

OVERALL PLANNING OF OUTDOOR ADVERTISE FACILITIES IN NANJING
南京市户外广告设施设置总体规划(2022-2035)项目

[规划文本·图件]

OVERALL PLANNING OF
OUTDOOR ADVERTISE
FACILITIES IN
NANJING



江苏省规划设计集团有限公司
江苏省城市规划设计研究院有限公司

2022年3月

江苏省规划设计集团有限公司
江苏省城市规划设计研究院有限公司 技术文件

南京市户外广告设施设置总体规划(2022-2035)项目

[规划文本·图件]

集团总经理：梅耀林

技术总负责：刘小钊

证书号：自资规甲字21320062

项目编号：2019P-13025

版本号：001

完成时间：2022年3月

技术负责

承担内容	姓名	职务或职称	签署
批准	张伟	集团副总经理、研究员级高级规划师、注册城乡规划师	
部门负责	朱兴彤	副院长、研究员级高级工程师、注册城乡规划师	
分管	朱兴彤	副院长、研究员级高级工程师、注册城乡规划师	
审核	朱兴彤	副院长、研究员级高级工程师、注册城乡规划师	

技术校对

承担内容	姓名	职务或职称	签署
校对	张彧	研究院级高级工程师	

项目成员

承担内容	姓名	职务或职称	签署
项目负责	卢春霞	研究员级高级规划师	
规划设计	罗畅	高级工程师	
规划设计	邱海伦	高级工程师	
规划设计	黄一鸣	高级工程师	

南京市户外广告设施设置总体规划项目 评审意见

2021年6月21日,江苏省住房和城乡建设厅在南京市组织召开了《南京市户外广告设施设置总体规划项目》(以下简称《规划》)专家评审会(专家名单附后)。南京市委宣传部(市文明办)、市规划和自然资源局、市场监督管理局、公安局交通警察支队(交通管理局)、交通运输局、消防救援支队、城管局等有关部门的专家和领导参加了会议。与会专家听取了南京市城管局及编制单位江苏省规划设计集团有限公司的汇报,审阅了相关文件资料。经充分审议,形成了以下评审意见:

《规划》结合时代发展需求,基础资料详实、现状分析透彻、结构体系完善,体现了城市空间资源管理、城市界面秩序控制、城市活力氛围营造等方面的特色,为提升城市户外广告设施设置科学化、精细化、智能化管理水平提供了依据和遵循,为南京市户外广告特色化建设和长远发展奠定了基础。

为使《规划》更臻完善,专家组提出如下修改意见:

1、紧扣“创新名城、美丽古都”的目标定位,进一步完善与提升城市核心区域、特色风貌区等范围内户外广告设置的文化品位,彰显历史文化底蕴和现代都市风貌。

2、进一步细化中远期发展的具体步骤,明确规划实施的指导性目标,规划引导后期设计方案。

3、进一步明确各重点区域、道路、节点等户外广告设施设置中公益广告的要求与规范。

与会专家原则通过并建议,《规划》修改完善后按程序报批。

专家组组长:

2021年6月21日

《南京市户外广告设施设置总体规划项目》评审会专家签到表

会议时间:2021年6月21日下午

会议地点:南京市金陵晶元大酒店21号会场一楼通运厅

姓名	单位	职务	联系电话	本人签字
王伟明	苏州大学	教授	18662291102	王伟明
戴如林	省市场监督管理局广告监督管理处	二级调研员	18936009658	戴如林
邓雅萍	无锡市城管局	三级调研员	15852802000	邓雅萍
夏磊	北京清美道合规划设计院	联席院长	13910025799	夏磊
沈家文	常州市城管局市容处	处长	13338196166	沈家文

《南京市户外广告设施设置总体规划项目》评审会专家签到表

会议时间:2021年6月21日下午

会议地点:南京市金陵晶元大酒店21号会场一楼通运厅

市级相关部门

姓名	单位	职务	联系电话	本人签字
韩辉利	市委宣传部 (市文明办)	道德建设指导处 二级调研员	13951661866	韩辉利
李艳	市规划和自然资源局	城市设计处 副处长	13813829601	李艳
王坚勇	市市场监督管理局	广告监管处 四级调研员	18913891062	王坚勇
梁谦	市公安局交通警察支队 (交通管理局)	秩序大队 一级警长	18913863777	梁谦
肖维	市交通运输局	城乡道路处 副处长	15366152638	肖维
杨志刚	市消防救援支队	防火监督处 处长	13776663119	杨志刚

《南京市户外广告设施设置总体规划(2022-2035)项目》

专家评审会意见的落实与答复

意见和建议一

进一步完善与提升城市核心区域、特色风貌区等范围内户外广告设置的文化品位，彰显历史文化底蕴和现代都市风貌。

落实与答复：

1、规划强调对城市特色空间户外广告设施设置的控制与引导。依据《南京市国土空间规划（2020-2035）》《南京市总体城市设计（2017-2035）》对城市空间发展的格局定位，《南京市商业网点规划（2015-2030）》对城市商业空间体系的定位，通过进一步控制南京中心城区风貌控制体系，对各个类型风貌区的户外广告建设强度、类型、风格等进行控制引导，确保空间风貌的地方特征和历史特色。详见《规划说明书》第五章，《规划文本·规划图件》第9条、第10条。

2、规划强调滨江风光带户外广告设施设置的分类控制与引导。依据《南京市域滨江岸线利用详细规划（2014-2030年）》的发展要求以及《南京市长江岸线保护详细规划项目》对南京长江沿线岸线功能、用地性质、规模的合理安排，明确滨江景观塑造要求，融入南京城市风貌的空间格局，协同打造“魅力长江轴线”。详见《规划说明书》第六章，《规划文本·规划图件》第11条。

3、规划针对城市核心区域设置五核特别展示区，明确南京市四个市级商业中心及一个副市级商业中心的特色空间定位及设计引导要求，并对新街口商圈及河西商圈的打造进行规划引导和示范，提升以现代多元创新型商贸氛围为主的集中型户外广告空间节点的商业氛围营造及品味提升。详见《规划说明书》第五章、第七章，《规划文本·规划图件》第9条、第13条、第14条。

意见和建议二

进一步细化中远期发展的具体步骤，明确规划实施的指导性目标，规划引导后期设计方案。

落实与答复：

近期规划的实施重点是对存量户外广告设施的管理模式优化、风貌保护和规范管控，结合南京市“十四五”重大项目建设及土地投放重点以及南京市2021年经济社会发展重大项目计划制定分阶段实施行动计划，分批有序管控违法违规设施，优化低品质设施。

中远期规划的设施重点是结合城市中远期重点实施项目，进一步提升城市形象、城市风貌特色引领以及对南京市城市户外广告数字一体化综合管理平台的构建，后期的相关设计方案需以本规划为设计依据并组织论证，通过后方可实施。详见《规划说明书》第八章。

意见和建议三

进一步明确各重点区域、道路、节点等户外广告设施设置中公益广告的要求与规范。

落实与答复：

规划进一步明确了五条重点道路、两个市级商业中心、多个城市窗口交通枢纽节点中公益户外广告控制比例及每日播放时段等具体要求和规范。详见《规划说明书》第六章、第七章、附件4，《规划文本·规划图件》第13条、第14条、第15条。

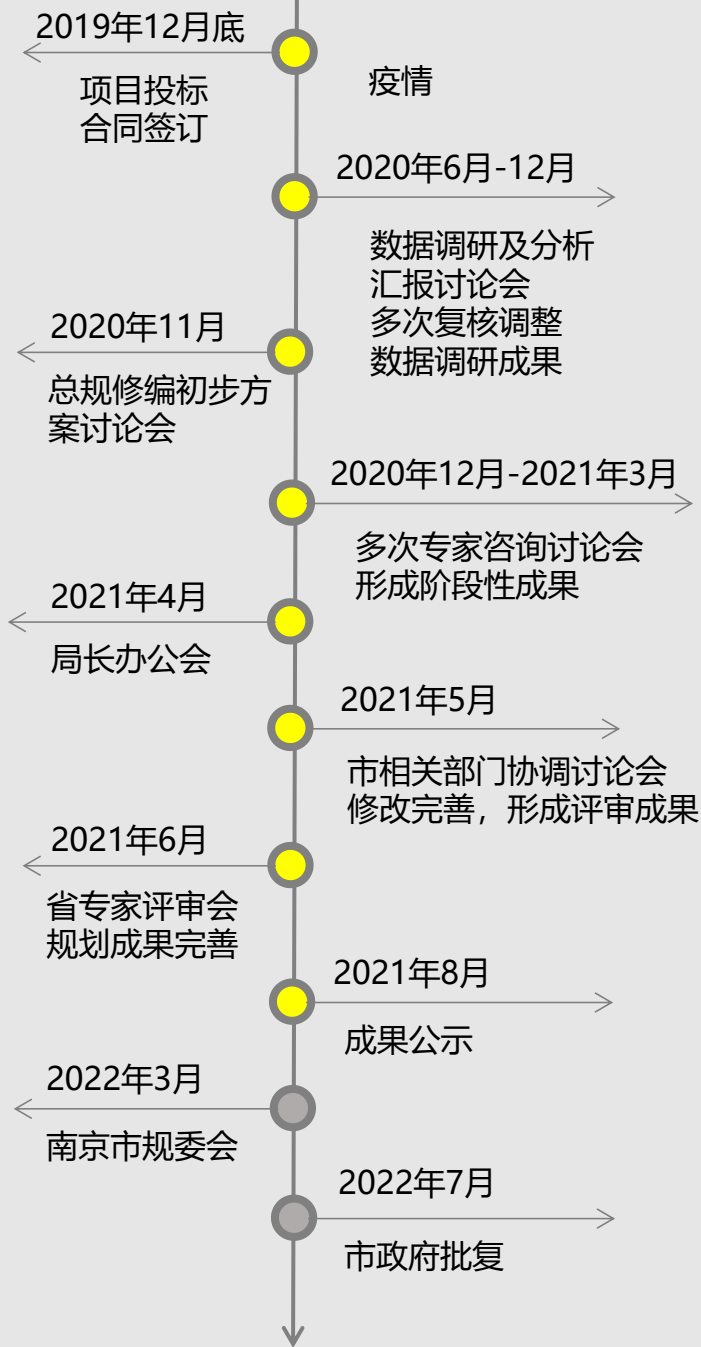
前言

PREFACE

为贯彻落实市委、市政府加快建设具有全球影响力的国际化都市的发展目标，顺应新一轮南京市国土空间规划为建设新南京城市形象的全新要求，推动城市容貌环境建设精细化管理及城市户外广告高品质、高质量发展，2019年底由南京市城市管理局组织修编《南京市户外广告设置总体规划》。编制单位在2015版《南京市户外广告设置总体规划》的基础上，按照《江苏省城市户外广告设施专项规划编制纲要（试行）》的技术要求，结合南京市“十四五”规划及未来城市户外广告设施建设与管理的发展需求，对南京市行政区范围以及城市重要商圈、道路、窗口节点开展现状数据信息调研及总体规划修编工作。

通过为期6个月的现场勘查、部门对接和现场复核，编制单位对南京市已合法、拟合法、历史存量户外广告设施的数量、类型、点位分布、规格尺寸等情况分区分街道进行统计和汇总，做到规划范围现状数据信息全覆盖，并于2020年12月形成9册调研成果，成为南京户外广告修规工作翔实、准确的现状分析基础材料库。

为不断提升总规修编成果质量，南京市城市管理局多次邀请南京市广告协会专家对规划方案进行把关并提出修改意见，经过不断地打磨和技术完善，2020年11月确定总规修编初步方案，2021年3月形成阶段成果，2021年4月通过局长办公会，2021年5月通过相关部门协调讨论会，2021年6月通过由省住房和城乡建设厅组织的专家评审会，形成规划成果，2021年8月通过成果公示，2022年3月通过南京市规委会，2022年7月获市政府批复。



目录

CONTENTS

[规划文本-图件]

第一章 总则	图件
第二章 城市户外广告设施分类	图件01 城市区位图
第三章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导	图件02 规划范围及重点研究区域图
第四章 边界户外广告设施设置分类控制与引导	图件03 城市总体规划土地利用规划图(2019-2035)
第五章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导	图件04-1 城市户外广告设施设置现状分布图 (东南片区)
第六章 规划实施管理	图件04-2 城市户外广告设施设置现状分布图 (西南片区)
第七章 近期建设规划	图件04-3 城市户外广告设施设置现状分布图 (西北片区)
第八章 附则	图件04-4 城市户外广告设施设置现状分布图 (东北片区)
	图件05-1 城市户外广告设施设置现状分布与城市风貌体系对比分析图
	图件05-2 城市户外广告设施设置现状分布与人流热力分布对比分析图
	图件05-3 城市现状户外广告设施设置遮挡要素分析图
	图件06 城市户外广告设施设置空间结构分析图
	图件07 城市户外广告设施设置滨江边界岸线分类控制规划图
	图件08 城市户外广告设施设置道路交通边界分类控制规划图
	图件09 新街口商圈规划引导图则

第一章 总则

第1条 规划范围

本次规划研究范围为南京中心城范围，规划管控范围覆盖《南京市国土空间总体规划（2020-2035）》（评审稿）规定的行政辖区范围。规划范围所涉及的高速公路及出入口，则按照南京市政府批准的《南京市高速公路沿线广告设施规划》执行。

规划重点地区包括五条重点道路、两个市级商业中心、多个城市窗口节点。

表1-1规划重点地区一览表

重点道路	江东快速路、中山南路、中山东路、中山北路、汉中路
市级商业中心	新街口商圈
	河西商圈
窗口节点	重要高速公路收费站：沪蓉高速、宁杭高速收费站
	重要高速公路枢纽互通：雍庄枢纽、花神庙枢纽、麒麟枢纽、马群立交、刘村立交、东杨坊立交
	铁路交通枢纽：南京站、南京北站、南京南站

第2条 规划依据

国家现行有关法律、法规、专业技术规范、标准

- 1、《中华人民共和国广告法》（中华人民共和国主席令第34号）
 - 2、《中华人民共和国城乡规划法（2019年修订）》（中华人民共和国主席令第二十九号）
 - 3、《中华人民共和国消防法》（中华人民共和国主席令第六号）
 - 4、《中华人民共和国环境保护法（2014修订）》
 - 5、《中华人民共和国节约能源法》（2016年7月修订）
 - 6、《中华人民共和国噪声污染防治法》（2021修订）
 - 7、《中华人民共和国道路交通安全法》（2021修订）
 - 8、自然资源部办公厅生态环境部办公厅关于开展生态保护红线评估工作的函（自然资办函[2019] 1125号）
 - 9、《城市用地分类与规划建设用地标准》GB50137-2011
 - 10、《广告管理条例》（国发第94号）
 - 11、《城市市容和环境卫生管理条例》（中华人民共和国国务院令第101号）
 - 12、《特殊标志管理条例》（中华人民共和国国务院令第202号）
 - 13、《广告管理条例施行细则》（国家工商局工商广字[1998]第13号）
 - 14、中华人民共和国国家《城市容貌标准》（国家住房和城乡建设部第129号）
 - 15、《户外广告和招牌设施技术标准》（住建部CJJ/T149-2021）
 - 16、《城市户外广告设施巡查监管信息系统》（CJ/T 532-2018）
 - 17、《公益广告促进和管理暂行办法》（国家工商行政管理总局 国家互联网信息办公室 工业和信息化部 住房和城乡建设部 交通运输部 国家新闻出版广电总局令第84号）
- 现行的国家其他相关法律法规、技术规范、标准

行业主管部门规范性文件、地方性法规、规章

- 1、《江苏省城市市容和环境卫生管理条例》（江苏省十三届人大常委会第三十四次会议修订通过）
 - 2、《江苏省城市容貌标准》DGJ32/G07-2016
 - 3、《江苏省广告条例》（江苏省人大常委会公告第13号）
 - 4、《江苏省城市户外广告设施专项规划编制纲要（试行）》（苏建城管【2015】528号）
 - 5、《江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范》（苏建函城【2013】385号）
 - 6、《江苏省城市环境综合整治技术指南》（规范户外广告设置分册）（2014）
 - 7、《江苏省高速公路沿线广告设施管理办法》（江苏省人民政府令2012年第78号）
 - 8、《江苏省公路平交道口设置管理暂行规定》
 - 9、《江苏省非公路标志设置管理暂行规定》
 - 10、《江苏省安全生产条例》
 - 11、《南京市市容管理条例》
 - 12、《南京市城市治理条例》
 - 13、《南京市户外广告设施设置管理办法》（南京市人民政府令第280号）
 - 14、《南京市店招牌设置规范》（DB 3201/T 230—2014）
 - 15、《南京市公益广告管理暂行办法》
 - 16、《南京市城市照明管理办法》
 - 17、《南京市户外广告设施设置通用规范》
- 其他相关规范性文件、法规、规章

城市总体规划和其他相关规划

- 1、《南京市城市总体规划（2011-2020）》
 - 2、《南京城市总体规划（2018-2035）规划草案》
 - 3、《南京市国土空间总体规划（2020-2035年）评审稿》
 - 4、《南京都市圈发展规划》
 - 5、《南京市总体城市设计（2017-2035）》
 - 6、《南京市城乡综合交通总体规划》
 - 7、《南京历史文化名城保护规划（2010-2020）》
 - 8、《南京市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》
 - 9、《南京市历史文化名城保护条例》
 - 10、《南京市色彩控制导则（试行）》
 - 11、《南京市户外广告设置总体规划》（2015版）
 - 12、《南京市高速公路沿线户外广告规划》
 - 13、《南京市商业网点规划(2015-2030)》
 - 14、《南京市特色意图区规划研究》
 - 15、《南京市域滨江岸线利用详细规划（2014-2030）》
 - 16、《南京市长江岸线保护详细规划项目》
 - 17、《南京市城市照明专项规划》
 - 18、《南京市鼓楼区总体规划（2013-2030）》
 - 19、《南京市玄武区总体规划（2010-2030）》
 - 20、《南京市栖霞区总体规划（2010-2030）》
 - 21、《南京市雨花台区总体规划（2010-2030）》
 - 22、《南京市秦淮区总体规划（2013-2030）》
 - 23、《南京市总体规划（2010-2030）参考》
 - 24、《南京市江北新区总体规划（2014-2030）》
 - 25、《南京建邺高新区控制性详细规划及城市设计整合》
 - 26、《江北新区户外广告专项规划（2020-2035）》
 - 27、《南京市鼓楼区户外广告设置控制性规划》
 - 28、《南京市浦口区户外广告设置控制性规划（2019-2030）》
 - 29、《南京市栖霞区户外广告设施设置控制性规划》
 - 30、《南京市秦淮区户外广告设施设置控制性详细规划（2020-2035）》
 - 31、《南京市玄武区户外广告设施设置控制性详细规划》（2019-2030）
 - 32、《南京市雨花台区户外广告设施设置控制性规划》
 - 33、《南京北站历史风貌保护区规划》
 - 34、《南京南站地区城市设计》
- 其他相关规划

