

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  
[规划说明书]

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

[规划说明书]

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

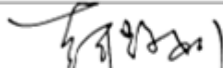
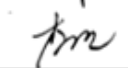
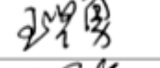
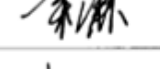
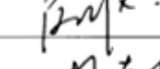

姓名	单位	职务	联系电话	本人签字
王伟明	苏州大学	教授	18662291102	
戴如林	省市场监督管理局广告监督管理处	二级调研员	18936009658	
邓雅萍	无锡市城管局	三级调研员	15852802000	
夏磊	北京清美道合规划设计院	联席院长	13910025799	
沈家文	常州市城管局市容处	处长	13338196166	

## 《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	
李艳	市规划和自然资源局	城市设计处 副处长	13813829601	
王坚勇	市市场监督管理局	广告监管处 四级调研员	18913891062	
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	
肖维	市交通运输局	城乡道路处 副处长	15366152638	
杨志刚	市消防救援支队	防火监督处 处长	13776663119	

## 《南京市户外广告设施设置总体规划项目》 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。

## 第一章 规划背景

- 1.1 项目区位
- 1.2 规划范围
- 1.3 上位及相关规划解析
- 1.4 案例借鉴
- 1.5 城市户外广告发展趋势分析

## 第二章 城市户外广告设施系统研究

- 2.1 相关术语和定义
- 2.2 户外广告设施分类体系

## 第三章 城市户外广告设施现状综合分析

- 3.1 现状概况及实施评价
- 3.2 户外广告属性分析
- 3.3 现状问题及策略
- 3.4 SWTO分析

## 第四章 规划总则

- 4.1 规划依据
- 4.2 规划期限
- 4.3 规划原则
- 4.4 规划目标

## 第五章 城市特色空间户外广告设施设置 控制与引导 (面)

- 5.1 城市发展空间格局分析
- 5.2 城市空间户外广告设施设置总体定位

## 第六章 边界户外广告设施设置分类控制与引导 (线)

- 6.1 滨江风光带户外广告设施设置分类控制与引导
- 6.2 道路交通边界户外广告设施设置分类控制与引导
- 6.3 江东快速路户外广告设施设置控制引导
- 6.4 中山南路、中山东路、中山北路、汉中路户外  
广告设施设置控制引导

## 第七章 城市重要节点户外广告设施设置控 制与引导 (点)

- 7.1 新街口商圈
- 7.2 河西商圈
- 7.3 城市重要对外交通枢纽节点

## 第八章 规划实施管理控制与引导

- 8.1 规划实施管理控制相关规定
- 8.2 分期建设管理与控制

## 第九章 保障措施

## 附件 户外广告设施设置管理规定

- 附件1 禁止设置分区及规定
- 附件2 分类设置引导性控制规定
- 附件3 新技术户外广告设施设置规范
- 附件4 公益性户外广告设施设置规范
- 附件5 户外广告设施照明规定
- 附件6 安全检测、维护保养规定



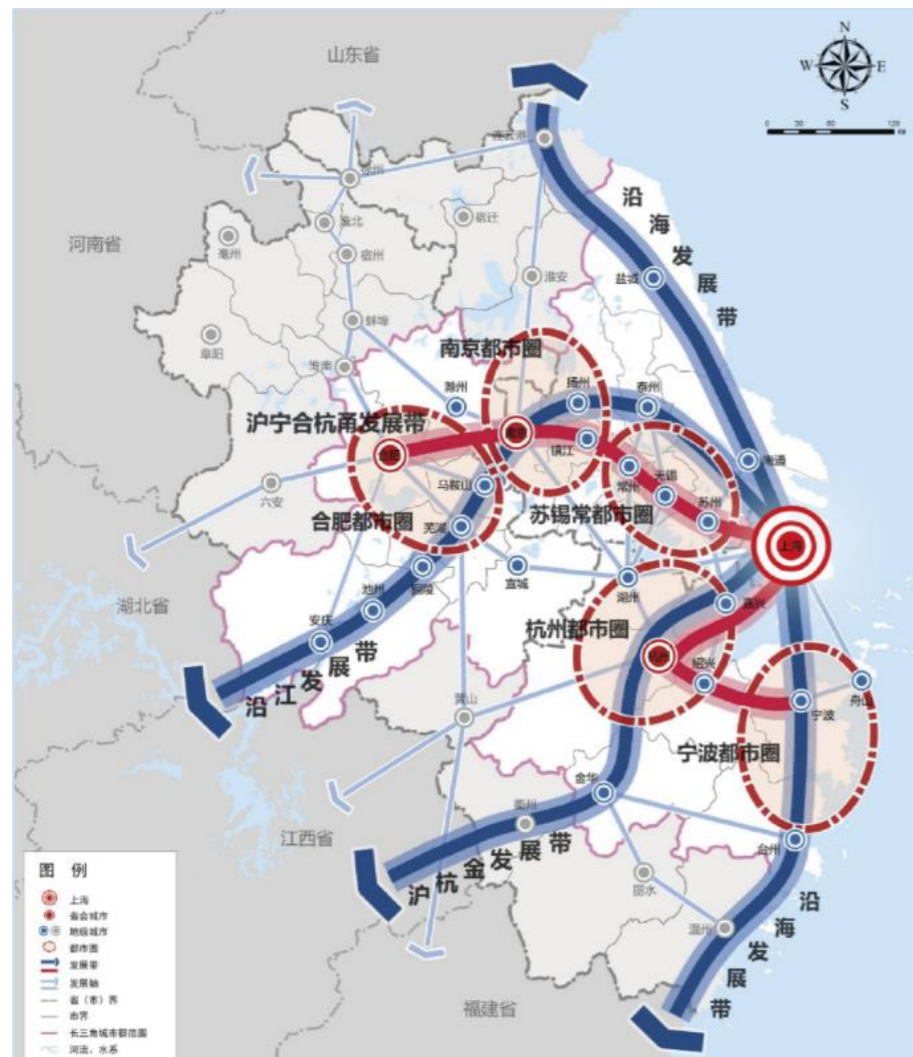
## 第一章 规划背景

- 1.1 项目区位
- 1.2 规划范围
- 1.3 上位及相关规划解析
- 1.4 案例借鉴
- 1.5 城市户外广告发展趋势分析

## 第一章 规划背景

### 1.1 项目区位

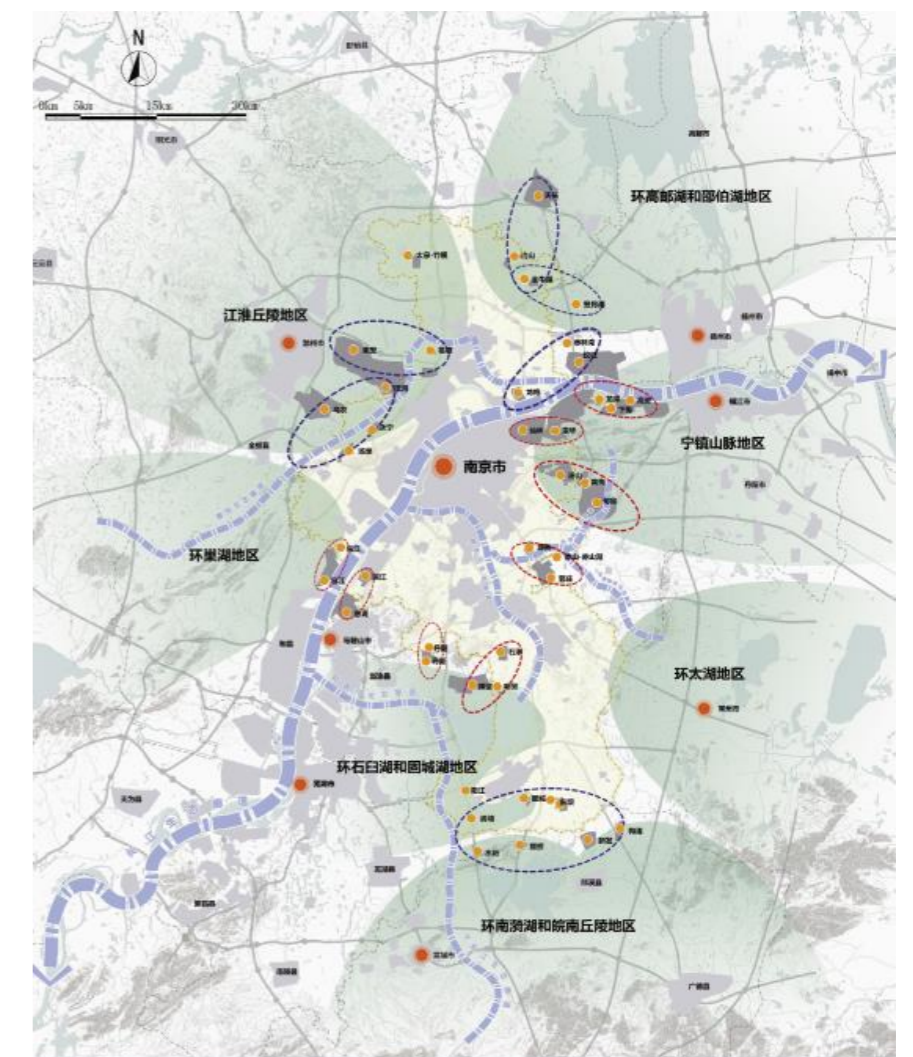
在长三角一体化等战略机遇的推动下，南京市作为“长三角经济带中心城市”，迎来了崭新的发展契机。在此背景下，城市首位度提升以及打造“强富美高”新南京城市形象将成为城市规划建设的重中之重。城市户外广告设施的发展作为展现城市形象的重要窗口，对城市容貌环境建设和经济发展所应起到的积极促进作用越来越明显。



长江三角洲城市群发展示意图



南京都市圈一体化发展示意图



宁镇扬一体化发展示意图

重大国家战略

江苏战略

城市发展现状与城市总体定位的差距

新户外媒体的发展需要

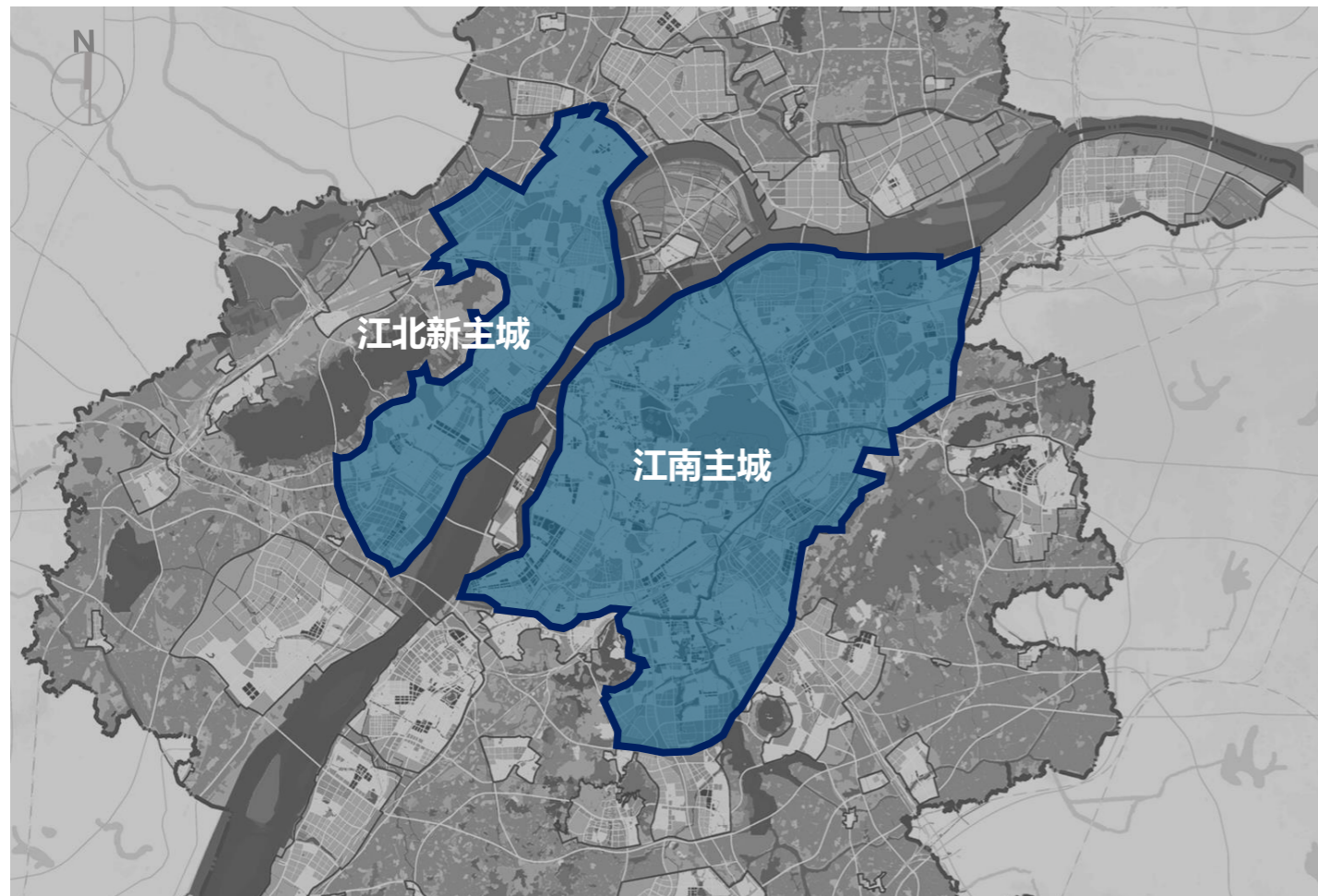
城市特色创新发展需要

### 政策引导下面临的全新挑战

“一流城市要有一流治理。”一流治理，重点在于城市治理的科学化、精细化、智能化。既要善于运用现代科技手段实现智能化，又要通过绣花般的细心、耐心、巧心提高精细化水平，‘绣’出城市的品质品牌。”习近平总书记浙江考察重要讲话，为城市治理现代化指明了方向。如何结合南京市发展实际，扎实搞好城市规划建设管理工作，提升特大城市现代化治理能力，将成为南京市户外广告设施设置现代化高水平管理面临的全新挑战。

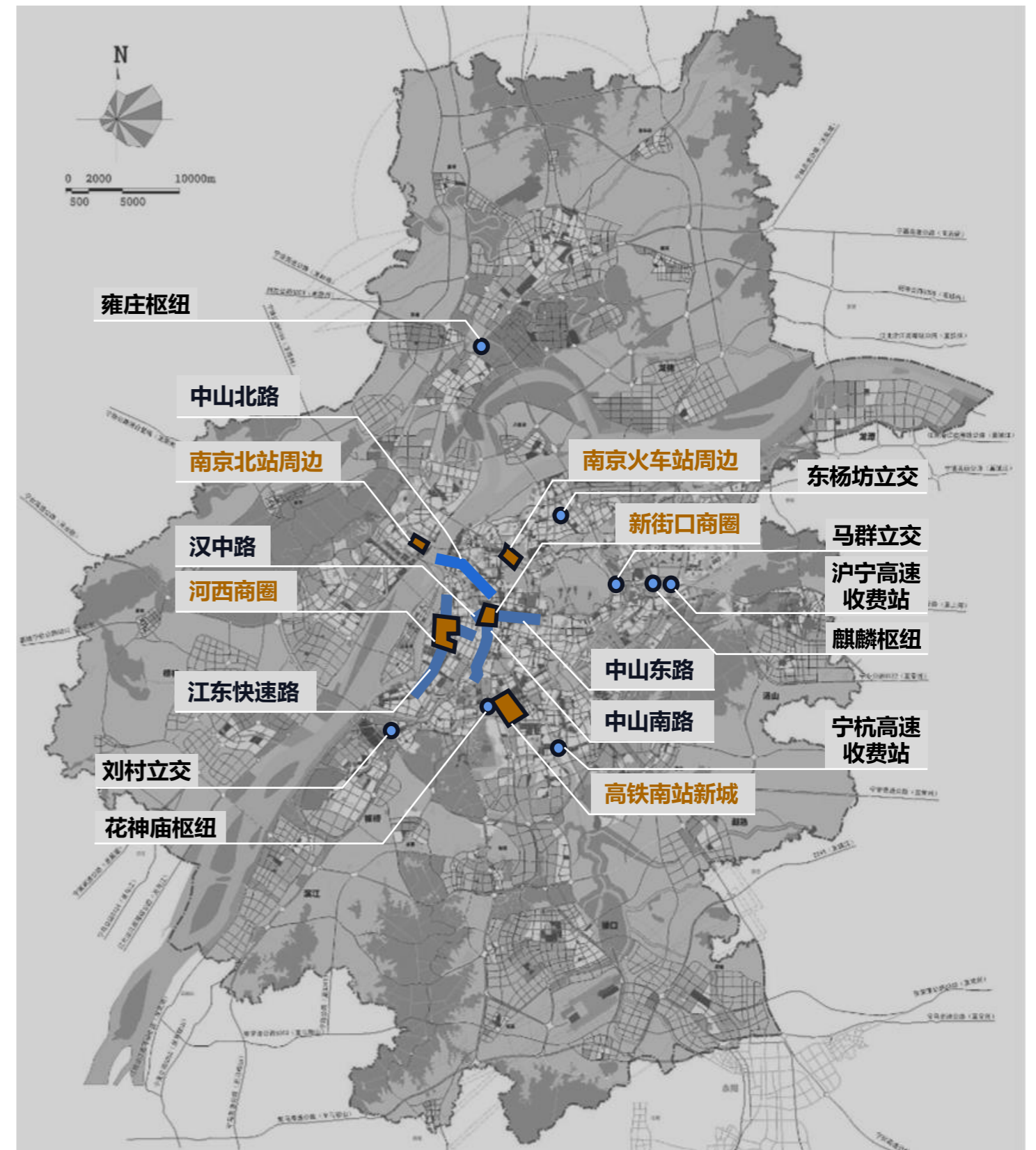
## 1.2 规划范围

**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。



**重点地区：**五条重点道路、两个市级商业中心、多个城市窗口节点。

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



重点地区范围图

## 1.3 上位及相关规划解析

### 1.3.1 《南京城市总体规划（2018-2035）规划草案》《南京市国土空间规划（2020-2035）》（评审稿）

**愿景目标：**落实国家创新驱动发展战略，立足南京科教资源优势，进一步塑造城市竞争力，加快建设**具有全球影响力**的国际化城市。

落实习近平生态文明思想，立足南京生态人文优势，丰富拓展美丽中国建设的南京实践，加快建设具有中国特色社会主义风范的古都风貌。

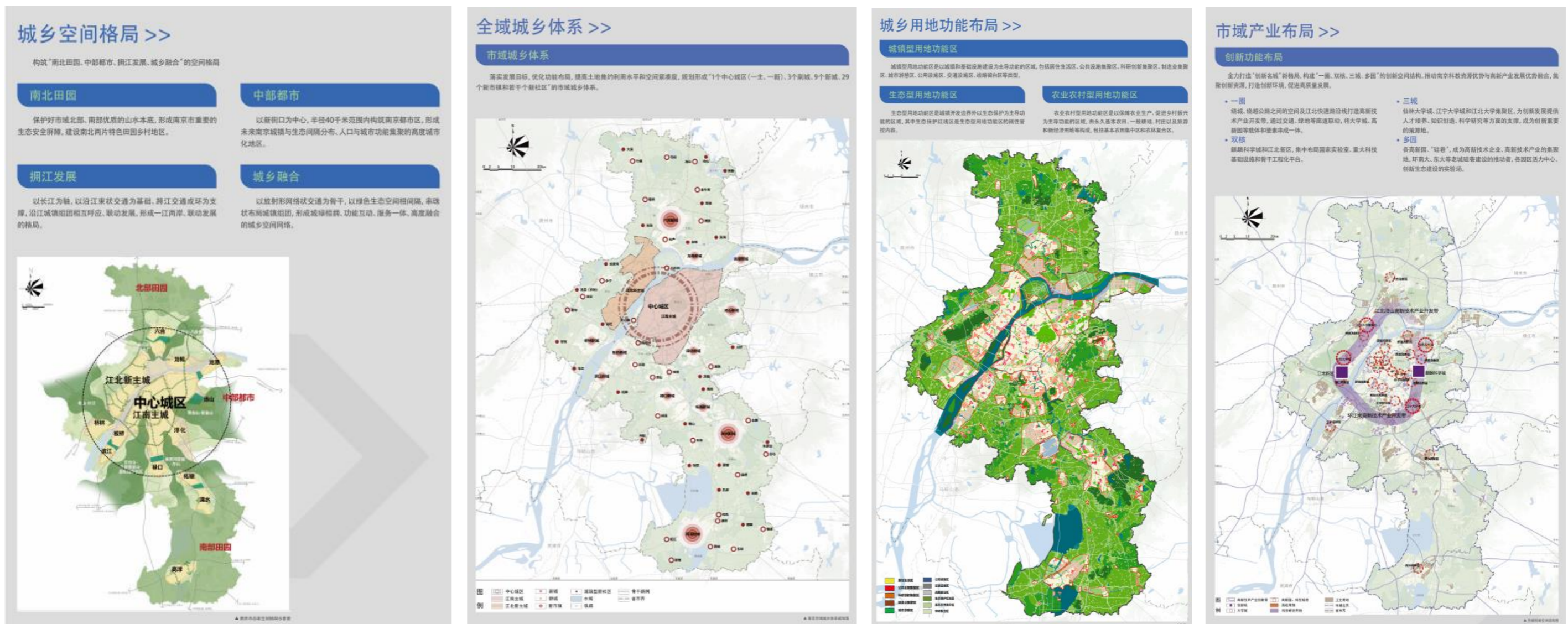
**分阶段落实：**1、至2020年，城市建设取得重大进展，高水平全面建成小康社会。

2、至2035年，城市愿景目标初步建成，基本实现社会主义现代化。

3、至2050年，城市愿景目标全面建成，成为富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的典范城市。

**城市性质：**南京是江苏省省会，国家中心城市，国家历史文化名城，综合交通枢纽，新时代中国特色社会主义的国际化城市。

**城市规模：**至2035年，全市常住人口规模控制在1300万以内，全市建设用地总规模控制在2150平方千米以内，城乡建设用地规模控制在1745平方千米以内。



### 1.3.2 其他相关规划

#### 《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》

南京经济社会发展2035年远景目标:

#### 建设具有中国特色、时代特征、国际影响的社会主义现代化名城。

今后五年经济社会发展的总目标——聚力建设具有全球影响力的现代化名城、加快形成以创新为第一驱动力的增长方式，聚力建设以人民为中心的古都风貌、探索走出绿色低碳发展新路子，打造富于现代化内涵、推动高质量发展的区域增长极，成为常住人口突破千万、经济总量突破两万亿元的超大城市。

具体表现为四个目标:

- 高质量发展<sup>的</sup>全球创新城市
- 高能级辐射<sup>的</sup>国家中心城市
- 高品质生活<sup>的</sup>幸福宜居城市
- 高效能治理<sup>的</sup>安全韧性城市

设定4大类28项指标，其中约束性指标10项，预期性指标18项。



分类	序号	指标	规划目标		属性
			2025年	年均增速〔累计〕	
高质量发展的全球创新城市	1	地区生产总值(亿元)	20000以上	6.5%左右	预期性
	2	研发经费支出占地区生产总值比重(%)	4左右	—	预期性
	3	每万人口拥有高价值发明专利数(件)	45	—	预期性
	4	高新技术产业产值占规模以上工业产值比重(%)	54.5	—	预期性
	5	劳动年龄人口平均受教育年限(年)	13.2	—	约束性
高能级辐射的国家中心城市	6	常住人口城镇化率(%)	85	—	预期性
	7	制造业增加值占比(%)	30	—	预期性
	8	数字经济核心产业增加值占地区生产总值比重(%)	> 10	—	预期性
	9	全员劳动生产率(万元)	34	—	预期性
高品质生活的幸福宜居城市	10	全体居民人均可支配收入(元)	90000左右	与经济增长同步	预期性
	11	城镇调查失业率(%)	5	—	预期性
	12	人均预期寿命(岁)	> 83.5	—	预期性
	13	每千人口拥有执业(助理)医师数(人)	5.5	—	预期性
	14	城乡基本养老保险参保缴费率(%)	90	—	预期性
	15	每千人口拥有0-3岁婴幼儿托位数(个)	4.5左右	—	预期性
	16	接受上门服务的居家老年人数占比(%)	18左右	—	预期性
	17	单位地区生产总值能源消耗降低(%)	完成省下达指标	—	约束性
	18	单位地区生产总值二氧化碳排放降低(%)	[20]	—	约束性
	19	非化石能源占一次能源消费比重(%)	12	—	约束性
	20	地表水国考断面水质达到或优于Ⅲ类水体比例(%)	90	—	约束性
21	空气质量达到优良天数比例(%)	80	—	约束性	
高效能治理的安全韧性城市	22	林木覆盖率(%)	31.6	—	约束性
	23	耕地保有量(万公顷)	完成省下达指标	—	约束性
	24	粮食综合生产能力(万吨)	95	—	约束性
	25	生产安全事故起数和死亡人数下降(%)		[> 15]	约束性
	26	社会文明程度测评指数	90	—	预期性
	27	法治建设满意度(%)	90	—	预期性
	28	公众安全感(%)	95	—	预期性

## 《南京市总体城市设计》(2017-2035)

总体城市设计通过对城市空间、城市特色等多方面的研究与设计,构建“1269”内容框架,具体为一个空间特色愿景、两级城市格局、六大管控体系、营城九法空间管控策略、若干特色地段管控。

**目标愿景: 自然山水韵、古都文化魂、国际现代貌**

**两级格局:**

**市域格局**

- 1、强化“江河融汇”的地貌格局,提升滨水空间的环境景观品质。
- 2、构筑“城丘绿间”的城市形态,形成城镇组团与丘陵绿地空间相互嵌合、多心开敞的城市形态。
- 3、塑造“多心辉映”的活力结构,城市活力网络包括各类公共中心、文化中心、门户节点等活力中心,特色街道、历史文化轴线等活力廊道。

**中心城区格局**

绿文景环、滨水绿脉、特色片区、景观路径、特色节点

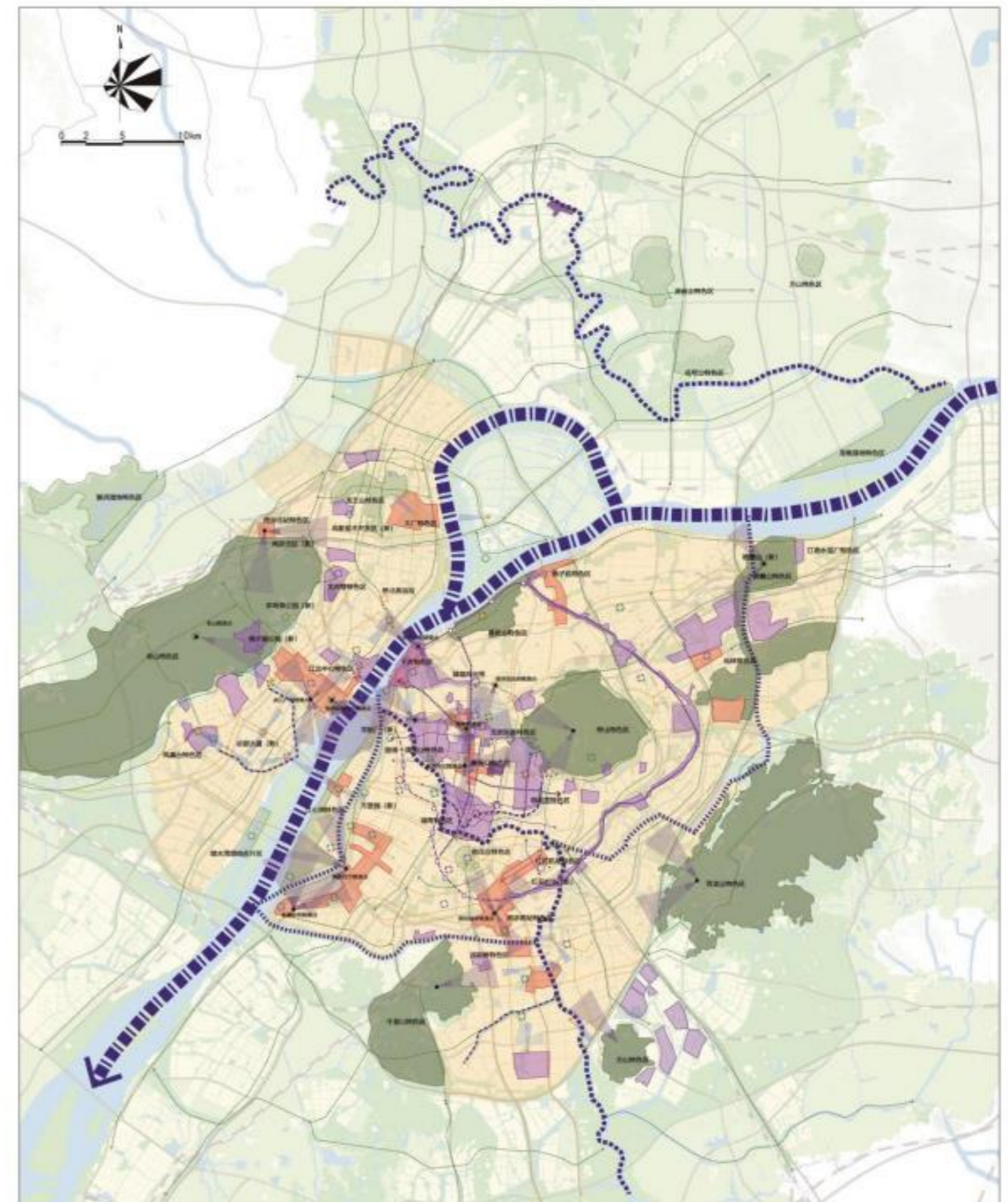
**六大管控体系:** 市域山水体系、都市绿网体系、文化承载体系、活力游憩体系、观景眺望体系、城市风貌体系

**营城九法空间管控策略:** 环游、拥江、入楔、延轴、戏河、显季、望城、承貌、控点

**特色地段管控:** 绿色特色地段(68处)、文化特色地段(88处)、都市特色地段(38)处。

## 南京市总体城市设计(2017-2035年)

### 2. 中心城区总体城市设计规划图



## 上一轮《南京市户外广告设置总体规划》2015

**规划目标：**结合南京主城空间特色、合理利用城市空间资源，规划划定户外广告设置区域，提出具体的控制要求，以促进城市景观整洁、美观，保障城市公共安全，提升城市形象和品位，规范城市户外广告设置与管理。

### 修编必要性：

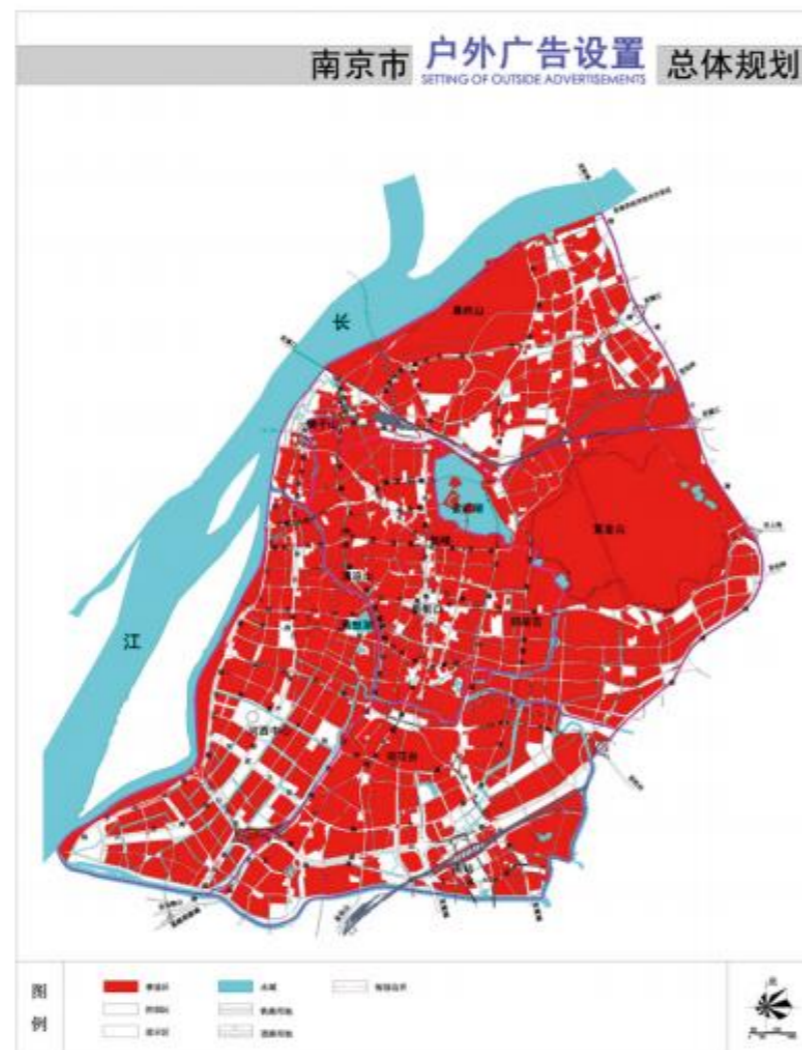
- 1、城市户外广告设施的发展需要和《南京城市总体规划（2018-2035）规划草案》、《南京市总体城市设计（2017-2035）》新的城市发展愿景、城市空间构架、城市风貌保护相协调。
- 2、城市户外广告设施设置规划需要满足江苏省户外广告设施设置相关技术规范、指南、编制纲要的发布，对省内户外广告设施规划编制体系提出新的要求。

## 1 分区控制 ZONE CONTROL

### 3. 规划内容

#### 3.1 禁设区

从户外广告设置管理减量化的角度出发，根据分区控制划定依据，主城区大部分区域为禁设区。禁设区总面积约194.14平方千米，占主城区地块总用地的69.92%。



## 2 指导思想 THE GUIDING IDEOLOGY

### 1. 衔接总体规划

- (1) 广告规划应符合南京城市职能，促进历史文化资源保护、展示南京城市形象、彰显区域现代服务中心特色；
- (2) 广告规划应对应城市空间结构；体现片区特色。

### 2. 保持城市特色

- (1) 总体规划确定的“一城、二环、三轴、三区、三片”以及钟山风景名胜、明城墙风光带以及沿线所串联的特色区域，是本次规划严格禁止设置广告的区域；
- (2) 其他自然山水、历史文化特色区域及周边敏感区域，是本次规划的控制设置区域。

### 3. 展示城市形象

- (1) 城市各级商业区和各类特色街区等现代风貌展示区域，是规划鼓励设置的区域；
- (2) 城市对外交通的窗口地区，是展示城市形象的重要窗口，依具体情况划为控制路段或展示路段；
- (3) 高快速路和主干路是城市空间拓展的结构性网架，也是展示城市形象的重要窗口，依具体情况划为控制路段或展示路段。



## 1.4 案例借鉴

### ■ 上海 —— 直观而形象的操作手册

#### 基本情况

2017年新修编《上海市户外广告设施设置阵地规划》被称为“史上最严”户外广告规划。和此前注重扶持广告产业发展的2009年版相比，新修编的规划更注重安全、协调、适配、环保、创新等原则。规划以图文并茂的形式，生动形象的让广告使用者、城市管理者一目了然。

#### 规划特色

- (1) 围绕上海2035建设卓越城市的目标，优化户外广告布局，规范户外广告设置，保障城市运行安全，提升城市环境品质，服务社会经济发展；
- (2) 通过对广告设置的位置、体量、形式，与城市景观风貌相适应，与所处区域的功能业态相适应，突出新版规划的安全性、协调性与适配性；
- (3) 在户外广告设施的材料上体现对保护环境和节约能源的提倡，突出以生态文明建设为基的时代特征。

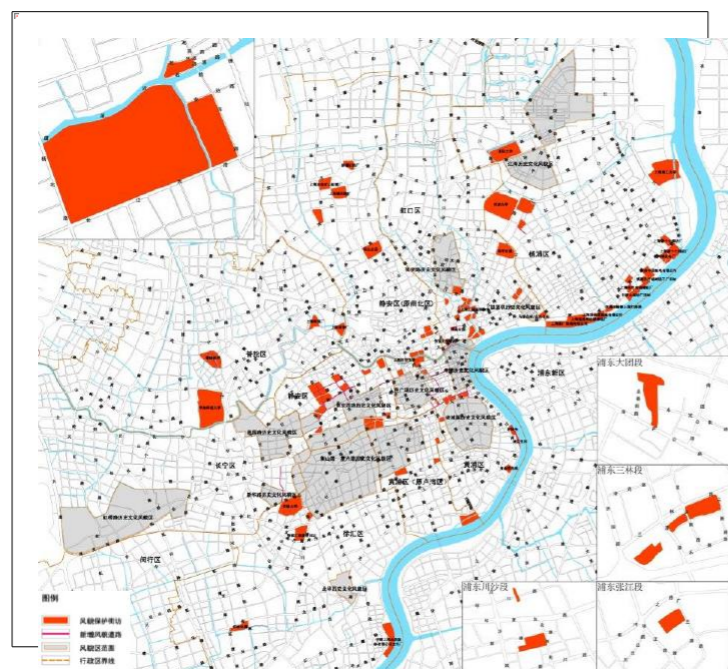
#### 相关控制条例

##### 1、禁止性条款

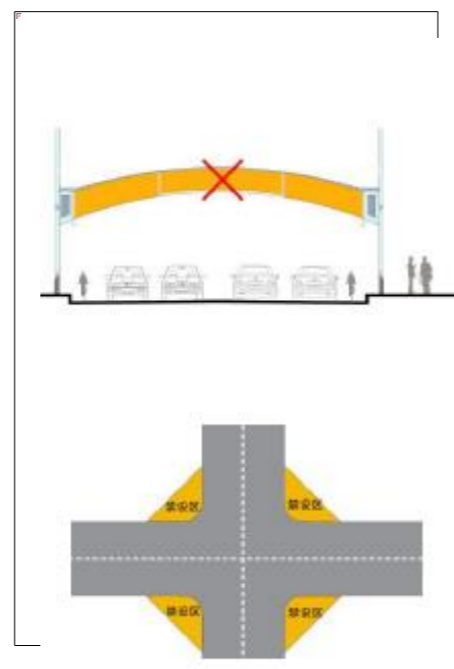
- (1) 禁止设置影响交通安全和公共安全的户外广告；
- (2) 禁止设置妨碍居民正常生活的户外广告；
- (3) 禁止设置损害市容市貌或者建筑物形象的户外广告；

##### 2、控制性条款

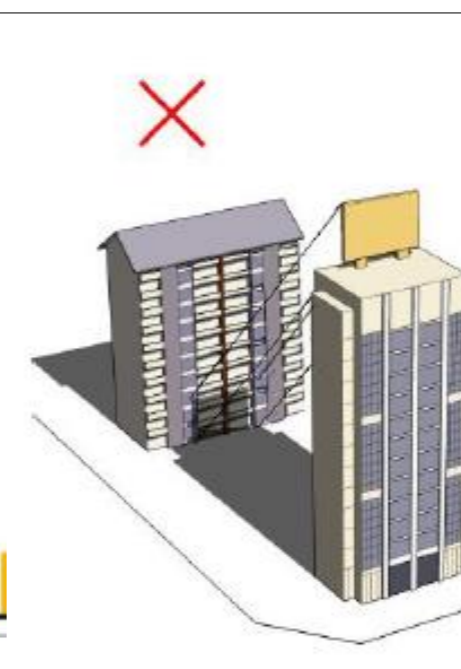
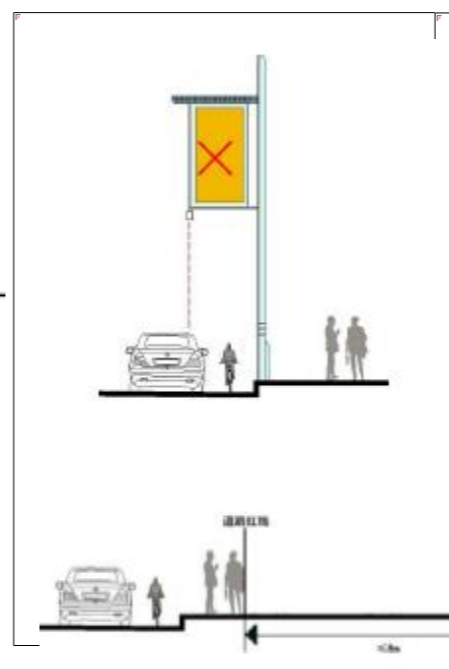
.....



风貌保护街坊分布图



禁止设置广告设置示意图



## ■ 伦敦 —— 全面而细致的分类方式

### 基本情况

英国的户外广告控制体系是整个城市规划控制体系的一部分，相应的法规由英国社区与地方政府事务国务大臣负责制定。现行的户外广告法规是 2007 年 4 月 6 日开始实施的《城乡规划（广告控制）管理条例》，目的是为了维护地区市容市貌的和谐以及公共安全，尊重当地的历史、建筑、文化等特色。

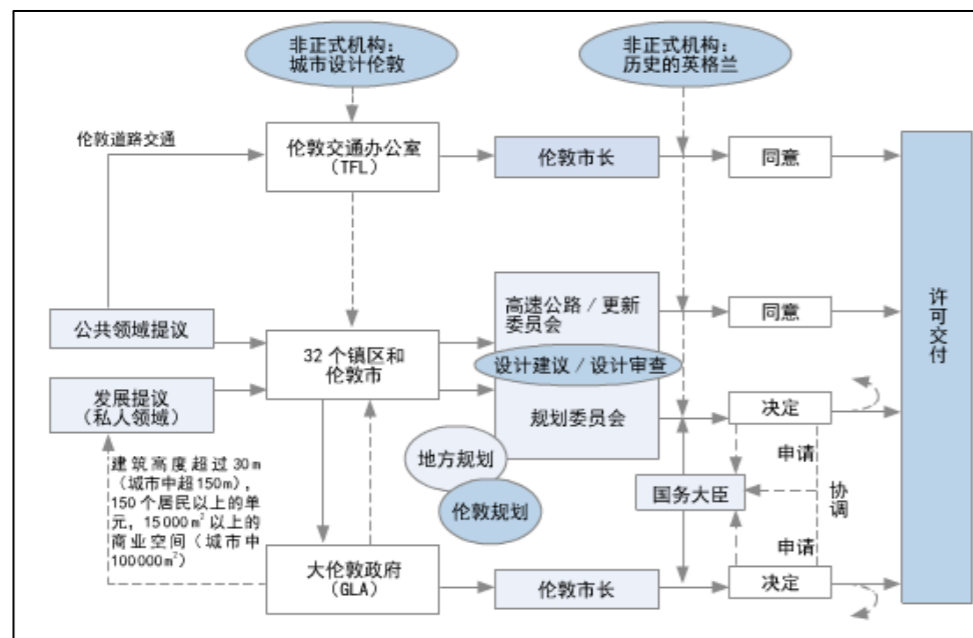
### 规划特色

- (1) 《城乡规划（广告控制）管理条例》中所描述的户外广告几乎涵盖了所有设置于户外的广告和标志，并有十分详细严格的控制条款；
- (2) 除了覆盖范围的完整，《管理条例》中还将声音对城市环境的影响也考虑在内，对传统意义上的城市景观环境进行补充；
- (3) 针对特殊控制区（视觉敏感区），对户外广告实行更严厉的控制要求，并赋予管理部门更多职能与权力。

### 相关控制条例

- (1) 店招设计中字母、图形的高度不得大于 0.75 米（特别控制区不得大于 0.3 米）；
- (2) 照明类广告所在照明区域如小于 10 平方米，广告的发光强度控制在每平方米 600坎德拉；

.....



英国户外广告控制体系



不同类型的户外广告设施——公交站台



不同类型的户外广告设施——商业建筑

## ■ 巴黎 —— 保守而严谨的限制条款

### 基本情况

1979年制定的《N79-1150 广告法令》正式施行，后连同环境卫生、城市可持续发展等法令一起被纳入法国《环境法规》之中，一直沿用至今。在国家的广告法规框架内，各市政部门需要拟定地方广告法规，划分出广告一般规定区、广告限制区和广告宽松区。

### 规划特色

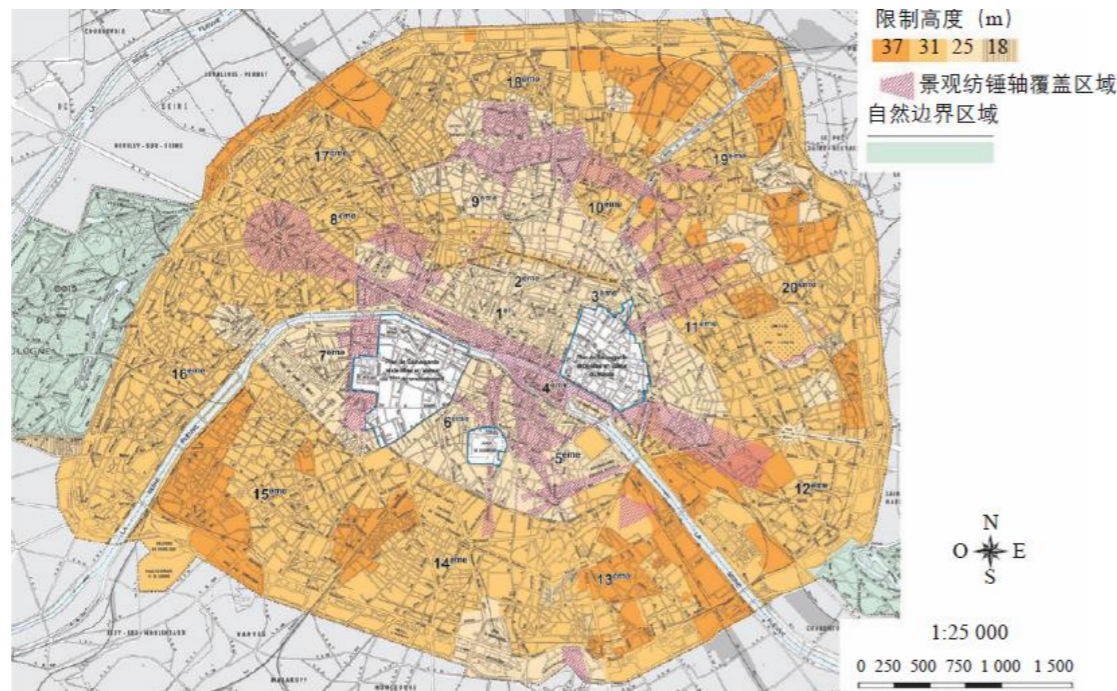
- (1) 巴黎作为一个历史文化名城，其广告规划也充分考虑了古城保护的因素，除了在广告规划分区中把建筑遗址区域列为广告禁止区，还附加了禁止区外禁止设置广告的保护建筑、天然古迹、国家公园、自然保护地的列表；
- (2) 在建筑遗址区域外围设置广告限制区，向广告一般规定区逐层过渡；
- (3) 在条例中还规定必须依照“巴黎市高度限制规划”和“巴黎市景观纺锤轴”的要求。

### 相关控制条例

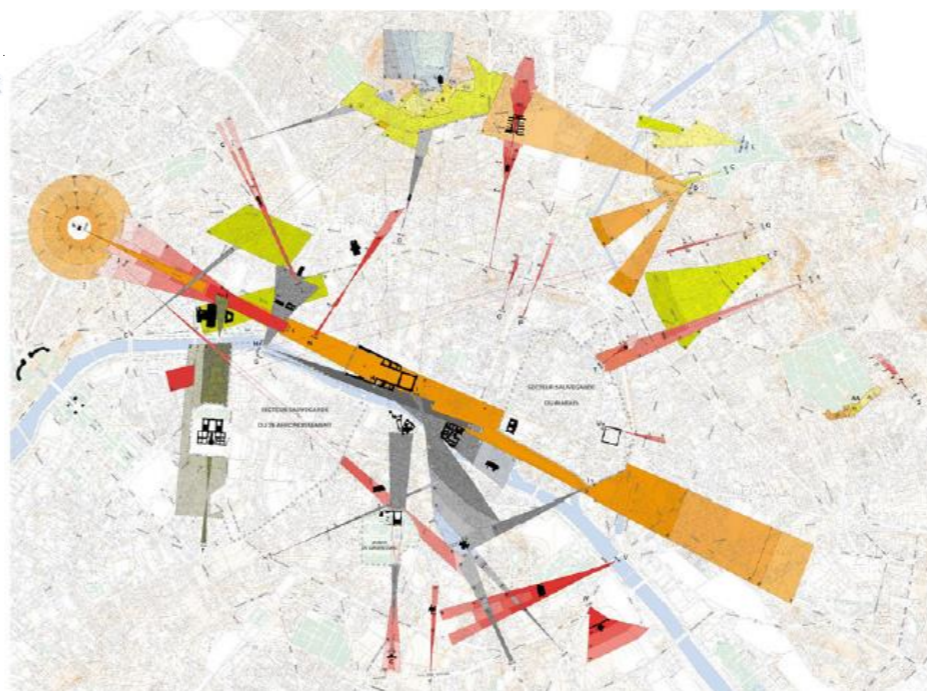
#### 街具广告

- (1) 单面  $S \leq 2m^2$ ；
- (2) 共可设置正反两面  $2m^2$ ，共计  $4m^2$  的广告图像；
- (3) 禁止在候车亭的顶上另行添加广告；

.....



巴黎市高度限制规划



巴黎市景观纺锤轴示意图



巴黎历史保护建筑——凡尔赛宫

## ■ 新加坡 —— 有序而严厉的管理措施

### 基本情况

新加坡的广告管理系统由政府管理、行业自律和消费者自助三方面构成。新加坡政府没有统一的广告管理部门，政府的广告管理是按部门分散进行的。对户外广告的管理主要是建设局、陆路交通局和市区重建局（负责城市规划），体现在立法、审批、监督、控告四个方面。

### 规划特色

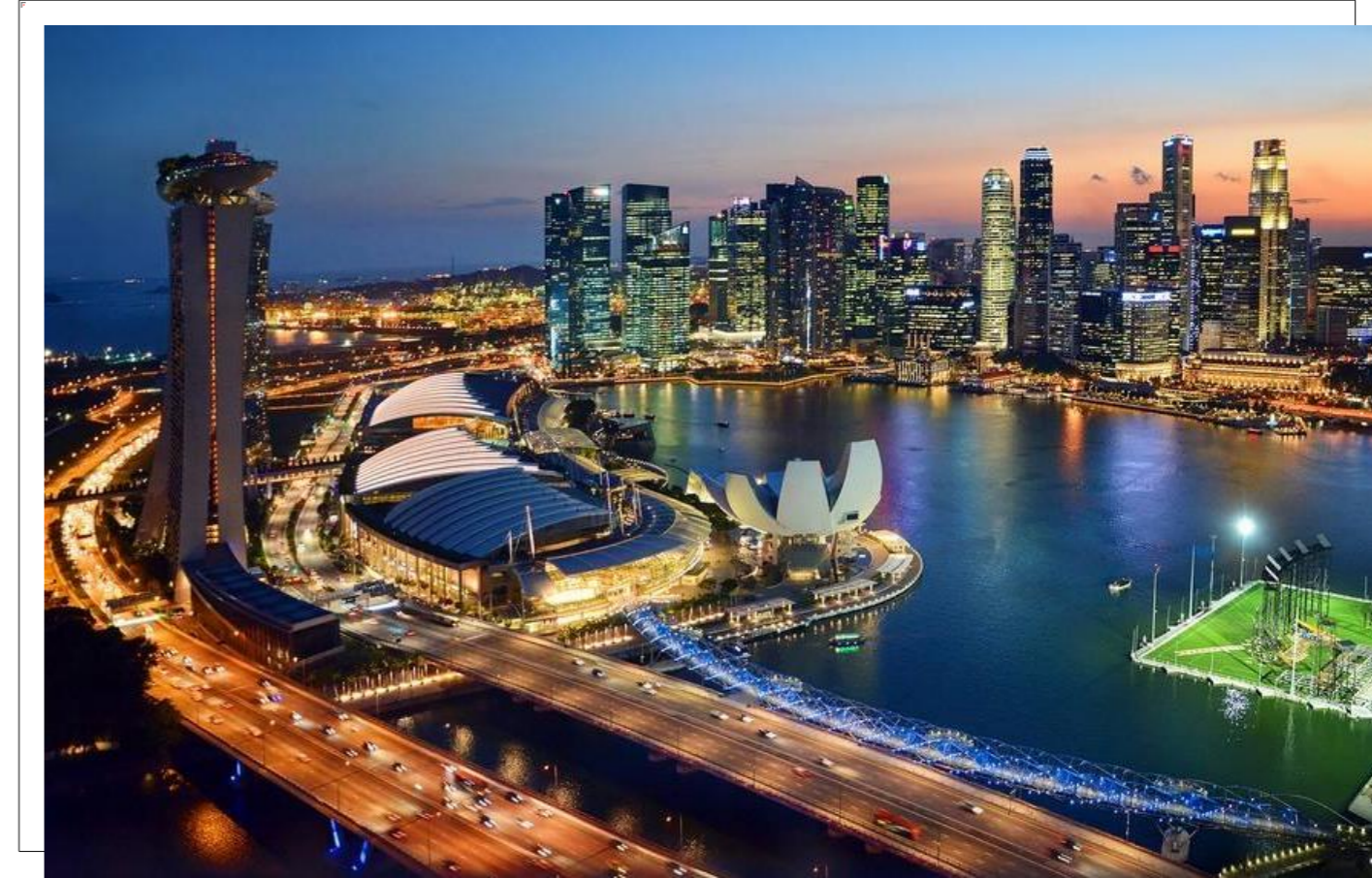
- (1) 户外广告和招牌审批主要由建设局进行，具有非常严格、高效的审批流程，所有经批准设置的户外标志必须明示许可证号；
- (2) 管理部门通过严厉的惩罚措施针对巡视或经举报发现的未经批准的户外广告；
- (3) 为减少张贴或竖立非法广告的情况，新加坡特地在不同地点装置布告栏，供商家或有需要的人免费使用；

### 相关控制条例

#### 禁止设立户外广告范围

- (1) 屋顶上的商业广告牌或招牌；
- (2) 摆放在道路上的孤立招牌或告示牌；
- (3) 天桥上的商业广告牌或招牌；
- (4) 道路上除庆祝法定节日外的商业广告旗帜；

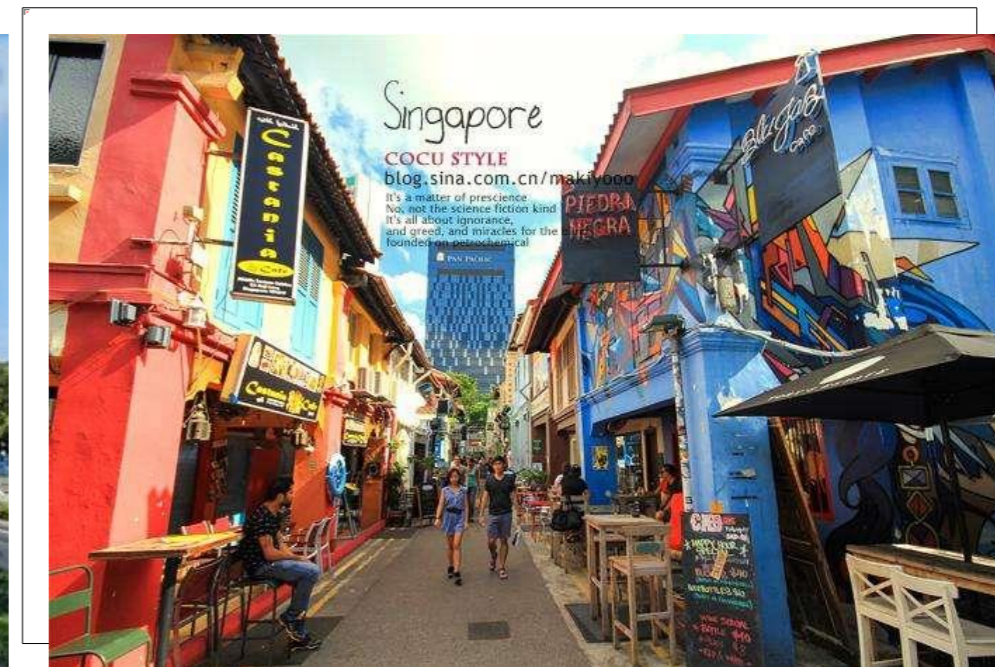
.....



