市快速干线区域内的户外广告进行严格管制，在逐步拆除大型排式广告、楼顶广告、灯光广告等基础上，加大对电子屏广告的设置，补充广告投放的需求空间。

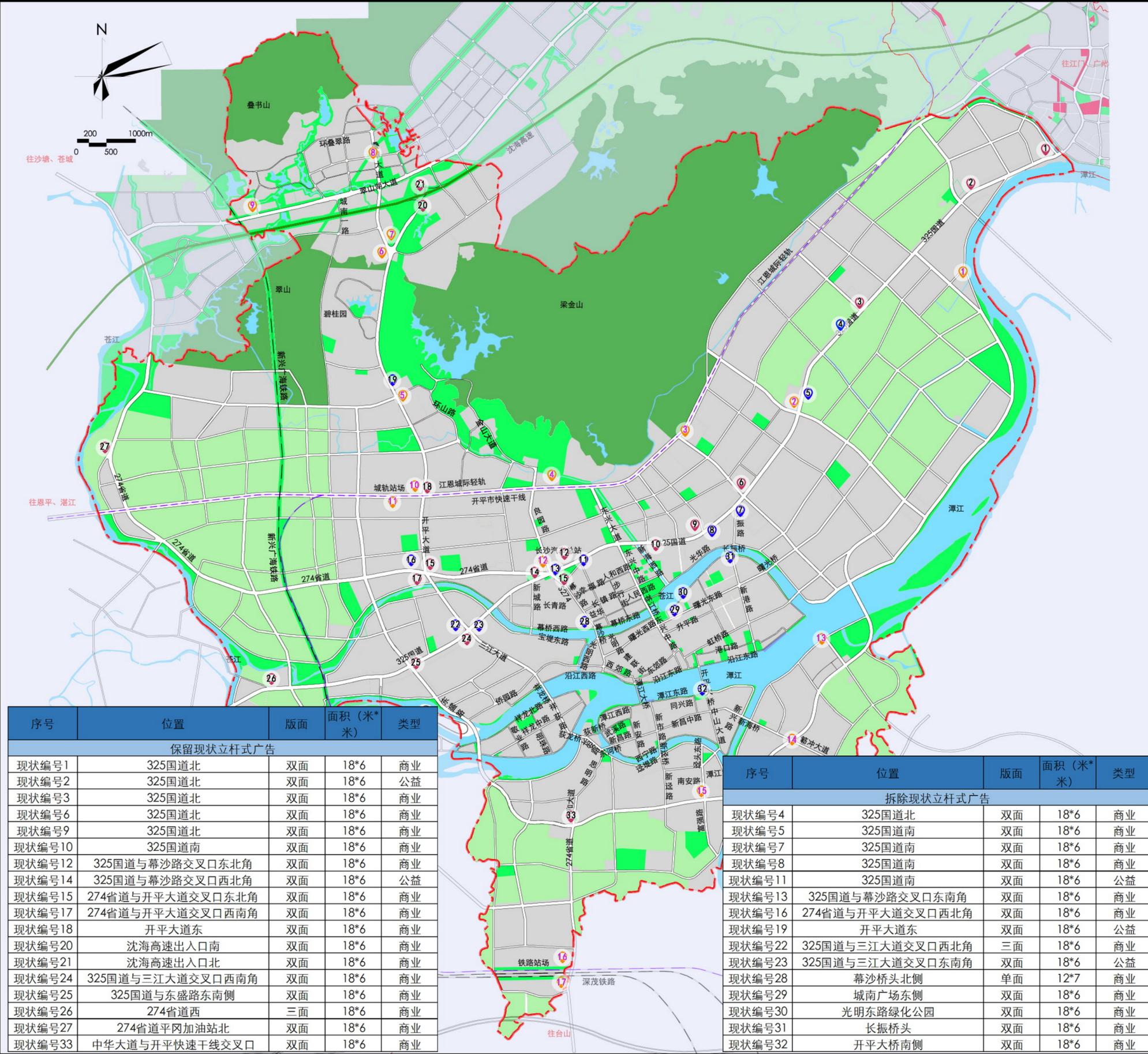
- 1、符合设置分区要求，主要特点是人流特别密集，大型活动频繁，注重对交通安全、光环境的影响。规划布局在市、区级商业中心、体育中心、交通枢纽等位置。
- 2、符合通用设置规定。
- 3、电子显示屏只允许设置在建（构）筑物高度不超过24米的主体墙面。
- 4、主城区电子屏广告现状4块，规划全部保留并新建13块，合共17块。公益广告投放时段及幅画须需达到50%以上。

规划电子屏广告一览表

序号	位置	版面	面积(米*米)	备注
电子屏广告				
1	东汇城	单面	—	—
2	幕沙桥东北	单面	—	—
3	幕沙桥西南	单面	—	—
4	城南广场	单面	5*20	—
5	水暖卫浴会展中心	单面	—	—
6	潭江码头	单面	—	—
7	325国道与开平市快速干线交叉口地块	单面	—	—
8	苍江与潭江交汇处地块	单面	—	临江面设置
9	华润广场	单面	—	—
10	潭江半岛酒店	单面	—	临江面设置
11	潭江东路与新市路交汇地块	单面	—	临江面设置
12	开平客运码头	单面	—	—
13	深茂铁路开平站	单面	—	—
14	长沙汽车总站	单面	—	—
15	市体育中心	单面	—	—
16	江恩城际轨道开平站	单面	—	—
17	翠山湖客运站	单面	—	—

开平市中心城区户外广告设置项目

10立柱广告规划图



图例

- 规划范围
- 高速公路
- 道路
- 现状保留立杆广告
- 现状拆除立杆广告
- 规划新建立杆广告
- 城际轨道
- 山体
- 水域
- 严格控制区
- 禁止设置区

说明

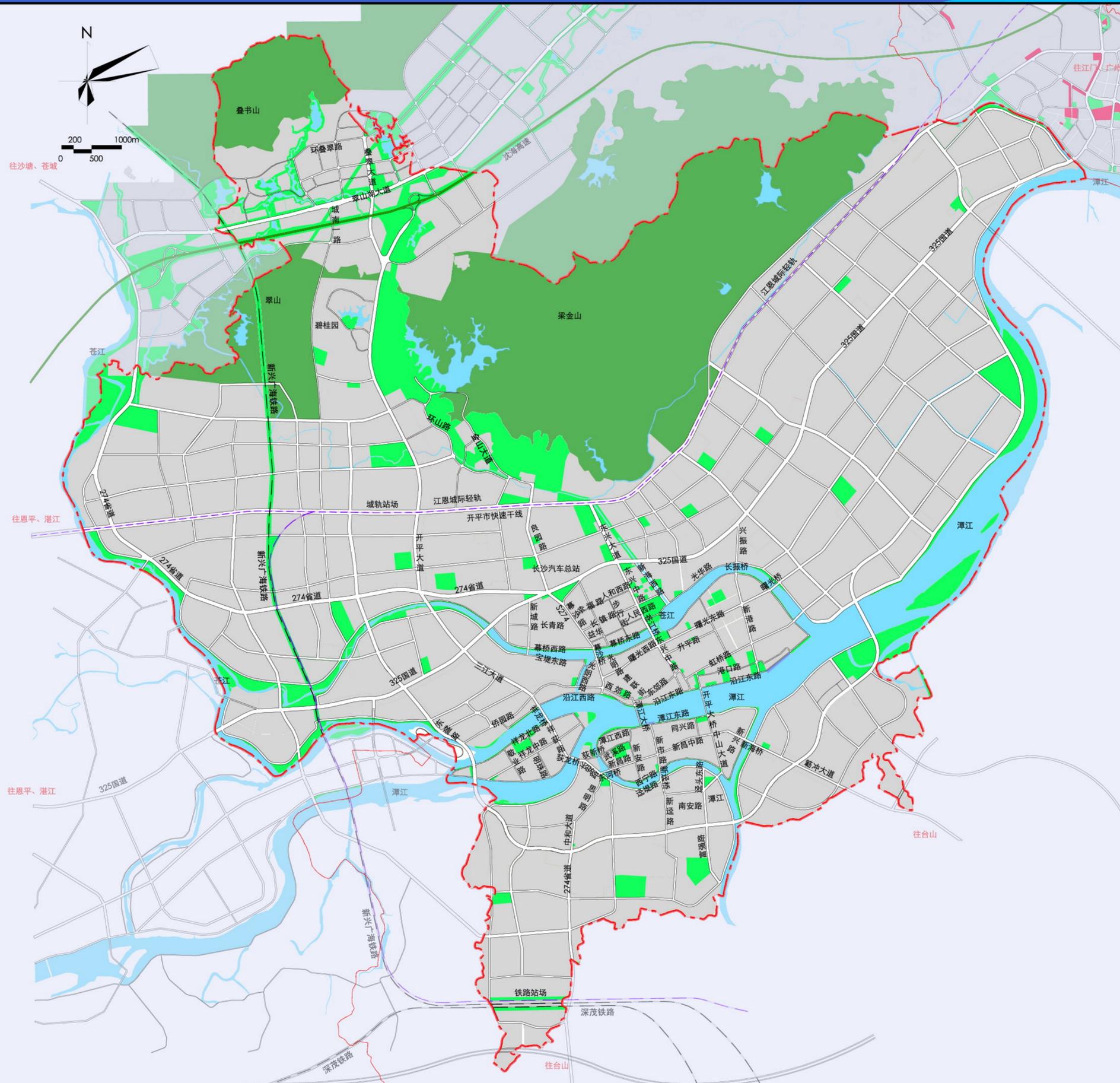
根据开平市城市总体规划，主城区未来发展重点围绕开平市快速干线区域内逐步拓展。为了塑造良好的城市景观形象，凸显开平山水侨乡、碉楼与村落的城市特色，加强对主城区广告投放的整治及管制，对开平市快速干线区域内的户外广告进行严格管制。

- 加强对开平市快速干线内部大型排式（含楼顶）、立杆式广告的整治，对违法违规的户外广告进行清拆，不再新增楼顶广告、排式广告和路灯广告，并逐步按计划拆除。
- 规划新增立杆式广告主要布置在开平市快速干线外围人流、交通流密集的重点展示区域，如客运码头、客运站、轨道站场、商业中心、重要道路交叉口等。
- 立杆广告对城市景观有一定影响的，其设置应进行严格控制，避免对城市景观造成破坏。
- 主城区立杆式广告现状33块，拆除15块，保留18块，规划新建17块，合共34块。其中公益广告投放时间及画幅须达到50%以上。

序号	位置	版面	面积(米 ² 米)	类型
保留现状立杆式广告				
现状编号1	325国道北	双面	18*6	商业
现状编号2	325国道北	双面	18*6	公益
现状编号3	325国道北	双面	18*6	商业
现状编号6	325国道北	双面	18*6	商业
现状编号9	325国道北	双面	18*6	商业
现状编号10	325国道南	双面	18*6	商业
现状编号12	325国道与幕沙路交叉口东北角	双面	18*6	商业
现状编号14	325国道与幕沙路交叉口西北角	双面	18*6	公益
现状编号15	274省道与开平大道交叉口东北角	双面	18*6	商业
现状编号17	274省道与开平大道交叉口西南角	双面	18*6	商业
现状编号18	开平大道东	双面	18*6	商业
现状编号20	沈海高速出入口南	双面	18*6	商业
现状编号21	沈海高速出入口北	双面	18*6	商业
现状编号24	325国道与三江大道交叉口西南角	双面	18*6	商业
现状编号25	325国道与东盛路东南侧	双面	18*6	商业
现状编号26	274省道西	三面	18*6	商业
现状编号27	274省道平冈加油站北	双面	18*6	商业
现状编号33	中华大道与开平快速干线交叉口	双面	18*6	商业

序号	位置	版面	面积(米 ² 米)	类型
拆除现状立杆式广告				
现状编号4	325国道北	双面	18*6	商业
现状编号5	325国道南	双面	18*6	商业
现状编号7	325国道南	双面	18*6	商业
现状编号8	325国道南	双面	18*6	商业
现状编号11	325国道南	双面	18*6	公益
现状编号13	325国道与幕沙路交叉口东南角	双面	18*6	商业
现状编号16	274省道与开平大道交叉口西北角	双面	18*6	商业
现状编号19	开平大道东	双面	18*6	公益
现状编号22	325国道与三江大道交叉口西北角	三面	18*6	商业
现状编号23	325国道与三江大道交叉口东南角	双面	18*6	公益
现状编号28	幕沙桥头北侧	单面	12*7	商业
现状编号29	城南广场东侧	双面	18*6	商业
现状编号30	光明东路绿化公园	双面	18*6	商业
现状编号31	长振桥头	双面	18*6	商业
现状编号32	开平大桥南侧	双面	18*6	商业