第3条 规划期限

参照总体规划、协同《南京市国土空间总体规划（2020-2035年）》（评审稿），南京市户外广告设施设置总体规划期限以2022为基准年，规划期限为2022-2035年。

- 1、近期规划期限：2022-2025年
- 2、远期规划期限：2026-2035年

第4条 规划目标

1、近期规划目标（2025）

对标“十四五”规划，优化“南京模式”户外广告管理规范，合理利用和整合城市空间资源，保护自然和传统景观风貌，引领南京市户外广告设施设置规划发展方向。

2、远期规划目标（2035）

围绕南京市的城市发展愿景，进一步优化和规范管理体系，打造高品位户外广告载体空间，塑造传统与现代、创新与活力共存的国际化滨江特色。

第5条 指导思想

全面贯彻习近平总书记“城市治理是国家治理体系和治理能力现代化的重要内容”、“一流城市要有一流治理”的重要讲话，结合南京市发展实际，融入共建“一带一路”、长江经济带发展、长三角区域一体化发展等重大国家战略，扎实搞好城市容貌环境建设管理工作，提升特大城市现代化治理水平。

第6条 规划原则

1、整体协调原则

城市户外广告规划结构布局依据国土空间规划要求，以及《南京市户外广告设置管理办法》（2012）《江苏省户外广告设施规划编制纲要》等要求，与城市建设发展相协调，与所处城市公共空间的功能要求相协调，与区位、环境、文化氛围相协调，合理布局、规范设置。强调一定区域内同类及相邻户外广告设施之间的整体感和区域辨识度。

2、特色景观原则

从城市整体风貌景观塑造的角度，确立户外广告设施设置体系的整体风格和多样性特征，形成具有南京地域文化特色的户外广告景观体系，塑造与南京城市地位相适应的城市形象。

3、多元创新原则

鼓励户外广告设施在内容题材、设施造型等方面的创新性及利用新技术实现户外广告传播的户外广告设施（设备）多元化发展，制定合理的控制要求和相关规定。合理控制城市公益类户外广告的发布比例，积极发挥户外广告在服务城市经济社会发展中的公共性作用，积极宣传南京市城市形象和文化内涵，强化城市形象符号和城市个性。

4、集约发展原则

集约化利用城市公共空间、强调城市各类元素的整合、依据不同户外广告类型的设置方式、科学合理制定户外广告设施控制管理体系，在有效控制其安全、位置、形态的前提下，鼓励创新性设置与规划，为城市环境品质提升预留一定的空间。节约城市公共空间、减小户外广告设施设置对城市景观的负面影响，促进户外广告良性发展及城市经济的繁荣。

5、安全优先原则

城市户外广告设施设置优先保障城市公共安全，严格杜绝户外广告设施各种条件下的安全隐患，加强对户外广告设施交通安全影响的控制，加强对户外广告设施位置、体量、照明形式、材质及自身结构等多元化安全管理控制，建立常态与非常态安全管理体制。

6、有效实施原则

以现行法律法规为依据，根据不同区位、用地性质、地域文化等因素，制定不同层次、不同分区的户外广告设施设置控制要求，为进一步制定更为细致的户外广告控制性详细规划提供依据，为城市管理行政主管部门的管理与执法提供科学依据和参考。

第二章 城市户外广告设施分类

第7条 相关术语和定义

以下术语和定义适用于本规划。本次规划对象不包括店招标牌、建筑楼宇铭牌、道路交通和公共指示牌、移动式户外广告设施和临时性户外广告设施。

1、户外广告设施

户外广告设施指在城镇建（构）筑物、交通工具等载体的外部空间，城市道路、各类场地及城镇之间的交通干道边设置（安装、悬挂、张贴、绘制、放送、投映等）的各种形式的商业广告、公益广告设施，以及其他用于展示、宣传的户外广告设施。按照依附载体的不同，户外广告设施具体分为五大类。（详见2.2户外广告设施分类体系）

《中华人民共和国广告法》（中华人民共和国主席令第34号）

《江苏省城镇户外广告和店招标牌设施设置技术规范》（苏建函城【2013】385号）

2、店招标牌设施

店招标牌设施指单位和个人在建（构）筑物、设施及场地设置的用于表明单位名称（标识）的招牌、标牌、灯箱、实物造型等设施。企业、事业单位、个体工商户及其他组织，在其拥有合法权属的经营、办公场所或建（构）筑物设置的与其注册登记名称相符的单位名称、字号和标志，属于店招标牌范畴，而不属于户外广告范畴。店招标牌不得改变使用性质，只限宣传注册单位的名称、字号和标志，不得含有所经营商品的名称、经营范围等。其中用于表明建筑物名称的属于标牌，其他设于楼顶的非建筑物名称的标志物属于户外商业广告范畴。

《江苏省城镇户外广告和店招标牌设施设置技术规范》（苏建函城【2013】385号）

3、公共设施

设置在“公共设施上的户外广告”中的“公共设施”指设置在道路和公共场所的交通、电力、通信、邮政、消防、环卫、生活服务、文体休闲等设施。

《江苏省城市容貌标准》（苏建科[2004]465号）

4、新技术户外广告设施

新技术户外广告设施是指在城市公共空间，通过声、光、电、数字媒体、户外投影等新技术实现信息传播功能的户外设施。具体包括3D投影、内光外透、格栅屏、膜屏、玻璃透明屏、全息激光投影技术等。

5、公益性户外广告设施

本规划所称的公益性户外广告设施，是指户外广告设施用于传播社会主义核心价值观，倡导良好道德风尚，促进公民文明素质和社会文明程度提高，维护国家和社会公共利益的非营利性内容的户外广告设施。公益性户外广告设施不得擅自发布商业性广告。利用公益性广告设施发布商业性广告的，应采取招标、拍卖的方式。政务信息、服务信息、企业自宣等各类公共信息以及专题宣传片等不属于本规划范畴的公益性户外广告。

《公益广告促进和管理暂行办法》（总局令第84号）

《南京市户外广告设施设置管理办法》（南京市人民政府令第280号）

6、已许可户外广告设施

已许可户外广告设施指经城市管理行政主管部门审批，已取得商业性户外广告设施行政许可的户外广告设施。

7、拟许可户外广告设施

拟进入市场化审批流程并在城市管理行政主管部门申请报备的户外广告设施。

8、历史存量户外广告设施

历史存量户外广告设施指由历史原因形成的未列入拟、已许可资料的存量户外广告设施或违规设置的户外广告设施。

9、户外广告设施（处）

单个独立的户外广告设施用一处设施表示，一处户外广告设施可以有一个或多个展示面。

第8条 户外广告设施分类体系

依据《江苏省城镇户外广告和店招标牌设施设置标准》中对城市户外广告设施的分类要求，本规划所涉及的户外广告设施按照依附载体的不同，分为以下五大类：

1、设置在建（构）筑物上的户外广告设施

——包括平行和垂直于墙面及围墙上设置的户外广告设施。

2、设置在公共设施上的户外广告设施

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

3、设置在地面上的户外广告设施

——包括立杆式户外广告设施、底座式户外广告设施、大型落地户外广告设施及大型高立柱户外广告设施等。

4、移动式户外广告设施

——利用车辆、船舶、飞艇、无人驾驶自由气球等可移动的特殊载体设置的户外广告设施。

5、其他户外广告设施

——利用其它载体设置以及城市未来发展过程中利用其他载体呈现的新技术新类型户外广告设施。

第三章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导

第9条 城市特色空间结构

城市空间为户外广告设施设置提供了载体，城市空间结构的发展与变化对户外广告设施设置提出相应要求。分析城市发展格局对户外广告设施设置的影响有利于在城市建设中行之有效地控制与引导户外广告设施设置，使之承担起城市功能结构中的相应职能，搭建良好的整体景观构架。

依据《南京市国土空间规划（2020-2035）》《南京市总体城市设计（2017-2035）》《南京市商业网点规划（2015-2030）》对城市空间发展的格局定位，规划期内南京市中心城区城市空间将形成“**一轴、两城、五区、五核**”的城市空间结构。规划通过进一步控制南京中心城地区空间风貌，对各个类型风貌区的户外广告建设强度、类型、风格等进行控制引导，确保空间风貌的地方特征和历史特色。

- 1、**一轴**：滨江景观轴
- 2、**两城**：江南主城、江北新主城
- 3、**五区**：现代风貌区、传统风貌区、滨江风貌区、依山风貌区、水乡风貌区
- 4、**五核**：新街口中心、江北中心、河西中心、城南中心、湖南路中心

第10条 城市特色空间控制引导

1、滨江景观轴

特色空间定位

沿江生态景观保护区

设置引导

落实长江大保护要求，以长江为轴，保护城市滨江沿线景观风貌。

2、江南主城

范围：江南主城南至绕越高速、西至长江、东至绕越高速和七乡河，是世界文化名城核心区、知识创新和高新技术产业高地和品质宜居城区。

特色空间定位

保护老城地域文化特色、提升新区品质、多元繁华、宜居综合型户外广告发展空间。

设置引导

老城区实施“保老城、建新城”战略，坚持“老城做减法做特色、新城做提升”的思路，提升江南主城户外广告建设品质。

3、江北新主城

范围：江北新主城北至大厂隔离绿地、南至南京长江三桥、西至老山、东至长江，是江北国家新区的核心区和南京辐射带动苏皖区域的重要功能承载区。

特色空间定位

高水平建设、高品质、低密度创新型户外广告发展空间。

设置引导

江北新主城重点推动商务金融、高新技术等高端创新型户外广告建设，全面塑造国家新区高品质城市形象。

4、传统风貌区（禁设区）

表3-1 传统风貌区控制范围一览表

传统风貌区 控制范围	明城墙风光带、玄武湖、台城、明故宫、鼓楼、清凉山、莫愁湖、城南、雨花台、白鹭洲公园、浦口码头、龙虎巷、尧化门、麒麟门、仓波门、高桥门、夹岗门.....
---------------	---

特色空间定位

城市人文景观保护空间

设置引导

保护城市历史文化景观风貌，禁止设置户外广告设施（小尺度公益户外广告专用阵地及商业用地、商办混合用地的商业裙房部分除外）。

5、滨江风貌区(控制区)

滨江风貌区控制范围以南京市主要滨江地段及主城区沿江部分地区为主,该风貌区注重保护生态环境和岸线整治,结合航运产业和旅游休闲功能,突出滨江城市特色。引导滨江地区建筑尺度,避免临江出现破坏风貌的大体量建筑。鼓励该风貌区内绿色建筑、覆土建筑等有效与生态结合的建筑形式。

6、依山风貌区、水乡风貌区(禁设区)

依山风貌区控制范围主要指城市山体周边地区,该风貌控制区注重山体视线廊道的控制,注重地形地貌与城镇的关系,注重建筑高度与山体轮廓的协调,保持临山界面的视线通畅,避免高层群落形成围墙,塑造依山的风貌特色。

表3-2 依山风貌区控制范围一览表

依山风貌区控制范围	老山、凤凰山、紫金山、青龙山、栖霞山、幕府山、牛首山、将军山、汤山等山体周边地区
-----------	--

水乡风貌区控制范围主要指南京中心城区内重要河流周边地区,包括秦淮河、七里河、城南河等地的地段,该风貌控制区保护村镇和水网相互依存的格局形态,控制滨水空间周边建筑形态,鼓励公共空间和水体构筑物的有机结合,展现典型的江南水乡风貌特色。

特色空间定位

名城山水生态景观环境

设置引导

保护和彰显南京“襟江带湖、山水相依、龙蟠虎踞”的山水景观特色。滨江风貌区、依山风貌区和水乡风貌区禁止设置户外广告设施(小尺度公益户外广告专用阵地及商业用地、商办混合用地的商业裙房部分除外)。避免商业户外广告设施设置对生态空间造成景观干扰。

公益户外广告设施设置要注重与周边景观环境的协调,尺度不宜过大,设置位置应在交通便捷、可达性较好的地段。

7、现代风貌区(展示区)

现代风貌区控制范围以南京市主要中心区、门户地区为主,现代风貌区需体现现代都市风貌,体现人文性和时代性的特点。控制建筑高度的层次以及核心商业空间街墙的连接度,鼓励城市家具与当代艺术的结合,提高公共空间的文化性与景观品质。

表3-3 现代风貌区控制范围一览表

现代风貌区控制范围	新街口、奥体中心、河西商务中心、鱼嘴核心区、下关商务中心、红花机场、南站中心、河定桥、凤凰港服务中心区、板桥中心、运粮河创新中心、燕子矶新城、仙林、江北新区核心区、桥北商业中心、江浦创新中心、大厂中心区、大厂……
-----------	--

特色空间定位

高品质时代风貌展示型户外广告空间

设置引导

在满足新的户外广告设施设置标准、符合城市容貌标准、视觉景观有序的前提下,对已经设置许可,并在展示区域范围内现有的广告设施予以保留或提升,并按市场化管理办法的规定执行。

户外广告设置位置:鼓励多展示面及多元户外广告设施设置,附着在高层建筑墙面的户外广告设施设置的位置应控制在18层或55米以下区域;

户外广告设置形式:允许设置多样化户外广告设施,鼓励设置有创意的造型广告和新型户外广告展示形式;

户外广告设置内容:提升户外广告内容的艺术性和创造性,禁止设置内容低俗不符合城市形象的户外广告,布局一定比例的公益户外广告阵地。

8、五核（特别展示区）

范围

《南京市总体城市设计（2017-2035）》特色空间格局、《南京市商业网点规划（2015-2030）》中提出的:四个市级商业中心——新街口中心、江北中心、河西中心、城南中心；一个副市级商业中心——湖南路中心。

特色空间定位

以现代多元创新型商贸氛围为主的集中型户外广告空间节点

设置引导

五个特别展示核作为城市发展的重要节点，户外广告设施设置在遵循所处现代城市风貌控制区的控制引导要求的基础上。允许设置个性化鲜明、形式多样化的媒体形式，鼓励新技术新媒体的运用，营造繁荣、丰富的城市特色景观氛围，促进城市夜经济的发展。

户外广告设施设置位置

鼓励多展示面及多元户外广告设施设置，附着在高层建筑墙面的户外广告设施设置的位置应控制在24米以下区域。

户外广告设施设置内容

丰富相关户外广告设施设置类型，并设置一定数量展示城市发展战略的公益类广告，强调户外广告内容的艺术性和创造性，提升城市总体形象。

第四章 边界户外广告设施设置分类控制与引导

第11条 滨江特色界面户外广告设施设置分类控制与引导

1、岸线分类

根据《南京市城市总体规划（2018-2035年）》中土地利用规划、《南京市域滨江岸线利用详细规划（2014-2030年）》的发展要求、《南京市长江岸线保护详细规划项目》对生产岸线和生态岸线的调整，对南京长江沿线岸线功能、用地性质、规模等合理安排，明确滨江景观塑造要求，融入南京城市风貌的空间格局，协同打造“魅力长江轴线”。

功能型岸线——沿岸用地性质以商业、科技产业、服务设施为主的岸线段落，其中包括上元门客运码头、下关客运码头、浦口客运码头和板桥汽渡码头等服务节点。

生活型岸线——沿岸用地性质以居住为主的岸线段落。

生产型岸线——沿岸用地性质以港口、工业为主的岸线段落。

生态型岸线——沿岸用地性质以绿地为主，以及《南京市域滨江岸线利用详细规划（2014-2030年）》中明确为饮用水源地保护区的岸线段落。

2、岸线分类控制要求

结合南京滨江岸线功能分类，划分出禁设带、控制带，并分别提出相关禁止性、控制性要求。

根据滨江风光带的规划要求，沿江两侧功能型岸线区域以控制为主，明确禁止的户外广告设施形式与类型，避免对沿江与望江视廊产生干扰；沿江具有居住功能和生态功能的岸线区域，严格按照禁止性要求严禁设置户外广告设施。

表4-1 滨江岸线分类规划控制一览表

区域划分	岸线分类		岸线说明	控制要求
滨江风貌控制带	功能型岸线	商业服务业设施用地	能够提供居民商业娱乐活动的设施用地的岸线，其中以商业服务业设施用地、商业用地、零售商业用地、批发市场用地、餐饮用地、旅馆用地、商务设施用地、其他商务设施用地为主。	<ul style="list-style-type: none"> 定位：沉稳大气、风貌协调 禁止性要求：禁止设置面向水域的户外广告；户外广告设施设置不得高于20米；用于城市形象宣传、滨江风貌展示等的公益型广告不得少于20%；航道100米范围禁止设置任何形式户外广告设施，确保航道安全。 控制性要求：该控制带设置户外广告设施必须以满足相关规定并通过第三方论证为前提。
		公共服务设施用地	能够提供居民服务和使用的设施用地的岸线，其中以文化设施用地、科研用地为主。	
		交通枢纽用地	为满足跨江需求及长江游览观光服务的岸线，以港口客运码头为主。	
滨江风貌生活生产禁设带	生活型岸线	居住用地	以居住用地为主，能够为居民日常生活、休闲旅游提供服务的岸线。	<ul style="list-style-type: none"> 定位：温馨宜居、健康共融 禁止性要求：以“保护城市历史风貌和居住环境”为禁设依据，禁止设置任何商业性质户外广告设施；航道100米范围禁止设置任何形式户外广告设施，确保航道安全。禁止设置面向水域的公益性户外广告，设施高度不得高于20米。避免对航道和交通视线的干扰。 控制性要求：该禁设带公益类户外广告设施设置必须以满足相关规定并通过第三方论证和公示为前提。公益户外广告设施的尺度、风格、色彩必须和滨江风貌相协调。
		港口用地	直接为工农业生产提供运输服务的岸线。	
	生产型岸线	工业用地	临港工业岸线。	
		其他岸线	预留用地	
滨江风貌生态保护禁设带	生态岸线	饮用水源地保护区	为保护城市饮用水源地，根据相关规划，条例所界定的岸线范围。	<ul style="list-style-type: none"> 定位：生态优先，环境保护 禁止性要求：该禁设带以“保护生态功能和景观环境”为禁设依据，禁止设置任何形式户外广告设施。
		公园绿地	在生态保护上具有重要意义，对维持岸线可持续利用具有重要功能的岸线，如具有水源涵养、湿地生态系统维护、生物多样性保护等重要生态功能的岸线，重要河势节点岸线，冲淤变化频繁的岸线等。	
		生态绿地		