干净整洁的金融区



严禁设置广告标牌的高速路



统一规范的商业区广告标牌

## ■ 借鉴意义

### 上海

#### 直观而形象的操作手册

通过以生态环保的规划理念引领户外广告设施行业可持续发展，明确强制性、控制性条款禁止与鼓励的边界，突出城市景观特色与活力。

### 伦敦

#### 全面而细致的分类方式

通过不同地点的细致分类方式针对每一种类型广告设施设置详细而具体的管理条例，有利于控制每种类型广告对周围环境的影响。

### 巴黎

#### 保守而严谨的限制条款

通过附加的建筑遗址禁止区外禁止设置广告的保护建筑、古迹、公园的列表，充分的考虑了巴黎作为历史文化名城的古城保护因素。

### 新加坡

#### 有序而严厉的管理措施

通过严格的限制条件与严厉的处罚措施从法律上规范广告设施的设置要求，使城市整体环境干净整洁又不失本土特色。

## 1.5 城市户外广告发展趋势分析

### ■ 户外广告发展历程

随着中国的城镇化发展由粗放型、外延型模式到今天的转型升级发展，城市户外广告的发展及相应的管理模式随之发生了很大的变化。尤其是2014年国家新型的推行政策带动了中小城市的发展、交通网络的扩充和城市管理格局的优化，进一步推动了城市户外广告行业的发展。作为起源最早的广告媒体，城市户外广告随着需求转变和技术革新，较为稳定地维持着自身的发展和演变进程。从具有唯一性、自发性的生活化招牌元素的呈现，发展到市场规范、技术不断发展的移动互联网时代，在每个发展阶段户外广告都具有其独特的优势。

#### 户外1.0时代

**发展特征：**野蛮生长，摸索中缓慢前行。

户外广告从最早的古代商品流通和交易中诞生，以生活化需求为主，以叫卖和招牌灯等市井元素的方式呈现，体现唯一性和自发性特点，未形成规模化和产业化。自1840年西方文化特色的广告元素和技术的引入激发了中国户外广告的新视野，户外广告触达受众更多元、视觉冲击力更强。随之而来的是户外广告体系的混乱局面。

#### 户外2.0时代

**发展特征：**市场初步得以规范，户外媒体规模化发展。

1982-1988年，国务院相继颁布《广告管理暂行条例》、《广告管理条例》和《广告管理条例实施细则》，1994年颁布《中华人民共和国广告法》，户外广告市场得以规范。同时学术界和实业界共同探讨并推动户外广告产业制度的完善，推动了户外广告媒体的规模化发展进程。

#### 户外3.0时代

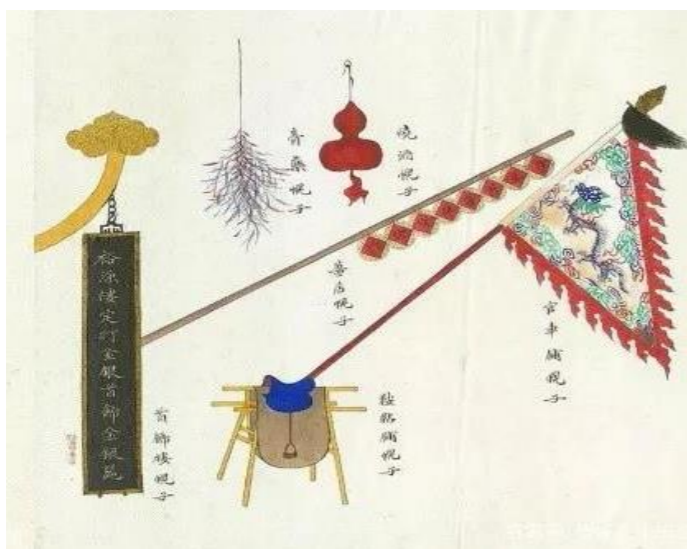
**发展特征：**多元形式表达，数字化技术融入。

以2002年中国第一批移动数字电视在上海投入运营为契机，数字化技术开始融入户外广告，使户外广告承载的内容、表达形式、创造力等有了全新的突破和提升，越来越彰显出线下流量的价值。同时数字化时代带来的人们生活习惯的转变及户外媒体公司对业务的不断探索和扩展，使得更多的城市空间资源和场景成为户外广告发展的载体。

#### 户外4.0时代

**发展特征：**数字程序化投放平台，更多元的技术体验。

数字化概念在户外广告领域日益渗透，越来越多的科技巨头带头搭建数字化户外广告营销平台。人脸识别、体感互动、AR增强现实等更深层技术开始尝试与户外广告媒体相结合，带动数字化户外广告不断延展扩大。户外广告行业的数字化已是大势所趋。未来，数字化户外媒体也将继续推动户外广告行业的发展。



## 政策演变

随着户外广告的相关规范和管理政策的相继出台，户外广告产业形成了更加系统化和规范化的体系。相关规范和管理政策对户外广告的设置位置、形式内容、收费标准等给出了具体管理说明和禁止性条款，同时与城市的市容环境管理、城镇化发展规划相结合，丰富了户外广告的应用场景并提升了城市环境的美化。

### 户外2.0时代

制定户外广告设置、收费标准、管理办法的相关要求和规定，给出具体管理说明和禁止性条款，对户外广告的法规和管制更加细致和严格。

### 户外3.0时代

将户外广告的设置与政府市容环境管理相关联。

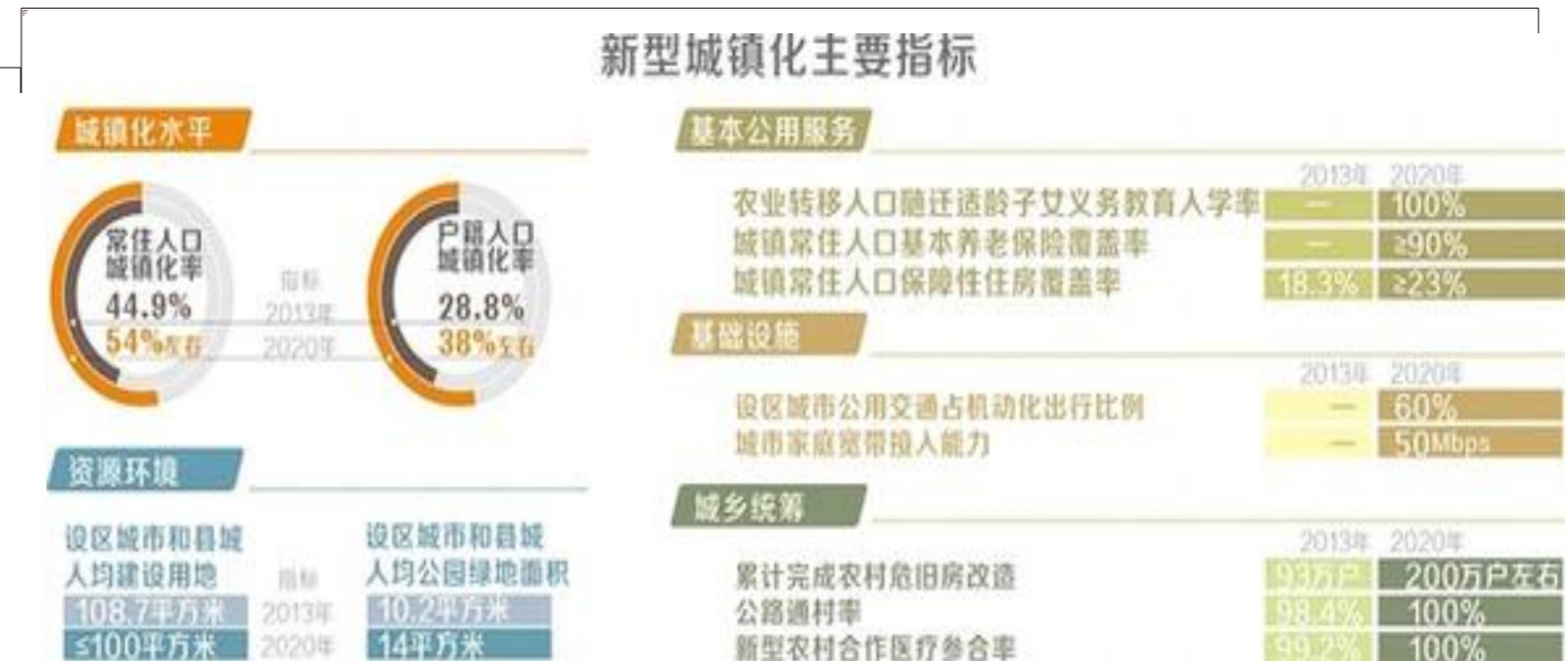
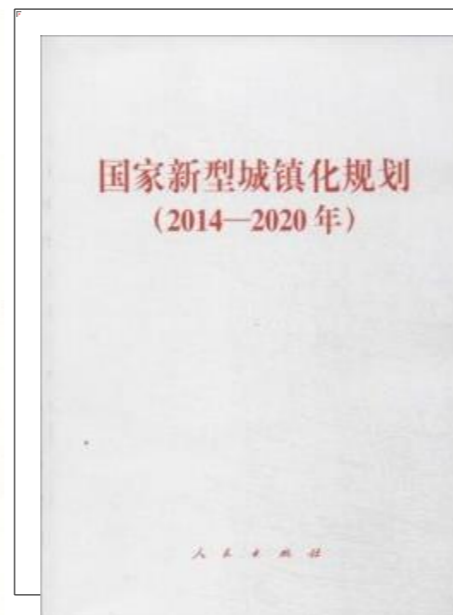
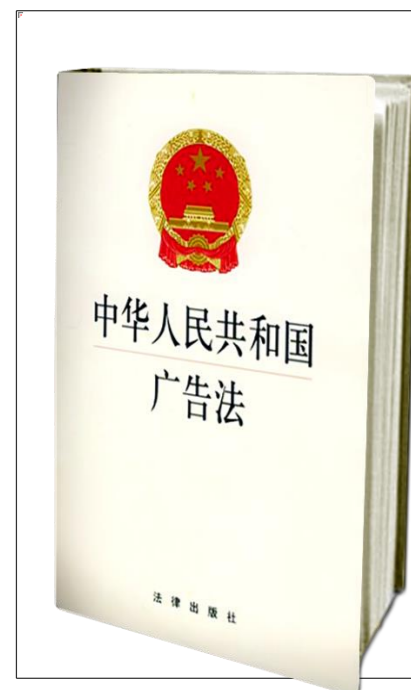
### 户外4.0时代

城镇化的推行政策带动中小城市的发展、交通网络的扩充和城市管理格局的优化，这些都推动了户外广告应用场景的扩充和所处场所环境的美化。

1982年《广告管理暂行条例》  
1987年《广告管理条例》  
1988年《广告管理条例实施细则》  
《中华人民共和国广告法》  
1994年通过-2015年修订-2018年修正

《城市市容和环境卫生管理条例》  
1992年发布-2011年第一次修订-2017年第二次修订  
2012年《南京市城市治理条例》  
2012年《南京市户外广告设置管理办法》  
2013年《江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范》  
2020年《城市户外广告和招牌设施技术规范》

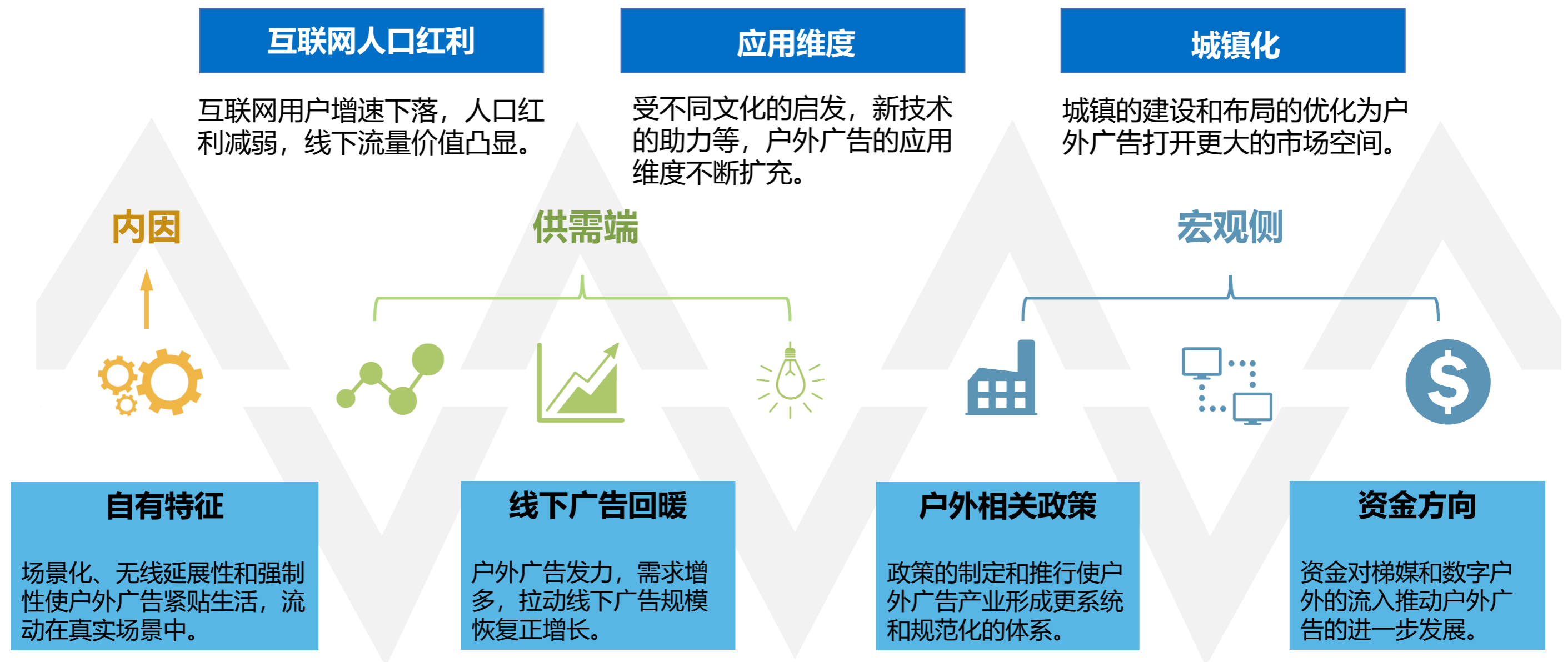
2014年《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》



## 发展影响

**从供需角度看**，随着互联网用户红利的减弱，线下流量价值的凸显使市场关注点聚焦在展示形式不断翻新的户外广告上；**从宏观因素角度看**，户外相关政策规范了产业和市场、城镇化建设为户外不断开辟优质空间、资金的关注和推动都让户外广告拥有更强的生命力。

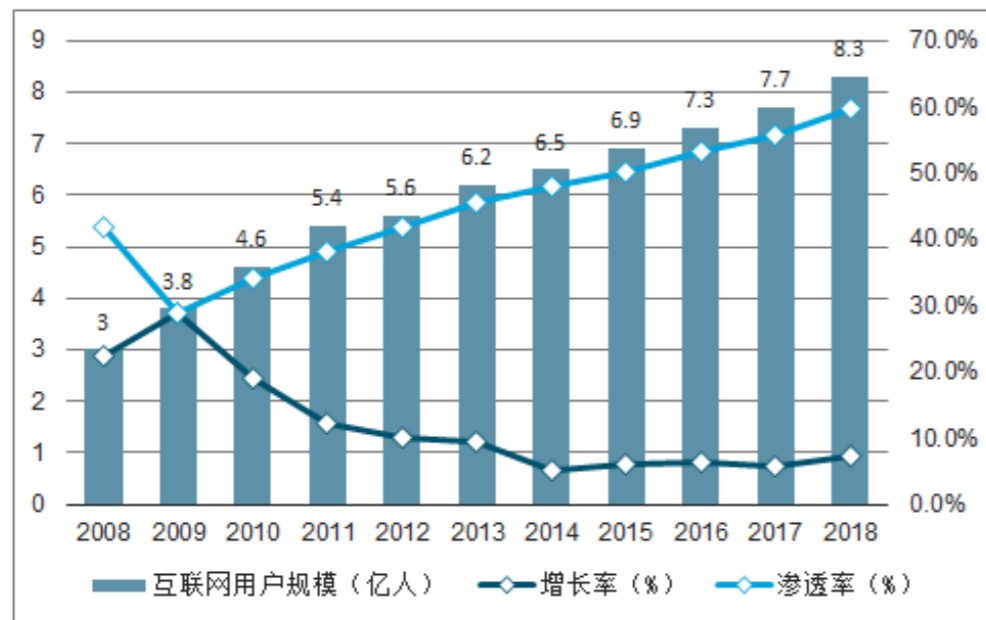
户外广告凭借线下屏红利和数据化渗透等因素，迎来了新的发展机会。在我国城镇化进程快速推进下，越来越多的人口涌入城镇，使得与城镇相关的基础设施建设日益完善，人民生活水平也显著提高。户外场景的优化拓展、居民消费的便利快捷都为基于场景进行呈现的户外广告创造出更多更大的市场空间。



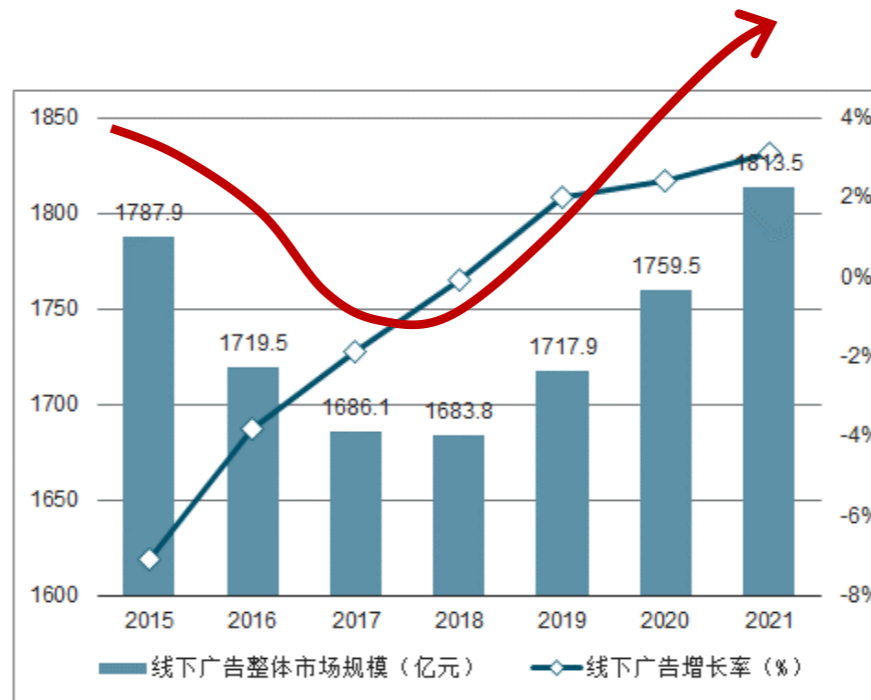
## ■ 户外广告发展趋势——经济

### 经济回暖

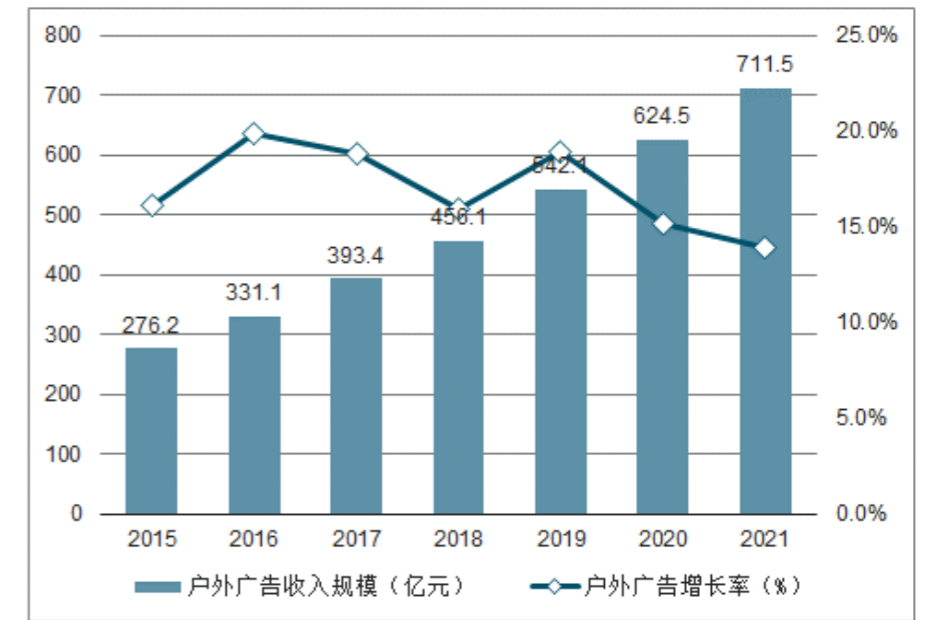
据数据统计，中国户外广告行业经过几十年的发展已形成相当大的市场规模，行业市场规模由2009年的60.4亿美元增长到2013年的126.5亿美元，占我国广告行业总产值的16.7%，2015年我国户外广告市场规模达到174.2亿美元，2016年我国户外广告市场规模达到223.8亿美元，同时随着人们旅游和休闲活动的增多以及高新科技的广泛运用，户外媒体越来越成为广告主的新宠，其增长速度大大高于传统电视、报纸和杂志媒体，户外广告正成为线下广告重要的市场。在未来，户外广告的增长率将持续提升。



2008-2018年中国互联网用户规模及增长情况



2015-2021年线下广告整体市场规模及增速



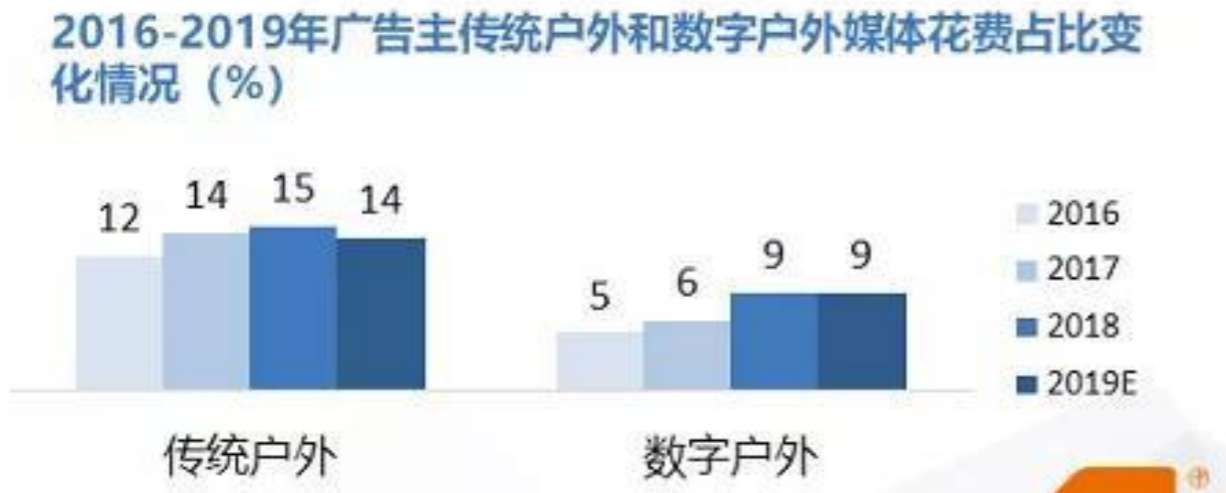
2015-2021年中国户外广告市场规模及增速

## ■ 户外广告发展趋势——技术

### 数字化5G技术

2019年5G开始商用，而2020年即将开启大规模的5G建设也将成为撬动户外广告发展的重要支点。随着物联网技术的纯熟，户外广告“端+平台+解决方案”的模式布局成为发展趋势，这种布局正好契合了户外广告数字化的需求。

在数字化时代，户外媒体数字化渐成趋势。2019上半年，广告主对国内经济市场的信心有所波动，致使中国广告市场重新进行调整期，中国广告市场刊例花费整体同比下滑8.8%，但数字户外媒体仍然保持增长态势。



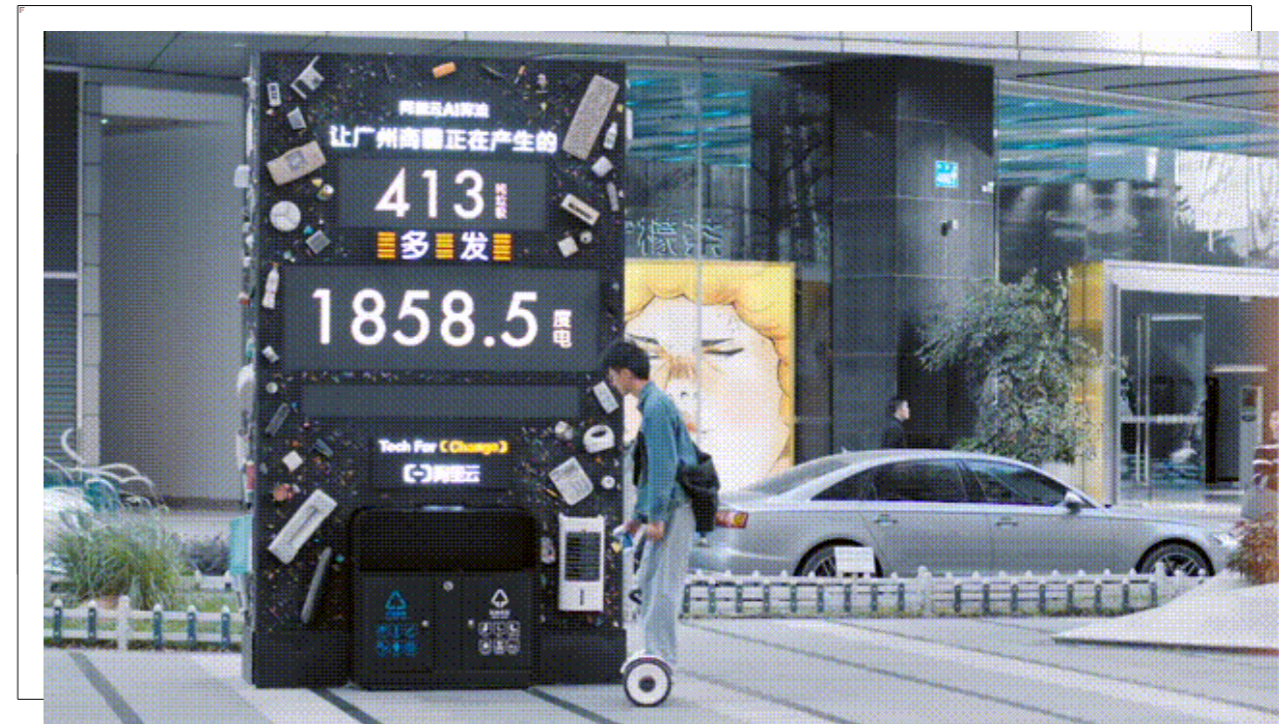
广告主刊例花费占比情况 图：CTR《中国互联网企业广告投放效果评估报告》

在数字营销时代，增长已经成为了广告主们的一致诉求。线上高昂的获客成本将广告主的目光逼回线下，作为“价值洼地”的户外广告愈发受到广告主的重视。在此背景下，数字化概念在户外广告领域日益渗透，越来越多的科技巨头带头搭建数字化户外广告营销平台，加上AR、AI等技术的完善应用，带动着数字化户外广告不断延展扩大，对于户外广告行业来说，数字化是大势所趋。未来，数字化户外媒体也将继续推动户外广告行业发展。

### 互动体验新场景

传统的户外广告更多起到的是产品展示的作用，数字时代的户外广告则需要更多的互动体验。展示能够提高消费者对品牌的认知度，而互动体验则可以增强消费者的品牌购买意向。传统户外广告作用于受众的视觉，而充满互动体验感的户外广告则能作用于受众的全方位感知。

互动体验式的户外广告不仅可以通过调动受众互动体验，强化对品牌的认知和促进购买行为发生，此外，由于其独特的创意，能够在社交媒体中形成病毒传播和口碑效应，扩大户外广告影响范围。



正如阿里云最近利用线下户外广告设施在广州发起的“多一度电行动”，项目团队将收集的垃圾，经过处理后打造成三台互动体验的艺术装置，放置于对应的区域，让参与者可以直面感受阿里云的AI科技之于垃圾焚烧的意义。

## ■ 户外广告发展趋势——管理

### 市场规范化管理

2019年，全国各省市出台了各类与行业相关的条例，加速了户外广告行业的进一步规范化。6月17日，住房和城乡建设部日前印发《关于开展规范城市户外广告设施管理工作试点的函》，协商决定在9个城市开展规范城市户外广告设施管理工作试点。

除了住城部发布的试点函之外，全国各个地区都在不同程度对户外广告进行管理和整治：上海发布关于开展上海市违法户外广告设施整治的通知、山西颁布《关于开展全省高速公路沿线广告设施清理规范专项行动》、中央领导小组印发《关于整治“景观亮化工程”过度化等“政绩工程”、“面子工程”问题的通知》……



### 疫情常态化管理

随着疫情开始在全球范围内出现，户外尤其是数字户外在疫情实时信息更新、公益广告推送、品牌善意的提醒等方面都起到了极为积极正面的传播作用。

除了行业或政府使用户外来进行公益传播，品牌或个人在疫情期间巧妙通过户外来做推广，在公益和商业间找到最佳平衡点，这是户外可以联合品牌来在疫情期间进行投放的方向，积极主动的来做传播。疫情正在某种意义上加速行业数字化的转型，数字户外的发展将使得户外的功能与价值和城市、居民的生活越来越紧密联系在一起，疫情将会是行业变革的加速器。



## 第二章 城市户外广告设施分类体系

2.1 相关术语和定义

2.2 户外广告设施分类体系

## 第二章 城市户外广告设施分类体系

### 2.1 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。

#### 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）

#### 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）

#### 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）

#### 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。

#### 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）

#### 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。

#### 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。

#### 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。

#### 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。

## 2.2 户外广告设施分类体系

依据《江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置标准》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：

### A、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。

### B、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。

### C、设置在地面上的户外广告设施

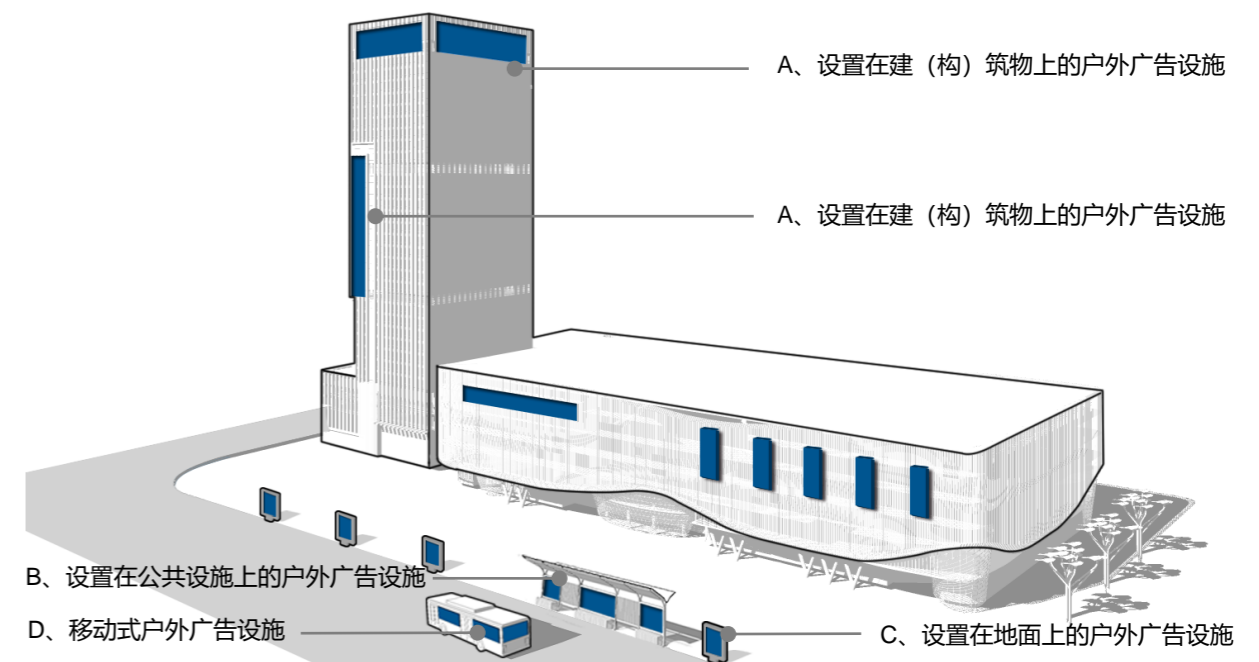
——包括立杆式户外广告设施、底座式户外广告设施、大型落地户外广告设施及大型高立柱户外广告设施等。

### D、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。

### E、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。



A、设置建（构）筑物上的户外广告设施



B、设置在公共设施上的户外广告设施



C、设置在地面上的户外广告设施



D、移动式户外广告设施



## 第三章 城市户外广告设施现状综合分析

- 3.1 现状概况及实施评价
- 3.2 户外广告属性分析
- 3.3 现状问题及策略
- 3.4 SWTO分析

### 第三章 城市户外广告设施现状综合分析

#### 3.1 现状概况及实施评价

##### 3.1.1 综合分布概况

行政区	辖区面积 (km <sup>2</sup> )	人口 (万人)	人口密度 (万人/km <sup>2</sup> )	GDP (亿元)	人均GDP (元/人)	广告总量	广告样式
建邺区	80.87	48.98	0.63	1055.89	208839.00	1941处3261面34109平方米	依附形式：57%为建筑依附；39%为公共依附；4%为落地 设施类型：32%为看板；51%为灯箱；17%为LED
玄武区	75.46	60.02	0.76	1030.75	179198.54	874处1191面22357平方米	依附形式：78%为建筑依附；14%为公共依附；8%为落地 设施类型：44%为看板；28%为灯箱；28%为LED
鼓楼区	54.18	110.96	1.97	1630.72	152918.23	2054处2940面42525平方米	依附形式：71%为建筑依附；24%为公共依附；5%为落地 设施类型：47%为看板；37%为灯箱；16%为LED
秦淮区	49.11	102.6	1.94	1158.86	121639.55	1439处2079面33848平方米	依附形式：80%为建筑依附；18%为公共依附；2%为落地 设施类型：45%为看板；34%为灯箱；21%为LED
雨花台区	132.39	46.39	0.36	885.06	188190.52	951处1448面23770平方米	依附形式：63%为建筑依附；22%为公共依附；15%为落地 设施类型：59%为看板；25%为灯箱；16%为LED
栖霞区	395.44	73.59	0.19	1535.18	208612.58	860处1286面22196平方米	依附形式：62%为建筑依附；25%为公共依附；13%为落地 设施类型：65%为看板；29%为灯箱；6%为LED

◆ **老城区户外广告设置主要依附建筑，新区依附形式更加丰富**

——城市建设时间&广告依附样式

老城区如玄武区、秦淮区受城市既有肌理限制，城市公共设施少，户外广告主要依附于建筑；新城区如建邺区、栖霞区户外广告依附样式更加丰富。

◆ **中心区户外广告单位面积较小，外环区相较之单位广告面积大**

——城市建设时间&广告总面积

老城区城市建设尺度较小、容积率低、建筑预留广告面少，故单位广告面积小；城市外环区辖区面积较大，建筑外立面多与广告位结合设计，建设尺度较大、单位广告展示面积大。

◆ **城市集约化程度越高，户外广告设置的点位数量越多**

——人口密度&广告点位数

人口密度侧面反映了城市建设集约化程度，集约化程度越高、土地使用率越高、相应配套建设更加完善。

◆ **城市经济发展越繁荣，户外广告展示总量越高**

——人均GDP&广告总面积

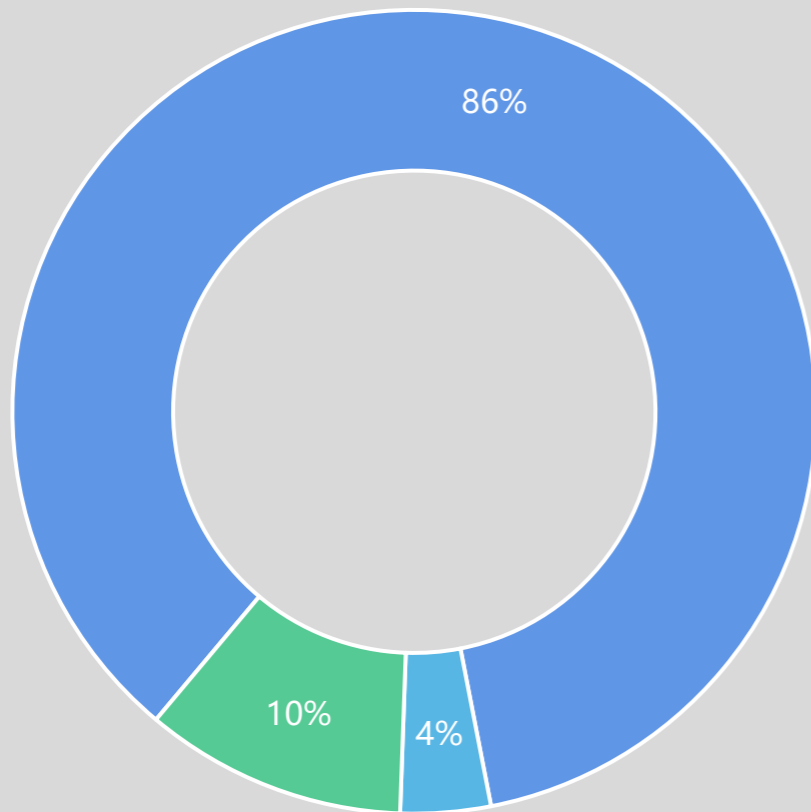
GDP值反映了城市的发展速度与繁荣程度，也侧面反映了城市建设的力度与潜力。人均GDP值越高，户外广告总量越大。说明经济能力更好的地区城市的现代化建设程度越高。



## 主城六区户外广告设施设置分类数据统计

设置在建（构）建筑物上的户外广告设施、设置在公共设施上的户外广告设施、设置在地面上的户外广告设施  
设施数占比：

设置在建（构）建筑物上的户外广告设施  
设施数占比为 86%  
设置在公共设施上的户外广告设施  
设施数占比为 4%  
设置在地面上的户外广告设施  
设施数占比为 10%



- 设置在建（构）建筑物上的户外广告设施
- 设置在公共设施上的户外广告设施
- 设置在地面上的户外广告设施

设置在建（构）建筑物上的 户外广告设施	分区	设施（处）	设施数占比（%）
	玄武区	258	13
	秦淮区	259	13
	建邺区	314	16
	鼓楼区	597	30
	栖霞区	278	14
	雨花台区	275	14
	总计	1981	100

设置在公共设施上的 户外广告设施	分区	设施（处）	设施数占比（%）
	玄武区	8	9
	秦淮区	6	7
	建邺区	2	2
	鼓楼区	35	40
	栖霞区	14	16
	雨花台区	22	26
	总计	87	100

设置在地面上的 户外广告设施	分区	设施（处）	设施数占比（%）
	玄武区	37	16
	秦淮区	39	16
	建邺区	23	10
	鼓楼区	77	32
	栖霞区	44	19
	雨花台区	17	7
	总计	237	100

设置在建（构）建筑物上的户外广告设施、设置在公共设施上的户外广告设施、设置在地面上的户外广告设施  
展示面积占比：

设置在建（构）建筑物上的户外广告设施  
面积占比为 64%

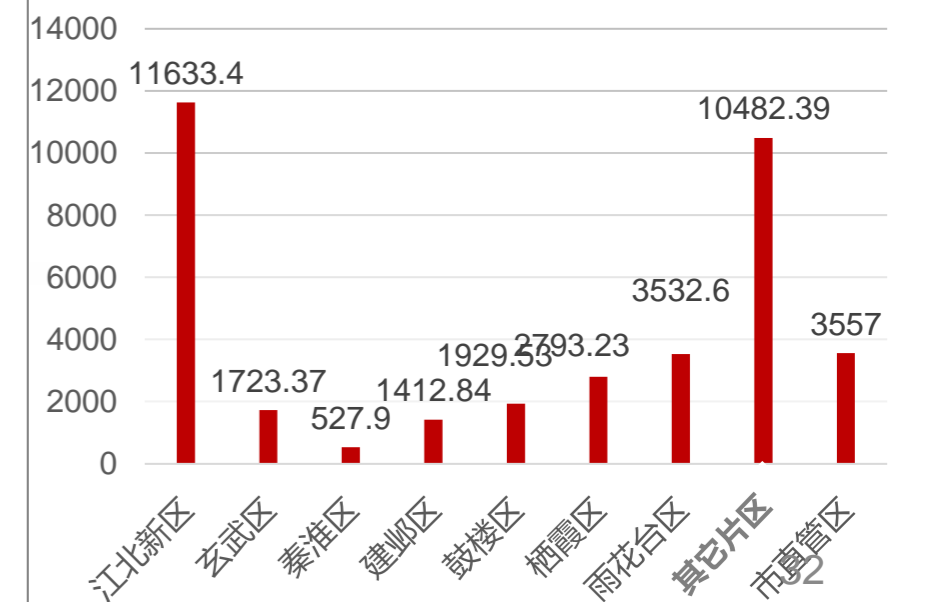
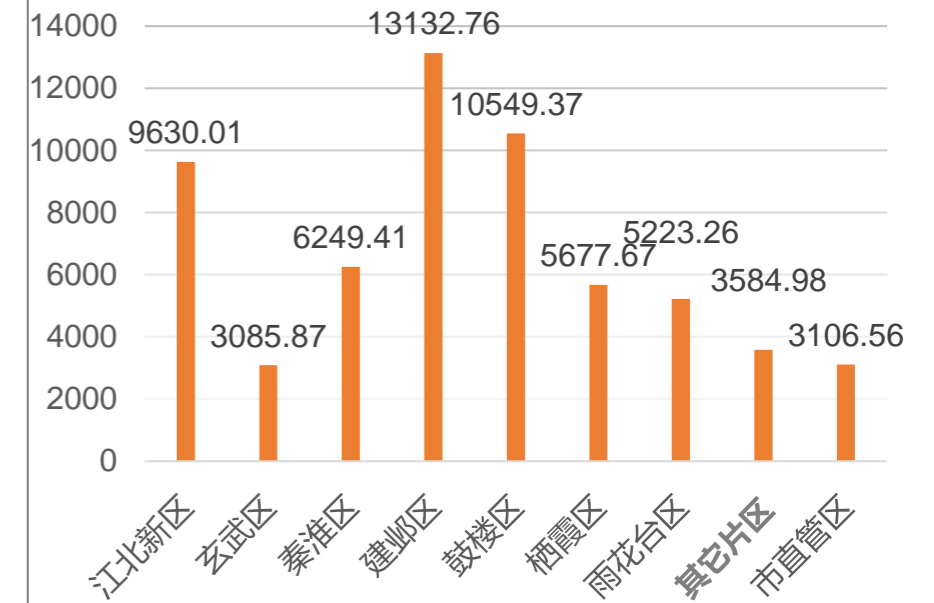
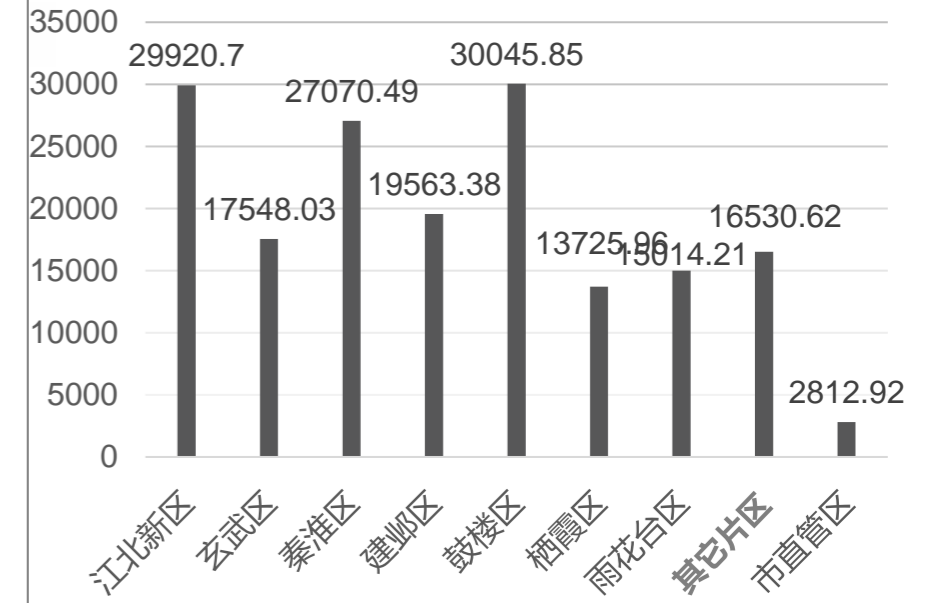
设置在公共设施上的户外广告设施  
面积占比为 22%

设置在地面上的户外广告设施  
面积占比为 14%

设置在建（构）建筑物上的户外广告设施	分区	面积 (m <sup>2</sup> )	面积占比 (%)
	江北新区	29920.7	17
	玄武区	17548.03	10
	秦淮区	27070.49	16
	建邺区	19563.38	11
	鼓楼区	30045.85	17
	栖霞区	13725.96	8
	雨花台区	15014.21	9
	其它片区	16530.62	10
	市直管区	2812.92	2
	总计	172232.16	100

设置在公共设施上的户外广告设施	分区	面积 (m <sup>2</sup> )	面积占比 (%)
	江北新区	9630.01	16
	玄武区	3085.87	5
	秦淮区	6249.41	10
	建邺区	13132.76	22
	鼓楼区	10549.37	18
	栖霞区	5677.67	9
	雨花台区	5223.26	9
	其它片区	3584.98	6
	市直管区	3106.56	5
	总计	60239.9	100

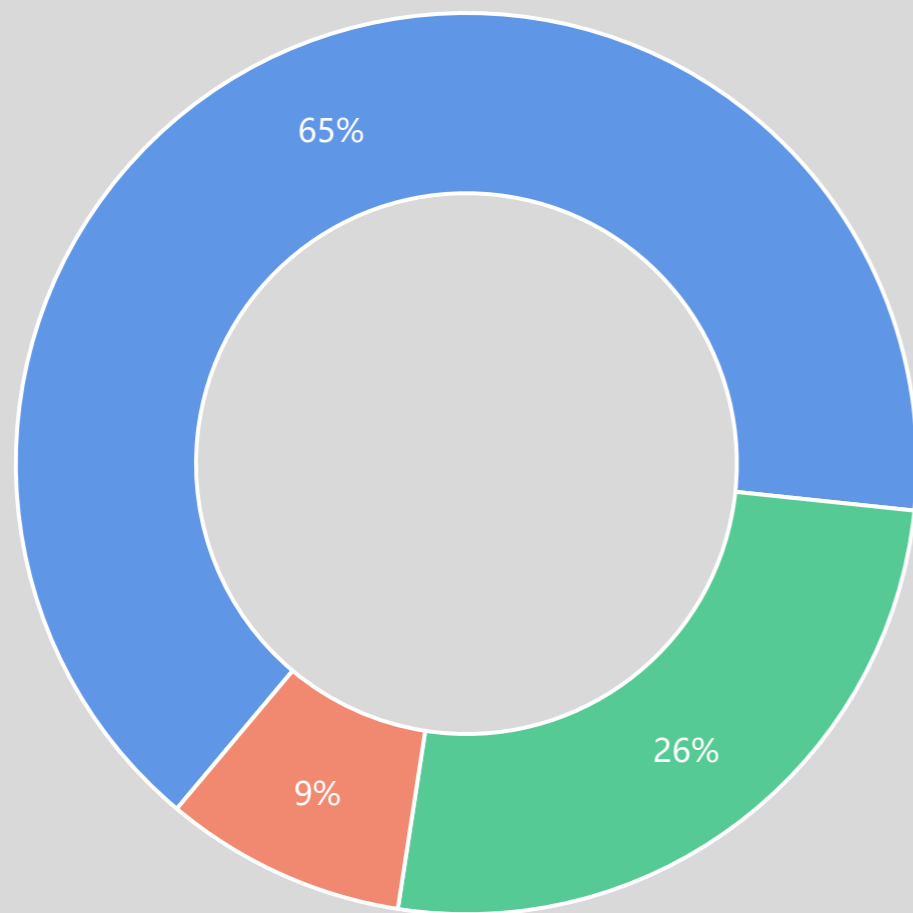
设置在地面上的户外广告设施	分区	面积 (m <sup>2</sup> )	面积占比 (%)
	江北新区	11633.4	31
	玄武区	1723.37	5
	秦淮区	527.9	1
	建邺区	1412.84	4
	鼓楼区	1929.53	5
	栖霞区	2793.23	7
	雨花台区	3532.6	9
	其它片区	10482.39	28
	市直管区	3557	10
	总计	37492.26	100



看板式、灯箱式、LED式户外广告设施

设施数占比:

看板式户外广告设施  
设施数占比为65%  
灯箱式户外广告设施  
设施数占比26%  
LED式户外广告设施  
设施数占比9%



■ 看板式户外广告设施   ■ 灯箱式户外广告设施   ■ LED式户外广告设施

看板式户外广告设施	分区	设施 (处)	设施数占比 (%)
	玄武区	140	9
	秦淮区	194	13
	建邺区	241	16
	鼓楼区	430	28
	栖霞区	253	17
	雨花台区	253	17
	总计	1511	100

灯箱式户外广告设施	分区	设施 (处)	设施数占比 (%)
	玄武区	124	21
	秦淮区	62	10
	建邺区	77	13
	鼓楼区	228	38
	栖霞区	69	12
	雨花台区	34	6
总计	594	100	

LED式户外广告设施	分区	设施 (处)	设施数占比 (%)
	玄武区	39	20
	秦淮区	48	24
	建邺区	21	10
	鼓楼区	51	26
	栖霞区	14	7
	雨花台区	27	13
总计	200	100	

看板式、灯箱式、LED式户外广告设施

展示面积占比:

看板式户外广告设施  
面积占比为59%

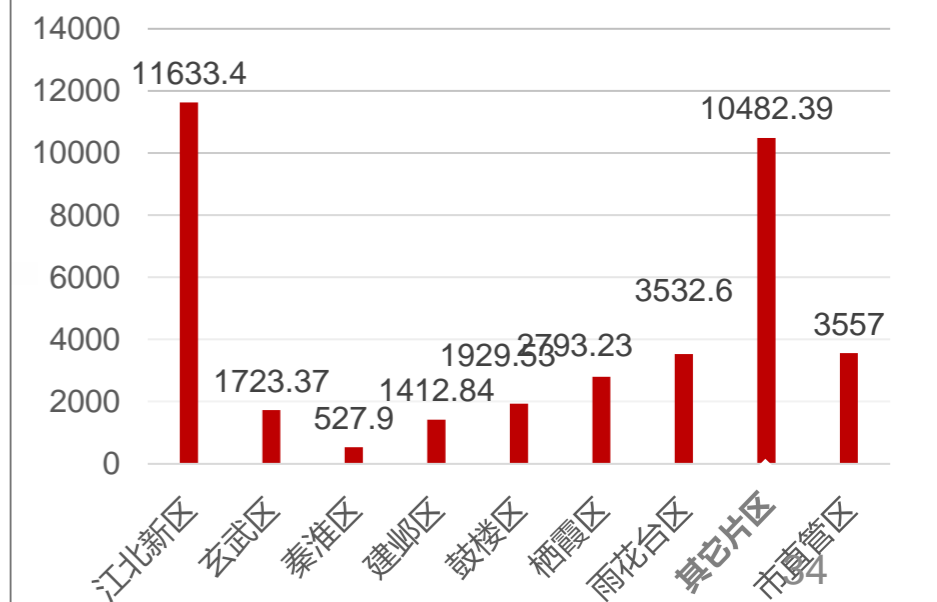
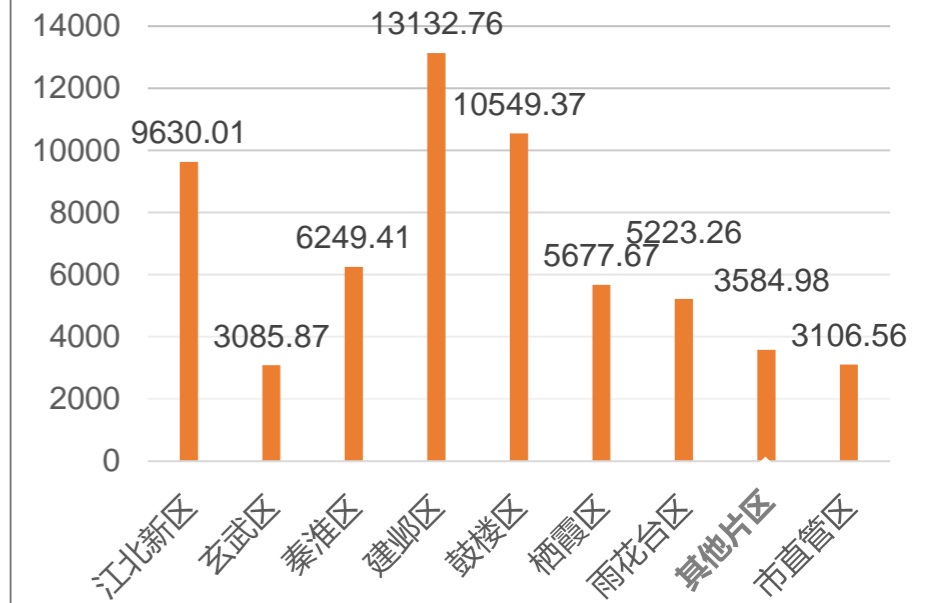
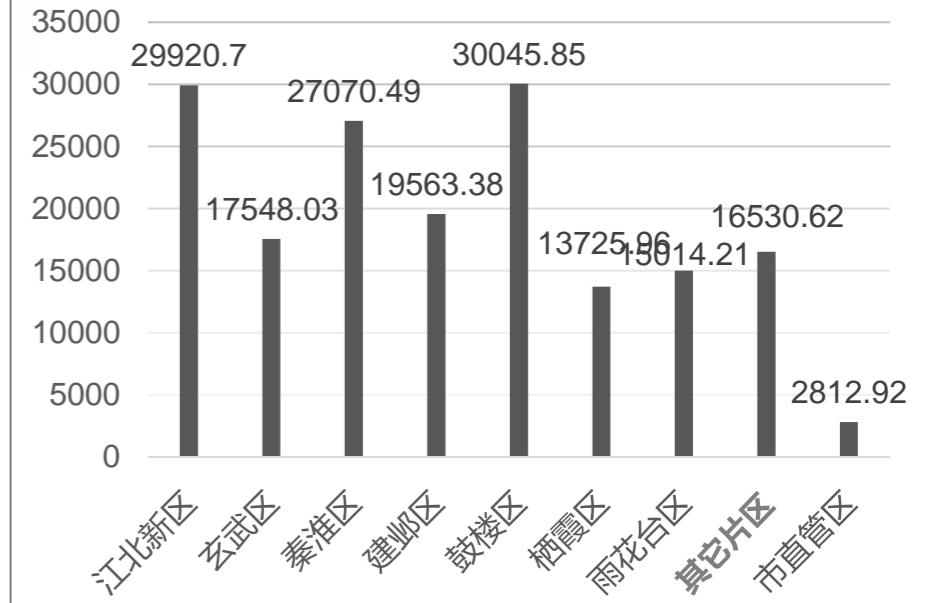
灯箱式户外广告设施  
面积占比28%

LED式户外广告设施  
面积占比13%

设置在建(构)筑物上的 户外广告设施	分区	面积 (m <sup>2</sup> )	面积占比 (%)
	江北新区	29920.7	17
	玄武区	17548.03	10
	秦淮区	27070.49	16
	建邺区	19563.38	11
	鼓楼区	30045.85	17
	栖霞区	13725.96	8
	雨花台区	15014.21	9
	其它片区	16530.62	10
	市直管区	2812.92	2
	总计	172232.16	100

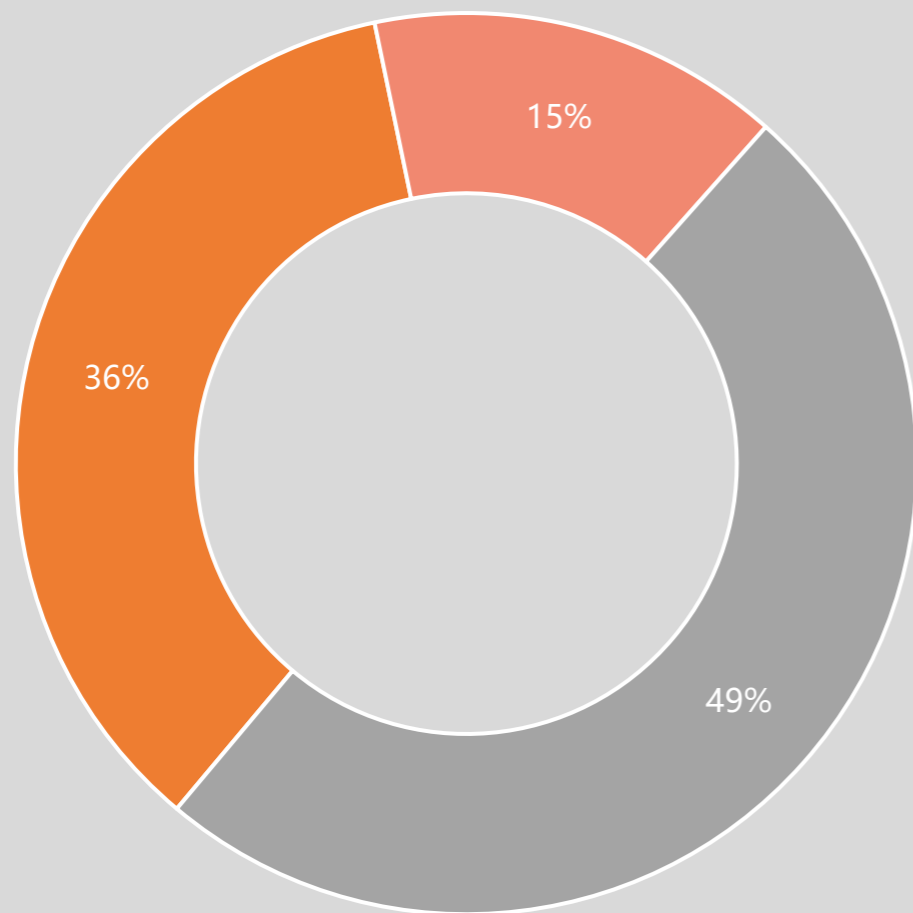
设置在公共设施上的 户外广告设施	分区	面积 (m <sup>2</sup> )	面积占比 (%)
	江北新区	9630.01	16
	玄武区	3085.87	5
	秦淮区	6249.41	10
	建邺区	13132.76	22
	鼓楼区	10549.37	18
	栖霞区	5677.67	9
	雨花台区	5223.26	9
	其它片区	3584.98	6
	市直管区	3106.56	5
	总计	60239.9	100

设置在地面上的 户外广告设施	分区	面积 (m <sup>2</sup> )	面积占比 (%)
	江北新区	11633.4	31
	玄武区	1723.37	5
	秦淮区	527.9	1
	建邺区	1412.84	4
	鼓楼区	1929.53	5
	栖霞区	2793.23	7
	雨花台区	3532.6	9
	其它片区	10482.39	28
	市直管区	3557	10
	总计	37492.26	100



合法、拟合法、历史存量户外广告设施  
设施数占比:

- A 合法许可广告设施  
设施数占比为 36%
- B 拟走合法流程的广告设施  
设施数占比为 15%
- C 历史存量广告设施  
设施数占比为 49%



■ A 合法许可广告设施 ■ B 拟走合法流程的广告设施 ■ C 历史存量广告设施

A 合法许可广告设施	分区	设施 (处)	展示面占比 (%)
	玄武区	74	9
	秦淮区	123	15
	建邺区	171	21
	鼓楼区	174	21
	栖霞区	249	30
	雨花台区	30	4
	总计	821	100

B 拟走合法流程的广告设施	分区	设施 (处)	展示面占比 (%)
	玄武区	98	29
	秦淮区	42	12
	建邺区	34	10
	鼓楼区	125	37
	栖霞区	14	4
	雨花台区	29	8
	总计	342	100

C 历史存量广告设施	分区	设施 (处)	展示面占比 (%)
	玄武区	131	11
	秦淮区	139	12
	建邺区	134	12
	鼓楼区	410	36
	栖霞区	73	7
	雨花台区	255	22
	总计	1142	100

### 3.1.2 空间分布特征

根据《南京市总体城市设计(2017-2035)》中对城市中心城区城市风貌的划定,共分为**现代、传统、滨江、依山、水乡**等五个风貌区。

**现代风貌区**——以城市商业、商务发展为核心的风貌片区。包括江北新区、建邺区的商务区、核心发展轴线以及老城区重要商圈等区域。

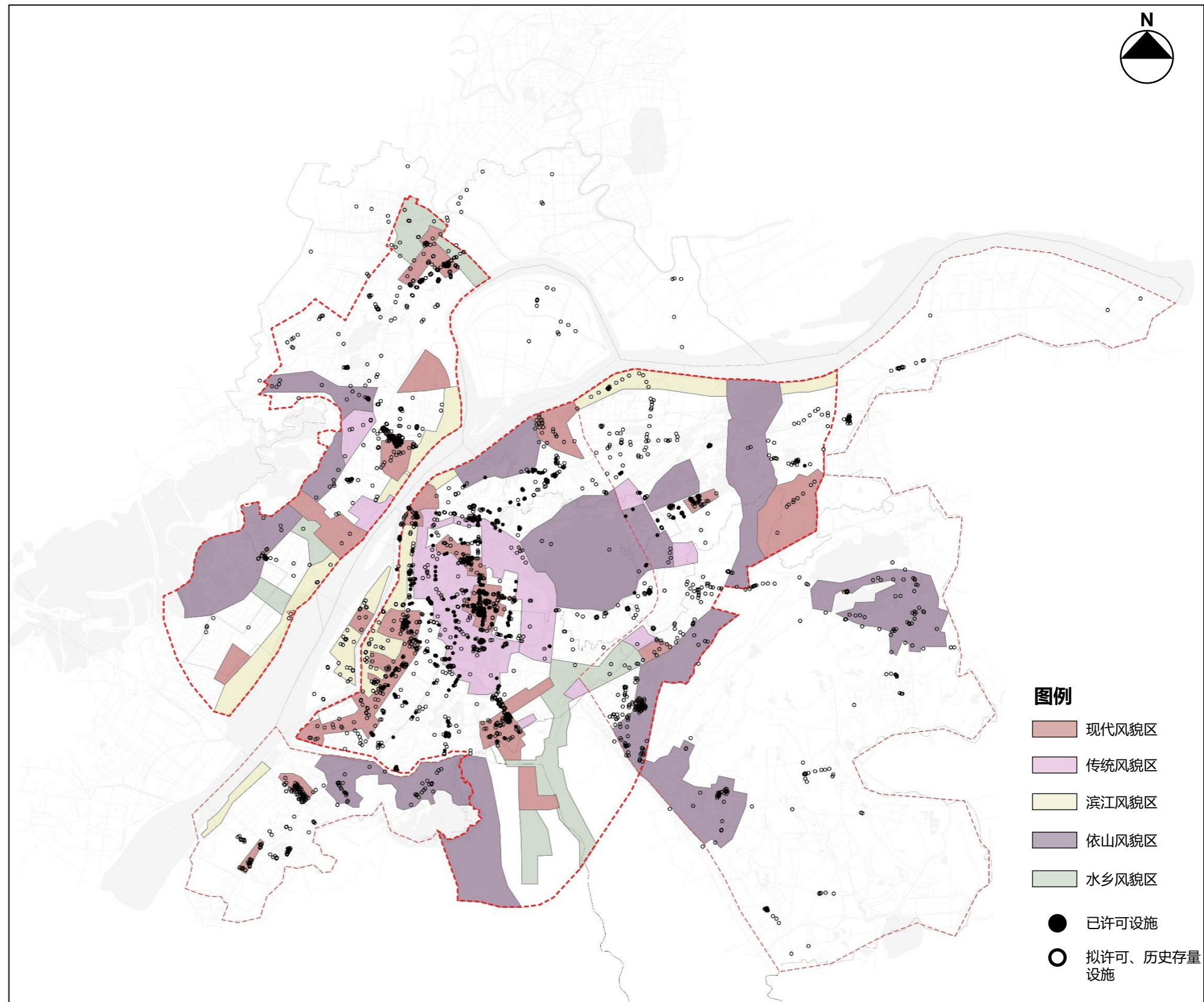
**传统风貌区**——以城市历史文化为核心地段的风貌片区。包括城南老门东历史保护街区、城东明故宫历史保护区、江北新区老火车站、龙虎巷历史保护街区以及玄武湖与明城墙周边区段。