序号	位置	版面	面积(米 ² 米)	类型
规划新建立杆式广告				
新建编号1	潭江码头1	双面	18*6	商业
新建编号2	325国道与开平快速干线交叉口	双面	18*6	商业
新建编号3	江恩城际轨道与新美大道交叉口东侧	双面	18*6	商业
新建编号4	江恩城际轨道与良园路交叉口东侧	双面	18*6	商业
新建编号5	开平大道中	双面	18*6	商业
新建编号6	开平大道与叠翠大道交叉口东	双面	18*6	商业
新建编号7	开平大道与叠翠大道交叉口北	双面	18*6	商业
新建编号8	叠翠大道中	双面	18*6	商业
新建编号9	翠山湖大道东	双面	18*6	商业
新建编号10	江恩城际轨道开平站东	双面	18*6	商业
新建编号11	江恩城际轨道开平站南	双面	18*6	商业
新建编号12	长沙汽车站西侧地块	双面	18*6	商业
新建编号13	台开快线与箭冲沿江路交叉口	双面	18*6	商业
新建编号14	箭冲大道与开平快速干线交叉口	双面	18*6	商业
新建编号15	富强路与开平快速干线交叉口	双面	18*6	商业
新建编号16	深茂铁路开平站北	双面	18*6	商业
新建编号17	深茂铁路开平站南	双面	18*6	商业



图例

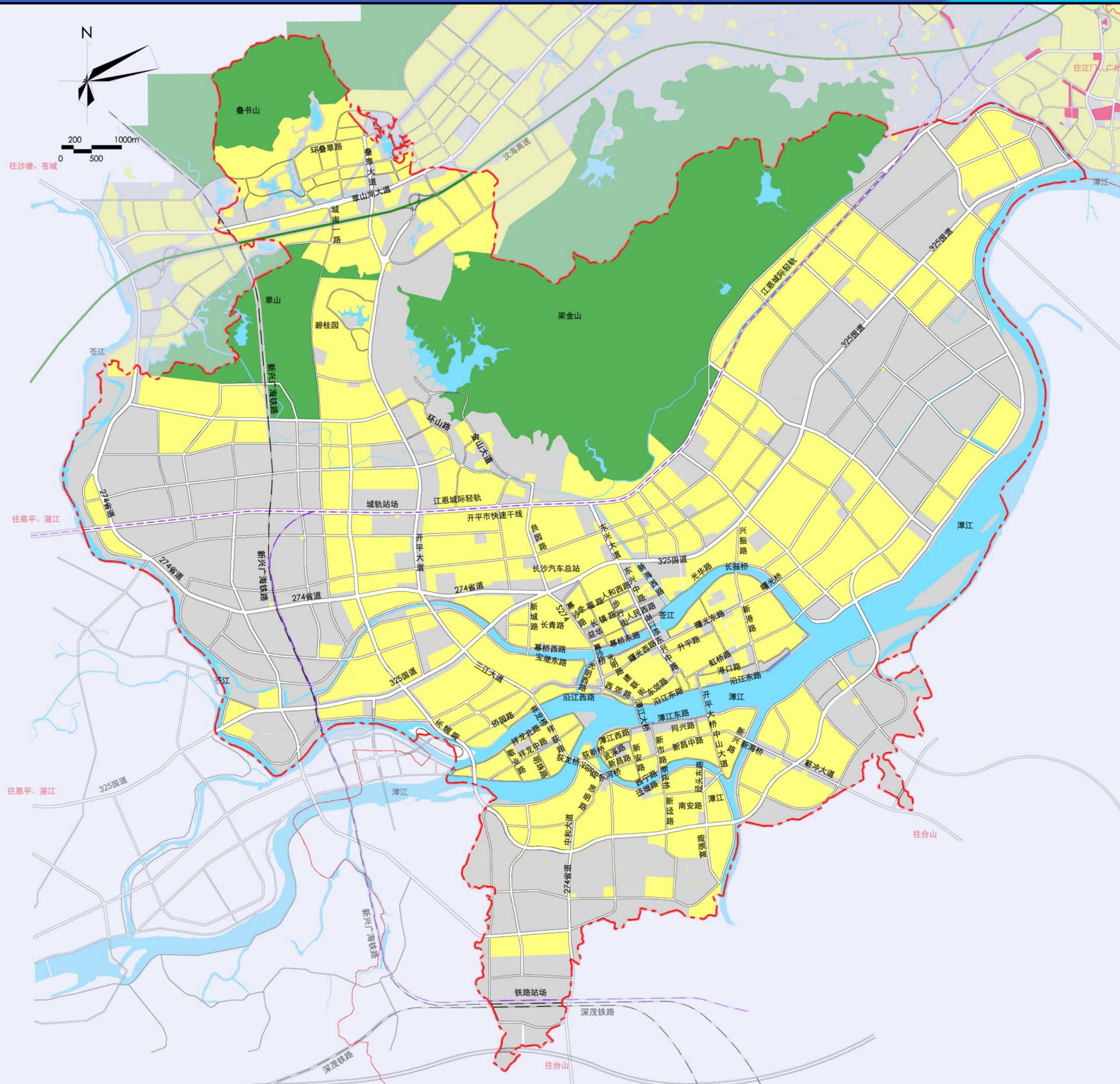
- | | |
|-------|------|
| 规划范围 | 铁路干线 |
| 高速公路 | 城际轨道 |
| 道路 | 山体 |
| 严格控制区 | 水域 |

说明

严格控制区: 主要指城市风貌特色相对明显或行政服务、旅游休闲功能为主导的集中用地。该区域的户外广告需严格控制, 且以少量的公益广告和实物小品广告为主, 其中公益广告占比不少于90%。主要包括主城区的行政办公、绿地广场、文保单位、风景名胜区等。

开平市中心城区户外广告设置项目

07一般控制区规划图

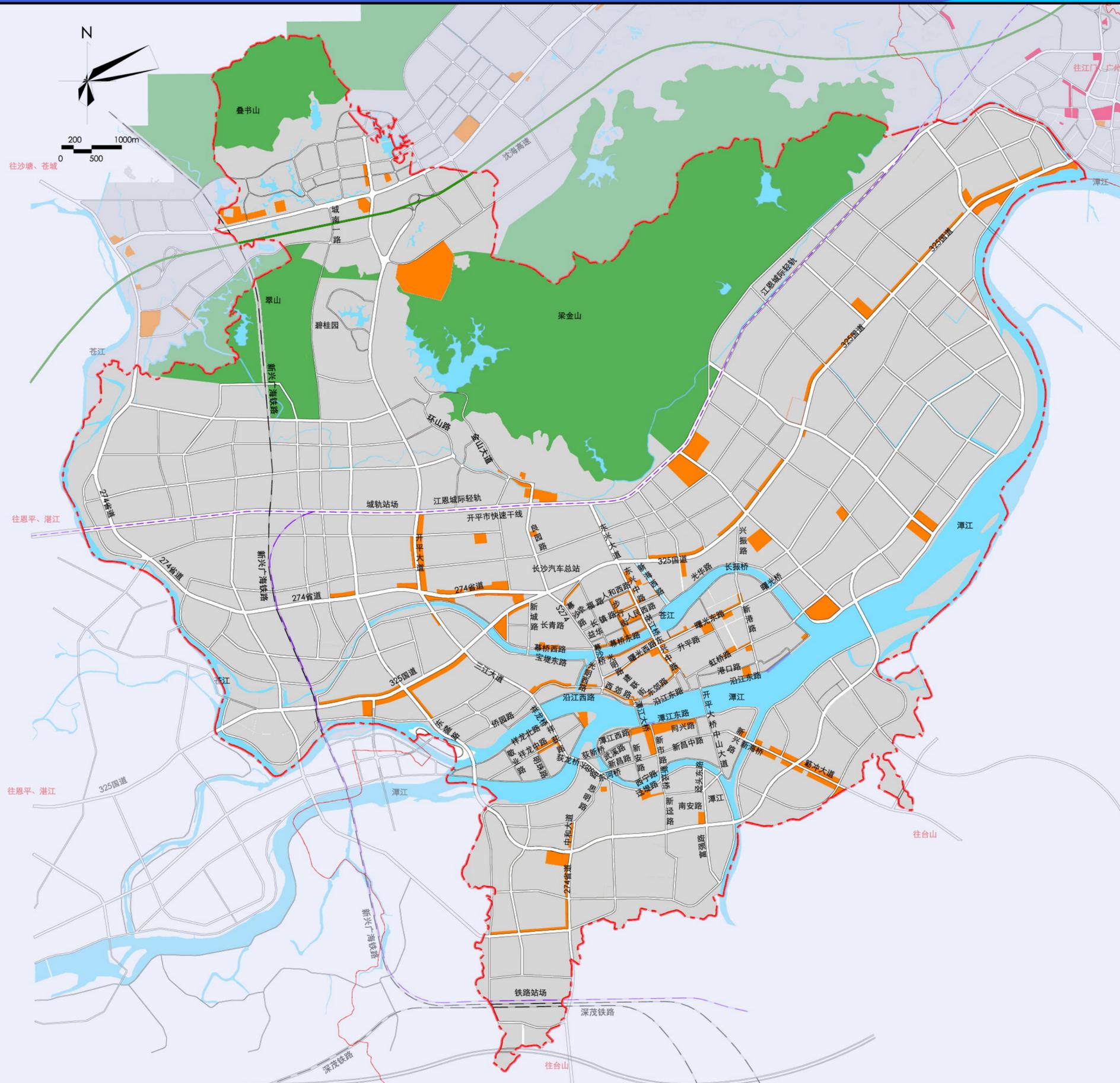


图例

- | | |
|---|--|
|  规划范围 |  铁路干线 |
|  高速公路 |  城际轨道 |
|  道路 |  山体 |
|  一般控制区 |  水域 |

说明

一般控制区:主要包括城市的新旧居住用地、工业物流用地、医疗卫生、文化教育等公共设施用地。该区域要相对安静,不能在声音、光源等方面造成干扰,不宜设置户外广告。厂房企业可设置户外店招,但不得设置楼顶广告,特殊情况经批准允许可设置少量商业户外广告。



图例

- | | |
|---|--|
|  规划范围 |  铁路干线 |
|  高速公路 |  城际轨道 |
|  道路 |  山体 |
|  一般展示区 |  水域 |

说明

一般展示区:主要包括城市的居住区商业服务中心、城市干线沿路区域的商业带等,该区域可设置一定数量的户外广告,但要进行一定的限制,需符合《开平公路两侧建筑控制区管理规定》的要求。在该区域的户外广告需强调整体的韵律感和协调感,不能设置光源闪烁、有声广告、以免会对居民生活、交通安全造成干扰。

主要包括以下区域:

(1) 居住区商业服务中心

依据开平市总体规划、主城区各地段、片区控制性详细规划,结合居住区进行设置。规划明确了多处大小不一的居住商业服务中心作为户外广告一般展示区的载体。

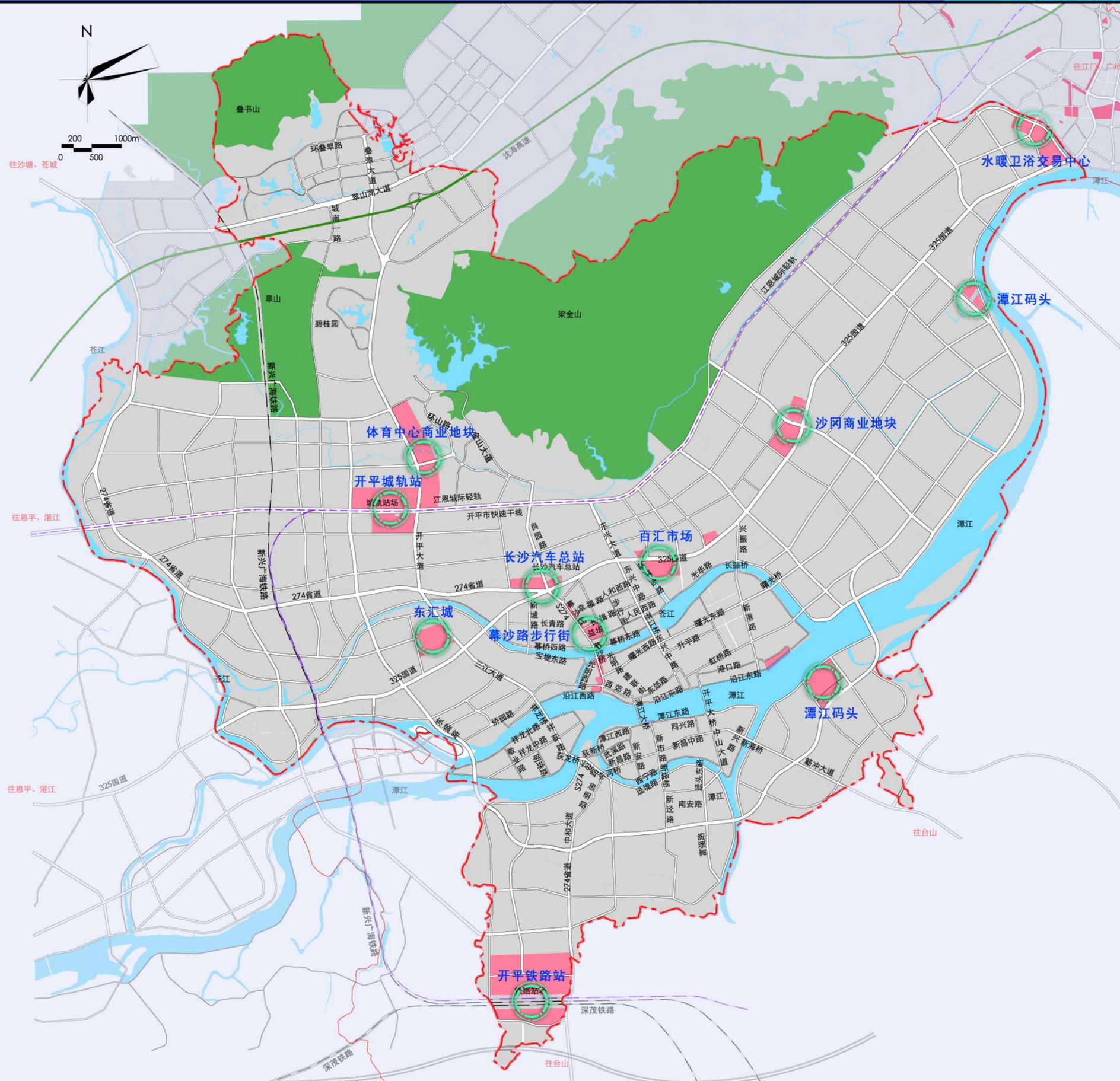
(2) 城市主要道路沿线区域

东西向道路: 325国道、274省道、幕桥路、曙光路、沿江路、潭江路、新昌路、筋冲大道、人民路、祥龙中路、

南北向道路: 开平大道、步行街、东兴中路、幕沙路、新港路、新市路、中和大道、东盛路、良园路

开平市中心城区户外广告设置项目

05重点展示区规划图



图例

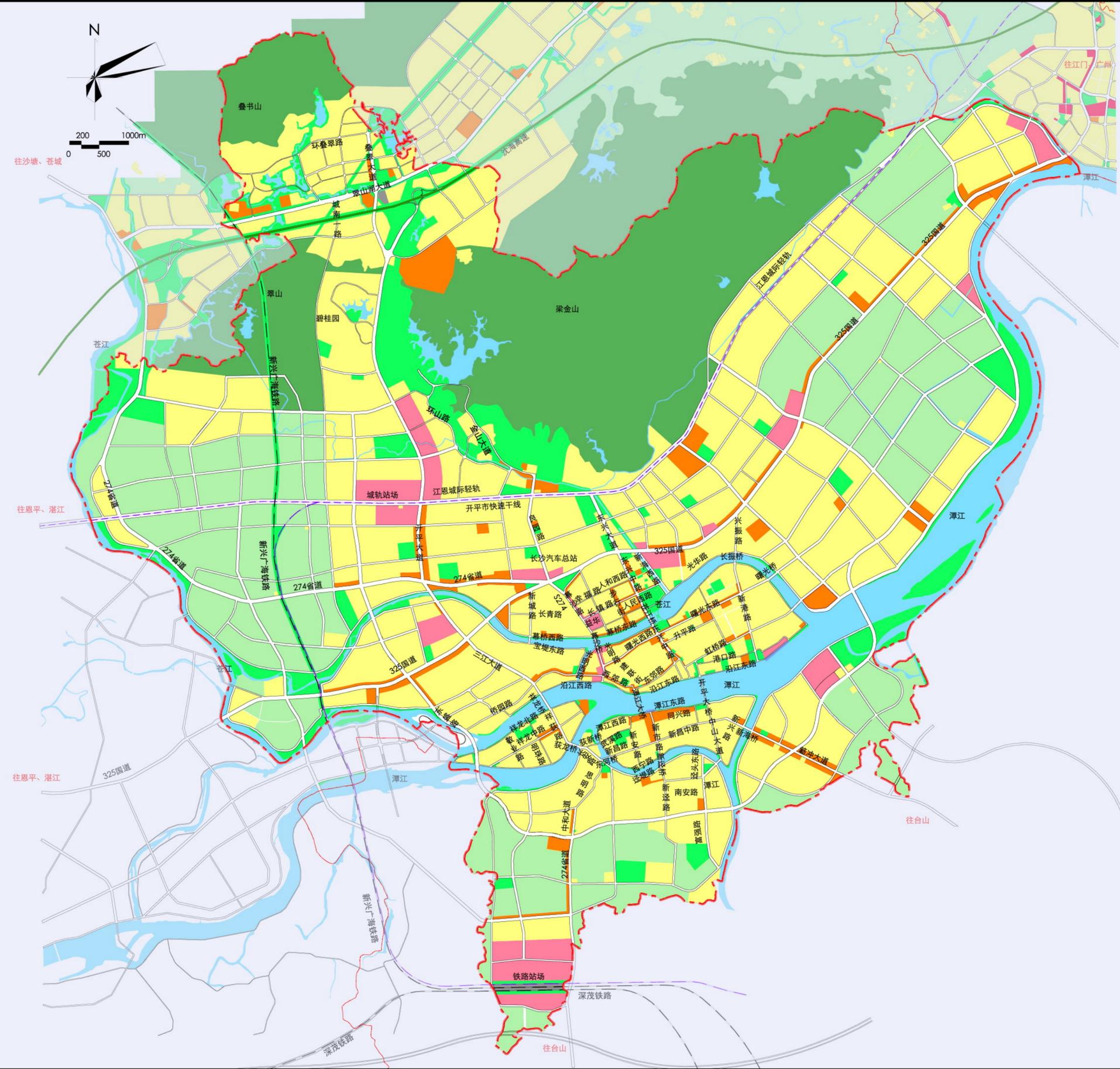
- | | |
|---|--|
|  规划范围 |  铁路干线 |
|  高速公路 |  城际轨道 |
|  道路 |  山体 |
|  重点展示区 |  水域 |

说明

- 重点展示区:**城市人流、物流、交通流密集区域，商业功能集聚明显，作为展现城市商业繁华、城市名片的重要广告户外展示窗口。主要包括城市的商业中心、次中心、码头地区、车站地区、中心商业步行街、市场区等区域。
- (1) 商业中心：幕沙路一带密集商圈、规划市体育中心周边商业地块
 - (2) 商业次中心：东汇城、规划沙网商业地块
 - (3) 交通枢纽站场：长沙汽车总站、潭江客运码头、开平城轨站场、新兴广海、深茂铁路开平站周边商业地块
 - (4) 中心步行街：幕沙路步行街、曙光路步行街
 - (5) 市场区域：百汇市场、开平市水暖卫浴交易中心（在建）

开平市中心城区户外广告设置项目

04分区控制规划图



图例

- | | |
|-------|-------|
| 规划范围 | 铁路干线 |
| 高速公路 | 城际轨道 |
| 道路 | 山体 |
| 重点展示区 | 水域 |
| 一般控制区 | 一般展示区 |
| 严格控制区 | 禁止设置区 |

说明

根据《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》的相关要求，对开平市主城区不同区域功能要求，划定户外广告设施重点展示区、一般展示区、一般控制区、严格控制区、禁止设置区五类地区进行控制。

重点展示区:指商业功能与行为密集的区域。主要包括城市的商业中心、次中心、码头地区、车站地区、中心商业步行街、市场区等区域。如：商贸交易中心、幕沙路商业街、潭江客运码头、开平城轨站场、铁路站场、长沙汽车站、体育商业中心、东汇城等。

一般展示区:指商业功能与行为密集的一般区域。主要包括居住区商业服务中心、城市干线两侧商业用地区域等。如：规划大型居住商业服务中心、325国道、274省道沿线商业用地。

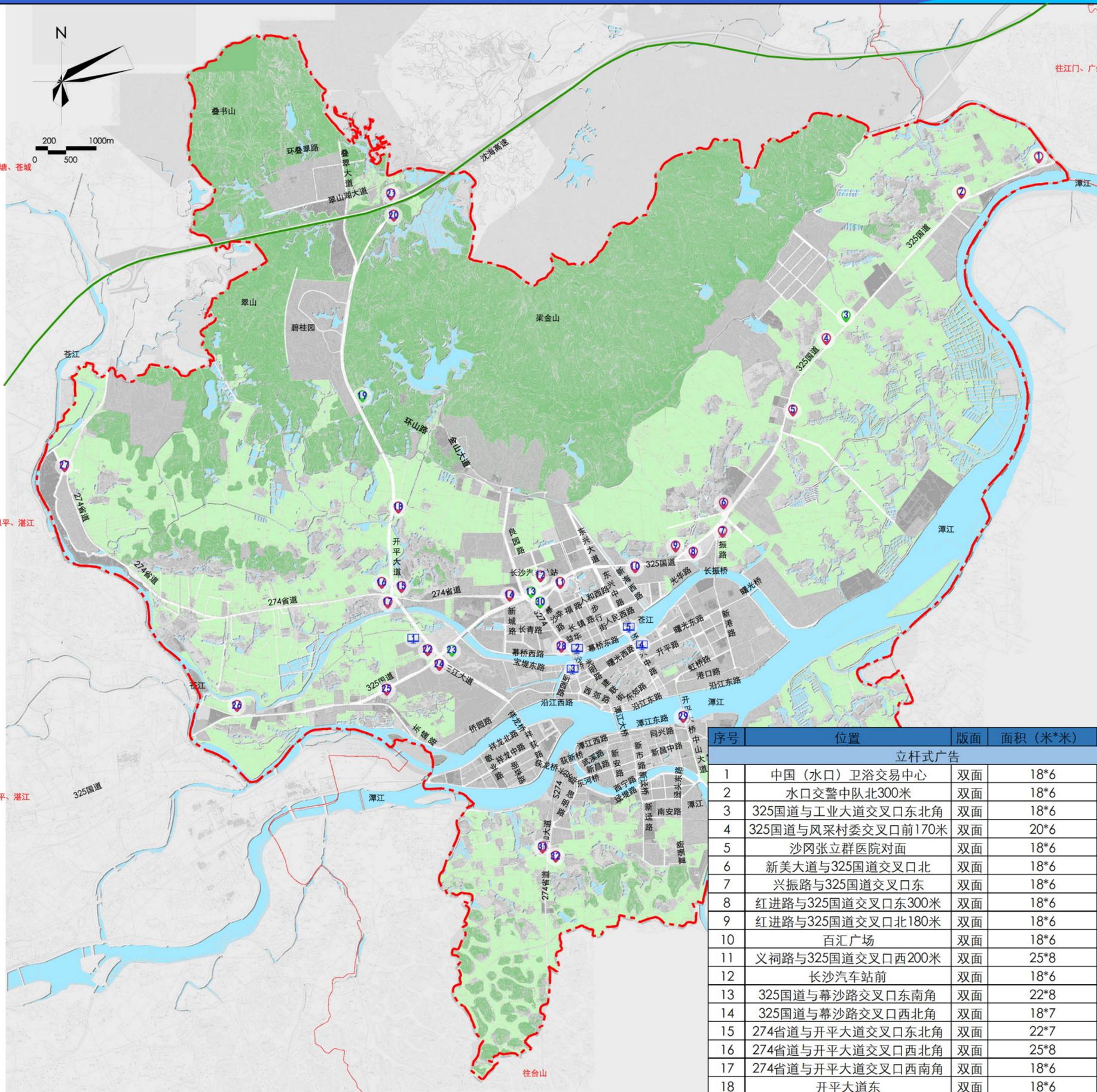
一般控制区:指该区域以生产及生活职能为主，户外广告分布较少的区域。该区域可以设置一定数量的户外广告，但是需进行一定的限制。主要包括工业园区、居住生活小区、文教医疗卫生等机构设施用地。如：翠山湖、开元、沙冈、筋冲工业园区，老城商住区、潭江新城居住区等。