第12条 道路交通边界户外广告设施设置分类控制与引导

1、道路交通等级影响要素引导

(1) 快速路

快速路兼具交通和景观两大功能，交通为主，景观为辅。作为道路景观的户外广告应从实际需要出发，尊重观赏者多在行驶车辆中的事实，在不影响正常交通安全的前提下，户外广告要求简洁、清晰，尽量减少多余的装饰，整体上强调一定的韵律感及统一性，同时注重营造夜景氛围，承担美化道路夜景的职能。

(2) 主干路

主干路是为城市各功能区内的交通服务的，道路两侧的服务性场所较多，户外广告的量也较大，形式比较丰富，该路段上的户外广告需要强调可识别性和亲切感。同时应限定户外广告的尺寸和密度。

(3) 次干路

次干路设置户外广告时应考虑与其所处区域的周边地块功能相适应。对户外广告设置的数量、规格、尺度、高度、类型都应进行控制与引导。

(4) 支路

可根据需要适当设置小尺度户外广告，但不得影响居民生活居住的宁静需求。

2、道路周边城市开发土地利用性质

(1) 行政及特殊管理用地

包括行政办公用地、特殊用地、殡葬设施用地及河流水域。

行政及特殊管理用地应严禁配置商业广告，广告设施应当采用现代简洁的风格，严禁使用高纯度、高彩度广告色彩。

(2) 居住及生活服务用地

包括居住用地、医疗卫生用地、教育科研设计用地及文物古迹用地。

禁止在封闭式小区内部及医疗卫生等公共服务区域设置商业性质的户外广告：

本用地应严格控制户外广告设置的数量、尺度，只能配合商业服务设施配置少量户外广告，不宜采用霓虹灯、电子显示屏等动态广告；

小沿街界面户外广告控制尺度和色彩与周边建筑相协调，营造安静、舒适的视觉环境。

(3) 产业开发用地

包括工业用地、对外交通用地、仓储用地、社会停车场用地、市政公共设施用地、体育用地、生产及防护绿地。

产业开发用地车流多为快速的过境车辆，允许采用大体量的广告设施，但户外广告类型不宜过多，户外广告的材质和色彩都需要考虑与用地性质相协调。

(4) 商业服务及文化用地

包括商业金融用地（含市场用地）、文化娱乐用地。

商业服务及文化用地鼓励丰富多样的户外广告形式，力求营造繁荣、现代的商业氛围，但需要控制户外广告的饱和度以及户外广告与建筑风貌之间的协调关系，避免使用大面积过于艳丽的色彩，鼓励采用霓虹灯、滚动式灯箱、三面翻广告、电子显示屏等动态广告。

3、分类控制类型

依据城市总体规划，将道路分成 **A——快速路**，**B——干路**

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

I类用地：居住用地R，行政办公用地A1，教育科研设计用地A3，医疗卫生用地A5，社会福利用地A6，文物古迹用地A7，外事用地A8，宗教用地A9，公园绿地G1，广场用地G3，河流水域E1，殡葬设施用地H3，工业用地M1、M2、M3，物流仓储用地W，公用设施用地U，特殊用地H4。

II类用地：文化设施用地A2，体育用地A4。

III类用地：防护绿地G2，交通枢纽用地S3，交通场站用地S4，区域交通设施用地H2，公用设施营业网点用地B4。

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

根据南京市不同道路等级及用地性质叠加，将道路交通边界户外广告设施设置分为三种不同的控制类型。

集中展示路段编号范围：B—IV

控制引导路段编号范围：A—IV，A—III，B—III，A—II，B—II

禁止设置路段编号范围：A—I，B—I

4、路段控制引导

(1) 集中展示路段 (规划占比5.45%)

类型规定

集中展示路段主要是为商业经济发展服务的，为户外广告设施设置的集中地段，该地段允许设置多样化户外广告设施，并鼓励设置创意广告和新技术户外广告展示形式，展示区域特色形象、营造商业氛围和繁华程度、提升商业价值，体现繁荣景象，提升城市气质。

技术规定

集中展示路段户外广告景观体系应结合建筑物的特性，着重以体现街道空间、建筑造型、建筑景观为目的，加强户外广告的造景功能。

面积

户外广告设施占其所附着的建筑立面（不包含门窗）总面积比例不超过30%。

色彩

在和建筑及周边环境相协调的基础上，鼓励丰富多元的色彩表现。

形式

商业广场区域可使用三面翻、电子显示屏、立式电子自动换画灯箱、广告柱等丰富多样的广告设置形式和设计手法，鼓励使用科技含量高的现代化广告设施，兼顾白天与夜晚的效果。户外广告画面可进行动态展示，如播放动画、视频等；商业性户外广告设施在发布满20%公益广告的情况下，固定画面的户外广告设施，每年公益性发布不得少于73天；LED屏户外广告设施，其发布每五条广告中不得少于一条公益性宣传，实施4+1播出形式，每一条15秒X120次/天。

位置

- 1) 禁止在商住楼等混合功能建筑的住宅部分设置户外广告；
- 2) 禁止设置楼顶广告；
- 3) 人行道宽度大于3米的路段，可根据情况设置落地式广告；
- 4) 建筑外墙与同侧车行道外缘净距高不足7米的道路，不宜设置落地式广告；
- 5) 大型商业建筑周围广场地带可设置落地式灯箱广告，间距宜控制在20-30米。

(2) 控制引导路段 (规划占比12.22%)

类型规定

控制引导路段服务于一般商业活力区域的展示需求, 广告类型不宜过多。需确保户外广告的设置不妨碍公众的正常工作与生活, 不影响区域的环境品质与形象风貌。

技术规定

控制引导路段的户外广告不得破坏建(构)筑物轮廓线、街景风貌, 需对户外广告的内容、类型、数量、位置等实施严格控制。

面积

本控制路段户外广告设施占其所附着的建筑立面(不包含门窗)总面积比例不超过25%。

色彩

设计时需考虑和建筑色彩之间的协调关系, 同一道路设置的户外广告色彩应保持协调一致。

形式

同一道路设置的户外广告形式、尺度应保持协调一致;

户外广告画面只可进行静态展示, 严禁任何形式的快闪画面;

商业性户外广告设施在发布满20%公益广告的情况下, 固定画面的户外广告设施, 每年公益性发布不得少于73天; LED屏户外广告设施, 其发布每五条广告中不得少于一条公益性宣传, 实施4+1播出形式, 每一条15秒X120次/天。

位置

禁止在商住楼等混合功能建筑的住宅部分设置户外广告;

禁止设置楼顶广告;

人行道宽度大于3米的路段, 可根据情况设置落地式广告;

建筑外墙与同侧车行道外缘净距高不足7米的道路, 不宜设置落地式广告;

设置在同一道路上的落地式广告, 应充分考虑与街道风格相协调, 每增加一个落地式广告, 设置间距增加为原设置间距的1.5倍。

(3) 禁止设置路段(规划占比82.33%)

类型规定

禁止设置任何形式的商业性质的户外广告设施, 仅允许设置少量的公益性户外广告设施。

技术规定

面积

本路段公益性户外广告体量不宜过大, 必须与环境、建筑相协调;

色彩

公益户外广告禁止使用大面积的高纯度色彩, 广告画面色彩饱和度不得超过75%;

形式

同类性质路段内户外广告形式不得超过2种;

禁止采用霓虹灯照明方式;

公益户外广告画面只可进行静态展示, 严禁任何形式的快闪画面。

位置

城市绿地、社区结合趣味、美观的景观小品设置经专家论证后可适当设置公益性户外广告设施。

表4-2城市主要道路交通边界分类汇总表-1

序号	道路名称	起讫点	方向	道路等级	用地性质	集中展示路段	控制引导路段	禁止设置路段
江南主城								
1	扬子江大道	秦淮河—江山大街	N-S	A	I			
		江山大街—平良大街			II、IV			
		平良大街—天后大桥			I			
2	中央北路	上元门—幕府东路	N-S	B	I			
		幕府东路—红山南路			II、IV			
		红山南路—龙蟠路			II、IV			
3	中央路	龙蟠路—北京东路	N-S	B	II、IV			
4	中山路	北京东路—薛家巷	N-S	B	I			
		薛家巷—汉中中路			IV			
5	中山南路	汉中中路—白下路	N-S	B	IV			
		白下路—升州路			I			
		升州路—长乐路			IV			
		长乐路—应天大街			I			
		应天大街—雨花北路			I			
6	雨花西路	雨花北路—安德门	N-S	B	IV			
7	大桥南路	长江大桥引桥—建宁路	N-S	B	I			
8	虎踞路	建宁路—定淮门大街	N-S	A	I			
		定淮门大街—水西门大街			II			
9	凤台路	水西门大街—应天大街	N-S	A	I			
10	凤台南路	应天大街—小行	N-S	A	I			
11	和燕路	燕子矶—文淦路	N-S	B	I			
		文淦路—青城路			II、IV			
		青城路—北固山路			I			
		北固山路—中央北路			II、IV			
12	红山路	北固山路—龙蟠路	N-S	B	I			
13	龙蟠路	中央北路—龙蟠中路	E-W	A	I			
14	龙蟠中路	龙蟠路—中山东路	N-S	A	I			
		中山东路—秦淮河			II、IV			
15	龙蟠南路	秦淮河—雨花东路	N-S	A	I			
		雨花东路—郁金香路			I			
		郁金香路—绕城路			II、IV			
16	雨花南路	绕城路—秦淮河	N-S	B	I			
17	热河路	郑和北路—中山北路	N-S	B	IV			
18	热河南路	中山北路—察哈尔路	N-S	B	I			
		察哈尔路—秦淮河			II、IV			
19	江东北路	秦淮河—草场门大街	N-S	B	I			
		草场门大街—清凉门大街			IV			
		清凉门大街—凤凰西街			I			
		凤凰西街—汉中门大街			II、IV			
20	江东南路	汉中门大街—水西门大街	N-S	B	II、IV			
		水西门大街—应天大街			IV			
		应天大街—奥体大街			II、IV			
		奥体大街—白龙江西街			IV			
		白龙江西街—江山大街			II、IV			
		江山大街—友谊街			I			
		友谊街—吴侯街			II、IV			
		吴侯街—红河路			IV			
21	江山大街	江东路—邳城路	E-W	A	II、IV			
		邳城路—江东路			I			
		江东路—凤台南路			II、IV			
22	万兴路	栖霞大道—兴贤路	N-S	B	I			
23	墨香路	兴贤路—玄武大道	N-S	B	I			

表4-2城市主要道路交通边界分类汇总表-2

序号	道路名称	起讫点	方向	道路等级	用地性质	集中展示路段	控制引导路段	禁止设置路段
24	北安门街	龙蟠路—珠江路	N-S	B	I			
25	明故宫路	北安门街—御道街	N-S	B	I			
26	御道街	明故宫路—石杨路	N-S	B	I			
27	大明路	石杨路—伦发路	N-S	B	I、IV			
		伦发路—卡子门大街			IV			
28	幕府西路	大桥南路—中央北路	N-S	B	I			
29	幕府东路	中央北路—和燕路	N-S	B	I			
30	栖霞大道	和燕路—迈尧路	E-W	B	IV			
		迈尧路—绕城公路			I			
		江北路—热河路			IV			
31	建宁路	热河路—金川河西路	E-W	B	I、IV			
		金川河西路—铁院路			I			
		铁院路—中央路			IV			
32	玄武大道	中央路—仙尧路	N-S	B	I			
33	定淮门大街	扬子江大道—虎踞北路	N-S	B	I			
34	新模范马路	虎踞北路—中山北路	N-S	B	II、IV			
		中山北路—南瑞路			I			
		南瑞路—工业大学西			II、IV			
		工业大学西—金茂大街			I			
35	玄武湖隧道	金茂大街—中央路	N-S	B	IV			
		中央路—新庄立交			I			
36	草场门大街	江东路—漓江路	E-W	B	I			
		漓江路—江东路			II			
		江东路—龙园西路			IV			
		龙园西路—虎踞北路			I			
37	北京西路	虎踞北路—中山路	N-S	B	I			
38	北京东路	中山路—龙蟠中路	N-S	B	I			
39	汉中门大街	江东路—北圩路	E-W	B	II、IV			
		北圩路—虎踞南路			I			
40	汉中路	虎踞南路—莫愁路	E-W	B	I			
		莫愁路—中山路			IV			
41	中山东路	中山路—洪武路	E-W	B	IV			
		洪武路—太平南路			II、IV			
		太平南路—中山门大街			I			
42	水西门大街	扬子江大道—清河路	N-S	B	IV			
		清河路—燕山路			II、IV			
		燕山路—江东路			IV			
		江东路—北圩路			II、IV			
43	升州路	北圩路—虎踞南路	N-S	B	I			
		虎踞南路—中华路			IV			
44	健康路	中华路—太平南路	E-W	B	I			
		太平南路—龙蟠中路			II、IV			
45	大光路	龙蟠中路—御道街			II、IV			
46	应天大街	扬子江大道—螺丝桥大街	E-W	B	II、IV			
		螺丝桥大街—江东路			I			
		江东路—湖西街			II、IV			
47	梦都大街	湖西街—龙蟠南路	E-W	B	I			
		扬子江大道—庐山路			II、IV			
		庐山路—泰山路			I			
48	雨花南路	泰山路—凤台南路	N-S	B	II、IV			
		凤台南路—雨花东路			I			
49	河西大街	扬子江大道—江东路	E-W	B	II、IV			
		江东路—庐山路			IV			
		庐山路—凤台南路			II、IV			

表4-2城市主要道路交通边界分类汇总表-3

序号	道路名称	起讫点	方向	道路等级	用地性质	集中展示路段	控制引导路段	禁止设置路段
50	将军大道	秦淮路—绕城高速	N-S	B	I			
51	双龙大道	卡子门大街—胜太路	N-S	A	II、IV			
		胜太路—天元西路			IV			
52	诚信大道	天元西路—绕城高速	E-W	B	I			
		宁丹大道—将军大道			II、IV			
53	佛城西路	将军大道—双龙大道	E-W	B	I			
		宁丹大道—将军大道			I			
54	天元西路	将军大道—宁宣高速	E-W	A	I			
		宁宣高速—利源路			II、IV			
		利源路—佳湖东路			I			
		佳湖东路—双龙大道			IV			
		双龙大道—淮浦路			II、IV			
		淮浦路—竹山路			I			
		竹山路—天印大道			IV			
55	利源路	天印大道—京岗线	E-W	B	I			
		秦淮路—胜太路			II、IV			
56	苏源大道	胜太路—高湖路	E-W	B	I			
		高湖路—清水亭西路			I			
		清水亭西路—诚信大道			II、IV			
57	土山路	诚信大道—印吉大道	E-W	B	I			
		印吉大道—绕城高速			II、IV			
58	竹山路	秦淮河—芙阁路	N-S	B	I			
		芙阁路—鼓山路			IV			
59	秦淮路	鼓山路—金箔路	N-S	B	I			
		金箔路—绕城高速			IV			
60	上元大街	将军大道—宁宣高速	E-W	B	I			
		宁宣高速—双龙大道			II、IV			
		双龙大道—胜太东路			I			
		胜太东路—金箔路			IV			
		金箔路—府前东路			I			
61	金箔路	府前东路—东新路	E-W	B	IV			
		东新路—万安西街			I			
		上元大街—竹山路			II、IV			
62	尧新大道	竹山路—东新南路	E-W	B	IV			
		东新南路—天印大道			II、IV			
63	仙尧路	新港大道—太龙路	N-S	B	I			
		太龙路—铁路线			I			
64	仙隐北路	铁路线—玄武大道	N-S	B	IV			
		玄武大道—仙林大道			I			
65	仙林大道	环陵路—紫东路	E-W	B	II、IV			
		紫东路—经天路			I			
		经天路—天佑路			IV			
		天佑路—宝华大道			I			

表4-2城市主要道路交通边界分类汇总表-4

序号	道路名称	起讫点	方向	道路等级	用地性质	集中展示路段	控制引导路段	禁止设置路段
66	仙境路	智谷大道—仙林大道	N-S	B	I			
67	新港大道	八卦洲长江大桥—仙新路	E-W	B	I			
68	恒通大道	八卦洲长江大桥—仙新路	E-W	B	I			
69	智谷大道	仙尧路—仙新路	E-W	B	I、IV			
		仙新路—七乡河			I			
70	文澜路	仙林大道—九乡河西路	N-S	B	I			
		仙隐北路—学津路			I			
		学津路—学海路			I、IV			
71	文苑路	学海路—仙境路	E-W	B	I			
					I			
江北新主城								
1	江北大道	宁洛高速—园西路	N-S	A	I			
		园西路—小汤路			I、IV			
		小汤路—杨新路			I			
		杨新路—新华西路			I、IV			
		新华西路—学府路			I			
		学府路—浦泗路			I、IV			
		浦泗路—广西埂大街			I			
		广西埂大街—七里河大街			I、IV			
		七里河大街—浦口大道			I			
2	滨江大道	宁洛高速—浦泗路	N-S	A	II、IV			
		浦泗路—浦镇大街			I			
		浦镇大街—七里河大街			I、IV			
		七里河大街—绕城高速			I			
3	七里河大街	江北大道—滨江大道	E-W	B	I			
4	浦镇大街	沿山大道—江北大道	E-W	B	I			
5	沿山大道	江北大道—长江	E-W	B	II、IV			
6	浦珠路	泰工路—绕城高速	E-W	B	I			
		珍珠街—柳州南路			I			
		柳州南路—美颂路			IV			
7	江山路	美颂路—大桥	E-W	B	II、IV			
		大桥—南浦路			II、IV			
		南浦路—引水河路			I			
8	花卉大道	引水河路—浦州路	E-W	B	II、IV			
		浦州路—沿山大道			I			
9	黄山岭路	沿山大道—江北大道	N-S	A	I			
10	浦滨路	江北大道—长江	N-S	B	II、IV			
		绕城高速—雨山西路			I			
		兴浦路—珍珠南路			I			
		珍珠南路—广西埂大街			II、IV			
		广西埂大街—定山大街			IV			
		定山大街—七里河大街			II、IV			
		七里河大街—万寿路			I			
		万寿路—镇南河路			II、IV			
		镇南河路—浦口大道			IV			
		浦口大道—康建路			II、IV			
康建路—城南河	I							
		城南河—绕城高速			II			

第五章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

第13条 新街口商圈

新街口商圈核心区是南京市最核心的商业商务区，承担城市级公共中心的职能，是南京老城空间格局中的高点与标志性节点，也是南京现代都市的象征。

规划以中山路、汉中路交汇口为中心，构建中山路、汉中路-中山东路的“十字”形重点展示界面并向周边辐射，充分利用现状广告设施，局部改造，营造以商业综合体为主要载体的展示单元，以现代、时尚、科技的风格彰显新街口国际化、都市化特色。