**滨江风貌区**——以沿长江两岸滨江为核心的风貌片区。包括江北新区、建邺区、鼓楼区、栖霞区和雨花台区的滨江区段。

**依山风貌区**——以紫金山、栖霞山、幕府山、汤山、牛首山、老山等山体周边为主的风貌区。

**水乡风貌区**——以江北城南河、七里河、马汊河,城南秦淮河等水体周边为主的风貌区。

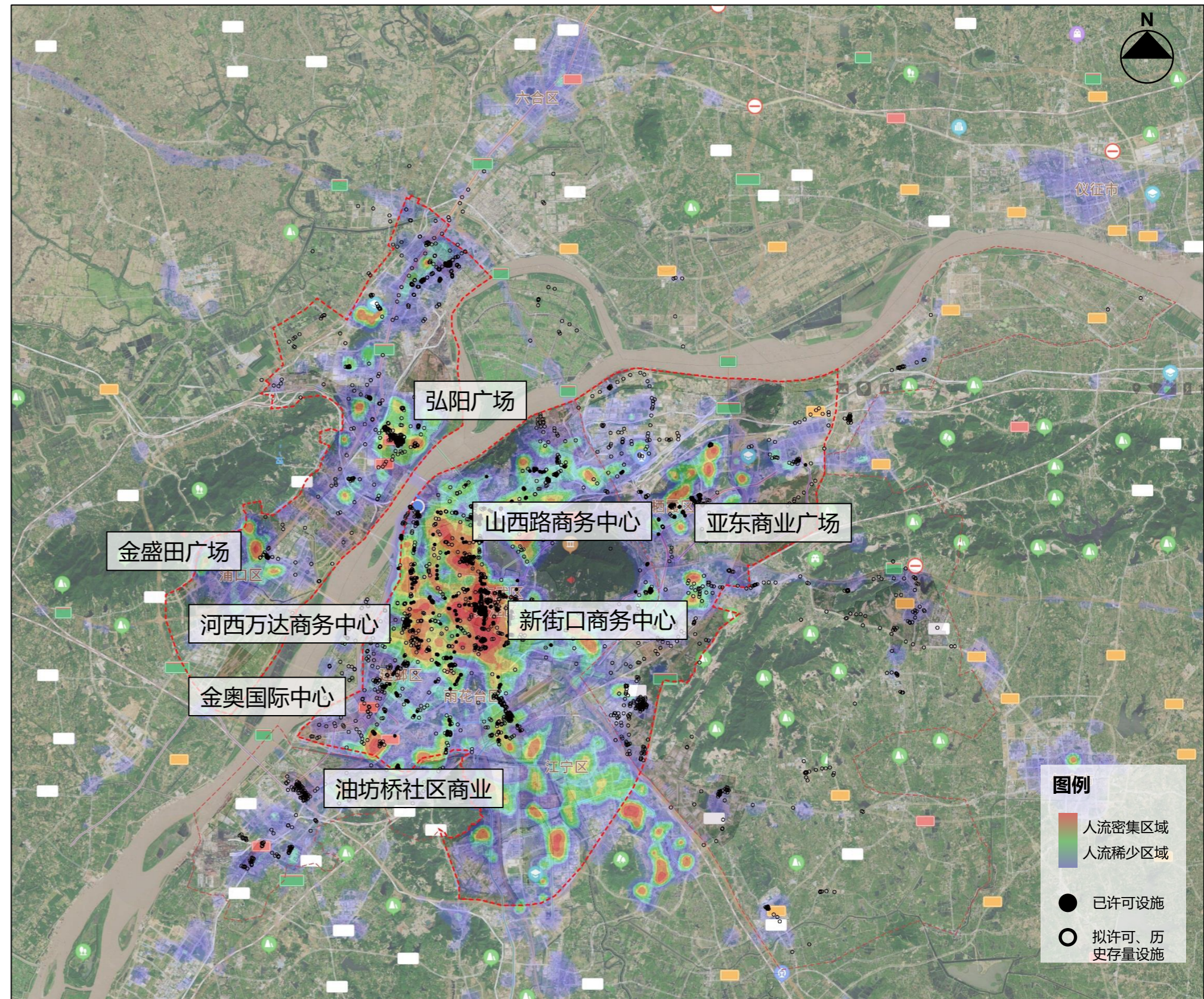
**已许可设施集中分布在现代风貌区范围。**



中心城区城市风貌体系对比分析图

根据百度地图提供的人流热力分布情况，城市日间（10:00）人流主要集中在新街口商务中心、山西路商务中心、河西万达商务中心、金奥国际中心、亚东商业广场、江北弘阳广场、金盛田广场、油坊桥社区商业等点状区域。

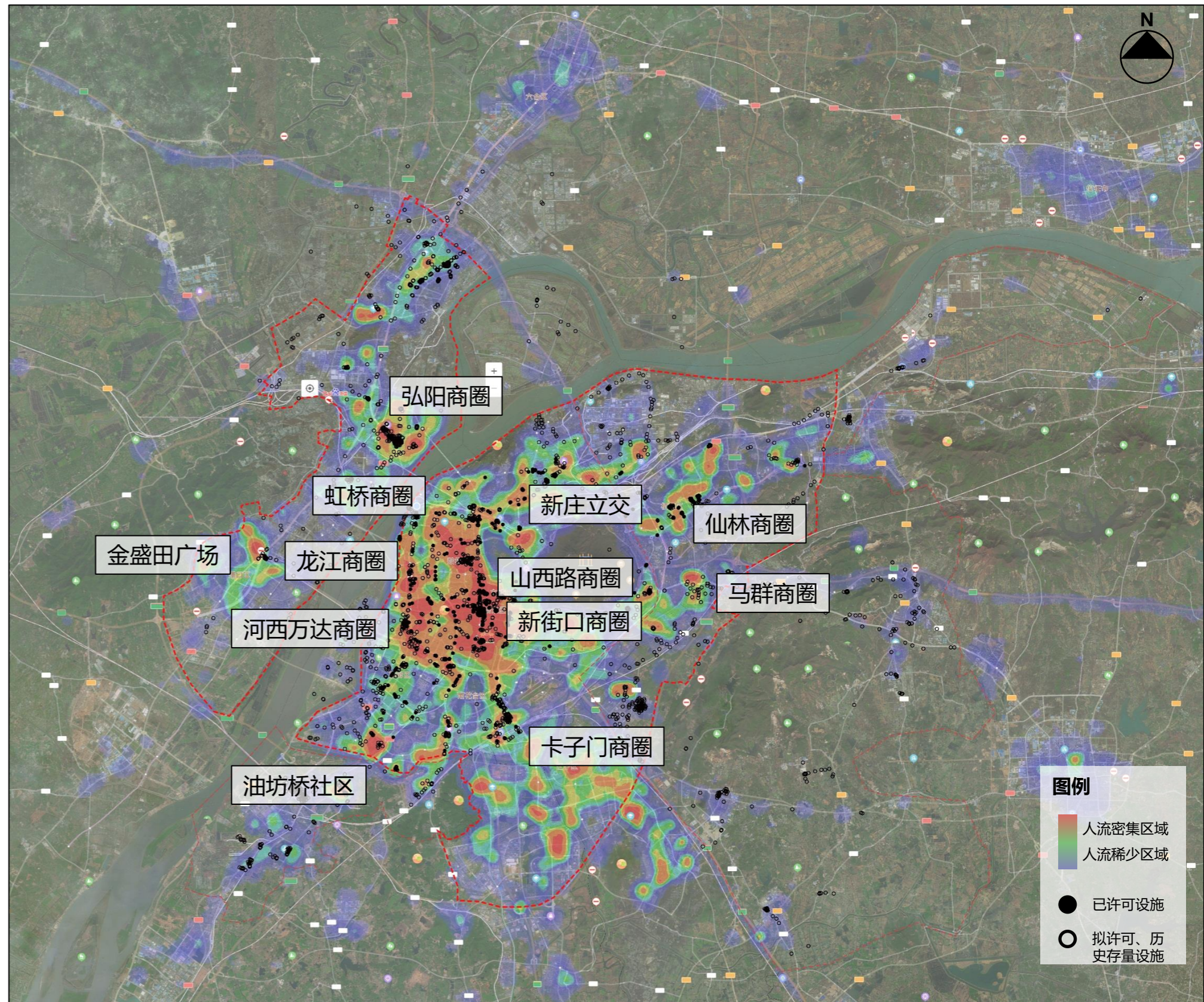
已许可设施集中分布在日间人流集中区域。



人流热力（日间）分布对比分析图

根据百度地图提供的人流热力分布情况，城市日间（19:00）人流主要集中在新街口商圈、山西路商圈、河西万达商圈、龙江商圈、虹桥商圈、仙林商圈、马群商圈、卡子门商圈、弘阳商圈、金盛田广场等商业综合体周边区域，以及油坊桥社区与新庄立交枢纽等区域。

已许可设施集中分布在夜间人流集中区域。



人流热力（夜间）分布对比分析图

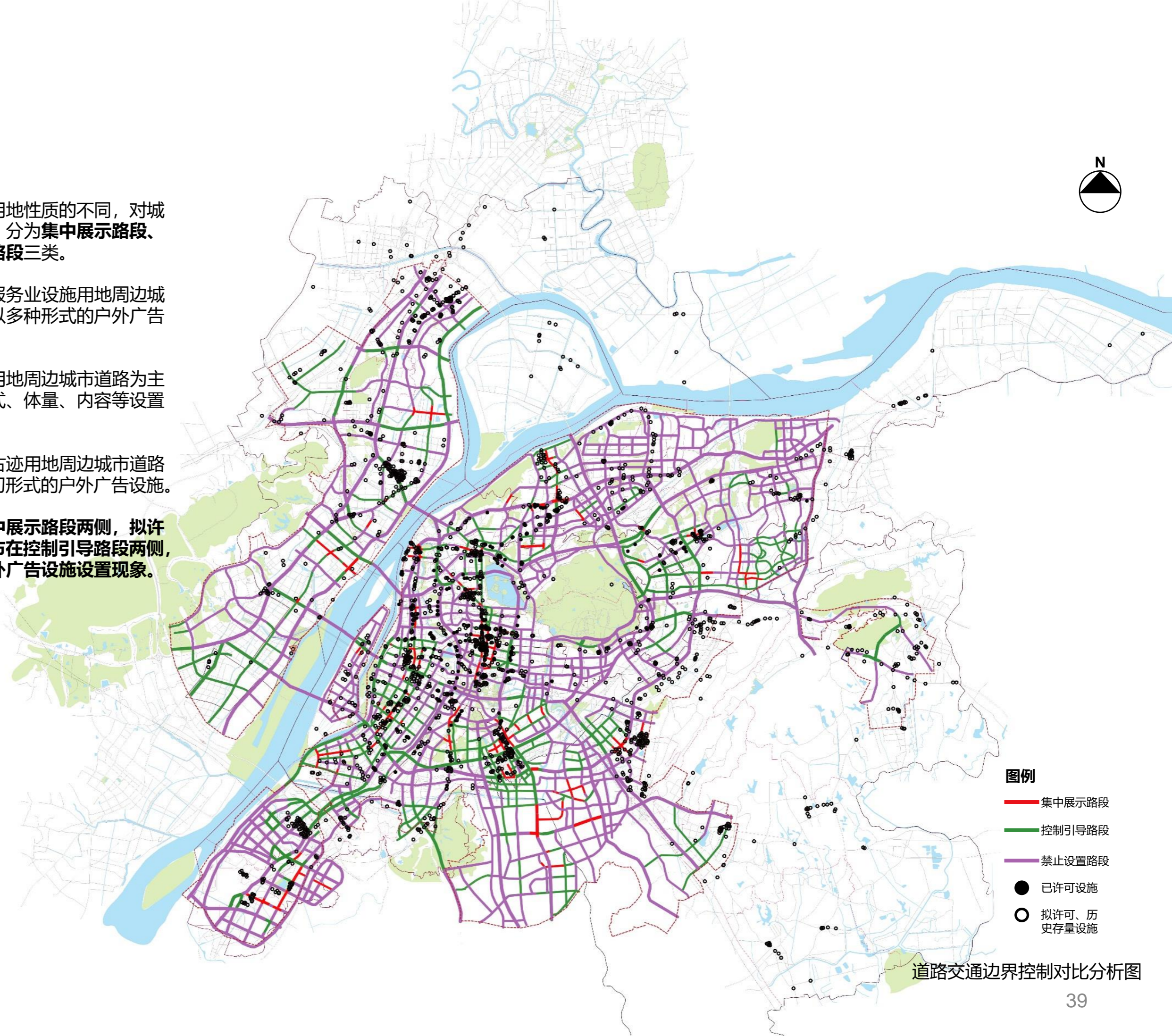
根据城市道路等级及周边用地性质的不同，对城市道路交通体系进行划定，分为**集中展示路段**、**控制引导路段**与**禁止展示路段**三类。

**集中展示路段**——以商业服务业设施用地周边城市道路为主的路段，鼓励以多种形式的户外广告设施设置。

**控制引导路段**——以居住用地周边城市道路为主的路段，控制户外广告形式、体量、内容等设置要求。

**禁止设置路段**——以文物古迹用地周边城市道路为主的路段，禁止设置一切形式的户外广告设施。

已许可设施集中分布在集中展示路段两侧，拟许可和历史存量设施多数分布在控制引导路段两侧，禁止展示路段现状存在户外广告设施设置现象。



**图例**

- 集中展示路段
- 控制引导路段
- 禁止设置路段
- 已许可设施
- 拟许可、历史存量设施

道路交通边界控制对比分析图

### 3.1.3 道路遮挡要素分析

现状户外广告设施道路遮挡要素主要体现在林荫树遮挡和高架隔音板遮挡两个方面。以下遮挡路段两侧的户外广告设施投放价值受遮挡要素影响较大。

遮挡类型	道路名称	路段
林荫树遮挡	中山东路	全路段 (除与洪武路、太平路、龙蟠路交汇处)
	中山南路	全路段 (除与新街口、长乐路、升州路交汇处)
	中山路	全路段 (除新街口、与长江路交汇处)
	中山北路	全路段 (除与湖南路、新模范马路、虎踞路、郑和路、中山码头交汇处)
	汉中路	全路段
	中央路	全路段
	山西路	全路段
	珠江路	全路段
	北京西路	全路段
	北京东路	全路段
	汉中门大街	全路段
	长乐路	全路段
	建邺路	全路段
	常府街	全路段
	瑞金路	全路段
	长江路	全路段
	广州路	全路段
	上海路	全路段
	梦都大街江东路西侧段	西至扬子江大道, 东至江东中路
	乐山路	北至应天大街, 南至河西大街
长虹路	集庆门大街至应天大街	
文体路	集庆门大街至应天大街	
南湖路	集庆门大街至应天大街	
湖西街	集庆门大街至应天大街	
隔音板遮挡	应天大街高架	燕山路段
	应天大街高架	南湖路段
	江北大道快速路	泰工路至高新南路



道路两侧林荫树遮挡——中山东路段



道路两侧林荫树遮挡——中山路段



道路两侧林荫树遮挡——汉中路段

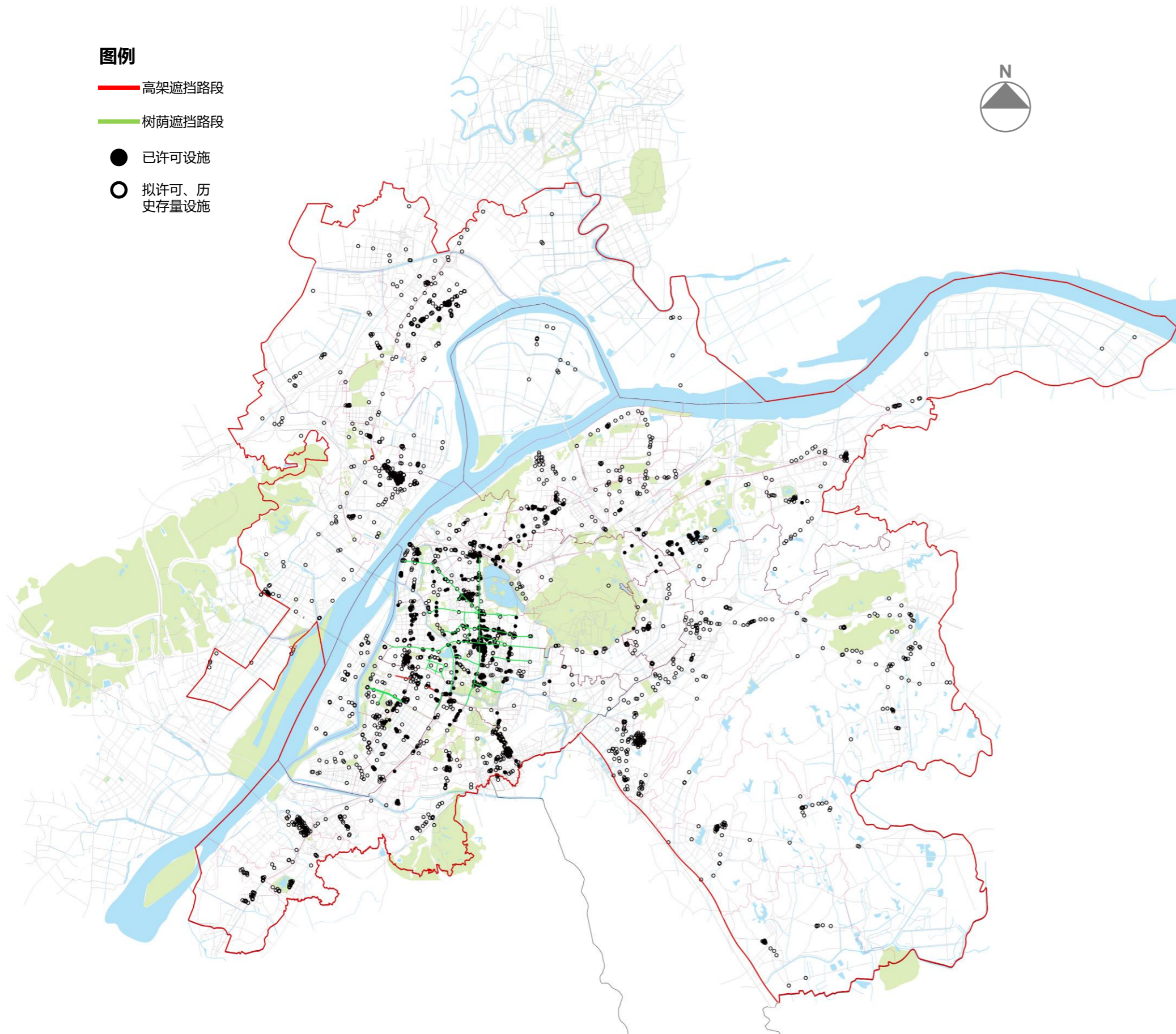


道路两侧林荫树遮挡——山西路段



图例

- 高架遮挡路段
- 树荫遮挡路段
- 已许可设施
- 拟许可、历史存量设施



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

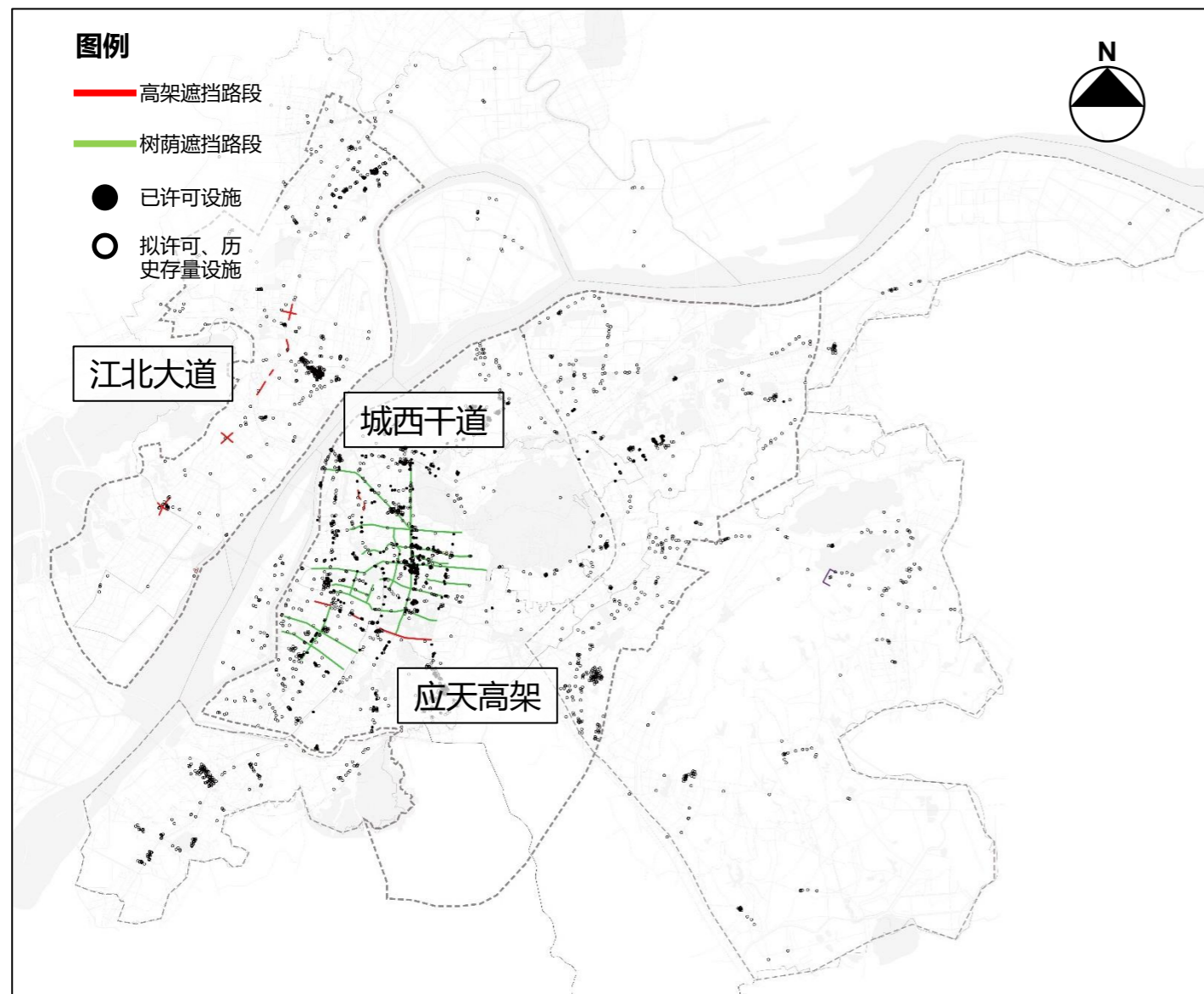


高架两侧隔音板遮挡——江北大道快速路高新南路段

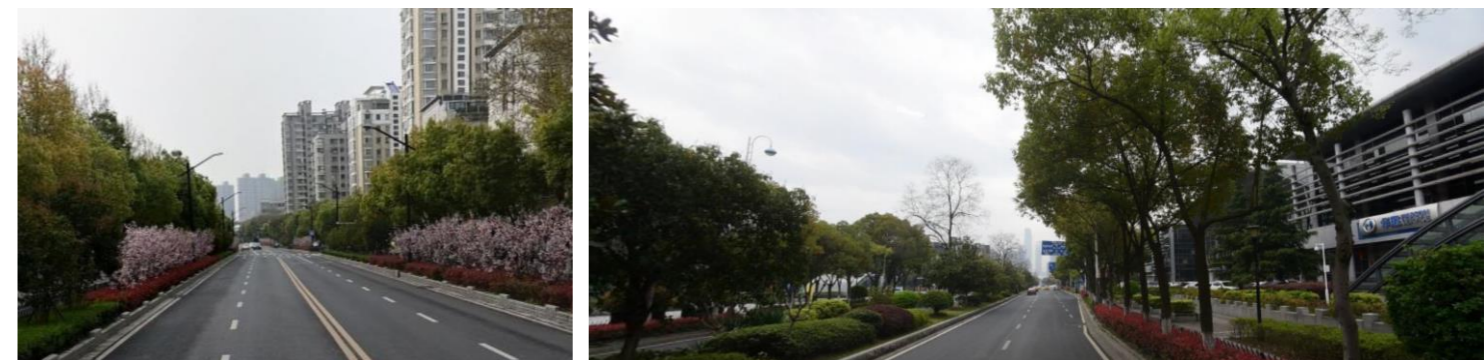
道路两侧户外广告设施主要被**道路两侧林荫树**和**高架隔音板**所遮挡

**林荫树遮挡：**包括中山东路、中山南路、中山路、中山北路、汉中路、中央路等主干路段；珠江路、长江路、北京西路、北京东路、汉中门大街、集庆门大街、长乐路、建邺路、白下路、瑞金路、广州路、上海路、莫愁路等特色路段；梦都大街江东路西侧段、乐山路等新城路段；长虹路、文体路、南湖路、湖西街等老城路段。

**隔音板遮挡：**包括应天大街高架、城西干道高架、江北大道等城市快速路高架段。



道路两侧**林荫树**遮挡——南湖街区段（老城）



道路两侧**林荫树**遮挡——奥体街区段（新城）



高架两侧**隔音板**遮挡——应天高架江东中路以东路段



立体**交通枢纽**遮挡——新庄立交枢纽

## 3.2 户外广告属性分析

### 3.2.1 空间属性专项分析

户外广告在城市空间中所处的区位对于户外广告设置的合理性具有较强的影响，主要体现在三个层面：户外广告与城市地段功能属性的关系，户外广告与城市街道空间属性的关系，户外广告与直接依附的载体属性的关系。

#### 户外广告与城市地段功能属性的关系

根据《南京市总体城市设计》中对南京特色区域的分级，南京市大体可分为都市风貌特色区、文化历史风貌特色区、山水风光特色区。通过对各风貌区的调研，不同风貌区的环境塑造不同，户外广告的表现形式也不尽相同。

户外广告密度也随不同地块的性质而呈现出较明显的区别，商业建筑、商办混合或商住混合呈现出明显的高密度的户外广告，户外广告的丰富性亦为商业氛围添彩。不同商业等级区域亦对广告密度及环境需求提出不同要求。如市级的新街口商圈、河西商圈广告类型丰富。次级的社区中心仍需兼顾居住环境宁静的需求，广告设置不宜过多过杂。



商业环境需要户外广告的多元丰富性



过多商业广告对居住环境造成影响



现代风貌区建筑体量、层高加大，广告尺度亦随之增大



公园、会展中心等其他用地对户外广告的设置要求不同

## 户外广告与城市街道空间属性的关系

城市街道空间是户外广告展示的集中界面，不同街道空间属性的区别也对户外广告的分布产生着影响，其中人流、车流重要影响因素。

按照城市道路等级分类方法，城市的道路可以分为快速路、主干道、次干路、支路等不同等级。道路等级与道路两侧的城市用地功能的综合作用引导着户外广告的综合布局。



快速路典型路段户外广告形式



城市主干路典型段户外广告形式

除道路等级的不同会对户外广告的分布有影响外，同一路段的不同城市功能分区也对户外广告呈现具有较大影响

## 户外广告与直接依附的载体属性的关系

I、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。



II、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。



III、设置在地面上的户外广告设施



### 3.2.2 建筑属性专项分析

户外广告的建筑属性要求户外广告的设置与建筑有机结合。户外广告的存在应当依附于建筑、点缀建筑，而不应喧宾夺主，影响建筑立面，甚至影响建筑的安全使用。

#### 影响建筑属性因素

- 1、户外广告遮挡门窗，影响建筑日照、通风、消防等安全因素；
- 2、户外广告尺度不是以，若高度占建筑高度2/3以上，或者总面积占据墙面40%以上，则尺寸过大；
- 3、户外广告内容与建筑用途不一致。住宅、行政办公、医疗卫生、科研教育等建筑上设置大量商业广告；
- 4、二层以上楼层间随意放置广告，影响建筑立面的均衡、节奏、韵律等形式美感；
- 5、户外广告的设置改变建筑外轮廓线。如果墙面广告或大型屋顶广告，延伸出建筑外轮廓线30厘米以上，则影响了建筑立面和天际线。但是如果超出外露扩胸的广告符合建筑设计本身原则与意图，则不视为影响立面。

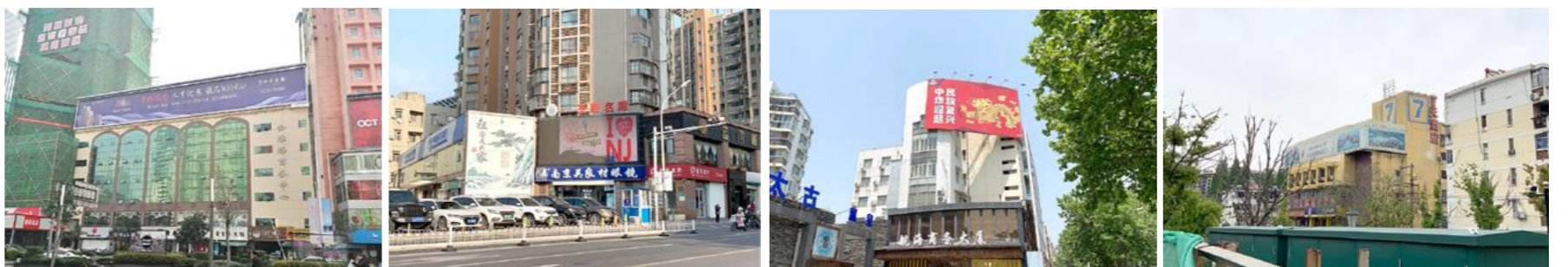
➤ 总面积过大，影响建筑采光、通风；



➤ 随意放置广告，影响建筑立面的均衡、节奏、韵律等形式美感



➤ 建筑轮廓线被遮挡



### 3.2.3 材质效果专项分析

#### 广告材质分类

户外广告材质的使用直接影响其呈现出的景观效果。根据现状调研及景观效果因素，户外广告材质分为以下几类：

##### 1、看板

喷绘布、喷绘板等喷绘类二维材质广告，安装方便。景观效果一般，成本较低；

##### 2、灯箱

内含照明设施，造价相对较高，夜间景观效果好。

##### 3、LED屏幕

亮度高，修改显示内容方便，造价高。

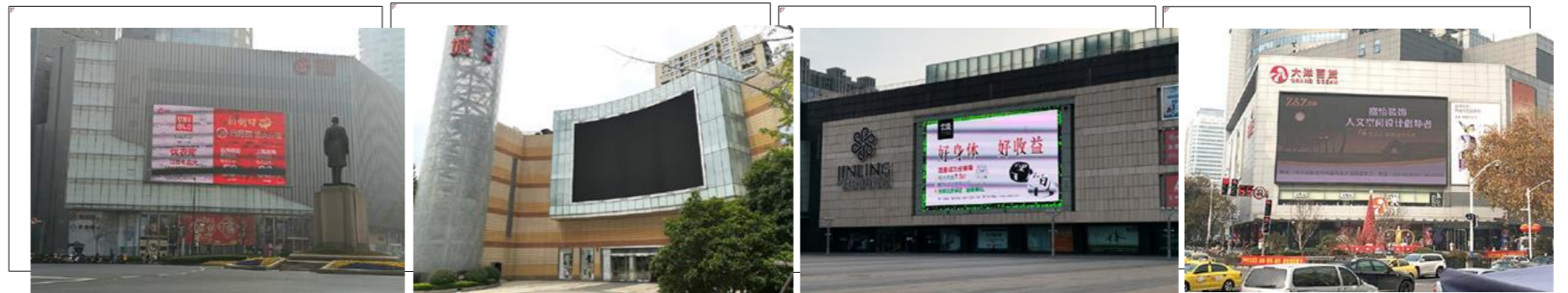
#### 广告日常维护

不同广告材质的不同属性决定了其使用期限的长短。以江东路为例，90%的广告维护情况较好，少量存在褪色、破损的情况。其中多处LED屏并未发布广告，处于闲置状态。

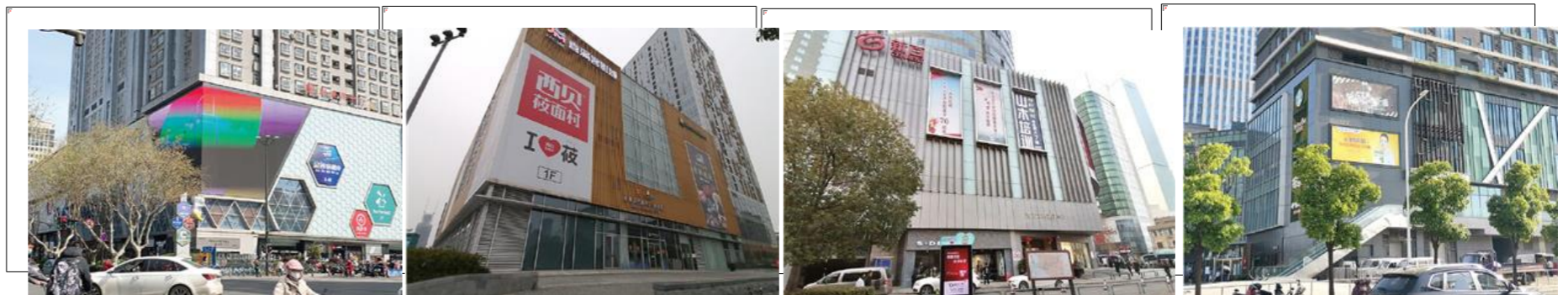
#### 创意形式广告比例小

户外广告如能结合小品、公共设施、铺装等环境设施，可以为城市生活带来更多乐趣。但目前南京市的创意户外广告仍较少见。

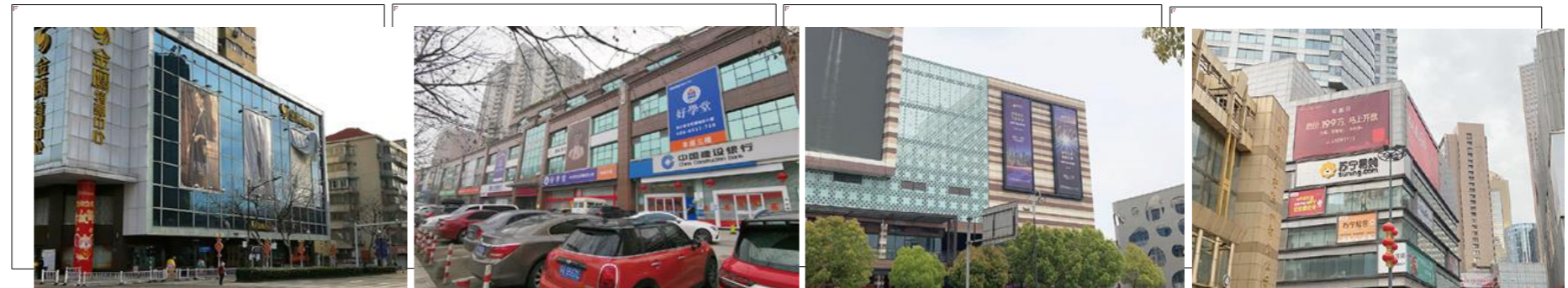
- LED屏幕：较多见大型商业建筑，单位广告面积大，广告内容、广告时长可编辑，丰富多样、视觉冲击力强。



- 灯箱：造价相对较高，夜间景观效果好。



- 看板：各类板材喷绘，造价相对较低，安装方便。



### 3.2.4 安全属性专项分析

安全是户外广告设置的先决条件。户外广告的安全性主要由两个部分组成，自身布置结构的安全性因素与自身布置位置与方式所带来的干扰性安全因素。

#### 自身结构的安全因素

- 1、墙面广告：遮挡门窗、破坏建筑立面形式的同时为建筑消防等安全埋下隐患；
- 2、屋顶广告：体量过大，且设置位置与材质缺乏相应管理，为外部街巷空间埋下隐患；
- 3、外挑广告：外挑式灯箱如若悬挑幅度过大，结构不够稳定以及缺乏修缮会留下隐患；

#### 布设位置的安全因素

- 4、交通线干道：影响行车视线

- 影响建筑采光、通风消防；设置于底商的户外广告超过底商墙体上缘，遮挡住宅层。



- 屋顶户外广告体量过大



- 桥隧入口户外广告影响行车安全



### 3.3 现状问题及策略

现状类型	典型问题		解决策略	
A类 已获得许可的户外广告设施	合法合规的户外广告设施		保留/提档升级	
B类 拟进入市场化的户外广告设施	拟进入市场化并走合法流程		保留/提档升级 依据拟定进入市场化时间节点走合规流程	
C类 历史存量户外广告设施	违规存量设置	1、规范设置但未走合法流程的户外广告设施	有投放价值（第三方认证）：保留/整改/市场化流程 无投放价值（第三方认证）：拆除	
		2、未规范设置，违反国家及地方行业主管部门规范性文件、地方性法规、规章的户外广告设施	禁止性条例	拆除
			其他条例	整改/拆除
	其他存量设置	3、公益类户外广告设施	保留/提档升级	
		4、临时户外广告设施	公共事业设施建设项目或自宣类建筑围挡应全部用于发布公益内容；商业设施建设项目建筑围挡发布的公益广告面积不得少于围挡面积的50%	
违背本规划控制要求的户外广告设施	道路交通边界控制等级要求	设置在严禁设置路段上的户外广告设施	拆除	
		设置在控制引导路段上的户外广告设施	保留/整改/提档升级	
		设置在集中展示路段上的户外广告设施	保留/整改/提档升级	
	遮挡路段	设置在遮挡路段（道路交叉口除外）的户外广告设施	拆除	
	属性分析	类型属性	类型设置与城市功能不匹配	拆除/整改
		空间属性	违背城市各风貌区控制要求	拆除/整改
		建筑属性	影响建筑立面、破坏建筑天际线、与周边环境不协调	拆除
		材质属性	材质简陋、破损、影响整体品质	整改
		色彩属性	色彩不协调、色彩污染	整改
安全属性		影响交通安全、公共安全、人身安全	拆除	

### 3.4 SWOT分析

## Strength 优势

- **城市优势：** 资源丰富的历史文化名城
- **管理优势：** 南京市相继出台施行了一系列政策文件支撑户外广告市场规范发展
- **模式优势：** 南京独创的户外广告空间拍卖模式
- **行业优势：** 南京成立了国家级广告产业园

## Weakness 劣势

- **管理劣势：** 历史原因形成的多主体管理模式，各监管主体缺乏统一的管理标准，对个别区域城市风貌秩序产生一定影响。
  - **发展劣势：** 新技术、新材料应用有待提升，加强与智慧城市发展融合度；进一步挖掘城市示范展示区域，打造高度集中的商业精品，凸显城市亮点。

## SWTO ANALYSIS

- **城市机遇：** 南京为全国广告产业发展提供经验
- **行业机遇：** 户外广告可成为地标性建筑语言
- **发展机遇：** 江北新区开发建设提供更多展示机会；新技术新媒体的应用能够提供更多元的广告展示场景

## Opportunity 机遇

- **城市威胁：** 城市经济发展活力有待提升，户外广告价值需进一步挖掘。

## Threat 威胁

## Strength 优势

- **历史名城：**南京作为六朝古都，着力打造古城、绿城、科教城、枢纽城、产业城五位一体的创新发展名片。
- **独创的拍卖模式：**南京是唯一一个通过拍卖公共空间使用权的方式来取得经营许可的城市，从申请、审核、评估、挂牌、拍卖、许可至监管均有整套可操作的流程，不仅有理念上的创新，也有相对应的实施措施，在城市户外广告设施设置规划和相对应的管理上，形成较完善的“南京理念”和可复制的“南京模式”。针对城市路段经营性户外广告有偿设置权进行拍卖，拍卖所得款上缴财政专户，用于城市基础设施的维护、建设与管理。
- **全面的产业支撑：**位于南京市新城科技园，成为辐射南京都市圈乃至长三角地区，并在全国具有较高影响力和知名度的广告创新创业中心、华东广告资源交流中心、南京广告企业集聚中心。
- **潜在的提升空间：**新媒体广告设施的应用有较大的提升空间，户外广告未来发展趋势的潜力较大。
- **完善的管理措施：**南京市相继出台施行了《南京市户外广告设置管理办法》《南京市商业性户外广告有偿设置管理办法》《南京市户外广告设施设置信用体系考核管理办法》等政策文件支撑户外广告市场规范发展。



创新历史名城



国家级广告产业园



南京公共资源交易平台

## Weakness 劣势

- **城市风貌秩序有待加强：**历史原因形成的多主体管理模式，各监管主体缺乏统一的管理标准，对个别区域城市风貌秩序产生一定影响。
- **户外广告设施发展不平衡**
- **重要商圈创新发展有待提升：**新技术、新材料应用方面有待提升，加强与智慧城市建设与发展的融合度。
- **特色展示区域有待挖掘：**需进一步挖掘城市示范展示区域，打造高度集中的商业精品，凸显城市亮点。
- **存在媒体设置交叉重叠现象，价值难以显现：**城市道路界面存在多层次重叠、交叉设置的情况，信息传播清晰度和到达率受到一定干扰，传播效果分散，传播价值难以显现。



第一界面——公交站台广告设施



第二界面——公共自行车站点广告设施



第三界面——人行道广告设施



高度集中的商业展示区域不多，精品不足，缺少城市亮点



对新媒体广告设施新技术、新材料方面应用不够



需进一步挖掘城市示范展示区域

## Opportunity 机遇

- **行业的发展提供机遇：**户外广告与建筑、景观等行业的完美融合，可以让广告设施成为地标性建筑或者网红景点的设计语言，丰富广告行业的发展维度。
- **城市的管理提供样板：**丰富的实践经验可以为其他城市提供户外广告设施发展与管理的南京模板。
- **城市的风貌得到提升：**城市提供更多形象宣传与展示机会；LED屏等新媒体广告设施能够提供更多元的广告展示形式。

### 发展潜力：城市空间资源的储备与实施

- 为城市新发展区域规划预留相匹配的媒体位置
- 为城市规划增加的窗口地区和交通枢纽路段预留媒体位置
- 为新建、拟建综合商圈储备必要媒体位置
- 为新科技、新技术、新产品所带来的新传播方式规划预留。



为城市提供多元的展示窗口



南京国家级江北新区



南京铁路北站（规划）



河西鱼嘴核心片区（规划）

## 第四章 规划总则

---

4.1 规划依据

4.2 规划期限

4.3 规划原则

4.4 规划目标

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101号）
  - 12、《特殊标志管理条例》（中华人民共和国国务院令202号）
  - 13、《广告管理条例实施细则》（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280号）
  - 14、《南京市店招牌牌设置规范》（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的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

## 4.2 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。

**近期：2022-2025年**

**远期：2026-2035年**

## 4.3 规划原则

### 整体协调原则

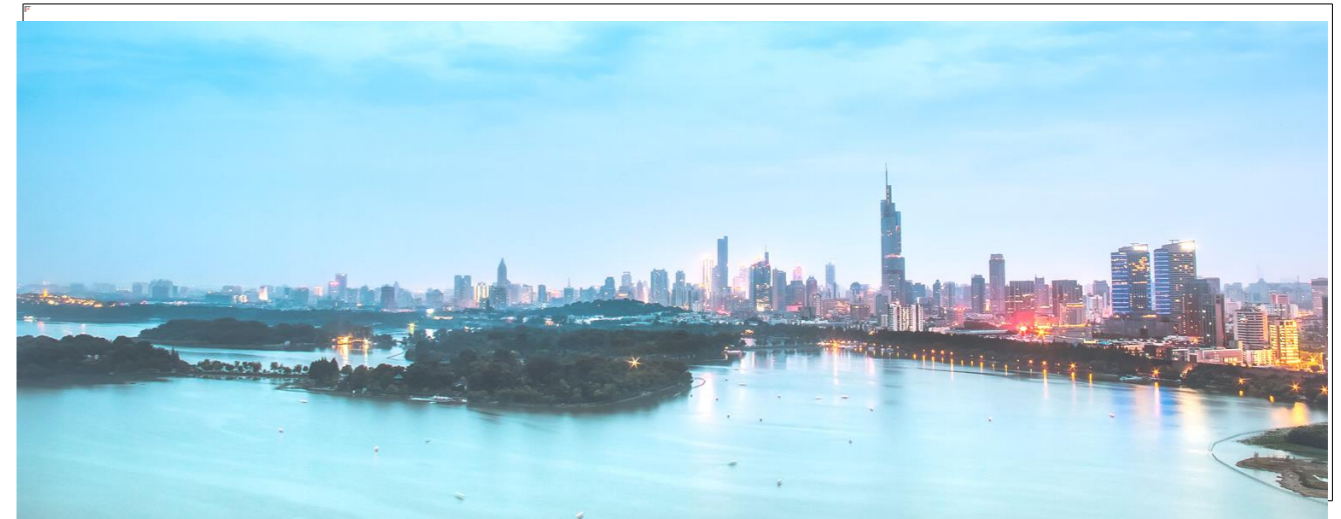
城市户外广告规划结构布局依据国土空间规划要求，以及《南京市户外广告设置管理办法》（2012）、《江苏省户外广告设施规划编制纲要》等要求，与城市建设发展相协调，与所处城市公共空间的功能要求相协调，与区位、环境、文化氛围相协调，合理布局、规范设置。强调一定区域内同类及相邻户外广告设施之间的整体感和区域辨识度。

### 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。

### 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。



### 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。

### 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系。

### 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。



## 4.4 规划目标

### 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。**





## 远期规划目标 (2035)

围绕南京市城市发展愿景，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。**



## 第五章 城市特色空间户外广告设施设置 控制与引导（面）

5.1 城市发展空间格局分析

5.2 城市空间户外广告设施设置总体定位

## 第五章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导 (面)

### 5.1 城市发展空间格局分析

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。分析城市发展空间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。

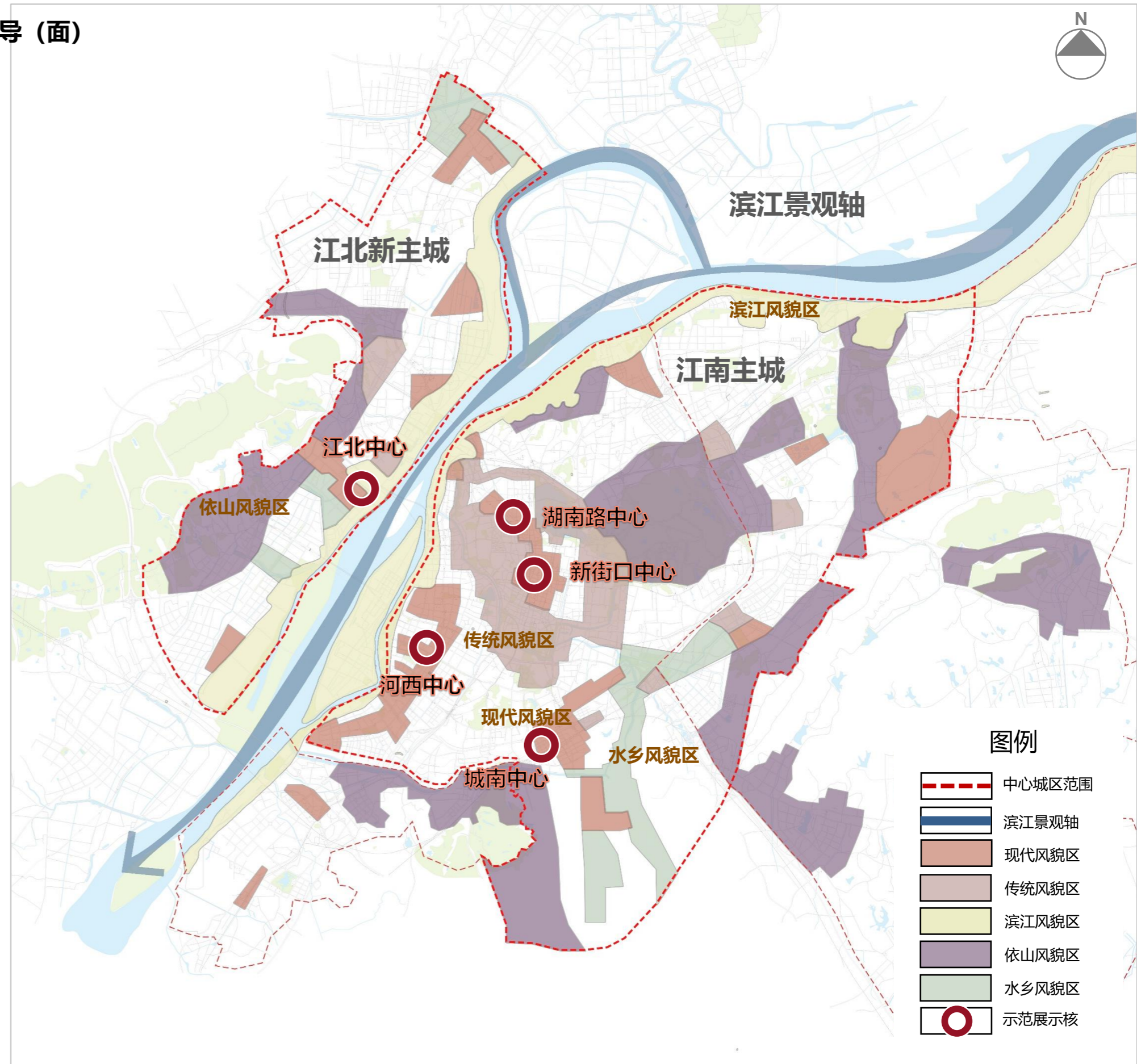
在此基础上，通过进一步控制南京中心城地区空间风貌，通过风貌控制体系，对各个类型风貌区的户外广告建设强度、类型、风格等进行控制引导，确保空间风貌的地方特征和历史特色。

**一轴：**滨江景观轴

**两城：**江南主城、江北新主城

**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

**五核：**新街口中心、江北中心、河西中心、城南中心、湖南路中心



## 传统风貌区(禁设区)

传统风貌区控制范围以南京的历史城区范围为主，包括历史文化街区、历史风貌区、一般历史地段。该风貌区需遵从《历史名城保护规划》对于历史城区、历史文化街区以及历史风貌区相关地段的控制要求，注重历史环境的保护与协调，体现古今交融的特点，彰显国际古都的文化底蕴。

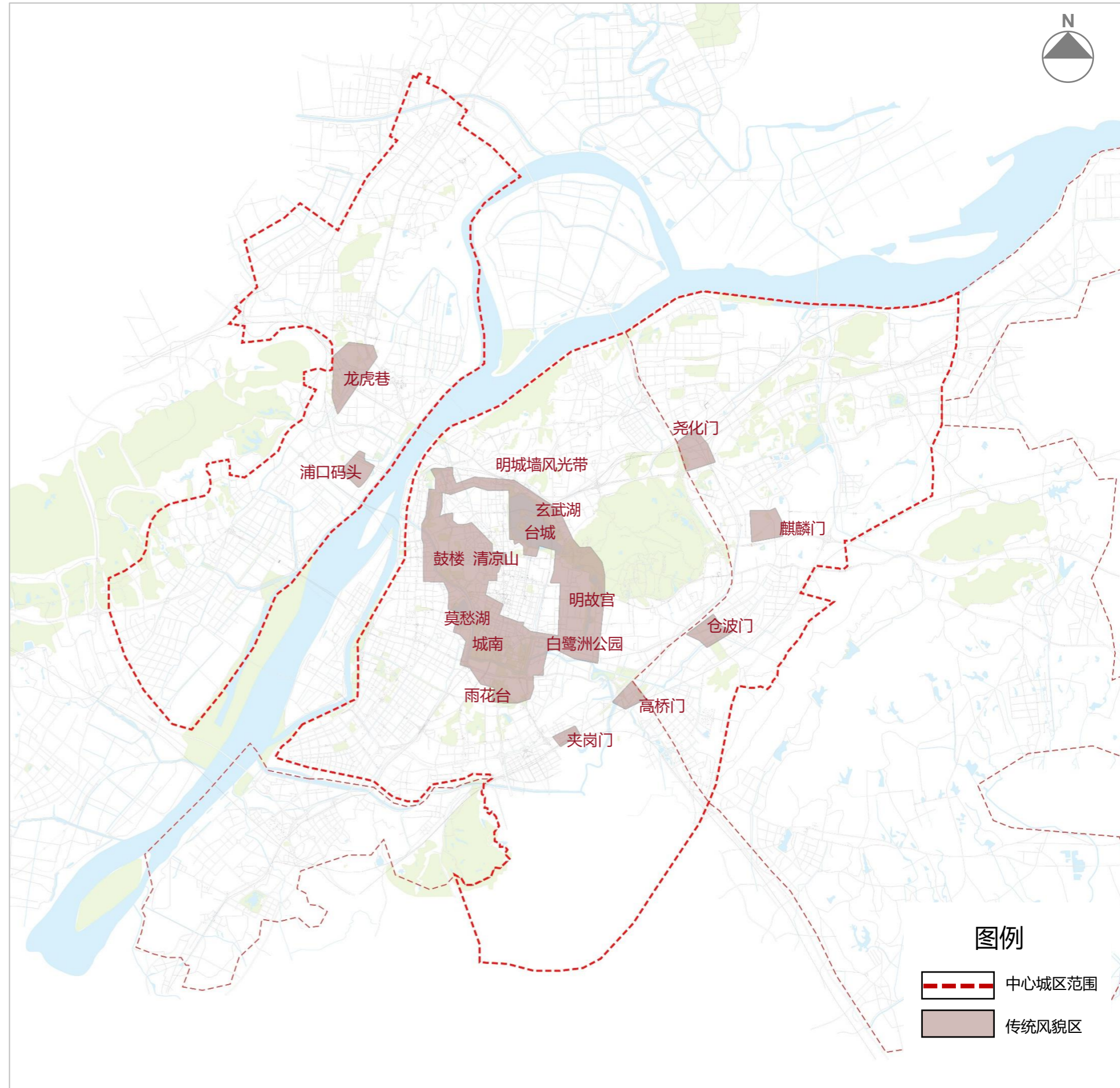
传统风貌区 控制范围	明城墙风光带、玄武湖、台城、明故宫、鼓楼、清凉山、莫愁湖、城南、雨花台、白鹭洲公园、浦口码头、龙虎巷、尧化门、麒麟门、仓波门、高桥门、夹岗门……
---------------	--

### 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）。





## 一轴：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。

## 两城：一主一新，提升城市首位度

### 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。

### 江北新主城

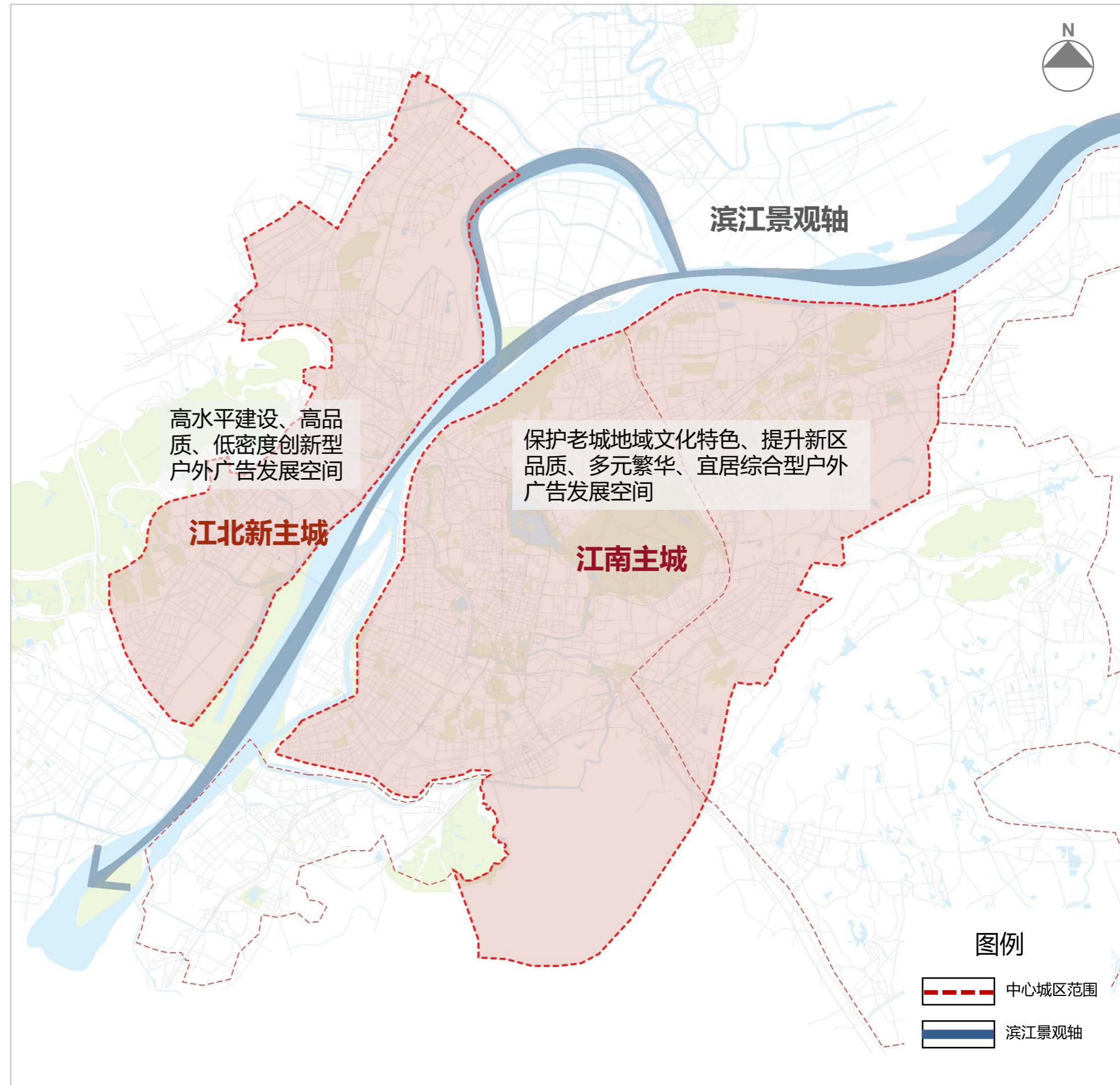
**范围：**江北新主城北至大厂隔离绿地、南至南京长江三桥、西至老山、东至长江，是江北国家新区的核心区和南京辐射带动苏皖区域的重要功能承载区。