严格控制区:指该区域城市风貌特色相对明显或行政服务、旅游休闲功能为主的集中区域。该区域的户外广告90%以上为公益广告，主要包括行政办公、绿地广场、文保单位、风景名胜等。如：市政府前广场、政府机关单位、梁金山风景区、城市街头绿地、风采堂等。

严禁设置区:指该区域为城市非建设用地，农田保护区等，严格限制设置任何户外广告。如潭江流域的行洪区域、基本农田保护区、城市发展备用地等。

开平市中心城区户外广告设置项目

02立柱式广告及电子屏广告现状分布图



图例

- 规划范围
- 高速公路
- 道路
- 城乡建设用地
- 立柱式广告
- 电子屏广告
- 山体
- 水域

说明

(1)立柱式广告：立柱式广告呈现沿城市干路线性分布（325国道、274省道、开平大道等）和城市重要道路交叉口（长沙汽车站、325国道与三江大道、274省道与开平大道）集中分布的特点。广告内容以商业广告为主，公益广告为辅。广告建造质量较好，均以双面画幅为主，尺寸较为统一。现状共有32块立柱式广告牌，其中商业广告牌27块，公益广告牌5块。规划建议结合广告分区控制区整治立柱式广告牌，重点围绕开平市快速干线区域，有计划逐步拆除不符合分区控制区及《开平市公路两侧建筑控制区管理规定》的立柱式广告，外围结合城区发展路网，适当增加少量立柱式广告。

(2)电子屏广告：电子屏广告是大型户外广告的未来发展趋势，开平市主城区现有电子屏广告牌共5块，分别位于幕沙桥两侧、东汇城、城南广场及城市广场路口。广告投放以商业广告为主，公益广告为辅。规划建议增加公益广告的投放比例占总广告的50%以上，特别是城南广场的电子屏广告牌。规划将沿城市重点展示区及大型市区公园绿地，增加电子屏广告牌提高城市公益广告的投放比例。

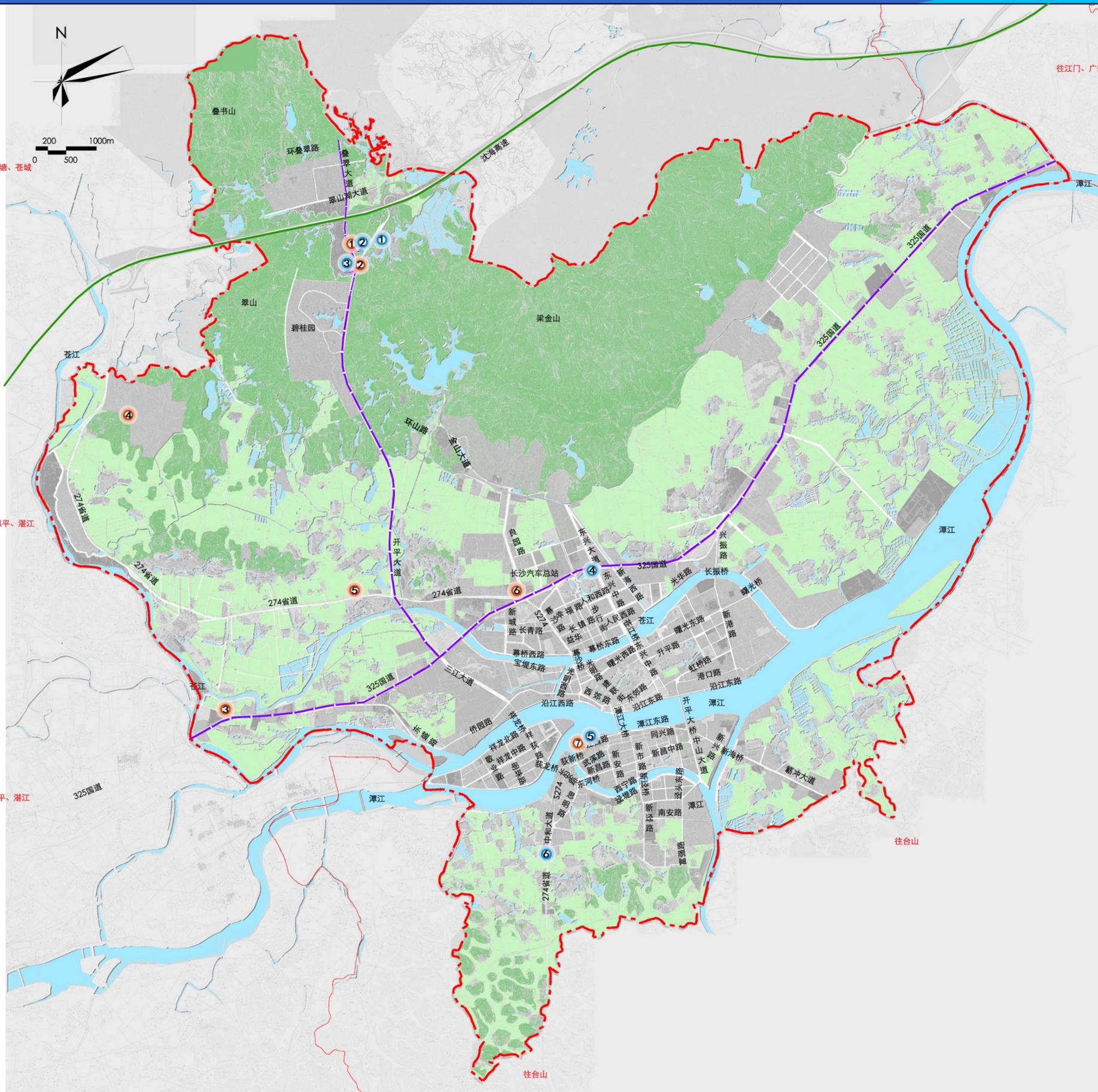
立柱式广告及电子屏广告现状分布一览表

序号	位置	版面	面积(米*米)	类型
立柱式广告				
19	开平大道东	双面	18*6	公益
20	沈海高速出入口南	双面	18*6	商业
21	沈海高速出入口北	双面	18*6	商业
22	325国道与三江大道交叉口西北角	三面	18*6	商业
23	325国道与三江大道交叉口东南角	双面	17*7	公益
24	325国道与三江大道交叉口西南角	双面	22*8	商业
25	325国道与东盛路东南侧	三面	20*7	商业
26	274省道西	双面	14*6	商业
27	274省道平冈加油站北	单面	16*6	商业
28	幕沙桥头北侧	单面	12*7	商业
29	开平大桥南侧	双面	22*7	商业
30	幕沙路与274省道交叉口	三面	18*8+8*5	公益
31	中华大道与开平快速干线交叉口	双面	22*7	商业
32	中华大道与开平快速干线交叉口	双面	22*7	商业
电子屏广告				
1	东汇城	单面	16*9	商业
2	幕沙桥东北	单面	10*18	商业
3	幕沙桥西南	单面	10*6	商业
4	城南广场	单面	6*16	商业
5	城市广场路口	单面	9.5*6.5	商业

序号	位置	版面	面积(米*米)	类型
立柱式广告				
1	中国(水口)卫浴交易中心	双面	18*6	商业
2	水口交警中队北300米	双面	18*6	商业
3	325国道与工业大道交叉口东北角	双面	18*6	公益
4	325国道与风采村委交叉口前170米	双面	20*6	商业
5	沙冈张立群医院对面	双面	18*6	商业
6	新美大道与325国道交叉口北	双面	18*6	商业
7	兴振路与325国道交叉口东	双面	18*6	商业
8	红进路与325国道交叉口东300米	双面	18*6	商业
9	红进路与325国道交叉口北180米	双面	18*6	商业
10	百汇广场	双面	18*6	商业
11	义祠路与325国道交叉口西200米	双面	25*8	商业
12	长沙汽车站前	双面	18*6	商业
13	325国道与幕沙路交叉口东南角	双面	22*8	公益
14	325国道与幕沙路交叉口西北角	双面	18*7	商业
15	274省道与开平大道交叉口东北角	双面	22*7	商业
16	274省道与开平大道交叉口西北角	双面	25*8	商业
17	274省道与开平大道交叉口西南角	双面	18*6	商业
18	开平大道东	双面	18*6	商业

开平市中心城区户外广告设置项目

01路灯广告及大型排式广告现状分布图



图例

- 规划范围
- 高速公路
- 道路
- 城乡建设用地
- 路灯广告
- 大型排式广告
- 山体
- 水域

说明

(1)路灯广告：现状路灯广告主要沿325国道和开平大道布置，广告类型以商业广告和公益广告为主。从现状调研得知，老城区内部道路路灯广告基本清拆完成，新建道路不再设置路灯广告，主要是台风灾害对路灯广告损毁严重，且容易对行人、车辆造成安全隐患事故。因此建议在本轮广告修编内容中将不再设置路灯广告，全面取消路灯广告相关内容，不再审批路灯广告的申请设置。

(2)大型排式户外广告：大型排式户外广告沿老城区外围分散布置，主要布置在城市干道、交通门户节点、街头绿地及产业园区，合计共18处，其中商业广告12处，公益广告6处。大型户外广告部分建造质量一般，存在安全隐患事故。规划建议将对开平市快速干线内的大型排式广告进行整治，保留位置较佳、质量较好的大型排式广告，拆除部分影响城市环境及存在安全隐患的大型排式广告或改建为大型立杆户外广告。

路灯广告及大型排式广告现状分布一览表

编号	设置地点	结构	版面尺寸(高*宽)单位:米	备注
大型排式广告(商业广告)				
1	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
2	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
3	325国道与苍江交汇处	铁架	6*8	
4	开元工业区内	铁架	—	
5	开平大道与274省道交叉口西700米	铁架	—	
6	良园路与274省道交叉口	铁架	40*12	
7	潭江西路	铁架	24*8	
大型排式广告(公益广告)				
1	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
2	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
3	翠山湖高速出入口	铁架	18*10	两块
4	东兴中路与325国道交叉口	铁架	30*10/40*8	
5	潭江西路	铁架	30*8	
6	中和大道与思明路交叉口	铁架	6*8	两块
路灯广告				
1	325国道	立杆灯柱	—	
2	开平大道	立杆灯柱	—	

附件：实施细则

开平市中心城区户外广告设置项目实施通则

第一章 总则

第一条：为加强开平市中心城区户外广告管理，规范户外广告和户外招牌设置行为及经营活动，根据《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》等法规、规章和规划，结合开平市中心城区实际，制定本实施通则。本规划条款与《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》相关内容不符的地方，按照《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》执行。

第二条：在开平市中心城区内从事户外广告和户外招牌设置、管理及相关活动的单位和个人，均应遵守本实施通则。

第三条：户外广告实行统一规划、规范管理、分区控制的原则。

第四条：本实施通则条文解释由开平市城市管理和综合执法局负责。

第二章 户外广告设置通则

第五条 通用要求：

凡在开平市中心城区户外广告设置专项规划范围内进行的各项户外广告设置行为，均应符合专项规划的规划要求；并且原则上按下列要求进行设置：

（1）符合城市规划要求和城市容貌标准，服从城市整体景观的要求，户外广告设施的设计风格、造型、色调、数量、体量、形式、位置、朝向、高度、材质应当与周围环境、建筑物协调一致；

（2）户外广告用字应使用简体字、正楷字，禁止使用繁体字、异体字，外文字要规范，字体的高度及宽度不得超过底牌高宽的 2/3，中文在上，外文在下，中文字体大，外文字体小（国际、国内统一品牌连锁店、专卖店除外）；

（3）配置夜景灯饰；

（4）不对相邻单位或住户的通风、采光条件造成影响。

第六条 不同区位广告设置要求：

户外广告设置原则上应根据所属区块性质按下列要求设置：

（1）商业中心区：应展示现代商业文明，以通透式霓虹灯、LED 灯等形式广告及立体广告为主，宜采用近人尺度；

（2）对外交通道路、场站周边：着重宣传地方名优企业及特色产品，可采用喷绘、霓虹灯、LED 灯等广告形式，应突出夜间景观效果，广告尺度可适当放

大；

(3) 重点街路两侧：应与周边环境协调一致，可采用喷绘广告及霓虹灯、LED 灯等通透形式广告，在街道中部及建筑裙房以静态、暖色调为主，在路口处及高层顶部以动态、冷色调为主；

(4) 潭江两岸、大中型公共绿地和已规划绿地周边：应按规划适当控制设置，以小品灯箱广告为主，应近人尺度，形式色彩淡雅别致与周边景观相协调，并不得破坏绿地的整体景观效果。