1、规划目标定位

城市核心·现代商圈

——强化城市名片展示，提升城市商业聚集效应“最时尚”的现代商圈。

2、规划策略

南京名片·城市核心 ——通过户外广告设施设置，提升新街口商圈城市名片展示功能，强化城市核心商业商务集聚区综合职能。

现代都市·时尚商圈 ——户外广告依托商业综合体、地标建筑布置，展示现代都市、时尚商圈的城市风貌，持续提升片区活力与热度。

科技引领·前沿风貌 ——户外广告鼓励使用新媒体、新技术、新形式与新材料，允许设置多样化的展示形式，提高广告媒体的创新性与科技含量。

3、规划结构

两轴——汉中路-中山东路形象展示轴、中山路形象展示轴；

一核——形象展示轴“十字”形交汇口辐射展示核；

多点——南京国际金融中心、南京中心、德基广场等商业中心。

4、户外广告设施设置要素引导要求

表5-1 新街口商圈户外广告设施设置要素引导一览表

要素	引导要求
广告类型	以墙体LED、墙体灯箱为主，辅以墙体看板，可通过技术手段实现裸眼3D、动态3D等视觉艺术。
广告风格	现代、时尚
广告色彩	人流密集区域以暖色调为主，烘托商业集中区活力氛围，同一色调广告内容可集中布置，强化色彩氛围。
广告材质	LED、有机玻璃、亚克力板、铝塑板、环氧树脂等
照明与亮化	内外照射灯、灯箱照明等，需与建筑照明协调统一
安全	符合相关检测标准
公益	商业性户外广告设施在发布满20%公益广告的情况下，固定画面的户外广告设施，每年公益性发布不得少于73天；LED屏户外广告设施，其发布每五条广告中不得少于一条公益性宣传，实施4+1播出形式，每一条15秒X120次/天。

5、新技术、新媒体规划引导

目标定位：打造成为兼具现代气息与城市文化的南京新媒体集中展示窗口。

主要载体：南京中心、南京国际金融中心、德基广场。

主要形式：楼梯LED+灯光秀；底层商业3D广告+投影广告；互动看板+全息成像+艺术地标。

第14条 河西商圈

河西商圈位于南京市西部，北至汉中门大街，南至应天大街，西至燕山路，东至馆东路-福园街-云锦路-集庆门大街-湖西街，总面积约250公顷，与南京江东商贸区范围一致，现状主导产业为商务、商贸、文化、旅游产业。

河西商圈兼具商业商务与居住用地，具有典型的商、住融和特色，规划采取分区控制的策略，根据规模等级布置相应的户外广告设施，达到相应的设计效果及宣传效益。

1、规划目标定位

城市地标·多元商圈

——南京江东新地标场所，商业与生活空间嵌套融和“最多元”的现代商圈

2、规划策略

打造高端地标 ——结合片区用地属性，利用户外广告设施凸显商圈地标，强化核心展示功能。

彰显多元文化 ——通过户外广告设施的创意设计，结合城市功能彰显多元文化内涵。

品享时尚生活 ——结合河西商圈商住融和的功能特色，利用户外广告设施界定生活与商业组团，各具特色。

3、规划结构

一轴 ——江东快速路形象展示轴

三片区 ——金鹰世茂市级商业中心片区、万达吾悦区级生活中心片区、侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆特色风貌展示片区

多点 ——其他社区生活与商业节点（西城大厦、德盈大厦等）

4、户外广告设施设置要素引导要求

表5-2 河西商圈户外广告设施设置要素引导一览表

要素	引导要求
广告类型	以墙体LED、墙体灯箱为主，辅以墙体看板，可通过技术手段实现裸眼3D、动态3D等视觉艺术。
广告风格	现代、时尚、科技
广告色彩	人流密集区域以暖色调为主，烘托商业集中区活力氛围，同一色调广告内容可集中布置，强化色彩氛围。商业与生活过渡区域以冷色调为主，逐渐弱化色彩氛围。
广告材质	LED、有机玻璃、亚克力板、铝塑板、环氧树脂、发光混凝土等
照明与亮化	内外照射灯、灯箱照明等，需与建筑照明协调统一
安全	符合相关检测标准
公益	商业性户外广告设施在发布满20%公益广告的情况下，固定画面的户外广告设施，每年公益性发布不得少于73天；LED屏户外广告设施，其发布每五条广告中不得少于一条公益性宣传，实施4+1播出形式，每一条15秒X120次/天。

5、新技术、新媒体规划引导

目标定位：打造成为商业与生活多元融和的新媒体创意展示窗口。

主要载体：世茂天誉、吾悦广场

主要形式：裸眼3D巨幕、水幕投影、落地全息投影、交互落地广场等。

第15条 城市重要对外交通枢纽节点

城市对外交通枢纽节点是城市对外展示的重要窗口，体现城市发展面貌和文明水平，其户外广告设施是城市文化传播的重要载体。户外广告设置应符合城市发展、对外宣传的要求，对现状的梳理与未来的规划有助于推进城市管理精细化，进一步提高广告档次，提升城市形象。

1、规划范围

规划选取城市对外交通枢纽节点主要分为铁路交通枢纽、高速公路收费站和高速公路枢纽互通，具体节点如下：

铁路交通枢纽

南京站
南京南站
南京北站（规划）

高速公路收费站

沪蓉高速南京收费站
宁杭高速南京收费站

高速公路枢纽互通

雍庄枢纽
花神庙枢纽
麒麟枢纽

2、规划策略

以《江苏省高速公路条例》（2014年颁布）《江苏省高速公路沿线广告设施管理办法》《南京市高速公路沿线户外广告规划》为规划依据，结合区位与节点分类，制定规划策略。

鼓励展示策略

规划范围

包括城市铁路交通枢纽、高速公路收费站。铁路交通枢纽广告设置范围指铁路、公路交通站点周边，包括火车站、高铁站、长途汽车站周边设有户外广告设施的区域。高速公路收费站广告设置范围指高速公路建筑控制区以内，主线收费站收费亭中心线位置向公路纵向延伸不超过300米。

引导要求

城市窗口节点户外广告设施应从符合城市整体形象，在形式、材质、颜色等方面应具有创新引领示范作用。展示节点应提供一定比例公益性户外广告设施，商业类广告需对其内容、形式进行统一规划。建设中的交通枢纽节点（南京北站）周边户外广告设施设置应符合江北新区规划定位要求，体现创新、宜居的总体氛围，具有现代感、科技感，提升城市形象。

安全引导策略

规划范围

包括城市高速公路枢纽互通。高速公路枢纽互通广告设置范围指高速公路与其他高速公路、国道、省道等公路交叉区域，在互通枢纽区外侧公路沿线公路用地外缘50米范围以内区段。

引导要求

严格按照《江苏省高速公路条例》，在允许设置广告设施的范围内进行设置，广告牌设置不得影响交通安全管理设施的正常使用，不得影响行车视距和妨碍高速公路的安全、畅通，高速公路弯道内侧不得设置影响行车视距（对前方道路、道路设施产生遮挡）的广告设施。严格控制位于钟山风景区、沿长江区域高速交通枢纽节点广告牌数量，不得破坏自然景观风貌。严格控制位于城市人口活动、居住密集区交通枢纽节点广告牌数量、位置、工艺质量等。

表5-3城市重要对外交通枢纽节点户外广告设施设置要素引导一览表

要素	引导要求
广告类型	以墙体LED、墙体灯箱为主，辅以墙体看板，可通过技术手段实现裸眼3D、动态3D等视觉艺术。
广告风格	现代、时尚、科技。
广告色彩	人流密集区域以暖色调为主，烘托城市迎宾氛围，同一色调广告内容可集中布置，强化色彩氛围。
广告材质	LED、玻璃幕墙、有机玻璃、亚克力板、铝塑板、环氧树脂、发光混凝土等。
照明与亮化	内外照射灯、灯箱照明等，需与建筑照明协调统一。
安全	符合相关检测标准。
性质	门户节点以城市宣传公益类为主，商业为辅。

第六章 规划实施管理

第16条 城市公共空间经营管理

1、城市公共空间资源归属

城市公共空间资源归属全体市民所有，由城市管理部门行使户外广告设置管理权，其空间资源产生的收益用于城市建设。

城市户外广告设施管理应顺应时代发展要求，打破各部门之间的“信息孤岛”，多方联动、协同共治，搭建核心数据共享、共建、共管平台，给相关从业者及市民提供从业参考及规划落地前周边居民参与和表达合理诉求的权利和途径。

2、城市公共空间资源使用权流程规范

城市公共空间资源因其稀缺性和有价值性，户外广告设施的空间资源价值，须经第三方评估机构确定使用权的起拍价后，通过公共产权交易中心挂牌拍卖。所产生的中标方获取该广告位在许可期内的经营权，中标价款缴市财政专项管理；同时以不高于中标价4倍租赁费的联动机制，保障市场化的可操作性。

3、城市公共空间资源的许可经营

通过市场拍卖，使该公共资源配置给中标方，通过缴纳城市公共空间资源有偿使用费后获得经营许可，完成（受益人）独占该资源对价的实现。

城市户外广告设施占用的空间资源由城市管理部门统一管理，空间资源产生的收益再促进城市品质的提升，使城市发展和更新进入良性循环。

第17条 规范管理措施

1、健全户外广告管理组织体系

下移管理重心。根据区域管理执法实际，按照“权责一致”的原则，将由设区市履行的户外广告管理执法权限全部或部分委托给区、街两级政府履行，设区市主要负责户外广告管理指导、监督、检查考核等工作；

建立户外广告联席会议制度。由市（县、市、区）政府或牵头部门定期或不定期组织召开联席会议，研究户外广告管理及整治重大事项，明确管理整治工作措施，阶段任务，研究重大审批事项审批意见；

建立扎口审批管理制度。由一个部门负责户外广告审批管理，涉及多部门管理权限的审批事项通过联合会审方式明确审批意见；

完善户外广告行业自主管理工作机制。建立诚信管理体系等管理平台，将广告从业单位自觉执行管理法规及管理规定情况、户外广告设施维护和安全运行情况、户外广告违法违规行为及整改情况纳入诚信评价内容，对户外广告从业单位实行诚信等级划分、分级评价、分级监管。及时通报户外广告违法情况及查处信息，动员户外广告业界加强互相监督管理，提高户外广告行业自主管理水平。

2、制定出台户外广告管理办法。

明确户外广告管理责任分工、管理规定、管理措施等内容。

管理责任分工。明确户外广告管理组织领导机构，部门单位管理责任及具体任务分工，户外广告设施产权人、使用权人管理任务及责任；联合管理牵头单位及工作任务和责任等内容；

管理规定。分类明确各种类型户外广告设置管理规定，管理制度规定，管理程序规定及户外广告资源市场化管理规定等内容；

管理措施。明确组织保障、制度保障、经费保障、执法保障、检查考核等管理具体措施。

3、完善户外广告规范管理标准体系

开展户外广告管理宣传教育

（一）日常宣传教育。组织法规政策咨询、广告从业单位座谈宣传、上门宣传、审批窗口宣传等方式，宣传户外广告法律规定等活动。

（二）集中整治阶段宣传教育。召开座谈会、发放整治民意调查表等活动，广泛听取广告业界的意见建议，并通报整治内容。同时，发布整治通告，公布整治方案，明确整治时间、地点、对象、整治政策措施等内容，并组织大规模的宣传发动，形成浓烈的整治氛围。

依法组织户外广告审批管理

积极探索联合审批、网上审批等便民服务措施，简化审批程序，压缩审批时限，通过更加便捷的服务提高广告设置者主动报批率。严把审批关口，严格执行规划控制规定和审批流程规定，重点控制主要道路、重点区域、重要节点及建筑物顶部及立面户外广告审批。

申请人提交申请资料

- (一)户外广告设置申请表；
- (二)营业执照或者其他证明主体资格合法有效的文件；
- (三)户外广告设施设计图；
- (四)设置户外广告所利用的场地、建(构)筑物、设施的所有权、使用权证明；
- (五)安全责任承诺书；
- (六)法律、法规和规章规定的其他材料。

.....

城市管理部门对申请资料审查

符合条件

规定期限内
作出准许行
政许可书面
确认。

不符合条件

出具书面决定
并说明理由。

申请设置户外广告，应当符合设置规划和设置技术规范，向城市管理行政主管部门提交下列材料：

- (一)户外广告设置申请表；
- (二)营业执照或者其他证明主体资格合法有效的文件；
- (三)户外广告设施设计图；
- (四)设置户外广告所利用的场地、建(构)筑物、设施的所有权、使用权证明；
- (五)安全责任承诺书；
- (六)法律、法规和规章规定的其他材料。

户外广告设置申请由城市管理行政主管部门统一受理。设置许可依法由两个以上部门分别实施的，由城市管理行政主管部门转告相关部门提出意见后统一办理、作出决定。

城市管理行政主管部门自受理之日起二十个工作日内作出许可决定；需要征求相关部门意见的，自受理之日起三十个工作日内作出许可决定。不予许可的，应当书面说明理由。

举办文化、旅游、体育、公益活动或者商品交易、产品展销、节日庆典等需要设置临时户外广告的，申请人应当提前十个工作日向城市管理行政主管部门申请，并提供下列材料：

- (一)临时户外广告设置申请表；
- (二)营业执照或者其他证明主体资格合法有效的文件；
- (三)有关主管部门批准文件(庆典、促销活动除外)；
- (四)临时户外广告设置形式、范围和期限的书面说明；
- (五)法律、法规、规章规定的其他材料。

城市管理行政主管部门自收到临时户外广告设置申请后五个工作日内作出决定，符合要求的，颁发临时性户外广告审查登记表并在户外广告电子信息检索系统公示；不符合要求的不予批准并书面说明理由。

利用政府投资、融资建设的公共建(构)筑物、公共设施、公共场地(所)、公交车辆、公交站场、候车亭设置商业性户外广告的，应当通过招标、拍卖等方式取得户外广告设置权。

户外广告设置权招标、拍卖所得为政府财政收入。

利用国有企业、国有控股企业或者事业单位所有的建(构)筑物设置户外广告的，参照本条第一款规定执行。

户外广告设置许可有效期限自批准之日起不得超过三年。电子显示屏(屏)类户外广告不得超过六年。

户外广告设置许可期限届满需要延续的，设置者在期限届满前三十日向原审批机关申请延期，审批机关在期限届满前作出是否准予延续的决定；逾期未作出决定的，视为准予延续。

任何单位和个人不得伪造、涂改、出租、出借、倒卖或者以其他形式非法转让户外广告设置许可证件。设置者名称变更的，自核准变更之日起三十日内向原审批机关办理变更备案。

临时户外广告设施申请资料

- (一)临时户外广告设置申请表；
- (二)营业执照或者其他证明主体资格合法有效的文件；
- (三)有关主管部门批准文件(庆典、促销活动除外)；
- (四)临时户外广告设置形式、范围和期限的书面说明；
- (五)法律、法规、规章规定的其他材料。

.....

城市管理部门对临时申请资料审查

符合条件

临时性审核登记表、户外广告电子信息检索系统公示。

不符合条件

不予批准，书面说明理由。

政府投资、融资建设的公共设施、场地设置商业性户外广告

招标、拍卖等方式取得户外广告设置权。
户外广告设置权招标、拍卖所得为政府财政收入。

强化户外广告日常监管

(一) 建立户外广告电子信息检索共享系统。

及时发布审批管理、日常巡查管理、行政执法等动态信息，便于户外广告有关管理单位准确掌握动态信息；对利用可存储设备上传广告内容的户外广告设施，广告经营者需开通接入端口，方便监管部门利用大数据对广告内容进行审查。

(二) 落实路段（区域）巡查管理责任制。

明确路段（区域）管理责任人员管理责任和要求，加强动态巡查管理和批后跟踪监管，及时查纠各类户外广告违法违规问题。

(三) 加强户外广告保养维护。

- 1.户外广告维护、保洁由广告设施产权人或使用权人负责；
- 2.电脑喷绘广告，每半年应至少清洗一次；每年应更换一次；
- 3.设置在道路两侧的落地式广告、站台灯箱广告、招牌广告，每周应清洗一次；
- 4.设置在建（构）筑物其它位置的灯箱广告，每3个月应清洗一次；
- 5.其它广告也应结合日常维护工作，落实清洁保洁措施。
- 6.户外广告如有残缺破损、污迹和严重褪色，或显示不完整，应于一周内维修或更换。

推行商业广告资源市场化运作管理

(一) 城市户外广告设施占用的空间资源由城市管理部门统一管理，所有符合规划要求，允许设置的商业广告设施使用权应全部纳入市场化管理范畴。

(二) 户外广告设施的空间资源价值，须经第三方评估机构确定使用权的起拍价后，通过公共产权交易中心挂牌拍卖。所产生的中标方获取该广告位在许可期内的经营权，中标价款缴市财政专项管理；同时以不高于中标价4倍租赁费的联动机制，保障市场化的可操作性。

(三) 加强户外广告安全监管。

行政许可控制监管将户外广告安全要求纳入审批前置条件范围，在审批大型户外广告时，应提交有资质单位设计的施工图、有权部门出具的安全鉴定等资料；

开展安全检查督查

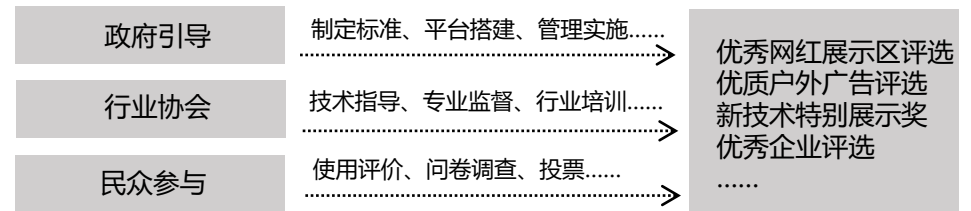
- 1.每季度至少开展1次安全检查督查。处于沿海周边的城市，应根据本地管理实际需要增加安全检查和维护保养频次。
- 2.在台风、雷暴天气季候来临之前，组织对人流、车流密集区域的户外广告和大型户外广告设施组织全面检查；
- 3.安全检查应邀请应急管理、市场监管等部门共同参与，对检查中发现的安全隐患应书面发放整改通知给责任单位，责成限期整改，并抄送安监部门；
- 4.对重大安全隐患，应提请上级应急管理部门督查督办。

建立安全预警机制

制定特殊气候户外广告安全管理预案，在特殊气候来临之前，应发布预警信息，组织对户外广告进行维修加固，拆除可能坠落或倒塌的户外广告，根据实际需要，预备应急救援队伍和机械设备。

创建优质户外广告评比机制

积极创建优质户外广告评比机制平台，政府引导、行业协会支持、民众参与相结合，充分发挥户外广告的经济、文化和社会效益。通过开展丰富多元的行业培训、评选等活动，促进南京市城市户外广告的健康发展。