### 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。



## 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。

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

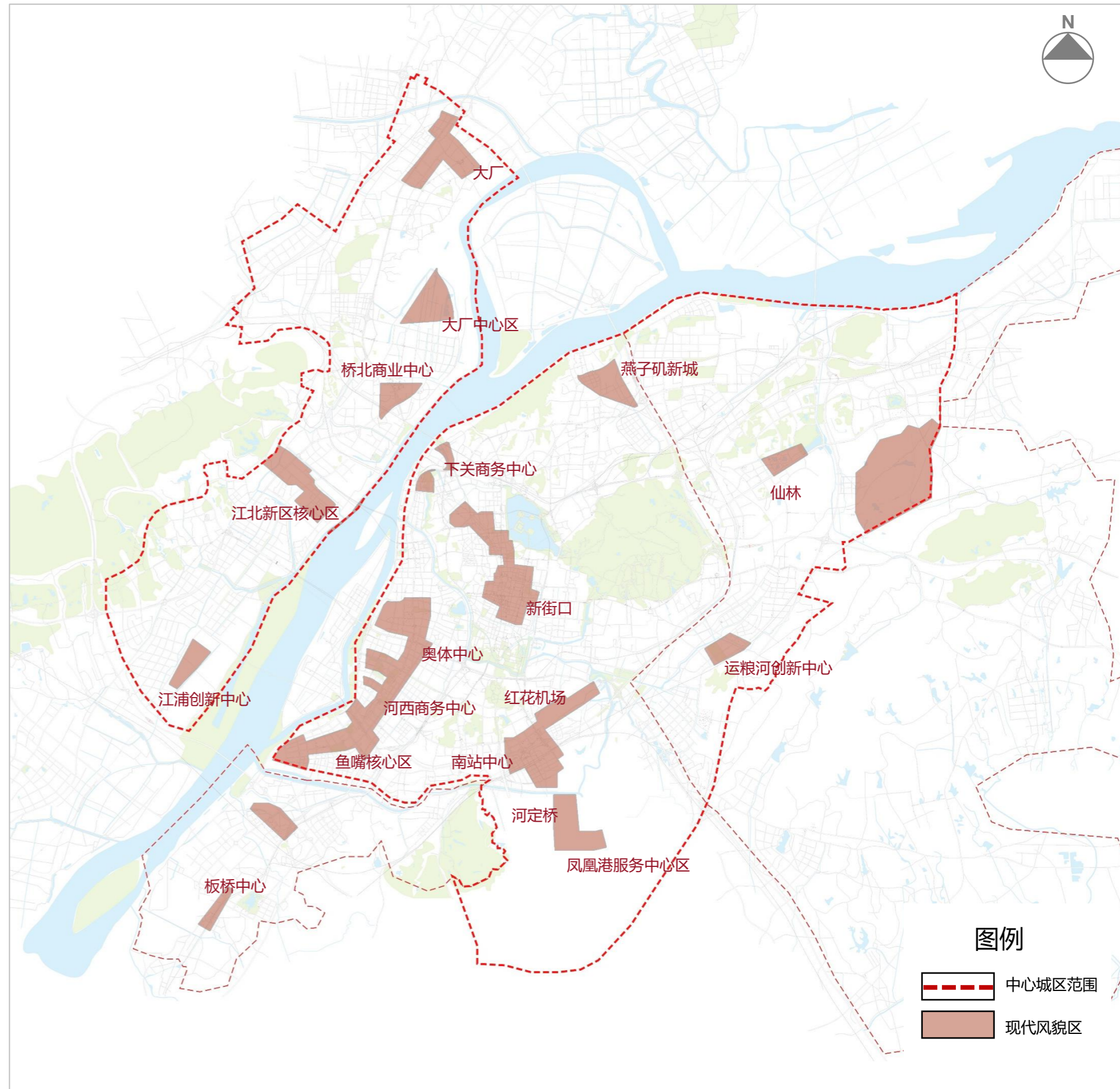
### 设置引导

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。



## 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。

## 依山风貌区(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。

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(禁设区)

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。

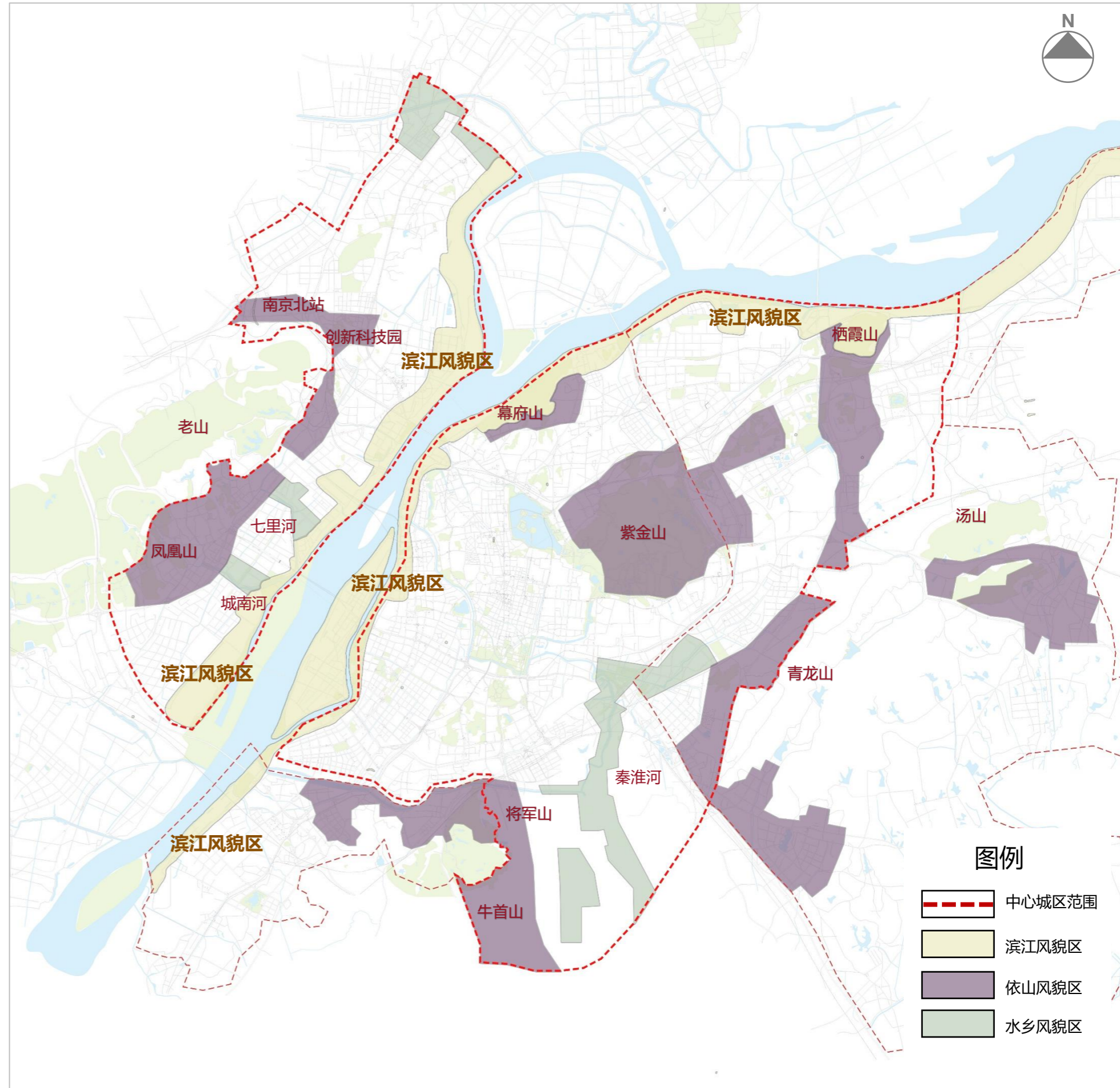
### 特色空间定位

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。



## 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

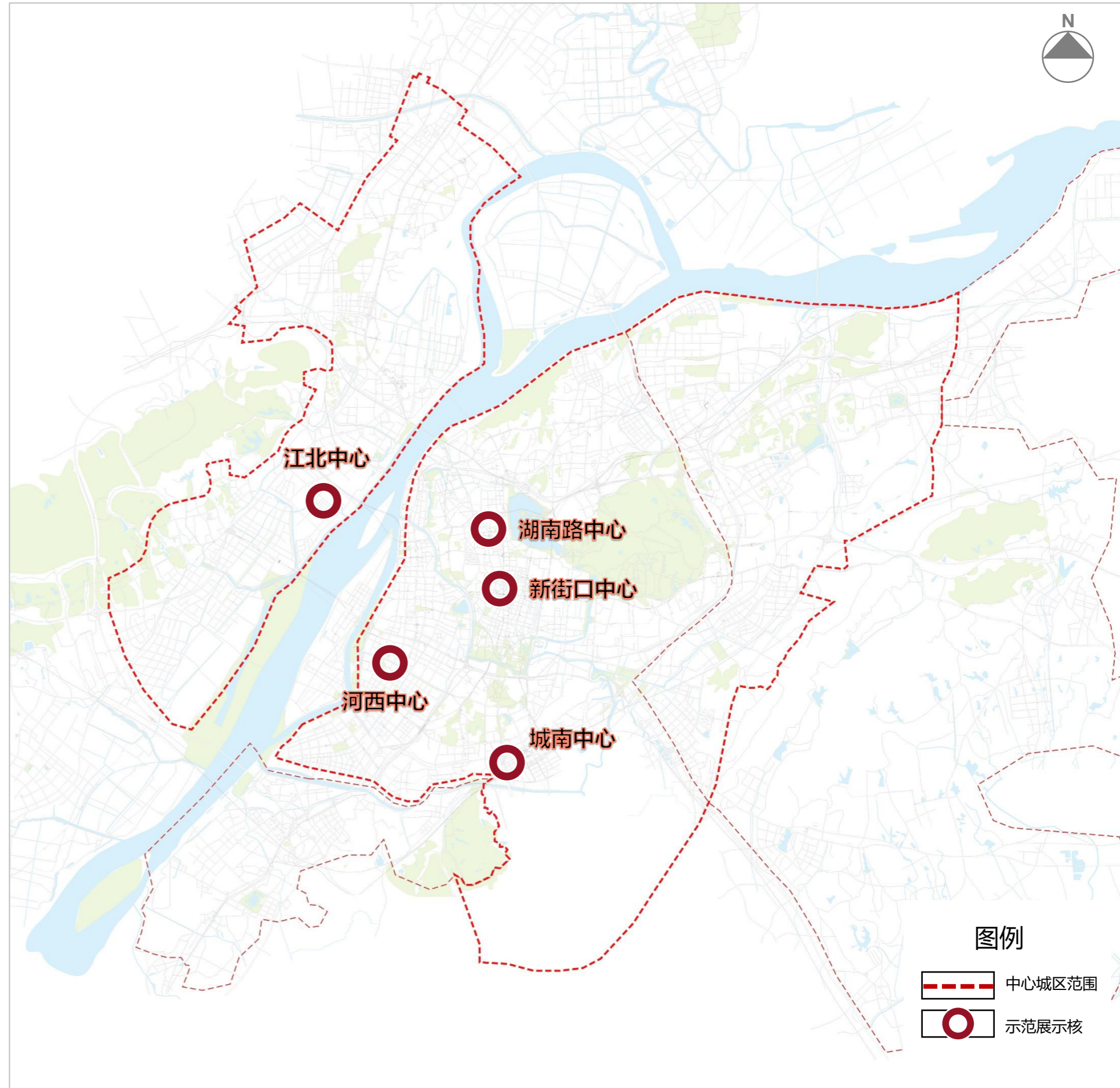
以现代多元创新型商贸氛围为主的集中型户外广告空间节点

### 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，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。





## 第六章 边界户外广告设施设置分类控制与引导 (线)

- 6.1 滨江特色界面户外广告设施设置控制引导
- 6.2 道路交通边界户外广告设施设置分类控制与引导
- 6.3 江东快速路户外广告设施设置控制引导
- 6.4 中山南路、中山东路、中山北路、汉中路户外广告设施设置控制引导

## 第六章 边界户外广告设施设置分类控制与引导 (线)

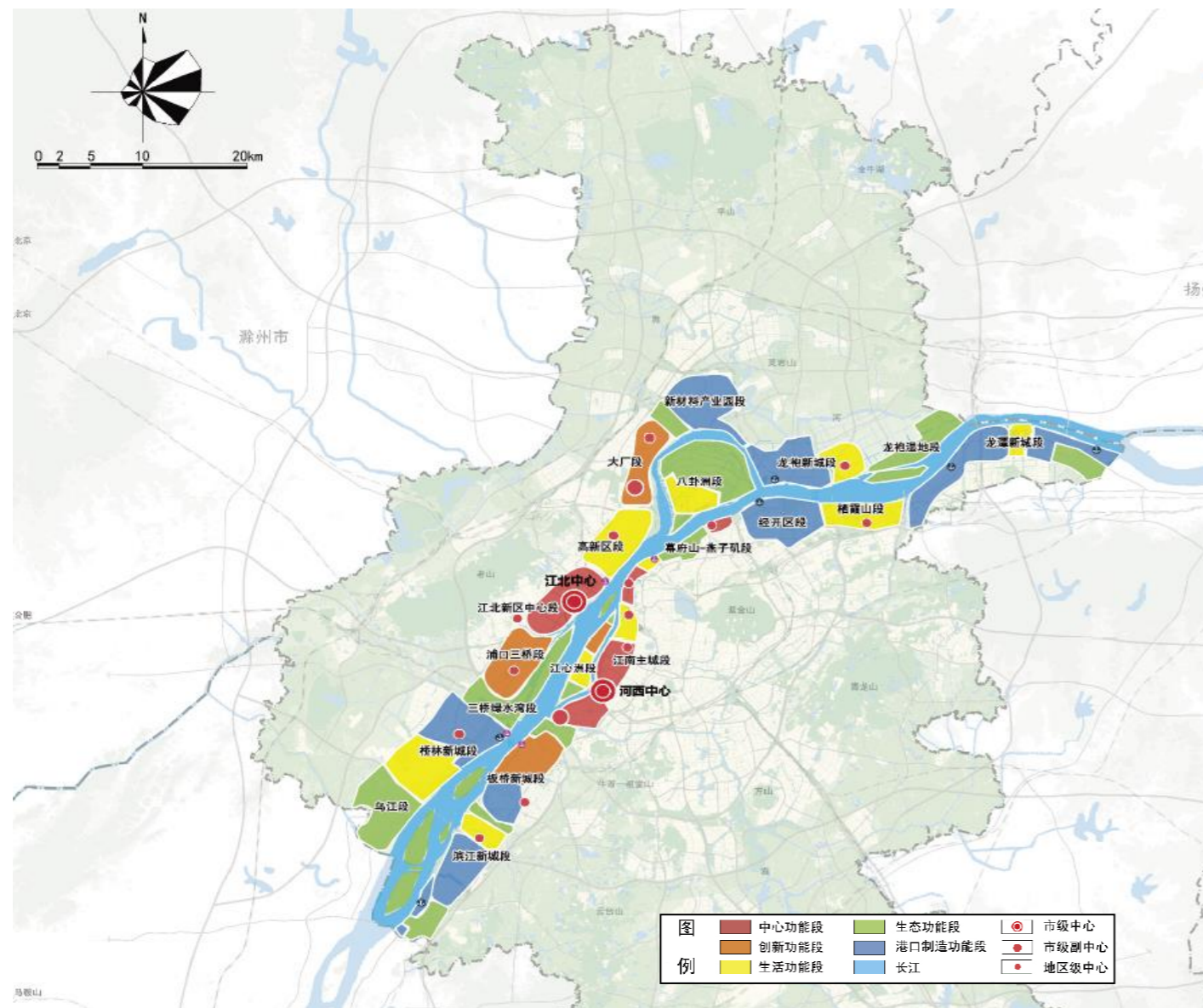
### 6.1 滨江特色界面户外广告设施设置控制引导

#### 6.1.1 上位规划依据

《南京市城市总体规划 (2018-2035年) 》

规划按照长江沿岸用地性质分为中心功能段、创新功能段、生活功能段、生态功能段、港口制造功能段。

沿江重要节点按照等级分为河西、江北两个市级中心，大厂、河西南两个市级副中心以及若干地区级中心。



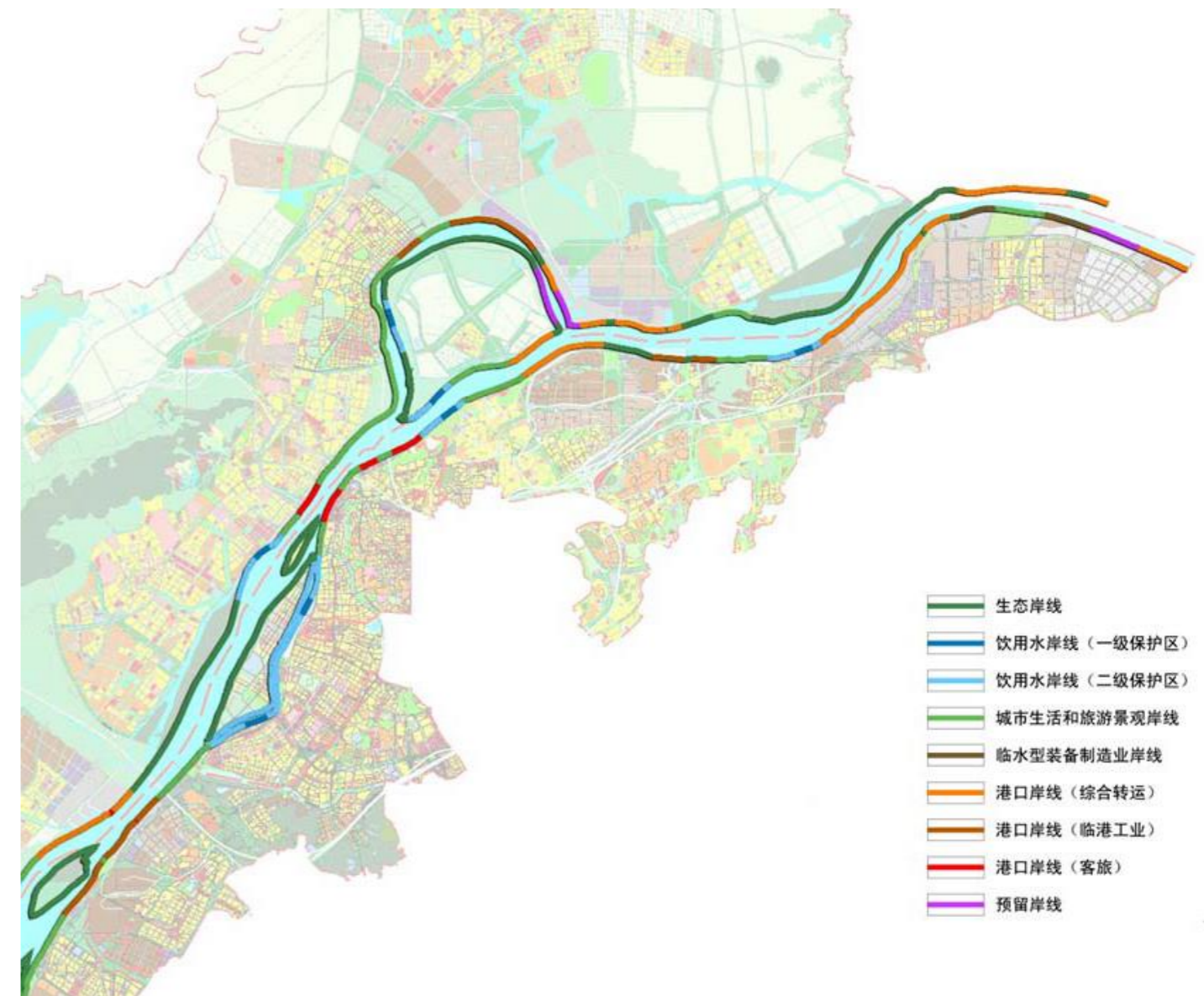
长江生态保护与绿色发展规划引导图

图片来源：《南京市城市总体规划 (2018-2035) 》

《南京市域滨江岸线利用详细规划 (2014-2030年) 》

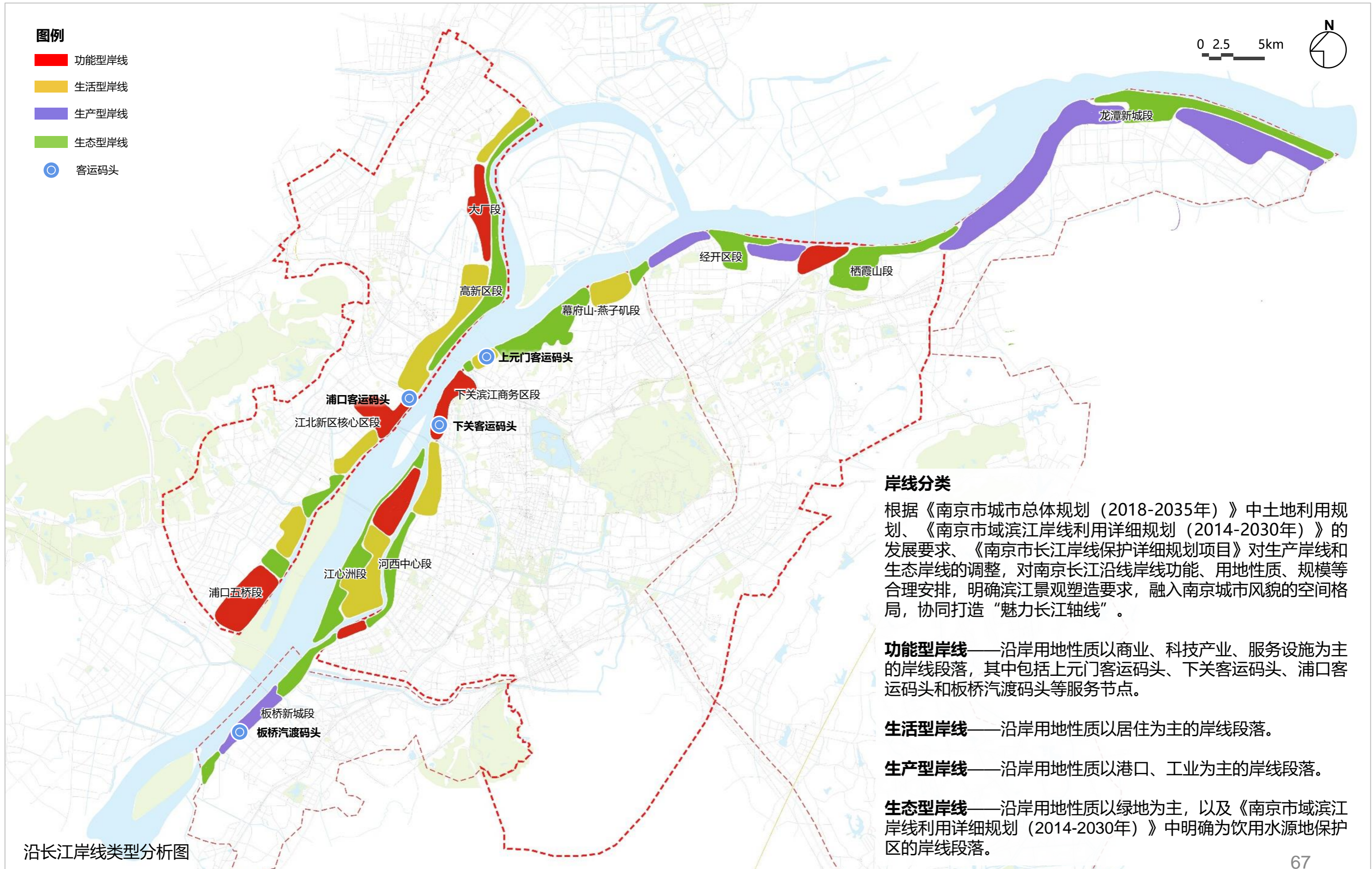
规划将长江岸线分为4大类7小类。

其中，生态岸线包括生态岸线、饮用水岸线（一级保护区、二级保护区），生活岸线包括城市生活和旅游景观岸线、客运码头岸线，生产岸线包括临水型装备制造业岸线、港口岸线（综合转运、临港工业）和预留岸线。



图片来源：《南京市域滨江岸线利用详细规划 (2014-2030) 》

### 6.1.2 滨江岸线类型分析及控制引导



沿长江岸线类型分析图

#### 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。

## 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。

区域划分	岸线范围	岸线分类	岸线说明	控制要求	效果示意	
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"> <li><b>定位：</b>沉稳大气、风貌协调</li> <li><b>禁止性要求：</b>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。</li> <li><b>控制性要求：</b>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。</li> </ul>	
			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"> <li><b>定位：</b>温馨宜居、健康共融</li> <li><b>禁止性要求：</b>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。</li> <li><b>控制性要求：</b>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。</li> </ul>	
		生产型岸线	港口用地	直接为工农业生产提供运输服务的岸线。		
			工业用地	临港工业岸线。		
其他岸线	预留用地	近期不具备开发条件或无开发利用需求的岸线。				
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"> <li><b>定位：</b>生态优先，环境保护</li> <li><b>禁止性要求：</b>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。</li> </ul>	
			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			

\*依据城市用地分类与规划建设用地标准 (GB50137-2011)

### 滨江风貌生态保护禁设带控制要求

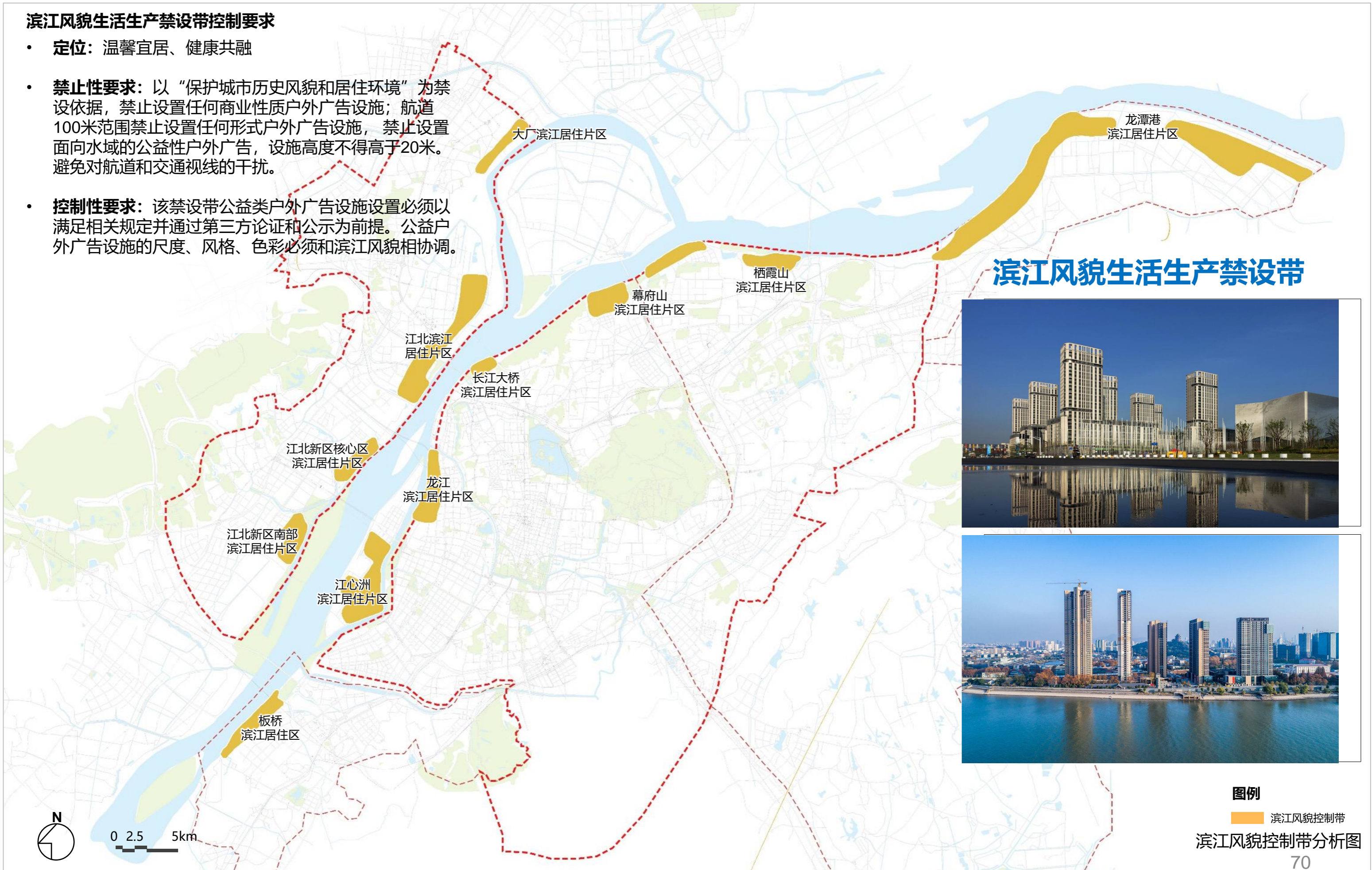
- **定位：**生态优先，环境保护
- **禁止性要求：**以“保护生态功能和景观环境”为禁设依据，禁止设置任何形式户外广告设施。



滨江风貌禁设带分析图

### 滨江风貌生活生产禁设带控制要求

- **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，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。



图例  
滨江风貌控制带  
滨江风貌控制带分析图

### 滨江风貌控制带控制要求

- **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；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；户外广告设施设置不得高于20米；
- **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；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30%；夜景亮化应避免光污染和视觉污染。



### 滨江风貌控制带



#### 图例

■ 滨江风貌展示带

● 客运码头

滨江风貌展示带分析图



0 2.5 5km



## 6.2 道路交通边界户外广告设施设置分类控制与引导

### 6.2.1 城市道路交通体系分析

#### 道路交通体系发展功能格局分析

##### (1) 对外交通系统

- 城市快速路与高速公路共同形成“井字三环、轴向放射、组团快联”的路网格局。
- “井字”由主城东西向和南北向的4条快速路构成。
- “三环”由井字内环、绕城公路环和南京绕城高速公路环构成。
- “轴向放射”由主要城镇发展轴上的城市快速路与高速公路构成。
- “组团快联”由组团内部快速路之间的快速连接线构成。

##### (2) 城市规划区道路系统

- 主干路  
城市主干路是连接城市各主要功能分区的道路，以承担机动交通为主。规划形成“经六纬十”的主干路网布局，加强跨片区道路和组团内部道路建设。
- 次干路  
次干路是介于城市主干路与支路之间的车流、人流集散性道路，主要为城市各组团交通服务，同时分流主干路交通流。
- 支路  
支路系统作为交通流集散的末梢，深入各个组团和地块内部，一方面可以增加路网可达性，一方面使城市临街界面增加，提高城市土地价值。鉴于之路空间尺度较小也户外广告分布主要集中在较高等级道路两侧形成的界面，支路级别城市道路界面不作为本次户外广告设置规划的重点研究范围。





## 6.2.2 道路交通边界户外广告设施设置影响要素分析

### 6.2.2.1 道路交通等级

#### (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度和密度。

#### (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

可以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。

### 6.2.2.2 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小量户外广告，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、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。

## 6.2.3 道路交通边界户外广告设施设置分类控制体系

### 6.2.3.1 道路边界分类标准

依据城市总体规划，将道路分成四类：

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

### 6.2.3.2 分类控制类型

根据不同的道路及用地，将道路交通边界户外广告设施设置分为不同的控制类型。

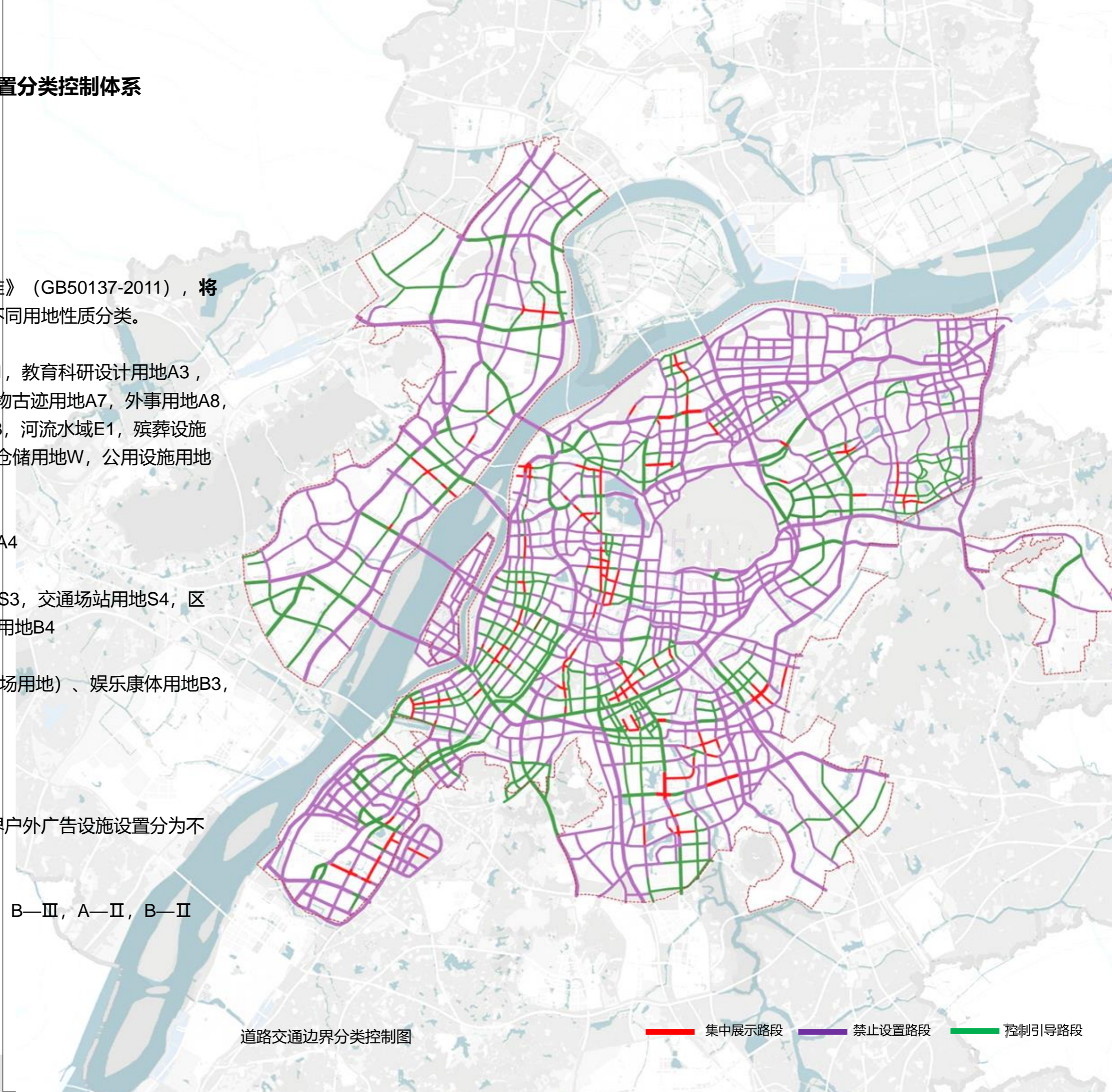
**集中展示路段**编号范围：B—IV

**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

道路交通边界分类控制图

集中展示路段 禁止设置路段 控制引导路段



### 6.2.3.3 各类型路段控制引导

## 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。

#### 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。

#### 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；
- 6) 商业用地允许设置体现商业形象的实物造型广告。

饱和度、色彩、形式与建筑立面相协调



## 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，同一路段设置的户外广告色彩应保持协调一致；色彩设计以简洁、素雅、高尚的色系为主，不宜使用纯度和明度过高的色彩。

### 形式

同一路段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。

### 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。

### 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。  
设置在同一路段上的落地式广告，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。

## 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

禁止使用大面积的高纯度色彩，户外广告色彩的饱和度不得超过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；

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公益性户外广告；

### 城市主要道路交通边界分类汇总表

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
<b>江南主城</b>								
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——汉中路			IV			
5	中山南路	汉中路——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			
6	雨花西路	应天大街——雨花北路	N-S	B	I			
		雨花北路——安德门			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——文浚路	N-S	B	I			
		文浚路——青城路			II、IV			
		青城路——北崮山路			I			
		北崮山路——中央北路			II、IV			
12	红山路	北崮山路——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			
16	雨花南路	郁金香路——绕城路	N-S	B	II、IV			
		绕城路——秦淮河			I			
		秦淮河——郑和北路			IV			
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			
		红河路——邺城路			II、IV			
21	江山大街	邺城路——江东路	E-W	A	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			

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			
31	建宁路	江边路——热河路	E-W	B	IV			
		热河路——金川河西路			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	江边路——漓江路	E-W	B	I			
		漓江路——江东路			II			
		江东北路——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	江边路——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			
44	健康路	虎踞南路——中华路	N-S	B	I			
		中华路——太平南路			IV			
45	大光路	太平南路——龙蟠中路	E-W	B	II、IV			
		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			
		湖西街——龙蟠南路			I			
47	梦都大街	扬子江大道——庐山路	E-W	B	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			

道路交通边界分类汇总表

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			
		天元西路——绕城高速			I			
52	诚信大道	宁丹大道——将军大道	E-W	B	II、IV			
		将军大道——双龙大道			I			
53	佛城西路	宁丹大道——将军大道	E-W	B	I			
		将军大道——宁宣高速			I			
54	天元西路	宁宣高速——利源路	E-W	A	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			
		天印大道——京岚线			I			
55	利源路	秦淮路——胜太路	E-W	B	II、IV			
		胜太路——高湖路			I			
56	苏源大道	高湖路——清水亭西路	E-W	B	I			
		清水亭西路——诚信大道			II、IV			
		诚信大道——印吉大道			I			
		印吉大道——绕城高速			II、IV			
57	土山路	秦淮河——芙蓉路	N-S	B	I			
		芙蓉路——鼓山路			IV			
58	竹山路	鼓山路——金箔路	N-S	B	IV			
		金箔路——绕城高速			I			
59	秦淮路	将军大道——宁宣高速	N-S	B	I			
		宁宣高速——双龙大道			II、IV			
60	上元大街	双龙大道——胜太东路	E-W	B	I			
		胜太东路——金箔路			IV			
		金箔路——府前东路			I			
		府前东路——东新路			IV			
		东新路——万安西街			I			
61	金箔路	上元大街——竹山路	E-W	B	II、IV			
		竹山路——东新南路			IV			
		东新南路——天印大道			II、IV			
62	尧新大道	新港大道——太龙路	N-S	B	I			
63	仙尧路	太龙路——铁路线	N-S	B	I			
		铁路线——玄武大道			IV			
64	仙隐北路	玄武大道——仙林大道	N-S	B	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			

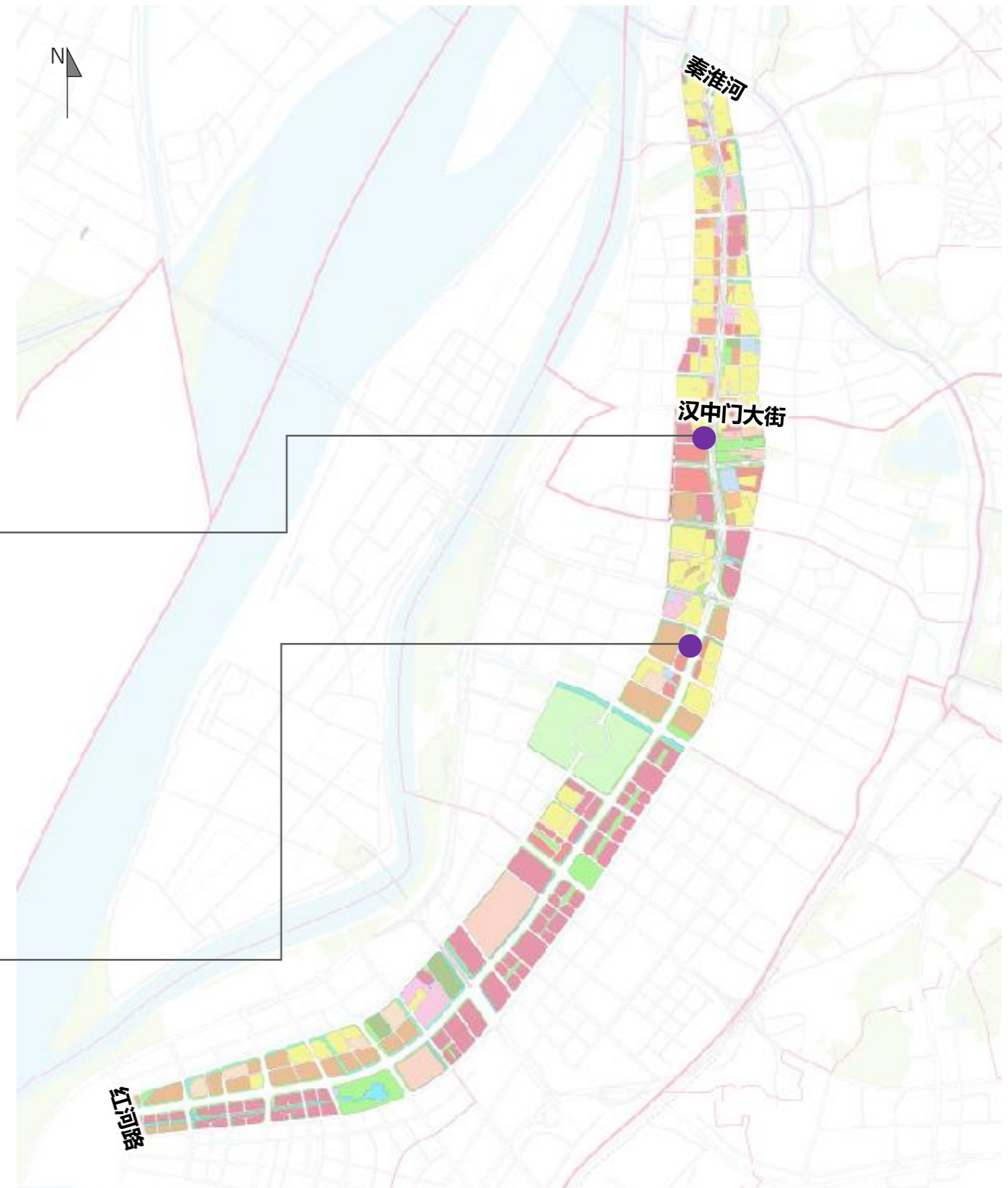
序号	道路名称	起讫点	方向	道路等级	用地性质	集中展示路段	控制引导路段	禁止设置路段
66	仙境路	智谷大道——仙林大道	N-S	B	I			
67	新港大道	八卦洲长江大桥——仙新路	E-W	B	I			
68	恒通大道	八卦洲长江大桥——仙新路	E-W	B	I			
69	智谷大道	仙尧路——仙新路	E-W	B	I、IV			
		仙新路——七乡河			I			
70	文澜路	仙林大道——九乡河西路	N-S	B	I			
71	文苑路	仙隐北路——学津路	E-W	B	I			
		学津路——学海路			I、IV			
		学海路——仙境路			I			
<b>江北新主城</b>			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

## 6.3 江东快速路户外广告设施设置控制引导

### 6.3.1 江东快速路区位现状

江东快速路纵跨鼓楼、建邺两区，其中秦淮河至汉中门大街段隶属于鼓楼区，全长约3.6公里。汉中门大街-红河路段隶属于南京市，全长约10.8公里，路幅宽度约65米。

道路两侧用地容积率高，主导用地为商业、商办用地、商住混合用地，是河西片区重要的城市主干道亦是重要的城市形象道路。



### 6.3.2 江东快速路户外广告现状评价

#### (1) 依附建筑/构筑物户外广告

江东路现状共有户外广告设施218块，集中在万达广场、苏果超市恒盈名居、华彩天地、金鹰世界等商业区域。其中合法及拟合法设施103块，历史存量设施115块。以设置在建构筑物上的墙体看板、墙体LED为主。



墙体LED



墙体LED



墙体看板



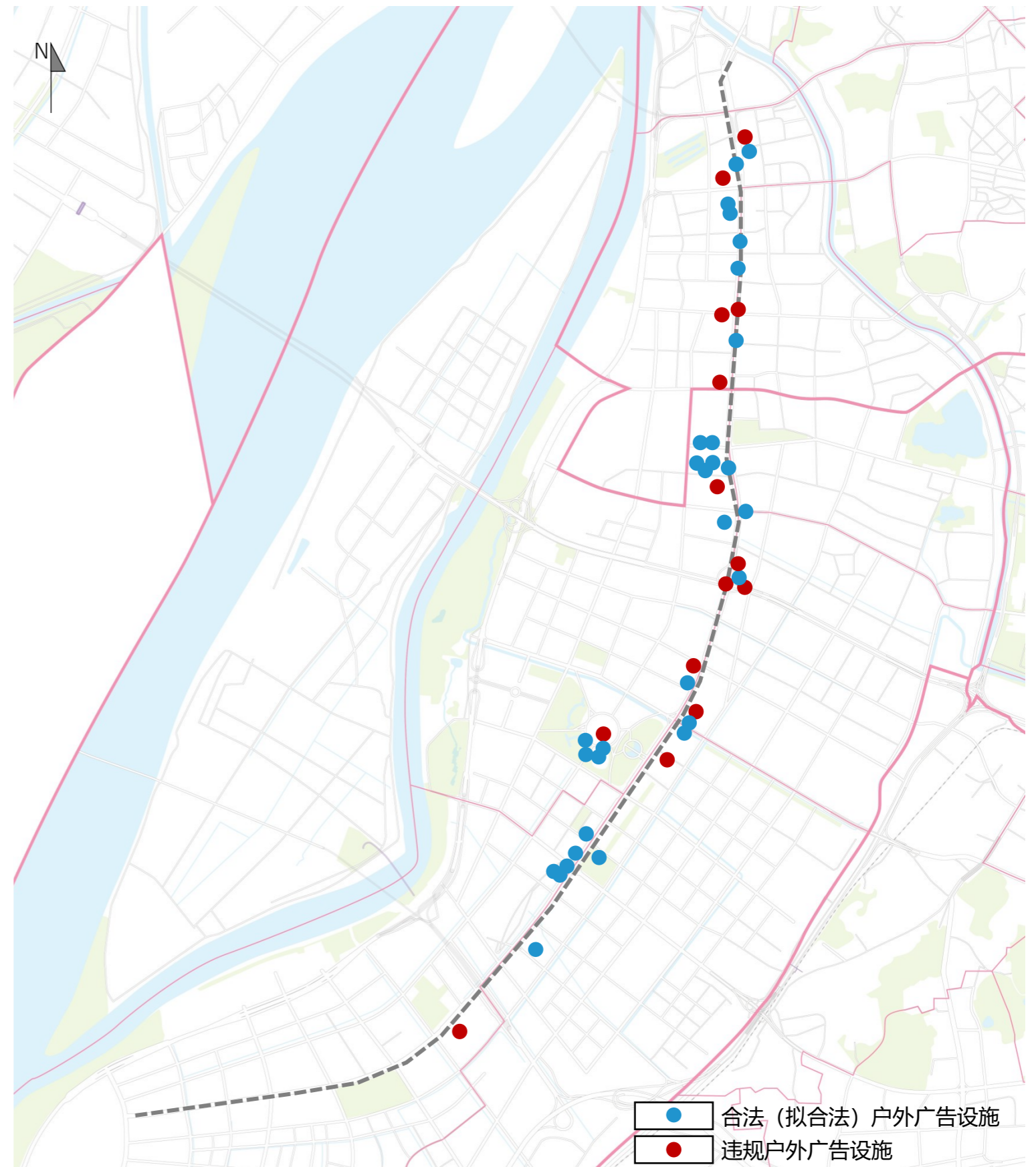
墙体看板



墙体灯箱



墙体灯箱



(2) 公共设施户外广告

江东路沿线现状设置于公共设施的户外广告共有42处，其中公共自行车亭96处、公共电话亭10处，地铁站LED11处，出租车停靠点4处。



公共自行车亭户外广告



公共阅报栏户外广告



公共电话亭户外广告



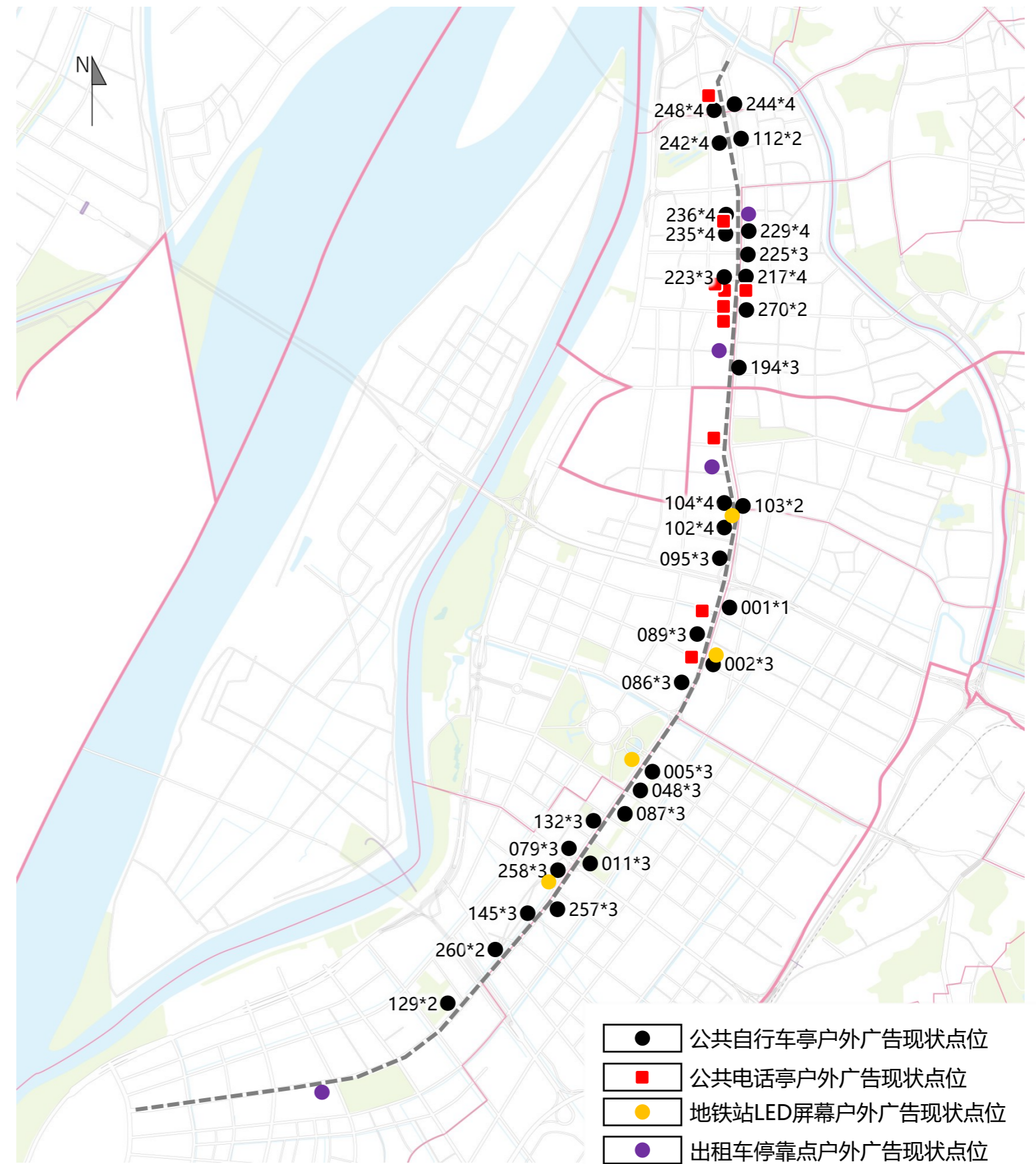
地铁站LED屏幕户外广告



出租车扬招点户外广告



公共邮政便民亭户外广告



### (3) 主要问题



建筑夹角位置 广告效能低。



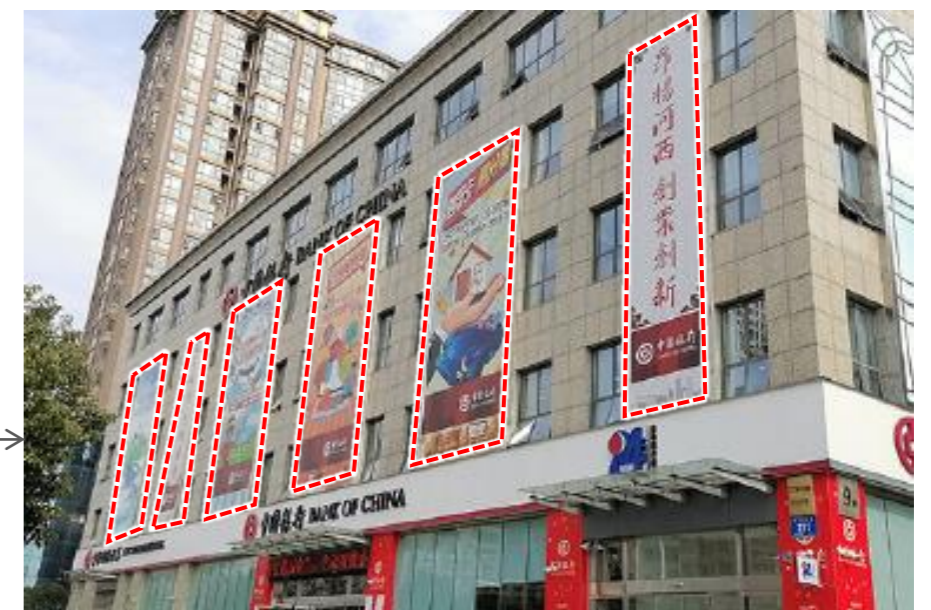
干扰行车视线。



影响建筑通风采光需求。



单位广告面积小, 广告传播效果较差。

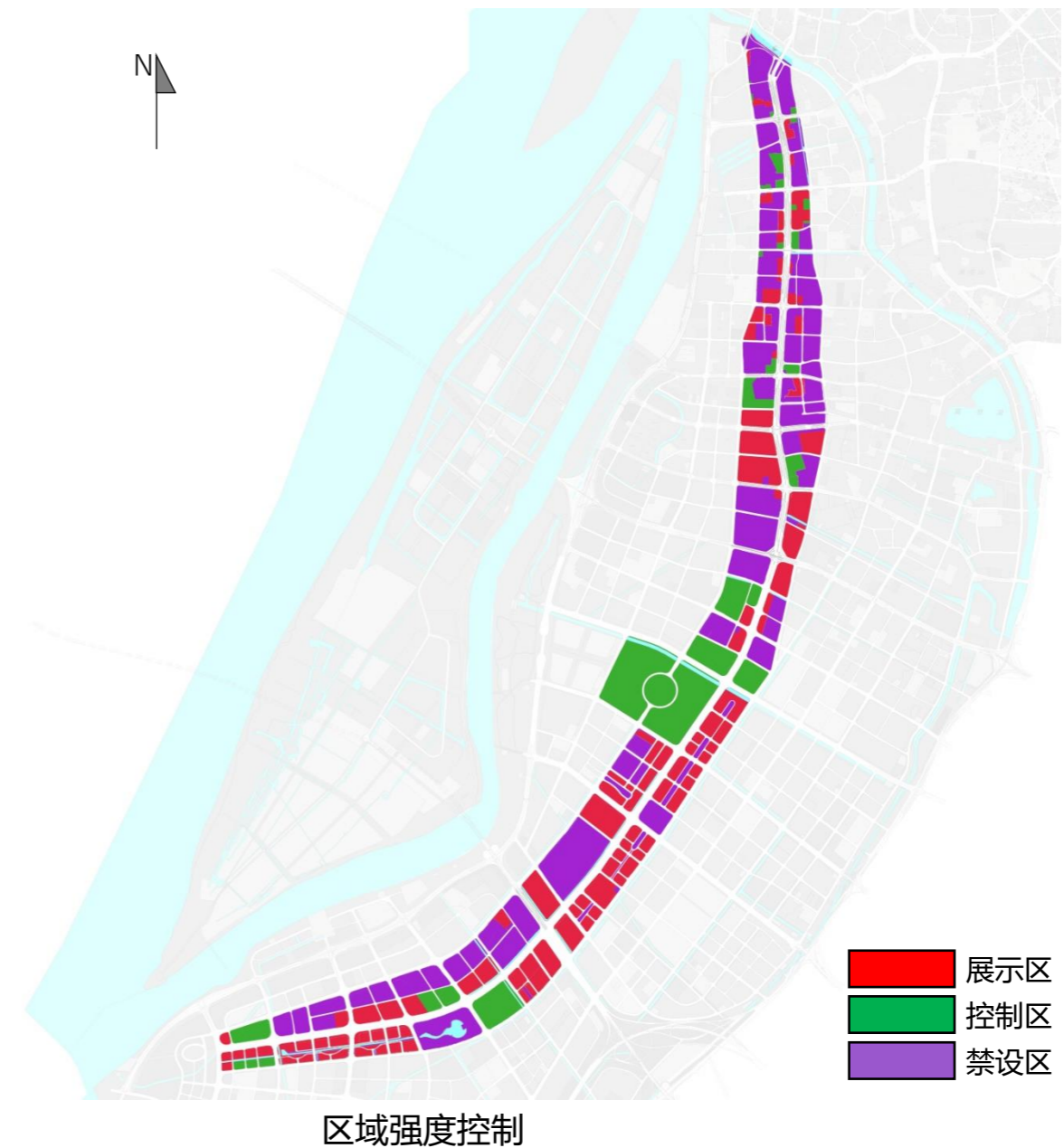
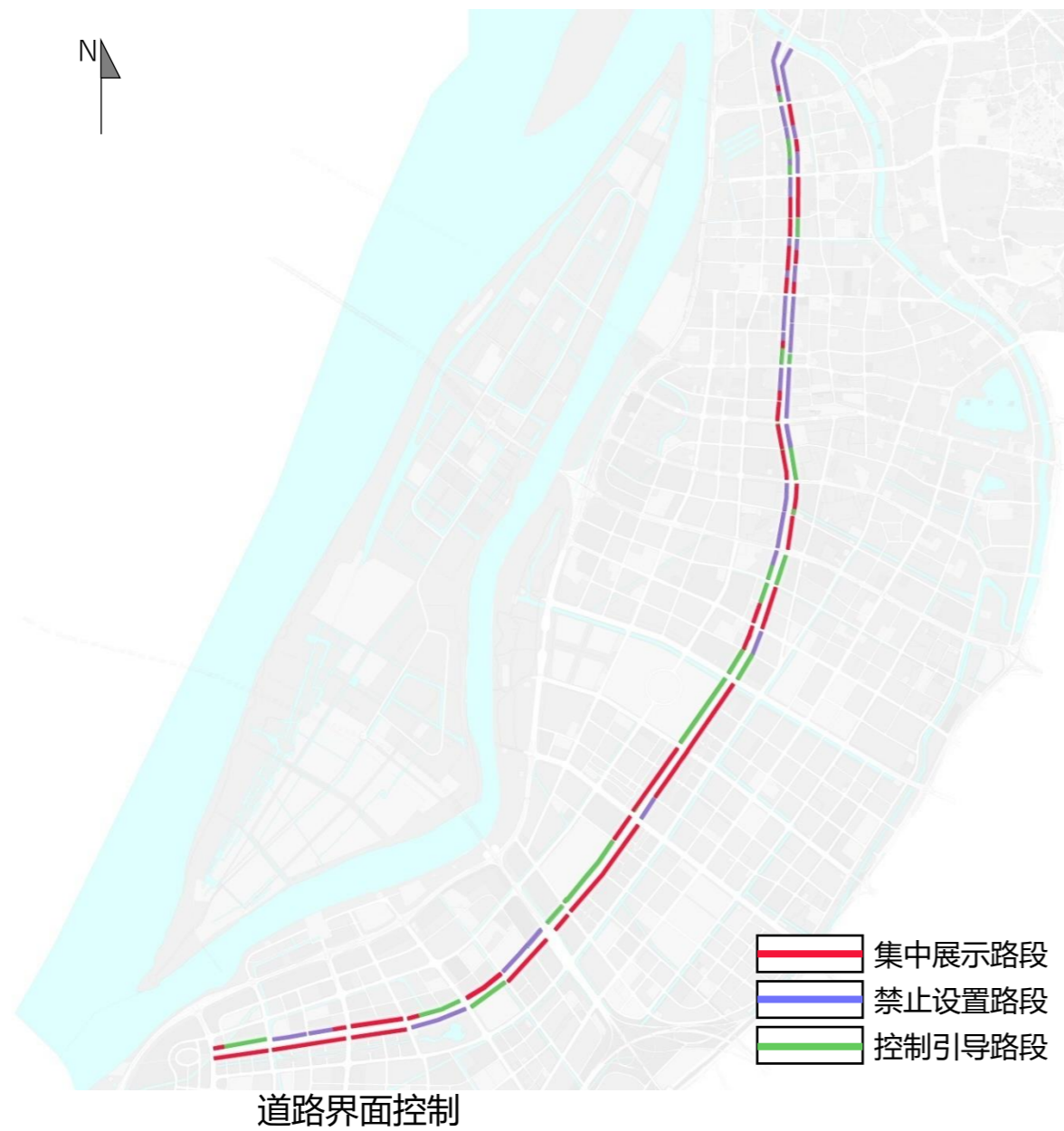


广告设施数量较多, 展示内容缺乏整体控制, 影响建筑立面设施及外观效果。

### 6.3.3 江东快速路户外广告总体规划引导

(1) **道路界面控制**：根据展示界面的强度划分，明确江东路的主要展示界面为：汉中门大街到集庆门大街路段西侧；集庆门大街到应天大街路段东侧；月安街到松花江西街路段两侧；梦都大街到江山大街两侧；平良大街到红河路两侧。

(2) **区域强度控制**：根据规划用地情况，依据用地属性与功能的不同，明确江东路的主要展示区为：金盛装饰城（现状）、万达商场（现状）、金鹰世界（现状）、中央商场（现状）、南京金融城（现状）、南京市民中心（规划）、鱼嘴商务区（规划）等。