临江、河的重要地段如行政办公、文教、医疗卫生等公共设施用地、居住小区内将严格控制户外广告的设置，特殊情况下经批准可设置少量公益性、商业性广告。规划商业区域经报批审查同意后可设置户外广告。其中：

潭江其他地段——一般控制户外广告设置，不设置大型户外广告。
禁止在住宅建筑部分设置户外广告。

第七条 禁止设置的规定

(1) 国家机关、重要标志性公共建筑、文物保护单位、城市纪念性建筑、文化教育设施；

(2) 规划确定的保护建筑及其控制范围内；

(3) 禁止设置影响交通安全和公共安全的户外广告

①禁止利用下列交通安全设施、交通标志设置户外广告：

具体包括：交通信号设施；交通指路牌；交通标志牌；交通执勤岗设施；人行道隔离栏；车行道分离栏、分隔带、绿化隔离带；高架道路、高架轨道交通护栏（内侧）；道路、桥梁、隧道管理口（含收费口）、防撞墙；其他交通安全设施和交通标志。（见图 1、图 2）

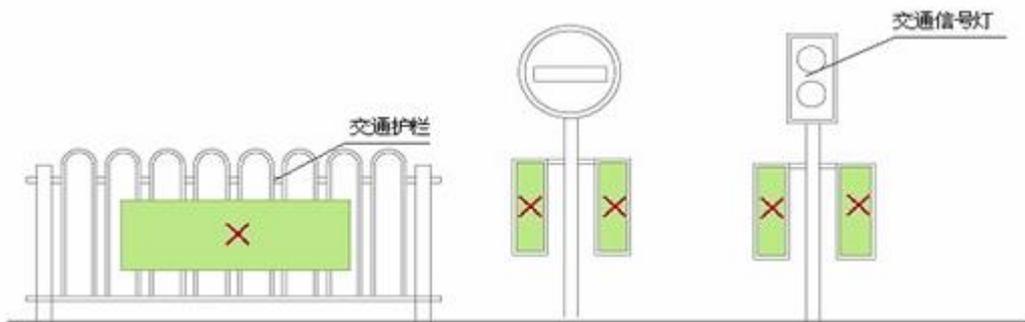


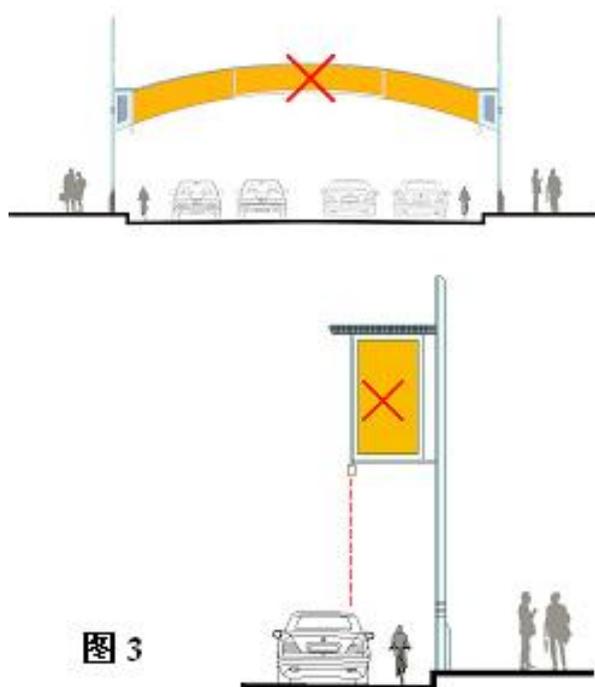
图 1

图 2

② 影响交通安全设施及市政设施正常使用，有下列情形之一的：

具体包括：在城市道路、公路交叉路口视距三角形范围内；地下管线，高压电力架空线安全保护范围内；交通信号设施、交通标志设施 50 米范围内，及其背景空间采用闪烁方式或辐射红、黄、绿三色的光源照明；交通安全设施周边与交通标志的形状、图形、尺寸类似的广告；除设公交候车亭外的公交站牌、轨道交通标志、路名牌、消防栓、邮筒、电话亭等设施半径 10 米范围内；人行天桥落地扶梯、过街地道、公路收费站和立交桥落地匝道等人流和车流出入口。其它影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志正常使用的情形。

③ 跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方空间设置的；（见图 3）



④ 在大量车流集散的公共建筑出入口两侧各 5 米范围内设置的独立式广告；

⑤ 在道路红线范围内的人行道上设置的大型独立式广告；

⑥ 在 10 层或 30 米以上的建筑物顶部设置的；

⑦ 在建筑外墙设置广告，影响采光通风和消防安全的；

⑧ 消防通道上空 5 米以下、宽 3.5 米以内范围内；

⑨ 在道路交叉口圆弧切线外 15 米范围内设置的；（见图 4）

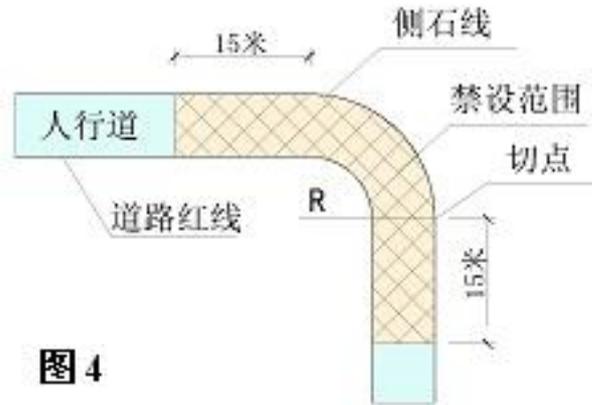


图 4

⑩ 在高架道路本体（包括桥墩、桥身、桥荫绿化带）上设置的。

(4) 禁止妨碍人民正常生活的户外广告：

① 未取得物权所有人和相关利益人全体同意，在住宅建筑、商住建筑的住宅部分或其它具有相应功能的建筑（如企事业单位的宿舍）上设置的；

② 影响相邻建筑现有日照要求的。（见图 5）

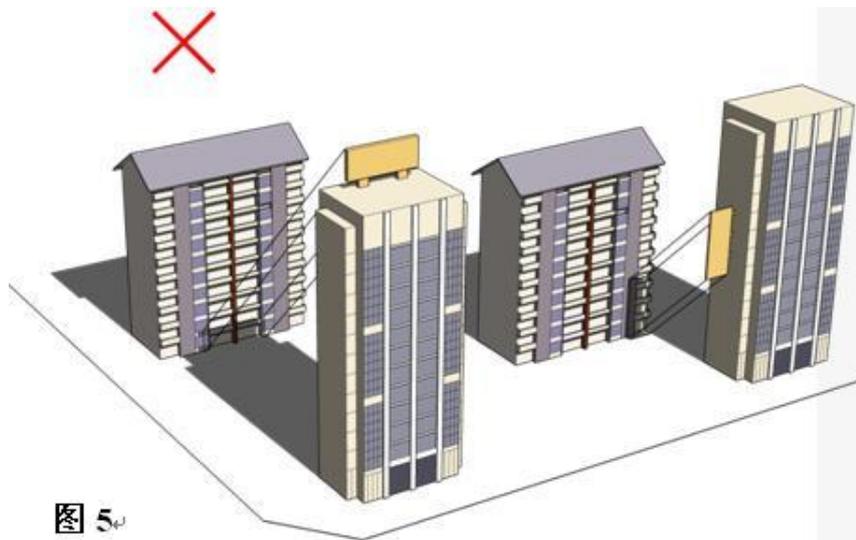


图 5

③ 利用居住小区绿地等公共区域（含居住区围墙上）的。

④ 在有居住功能的建筑窗间墙设置并影响居住人合法权益或正常生活的；

(5) 禁止损害市容市貌或者建筑形象的户外广告：

① 在沿街毗邻建筑物之间的空间设置的；

② 在透空围墙和护栏上设置且影响其透空功能的；（见图 6）



图 6

③ 坡屋顶、屋顶造型独特的建筑顶部；（见图 7）

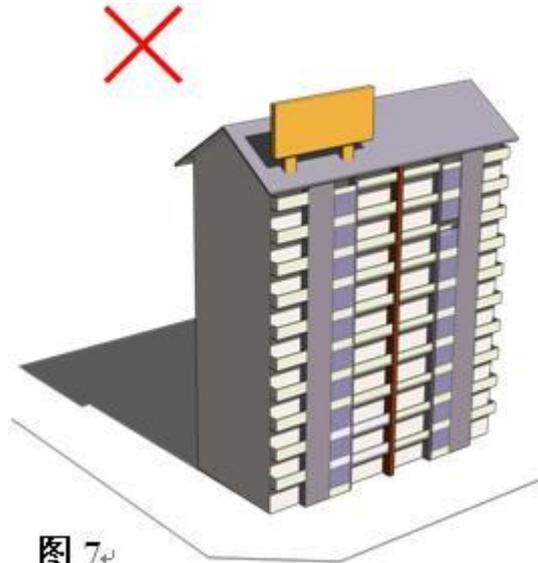


图 7

④ 在建筑外墙遮挡窗口位置设置的；

⑤ 在建筑外墙层与层之间窗肚墙（层与层之间纵向窗间墙）上设置的；

⑥ 其他妨碍生产或者人民生活，影响无障碍设施使用及损害市容市貌或者建筑形象的。

⑦ 在玻璃幕墙、高层建筑主体墙面、住宅、综合建筑住宅部分、建筑物底层落地立柱面等位置。

⑧ 公交候车亭和电话亭顶部设置的。（见图 8、图 9）

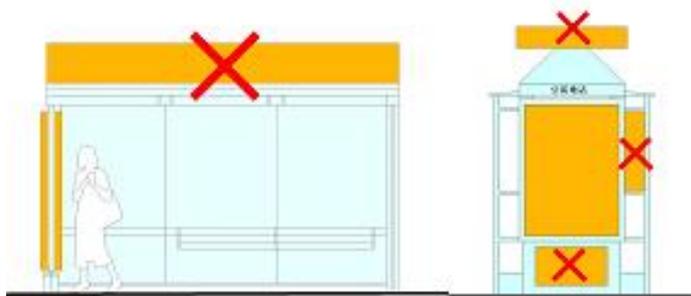


图 8

图 9

(6) 禁止利用行道树或者损毁绿地的户外广告：

- ① 依附于行道树或者影响行道树生长的；
- ② 影响绿化植物生长的；
- ③ 直接遮挡绿化景观的；
- ④ 其它利用行道树或者毁损绿地的情形；（见图 10）

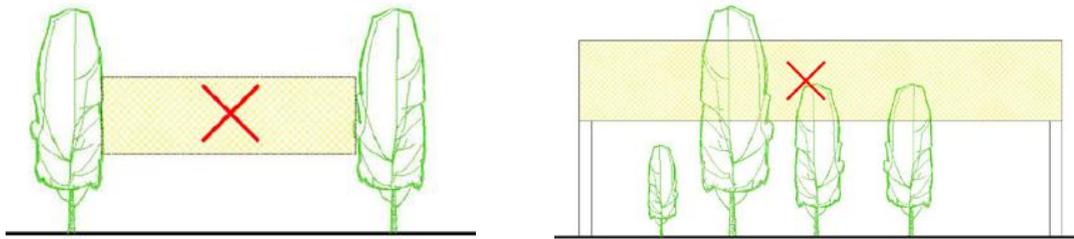


图 10

(7) 不得在下列特殊用地单位等控制地带设置户外广告：

- ① 外事、军事机关大楼及其围墙；
- ② 风景名胜区的建筑控制地带及市人民政府规定的保护山体和保护湖泊；
- ③ 大型城市公共广场、公园、滨江（河、湖）绿地及其绿化控制带（经许可可设置少量公益性广告）；
- ④ 良园路、潭江西路、潭江东路、沿江西路、沿江东路、光明东路、幕桥路、宝堤路等景观路段除了店招外不得设置其他商业广告。
- ⑤ 江、河堤防险地段以及开平市人民政府规定禁止设置户外广告的其他区域。

(8) 开平市中心城区除快速路、主干道两侧和重点展示区外禁止设置大型立柱高杆广告。

(9) 开平市中心城区主、次干道两侧 30 米范围内禁止发布可能产生不良影响内容的户外广告，如涉及治疗性传播疾病、性生活用品、过度暴露女性胴体、殡葬用品或服务等方面的户外广告。

(10) 根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置路灯杆广告、屋顶广告。现状使用权期满的须全部拆除（含公益广告）；未到期的待期满后拆除。