第七章 近期建设规划

第18条 近期规划目标

2022-2025年,对标“十四五”规划,优化“南京模式”户外广告管理规范,合理利用和整合城市空间资源,保护自然和传统景观风貌,引领南京市户外广告设施设置规划发展方向。

第19条 近期实施重点

根据南京市城市户外广告设施设置近期规划目标和实际情况,结合南京市政府近三年城市建设计划,制定近期实施方案,确定近期实施重点项目,以点带动相关路段的户外广告设施设置水平的优化提升,完善户外广告设施设置空间结构体系,带动整个区域户外广告设施设置的可持续发展。

- 1、针对各区各街道存量户外广告设施设置进行市场化规范管理。
- 2、严格控制城市滨江岸线、依山风貌区、传统风貌区的户外广告设施设置,拆除违规存量户外广告设施,保护自然和传统景观风貌。
- 3、积极推动特别展示区江北中心、河西中心、新街口中心、城南中心(公益)、湖南路中心的户外广告设施设置高品位、多元化发展,鼓励新技术、新媒体在特别展示区的创新运用,加强与智慧城市发展的融合度,打造南京市地标式精品,凸显城市亮点。
- 4、探索将户外广告设施设置与城市景观建设相融合的管理路径,与城市亮化建设相结合,对呈现可识别文字、图像符号,具有商业价值的亮化设施,进行商业化运作,实现景观亮化与户外广告的融合管理。

第20条 分步骤实施管理策略

- 1、遵循“规划先行”原则,在总体规划指导下,做到各区控制性详细规划全覆盖,确保指导思想及规划目标的有效落实。
- 2、近期实施重点范围以现状建设用地为主,严格实行城市空间有偿占用,优化“南京模式”市场化规范管理流程,遵照规划控制要求对南京市户外广告设施严把审批关,实行“统一规划设置、统一招标采购、统一监督管理”的原则,杜绝户外广告位权属部门分割带来的不合理设置现象。
- 3、结合南京市“十四五”重大项目建设及土地投放重点,结合南京市2021年经济社会发展重大项目计划制定分阶段实施行动计划;分批有序管控违法设施,优化低品质设施。

第八章 附则

第21条 成果构成及法律效力

本规划成果由规划文本·图件、规划说明书和现状数据采集汇编三部分组成。批准后规划文本和规划图纸具有同等法律效力。

第22条 规划批准

本规划由江苏省住房和城乡建设厅组织评审并修改完善后，报送南京市人民政府批准实施。

第23条 规划解释

本规划经法定程序批准后，由南京市城市管理行政主管部门负责解释并组织实施，如需对本规划中的内容进行调整或修改，应按有关法定程序进行。

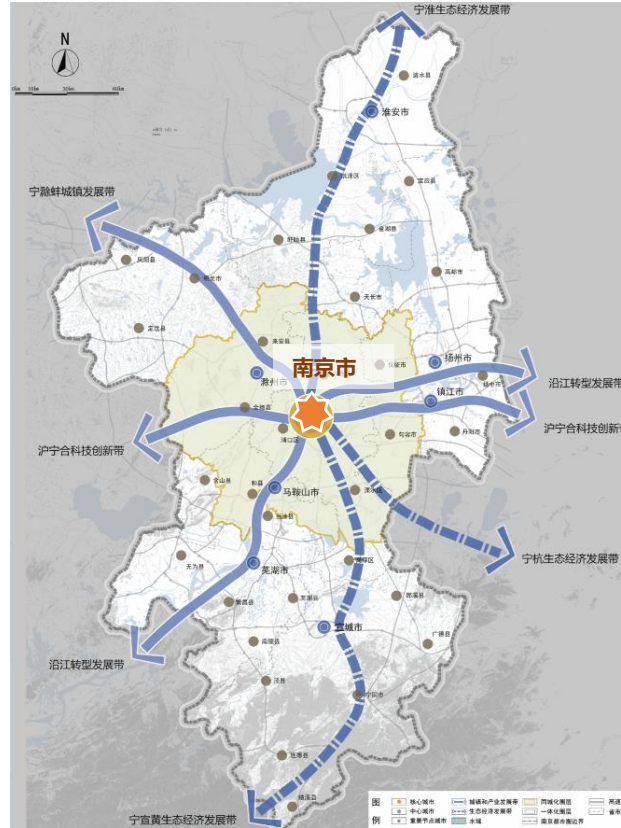
第24条 生效日期

本规划自南京市人民政府批准之日起生效。

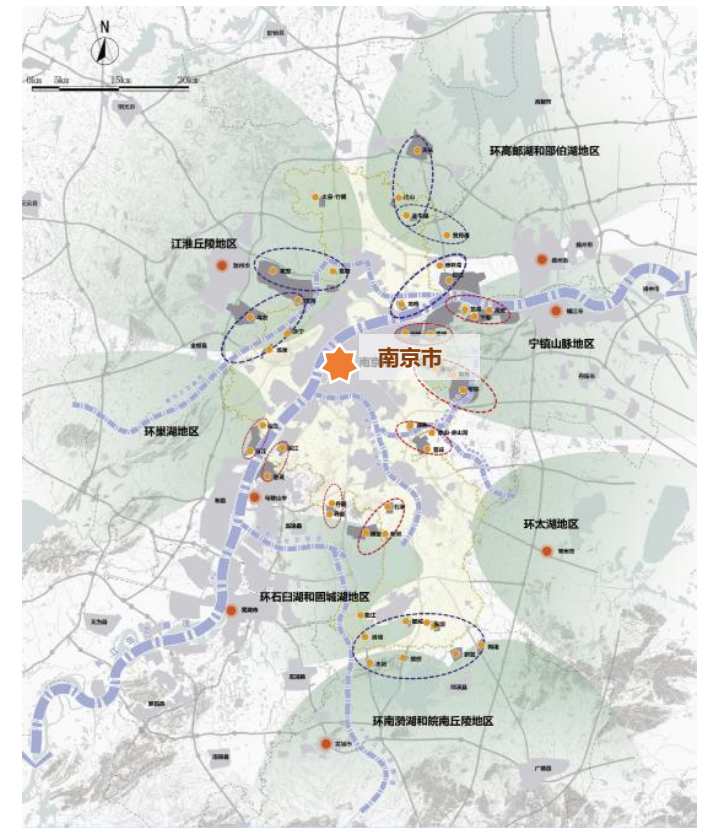
图件01 城市区位图



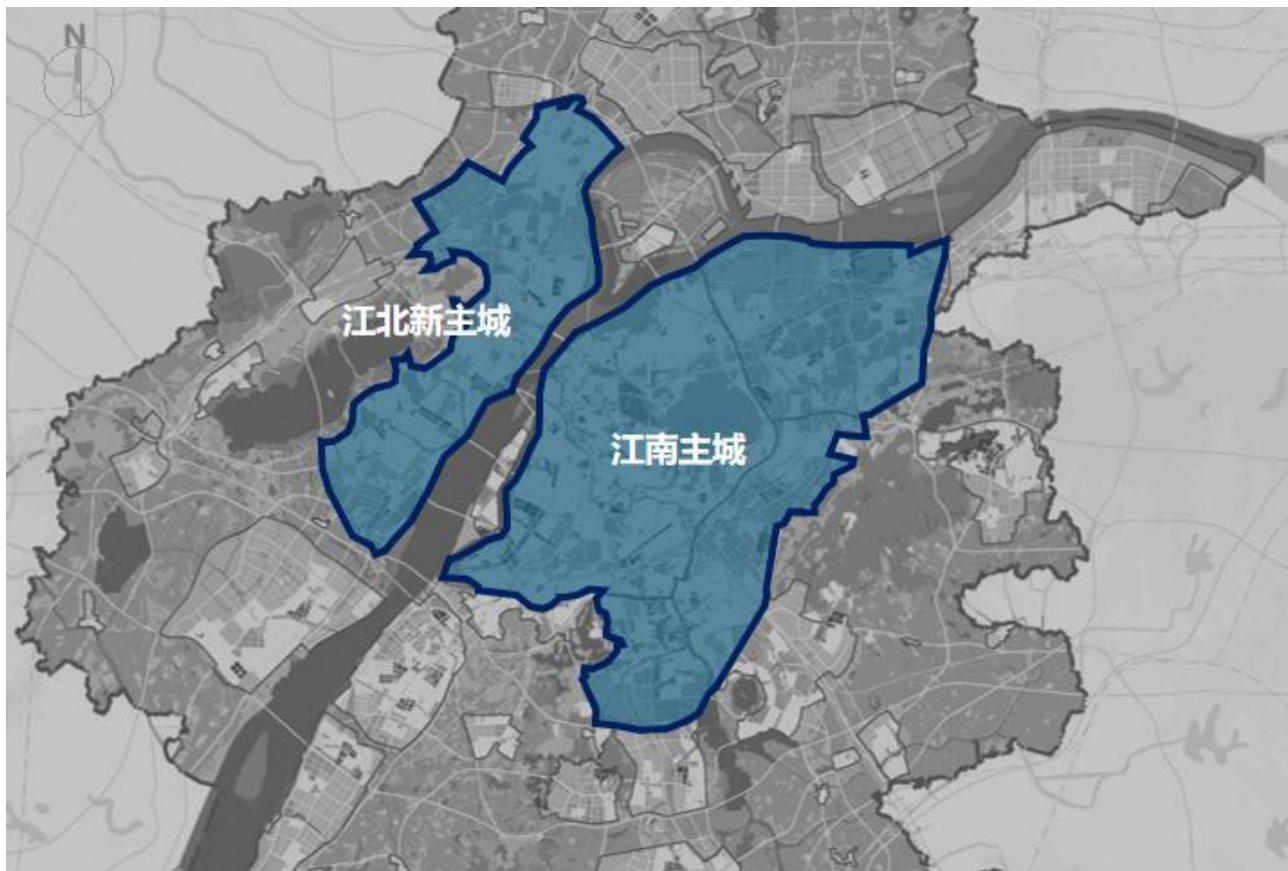
长江三角洲城市群发展区位图



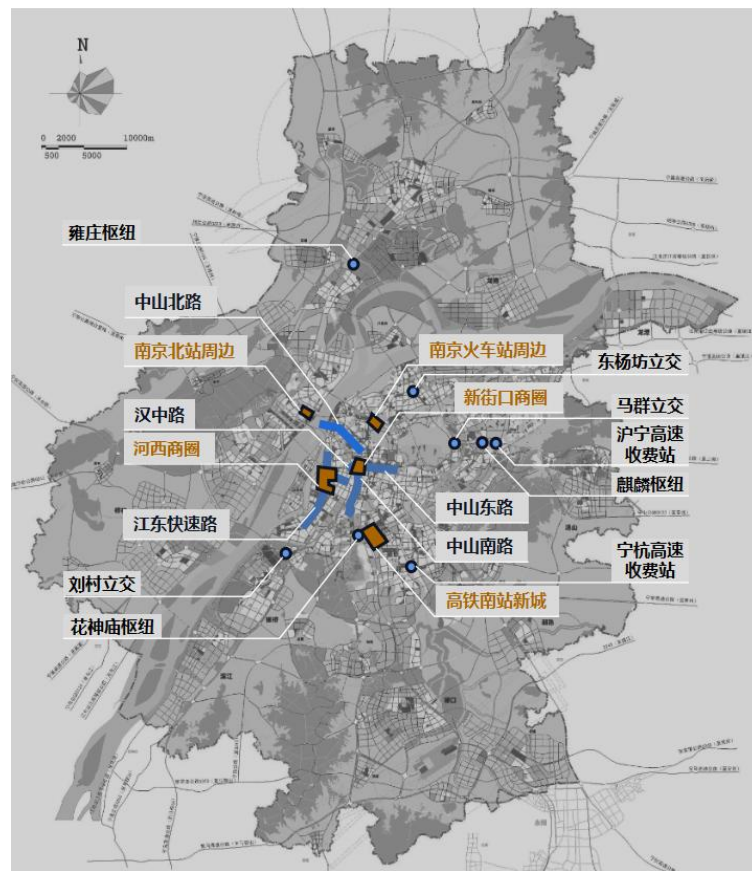
南京市都市圈一体化发展区位图



宁镇扬一体化发展区位图

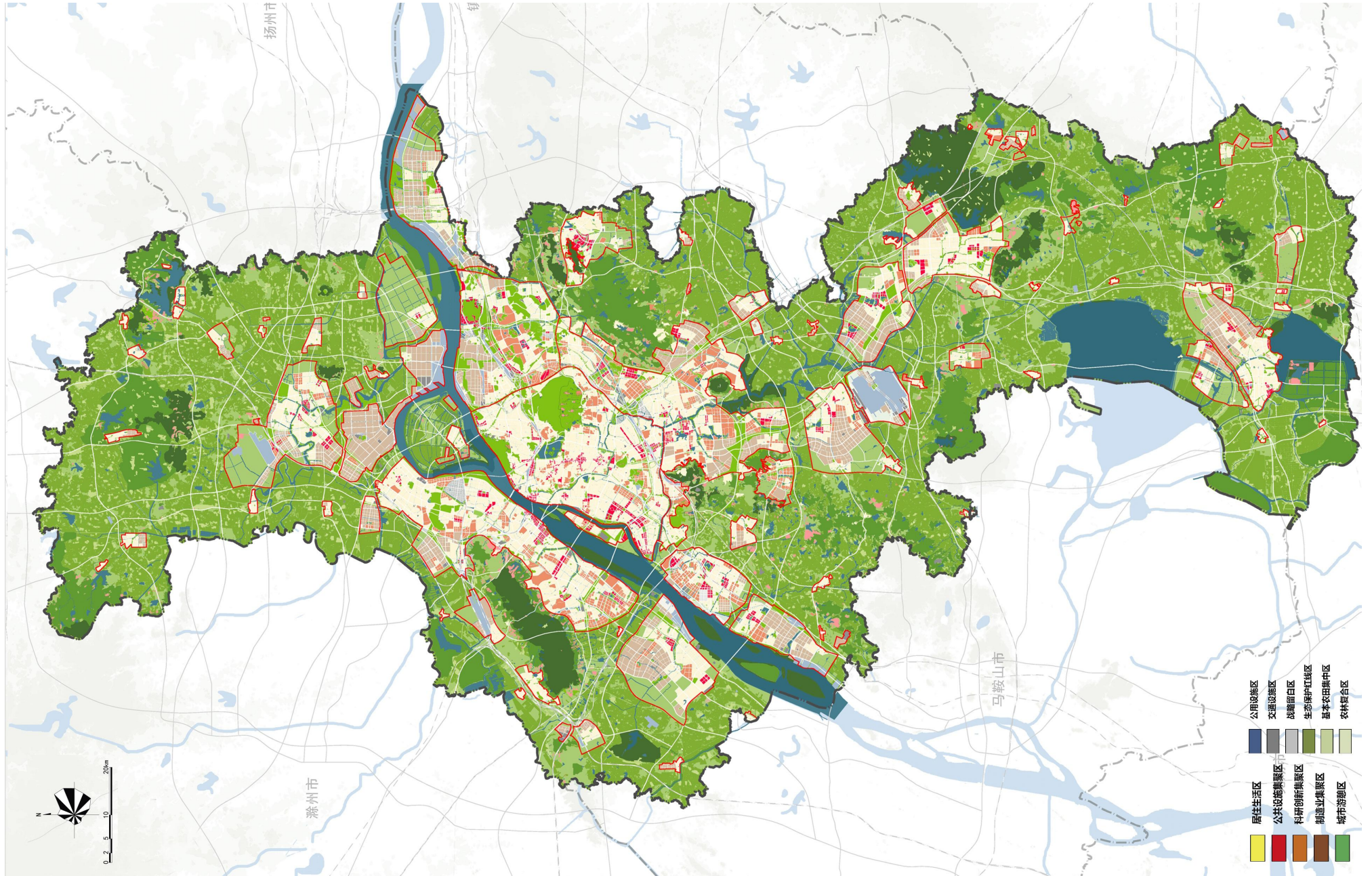


规划范围图



重点研究范围示意图

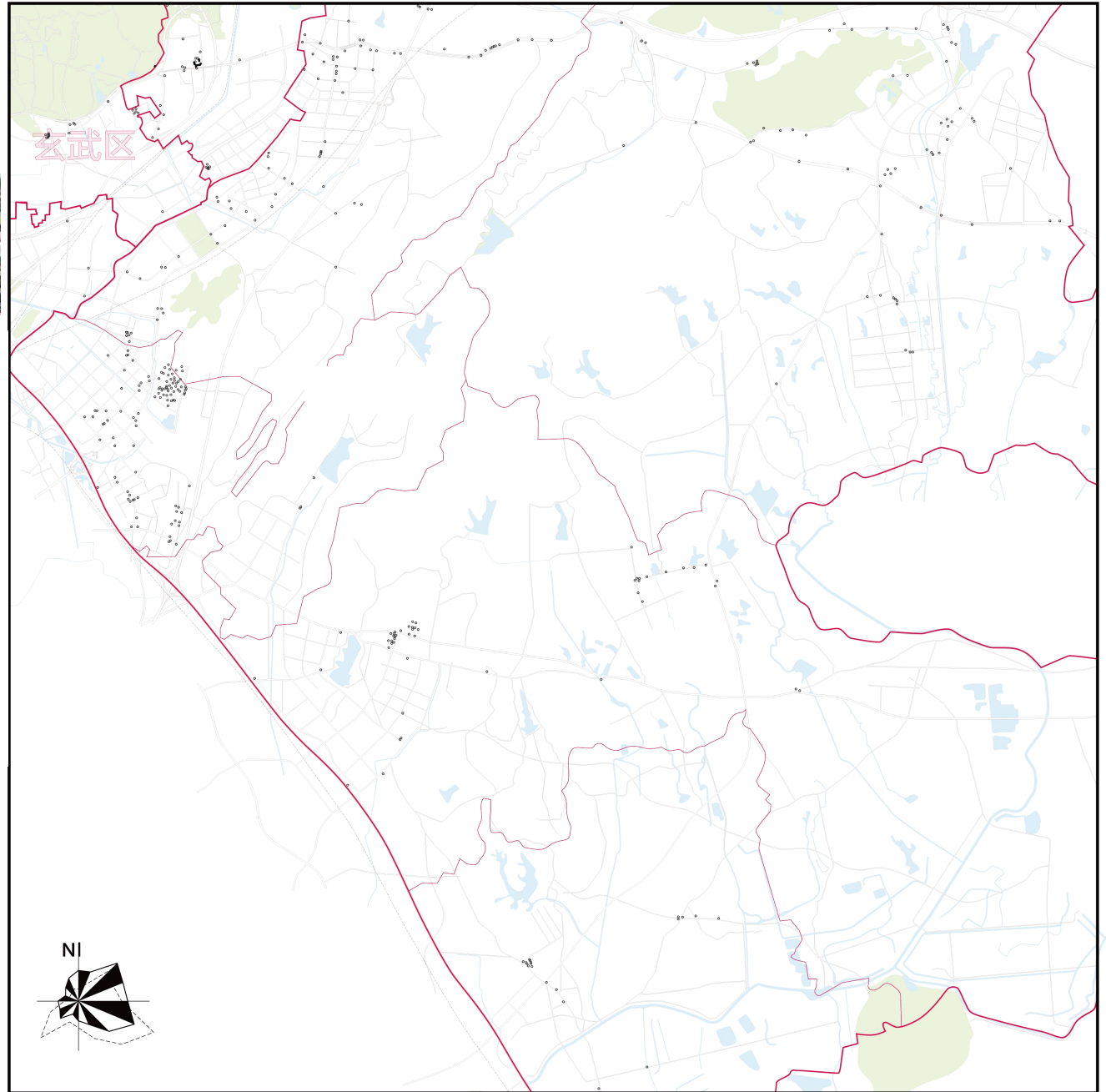
图件03 城市总体规划土地利用规划图(2019-2035)