### 6.3.4 江东快速路现状广告设施引导

已许可&拟许可户外广告设施设置统计表

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	金盛家具	墙体LED	商业	1	现状保留
2	A022	金盛家具	墙体看板	商业	2	现状保留
3	A031	万达广场	墙体看板	商业	3	整合提升3-1
4	A032	万达广场	墙体看板	商业	5	整合提升5-3
5	A033	万达广场	墙体看板	商业	4	整合提升4-2
6	A034	万达广场	墙体看板	商业	8	现状保留
7	A035	万达广场	墙体看板	商业	3	整合提升3-2
8	A036	万达广场	墙体看板	商业	3	现状保留
9	A037	万达广场	墙体看板	商业	5	现状保留
10	MCH-A011	苏果超市恒盈名居	墙体LED	商业	1	现状保留
11	MCH-A012	苏果超市恒盈名居	墙体看板	商业	1	现状保留
12	MCH-A013	苏果超市恒盈名居	墙体看板	商业	2	现状保留
13	B041	嘉勒彼广场	墙体看板	商业	1	现状保留
14	B042	嘉勒彼广场	墙体看板	商业	6	整合提升6-4
15	B07	金鹰世界	墙体灯箱	商业	8	整合提升
16	A017	江东门隧道	隧桥LED	商业	1	现状保留, 到期拆除

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
17	A05	欧洲城	墙体灯箱	商业	6	整合提升6-3
18	NY-B05	欧洲城	墙体LED	商业	1	现状保留
19	SZ-B05	中央商场	墙体LED	商业	1	现状保留
20	A03	金奥中心	墙体灯箱	商业	3	整合提升3-1
21	A05	永隆家具	墙体LED	商业	1	现状保留
22	B01	奥体中心	墙体LED	商业	1	现状保留
27	A011	华彩天地	墙体灯箱	商业	2	整合提升
28	A012	华彩天地	墙体灯箱	商业	1	整合提升
29	A013	华彩天地	墙体灯箱	商业	6	整合提升
30	A014	华彩天地	墙体灯箱	商业	1	整合提升
31	A015	华彩天地	墙体灯箱	商业	3	整合提升
32	A02	江苏教育台	墙体LED	商业	2	现状保留
33	B02	江苏教育台	墙体LED	商业	1	现状保留
34	A03	华彩绘	墙体灯箱	商业	4	现状保留
35	A061	过街天桥	墙体看板	商业	4	现状保留, 到期拆除
36	A061	过街天桥	墙体看板	商业	4	现状保留, 到期拆除
37	A061	过街天桥	墙体看板	商业	4	现状保留, 到期拆除
38	A061	过街天桥	墙体看板	商业	4	现状保留, 到期拆除

历史存量户外广告设施设置统计表

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	C051	欧洲城	墙体看板	商业	2	现状保留
2	C052	欧洲城	墙体看板	商业	7	整合提升7-3
3	C053	欧洲城	墙体看板	商业	10	整合提升10-5
4	C054	欧洲城	墙体看板	商业	7	整合提升 7-3
5	C055	欧洲城	墙体看板	商业	3	整合提升 3-1
6	C055	欧洲城	墙体看板	商业	1	现状保留
7	C057	欧洲城	墙体看板	商业	4	整合提升 4-1
8	C058	欧洲城	墙体看板	商业	5	整合提升 5-3
9	C011	奥体中心	墙体看板	商业	1	影响建筑立面美感 远期拆除
10	C012	奥体中心	墙体看板	商业	1	品质欠佳, 提档升级
11	C013	奥体中心	墙体看板	商业	1	品质欠佳, 提档升级
12	C014	奥体中心	墙体看板	商业	1	影响建筑立面美感 远期拆除
13	C12	新华报业传媒	墙体LED	商业	1	现状保留
14	C18	梦都大街136号	墙体LED	商业	1	现状保留
15	C19	应天大街高架	隧桥看板	公益	1	现状保留
16	C071	金鹰世界	墙体LED	商业	1	现状保留
17	C072	金鹰世界	墙体LED	商业	1	现状保留
18	C17	兴隆大街	围墙看板	公益	1	临时广告, 远期拆除
19	C081	万达中心	落地灯箱	商业	11	整合提升 11-7

序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
20	C082	万达中心	墙体看板	商业	9	位置随意, 影响建筑立面美感, 远期拆除
21	C03	万达广场	落地LED	商业	5	整合提升 5-1
22	C21	国际博览中心	墙体LED	公益	2	现状保留
23	C22	国际博览中心	墙体LED	公益	2	现状保留
24	C23	国际博览中心	落地LED	公益	3	现状保留
25	C25	国际博览中心	墙体LED	公益	2	现状保留
26	C031	金盛摩尔	墙体LED	商业	1	现状保留, 维修设备
27	C032	金盛摩尔	墙体灯箱	商业	3	位置随意, 影响建筑立面美感, 远期拆除
28	C033	金盛摩尔	墙体LED	商业	1	现状保留, 维修设备
29	C034	金盛摩尔	墙体灯箱	商业	2	整合提升
30	C035	金盛摩尔	橱窗看板	商业	3	现状保留
31	C041	金盛百货	墙体看板	商业	5	尺度过大, 影响建筑立面美感, 远期拆除
32	C042	金盛百货	墙体LED	商业	1	现状保留
33	C051	典雅大厦	墙体看板	商业	4	位置随意, 影响建筑立面美感 远期拆除
34	C052	典雅大厦	墙体LED	商业	1	现状保留
35	C10	春光大厦	墙体LED	商业	1	现状保留
36	C14	隧道入口	墙体LED	商业	1	现状保留, 到期拆除

规划新增户外广告设施设置统计表

序号	地块名称	类型	性质	点位设施数量	备注
1	世茂商业综合体	墙体灯箱&LED	商业	4	商办混合用地
2	吾悦广场	墙体3D屏&看板 &LED	商业	9	商办混合用地
3	金融城二期	墙体灯箱&LED	商业	23	商办混合用地
4	鱼嘴商务区南侧	墙体灯箱&LED	商业	45	商办混合用地
5	鱼嘴商务区北侧	墙体灯箱&LED	商业	8	商业&商办混合
6	奥体苏宁广场	墙体灯箱	商业	6	商业用地
7	正荣中心	墙体灯箱&LED	商业	1	商办混合用地
8	金地中心	墙体灯箱&LED	商业	4	商办混合用地
9	市民中心北侧	墙体灯箱	商业	12	商办混合用地
10	生态公园北侧	墙体灯箱	商业	9	商住混合用地
	总计			121	

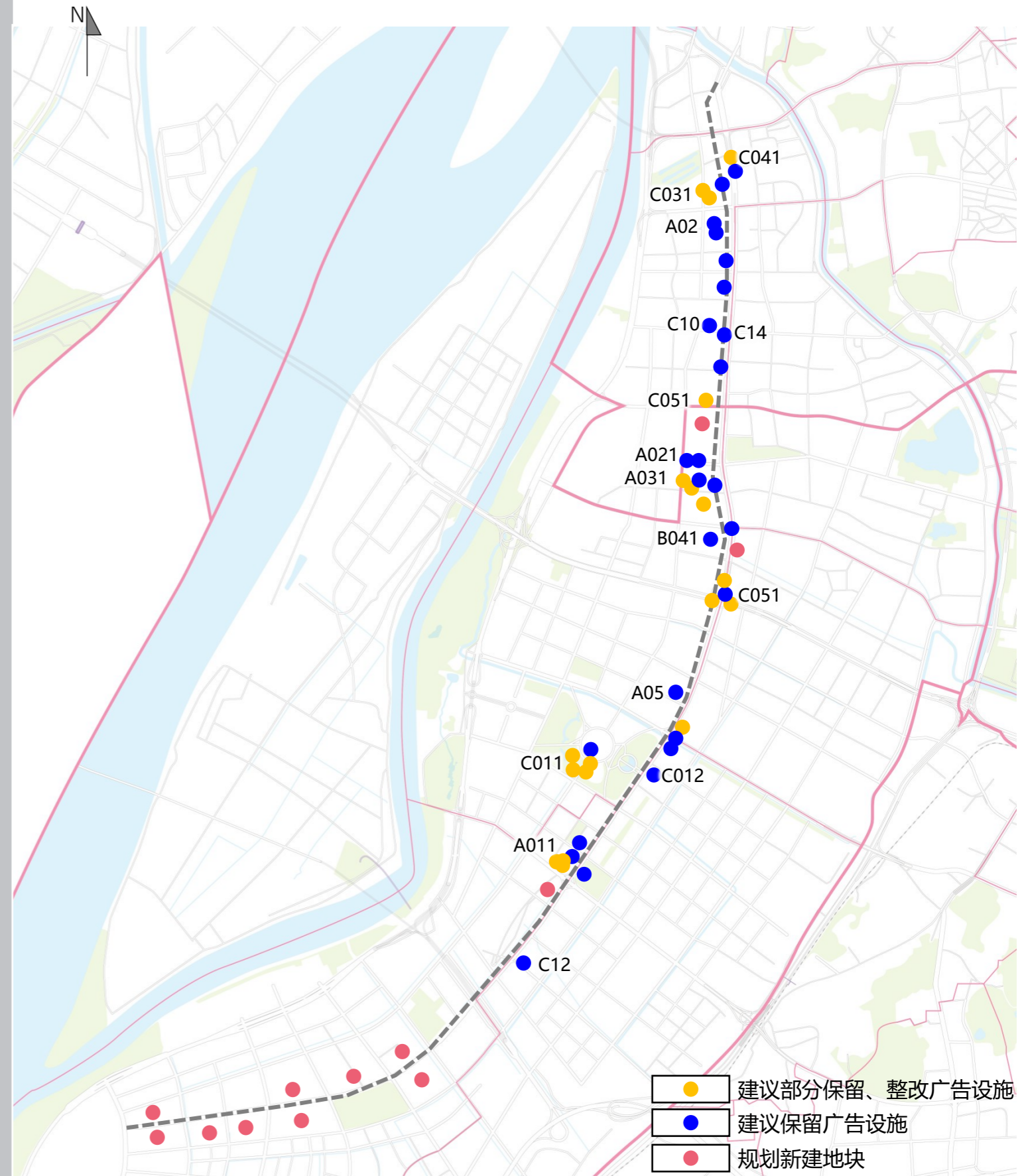
规划数据对比

现状户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	落地灯箱	落地LED	其他	总计
数量(块)	129	41	26	11	8	6	221

规划户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	落地灯箱	落地LED	其他	总计
数量(块)	71	24	26	7	4	5	137



## 6.4 中山南路、中山东路、中山北路、汉中路户外广告设施设置控制引导

### 6.4.1 区位现状

中山南路、中山东路、中山北路、汉中路以新街口为交点向城市四个方向延伸，隶属鼓楼、玄武、秦淮三区，构建起南京中心城区最重要的道路骨架。

中山东路西起中山南路、东至中山门大街，全长约4公里。两侧商业、居住、科研用地为主，途径东华门、明故宫、南京博物院、南京航空航天大学、东部战区总医院等，是南京东向出城连接沪宁高速的主要通道。

汉中路西起虎踞路、东至中山南路，全长约1.5公里。两侧分布商业、医疗、科研、教育用地，途径金鹰国际商城、南京市口腔医院、江苏省中医院、南京市药科大学、南京市医科大学等地。

中山南路北起汉中路、南至应天大街，全长约4公里。两侧用地以商业、居住为主，途径老城南特色风貌区、中央商场、新街口百货等地。

中山路北起北京路、南至汉中路，全长约2公里。两侧商业用地为主，途径江苏广电城、鼓楼医院、南京大学、金陵中学、南京市人民中学、金陵饭店、德基广场等地。

中山北路北至长江、南至北京东路，全长约6公里。两侧用地以商业、居住、教育科研为主，途径鼓楼广场、紫峰大厦、国民政府旧址等地。





### 6.4.2 现状评价

现状共有户外广告设施218块，主要集中在新街口商圈。其中合法及拟合法设施103块，历史存量设施115块。以设置在建构物上的墙体灯箱、墙体LED为主。



墙体LED



墙体LED



墙体看板



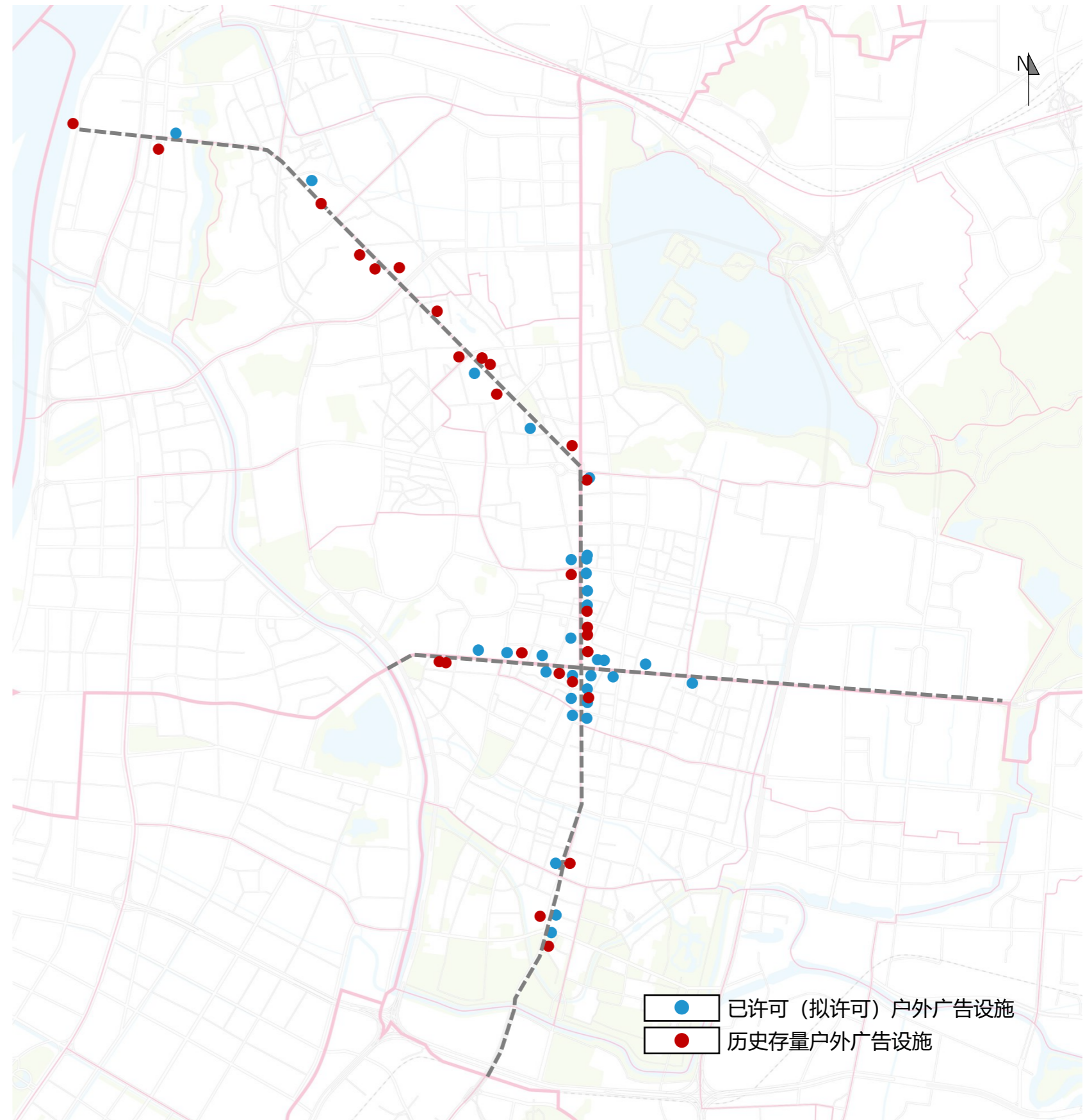
墙体看板



墙体灯箱



墙体灯箱



### 6.4.3 中山路、中山北路户外广告设施设置规划引导

已许可&拟许可户外广告设施设置统计表

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	A04	羲和广场	墙体LED	商业	1	现状保留
2	A012	新世界广场	墙体看板	商业	1	提档升级
3	A013	新世界广场	墙体看板	商业	3	现状保留
4	A011	天时商贸	墙体LED	商业	1	尺度过大,遮挡窗户,远期拆除
5	A012	天时商贸	墙体看板	商业	3	尺度过大,遮挡窗户,远期拆除
6	A061	艾尚天地	墙体灯箱	商业	8	现状保留
7	A062	艾尚天地	墙体灯箱	商业	7	现状保留
8	B07	中山大厦	墙体LED	商业	1	屋顶广告,远期拆除
9	A08	金鹰天地	墙体LED	商业	1	现状保留
10	B081	金鹰天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
11	B082	金鹰天地	墙体灯箱	商业	12	现状保留
12	B083	金鹰天地	墙体看板	商业	1	现状保留
13	A10	邮政大厦	墙体LED	商业	1	现状保留
14	A03	龙世中心	墙体看板	商业	1	现状保留
15	A12	鼓楼隧道南侧	墙体LED	商业	1	安全隐患,远期拆除
16	B07	山西路百货	墙体灯箱	商业	5	现状保留
17	B11	保中堂	墙体LED	商业	1	现状保留
18	B03	医科大学第二附属医院	墙体LED	商业	1	现状保留

历史存量户外广告设施设置统计表

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	C051	德基广场	橱窗看板	商业	2	现状保留
2	C052	德基广场	橱窗看板	商业	4	现状保留
3	C053	德基广场	橱窗看板	商业	7	现状保留
4	C054	德基广场	橱窗看板	商业	2	现状保留
5	C055	德基广场	橱窗看板	商业	10	现状保留
6	C056	德基广场	橱窗看板	商业	2	现状保留
7	C061	艾尚天地	墙体灯箱	商业	9	现状保留
8	C063	艾尚天地	墙体LED	商业	2	现状保留
9	C071	中山大厦	墙体看板	商业	2	整合提升2-1
10	C081	金鹰天地	墙体灯箱	商业	1	现状保留
11	C14	易发信息大厦	墙体LED	商业	1	现状保留
12	C072	山西路百货西南侧	落地看板	商业	3	现状保留
13	C091	中央商场山西路店	橱窗看板	商业	4	整合提升4-2
14	C092	中央商场山西路店	橱窗看板	商业	16	整合提升10-6
15	C101	银通大厦	墙体看板	商业	1	现状保留
16	C102	银通大厦	墙体看板	商业	3	整合提升3-1
17	C103	银通大厦	墙体看板	商业	1	影响建筑立面美感,远期拆除
18	C20	鼓楼文化产业中心	墙体灯箱	商业	6	影响建筑立面美感,远期拆除
19	C21	中山北路107号	落地灯箱	商业	6	整合提升6-2
20	C23	华江饭店	墙体LED	商业	1	现状保留
21	C021	山西路1号	墙体LED	商业	1	现状保留
22	C22	山西路1号	墙体灯箱	商业	3	影响建筑立面美感,远期拆除
23	C12	江苏省总工会	墙体看板	商业	1	影响建筑立面美感,远期拆除
24	C05	天佑儿童医院东	天桥看板	商业	4	安全隐患,远期拆除
25	C071	新城市虹桥中心	墙体看板	商业	1	现状保留
26	C075	新城市虹桥中心	墙体看板	商业	2	现状保留
27	C18	中山码头警务站	落地LED	商业	1	现状保留

中山北路沿路分布多处历史建筑及行政办公用地，户外广告规划应着重展示新城现代风貌与文化氛围的融合。在广告设置上以营造现代大气的商业界面。

#### 集中展示路段规划引导

在保持街道整洁、满足人流通行的前提下鼓励广告形式多样化，注重相邻广告的协调，提高街道的整体韵律美。营造有序的空间氛围。提倡与街道家具、街道景观结合设置广告，集中展示商业氛围。

#### 控制引导路段规划引导

沿商住混合用地两侧仅允许结合居住级商业服务设置适量户外广告，但是整体风格应符合宁静、舒适的居住氛围要求。

#### 禁止设置路段规划引导

沿军事用地、行政机构、学校用地路段禁止设置任何形式商业广告。

### 规划数据对比

现状户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	落地看板、灯箱、LED	橱窗看板	天桥看板	总计
数量(块)	20	53	13	8	47	4	145

规划户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	落地看板、灯箱、LED	橱窗看板	屋顶看板	总计
数量(块)	15	44	10	4	35	0	104



道路界面控制

- 集中展示路段
- 禁止设置路段
- 控制引导路段

### 6.4.4 中山南路户外广告设施设置规划引导

中山南路途径城南历史风貌区及夫子庙商区，历史文化感厚重，应着重展示新城风貌与传统建筑、商业氛围的融合。在广告设置上可打造活泼精巧的商业界面。

#### 集中展示路段规划引导

在保持街道整洁、满足人流通行的前提下鼓励广告形式多样化，注重相邻广告的协调，提高街道的整体韵律美。营造有序的空间氛围。提倡与街道家具、街道景观结合设置广告，集中展示商业氛围。

#### 禁止设置路段规划引导

沿居住用地、学校用地路段禁止设置任何形式商业广告。

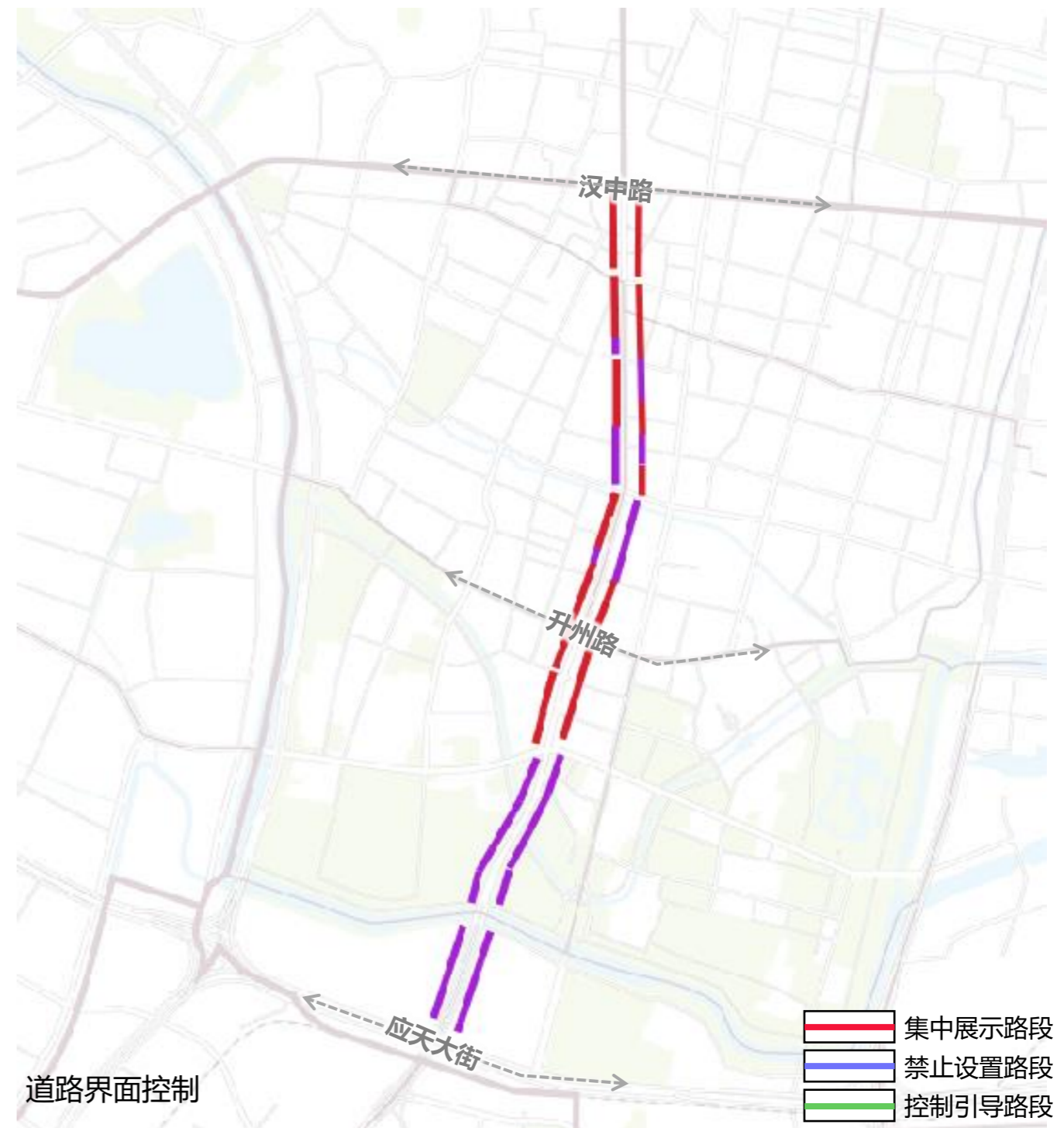
#### 规划数据对比

现状户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	围墙看板	落地LED	屋顶看板	总计
数量(块)	14	18	18	1	0	1	52

规划户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	围墙看板	落地LED	屋顶看板	总计
数量(块)	3	18	15	0	0	1	37



已许可&拟许可户外广告设施设置统计表

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	现状保留
2	A022	新街口百货	墙体看板	商业	1	现状保留
3	A023	新街口百货	墙体LED	商业	1	现状保留
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	现状保留
7	B022	新街口百货	墙体灯箱	商业	1	现状保留
8	B023	新街口百货	墙体LED	商业	1	现状保留
9	A041	大洋百货	墙体LED	商业	1	现状保留
10	A042	大洋百货	墙体LED	商业	1	现状保留
11	B041	大洋百货	墙体灯箱	商业	5	整合提升5-4
12	B042	大洋百货	墙体灯箱	商业	3	整合提升3-2
13	B043	大洋百货	墙体灯箱	商业	3	现状保留
14	A071	东方弗莱德	墙体LED	商业	1	现状保留
15	A072	东方弗莱德	墙体LED	商业	3	现状保留
16	A092	电影公司大楼	墙体看板	商业	1	屋顶广告, 远期拆除
17	A094	电影公司大楼	墙体看板	商业	1	尺寸过大, 远期拆除
18	A095	电影公司大楼	墙体LED	商业	1	现状保留
19	A141	中央商场	墙体LED	商业	1	现状保留
20	A142	中央商场	墙体LED	商业	1	现状保留
21	A15	商贸大厦	墙体LED	商业	1	现状保留
22	B15	商贸大厦	墙体看板	商业	2	现状保留
23	A03	熙南里街区	墙体LED	商业	1	现状保留
24	A151	福中大厦	墙体看板	商业	1	遮挡窗户, 远期拆除
25	A152	福中大厦	墙体看板	商业	1	遮挡窗户, 远期拆除
26	B03	通福大厦	墙体看板	商业	5	遮挡窗户, 远期拆除
27	A041	普天办公楼	墙体LED	商业	1	屋顶广告, 远期拆除
28	A042	普天办公楼	墙体看板	商业	1	遮挡窗户, 远期拆除

历史存量户外广告设施设置统计表

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LED	商业	1	现状保留
3	C071	东方弗莱德	楼顶看板	商业	1	屋顶广告, 远期拆除
4	C09	普天员工食堂	围墙看板	公益	1	提档升级
5	C08	中山南路321号	墙体看板	商业	1	遮挡窗户, 远期拆除

### 6.4.5 中山东路广告规划引导

中山东路的中山南路至龙蟠路段仍属于新街口商圈，沿路商业、商办用地居多，应打造整洁大气的商务氛围。龙蟠路至苜蓿园大街段途径明故宫历史风貌区，此段应以保护历史风貌为主，沿路除商业用地周边可少量设置外，禁止沿路设置户外广告。

已许可&拟许可户外广告设施设置统计表

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	A011	新世界广场	墙体LED	商业	1	现状保留
2	A012	新世界广场	墙体看板	商业	1	提档升级
3	A013	新世界广场	墙体看板	商业	3	提档升级
4	A011	天时商贸	墙体LED	商业	1	尺寸过大, 远期拆除
5	A012	天时商贸	墙体看板	商业	3	遮挡窗户, 远期拆除
6	A11	全民健身中心	墙体看板	商业	4	提档升级
7	A09	新华大厦	墙体看板	商业	2	远期拆除

历史存量户外广告设施设置统计表

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	C191	友谊华联	墙体LED	商业	1	现状保留
2	C192	友谊华联	墙体LED	商业	1	现状保留
3	C071	东方弗莱德	楼顶看板	商业	1	屋顶广告, 远期拆除
4	C11	全民健身中心	墙体看板	商业	7	整合提升7-2



#### 规划数据对比

现状户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	围墙看板	落地LED	屋顶看板	总计
数量(块)	20	0	4	0	0	1	25

规划户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	围墙看板	落地LED	屋顶看板	总计
数量(块)	9	0	3	0	0	0	14



### 6.4.6 汉中路广告规划引导

汉中路的中山南路至莫愁路段仍属于新街口商圈，沿路商业、商办用地居多，应打造浓厚的商务氛围。莫愁路至虎踞路段周边以医疗卫生用地、教育科研用地为主，沿路除商业用地周边可少量设置外，禁止沿路设置户外广告。

已许可&拟许可户外广告设施设置统计表

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	B17	金鹰国际	墙体LED	商业	1	现状保留
2	A02	友谊整形医院	墙体LED	商业	1	与建筑用途不符，远期拆除
3	A04	金轮国际广场	墙体LED	商业	1	现状保留
5	A10	光大银行建筑	墙体LED	商业	1	现状保留

历史存量户外广告设施设置统计表

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	C046	金轮国际广场	墙体看板	商业	3	影响建筑立面美感，远期拆除
2	C05	华新大厦	墙体LED	商业	1	现状保留
3	C12	金轮大厦	墙体看板	商业	2	影响建筑立面美感，远期拆除



道路界面控制

#### 规划数据对比

现状户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	围墙看板	落地LED	屋顶看板	总计
数量(块)	5	0	5	0	0	0	10

规划户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体灯箱	墙体LED	围墙看板	落地LED	屋顶看板	总计
数量(块)	0	0	4	0	0	0	4

## 第七章 城市重要节点户外广告设施设置 控制与引导（点）

7.1 新街口商圈

7.2 河西商圈

7.3 城市重要对外交通枢纽节点

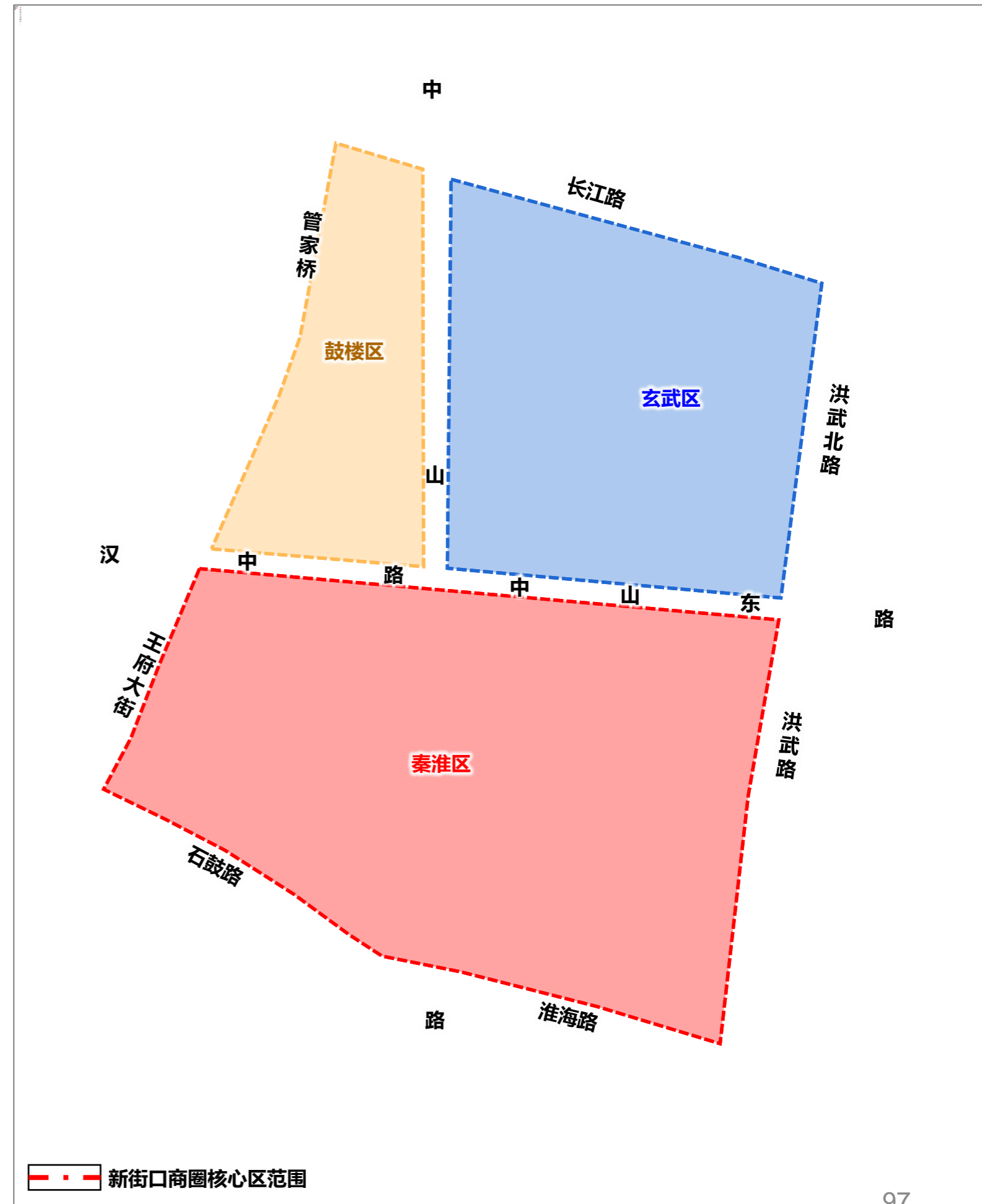
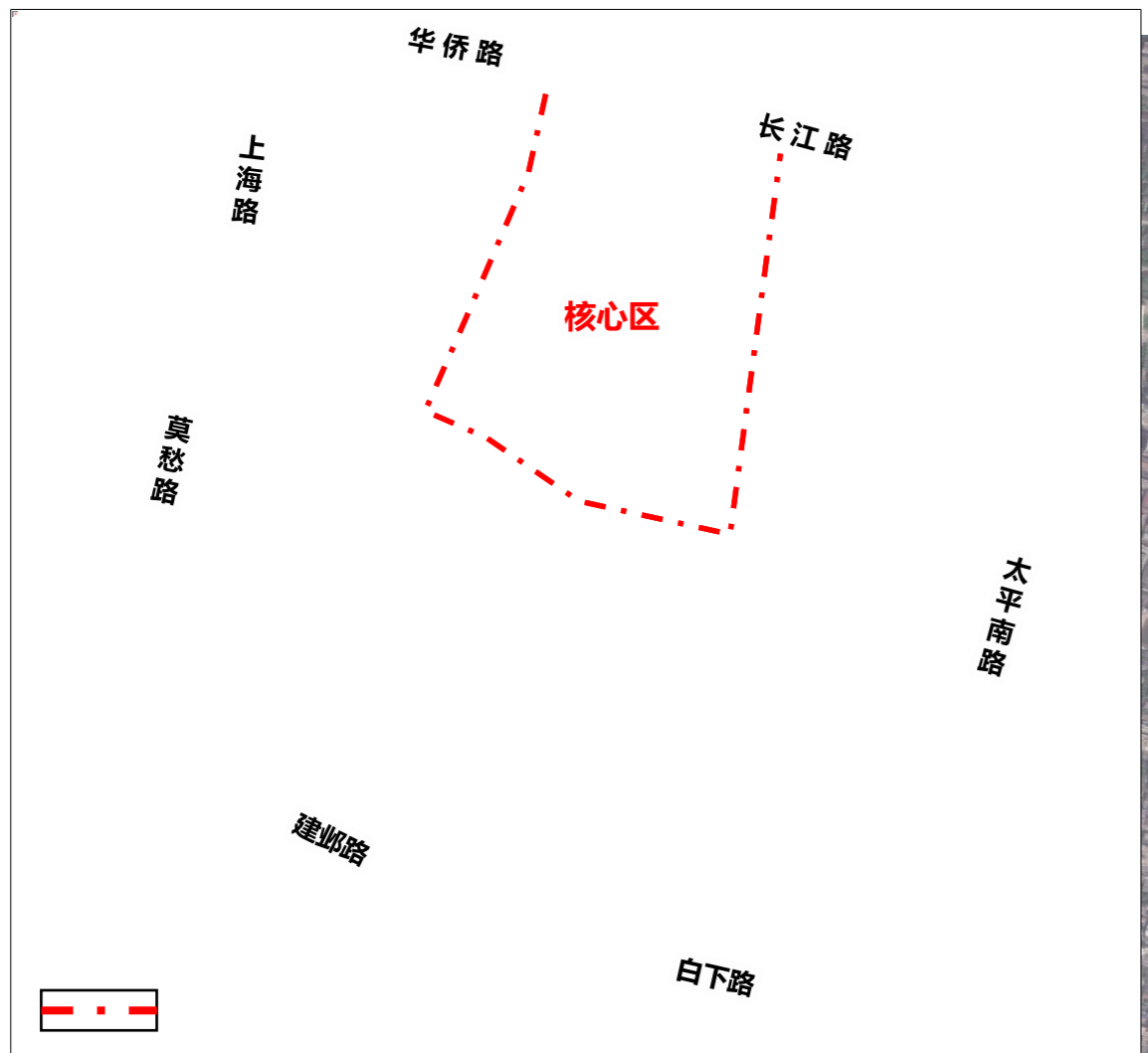
## 第七章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导 (点)

### 7.1 新街口商圈

#### 7.1.1 商圈区位

南京新街口商圈位于城市中心区域，其范围北至长江路、华侨路，南至建业路、白下路，西至莫愁路、上海路，东至洪武路、洪武北路，总面积约292.26公顷，其中核心区范围为：北至长江路、华侨路，南至石鼓路、淮海路，西至王府大街、管家桥，东至洪武路、洪武北路，核心区面积50.12公顷。

新街口商圈是中国著名的商业中心，拥有百年历史，被誉为“中华第一商圈”，是南京的城市核心。行政区划重分属秦淮区、鼓楼区、玄武区。



## 7.1.2 户外广告现状评价

### (1) 构筑物户外广告

新街口商圈现状设置在构筑物上的户外广告共有49处，其中已许可及拟许可设施32处，历史存量户外广告设施17处，总计广告设施数量118块，主要分布在德基广场、新街口百货、南京国际金融中心、苏宁易购商贸世纪广场、中央商场、大洋百货等商业商务集中片区。



A022 合法 新街口百货 墙体灯箱

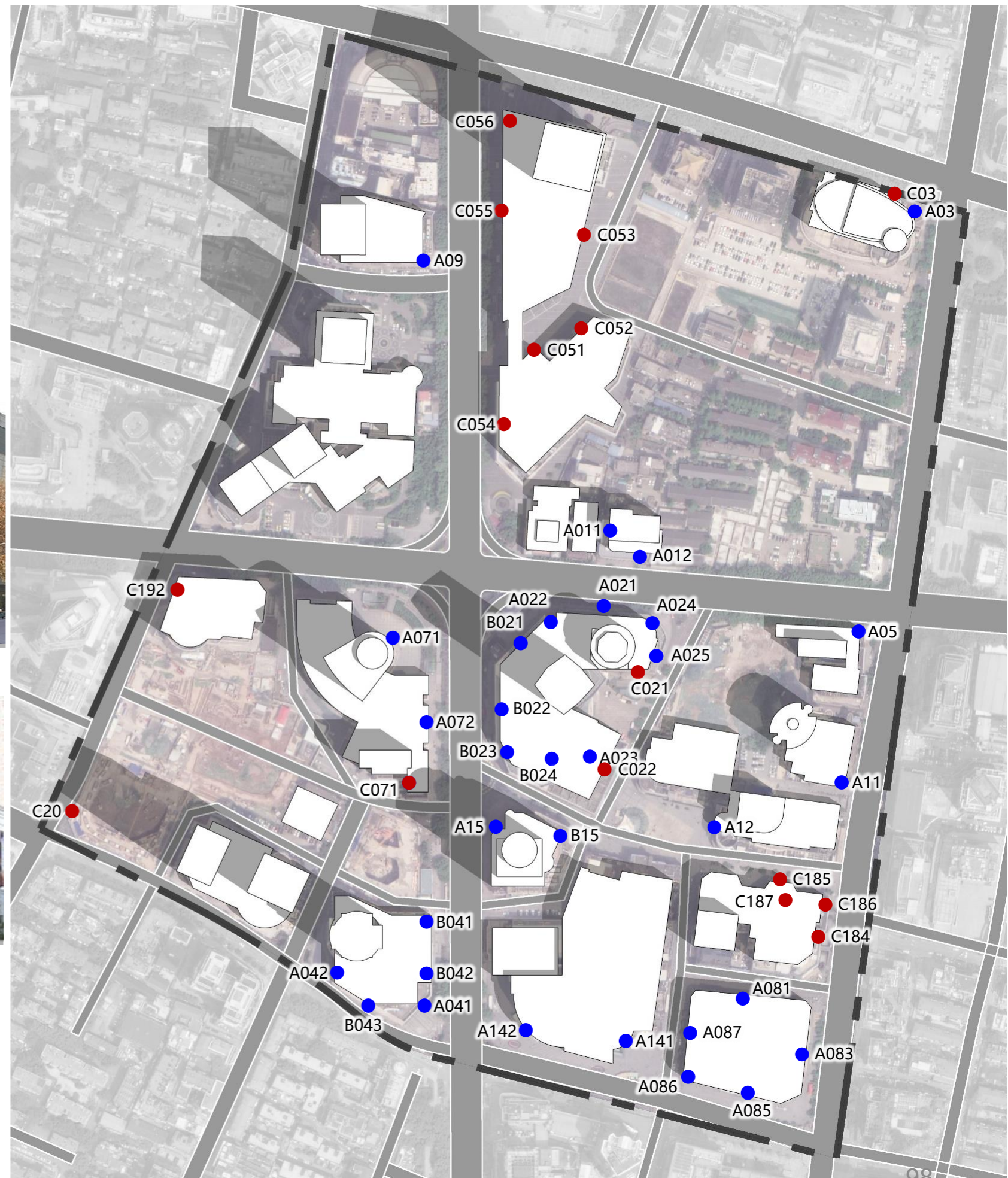
A041 合法 大洋百货 墙体LED



B15 拟合法 苏宁易购 墙体看板

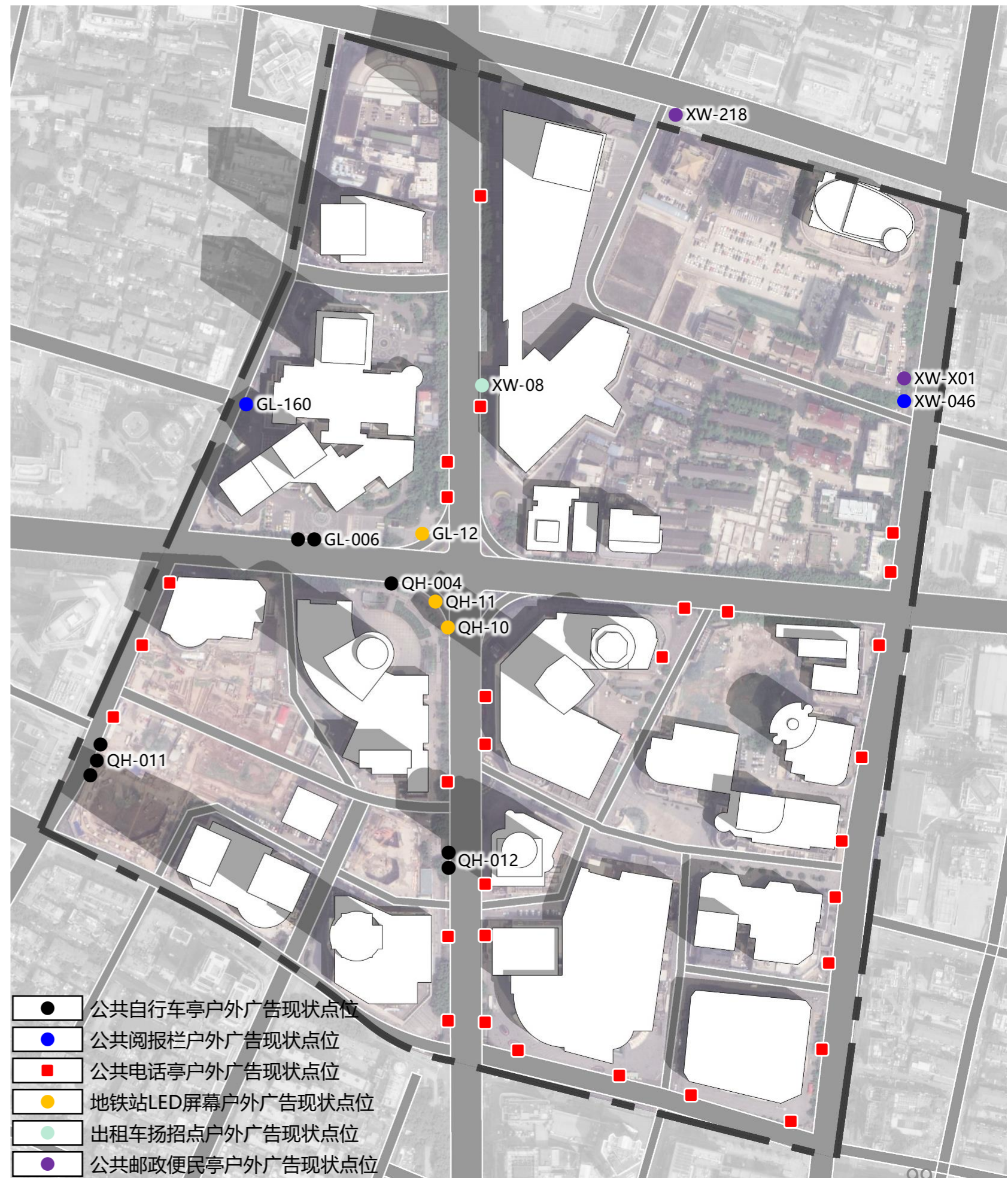
C071 违法 南京国际金融中心 楼顶看板

- 已许可、拟许可户外广告设施
- 历史存量户外广告设施



## (2) 公共设施户外广告

新街口商圈现状设置于公共设施的户外广告共有46处，其中公共自行车亭8处、公共阅报栏2处，公共电话亭30处，地铁站LED3处，出租车扬招点1处，公共邮政便民亭2处。





### (3) 存在问题



1、展示界面杂乱, 与建构物上的其他部件相互影响

建构物: 中央商场  
广告编号: A142  
广告类型: 墙体LED  
广告性质: 商业  
设施数量: 1



3、部分墙体看板、灯箱广告设施较为陈旧, 影响展示效果

建构物: 新华大厦  
广告编号: A09  
广告类型: 墙体看板  
广告性质: 商业  
设施数量: 2



2、部分广告设施面积较小, 数量繁杂, 影响展示效果

建构物: 新街口百货  
广告编号: B024  
广告类型: 墙体灯箱  
广告性质: 商业  
设施数量: 8



4、部分广告设施尺度与建筑立面不匹配, 影响展示效果

建构物: 新街口百货  
广告编号: B022  
广告类型: 墙体灯箱  
广告性质: 商业  
设施数量: 1

#### 其他问题:

作为城市级商业中心, 广告设施缺乏新技术、新材料使用  
广告画面杂乱, 色系不一致, 影响建筑整体立面效果

.....

# 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

南京名片

新街口  
商圈

时尚商圈

科技引领

**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。

## (2) 通行界面分析



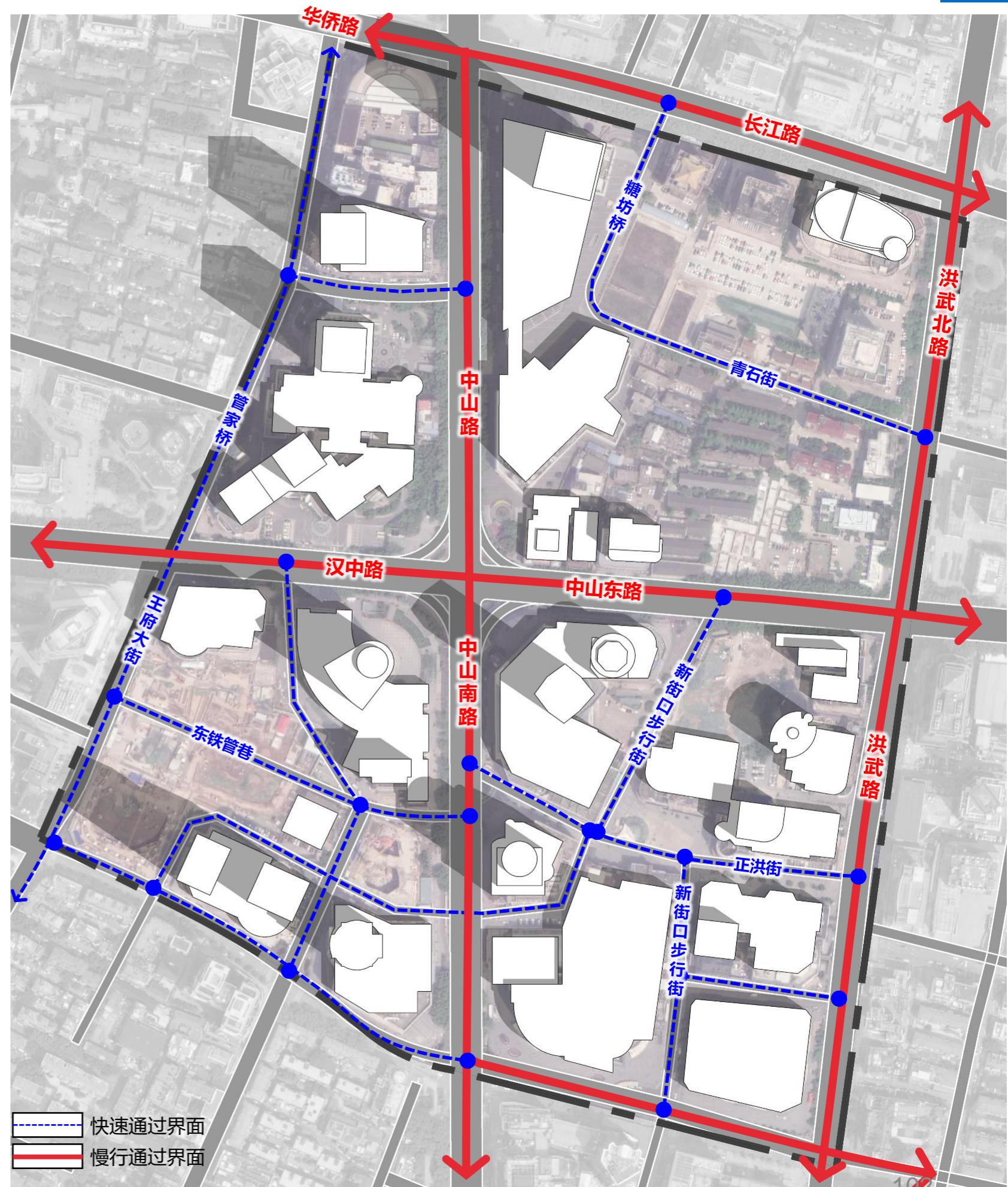
快速通过界面 中山南路

快速通过界面路幅较宽（四车道及以上），以车辆通行为主，建构筑上的户外广告应避免图像杂乱、布置无序、尺寸较小等问题，宜采用LED屏，大型看板及灯箱等设施。



慢行通过界面 新街口商业步行街

慢行通过界面路幅较窄（四车道以下），以步行为主，建构筑上的户外广告应注意与步行空间之间的尺度关系，避免较大面积、照度过强的巨幕广告，宜采用小型看板、落地看板、落地灯箱等设施。



—— 快速通过界面  
—— 慢行通过界面

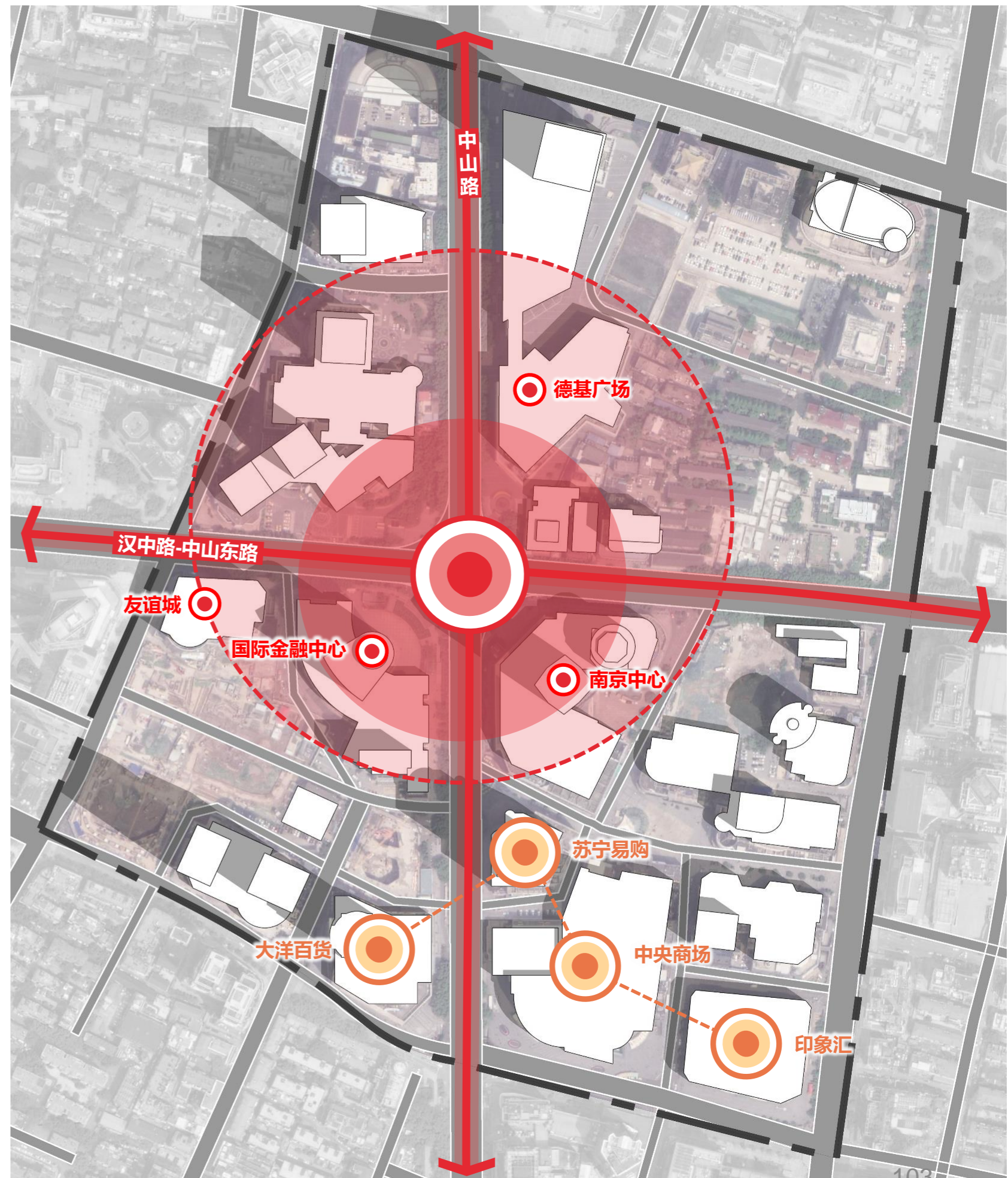
### (3) 空间结构分析

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、都市化的特点。

户外广告设施设置引导要求

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。
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。

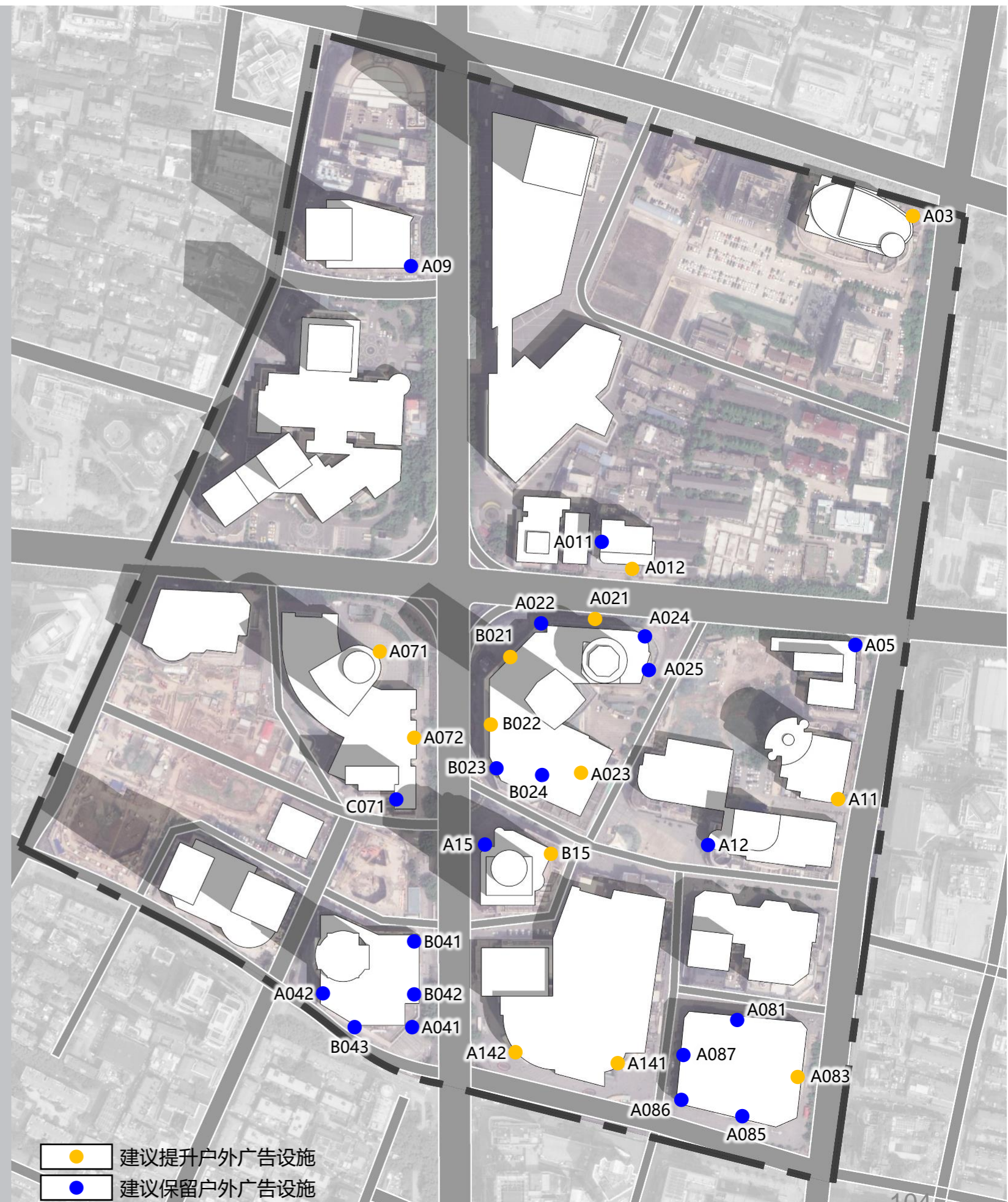


### 7.1.4 户外广告设施设置控制策略

#### (1) 保留、提升户外广告设施 (已许可、拟许可户外广告设施)

已许可、拟许可户外广告设施统计表

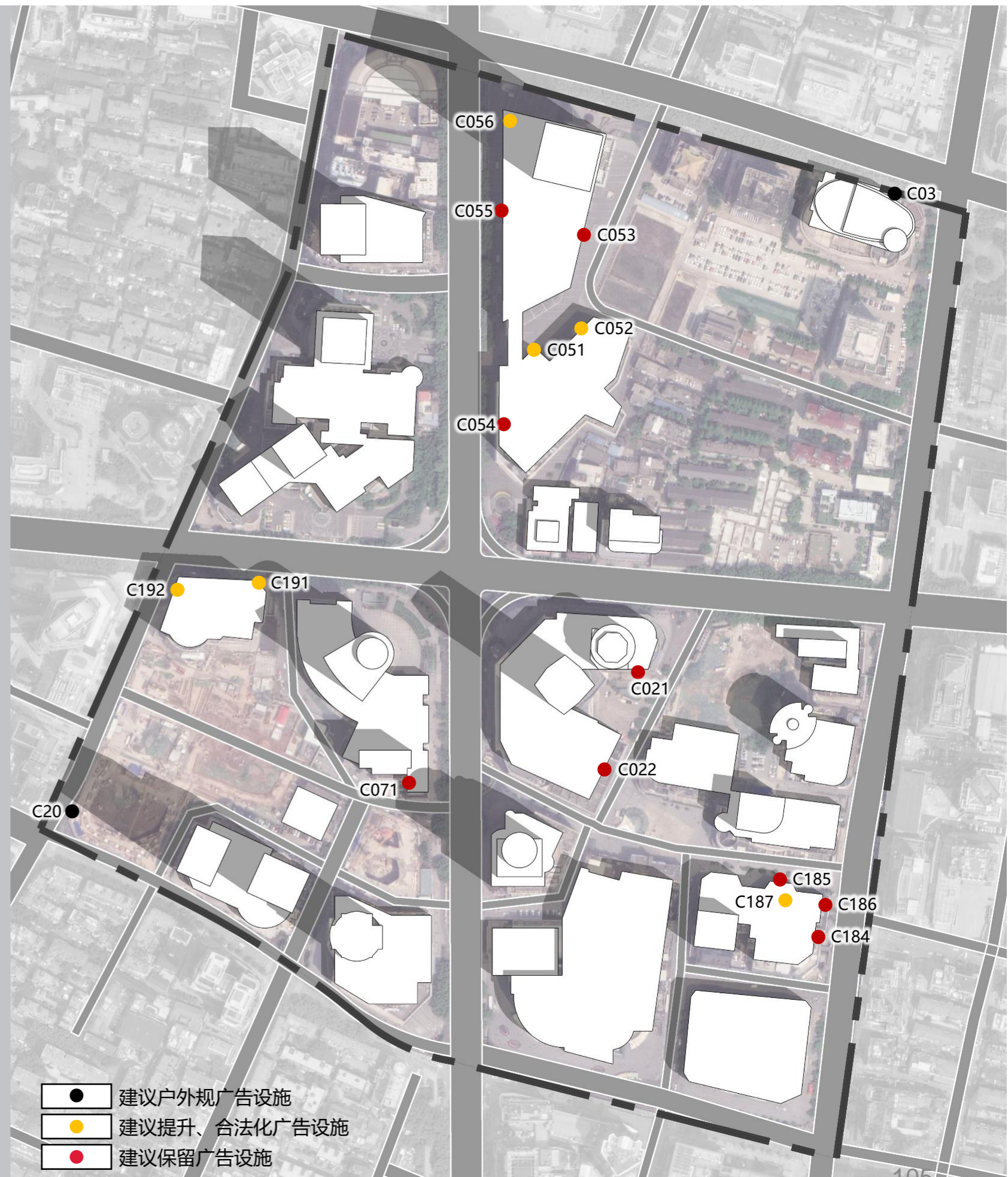
序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	A021	新街口百货	墙体灯箱	商业	3	建议提升
2	A022	新街口百货	墙体灯箱	商业	1	现状保留
3	A023	新街口百货	墙体LED	商业	1	建议提升
4	A024	新街口百货	墙体LED	商业	1	现状保留
5	A025	新街口百货	墙体灯箱	商业	3	现状保留
6	B021	新街口百货	墙体LED	商业	1	建议提升
7	B022	新街口百货	墙体灯箱	商业	1	建议提升
8	B023	新街口百货	墙体LED	商业	1	现状保留
9	B024	新街口百货	墙体灯箱	商业	8	现状保留
10	A041	大洋百货	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	天时国际商贸中心	墙体LED	商业	1	现状保留
31	A012	天时国际商贸中心	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