第八条 允许设置的规定

(1) 道路户外广告的设置规定

① 宽度小于 5 米的人行道不得设置实物造型广告设施,实物造型广告设施的宽度不得大于人行道宽度的四分之一,基底面积不宜大于 1 平方米。

② 同一路段上设置的广告、灯箱、标牌等尺寸、高低、方向、风格应一致。沿道路设置时,宜平行布置,并尽量少占用道路横断面的宽度(规划商业街除外);

③ 人行道上只限于公交候车亭、出租车停靠站、路名牌设置户外广告(商业步行街除外)。

(2) 建筑立面户外广告的设置规定

① 新建建筑立面设置户外广告,须将其设置方案连同规划建筑立面设计方案一并报相关主管部门审定,除方案中预留的广告位外,其它墙身禁止设置户外广告。

② 进行改造的建筑立面原则上不再增设户外广告位,如确需设置,报审时须提供立面改造设计。

③ 建筑立面设置的户外广告不得影响建筑采光、通风、消防等正常功能的使用。

④ 平行于建筑外墙设置的广告设施原则上只能设置在建筑物三层窗台线以下,不得在建筑主体三层以上的层与层之间的窗间墙上设置;在建筑外墙设置广告严禁破坏建筑物主体的肌理和整体造型。

第九条 临时性户外广告的设置

(1) 临时性户外广告的分类:

① 党政机关、社会团体、企事业单位举办大型活动时设置的与活动相关的户外广告。

② 重要节假日及庆典活动设置的反映节庆的户外广告。

③ 建筑施工期间施工围墙上设置的户外广告。

④ 房屋销售期间售楼部(临时构筑物)上设置的户外广告。

(2) 临时性户外广告的设置规定:

① 不得影响城市交通。

② 不得影响城市公共设施的使用。

- ③ 不得影响市民安全。
- ④ 不得损害绿化植物、园林设施及影响绿化景观。
- ⑤ 不得在特殊用地单位等控制地带设置临时性户外广告。
- ⑥ 建筑施工场地施工期间所做广告只能反映与本建筑工程相关的信息或公益信息。

(3) 公益性户外广告的设置规定：

① 城市交通门户、进出口道路、体育中心、会展中心、政务区、公共活动中心等可设置长期公益性户外广告。。

② 凡空置广告位超过 60 天，必须以公益性内容补充画面。

第三章 不同类型户外广告控制要求

第十条 广告类型与用地、建筑、道路兼容性的规定

对于不同类型的广告在不同性质的城市用地、不同类别建筑、不同等级的道路中设置情况不同，详见表 1。

表 1 各类型广告与依附的建筑物兼容性表

大类	中类	小类	严格控制区	一般控制区				重点展示区				一般控制区			
			所有建筑	一类展示建筑	二类展示建筑	三类展示建筑	四类展示建筑	一类展示建筑	二类展示建筑	三类展示建筑	四类展示建筑	一类展示建筑	二类展示建筑	三类展示建筑	四类展示建筑
依附于建筑物的广告	屋顶广告	看板广告	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
		外灯光照明或 LED 光源广告	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	墙面广告	看板广告	×	●	○	×	×	●	○	○	×	○	○	○	×
		外灯光照明或 LED 光源广告	×	●	○	×	×	●	○	×	×	●	○	×	×
		电子屏幕广告	×	×	×	×	×	●	○	×	×	○	○	×	×

注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。

表 2 展示建筑分类表

建筑展示级别	建筑分类
一类展示建筑	经营性商业建筑（如商场、超市、门面等）、综合建筑商业经营部分、车站、码头等
二类展示建筑	商务办公建筑（如银行、保险、酒店、电信等）、企事业办公建筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑
三类展示建筑	医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施
四类展示建筑	行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、居住建筑、地标性建筑、特殊建筑（包括军事、外事、保安、宗教、文物古迹、历史文化保护单位等建筑）

表 3 落地式广告与展示用地兼容性表

大类	中类	小类	严格控制区		一般控制区				重点展示区				一般控制区			
			一类展示用地	其他展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地
落地式广告	大型立柱广告	大型立柱广告	×	×	○	×	○	×	○	○	×	×	○	○	×	×
	小型独立支撑式广告	碑式广告	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○
		实物造型广告	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○
	其他独立广告		×	×	○	×	○	×	○	○	×	×	○	○	×	×

注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。

表 4 户外广告展示用地分类统计表

用地展示级别	用地类别
一类展示用地	商业用地 (B1)；商务用地 (B2)；体育用地 (A4)；区域交通设施用地 (H2)；道路用地 (S)；生产防护绿地 (G2)
二类展示用地	文化设施用地 (A2)；娱乐康体用地 (B3)；工业用地 (M)；仓储用地 (W)；市政设施用地 (U)
三类展示用地	居住用地 (R)；行政办公用地 (A1)；医疗卫生用地 (A5)；教育科研用地 (A3)
四类展示用地	文物古迹用地 (A7)；公共绿地 (G1)；特殊用地 (H4)；水域和其他用地 (E) 等

表 5 广告类型与道路分类兼容性表

分区	重点展示区				严格控制区				禁止控制区				一般控制区			
	屋顶广告	墙面广告	落地式广告	依附市政设施的广告												
50 米以上道路	×	○	○	×	×	×	○	×	×	×	○	×	×	×	○	×
30~50 米道路	×	○	○	×	×	○	○	×	×	×	○	×	×	×	○	×
30 米以下道路	×	○	○	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×	○	○	×

注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。

②道路分类指道路红线范围内及两厢沿街建筑界面（一般控制两厢各 100 米范围内建筑立面及屋顶）。

③依附市政设施的广告必须严格按照《户外广告设置技术规定》执行，进行整体规划设计，报市政府审批。

第十一条 道路上独立设置广告设施的要求

1、小型立杆式广告(含双立杆式)设施:

(1) 立柱外缘距人行道侧石外缘不得小于 0.5 米, 且立杆里缘距人行道侧石外缘不得大于 1.0 米;

(2) 牌面底部离人行道地面的高度不得小于 2.5 米;

(3) 牌面外缘距人行道侧石不得小于 0.5 米;

(4) 牌面单边长度不得大于 2.0 米, 厚度不得大于 0.3 米;

(5) 道路红线宽度大于 30 米, 广告设施间距大于 30 米; 道路红线宽度小于 30 米, 广告设施间距大于 20 米;

(6) 立杆基础设施及锚固螺丝不得外露、高于人行道路面。

2、落地灯箱式广告设施:

(1) 底座和牌面外缘距人行道侧石不得小于 0.5 米, 且不得大于 1.0 米;

(2) 底座和牌面的总高度不得大于 2.5 米, 占地面积应 \leq 1.0 平方米;

(3) 牌面(单面)面积不得大于 2.5 平方米, 厚度不得大于 0.3 米。

(4) 设置广告牌的人行道宽度不小于 5 米;

(5) 道路红线宽度大于 30 米, 广告设施间距大于 30 米; 道路红线宽度小于 30 米, 广告设施间距大于 20 米;

(6) 底座基础及锚固螺丝不得外露、高于人行道路面。

第十二条 依附于市政公用设施广告的要求

1、天桥、桥墩一般不设广告。

2、路灯杆广告

从城市景观考虑, 路灯杆不再设广告。现状仍在使用的路灯杆广告在使用期满后, 进行统一拆除。

第十三条 依附于建筑物广告的要求

1、墙面广告设置要求

50 米以上高层建筑主体墙面(含山墙面)禁止设置大型实体广告, 重点展示区内可适当放宽到 70 米以上, 允许设置霓虹灯和 LED 光源等类型广告, 但不得影响建筑外观。建筑同一立面成组广告设置须规格、形式一致, 集中布置; 广告总面积不得大于所在墙面面积 1/3; 单块广告面积不得超过 100 平方米; 且不

得影响建筑整体立面效果。依附建筑物的广告须征得业主同意。

2、平行于建筑物外墙广告设置要求

(1) 在不影响交通与消防的前提下，广告下端距地面净高不得低于 3 米，并且不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙，左右不得突出墙面的外轮廓线；

(2) 不宜在建筑物的层与层之间的窗间墙上设置；

(3) 广告牌面突出墙面距离不得超过 0.5 米，牌面左右不得凸出墙面的外轮廓线，宽度与墙面相协调，并与相邻店招店牌一致；且不得妨碍行人安全；

(4) 立体浮雕型广告突出墙面部分距离不得超过 1.5 米，突出部分下沿距地面垂直距离不得低于 4.5 米；

(5) 广告的外沿或下沿距 10 千伏高压导线净距离不得小于 2.0 米；

(6) 广告的外沿或下沿距低压导线净距离不得小于 1.0 米；

(7) 平行于建筑外墙的广告不得超过两块；

(8) 骑楼立柱面及立柱间不得设置任何形式的广告，不得对骑楼的天花板进行覆盖和遮挡。

3、垂直于建筑物外墙广告设置要求（图 12 所示）

(1) 50 米以上高层建筑主体禁止设置垂直于外墙的广告；

(2) 广告的外沿距建筑物的立面不得超过 1.8 米，且不得超过临路路面宽度的 1/6，下端距地面不得低于骑楼或悬挑架空部分底沿，且距地面不得低于 4.5 米，设在有上盖的人行道上方距地面不得低于 2.8 米；

(3) 广告的外沿或下沿距 10 千伏高压导线净距离不得小于 2.0 米；

(4) 广告的外沿或下沿距低压导线净距离不得小于 1.0 米；

(5) 消防通道上空不得设置广告；

(6) 广告的上端不得超出附着墙面的上端，且距地不得高于 24 米；

(7) 广告高度不得超过 9 米且广告牌面宽度不得超过 1.5 米，高度与宽度比例 5:1 到 6:1 之间；广告牌面厚度不大于 0.3 米；

(8) 相邻广告水平间距不得小于建筑开间且最小不得少于 6 米。

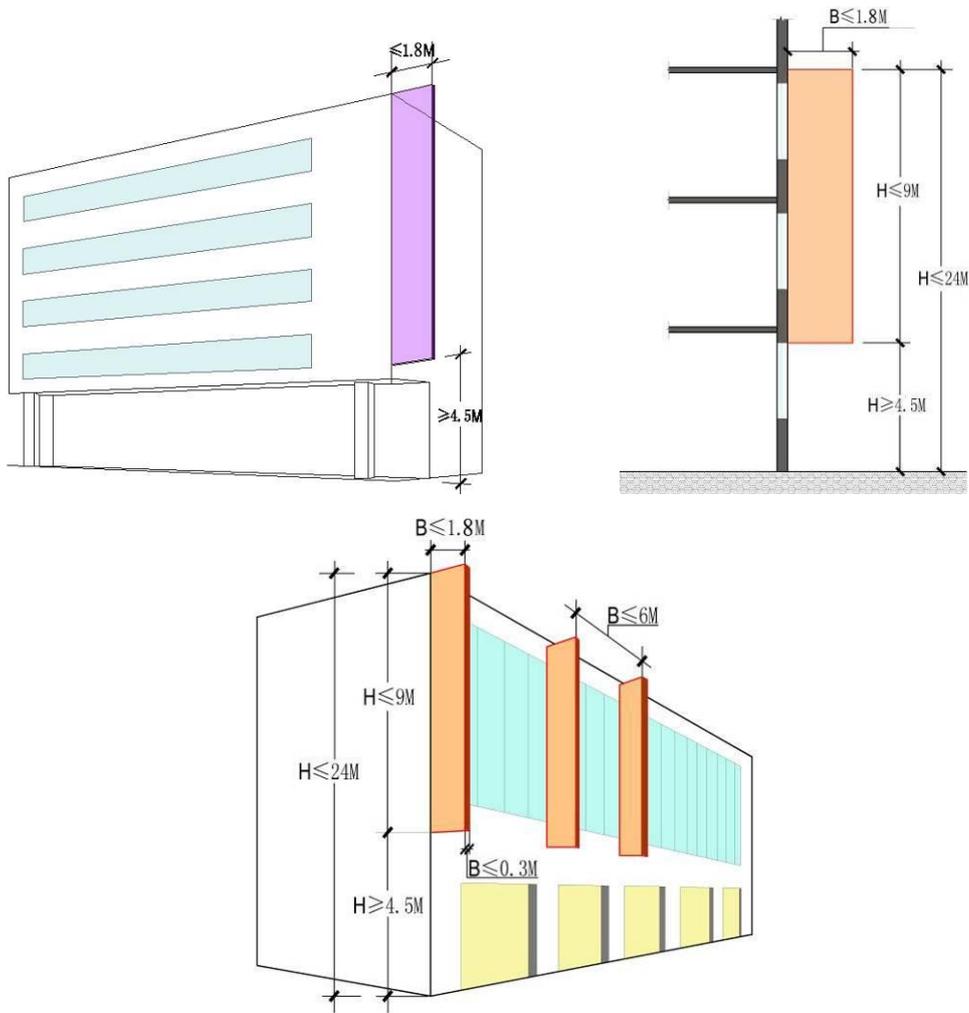


图 11 垂直于墙面的广告位置与尺寸示意图

4、屋顶户外广告设施设置的基本要求

根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》要求，从城市景观考虑，不再设置屋顶广告。现状使用权期满的须全部拆除（含公益广告）；未到期的待期满后拆除。