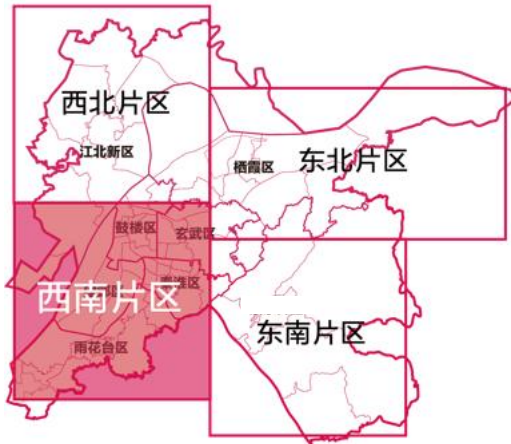
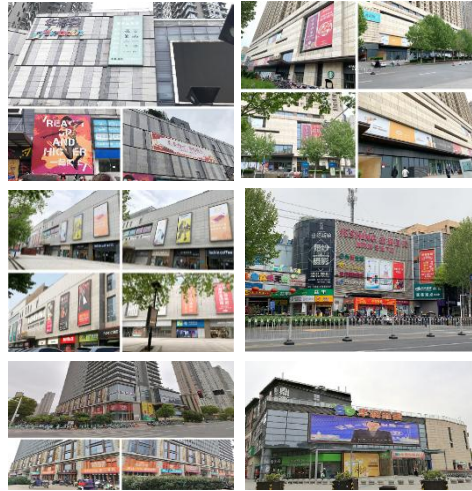




图例：

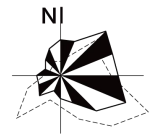
- A类：经过许可的合法设施
- ⊙ B类：拟进入市场化并准备走合法流程的广告设施
- C类：违规、违法设置的广告设施
- Ⓣ 公共电话亭广告设施
- Ⓝ 公共阅报亭广告设施
- Ⓟ 公共邮政便民亭广告设施
- Ⓢ 公交站台广告设施
- Ⓡ 公共自行车亭广告设施
- Ⓢ 公共宣传栏广告设施
- Ⓧ 出租车站扬招站点广告设施
- Ⓜ 地铁站电子屏广告设施

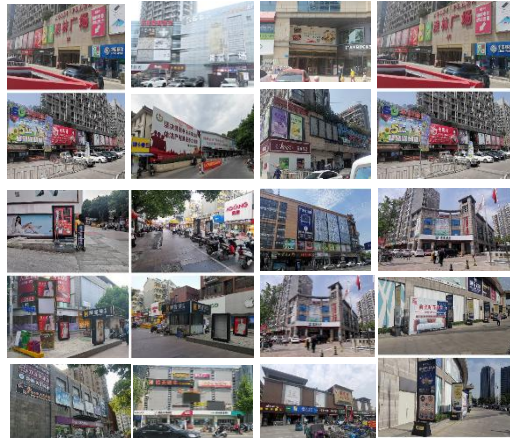




图例：

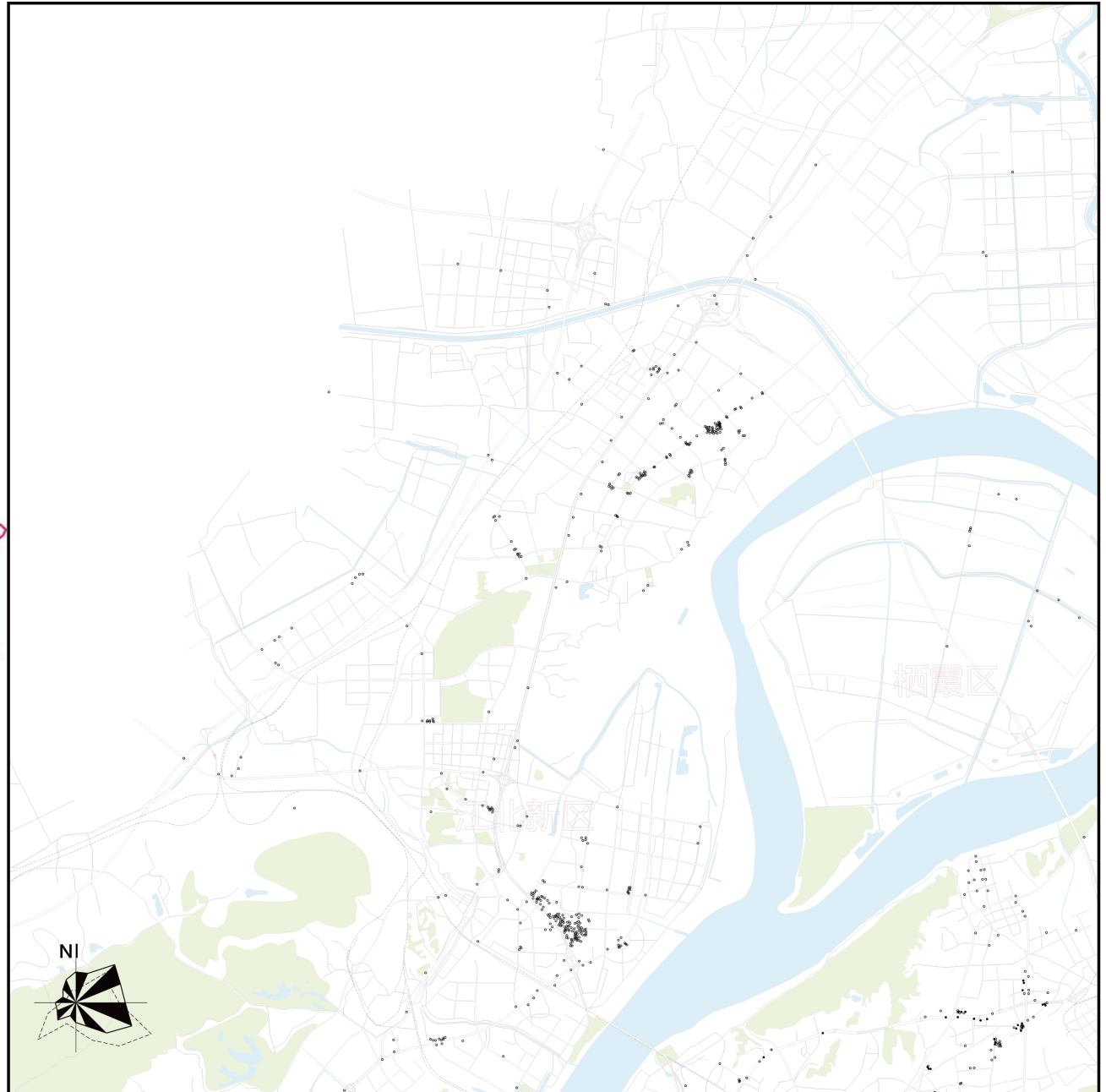
- A类：经过许可的合法设施
- ◎ B类：拟进入市场化并准备走合法流程的广告设施
- C类：违规、违法设置的广告设施
- T 公共电话亭广告设施
- N 公共阅报亭广告设施
- P 公共邮政便民亭广告设施
- S 公交站台广告设施
- B 公共自行车亭广告设施
- C 公共宣传栏广告设施
- X 出租车站扬招站点广告设施
- M 地铁站电子屏广告设施

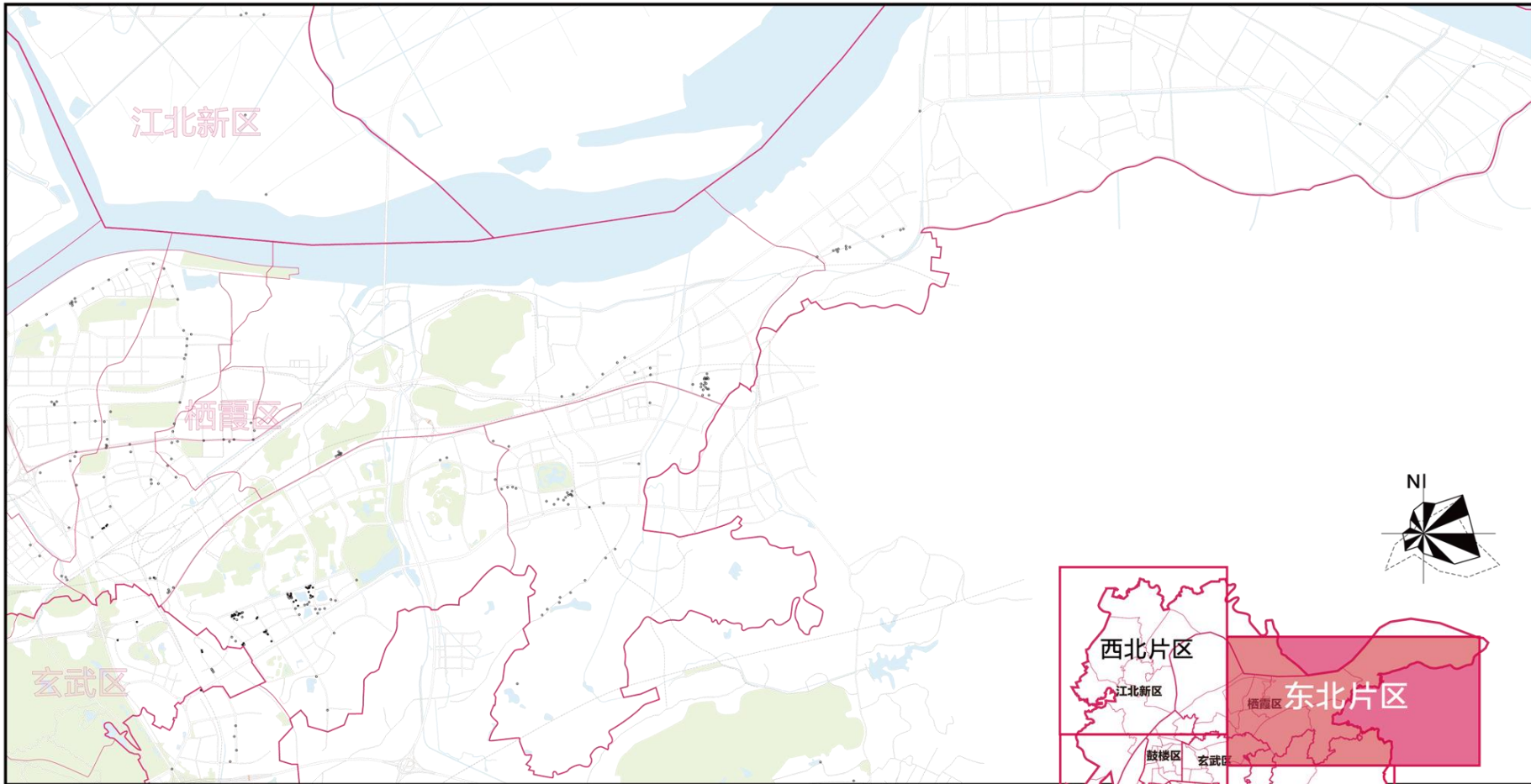




图例：

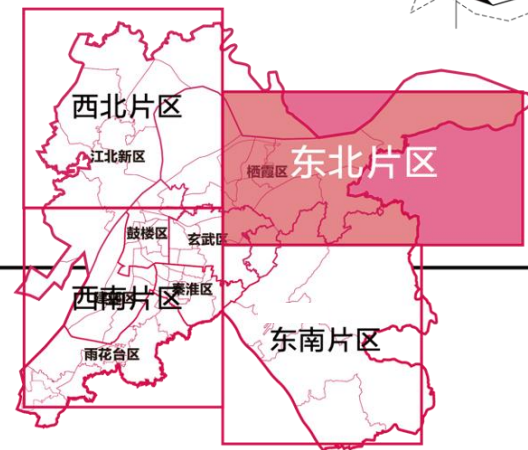
- A类：经过许可的合法设施
- ⊙ B类：拟进入市场化并准备走合法流程的广告设施
- C类：违规、违法设置的广告设施
- ⓧ 公共电话亭广告设施
- Ⓝ 公共阅报亭广告设施
- Ⓟ 公共邮政便民亭广告设施
- Ⓢ 公交站台广告设施
- Ⓡ 公共自行车亭广告设施
- Ⓢ 公共宣传栏广告设施
- ⓧ 出租车站扬招站点广告设施
- Ⓜ 地铁站电子屏广告设施





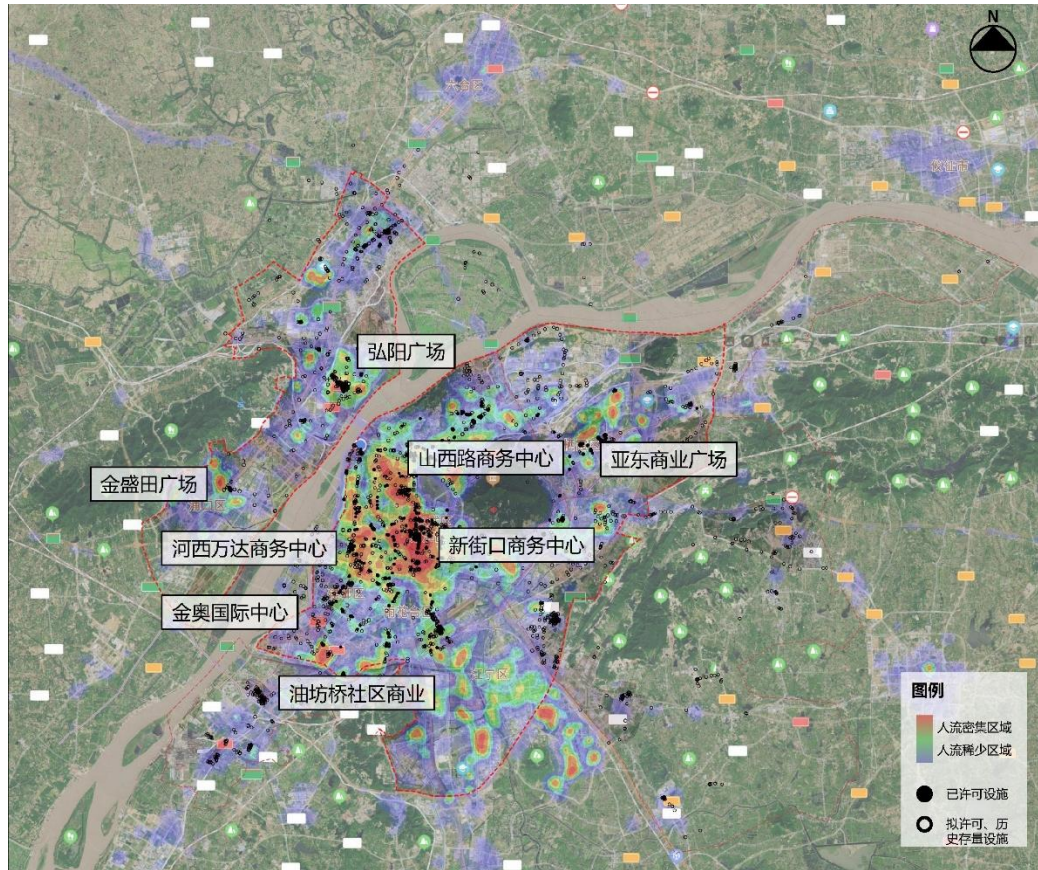
图例:

- | | |
|---------------------------|----------------|
| ● A类: 经过许可的合法设施 | Ⓢ 公交站台广告设施 |
| ⊙ B类: 拟进入市场化并准备走合法流程的广告设施 | ⓑ 公共自行车亭广告设施 |
| ○ C类: 违规、违法设置的广告设施 | Ⓒ 公共宣传栏广告设施 |
| Ⓣ 公共电话亭广告设施 | ⓧ 出租车站扬招站点广告设施 |
| Ⓝ 公共阅报亭广告设施 | Ⓜ 地铁站电子屏广告设施 |
| Ⓟ 公共邮政便民亭广告设施 | |