(2) 保留、提升、拆除户外广告设施 (历史存量户外广告设施)

历史存量户外广告设施统计表

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	友谊广场	墙体LED	商业	1	建议提升
8	C192	友谊广场	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



(3) 规划提升示意



底端对齐

A021 新街口百货墙体灯箱

外观尺寸、位置宜统一、整齐



A142 中央商场墙体LED

应避免与建构物其他设施发生冲突，相互干扰



广告设施尺寸与建筑立面相协调

B022 新街口百货墙体灯箱

广告设施尺寸与建筑立面尺寸应相互协调



重点区域广告设施更新

B021 新街口百货墙体LED

城市重要节点区域的广告设施应更具特色



B042 大洋百货东侧墙体灯箱

相邻广告不宜尺寸相差较大



C187 金贸大厦墙体看板

应避免广告无序、密集出现，宜统一色系，与建筑立面相协调。

### 7.1.5规划数据对比

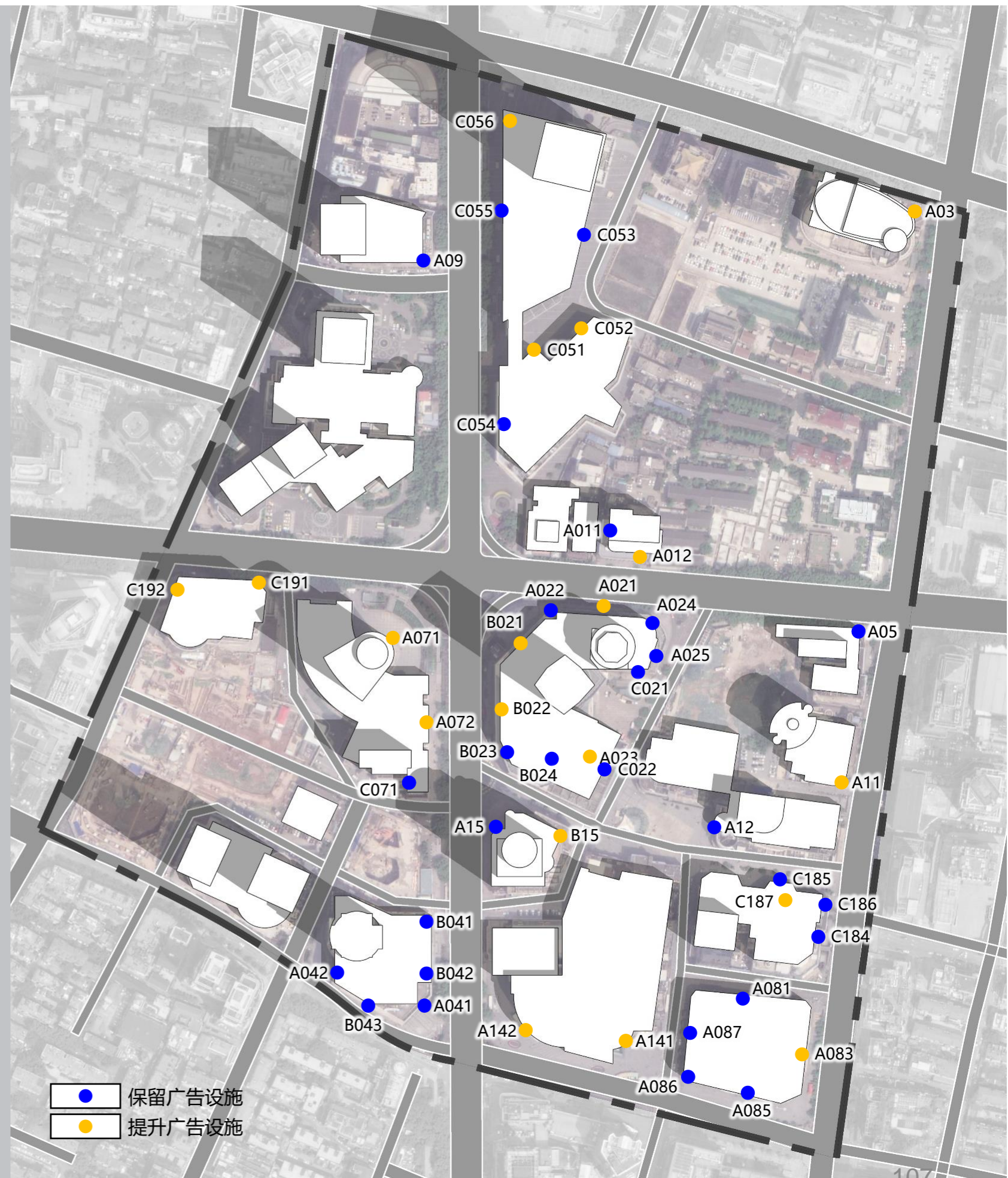
现状户外广告设施设置汇总表

类型	墙体看板	墙体LED	墙体灯箱	落地看板	橱窗广告	围挡看板	总计
数量(块)	31	20	38	1	27	1	118

性质	商业	公益	商业&公益	总计
数量(块)	116	1	1	118
占比	98.30%	0.85%	0.85%	100%

规划户外广告设施设置汇总表

类型	3D艺术屏幕	墙体LED	墙体灯箱	墙体看板	橱窗广告	总计
数量(块)	8	24	35	22	27	116



# 新街口

中华第一商圈+南京城市核心+现代商业中心

7.1.6新技术、新媒体应用示范

楼体LED+类全息投影

巨幕广告屏——城市地标

南京中心

南京国际金融中心

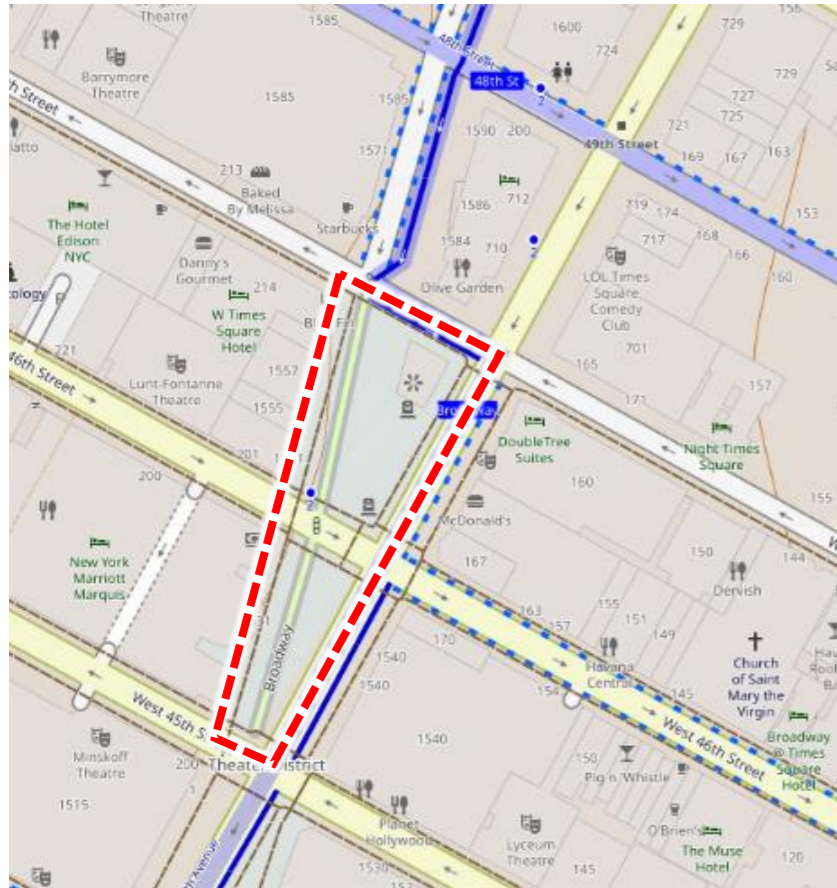
楼体LED+3D广告屏

德基广场

## 新媒体集中展示窗口

- 南京版时代广场
- 兼具现代气息与城市文化
- 强化城市地标

案例参照：纽约时代广场“疯狂三角地 世界的十字路口”规划法令内要求业主必须悬挂亮眼宣传板



半圆柱型NASDAQ（纳斯达克）巨屏广告：时代广场标指 世界性地标

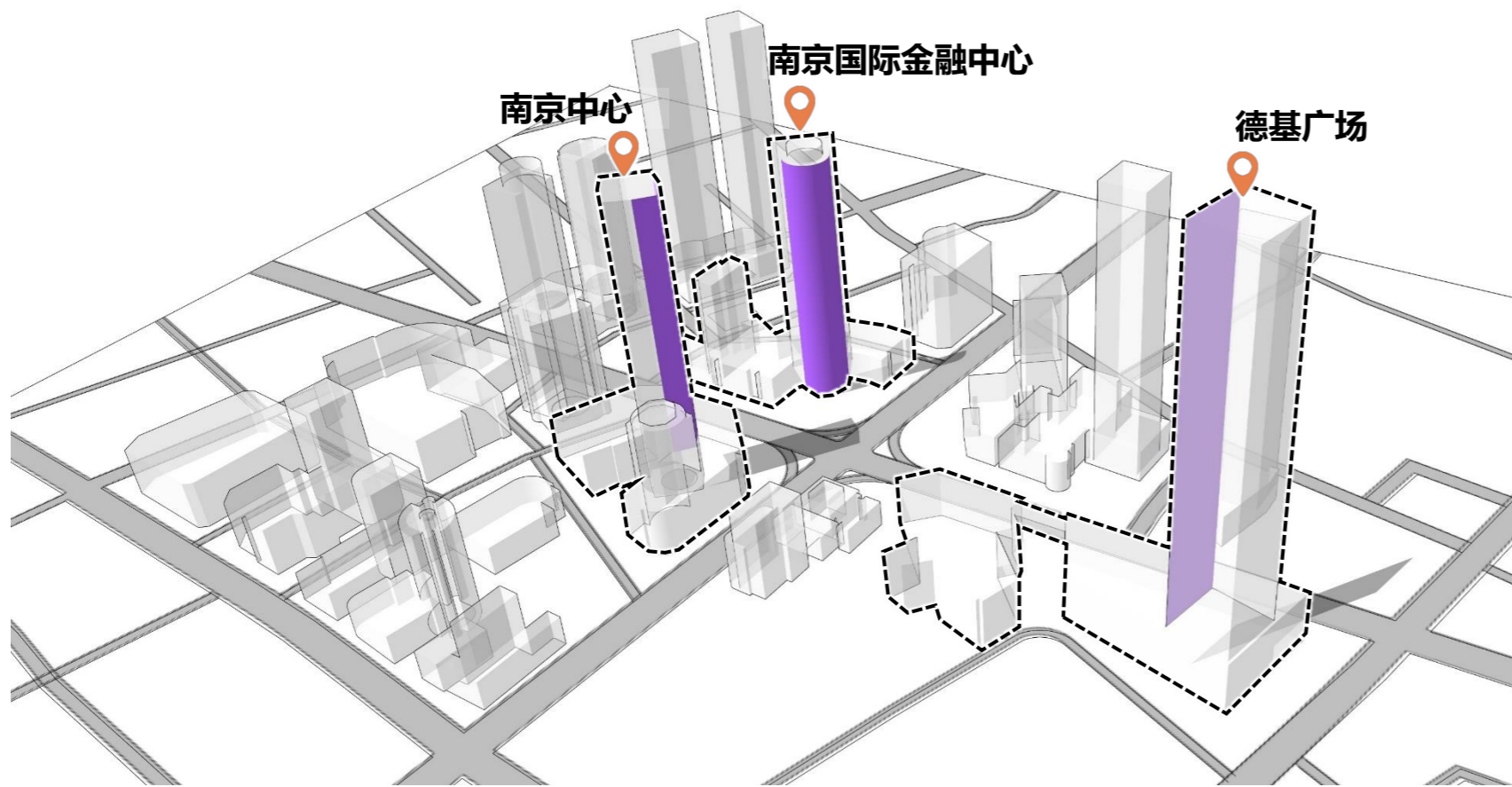


可口可乐广告牌：全球首款、最大3D机械广告牌

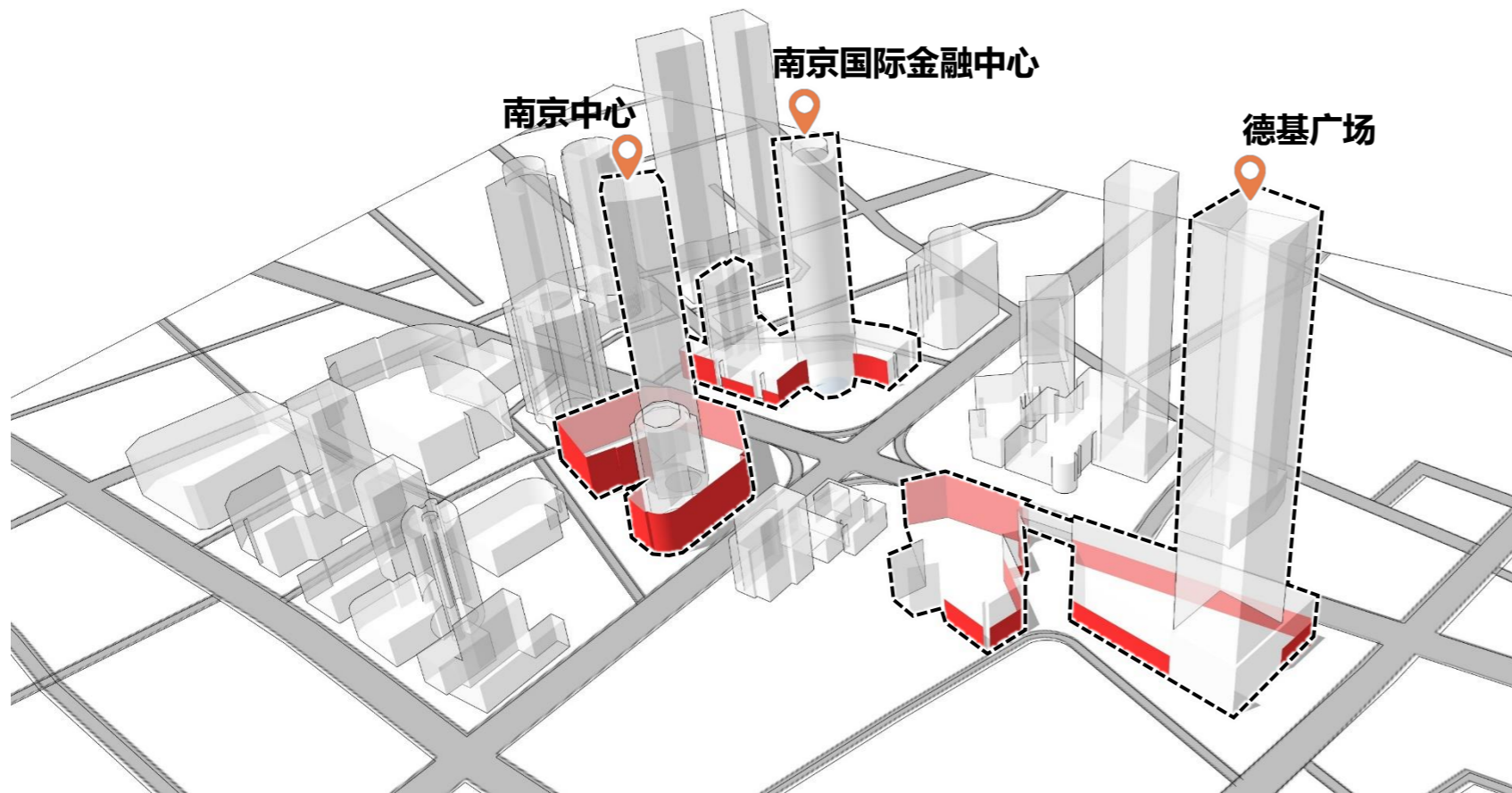


LED广告屏+电视宣传屏：象征纽约的标志

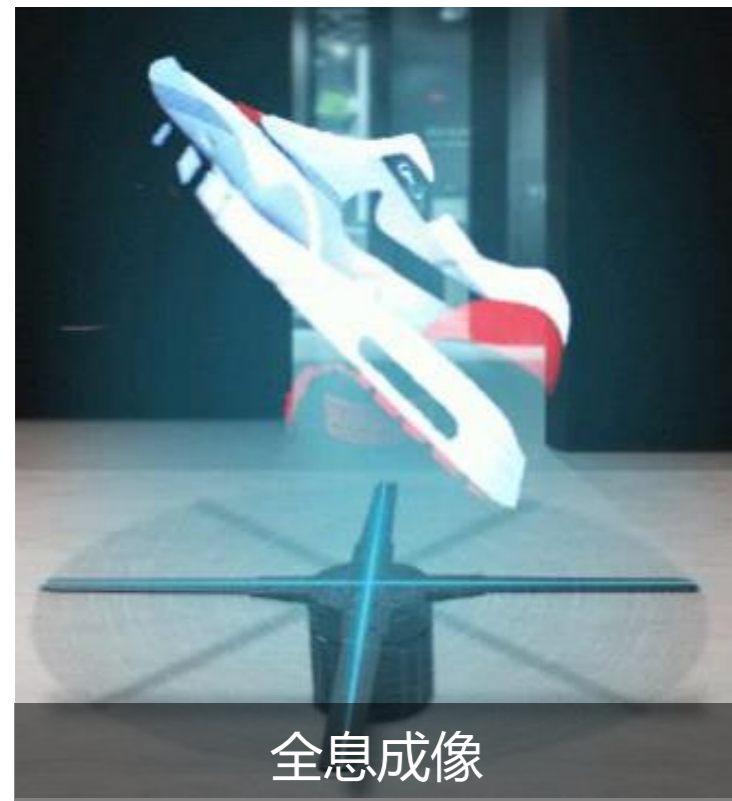
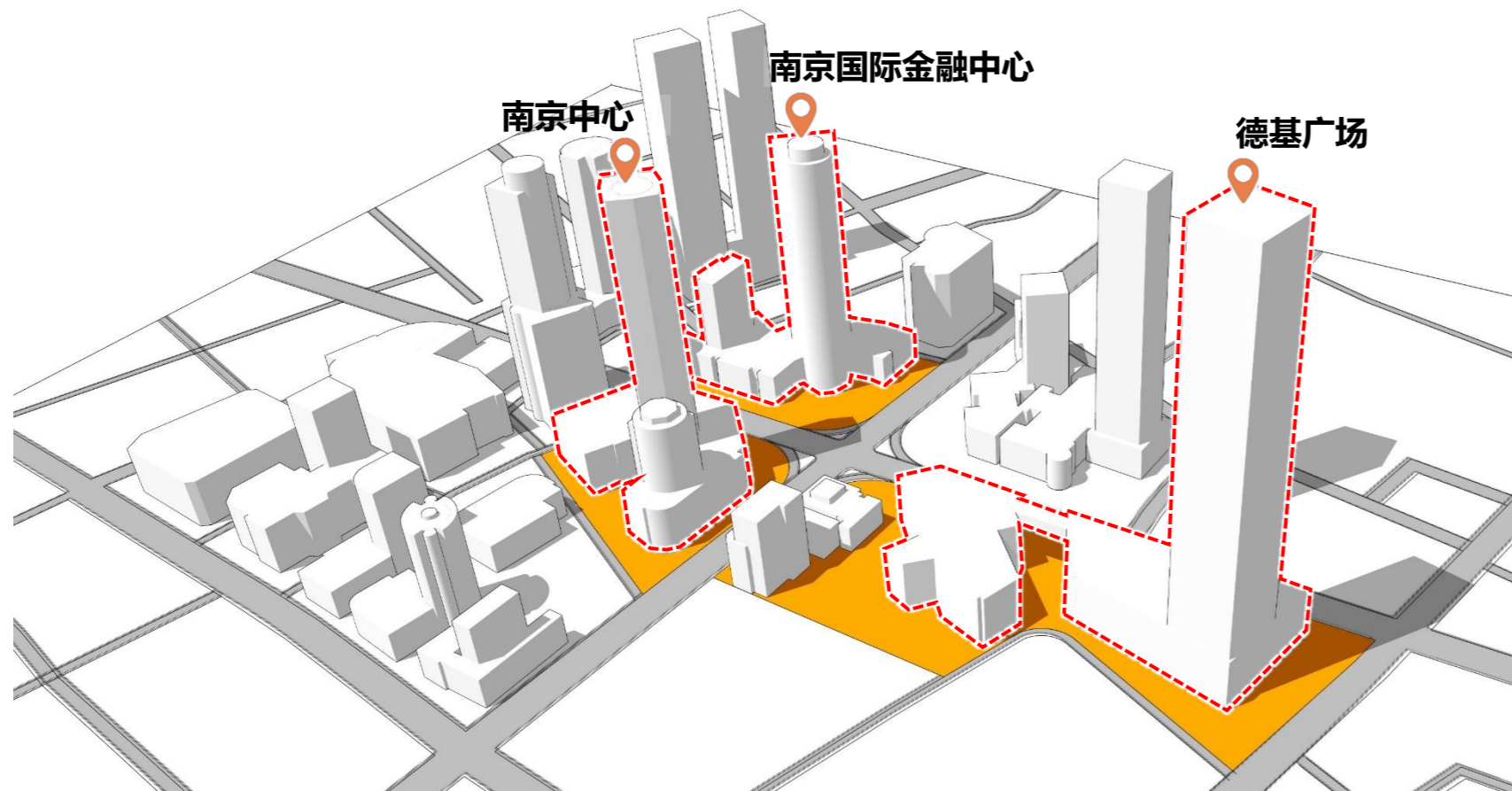
新技术、新媒体建议：楼体LED+灯光秀



新媒体建议：底层商业设施3D+投影广告



新媒体建议：步行街互动落地看板+全息成像+艺术地标



全息成像



地面广告 艺术井盖

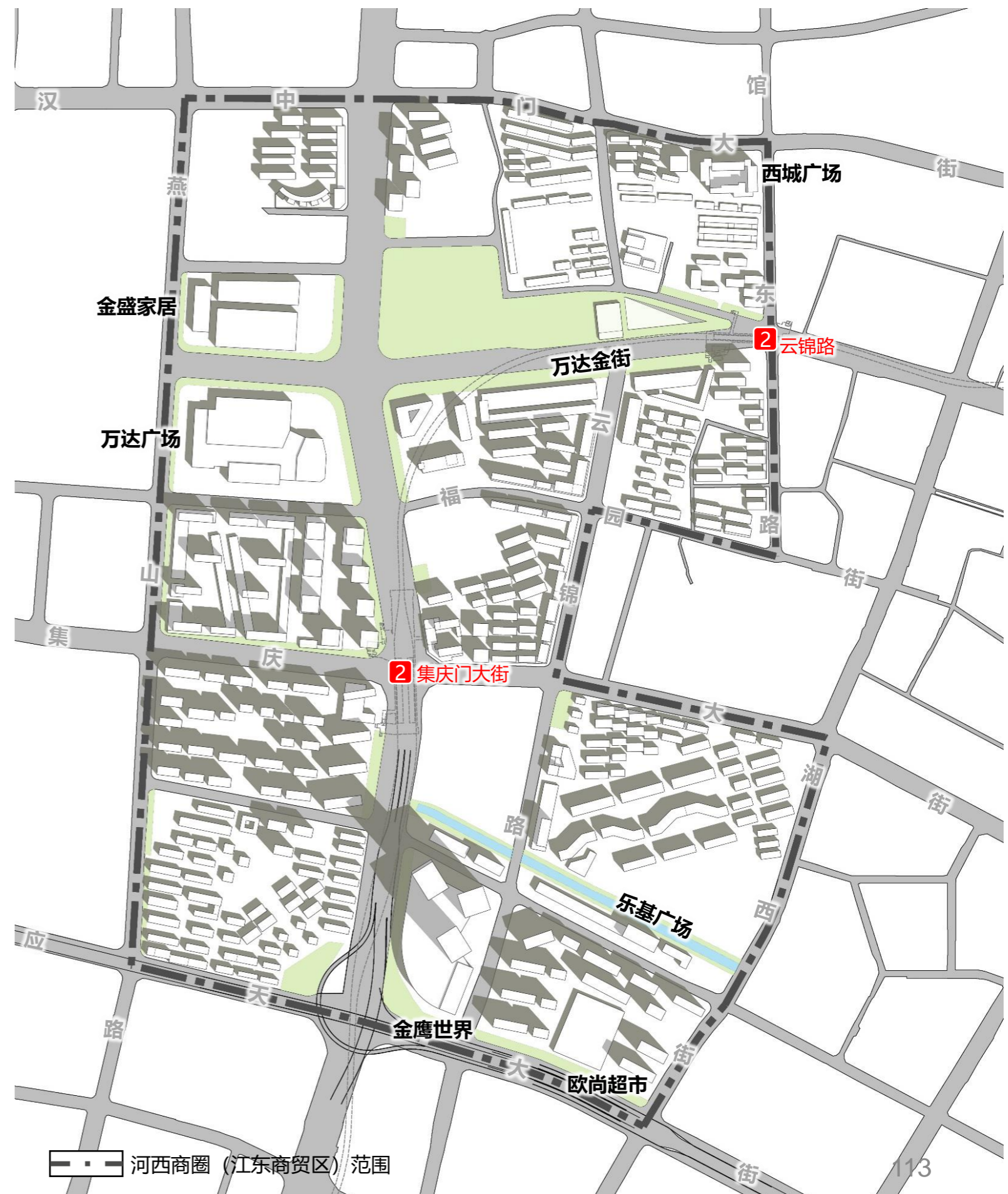
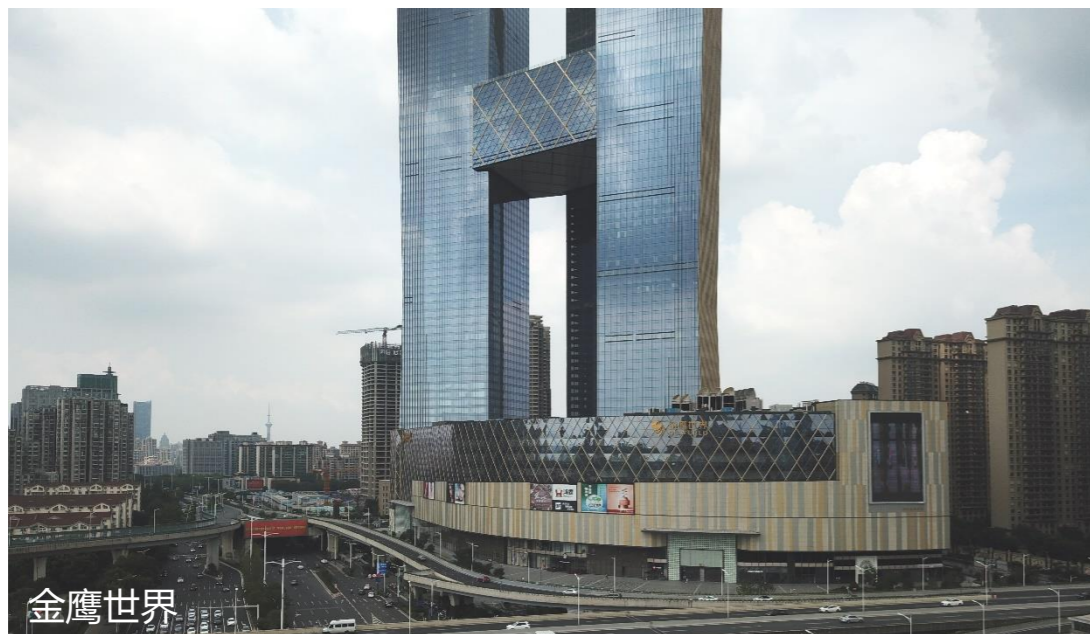


地面广告 艺术地标

## 7.2 河西商圈

### 7.2.1 商圈区位

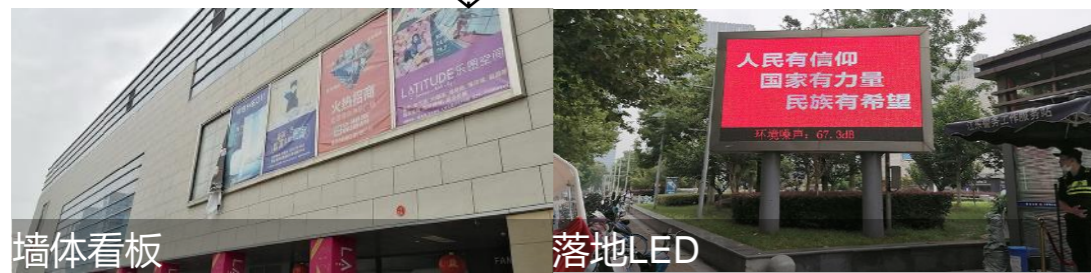
河西商圈位于南京市西部，北至汉中门大街，南至应天大街，西至燕山路，东至馆东路-福园街-云锦路-集庆门大街-湖西街，总面积约250公顷，与南京江东商贸区范围一致，现状主导产业为商务、商贸、文化、旅游产业。



## 7.2.2 户外广告现状评价

### (1) 建构筑物户外广告

河西商圈现状共有户外广告31处设施，其中已许可及拟许可户外广告设施21处，历史存量户外广告设施10处，主要分布在万达广场、万达西地街区、金鹰世界、万达金街、西城广场等商业、商务集中片区，以设置在建构筑物上的户外广告型式为主。



- |   |   |
|---|---|
| <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #f08080; border: 1px solid black;"></span> 主要商业建筑   | <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #00aaff; border: 1px solid black; border-radius: 50%;"></span> 已许可(拟许可)户外广告设施 |
| <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #ffa500; border: 1px solid black;"></span> 主要商务建筑   | <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #ff0000; border: 1px solid black; border-radius: 50%;"></span> 历史存量户外广告设施     |
| <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #ffd700; border: 1px solid black;"></span> 主要文化设施建筑 |   |

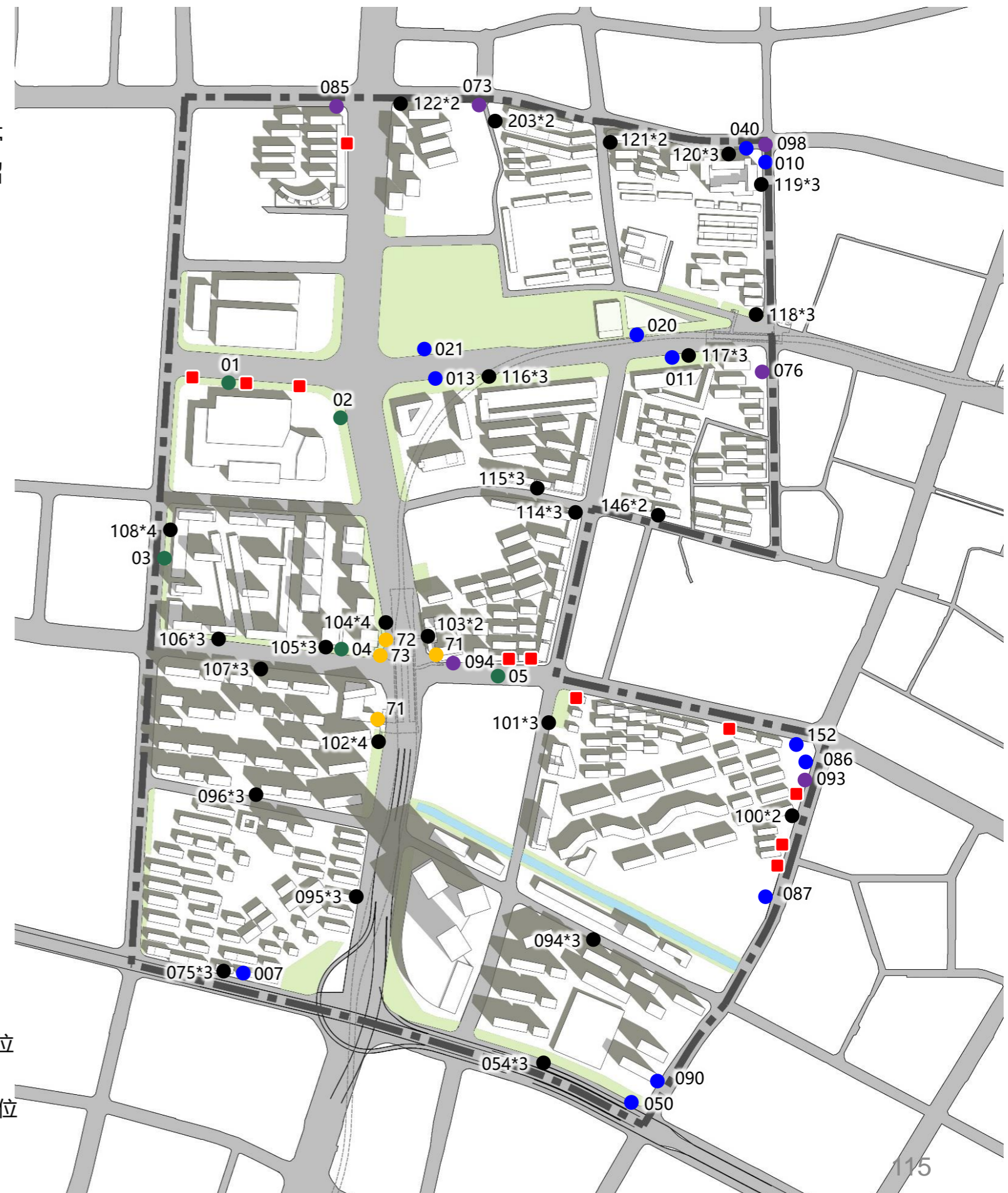


## (2) 公共设施户外广告

河西商圈现状设置于公共设施的户外广告共有101处，其中公共自行车亭69处、公共阅报栏12处，公共电话亭11处，地铁站LED4处，出租车扬招点5处，公共邮政便民亭4处。



- |  |  |
|--|--|
|  公共自行车亭户外广告现状点位 |  地铁站LED屏幕户外广告现状点位 |
|  公共阅报栏户外广告现状点位  |  出租车扬招点户外广告现状点位   |
|  公共电话亭户外广告现状点位  |  公共邮政便民亭户外广告现状点位  |



影响建筑立面效果

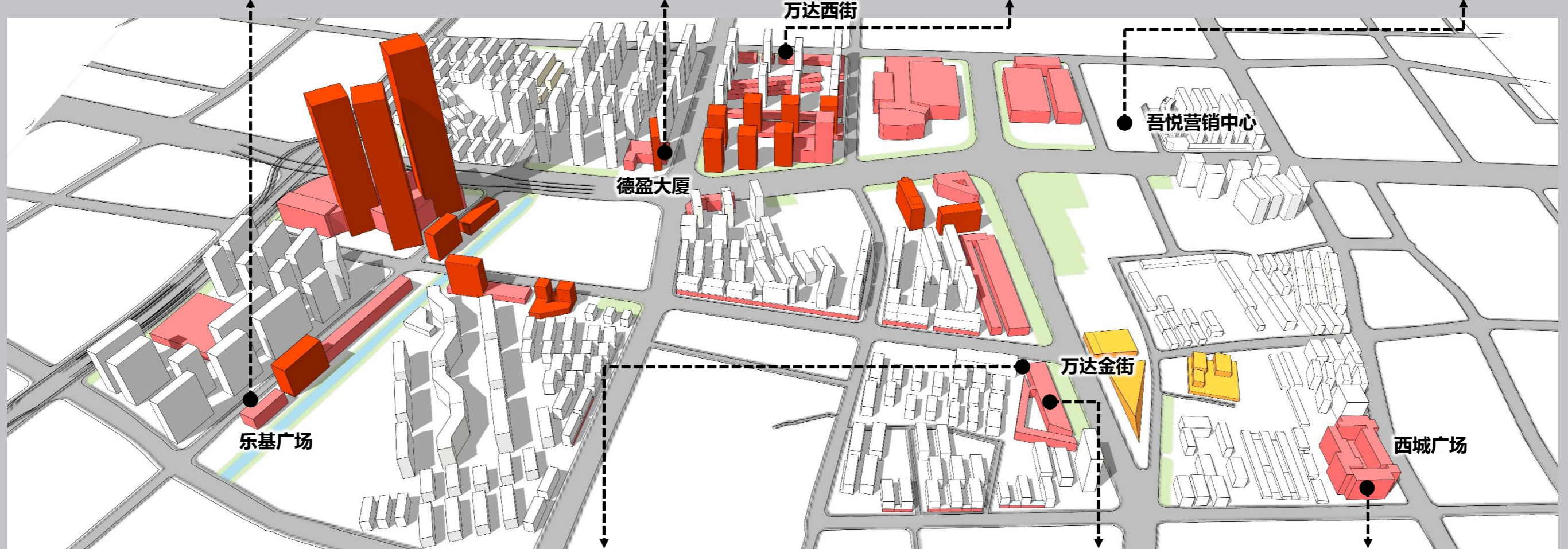


建筑夹角位置 广告效能低

空置广告设施



历史存量广告设施



**(3) 存在问题**

- 1、历史存量广告数量较多；
- 2、部分广告设施陈旧、褪色、变形，影响感官效果；
- 3、部分广告设施空置，位置设施不佳，广告效能较低。



广告陈旧



广告陈旧



大面积广告设施空置

### 7.2.3 户外广告设施设置规划

#### (1) 规划目标

## 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

高端地标

河西  
商圈

时尚生活

多元文化

**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。

**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。

**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。

## (2) 空间结构分析

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。

### NO1:金鹰世茂市级商业中心

**区位分析：**南京城西重要地标区域与城市名片，具有较强的对外影响。

**主要载体：**金鹰世茂商业综合体、乐基广场、欧尚超市等

**规划策略：**结合片区综合商业属性，结合建筑形态，布置风貌协调的户外广告设施，以建筑墙体看板、LED灯板为主，风格现代时尚。兼具城市形象宣传与推广功能。

### NO2:万达吾悦区级生活中心

**区位分析：**建邺级周边区域成熟商业综合体，日常休闲、消费目的地。

**主要载体：**万达广场、金盛国际家居、吾悦广场（在建）

**规划策略：**该区域人流量大，应更多布置结合公共设施及地面的户外广告设施，创意多样，便于流动人群观看。

### NO3:侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆特色风貌区

**区位分析：**南京市主要旅游、参观学习目的地，全国知名。

**主要载体：**侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆、中国南京云锦博物馆

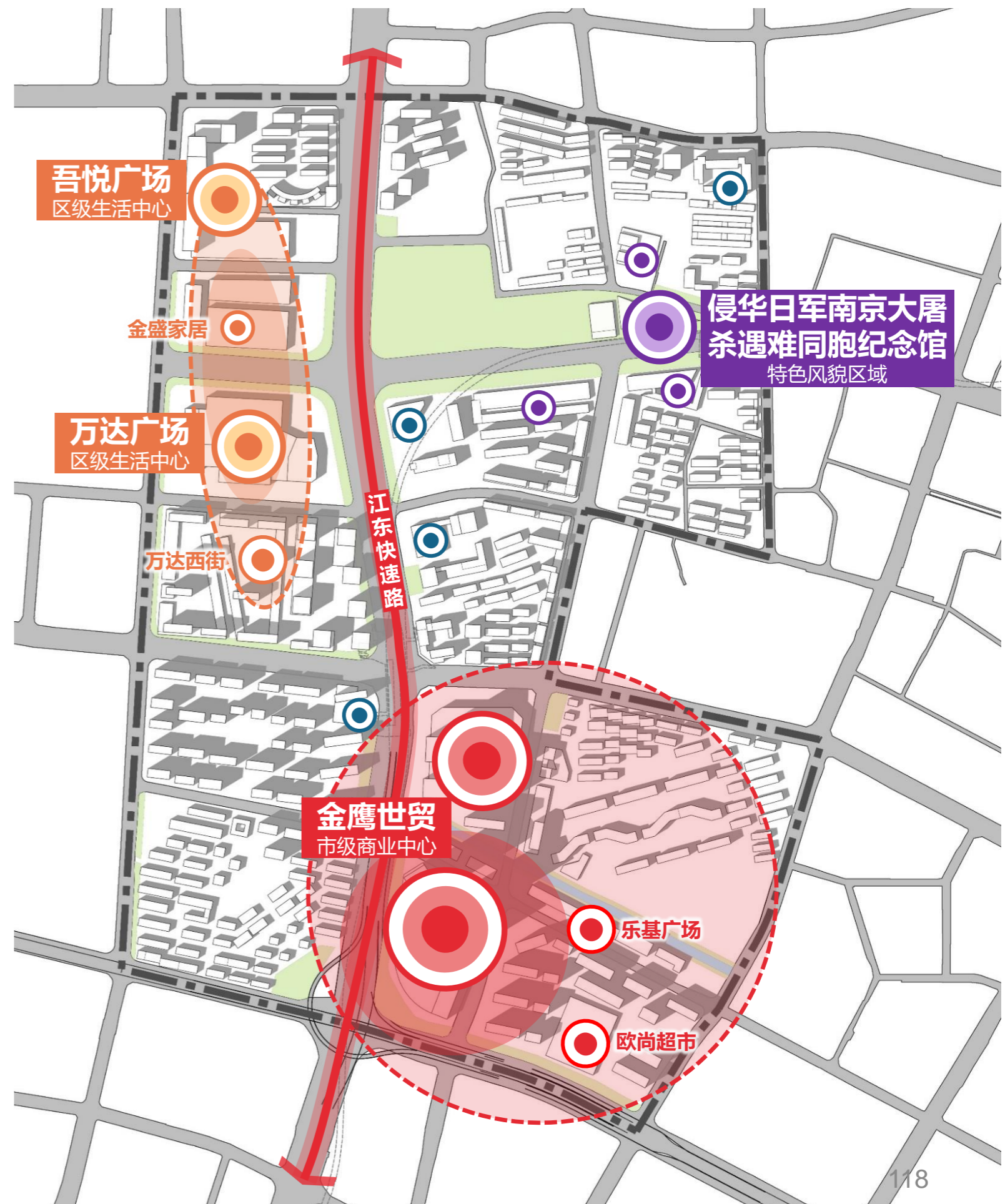
**规划策略：**严格控制户外广告型式及内容，尽量采用冷色系材质，与风貌协调呼应，严控尺度，避免破坏纪念馆建筑立面及空间天际线。

### NO4:其他生活节点

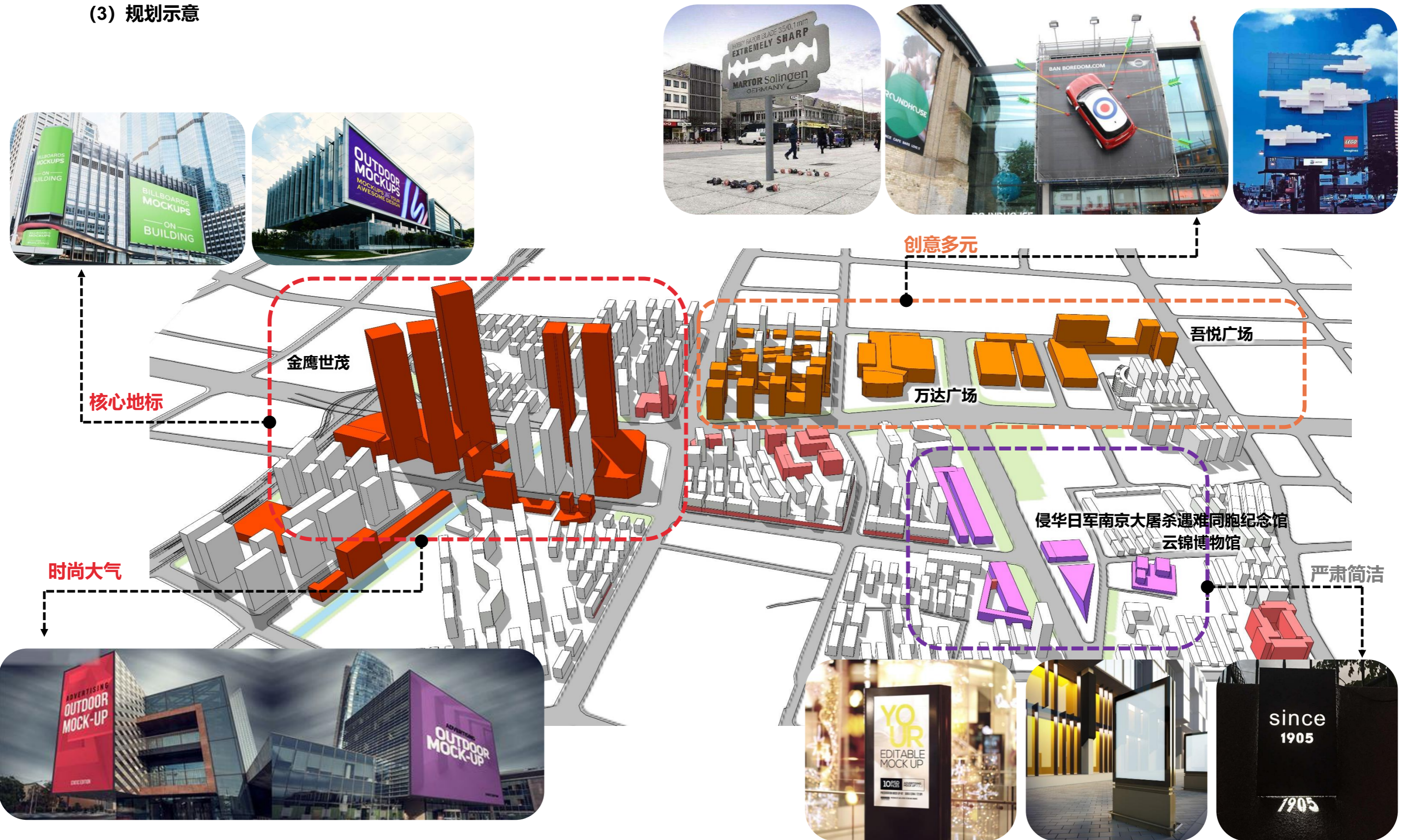
**区位分析：**商圈内其他社区生活节点（超市、社区中心、独立办公楼等）

**主要载体：**西城广场、德盈大厦等

**规划策略：**打造邻里和睦的社区、街区户外广告体系，尊重生活场景，打造多样化广告设施。



(3) 规划示意

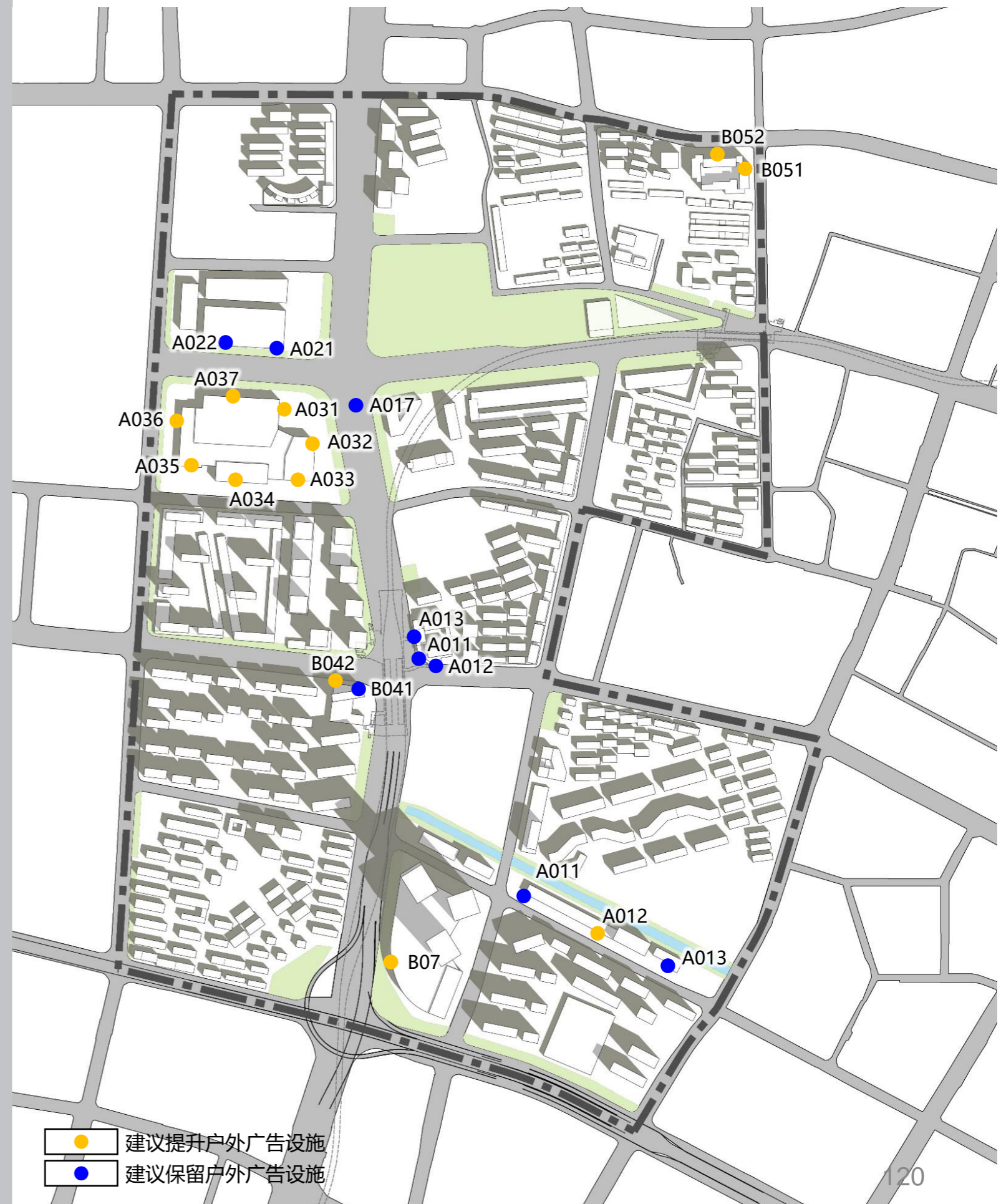


## 7.2.4 广告设施控制引导

### (1) 保留、提升户外广告设施 (已许可、拟许可户外广告设施)

已许可、拟许可户外广告设施设置统计表

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	金盛家具	墙体LED	商业	1	现状保留
4	A022	金盛家具	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	苏果超市恒盈名居	墙体LED	商业	1	现状保留
13	MCH-A012	苏果超市恒盈名居	墙体看板	商业	1	现状保留
14	MCH-A013	苏果超市恒盈名居	墙体看板	商业	2	现状保留
15	B041	嘉勒彼广场	墙体看板	商业	1	现状保留
16	B042	嘉勒彼广场	墙体看板	商业	6	建议提升
17	NY-A011	乐基广场	墙体LED	商业	1	现状保留
18	NY-A012	乐基广场	墙体看板	商业	4	建议提升
19	NY-A013	乐基广场	墙体看板	商业	1	现状保留
20	B07	金鹰世界	墙体灯箱	商业	8	建议提升
21	A017	江东门隧道	隧桥LED	商业	1	现状保留



(2) 保留、提升、拆除户外广告设施 (历史存量户外广告设施)

历史存量户外广告设施设置统计表

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	隧桥看板	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

- 建议拆除户外广告设施
- 建议提升户外广告设施
- 建议保留户外广告设施



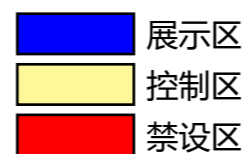
## 7.2.5 规划广告设施控制引导

### (1) 规划控制分区

**展示区：**主要为商业设施服务，有条件进行多样化户外广告设置的区域，主要为城市现状及规划的城市级、片区级商业集中区，以商业用地为主，具有较强的公共参与与开放性。

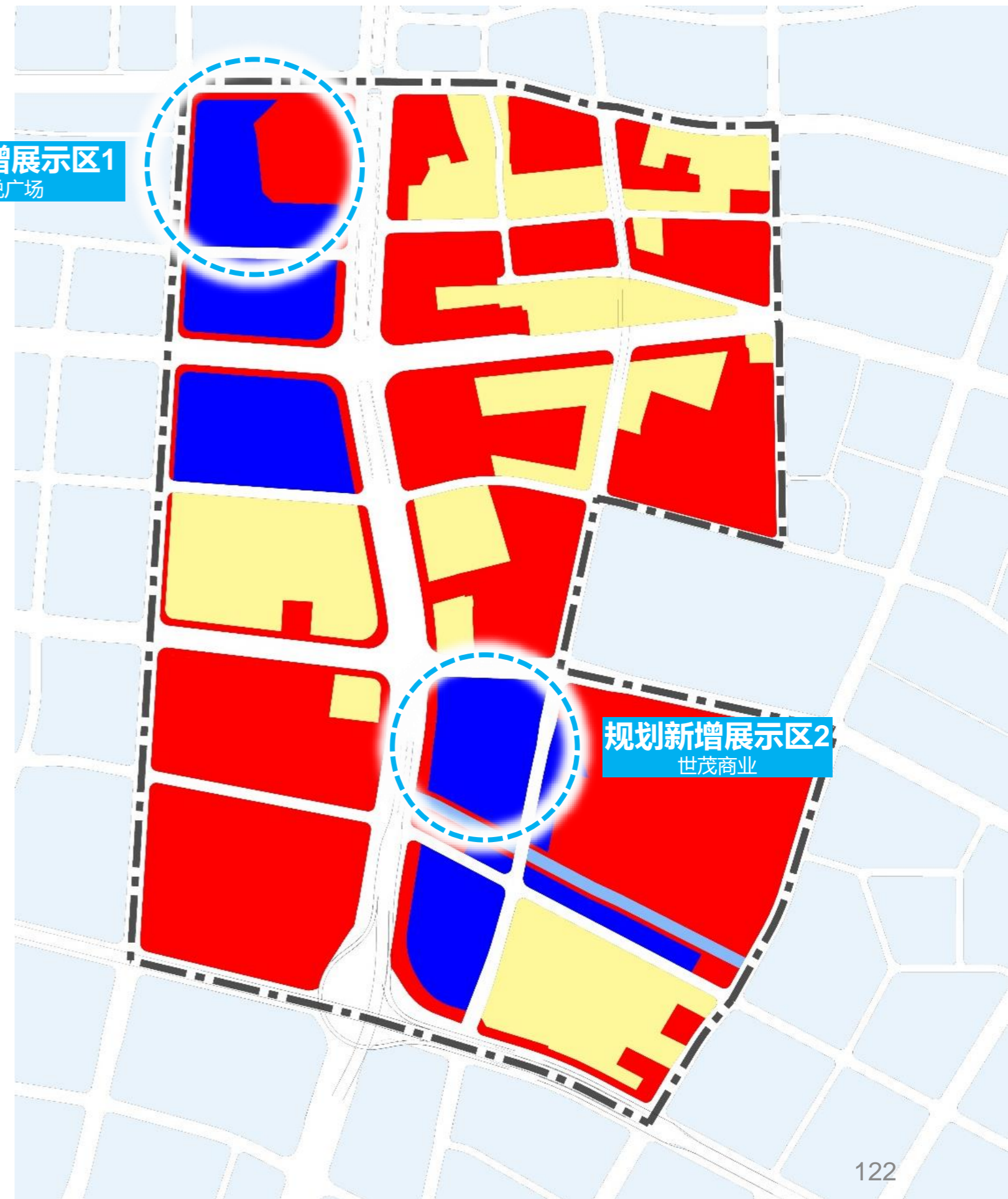
**控制区：**主要为城市公共功能服务和宣传，可适度设置户外广告设施的区域，主要包括会展中心、文化中心、体育中心等公共管理与公共服务用地，文化创意园区、商务办公集中区等商务用地，社区级商业服务点等。

**禁设区：**为保护城市历史风貌和公共空间环境品质，保护公共交通和公益设施安全、保护生态和居住环境，禁止建设户外广告设施得区域。主要包括行政办公、教育科研、医疗卫生、文物古迹等公共管理与公共服务用地，各类居住用地、军事安保用地、公园绿地、工业仓储用地、市政设施及其廊道、生态廊道及水域等用地。