第十四条 户外电子屏广告的设置要求

1、户外电子屏广告定义

户外电子屏广告包括视频、电视屏幕、激光投影广告、LED 光源建筑媒体立面、全息图广告和其它动画、间歇照明或序列化照明广告等。

2、设置要求

(1) 户外电子显示屏（公益性除外）只允许在户外广告专项规划确定的重点展示区（路段）设置。

(2) 户外电子屏广告要保证与主建筑物的建筑设计及其使用的协调，并与

街景及该区域的风格相融合。

(3) 户外电子屏广告不得对居住用地及其它各类用地中具有相应功能的建筑、公共区域或公共用地产生严重不利影响。

(4) 高于 2.1 米的户外电子屏广告应平行于相邻道路设置。

(5) 任何形式的激光投影广告只允许用于城市公共活动、节日与体育赛事等。

(6) 如果电子屏广告有可能对相邻建筑产生严重不利影响的，电子屏广告禁止使用。

(7) 户外电子屏广告严禁播放声音。

(8) 户外电子屏广告的光污染对城市生活产生影响的禁止设置。

(9) 在城市主干道两侧（城市广场和步行街除外）设置户外电子显示屏的，不得播放活动画面，原则上每个固定画面的播放时间 ≥ 15 秒，画面切换应采取慢转换方式。

(10) 在商业区及其周边设置的户外电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 $1000\text{cd}/\text{m}^2$ ；在交通路口及其他地区设置的户外电子显示屏，夜间亮度值应小于等于 $400\text{cd}/\text{m}^2$ ；户外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。

(11) 电子显示屏只允许在建（构）筑物高度不超过 24 米的主体墙面设置。

(12) 在高层建筑裙楼墙身设置的，不得超过建筑主体女儿墙的上沿。

(13) 禁止在朝道路与来车方向成垂直视角的方向设置。

(14) 禁止 LED 户外广告每日 22 时 30 分至次日 7 时 30 分开启。

第十五条 大型独立式户外广告的设置要求

开平市中心城区除快速路、主干道两侧和重点展示区外禁止设置大型立柱高杆广告。

1、高杆立柱广告设施牌面尺寸要求（详见表 7）

表 6 高杆立柱广告设施牌面的最大尺寸

道路类别	广告设施牌面的最大尺寸 (m)
主城区以外主、次干路	5×15
快速路	6×18

2、高杆立柱广告设施纵向间距要求（详见表 8）

表 7 高杆立柱广告设施的最小纵向间距尺寸

道路类别	广告设施牌面的最大尺寸 (m)
主城区以外次干路	350
主城区以外主干路	700
快速路	1000

3、禁止设置于道路红线内；高杆中心与地块内建筑物外侧最小距离不得小于其高度的 2 倍；高杆广告最外侧与道路红线的距离不得小于广告幅面高度，且高杆中心与道路红线的距离不得小于 15 米。

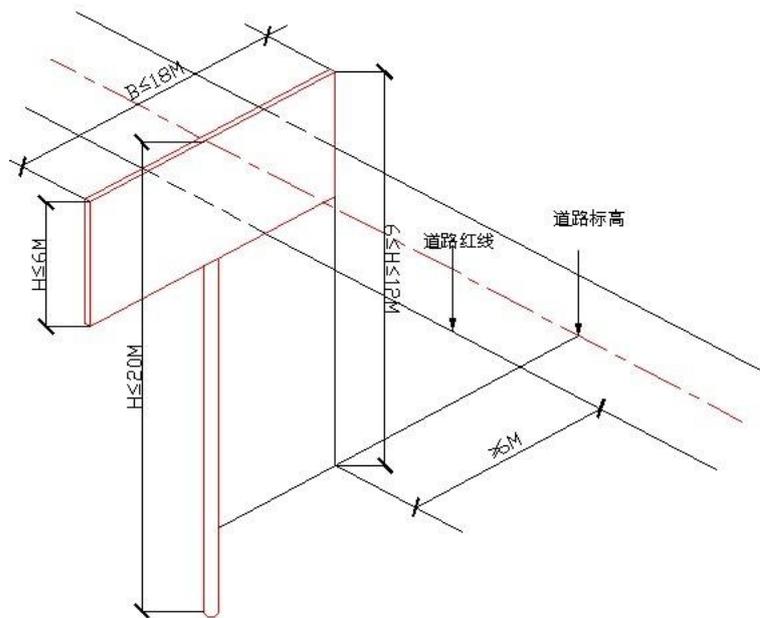


图 12 高杆立柱广告位置及尺寸示意图

4、沿城市道路同一路段内相互距离 1000m 以内的大型 T 型高杆户外广告牌的高度、方向（牌面垂直投影与道路夹角）、风格要一致。

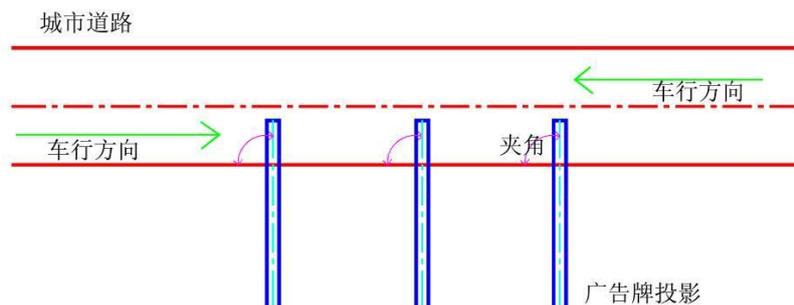


图 13 大型 T 型高杆户外广告牌相互关系示意图

5、道路交叉口的 T 型落地式户外广告牌（包括三面 T 型广告牌）方向要相互对称（即面向道路交叉口的一面与两条道路中心线的夹角一致），较复杂的道路交叉口的落地式户外广告牌牌面方向以就近相互协调为原则。

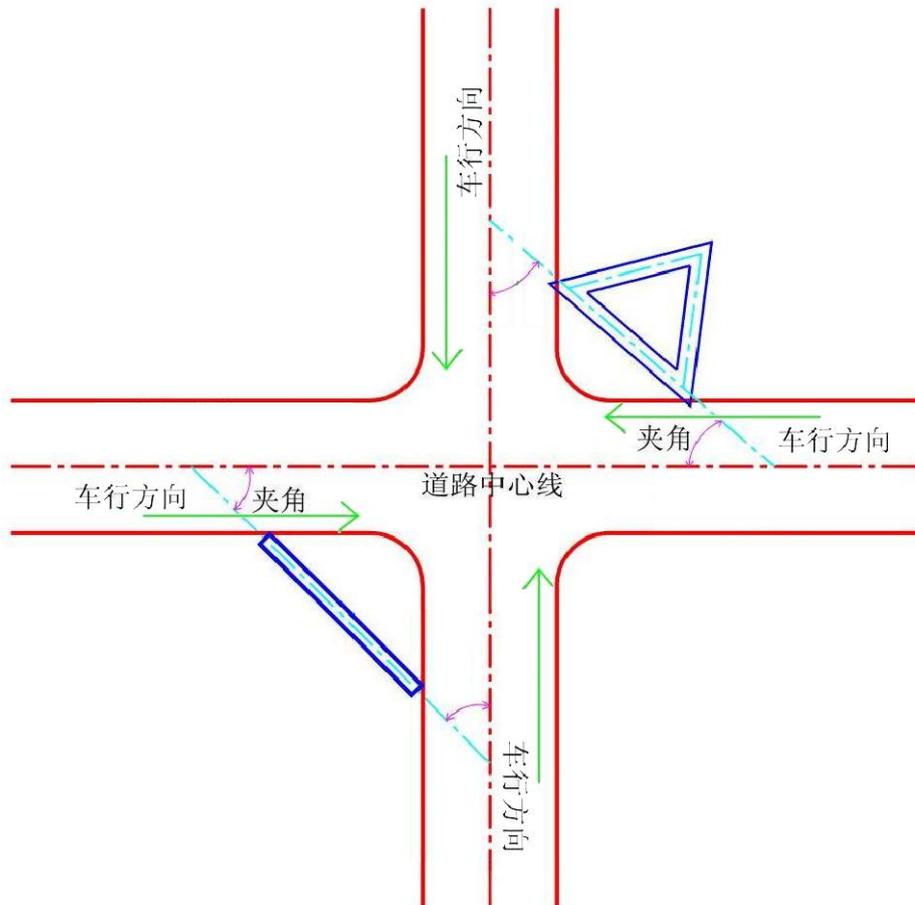


图 14 大型 T 型高杆户外广告牌与道路交叉口的位关系示意图

6、采用外打灯照明，亮灯时间从市区路灯点亮时起不得低于四小时。

7、城市快速路和高速公路两厢禁止设置带有闪光霓虹灯，电子饰品的广告；不得使用荧光涂料等反射光强的材料；霓虹灯尽量不用红、黄等鲜艳色彩，且不得影响交通视线及安全。

第十六条 实物造型广告与碑式广告的设置要求

1、小于 5 米的城市道路人行道及商业步行街、绿化带宽度不得设置实物造型广告和碑式广告；

- 2、广告总高度不得大于 2.5 米；
- 3、广告宽度不得大于 1.2 米，且在广告设置后可供行人通行的步行通道净宽度不得小于 2.5 米，不得妨碍行人通行、交通、消防安全以及公共设施的正常使用；
- 4、广告底座和牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于 0.5 米；
- 5、碑式广告牌面与水平面夹角不得小于 75 度。

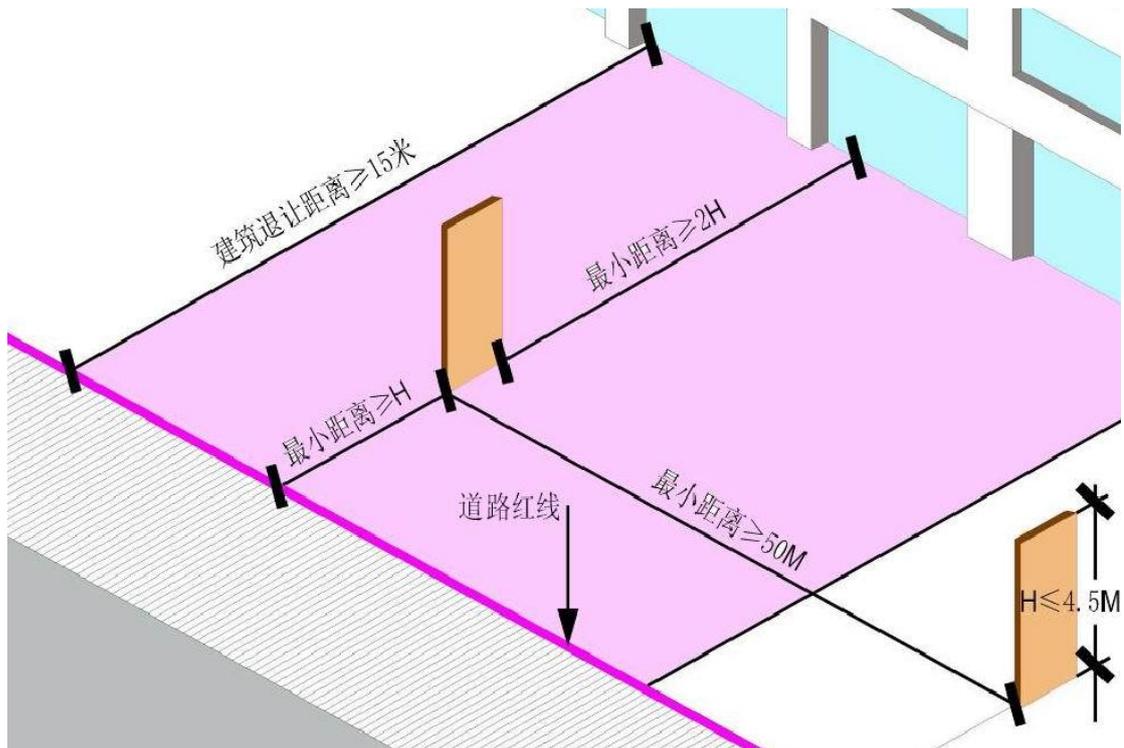


图 15 实物造型广告与碑式广告位置及尺寸示意图

第十七条 指示牌的设置标准

1、单位的示牌原则上不允许独立设置，确需设置的，经广告审批部门审批同意，在路口处设置综合型指示牌。

2、指示牌应设置在人行道侧石内 0.2 至 0.5 米的范围内，街道长度小于 500 米的在其道路两头设置；长度大于 500 米的街道确需设置指示牌的，其纵向间距不小于 300 米。