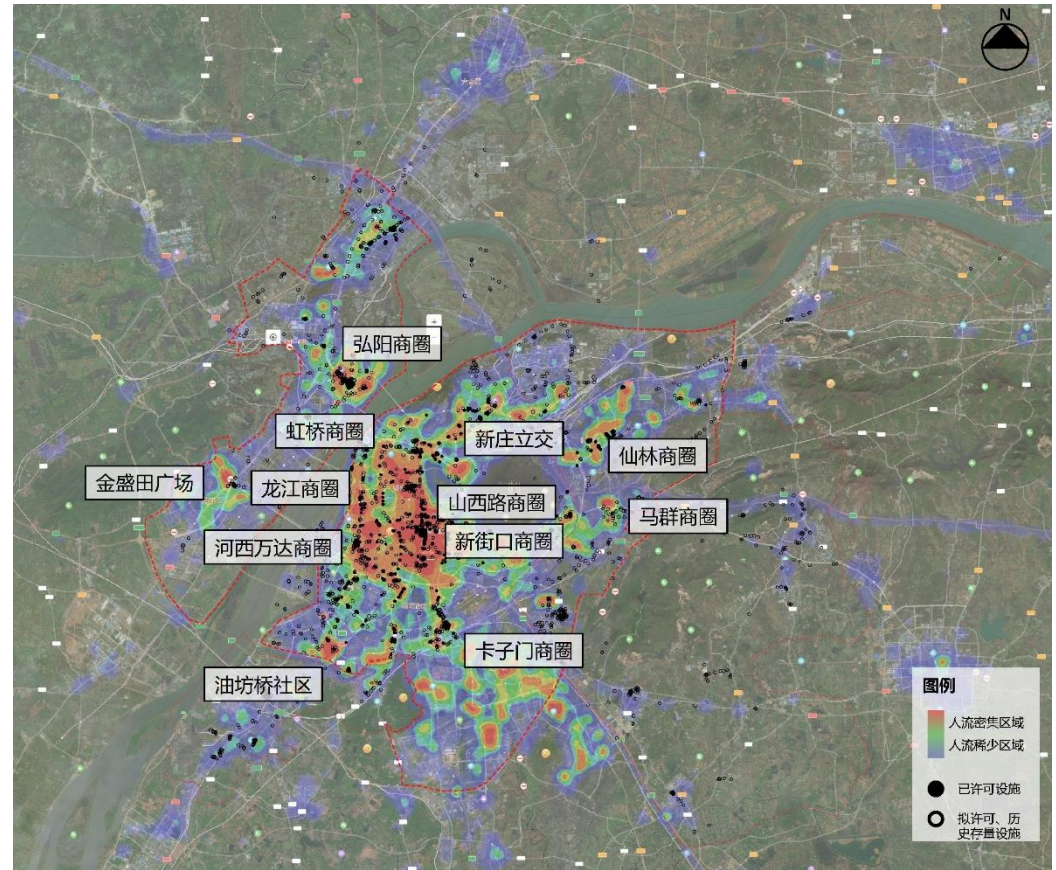




图件05-2 城市户外广告设施设置现状分布与人流热力分布对比分析图

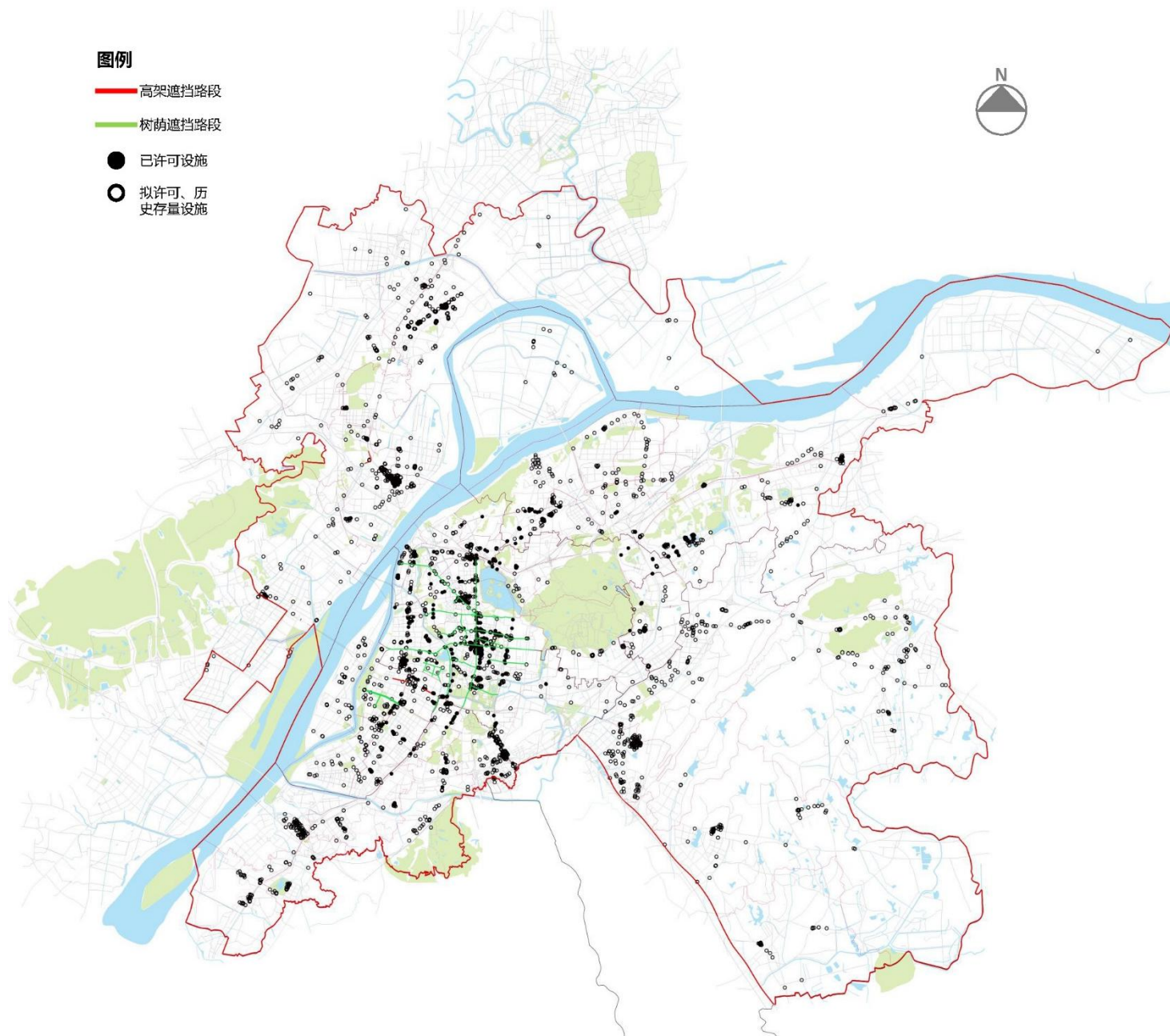


日间人流热力分布对比分析图



夜间人流热力分布对比分析图

图件05-3 城市现状户外广告设施设置遮挡要素分析图



道路两侧林荫树遮挡——汉中门大街段



道路两侧林荫树遮挡——南湖街区段



道路两侧林荫树遮挡——奥体街区段



高架两侧隔音板遮挡——应天高架江东中路以西路段

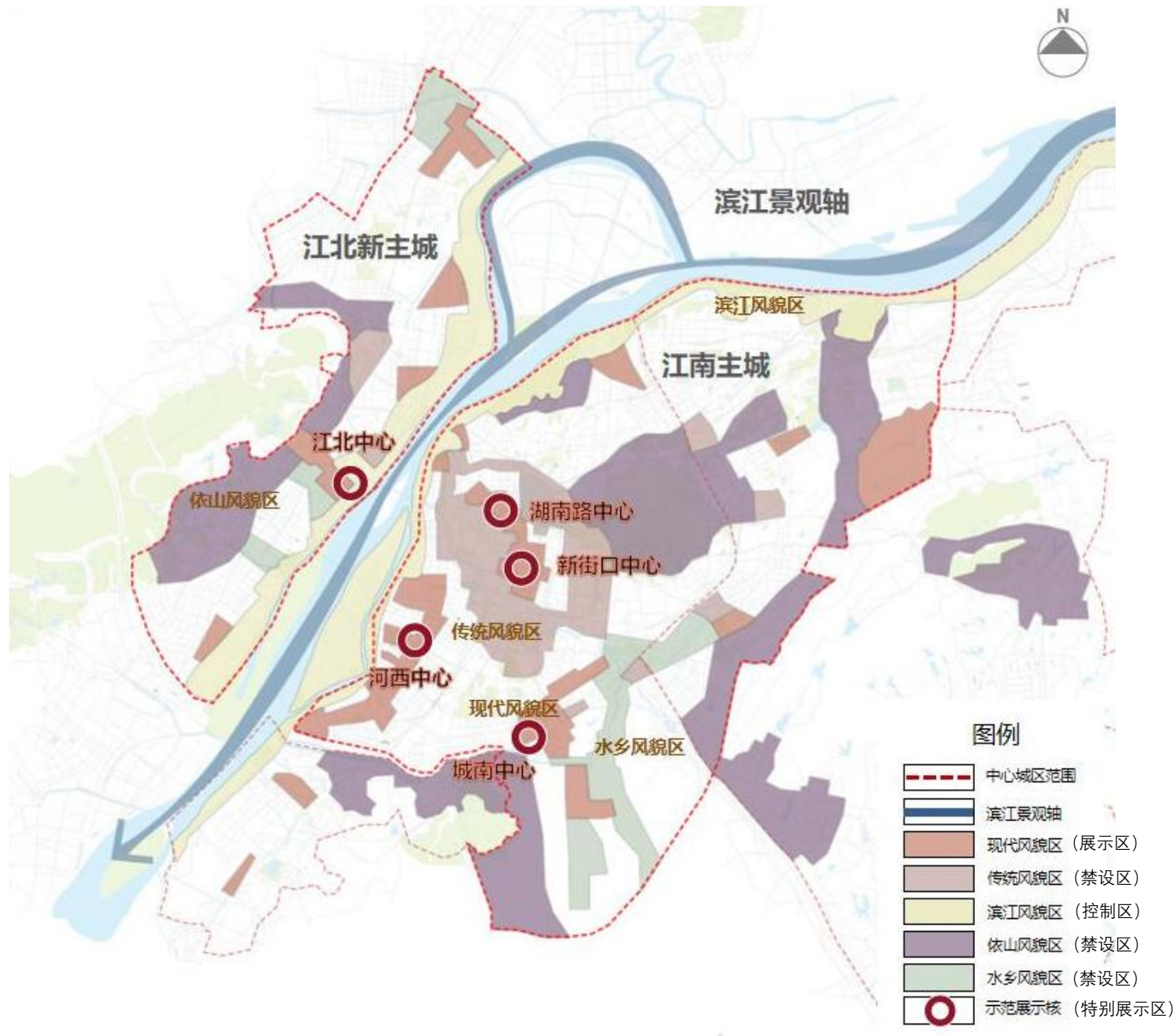


高架两侧隔音板遮挡——应天高架江东中路以东路段

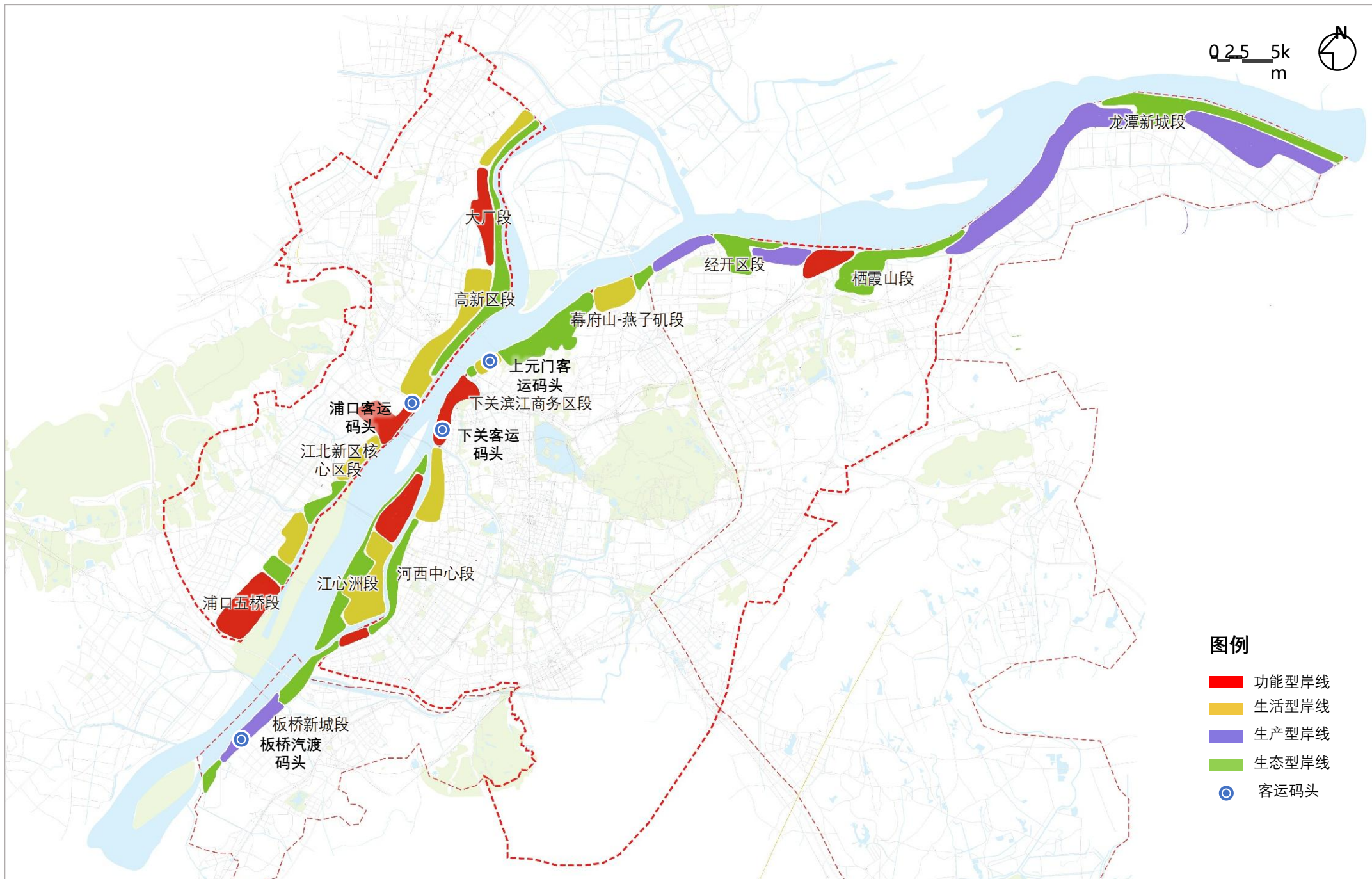


高架两侧隔音板遮挡——江北大道快速路高新南路段

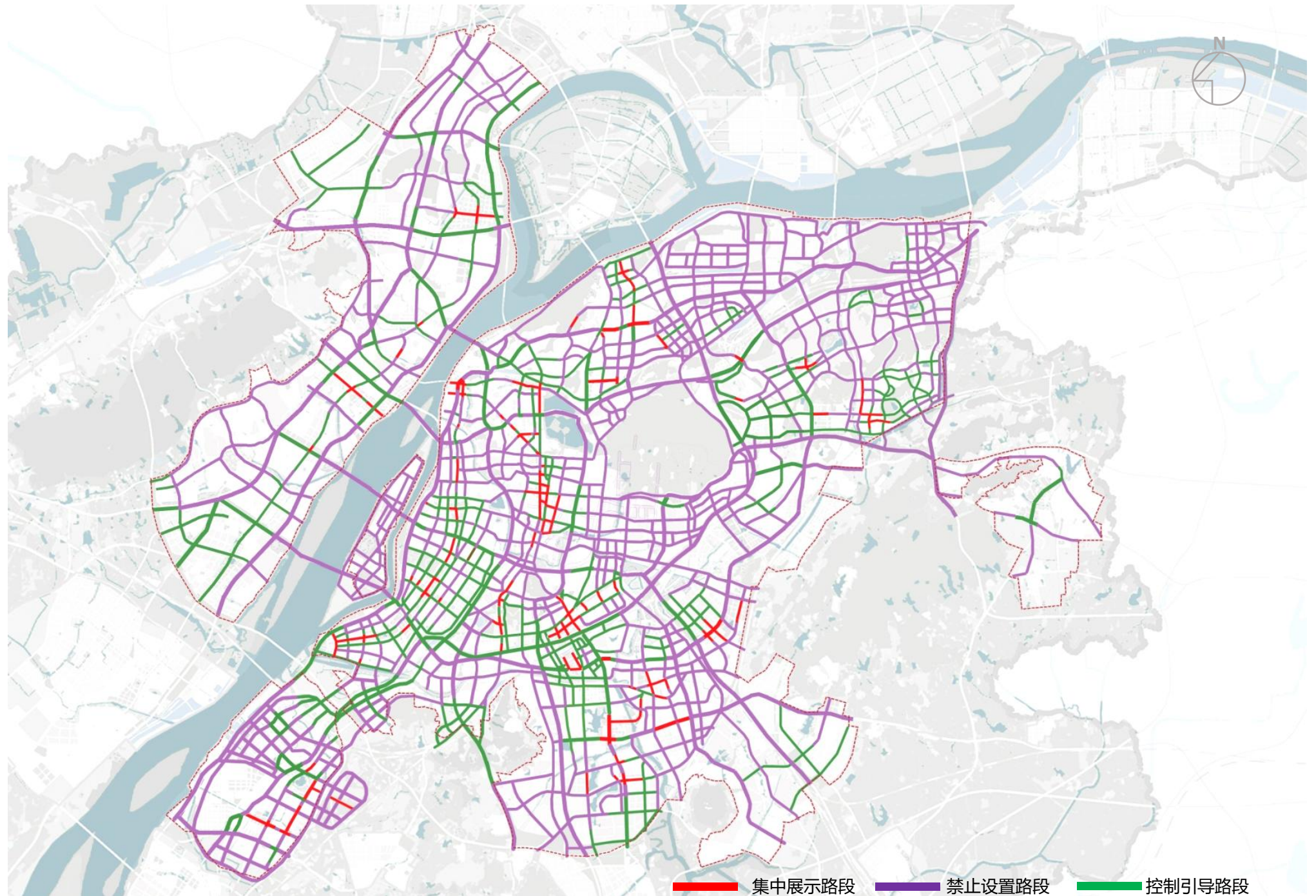
图件06 城市户外广告设施设置空间结构分析图



图件07 城市户外广告设施设置滨江边界岸线分类控制规划图



图件08 城市户外广告设施设置道路交通边界分类控制规划图



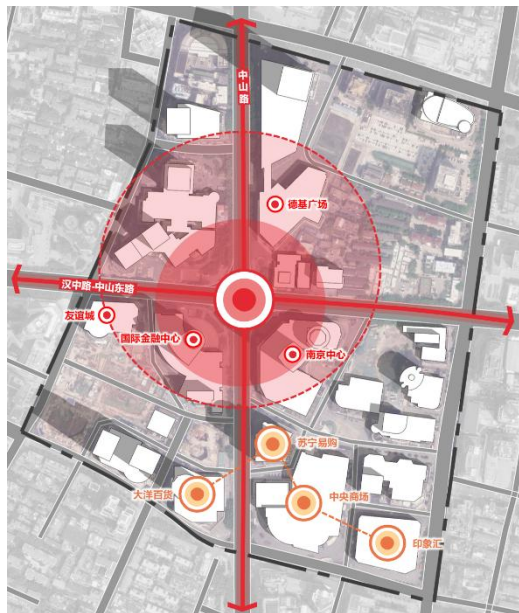


规划目标定位

城市核心·现代商圈

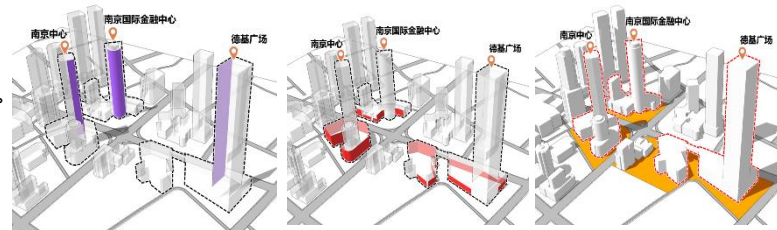
—— 强化城市名片展示，提升城市商业聚集效应“最时尚”的现代商圈。

规划结构：两轴、一核、多点



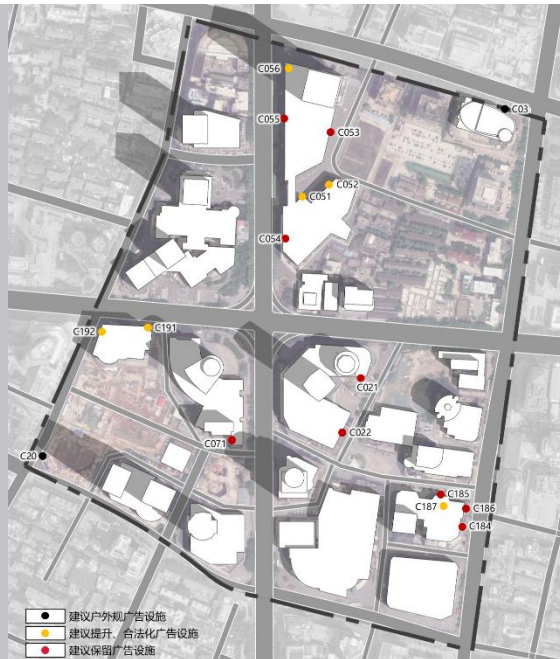
新技术、新媒体规划引导

目标定位：打造成为兼具现代气息与城市文化的南京新媒体集中展示窗口。
主要载体：南京中心、南京国际金融中心、德基广场。主要形式：楼梯LED+灯光秀；底层商业3D广告+投影广告；互动看板+全息成像+艺术地标。