规划新增展示区1  
吾悦广场

规划新增展示区2  
世茂商业





## (2) 规划控制界面

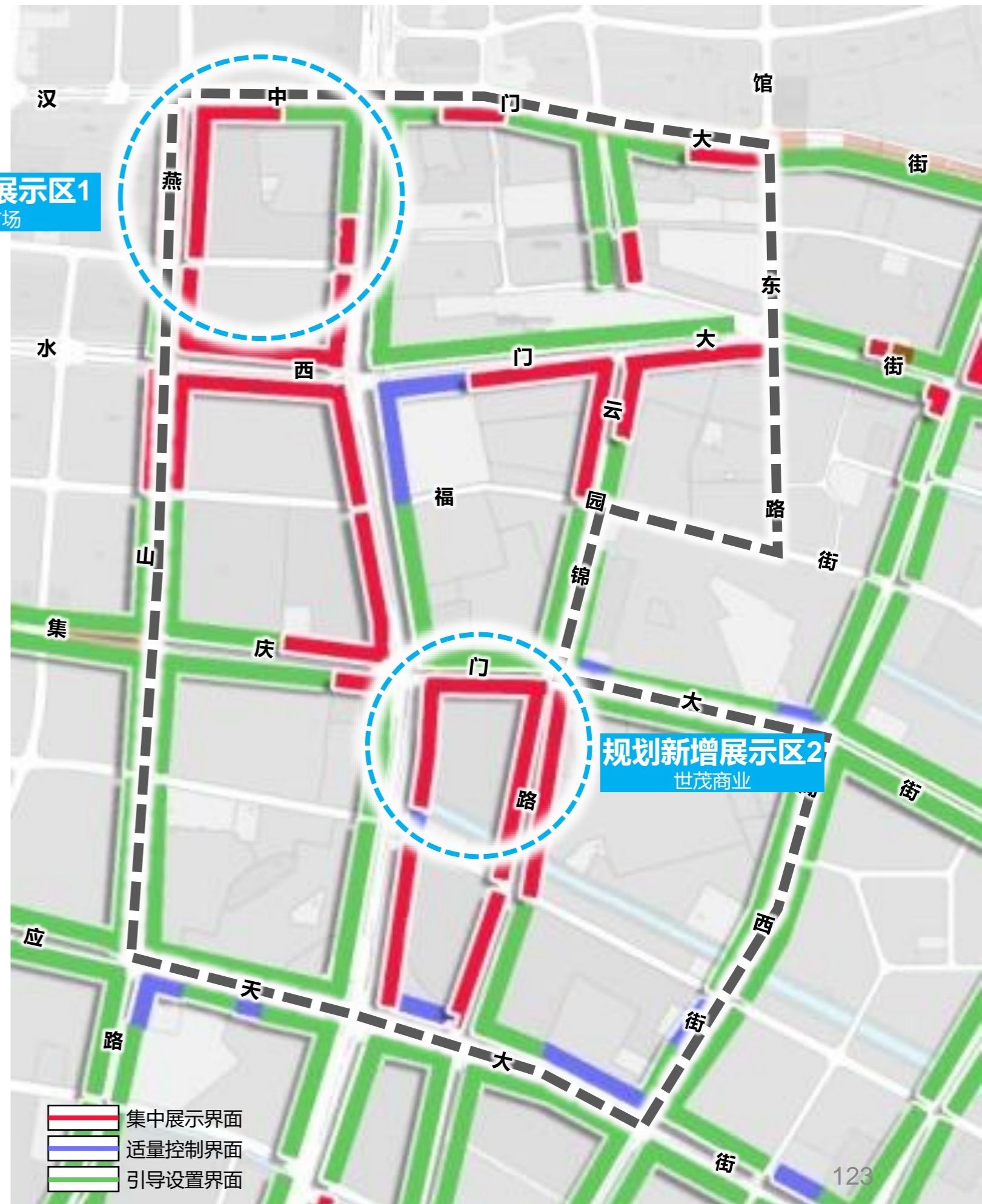
### 集中展示界面:

- 01 江东路西侧 (汉中门大街-集庆门大街段)
- 02 江东路东侧 (集庆门大街-应天大街段)
- 03 水西门大街两侧 (燕山路-江东路段)
- 04 水西门大街南侧 (江东路-馆东街段)
- 05 集庆门大街与江东路交叉口周边
- 06 云锦路两侧 (水西门大街-福园街段)
- 07 云锦路两侧 (集庆门大街-应天大街段)
- 08 燕山路东侧 (汉中门大街-福园街段)

控制引导界面: 集中展示外其他道路界面

规划新增展示区1  
吾悦广场

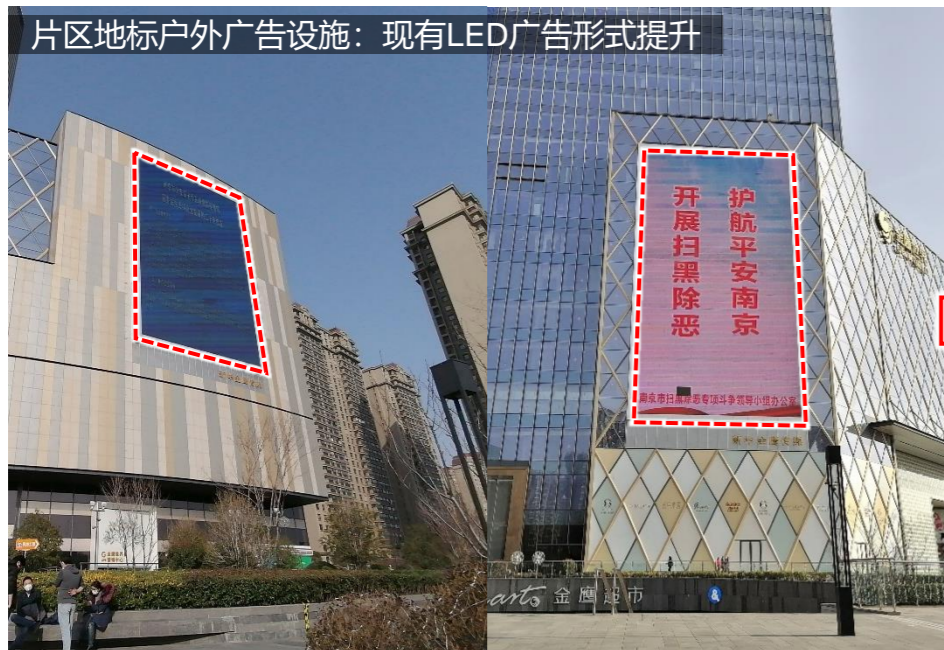
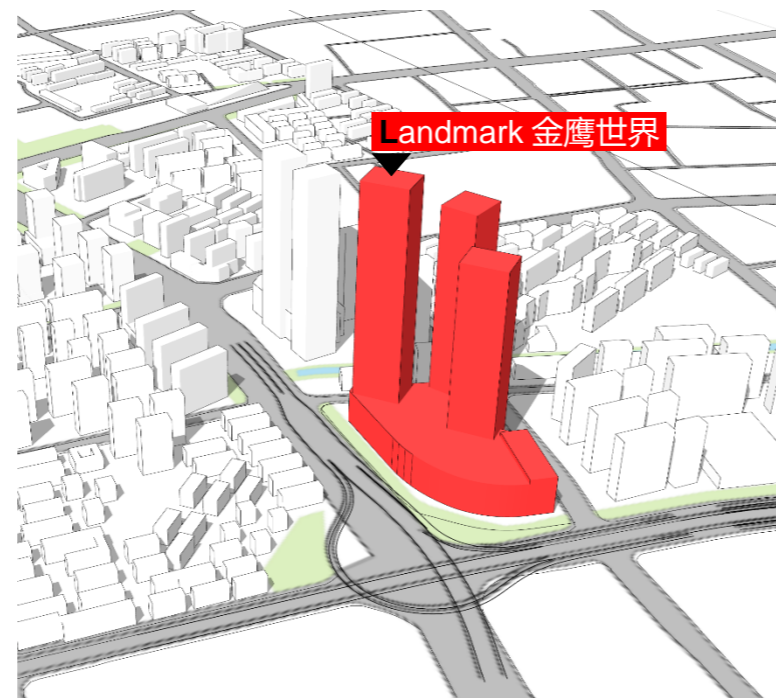
规划新增展示区2  
世茂商业



### (3) 规划提升示意

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，河西金鹰世界作为重要的城市级商业中心，是该片区重要的城市地标建筑，户外广告提升应与建筑定位与属性相匹配，主要方向包括：

- 1、整合现有广告设施，多改少、少改大，突出户外广告的展示功能。
- 2、广告形式应采用新媒体形式，结合新技术应用，增加裸眼3D与视觉艺术展示功能，烘托时尚现代的风格氛围。

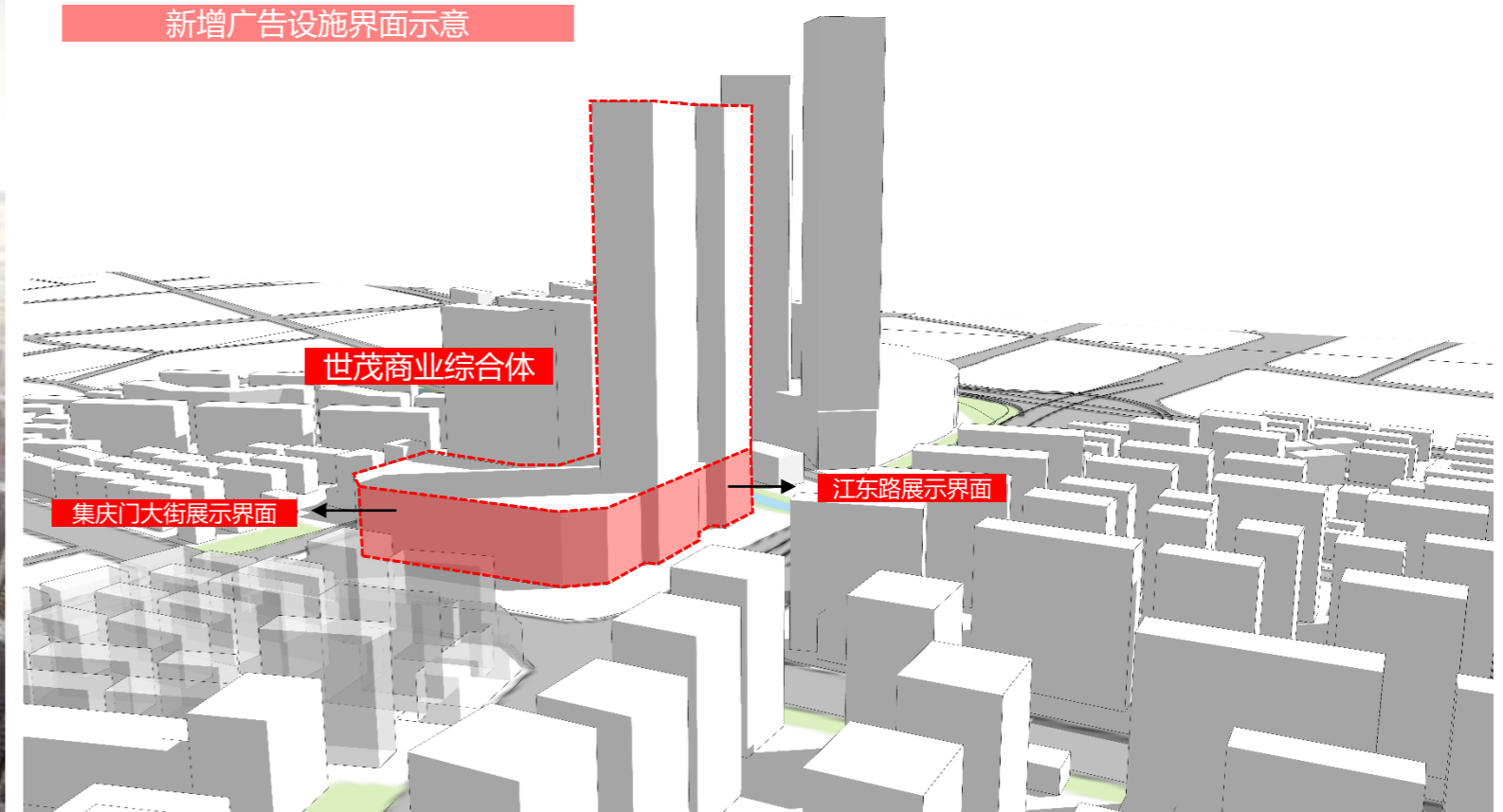


#### (4) 规划新增界面

规划新增展示区1：世茂商业综合体



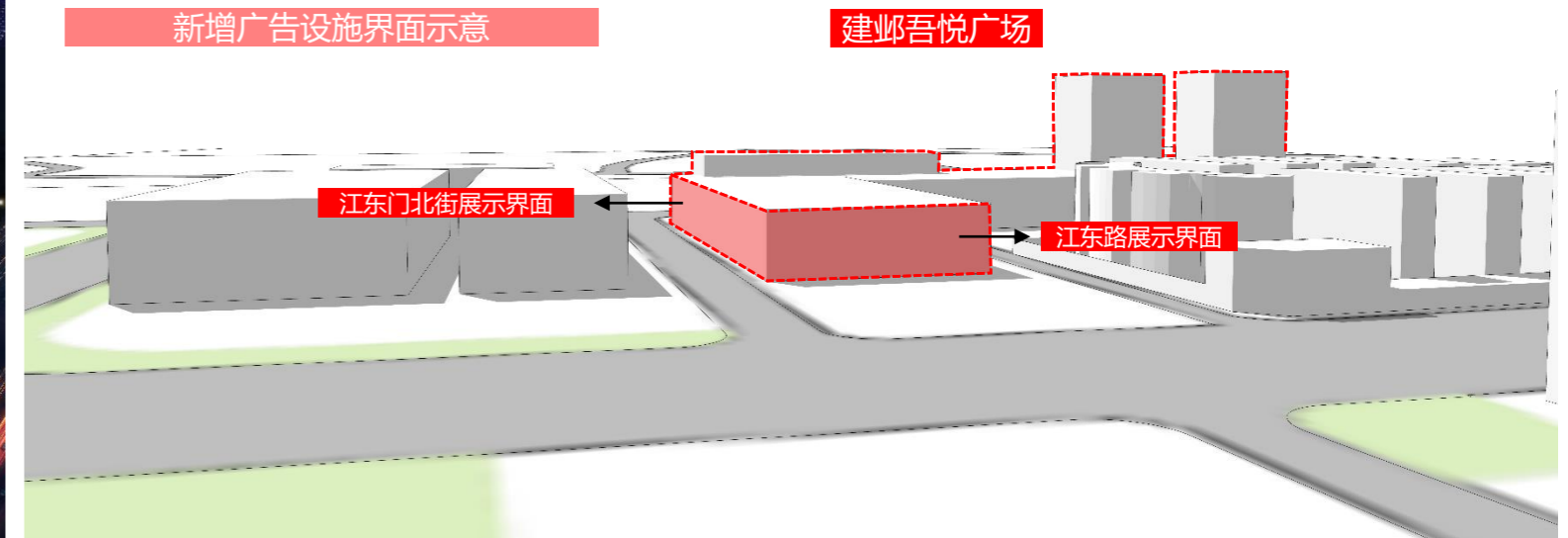
新增广告设施界面示意



规划新增展示区2：建邺吾悦广场



新增广告设施界面示意



### 7.2.6规划数据对比

现状广告设施汇总表

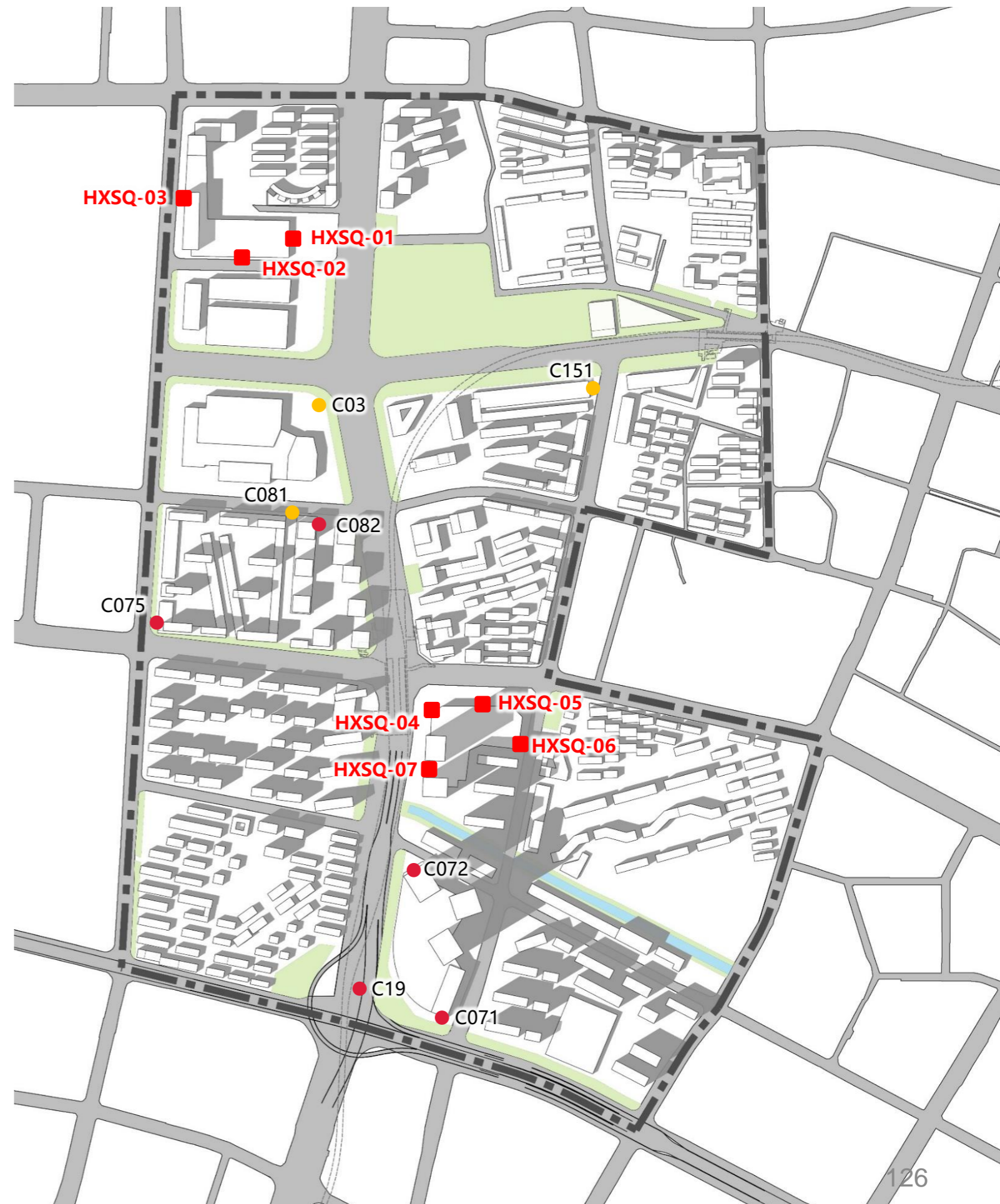
类型	墙体看板	墙体LED	墙体灯箱	隧桥看板	隧桥LED	落地灯箱	落地LED	围挡看板	总计
数量(块)	71	5	8	1	1	11	5	1	103

性质	商业	公益	自宣	总计
数量(块)	100	2	1	104
占比	98.06%	1.92%	0.02%	100%

规划广告设施汇总表

类型	墙体看板	墙体LED	墙体灯箱	墙体3D屏	隧桥看板	隧桥LED	落地灯箱	围挡看板	落地LED	总计
数量(块)	67	16	10	4	1	1	11	0	5	115

- 保留、提升户外广告设施
- 规划新增户外广告设施



7.2.7新技术、新媒体应用示范

金鹰世界

亚洲最大全生活中心  
华东地区商业地标

楼体LED+3D广告+投影广告

万达广场



创意媒体广告+3D广告

创意媒体广告+3D广告

吾悦广场



楼体LED+3D广告+投影广告

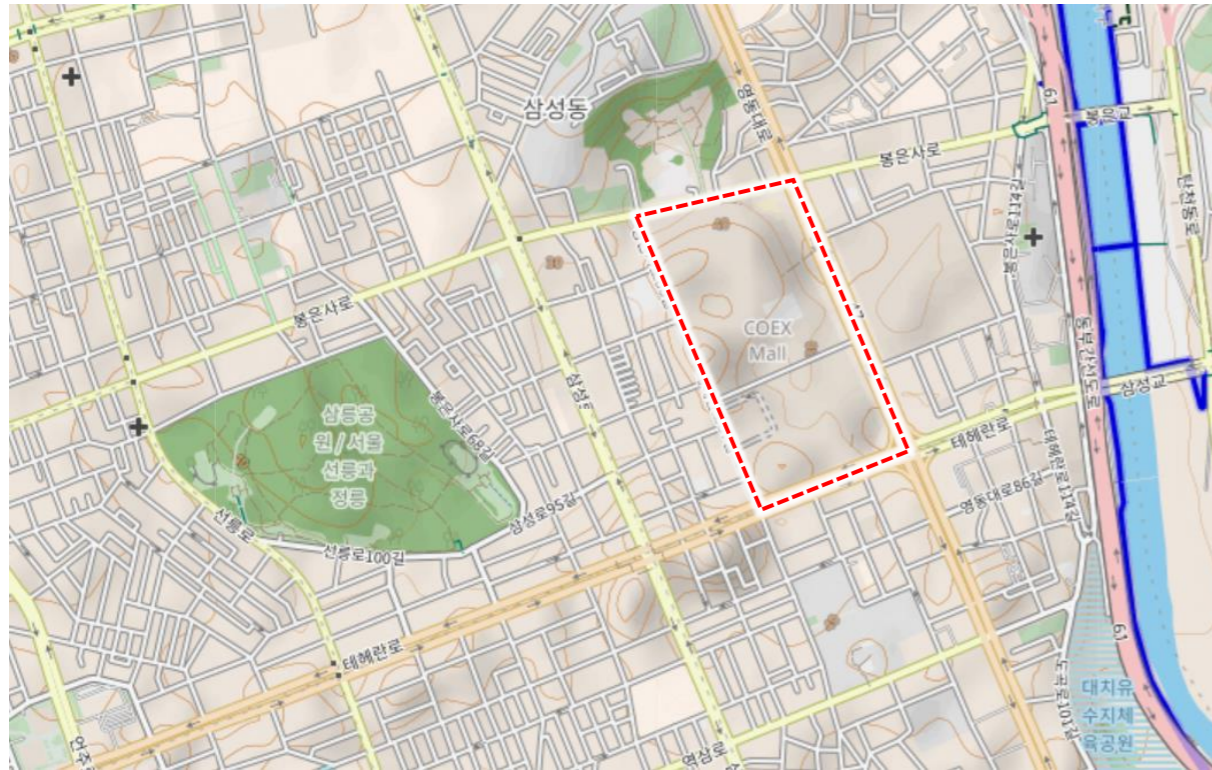
世茂天誉



新媒体创意展示窗口

- 商业生活多元融合
- +文化 +创意
- 新媒体展示标杆区域

案例参照：韩国首尔江南三成洞COEX街区 “时尚殿堂 韩国时代广场” 韩国首个“户外广告自由标志区域”。



免税店双面屏幕：户外广告成为新地标



裸眼3D设施：全球新晋打卡地



艺术装置与雕塑的结合

世茂天誉：南京裸眼3D巨幕新地标 网红打卡地



### 橱窗广告 3D广告

常规橱窗广告+3D广告，突出文化创意，增加交互式体验。

### 裸眼3D巨幕

综合体采用裸眼3D巨幕屏，打造成为新媒体地标，新的城市打卡地。

### 水幕投影+全息投影

依托广场景观空间，增加水幕投影、全息投影等新媒体形式，烘托商业氛围。

**新巨幕！ 新地标！**

吾悦广场：多元创意新地标 互动媒体植入

# 新生活！ 新媒体！



创意城市家具

## 媒体墙

连续性新媒体广告，采用机械式屏幕，增加趣味性

## 机械3D

商业综合体形象窗口，采用3D机械屏幕，展现新媒体特色。

## 交互式落地广告

可参与可互动的交互式户外广告设施。

## 落地全息投影

公共空间增加落地式全息投影，丰富趣味性。



交互式广告



全息投影



机械3D



裸眼3D





## 7.3 城市对外交通枢纽节点

### 7.3.1 总体概况

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。

本规划选取的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

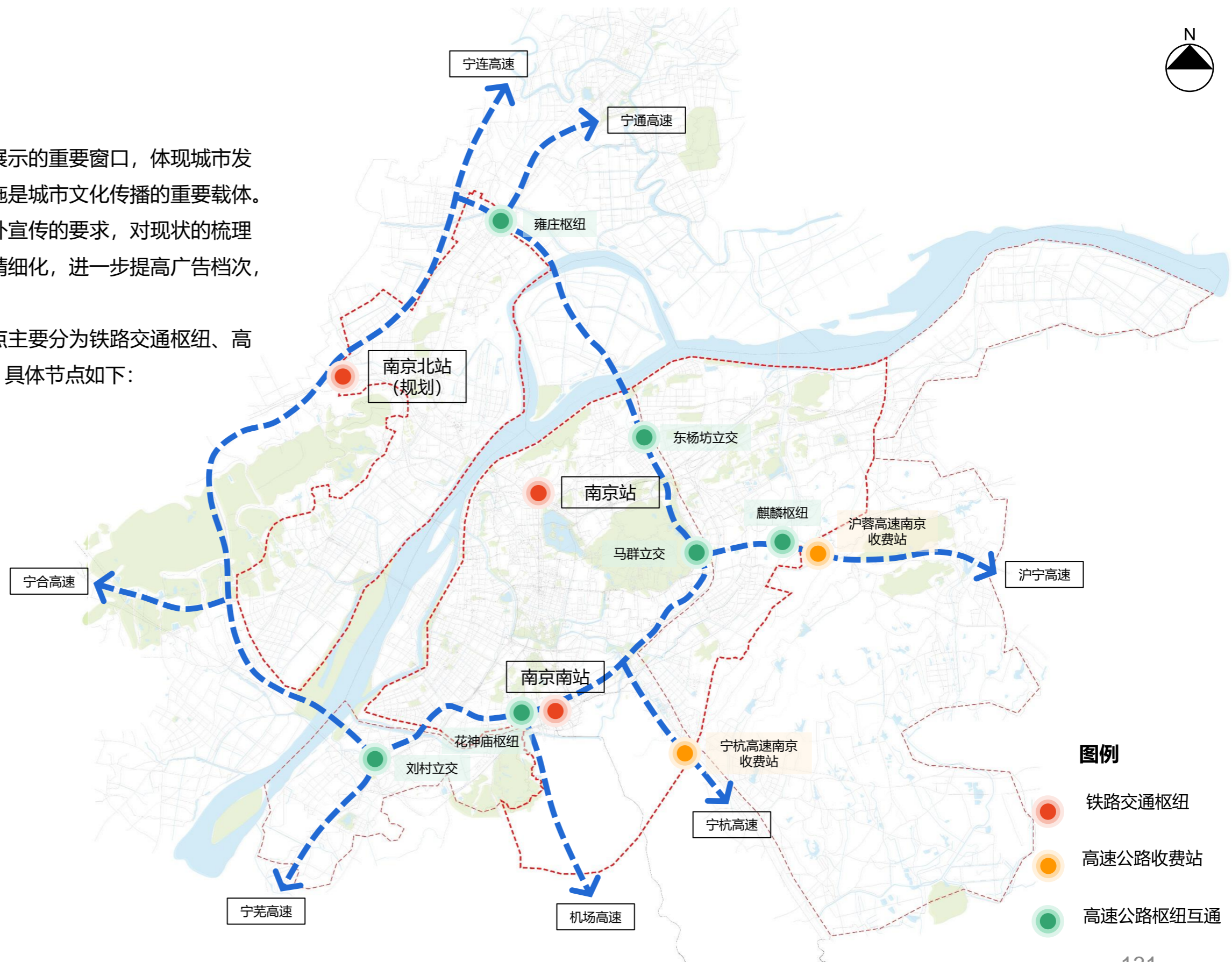
- 南京站
- 南京南站
- 南京北站 (规划)

#### 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
- 马群立交
- 刘村立交
- 东杨坊立交



### 7.3.2 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

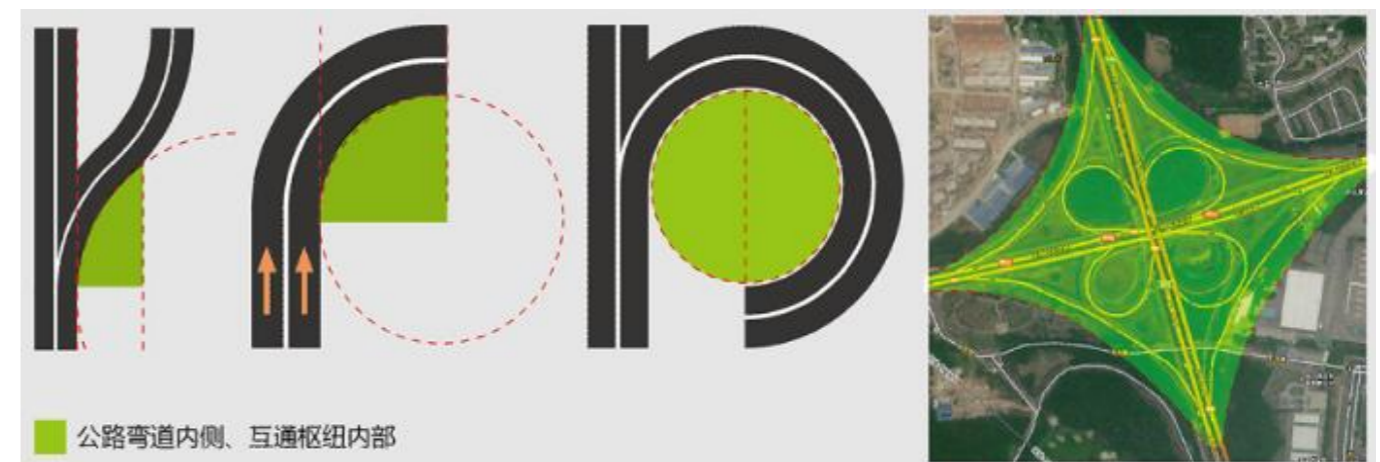
##### 规划范围

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。

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



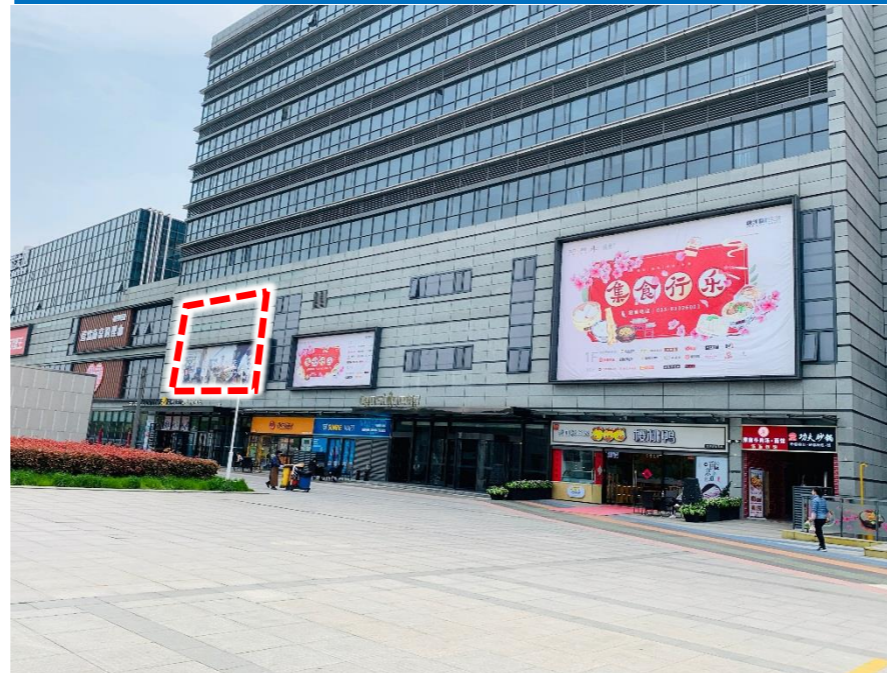
### 7.3.3 规划措施

#### A. 尺寸统一



广告设施尺寸应与建筑立面尺寸应相互协调

#### B. 规整合并



广告设施应结合建筑外立面化整为零

#### C. 重新布局



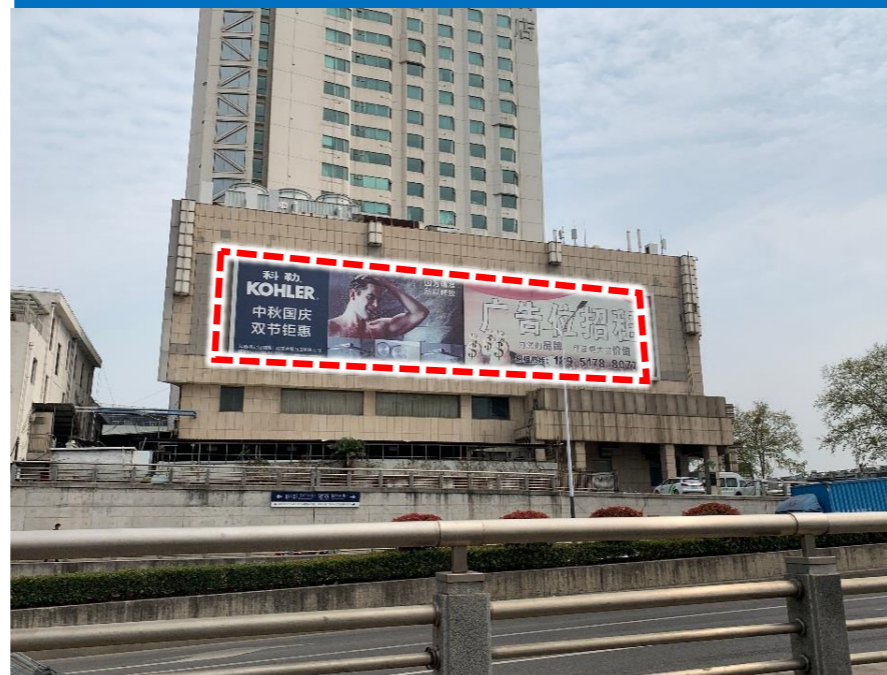
广告设施位置不应遮挡景观视线

#### D. 建筑协调



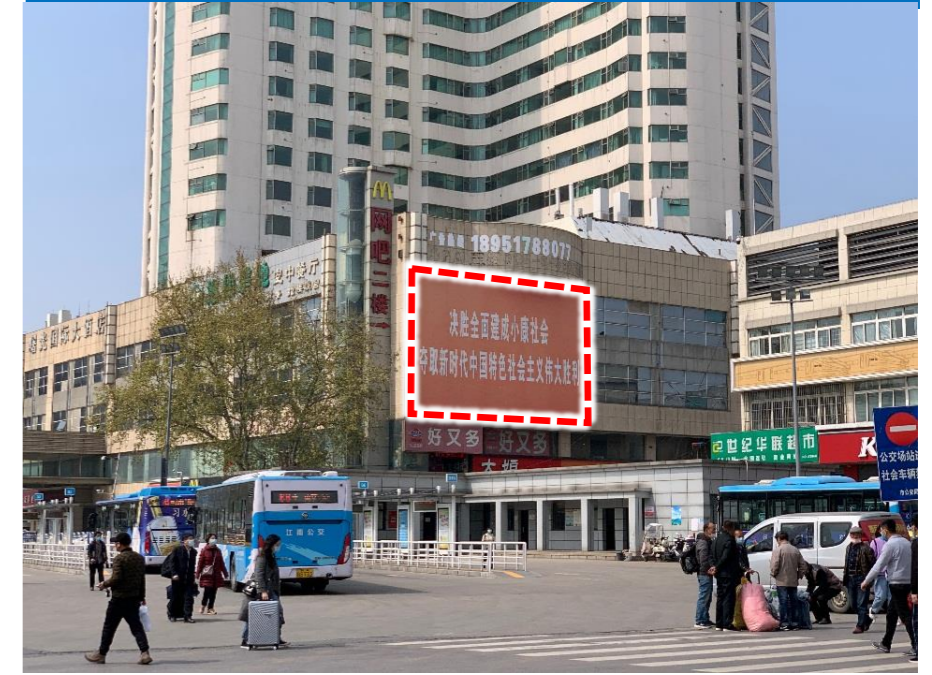
广告设施尺寸应与周边建筑相互协调

#### E. 品质提升



城市窗口节点区域的广告设施应更具特色

#### F. 公益预留



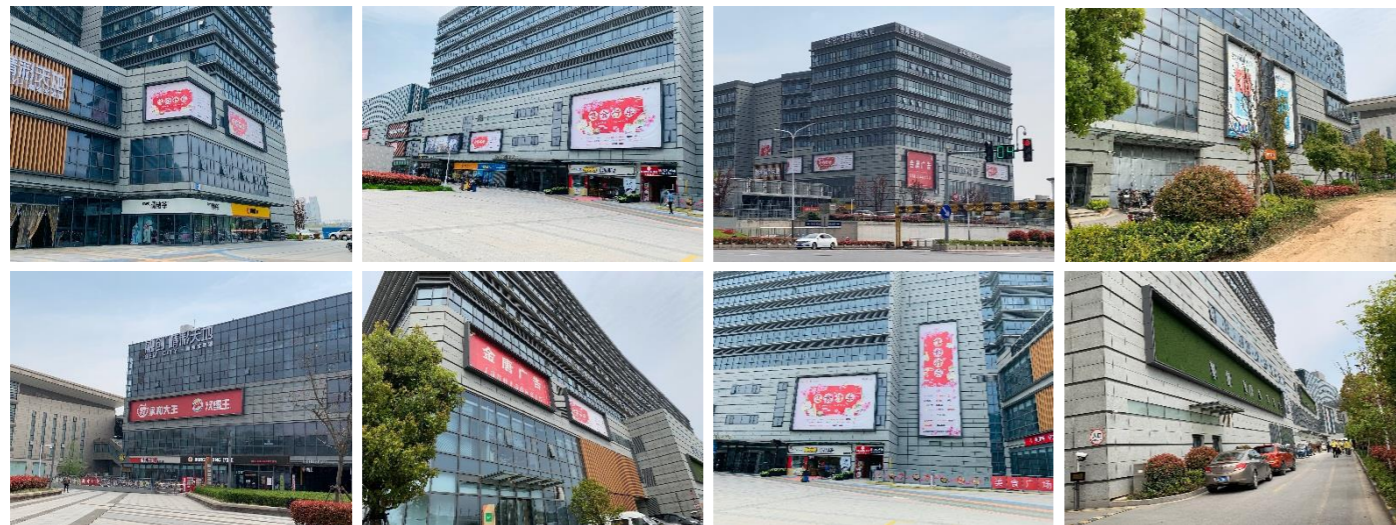
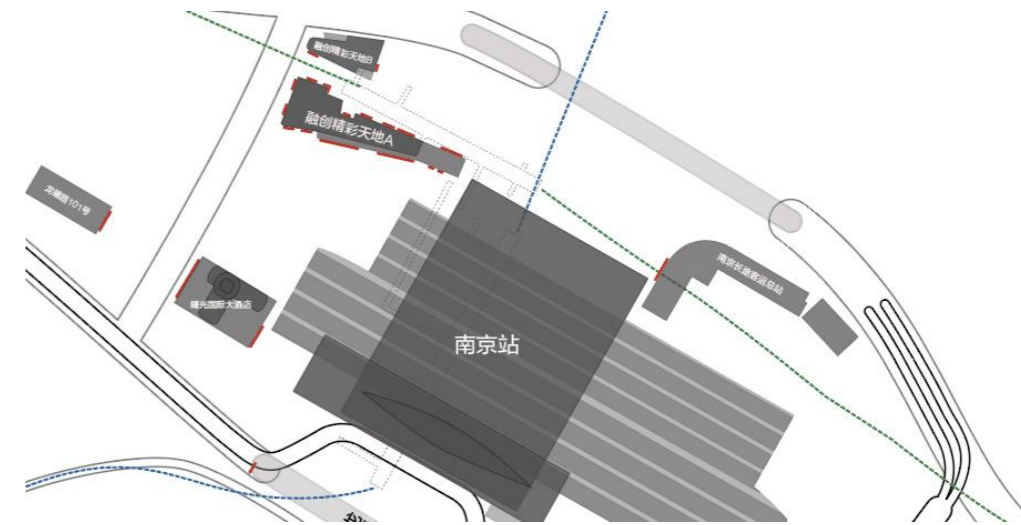
城市窗口节点区域的广告设施可增加公益比例

### 7.3.4 规划控制与引导

#### 南京站 (包含长途客运站)

##### 现状评价:

广告位分布较为分散，部分广告位正对黄家圩路、龙蟠路车人流，传播效率较好；部分广告位位于商城内部，传播效率一般。



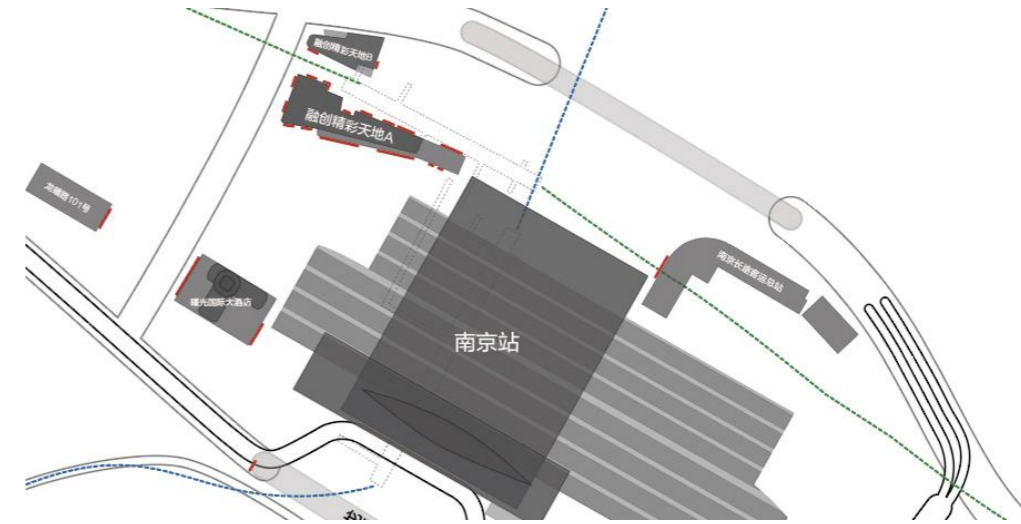
墙体看板



南京长途客运站

南京站

广告位正对南京客运站出入口车人流，传播效率较好。  
广告位位于龙蟠路隧道入口，传播效率较好。



墙体LED



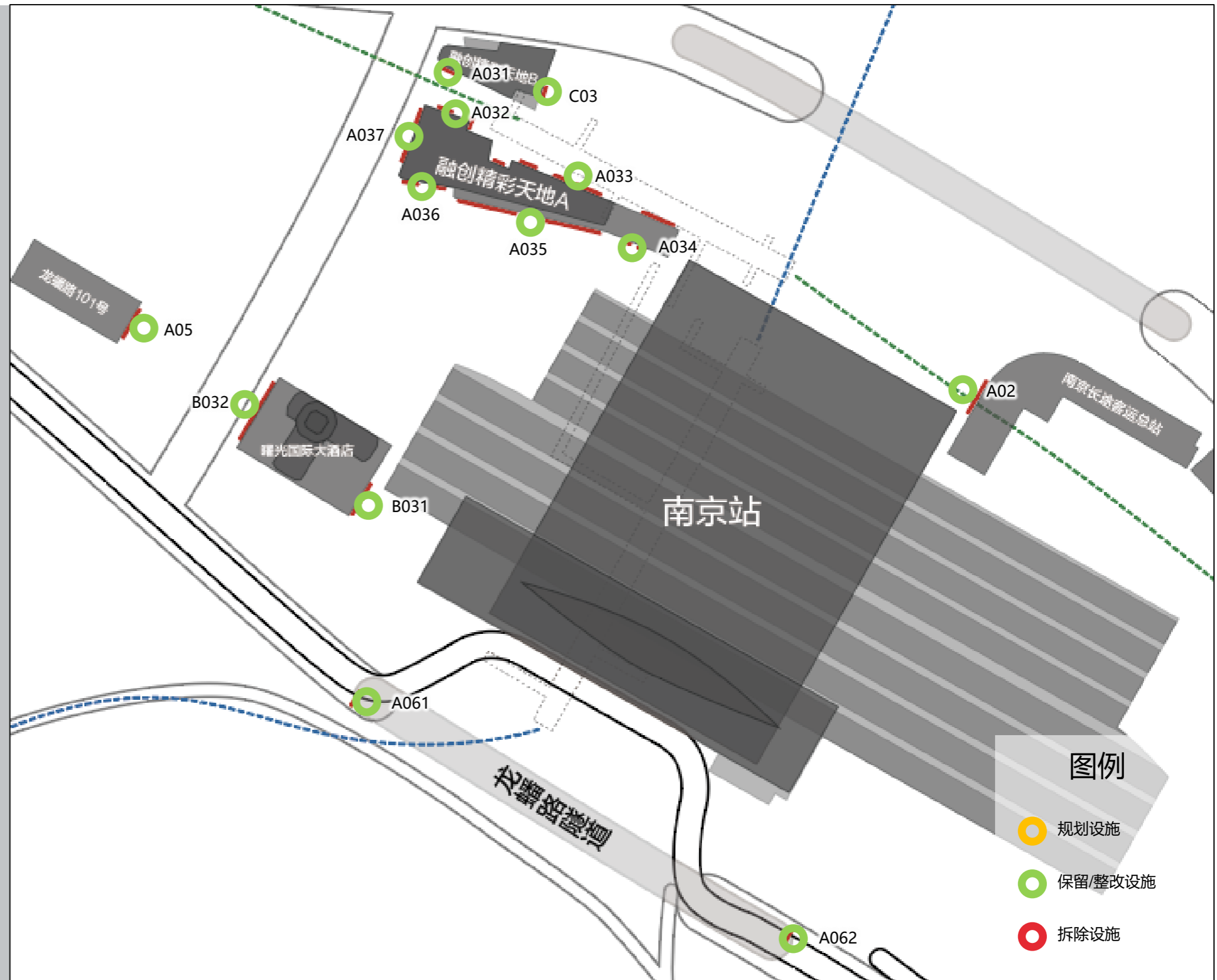
隧桥LED

**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**。

户外广告规划统计表

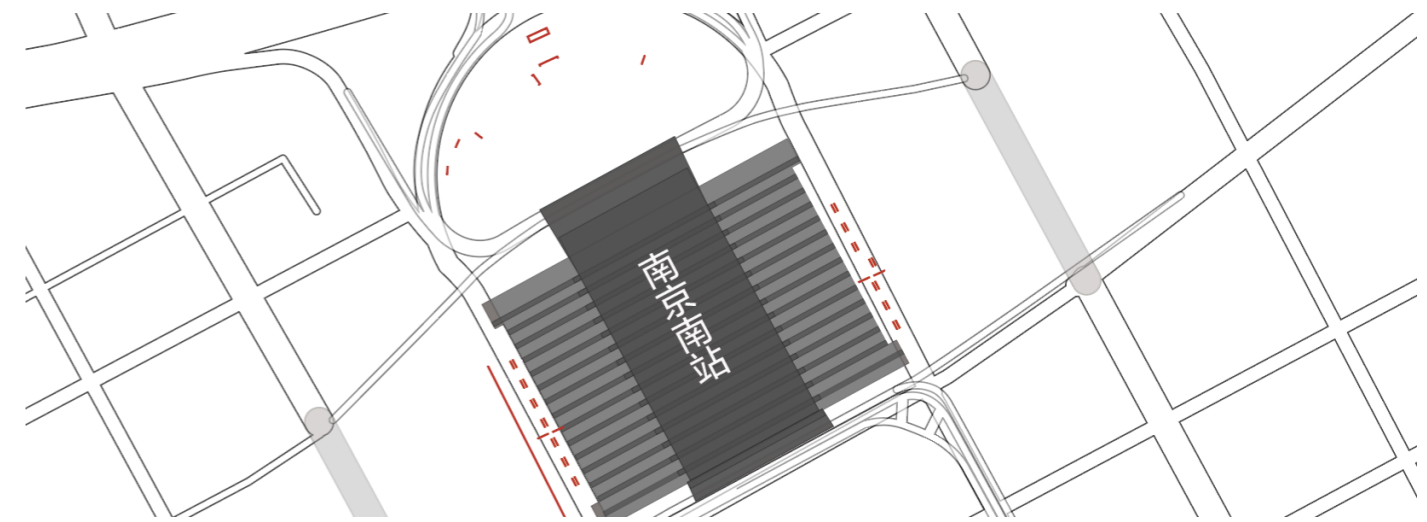
序号	点位编号	依托载体	类型	性质	点位设施数量	规划措施
1	A02	南京汽车客运站建筑	墙体灯箱	商业	1	F. 公益预留
2	C03	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	1	A. 尺寸统一
3	A031	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	1	A. 尺寸统一
4	A032	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	原状保留
5	A033	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	5	B. 规整合并
6	A034	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
7	A035	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
8	A036	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	现状保留
9	A037	融创精彩天地	墙体灯箱	商业	2	A.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



## 南京南站

### 现状评价:

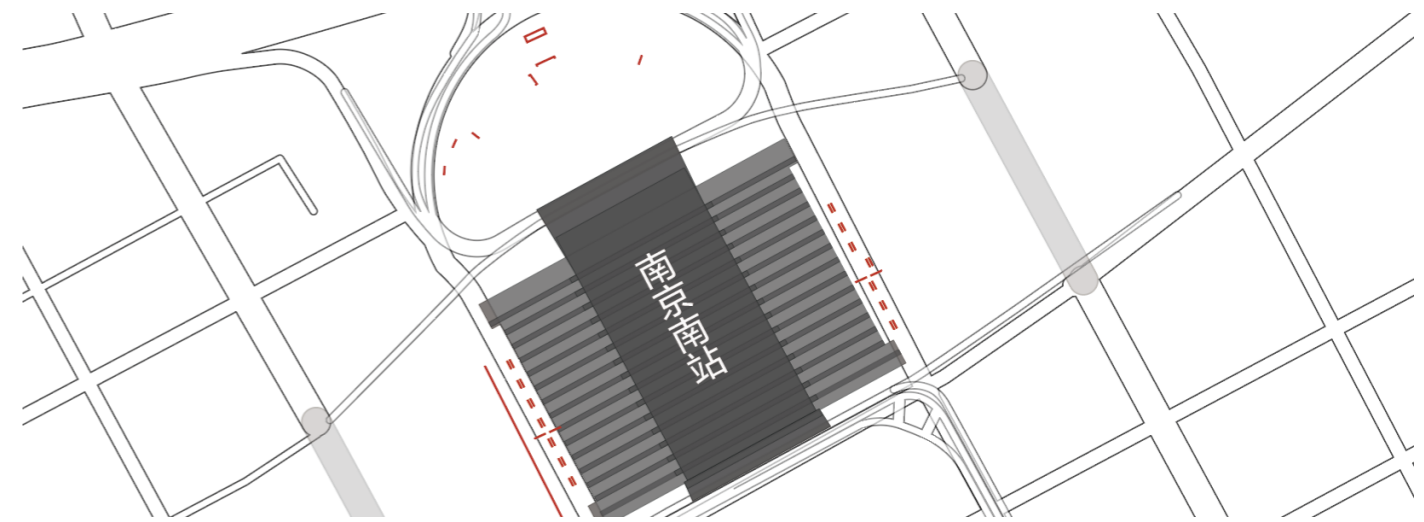
广告位分散在南京南站周边,且部分广告位为公益广告。



落地看板



广告位画面正对南京南站道路车人流，传播效率较好。



铁路桥看板



围挡看板



落地看板

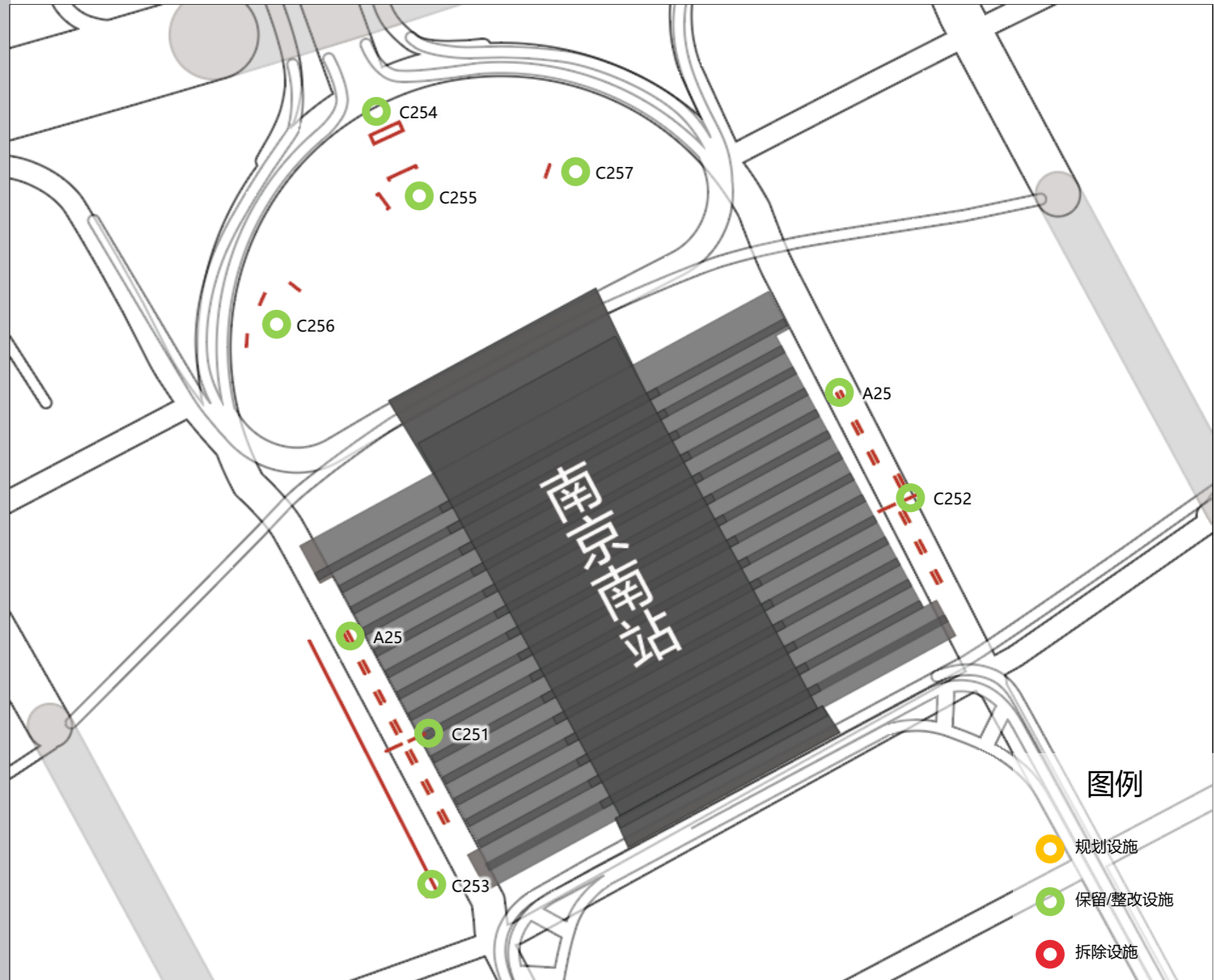


**规划控制与引导:**

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**。

户外广告规划统计表

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	16	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	--	围挡看板	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

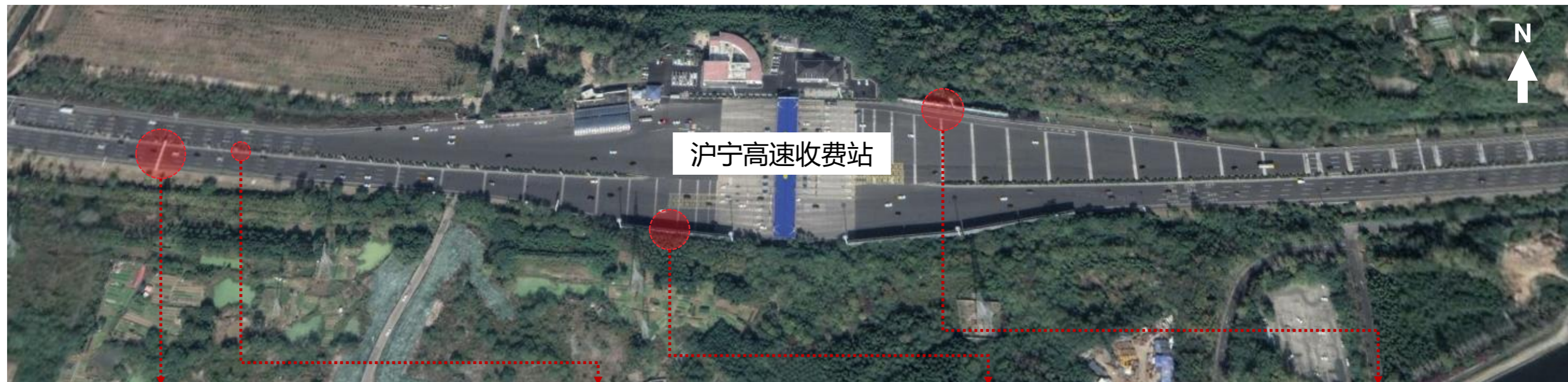


图例

- 规划设施
- 保留/整改设施
- 拆除设施

## 沪宁高速

**现状评价:**  
广告位正对高速入口车流, 且广告位周边无明显遮挡, 传播效果较好。



龙门架LED



落地看板



落地看板



落地看板

### 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**。



户外广告规划统计表

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 F. 公益预留
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 F. 公益预留
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

## 宁杭高速

**现状评价:**  
广告位正对高速入口车流,且广告位周边无明显遮挡,传播效果较好。



落地看板



落地看板



立柱式看板

### 规划控制与引导

现状拆除高立柱**1处**，规划新增商业类高立柱**2处**，新增商业类落地看板**2处**，新增公益类落地看板**2处**。



户外广告规划统计表

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	--	高立柱	商业	1	与现状环境不协调，建议拆除
2	A02	--	落地看板	商业	1	规划新增
3	A03	--	落地看板	公益	1	规划新增
4	A04	--	落地看板	公益	1	规划新增
5	A05	--	落地看板	商业	1	规划新增
6	A05	--	高立柱	商业	1	规划新增
7	A05	--	高立柱	商业	1	规划新增

**图例**

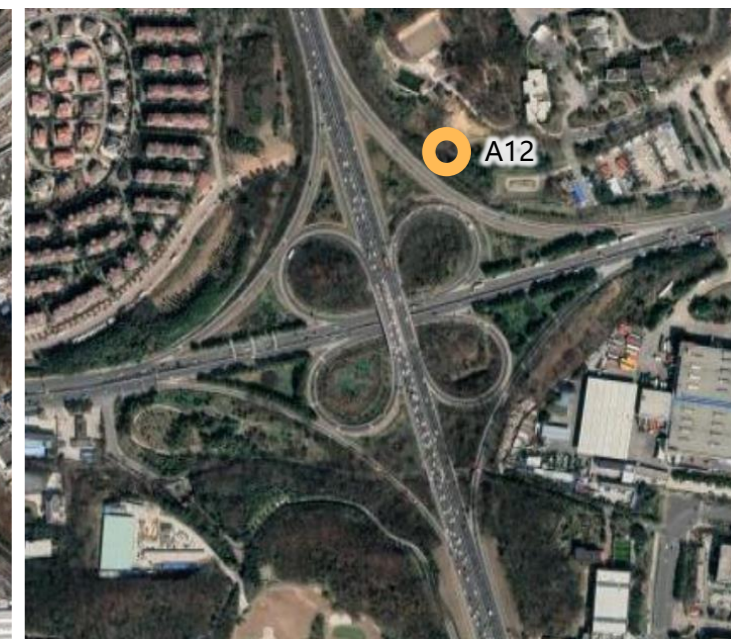
- 规划设施
- 保留/整改设施
- 拆除设施

## 互通立交

现状户外广告设施保留商业类高立柱**4处**，受交通安全因素影响，现状拆除商业类高立柱**7处**，规划新增商业类高立柱**10处**。

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	规划新增
3	A03	高立柱	商业	1	规划新增
4	A04	高立柱	商业	1	现状保留
5	A05	高立柱	商业	1	规划新增
6	A06	高立柱	商业	1	规划新增
7	A07	高立柱	商业	1	规划新增
8	A08	高立柱	商业	1	规划新增
9	A09	高立柱	商业	1	规划新增
10	A10	高立柱	商业	1	规划新增
11	A11	高立柱	商业	1	规划新增
12	A12	高立柱	商业	1	规划新增