3、指示牌规格、色彩应分类统一，形式、图案应与城市景观协调，并保持整洁、完好。

第十八条 其它广告设施的设置要求

利用船只、码头、趸船等水上各类交通设施设置的户外广告设施：广告设施高度不得大于 3.0 米，应尽量做成通透形式，以减少对江面景观的影响，且不得用于发布商业广告。

第十九条 户外广告设置的指导性要求

针对广告色彩、灯光、形式、材料、风格五个方面，规划提出五项指导性控制指标体系，即户外广告设置的景观美化要求。

1、广告色彩：

色彩控制原则——原则上不同的分区有各自的基本色，以强化分区特色及景观个性。

分区基本色控制——规划商业区以淡暖色系为基本色，强化商业氛围；市河沿线、城市新区、汽车站等，宜采用与周围建筑色彩一致的基本色，以淡冷色调为主。

广告板面色彩控制——大幅面广告宜采用与周围环境相一致的色系，小幅面广告采用与周围环境互补色系。

2、广告灯光：

用灯原则——广告灯光既要使宣传内容醒目吸引人，又要符合城市夜景灯光规划的统一要求，不能破坏城市夜景总体效果。要求采用节能产品，节约能源。

光色及灯光形式控制——以商业为主的区域宜采用有动感的灯光，如闪烁霓虹灯，变换色彩及明暗的灯箱广告，总体以暖色调为主；公共游憩空间宜采用低照度冷色调灯光；居住区周围不能采用闪烁灯光广告；道路交叉口周围区域不得采用闪烁及高亮度红、黄、绿色灯光，避免干扰交通信号可视性。

照度控制——广告灯光应有合适的照度均匀度，一般照明情况下，照度均匀度应 ≥ 0.7 。灯箱广告照明广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为 1.3—1.5 且不得大于 2。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。

3、广告形式：

鼓励使用科技含量高、信息量大的广告形式，如电子屏、滚动式灯箱广告。在布局上，同一区域同一种形式的广告在外观上应相对统一，避免杂乱。商业密集区以灯箱广告、实物造型广告、霓虹灯广告等形式为主；城市道路以序列布置广告牌、灯箱广告为主，城市出入口以布置大型立杆式广告为主；公园绿地以布置小型灯箱广告为主。

4、广告材料：

要求广告用材结构牢固，符合安全要求；方便施工，经济合理；鼓励采用可再生材料，符合环保；材质外观符合审美要求，符合设计创意要求。

5、广告造型及风格：

广告外观造型要富有文化特质，个体设计应力求多样化和与众不同。既要做到引人瞩目，又要与周围环境融为一体。既要在整体上突出开平地方特色，又要使城市的不同区域形成各具个性的广告基本风格。传统街区及周围广告外观设计应多吸收地方传统建筑语言符号，形式上与周围建筑协调；商业区宜较多采用流行风格的广告形式；城市新区、开发区宜采用形式抽象简洁，造型新颖的广告。

第四章 名词解释

1、术语释义

户外广告：指在户外独立或借助建（构）筑物设置的、向公众显示商业、服务信息的商业性广告，宣传及教育的公益广告，以及各类商业设施店招（但不包括利用交通工具、气球及以其它形式在户外设置、绘制、悬挂、张贴的移动广告）。

落地式广告设施：指从地面而起以单个或多个柱体支撑、排架支撑（即立柱式、排架式）的广告看板、灯箱、显示屏（牌）、霓虹灯或其它造型广告以及指示牌。主要包括三类：大型立柱式广告、实物造型广告、碑式广告。

附着式广告设施：指附着于建（构）筑物及公共设施和交通工具设置的广告看板、灯箱、显示屏（牌）、霓虹灯或其它造型广告及指示牌。

屋顶广告：指任何设置在建筑屋顶或女儿墙上，或由建筑屋顶延伸出的立柱或其它支撑结构支撑的高度超出建筑屋顶平面 30 厘米的广告，包括喷绘看板、滚动看板、霓虹灯、灯箱、LED 光源等多种类型。

墙面广告：指平行或垂直建筑外墙的广告，包括喷绘看板、滚动看板、霓虹

灯、灯箱、LED 光源、投影、电子屏幕等多种型。

平行于建筑物外墙广告：指通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上，且与外墙平行的广告。

垂直于建筑物外墙广告：指通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上，且与外墙垂直的广告。

大型立柱式广告：指利用地面为载体，通过独立支撑柱固定广告牌发布广告信息的大型户外空间广告，一般有两面或三面形式，也有圆柱形式，面积一般大于 50 平方米（含 50 平方米）。

实物造型广告：指利用固定支架，以地面为载体，以需要表达的广告内容塑造独特造型的户外广告；

碑式广告：指设置于道路或其他开敞区域的，进行宣传或推介的户外广告，一般一块立碑上可设置多块广告，多辅以灯箱或霓虹灯等照明设施。

依附市政公用设施设置的户外广告：主要指依附于道路桥梁的户外广告，如依附于天桥、桥墩、道路灯柱等的户外广告。

临时广告：主要指对施工场地进行遮挡或对破败环境进行遮挡的户外广告，一旦施工或清理完毕即行实施拆除。

门式构架型广告：主要指横跨道路的龙门架广告。

依附广告的建筑物分类：按照依附建筑物的使用用途，建筑物可以分为四类：

一类建筑：经营性商业建筑（如商场、超市、门面等）、综合建筑商业经营部分、车站、码头等；

二类建筑：商务办公建筑（如银行、保险、酒店、电信等）、企事业办公建筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑；

三类建筑：医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施；

四类建筑：行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、居住建筑、地标性建筑、特殊建筑（包括军事、外事、保安、宗教、文物古迹、历史文化保护单位等建筑）。

户外广告重点展示区：指商业功能与行为密集的区域，主要包括城市的

商业中心、次中心、码头、车站地区、商业步行街、市场区等区域。

户外广告一般展示区：指广告设置的一般区域，也是开平市中心城区户外广告分布最广泛的区域。

户外广告一般控制区：主要指一般居民住宅区、商务办公综合区、工业区等，户外广告的设计应尽量体现区域的功能特色和文化特色，淡化商业气氛。

户外广告严格控制区：指城市风貌特色相对明显或居住功能相对集中的区域。主要包括城市的新建住宅区以及文教、医疗卫生等公共设施用地。

户外广告禁止设置区：主要指重要的城市公园、生态绿地、政府机关、军事机关、历史文化保护单位等场所的区域范围。

2、尺寸、面积规定与释义

户外广告的高度(H)：包括牌面高度与附属设施高度两种。本标准如无特殊说明，一般广告高度指广告牌面的高度。

户外广告的净空高度(h)：可分为两种情况，当属于依附于建筑的户外广告时，其净空高度为牌面及其附属设施下沿到其支撑结构所处地面或屋面的最小距离；当属于独立式户外广告时，其净空高度是指广告牌面下沿到其支撑结构所处地面的最小距离。

户外广告宽度(W)：是指落地式户外广告牌面和其附属设施在水平方向的最大距离。

户外广告牌面厚度(B)：是指户外广告牌面在垂直于广告牌面方向上的最大距离。

户外广告牌面与建筑外立面的距离(d)：是指户外广告与建筑外立面在水平方向的最小距离。

户外广告与道路路幅边线的距离(D)：是指户外广告与道路路幅边线在水平方向的最小距离。

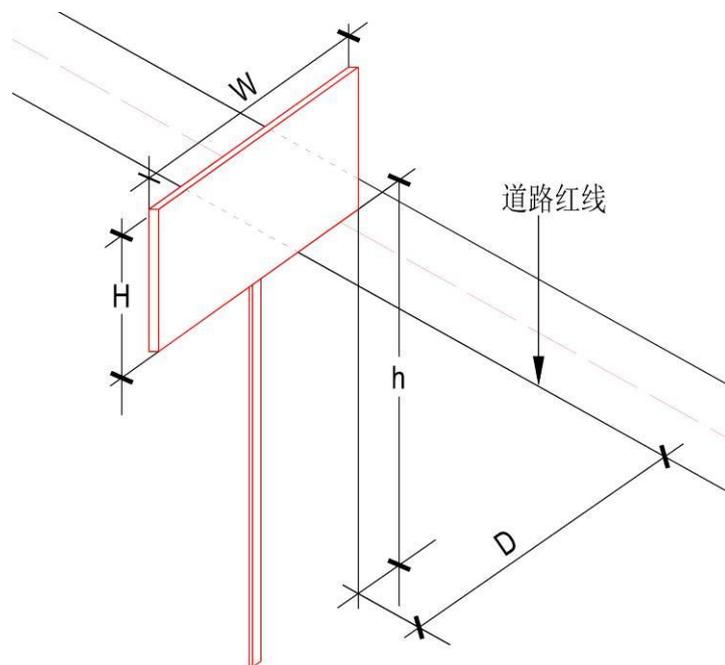
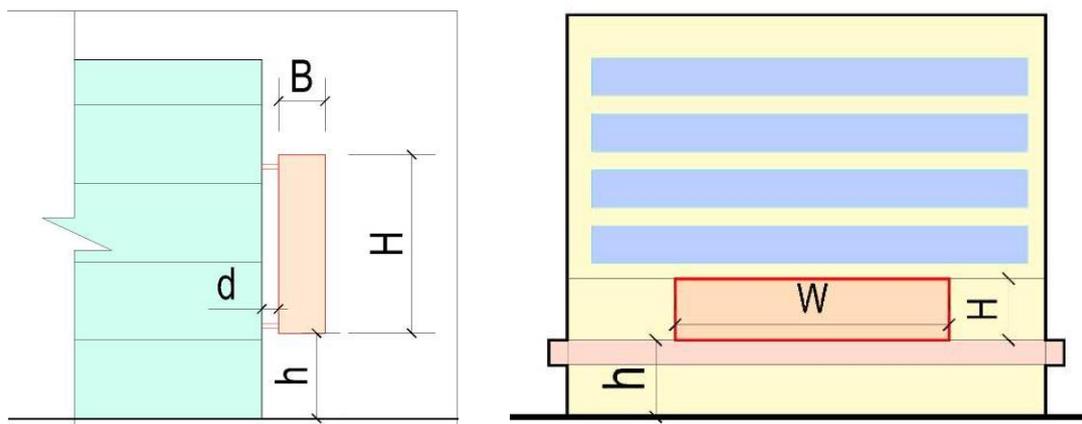
规则形状的户外广告面积：矩形牌面的户外广告，使用数学公式来计算其面积；非矩形牌面的户外广告，包括圆形、椭圆形、三角形、平行四边形，皆按照能围合该图形的最小矩形的面积来计算该广告面积。

不规则形状的户外广告面积：外边缘为直边（少于或等于8边）的不规则形状的户外广告的面积，其面积按照其直边围合的图形面积计算，而外边缘为曲线

或外边缘边数大于 8 的直边围合的不规则形户外广告，其面积按照能围合该不规则图形的最小矩形的面积计算。

大型户外广告牌指面积 50 平方米（含 50 平方米）以上广告牌，较大型悬挂外飘式广告灯箱指单面面积 3 平方米（含 3 平方米）以上广告灯箱。（）

广告尺寸释义：



3、用词说明

1、执行本指引条文时，对于要求严格的用词说明如下，以便执行中区别对待。

2、表示很严格，非这样做不可的用词：正面词采用“必须”；反面词采用“严禁”。

3、表示严格，在正常情况下均应这样做的用词：正面词采用“应”；反面词采用“不应”或“不得”。

4、表示允许稍有选择，在条件许可时首先这样做的用词：正面词采用“宜”或“可”；反面词采用“不宜”。

5、条文中指明应按其它有关标准、规范执行的写法为“应按……执行”或“应符合……要求或规定”，非必须按所指定的标准和规范执行的写法为“可参照……执行”。

6、条文中下列用词分别表示为以下关系：“不得小于”表示“应大于或等于”；“不得低于”表示“应高于或等于”；“不得大于”表示“应小于或等于”；“不得超过”表示“应小（低）于或等于”；“不得高于”表示“应低于或等于”。