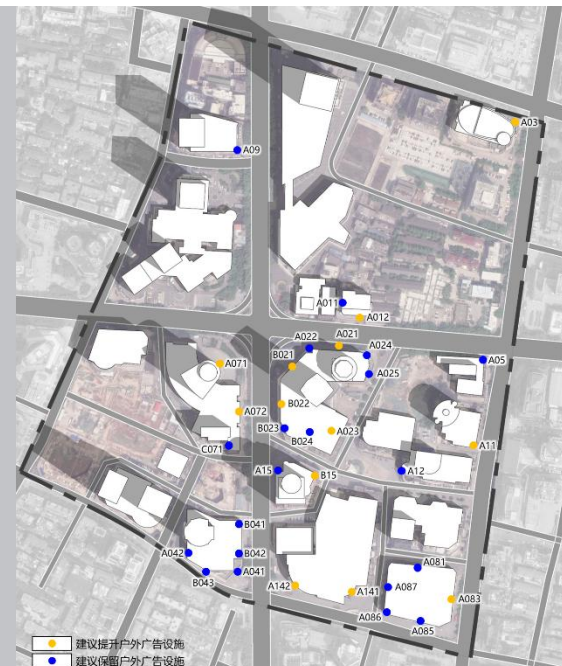
要素	引导要求
广告类型	以墙体LED、墙体灯箱为主，辅以墙体看板，可通过技术手段实现裸眼3D、动态3D等视觉艺术。
广告风格	现代、时尚
广告色彩	人流密集区域以暖色调为主，烘托商业集中区活力氛围，同一色调广告内容可集中布置，强化色彩氛围。
广告材质	LED、有机玻璃、亚克力板、铝塑板、环氧树脂等
照明与亮化	内外照射灯、灯箱照明等，需与建筑照明协调统一
安全	符合相关检测标准

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	C021	新街口百货	墙体LED	商业	1	现状保留
2	C022	新街口百货	墙体看板	商业	1	现状保留
3	C184	东宇大厦金茂大厦	墙体看板	商业	1	现状保留
4	C185	东宇大厦金茂大厦	墙体看板	商业	4	现状保留
5	C186	东宇大厦金茂大厦	墙体看板	商业	3	现状保留
6	C187	东宇大厦金茂大厦	墙体看板	商业	15	建议合法化
7	C191	友誼广场	墙体LED	商业	1	建议提升
8	C192	友誼广场	墙体LED	商业	1	建议提升
9	C20	/	围挡看板	公益	1	(建筑围挡) 建议拆除
10	C051	德基广场	橱窗广告	商业	2	建议合法化
11	C052	德基广场	橱窗广告	商业	4	建议合法化
12	C053	德基广场	橱窗广告	商业	7	现状保留
13	C054	德基广场	橱窗广告	商业	2	现状保留
14	C055	德基广场	橱窗广告	商业	10	现状保留
15	C056	德基广场	橱窗广告	商业	2	建议合法化
16	C03	南京文化艺术中心	落地看板	商业	1	(临建设施) 建议拆除
17	C071	南京国际金融中心	墙体看板	商业&公益	1	现状保留



A已许可、B拟许可户外广告设施规划措施建议

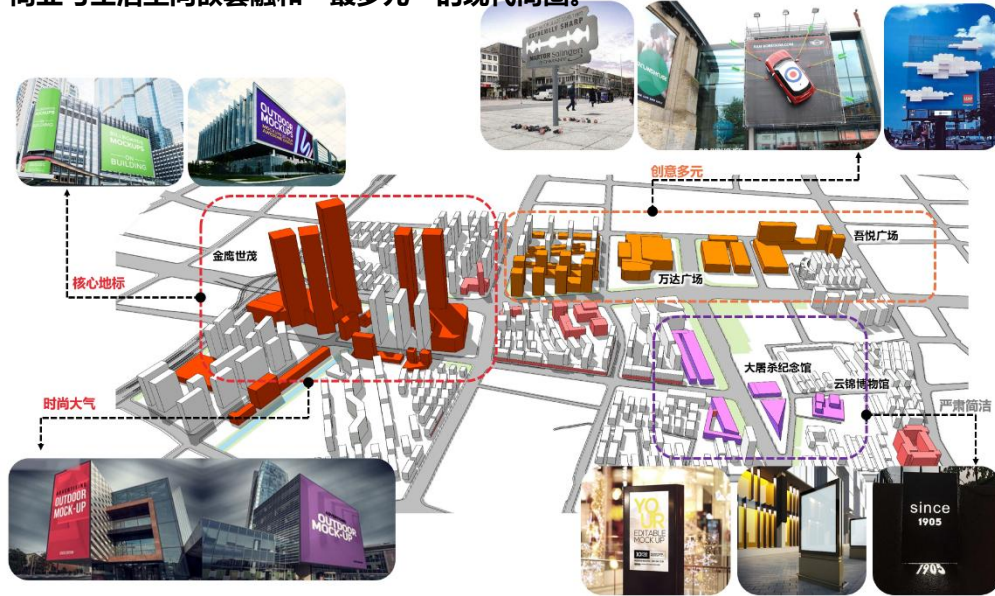
序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	A021	新街口百货	墙体灯箱	商业	3	建议提升
2	A022	新街口百货	墙体灯箱	商业	1	现状保留
3	A023	新街口百货	墙体LED	商业	1	建议提升
4	A024	新街口百货	墙体LED	商业	1	现状保留
5	A025	新街口百货	墙体灯箱	商业	3	现状保留
6	B021	新街口百货	墙体LED	商业	1	建议提升
7	B022	新街口百货	墙体灯箱	商业	1	建议提升
8	B023	新街口百货	墙体LED	商业	1	现状保留
9	B024	新街口百货	墙体灯箱	商业	8	现状保留
10	A041	大洋百货	墙体LED	商业	1	现状保留
11	A042	大洋百货	墙体LED	商业	1	现状保留
12	B041	大洋百货	墙体灯箱	商业	5	现状保留
13	B042	大洋百货	墙体灯箱	商业	3	现状保留
14	B043	大洋百货	墙体灯箱	商业	3	现状保留
15	A05	元丰大酒店	墙体LED	商业	1	现状保留
16	A071	南京国际金融中心	墙体LED	商业	1	建议提升
17	A072	南京国际金融中心	墙体LED	商业	3	建议提升
18	A081	印象汇	墙体灯箱	商业	4	现状保留
19	A083	印象汇	墙体灯箱	商业	2	建议提升
20	A085	印象汇	墙体灯箱	商业	2	现状保留
21	A086	印象汇	墙体灯箱	商业	1	现状保留
22	A087	印象汇	墙体灯箱	商业	2	现状保留
23	A141	中央商场	墙体LED	商业	1	建议提升
24	A142	中央商场	墙体LED	商业	1	建议提升
25	A15	商贸世纪广场	墙体LED	商业	1	现状保留
26	B15	商贸世纪广场	墙体看板	商业	2	建议提升
27	A09	新华大厦	墙体看板	商业	2	现状保留
28	A11	天丰大厦	墙体看板	商业	1	建议提升
29	A12	正洪大厦	墙体LED	商业	1	现状保留
30	A011	天时尚国际商贸中心	墙体LED	商业	1	现状保留
31	A012	天时尚国际商贸中心	墙体看板	商业	1	建议提升
32	A03	南京文化艺术中心	墙体LED	商业	1	建议提升



C历史存量户外广告设施规划措施建议

规划目标定位

城市地标·多元商圈——南京江东新地标场所，商业与生活空间嵌套融和“最多元”的现代商圈。

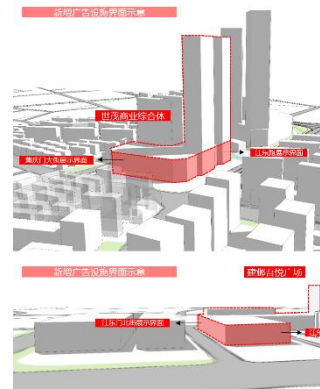


规划策略

打造高端地标
彰显多元文化
品享时尚生活

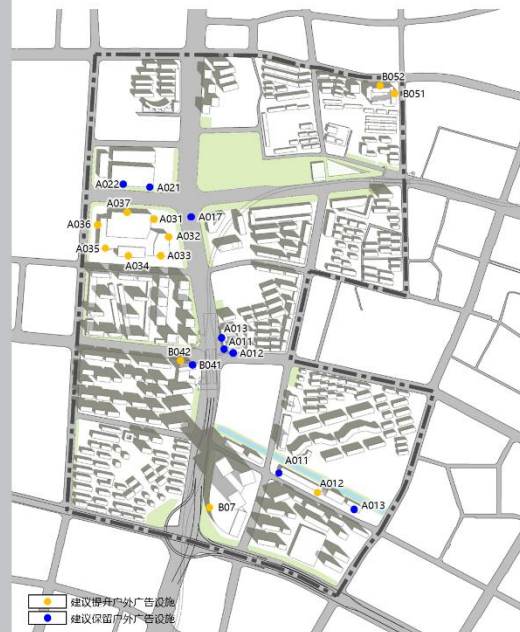
新技术、新媒体规划引导

目标定位：打造成为商业与生活多元融和的新媒体创意展示窗口。
主要载体：世茂天誉、吾悦广场
主要形式：裸眼3D巨幕、水幕投影、落地全息投影、交互落地广场。



规划新增户外广告设施设置示意

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	B051	西城广场	墙体看板	商业	6	建议提升
2	B052	西城广场	墙体看板	商业	5	建议提升
3	A021	金鹰家具	墙体LED	商业	1	现状保留
4	A022	金鹰家具	墙体看板	商业	2	现状保留
5	A031	万达广场	墙体看板	商业	3	建议提升
6	A032	万达广场	墙体看板	商业	5	建议提升
7	A033	万达广场	墙体看板	商业	4	建议提升
8	A034	万达广场	墙体看板	商业	8	建议提升
9	A035	万达广场	墙体看板	商业	3	建议提升
10	A036	万达广场	墙体看板	商业	3	建议提升
11	A037	万达广场	墙体看板	商业	5	建议提升
12	MCH-A011	苏果超市恒盛名厨	墙体LED	商业	1	现状保留
13	MCH-A012	苏果超市恒盛名厨	墙体看板	商业	1	现状保留
14	MCH-A013	苏果超市恒盛名厨	墙体看板	商业	2	现状保留
15	B041	盈物致广场	墙体看板	商业	1	现状保留
16	B042	盈物致广场	墙体看板	商业	6	建议提升
17	NY-A011	乐巢广场	墙体LED	商业	1	现状保留
18	NY-A012	乐巢广场	墙体看板	商业	4	建议提升
19	NY-A013	乐巢广场	墙体看板	商业	1	现状保留
20	B07	金鹰世界	落地灯箱	商业	8	建议提升
21	A017	江东门隧道	隧道LED	商业	1	现状保留



A已许可、B拟许可户外广告设施规划措施建议

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	C151	万达金街	墙体看板	商业	2	建议提升
2	C19	应天大街高架	隧道看板	公益	1	公益广告, 建议保留
3	C071	金鹰世界	墙体LED	商业	1	建议保留
4	C072	金鹰世界	墙体LED	商业	1	建议保留
5	C064	--	围挡看板	自宣	1	(工地围挡) 建议拆除
6	C075	万达西地	墙体看板	公益	1	公益广告, 建议保留
7	C081	万达中心	落地灯箱	商业	11	建议部分保留
8	C082	万达中心	墙体看板	商业	9	建议保留
9	C03	万达广场	落地LED	商业	5	建议整改



C历史存量户外广告设施规划措施建议

图件11 城市窗口节点规划引导图则

鼓励展示策略

城市窗口节点户外广告设施应从符合城市整体形象，在形式、材质、颜色等方面应具有创新引领示范作用。展示节点应提供一定比例公益性户外广告设施，商业类广告需对其内容、形式进行统一规划。建设中的交通枢纽节点（南京北站）周边户外广告设施设置应符合江北新区规划定位要求，体现创新、宜居的总体氛围，具有现代感、科技感，提升城市形象。

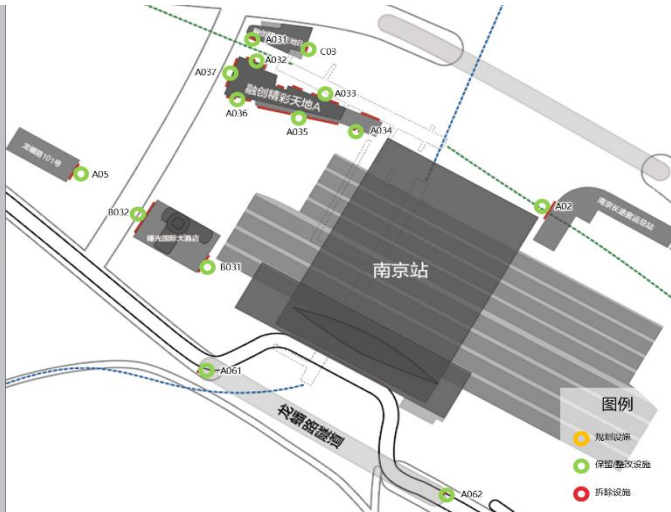
安全引导策略

户外广告设施设置不得影响交通安全管理设施的正常使用，不得影响行车视距和妨碍高速公路的安全、畅通，高速公路弯道内侧不得设置影响行车视距（对前方道路、道路设施产生遮挡）的户外广告设施，互通枢纽区内部不得设置广告设施，沿枢纽外侧公路外沿线可依据条例法规设置户外广告设施。严格控制位于钟山风景区、沿长江区域高速公路枢纽节点户外广告数量，不得破坏自然景观风貌。严格控制位于城市人口活动、居住密集区交通枢纽节点广告牌数量、位置、工艺质量等。

要素	引导要求
广告类型	以墙体LED、墙体灯箱为主，辅以墙体看板，可通过技术手段实现裸眼3D、动态3D等视觉艺术。
广告风格	现代、时尚、科技
广告色彩	人流密集区域以暖色调为主，烘托城市迎宾氛围，同一色调广告内容可集中布置，强化色彩氛围。
广告材质	LED、玻璃幕墙、有机玻璃、亚克力板、铝塑板、环氧树脂、发光混凝土等
照明与亮化	内外照射灯、灯箱照明等，需与建筑照明协调统一
安全	符合相关检测标准
性质	门户节点以城市宣传公益类为主，商业为辅

规划控制与引导:
现状户外广告设施全部保留，其中转换为公益类6处，尺寸统一4处，规整合并5处，品质提升5处。

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	A02	南京汽车客运站站前	墙体灯箱	商业	1	F.公益预留
2	C03	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	1	A.尺寸统一
3	A031	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	1	A.尺寸统一
4	A032	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
5	A033	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	5	B.规整合并
6	A034	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
7	A035	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
8	A036	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
9	A037	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	A.尺寸统一
10	B031	曙光国际大酒店	墙体灯箱	商业	1	E.品质提升
11	B032	曙光国际大酒店	墙体灯箱	商业	1	F.公益预留
12	A05	五洲国际大酒店	墙体灯箱	商业	1	E.品质提升
13	A061	隧道	隧道LED	商业	1	E.品质提升
14	A062	隧道	隧道LED	商业	1	F.公益预留



规划控制与引导:
现状户外广告设施全部保留，其中公益类落地看板需重新布局6处。

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	A25	--	落地看板	商业	1	现状保留
2	C251	铁路护栏	铁路桥看板	商业	2	现状保留
3	C252	铁路护栏	铁路桥看板	商业	2	现状保留
4	C253	--	落地看板	公益	1	现状保留
5	C254	--	落地看板	公益	1	现状保留
6	C255	--	落地看板	公益	2	C.重新布局
7	C256	--	落地看板	公益	3	C.重新布局
8	C257	--	落地看板	公益	1	C.重新布局

规划控制与引导:
现状户外广告设施全部保留，其中转换为公益类2处，规划新增商业类高立柱2处。

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	A01	--	落地看板	商业	1	现状保留
2	A02	--	落地看板	商业	1	现状保留
3	A03	--	高立柱LED屏	商业	1	规划新增
4	A04	--	落地看板	商业	1	现状保留
5	A05	--	落地看板	商业	1	现状保留
6	A06	--	高立柱LED屏	商业	1	规划新增

户外广告规划统计表

序号	点位编号	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	A01	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
2	A02	高立柱	商业	1	现状保留
3	A03	高立柱	商业	1	现状保留
4	A04	高立柱	商业	1	现状保留
5	A05	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
6	A06	高立柱	商业	1	现状保留
7	A07	高立柱	商业	1	规划新增
8	A08	高立柱	商业	1	现状保留
9	A09	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
10	A10	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
11	A11	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
12	A12	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
13	A13	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
14	A14	高立柱	商业	1	影响安全 建议拆除
15	A15	高立柱	商业	1	现状保留
16	A16	高立柱	商业	1	现状保留
17	A17	高立柱	商业	1	现状保留
18	A18	高立柱	商业	1	现状保留
19	A19	高立柱	商业	1	现状保留
20	A20	高立柱	商业	1	规划新增
21	A21	高立柱	商业	1	现状保留
22	A22	高立柱	商业	1	现状保留