## 第八章 规划实施管理控制与引导

- 8.1 规划实施规范管理措施
- 8.2 分期建设管理与控制

## 第八章 规划实施管理控制与引导

### 8.1 规划实施规范管理措施

#### 8.1.1 城市公共空间经营管理

1、城市公共空间资源归属	2、城市公共空间资源使用权流程规范	3、城市公共空间资源的许可经营
<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>

#### 8.1.2 规范管理措施

##### 健全户外广告管理组织体系

1. 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；
2. 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；
3. 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；
4. 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。

## 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。

- 1、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；
- 2、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；
- 3、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。

## 完善户外广告规范管理标准体系

### 1. 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。

### 2. 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。电子显示牌(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。

### 3. 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。

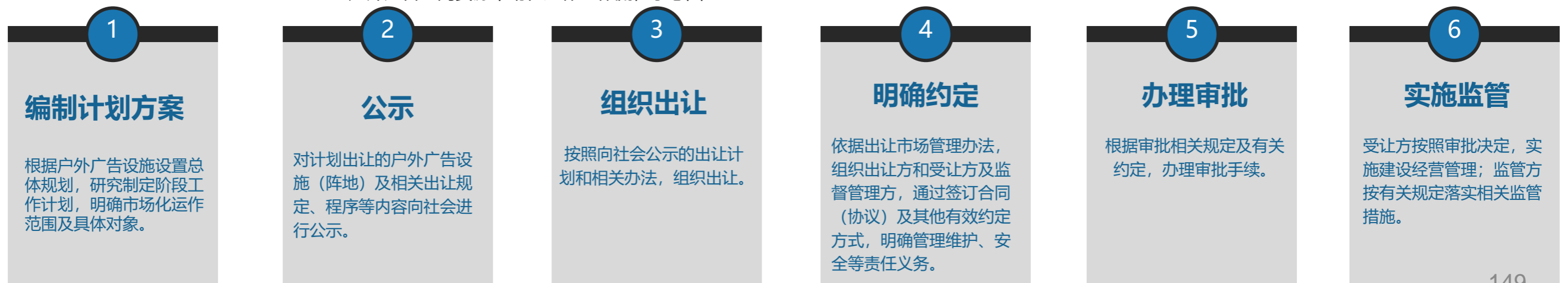
### 4. 推行商业广告资源市场化运作管理

(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；

户外广告空间资源市场化运作工作流程示意图



### 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。

### 5. 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。



## 8.2 分期建设管理与控制

根据南京市户外广告设施设置的实际情况，分近期和远期对南京市城市户外广告设施设置进行管理与控制。规划实施应遵循“规划先行”原则，近期实施措施与远期控制目标相结合，结合政府近年的城市建设计划，以点带动相关路段的户外广告设施的优化提升，最终改善整个区域的户外广告设施设置面貌。

**近期目标（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，为户外广告行政职能部门的管理执法提供科学依据和参考。

### 近期实施建议：管理模式优化+风貌保护+规范管控

- 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；分批有序管控违法违规设施，优化低品质设施。

**远期目标（2035）：**围绕南京市城市发展愿景，进一步优化户外广告设施设置规划管理体系，通过设立特色地标展示区打造高品位户外广告载体，塑造传统与现代、创新与活力共存的国际化滨江城市特色。

### 远期实施建议：形象提升+弹性引导+特色引领

- 1、对特别展示区坚持特色化、多元化引领原则，机制创新、鼓励制度、优秀评比相结合，提升城市户外广告建设品质和城市形象。
- 2、政府引导、信息和资源共享。搭建数字化城市管理平台，依托先进技术，着力构建对户外广告统一监管一体化综合管理平台。
- 3、强调户外广告设施设置弹性管理和，对现有户外广告设施结合续批流程对设置不合理或实际实施效果不理想的户外广告设施进一步提出整改和提升要求。



## 第九章 保障措施

## 第九章 保障措施

### 加强组织领导

建立组织体系。成立由市（县、区）领导挂帅、主管部门牵头、职能部门协同、属地政府落实整治的户外广告综合整治组织指挥、协调推进体系。同时，应成立宣传发动、方案审核、难点研究、检查督促等专项工作小组。

完善整治制度。建立整治例会、通报点评、检查监督、考核奖惩等有利于推动整治的工作制度。同时，应根据违法广告及不规范广告整治实际需要，制定与整治对象利益相关的整治奖惩政策，对配合支持整治工作的对象给予一定的政策奖励，对不支持、不配合整治工作的对象，在严格执行法律规定依法严惩的前提下，结合广告产业发展有关政策制定完善，明确惩处措施。

细化分解责任。根据整治计划方案，明确各级各部门整治任务和责任。对重点整治区域、重点整治项目，明确相关领导挂钩包干责任。

### 广泛宣传发动

媒体宣传。整治宣传组牵头，组织利用本地各类媒体，开设专刊、专栏、专版等宣传版块，宣传户外广告管理法规和整治政策规定。同时，根据整治宣传实际需要，组织各专项整治专题宣传活动，可通过专题访谈、答记者问、全文刊发公告或通告、具体整治活动报道等方式，宣传整治内容和相关政策规定和整治。

社会宣传。主要有三种方式，一是利用各种宣传栏、公益广告等户外宣传媒体，宣传户外广告整治工作；二是通过发放宣传单进行宣传；三是结合信访和网络舆情处置等工作进行宣传。

整治对象宣传。主要通过座谈会方式进行宣传，对重点整治对象应组织个别沟通交流方式进行宣传，对特殊整治对象可联合公安等部门组织法制教育。

动员发动。各级政府应组织各种类型的动员发动活动，如动员大会、现场推进会、经验交流会、阶段总结表彰会等会议，视情组织签订责任书、表态发言、交流发言等活动。

### 强化部门联动

建立联合整治机制。在严格按照职责分工的基础上，根据需要组建联合整治队伍，对涉及多部门的整治任务开展联合整治。

加强难点研究。对依法开展的各类难点整治活动，应预先组织公安、司法、法制等部门和单位进行专题研究，制定可行的整治措施，明确关键工作的依据、程序等内容。

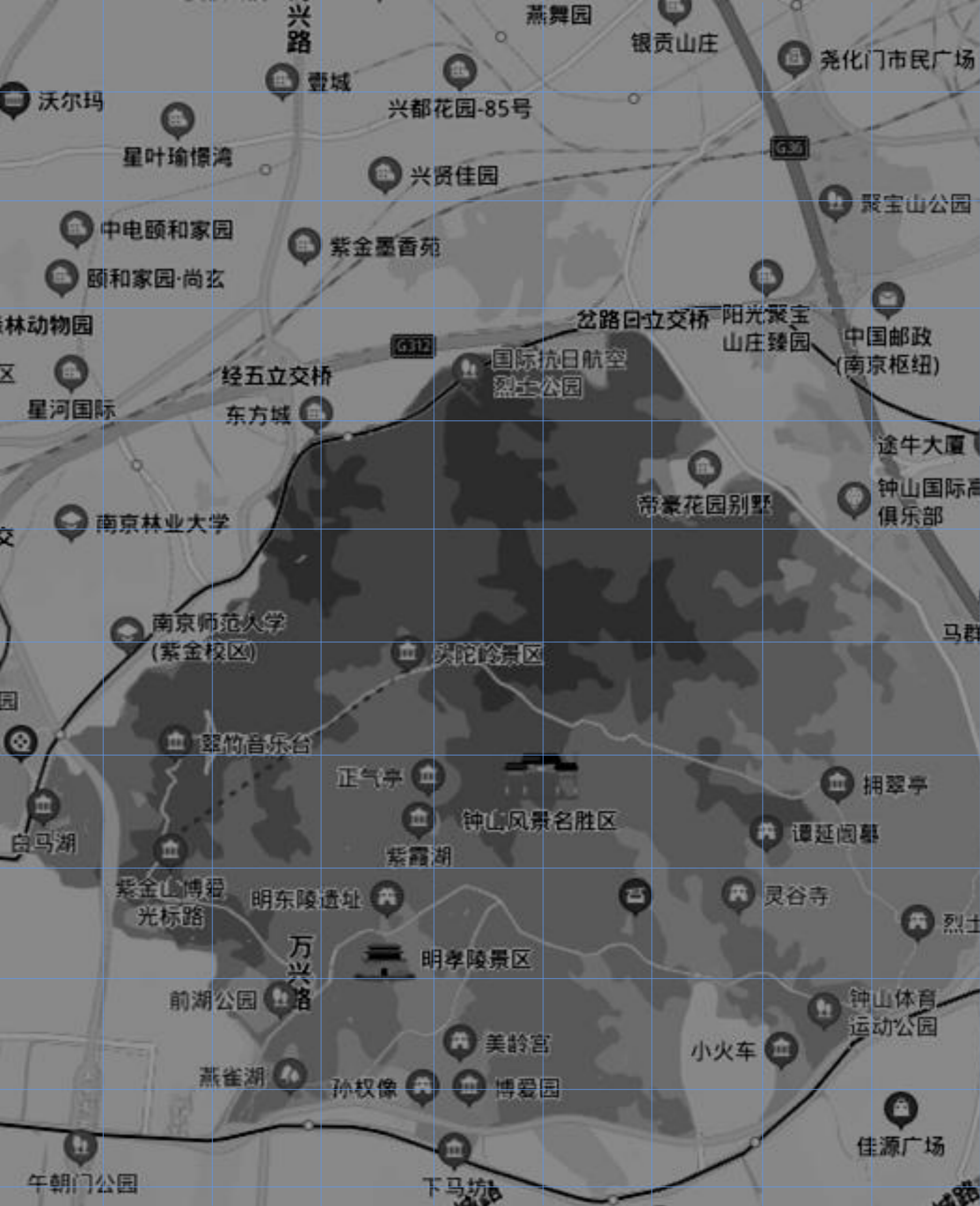
组织联合攻坚。在清理拆除及整改整治活动中，对整治难度较大的工作，可组织联合攻坚。即根据整治对象的不同情况，组织相关管理执法单位有针对性的开展一对一的说服教育或清理拆除活动。

### 加大投入力度

公共财政整治投入。对正常的管理执法工作和清理拆除整治需要的人力、物力投入要足额保证；市级财政应对各县（市）、区整治工作实行以奖代补，并对整治先进进行表彰奖励。对集中组织的店招提档改造经费原则应由公共财政全额负担。对重点区域的乱张贴、乱涂写的清理应通过政府购买服务方式由专业单位清理。

商业广告建设管理投入。根据规划确定的商业广告，原则应由公共财政投资建设并负责维护管理，力避由企业投资后带来的后期管理问题。也可根据实际由产权人或使用权人投资建设，由产权人或使用权人投资建设的，应充分考虑后期管理问题。

严格资金管理。对整治中涉及的建设、清理拆除、方案设计等工程应严格按照工程招投标及经费使用管理规定，强化监督管理。



## 附件 户外广告设施设置管理规定

- 附件1 禁止设置范围及管理规定
- 附件2 分类设置引导性控制规定
- 附件3 新技术户外广告设施设置规范
- 附件4 公益性户外广告设施设置规范
- 附件5 户外广告设施照明规定
- 附件6 安全检测、维护保养规定

## 附件 户外广告设施设置管理规定

### 附件1 禁止设置范围及管理规定 禁止设置范围

禁止设置范围严禁设置商业户外广告设施（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）。

### 传统风貌区

传统风貌区控制范围以南京的历史城区范围为主，包括历史文化街区、历史风貌区、一般历史地段。该风貌区需遵从《历史名城保护规划》对于历史城区、历史文化街区以及历史风貌区相关地段的控制要求，注重历史环境的保护与协调，体现古今交融的特点，彰显国际古都的文化底蕴。

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……
---------------	--

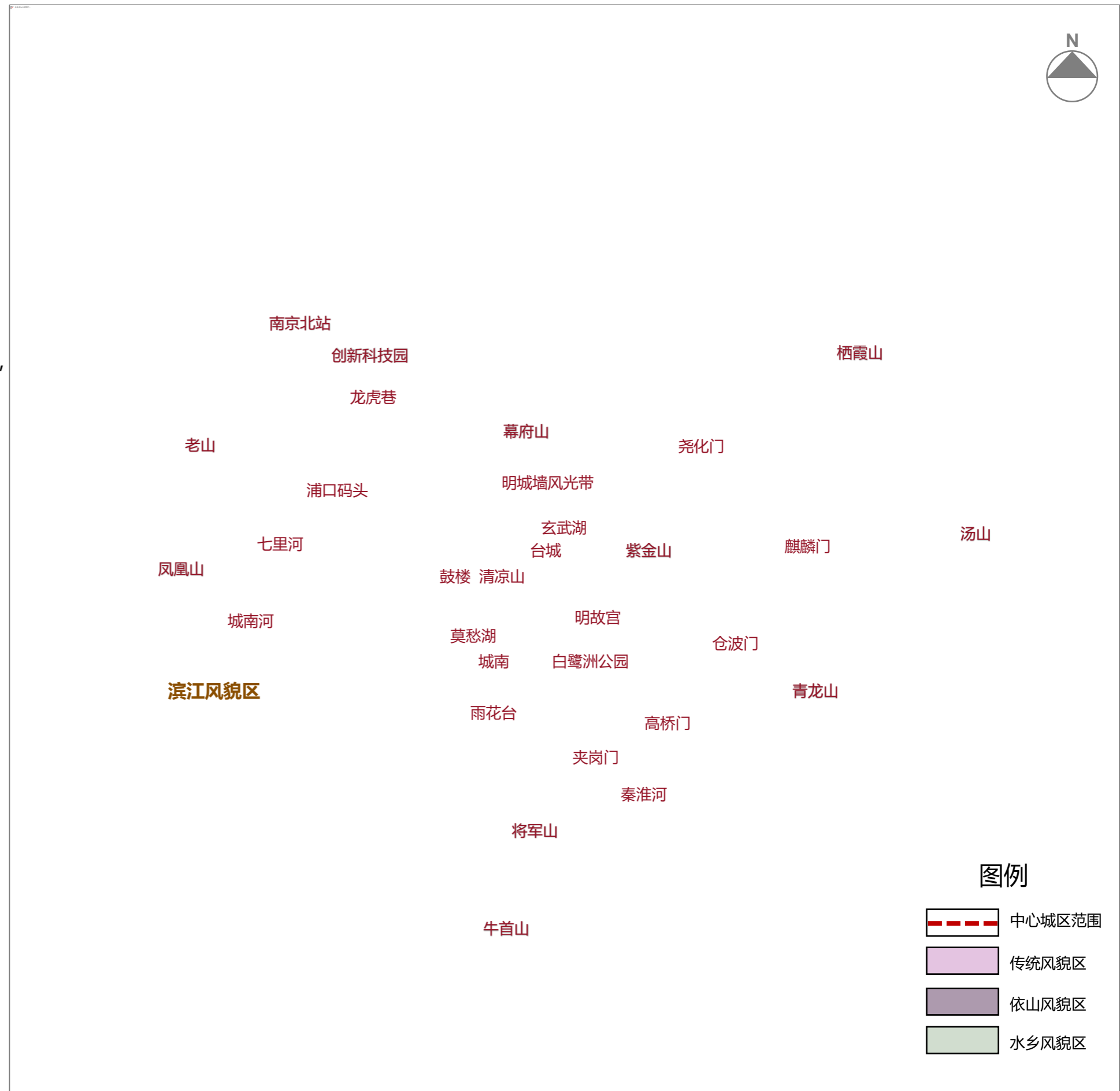
### 依山风貌区

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。

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

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。

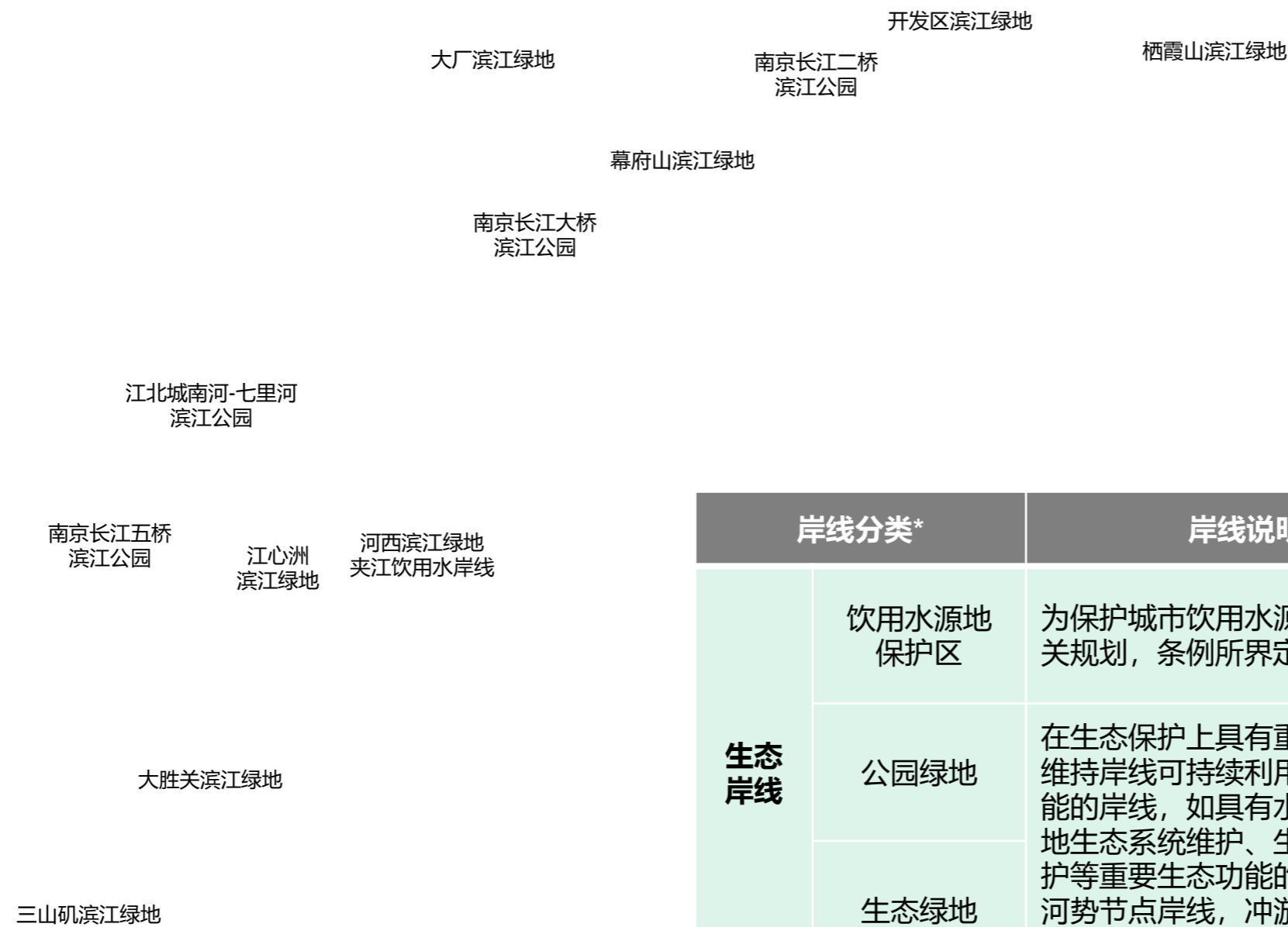


# 滨江风貌生态保护禁设带

## 图例

滨江风貌禁设带

滨江绿地



岸线分类*		岸线说明	控制要求
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"> <li>定位：生态优先，环境保护</li> <li>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。</li> </ul>
	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		



0 2.5 5km

\*依据城市用地分类与规划建设用地标准 (GB50137-2011)

# 滨江风貌生活生产禁设带

图例

滨江风貌控制带



岸线分类*		岸线说明	控制要求
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"> <li><b>定位：</b>温馨宜居、健康共融</li> <li><b>禁止性要求：</b>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。</li> <li><b>控制性要求：</b>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。</li> </ul>
	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	近期不具备开发条件或无开发利用需求的岸线。	

\*依据城市用地分类与规划建设用地标准 (GB50137-2011)

## 禁止设置路段

该路段范围禁止新建任何形式的商业户外广告设施（特殊情况需经过第三方论证）。

# 禁止设置路段汇总表

序号	道路名称	起讫点	方向	道路等级	用地性质
<b>江南主城</b>					
1	扬子江大道	秦淮河——江山大街	N-S	A	I
		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
3	中山路	北京东路——薛家巷	N-S	B	I
4	中山南路	白下路——升州路	N-S	B	I
		长乐路——应天大街			I
5	雨花西路	应天大街——雨花北路	N-S	B	I
6	大桥南路	长江大桥引桥——建宁路	N-S	B	I
7	虎踞路	定淮门大街——水西门大街	N-S	A	II
8	凤台路	水西门大街——应天大街	N-S	A	I
9	凤台南路	应天大街——小行	N-S	A	I
10	和燕路	燕子矶——文浚路	N-S	B	I
		青城路——北崮山路			I
11	红山路	北崮山路——龙蟠路	N-S	B	I
12	龙蟠路	中央北路——龙蟠中路	E-W	A	I
13	龙蟠中路	龙蟠路——中山东路	N-S	A	I
14	龙蟠南路	秦淮河——雨花东路	N-S	A	I
15	雨花南路	雨花东路——郁金香路	N-S	B	I
		绕城路——秦淮河			I
16	热河南路	中山北路——察哈尔路	N-S	B	I
17	江东北路	秦淮河——草场门大街	N-S	B	I
		清凉门大街——凤凰西街			I
18	江东南路	江山大街——友谊街	N-S	B	I
19	江山大街	邺城路——江东路	E-W	A	I
20	万兴路	栖霞大道——兴贤路	N-S	B	I
21	墨香路	兴贤路——玄武大道	N-S	B	I
22	北安门街	龙蟠路——珠江路	N-S	B	I
23	明故宫路	北安门街——御道街	N-S	B	I
24	御道街	明故宫路——石杨路	N-S	B	I
25	幕府西路	大桥南路——中央北路	N-S	B	I
26	幕府东路	中央北路——和燕路	N-S	B	I
27	栖霞大道	迈尧路——绕城公路	E-W	B	I
28	建宁路	金川河西路——铁院路	E-W	B	I
29	玄武大道	中央路——仙尧路	N-S	B	I
30	定淮门大街	扬子江大道——虎踞北路	N-S	B	I
31	新模范马路	中山北路——南瑞路	N-S	B	I
		工业大学西——金茂大街			I
32	玄武湖隧道	中央路——新庄立交	N-S	B	I
33	草场门大街	江边路——漓江路	E-W	B	I
		龙园西路——虎踞北路			I
34	北京西路	虎踞北路——中山路	N-S	B	I
35	北京东路	中山路——龙蟠中路	N-S	B	I
36	汉中门大街	北圩路——虎踞南路	E-W	B	I
37	汉中路	虎踞南路——莫愁路	E-W	B	I

序号	道路名称	起讫点	方向	道路等级	用地性质
38	中山东路	太平南路——中山门大街	E-W	B	I
39	水西门大街	北圩路——虎踞南路	N-S	B	I
40	升州路	虎踞南路——中华路	N-S	B	I
41	应天大街	螺丝桥大街——江东路	E-W	B	I
		湖西街——龙蟠南路			I
42	梦都大街	庐山路——泰山路	E-W	B	I
43	雨花南路	凤台南路——雨花东路	N-S	B	I
44	将军大道	秦淮路——绕城高速	N-S	B	I
45	双龙大道	天元西路——绕城高速	N-S	A	I
46	诚信大道	将军大道——双龙大道	E-W	B	I
47	佛城西路	宁丹大道——将军大道	E-W	B	I
		将军大道——宁宣高速			I
		利源路——佳湖东路			I
		淮浦路——竹山路			I
48	天元西路	天印大道——京岗线	E-W	A	I
		胜太路——高湖路			I
49	利源路	清水亭西路——诚信大道	E-W	B	II、IV
50	苏源大道	印吉大道——绕城高速	E-W	B	II、IV
		印吉大道——绕城高速			II、IV
51	土山路	秦淮河——芙蓉路	N-S	B	I
52	竹山路	金箔路——绕城高速	N-S	B	I
53	秦淮路	将军大道——宁宣高速	N-S	B	I
54	上元大街	双龙大道——胜太东路	E-W	B	I
		金箔路——府前东路			I
		东新路——万安西街			I
55	尧新大道	新港大道——太龙路	N-S	B	I
56	仙尧路	太龙路——铁路线	N-S	B	I
57	仙隐北路	玄武大道——仙林大道	N-S	B	I
58	仙林大道	紫东路——经天路	E-W	B	I
		天佑路——宝华大道			I
59	仙境路	智谷大道——仙林大道	N-S	B	I
60	新港大道	八卦洲长江大桥——仙新路	E-W	B	I
61	恒通大道	八卦洲长江大桥——仙新路	E-W	B	I
62	智谷大道	仙新路——七乡河	E-W	B	I
63	文澜路	仙林大道——九乡河西路	N-S	B	I
64	文苑路	仙隐北路——学津路	E-W	B	I
		学海路——仙境路			I
<b>江北新主城</b>					
1	江北大道	宁洛高速——园西路	N-S	A	I
		小汤路——杨新路			I
		新华西路——学府路			I
		浦泗路——广西埂大街			I
2	滨江大道	七里河大街——浦口大道	N-S	A	I
		浦泗路——浦镇大街			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	泰工路——绕城高速	E-W	B	I
6	浦珠路	珍珠街——柳洲南路	E-W	B	I
7	江山路	南浦路——引水河路	E-W	B	I
8	花卉大道	沿山大道——江北大道	N-S	A	I
9	黄山岭路	绕城高速——雨山西路	N-S	B	I
		兴浦路——珍珠南路			I
		七里河大街——万寿路			I
10	浦滨路	康建路——城南河	N-S	B	I
		康建路——城南河			I

## 禁止设置管理规定

### 1、禁止下列设置户外广告设施的行为

- (一) 未经许可设置户外广告设施;
- (二) 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施设置许可证件;
- (三) 未采取招投标、拍卖等方式利用公益性户外广告设施发布商业性广告;
- (四) 未按照规定进行户外广告设施安全检测或者未履行安全防范义务;
- (五) 在公共场所散发、张贴小广告传单;
- (六) 户外广告设施禁止发布除商业广告、公益广告以外的信息内容。

### 2、禁止设置不符合法律、法规、规章的户外广告设施

- (一) 国家机关和文化教育场所建设用地范围、文物保护单位保护范围和建设控制地带、风景名胜区核心景区内(自身宣传、公益宣传、导引标识除外);
- (二) 危房或可能危及建(构)筑物和设施安全的位置;
- (三) 利用学校校园、纪念性建筑、重要近现代建筑和市以上人民政府确定的标志性建筑及其控制地带内的;
- (四) 利用建筑物屋顶、消防登高面的;
- (五) 其他在国家及地方相关法律、法规及规范性文件中禁止设置户外广告设施的区域。

### 3、禁止设置影响交通安全和公共安全的户外广告设施

(户外广告设施设置涉及交通安全、公共安全的,应组织专家进行论证,经法定论证程序,符合相关法律规定并确保不发生影响交通安全、公共安全的行为)

- 禁止跨越城市道路、公路设置户外广告设施;
- 禁止在交通信号设施、交通指路牌、交通标志牌、交通执勤岗设施及其10米范围内、道路隔离栏、人行天桥护栏、隧道内(地铁隧道除外)、高架轨道隔声窗(隔声墙)、道路及桥梁防撞墙与隔声窗(隔声墙)设置户外广告设施;
- 禁止利用城市桥梁和立交桥设置户外广告设施;
- 禁止利用市政公共设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志、永久性测量标志设置户外广告设施;

禁止设置影响消防安全的户外广告设施,不得影响或占用消防车道、消防车登高操作场地、供消防人员进入的窗口、自然排烟窗等设置户外广告设施,影响或破坏建筑物消防安全的户外广告设施应立即进行整改或拆除;

- 禁止在绕城公路以内范围设置高立柱方式户外广告设施;
- 禁止跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方空间设置户外广告设施;
- 禁止利用行道树、绿化带、绿地、安全绿岛设置户外广告设施;
- 禁止在道路红线范围内的人行道上设置户外广告设施;
- 禁止在无障碍设施通道设置户外广告设施;

- 禁止利用电杆、灯杆设置户外广告设施;
- 禁止在道路交叉口及其视距三角形范围内设置户外广告设施;
- 禁止在河道、防洪堤的安全防护范围内设置户外广告设施;
- 禁止在各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内,消防通道及消防场地内设置户外广告设施;
- 禁止在隧道、公路收费口、高架道路落地匝道等出入口30m范围内,大量车流集散的公共建筑出入口外两侧各5m范围内设置独立式户外广告设施。

### 4、禁止设置妨碍居民生产生活的户外广告设施

- 利用住宅建筑(含商住混合类建筑的住宅部分)设置户外广告设施;
- 禁止在沿街毗邻建筑物之间的空间设置户外广告;
- 禁止设置造成噪音、光污染、色彩污染、电磁辐射的户外广告设施;
- 禁止设置遮挡建筑物玻璃幕墙和窗户,影响采光通风及通行权利的户外广告设施。

### 5、禁止设置损害市容市貌或建筑物形象的户外广告设施

- 禁止在城市公共空间设置不符合城市容貌标准的户外广告设施;
- 禁止在透空围墙上设置户外广告设施;
- 禁止损毁绿地设置户外广告设施;
- 禁止在建筑物坡屋顶、装饰顶等处设置户外广告设施;
- 禁止在公交候车亭和电话亭顶部设置户外广告设施;
- 禁止在建筑一层门楣线以下设置墙面式户外广告设施;
- 禁止在除商场、超市等商业建筑外的其他建筑上设置墙面式户外广告设施。

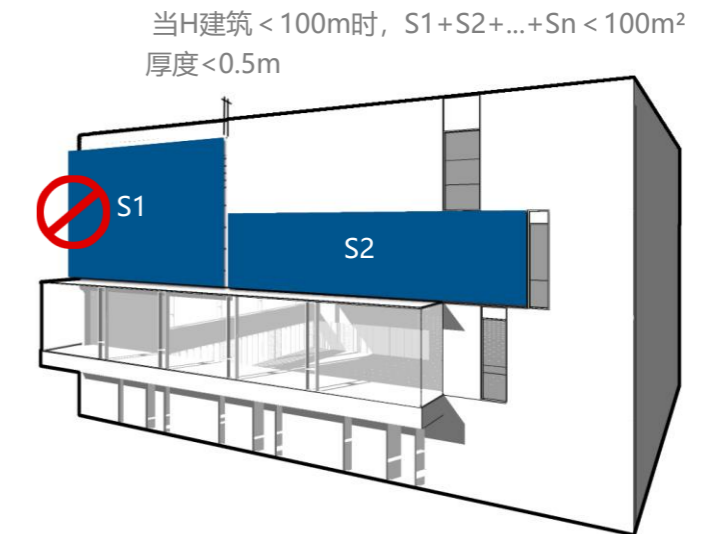
### 6、禁止在本次规划界定的禁止设置区域设置户外广告设施

## 附件2 分类设置引导性控制规定

### 附件2.1 设置在建（构）建筑物上的户外广告设施

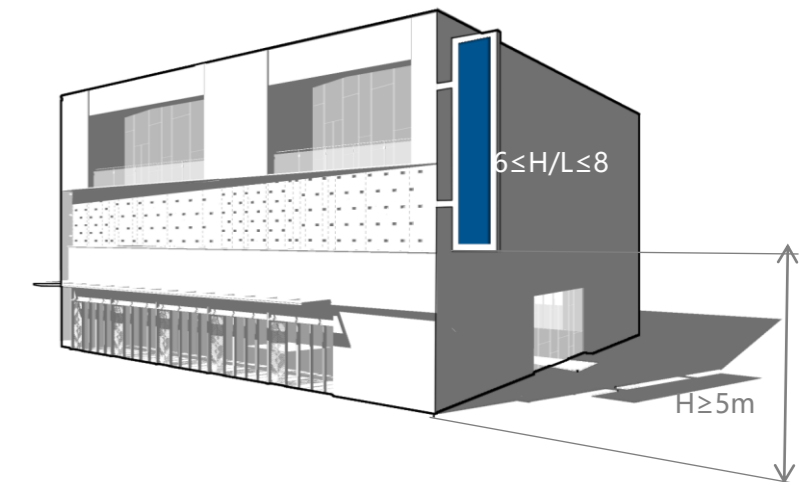
#### 平行于建（构）建筑物的户外广告设施

利用建（构）筑物玻璃幕墙可局部设置户外广告设施，其画面、色彩应与建筑及周围环境相协调；户外广告设施的宽度应与墙面相协调，四周不得超墙面外轮廓线；户外广告设施突出墙面的距离不得大于0.5m，不得妨碍行人、车辆通行安全；建（构）筑物同一立面上的户外广告设施总面积不宜超过该立面面积的30%。



#### 垂直于建（构）建筑物的户外广告设施

垂直于墙面设置的户外广告设施宜设置在多层建筑外墙面和高层建筑的裙楼外墙面上，户外广告设施的高度不得超过建（构）筑物高度屋顶；户外广告设施应考虑与各种架空线的关系，其净空应符合城市规划要求；户外广告设施底部离室外地面的净空高度不得小于5m；户外广告设施外挑距离不得超出建（构）筑物与建筑用地红线、道路红线；不得妨碍行人、车辆通行安全；户外广告设施的高宽比宜为 6: 1~8: 1。

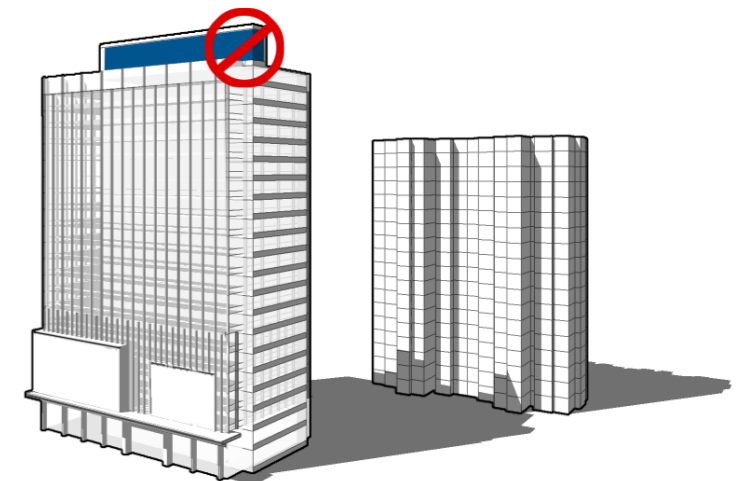


#### 设置在建（构）建筑物外立面的各类户外广告设施

利用建（构）筑物设置户外广告的，不得遮挡玻璃窗，妨碍相邻权人的通风、采光等合法权益；建筑屋顶不得设置户外广告设施；户外广告设施不得妨碍相邻居住建筑的日照，其建筑间距应符合城市规划要求。

有大面积实墙的部位可以按以下要求设置尺寸适中的广告：

- 玻璃幕墙内外不应设置影响消防、采光和破坏建筑物外立面的广告设施；
- 版面面积不应超过实体墙面积的1/2；
- 不应横向或纵向重叠设置广告设施；
- 广告设施突出墙面的距离不应超过0.5米，其突出墙面部分不应妨碍行人的安全，下沿高度距离地面应不小于30米。



禁止在墙面设置突出式广告和悬挂式广告：

户外广告设施底部构架的外露高度不宜大于1m，底部构架以上的结构不得裸露，应用与建（构）筑物色彩相协调的材料予以遮挡；  
户外广告设施应与建（构）筑物外墙面平行，不得超出建（构）筑物屋顶层四周墙面。

建（构）筑物立面字幕式电子显示屏应符合下列规定：

- a)建（构）筑物二层及以上墙体和玻璃橱窗内外不得设置字幕式电子显示屏；
- b)同一单位（总长度在10m以上或三开间以上）可在店招下方、门楣上方沿内侧设置一块字幕式电子显示屏，其长度不应超过总长度的2/3，高度不应超过0.6m；
- c)字幕白天不控制，夜间应符合《南京市户外广告设施设置通用规范》(DB3201/T 253-2015)附录A“户外广告设施亮度限值及试验方法”的规定。

### 综合性商业体外立面户外广告设施设置管理规范

本规划中涉及的综合性商业体指位于《南京市商业网点规划（2015-2030）》中规定的地区级以上商业中心的综合性商业体或商业街。

**市级商业中心（4个）**——新街口商业中心、江北商业中心、河西商业中心、城南商业中心

**副市级商业中心（1个）**——湖南路—山西路商业中心

**副城级商业中心（5个）**——雄州商业中心、东山商业中心、仙林商业中心、永阳商业中心、淳溪商业中心

**地区级商业中心（45个）**——龙池商业中心、龙袍商业中心、大厂商业中心、石头河商业中心、新商业中心、桥北商业中心、珠江商业中心、芝麻河（原三桥）商业中心、桥林商业中心、龙潭商业中心、白象商业中心、青龙商业中心、仙鹤商业中心、新尧商业中心、燕子矶商业中心、晓庄商业中心、丁家庄商业中心、黑墨营商业中心、下关商业中心、中央门商业中心、龙江商业中心、瑞金路商业中心、夫子庙商业中心、光华路商业中心、江东商业中心、天保（原河西南部）商业中心、安德门商业中心、西善桥商业中心、板桥商业中心、汤山商业中心、麒麟商业中心、东山老镇商业中心、胜太路商业中心、九龙湖商业中心、淳化商业中心、湖熟商业中心、秣陵商业中心、滨江商业中心、禄口商业中心、柘塘商业中心、溧水老城商业中心、溧水城东商业中心、江南科学园商业中心、高淳经济开发区商业中心、高淳老城商业中心

### 设置要求

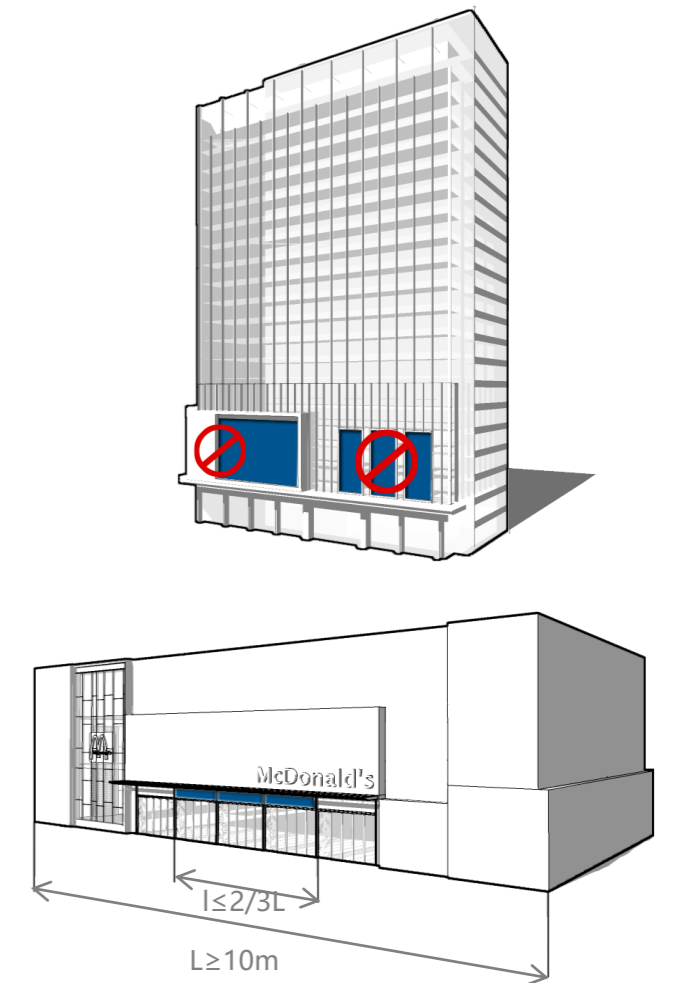
新建、拟建综合商业体外立面拟设置户外广告设施设置预案在听取属地城管局意见后，由规划设计单位对主体建筑的外立面及附属设施户外广告位进行一体化设计，经审核通过后，规划设计部门方可出具正式施工图纸；

综合性商业体外立面户外广告设施宜设置于商业体裙楼部分外墙面，裙楼低于10米的墙体部分不得设置，裙楼高度大于等于24米的建筑外立面户外广告设施高度不得大于6米，裙楼高于60米的建筑外立面，户外广告设施最大边长不得大于18米，户外广告设施禁止上下排列、重叠或重复设置；

设置在实体墙面的户外广告设施，尺度不得超出建筑物顶层及四周墙面，不得跨越外立面明显的柱、框等建筑构架，不得遮挡窗户及影响消防安全；

户外广告设施底部距离地面净高不得小于3米；突出墙面距离不得超过0.5米；

户外广告设施设置总面积（含集中店招牌板面的面积），不得超过依附实体墙面（立面扣除一楼门店、店招、窗户及反应该建筑主要特征性构件或饰物等，余下的平整的实体墙部分）的30%。



## 附件2.2设置在公共设施上的户外广告设施

### 公交站台的户外广告设施

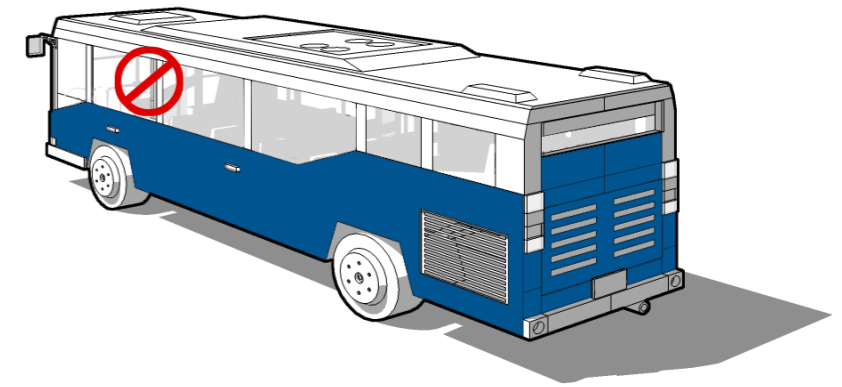
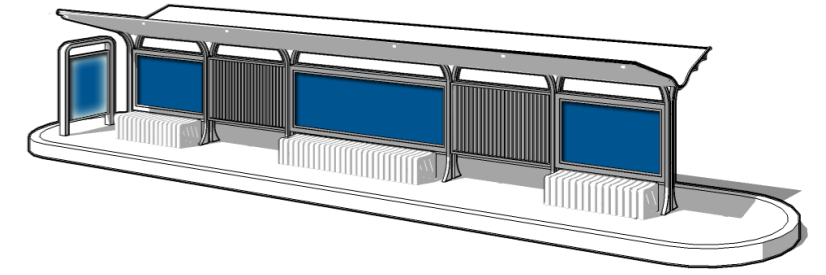
公交站台顶部不得设置户外广告设施；

公交站台户外广告设施应该与周围环境相协调。；

公交站台户外广告设施应结合站台候车设施同步设计，广告设施顶部应设有遮阳板，其垂直投影不得超过前后路牙，且不得妨碍行人的安全通行，户外广告牌设置应充分考虑相邻权；

公交站台户外广告设施应间隔设置：客流量较大的换乘站台不得超过3块，一般客流量站台不得超过2块，风景名胜、纪念碑建筑和文物保护单位附近站台可设置1块；

可在站名牌上方采用LED显示屏发布公共信息，如：公交车发车情况、天气预报、时间、公益广告等。



### 城市公共交通工具户外广告设施

严禁在出租汽车和社会自有车辆上设置户外广告；

城市公共汽车（含公交双层汽车）只准许在车身两侧和后尾部位（均不含车窗玻璃）设置广告；

利用公共汽(电)车车体设置户外广告的，不得遮挡车窗、车门、线路牌(头牌、腰牌、尾牌)及对车身颜色全部遮盖，不得影响乘客识别和乘坐；

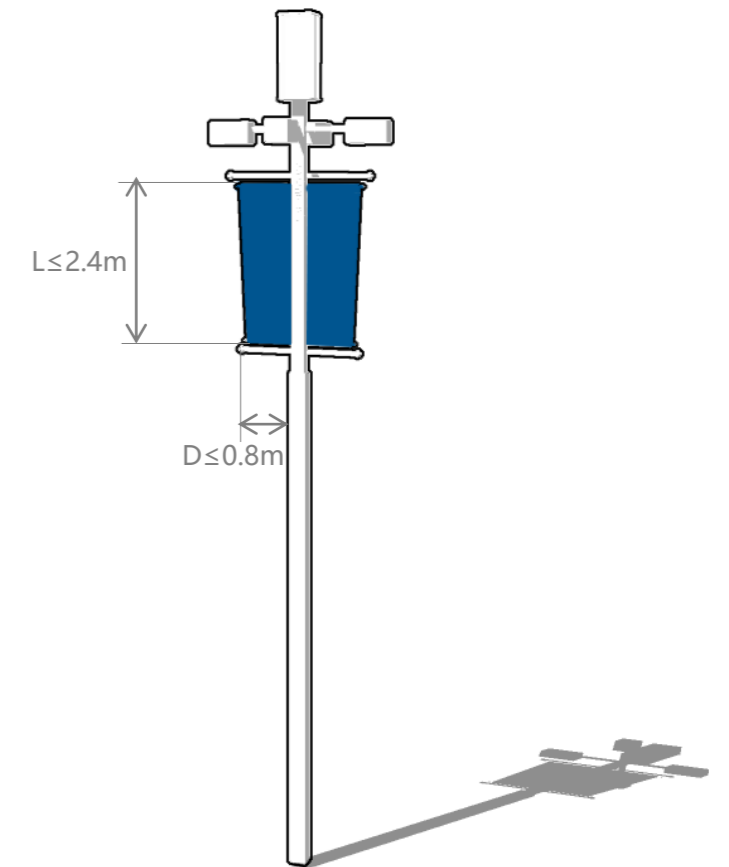
利用公共交通候车亭、站牌等设施设置户外广告的，应当在指定的广告栏内设置；

城市公共汽车车身广告设置不得附加框架、挂设实物，不得遮挡车窗玻璃和车牌、车灯等交通标识；

户外广告的设置和发布不得改变车辆的基本技术参数和颜色；

车体广告的设计、制作不得粗制滥造；广告色彩与形式应当相对统一；图案和色彩应当与车体相协调；

旅游线路车辆广告设置，应与线路上景点相协调，体现城市特色。



### 其他公共设施上的户外广告设施

亭、棚、栏等公共设施顶部不得设置户外广告设施；

邮筒、路名牌、垃圾箱等公共设施上不宜设置户外广告设施；

灯杆（或电杆）上不得设置硬质户外广告设施，不得影响交通安全；

同一段道路，只能在同一种灯杆（或电杆）上设置，单根灯杆（或电杆）上不得重叠设置，同一路段的灯杆（或电杆）上设置的户外广告应做到形、尺寸、位置统一，并与周围景观相协调。

## 附件2.3 设置在地面上的户外广告设施

### 立杆式户外广告设施

宽度小于3m的人行道不得设置立杆式户外广告。  
立杆式户外广告设施沿人行道的纵向间距不得小于50m。  
立杆外缘距人行道侧沿石外缘不得小于0.3m，且不得大于1.0m。立杆杆径宜为0.08m~0.15m。  
广告牌面外缘距人行道侧沿石外缘不得小于0.3m。  
广告牌面（单面）面积不得大于2.0m<sup>2</sup>，单边长度不得大于2.0m，厚度不得大于0.3m。  
广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于3m。

### 底座式户外广告设施

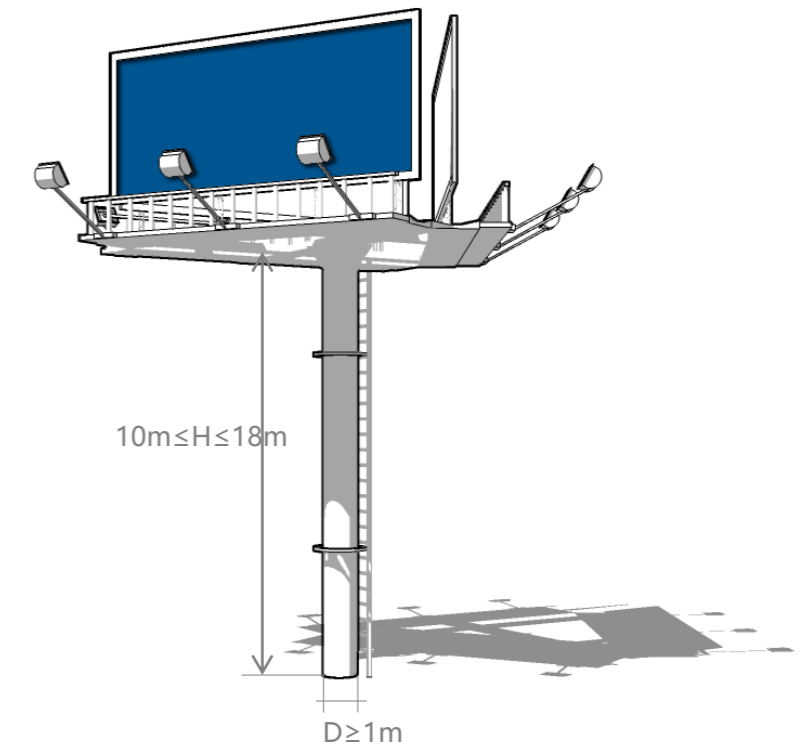
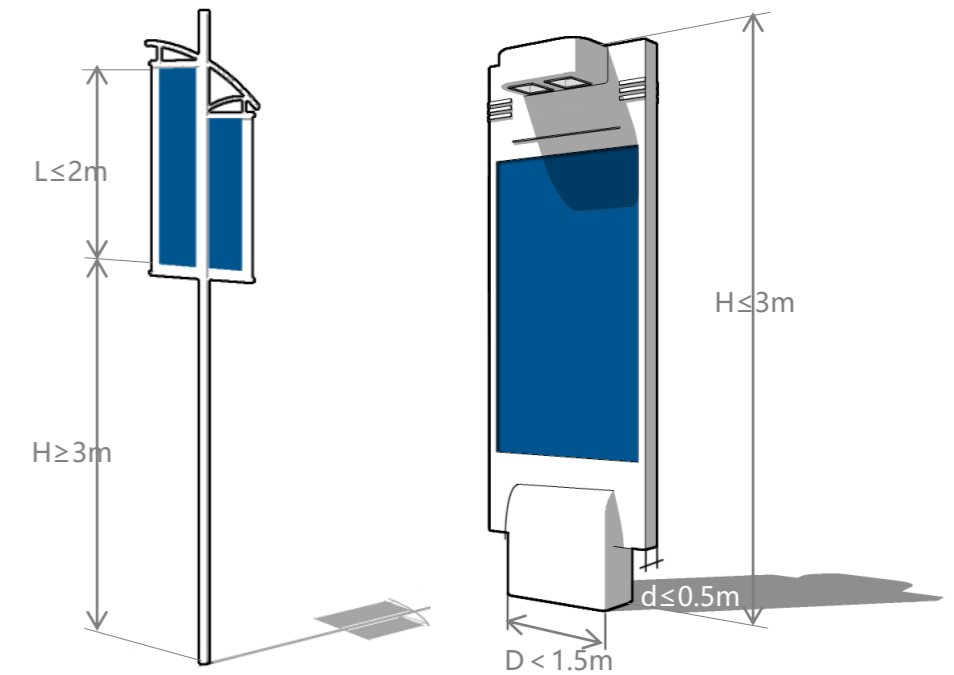
宽度小于5m的人行道或面积小于100m<sup>2</sup>的广场（空地）及绿地不得设置底座式户外广告设施。  
户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道侧沿石外缘不得小于0.5m，且不得大于1.0m。  
户外广告设施的底座和牌面的总高度不得大于3m，底座占地面积应小于1m<sup>2</sup>，宽度应小于1.5m。  
广告牌面（单面）面积不得大于2.5m<sup>2</sup>，厚度不得大于0.5m，广告设施间距应大于60m。  
设置底座式户外广告设施的人行通道净宽不应小于3m；  
步行街上的底座式户外广告设施应设置在步行街的休憩带中，形式和色彩应与步行街风格相协调。

### 实物造型户外广告设施

实物造型户外广告设施不得设置在城市道路红线内，且应满足倒伏安全距离；  
宽度小于6m的人行道或面积小于100m<sup>2</sup>的广场（空地）及绿地不得设置实物造型户外广告设施。  
实物造型户外广告设施占地面积不得大于2m<sup>2</sup>，宽度不大于人行道宽度的五分之一，高度应与宽度相协调。  
在满足安全的前提下，实物造型户外广告设施应与周边环境和空间制度整体协调，且需经过专题论证通过后，方可设置；

### 大型高立柱户外广告设施

绕城公路以内不得设置大型高立柱户外广告设施。  
大型高立柱户外广告设施不得设置在隧道体及隧道两端挖方地段，不得设在桥梁体（含主桥和引桥）上。  
道路两侧设置大型高立柱户外广告设施的，其总高度不宜超过22m，单幅幅面规格尺寸、应符合表2；同侧纵向间距应不小于1000m。  
大型单立柱户外广告设施的基础和主体设计应符合国家相关技术规范要求，其柱体直径应不小于1.0m、柱体材料的壁厚应不小于10mm。  
广告牌面下缘距地面高度不得小于10m，且不得大于18m，特殊地貌地区特批除外。  
广告结构应按承载能力极限状态设计钢结构。按承载能力极限状态设计钢结构时，应考虑荷载效应的基本组合，必要时尚应考虑荷载效应的偶然组合。  
大型高立柱广告设施使用年限内每年应进行安全检测。



城市中心区不宜设置大型落地户外广告,以下区域宜设置落地牌式广告:

- a)城市出入口道路两侧,用于宣传城市形象和起到城市门户的引导作用;
- b)市区主干道两侧及环境较差的地方,起遮挡作用,改善市容环境。

落地牌式广告应符合以下设置要求:

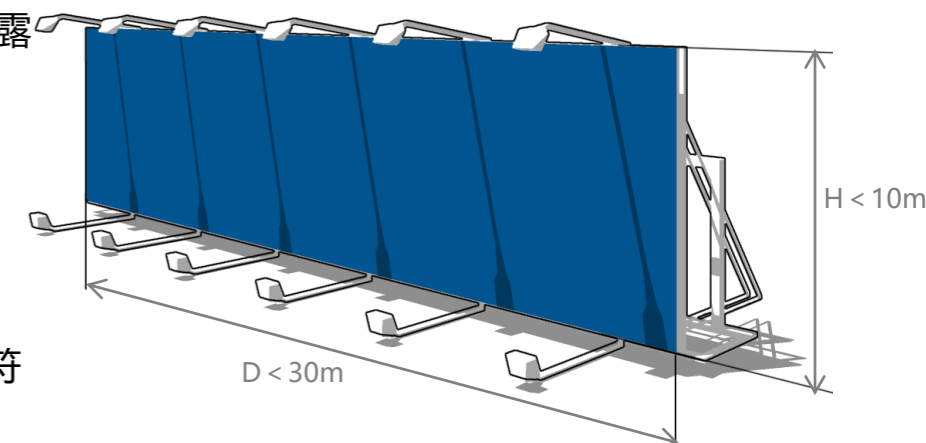
- a)当建筑后腿地块红线距离不足5米时,禁止设置落地牌式广告,同时落地牌式广告与地块内主体建筑的净距离应不小于其高度的2倍;
- b)户外广告牌支撑钢架不应裸露;
- c)落地牌式户外广告设施底部离地面、植被净高不应大于0.3米,高度应不大于米。
- d)大型落地户外广告的高度应小于10m,宽度宜小于30m;高宽比应适当。



### 工地围挡户外广告

工地围挡设施属临时性构筑物,由建设规划部门审批;工地围挡广告设施,其设置设计方案经属地城管局审核并备案后方可设置,其建设到拆除应与该工地建设工期保持一致。

- a)工地围挡广告应在工地规划红线内设置,城市道路红线与围之间的空间应由单位栽植绿化;城市道路红线与围挡之间存在裸露地面的,应由设置单位补植绿化,使其协调一致。
- b)工地围挡设施设置,应确保施工和周边行人的安全,高度应不低于2.5米,不应高于3.5米;
- c)大门设置高度和宽度应满足施工车辆的进出和符合消防标准的要求,不应小于5米;
- d)工地围挡广告支撑应进入地下0.7米。确保基础牢固安全
- e)工地围挡广告应设置20至30公分的砖砌地台,并附有内藏式照明设施;
- f)工地围挡广告申请设置方案应与周边环境相协调,禁止发布带有商业性的广告内容,禁止采用使用寿命与工地工期年限不相符的材料,公益广告宣传内容不应少于30%。
- g)工地围挡广告设施可发布的内容:该工地建设项目名称、项目标识;该项目产权方单位名称和标识;并以数码切割立体字的形式反映上述内容。工地围挡发布内容的尺度,名称、标识幅度易占板面面积的八分之一以内。



### 移动式户外广告设施

利用车辆车身设置广告设施的应符合城市公共交通工具户外广告设施的规定;

车头及玻璃车窗不得设置户外广告设施,LED显示屏广告车在行驶过程中不应播放广告;

除轨道交通车辆、公共汽电车、出租车和货运出租车外,其他车辆不得设置经营性户外广告;

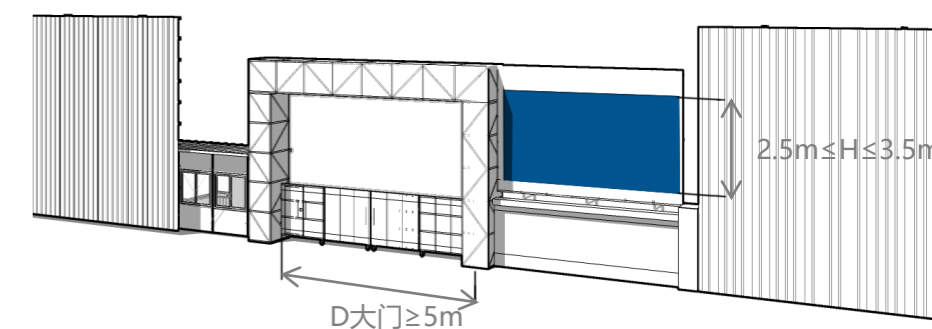
车辆户外广告应整洁、美观,不得对原车颜色全部遮盖,其色彩应与车体颜色协调;

利用船舶等水上各类交通设施设置的户外广告,不得影响船行安全,宜设置通透式户外广告牌;

除客渡船、旅游客船外,其他船舶不得设置经营性户外广告;

利用船舶等水上各类交通设施设置的户外广告,宜设置通透式广告牌。广告牌面高度不得大于3m;

设置空中移动式广告设施涉及航空安全管理的,必须符合国家航空管理部门、气象部门有关航空飞行物安全、气球施放的相关管理规定。

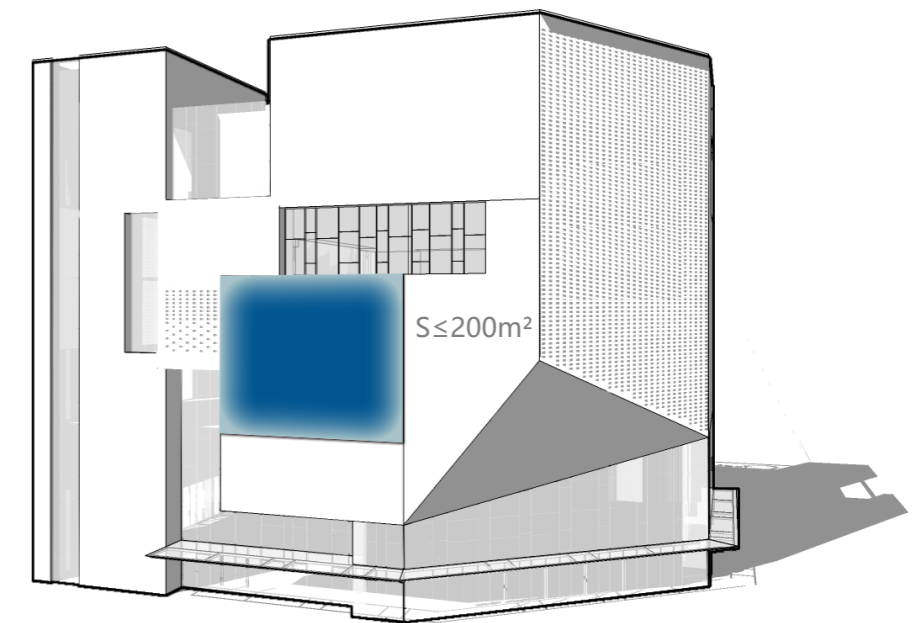
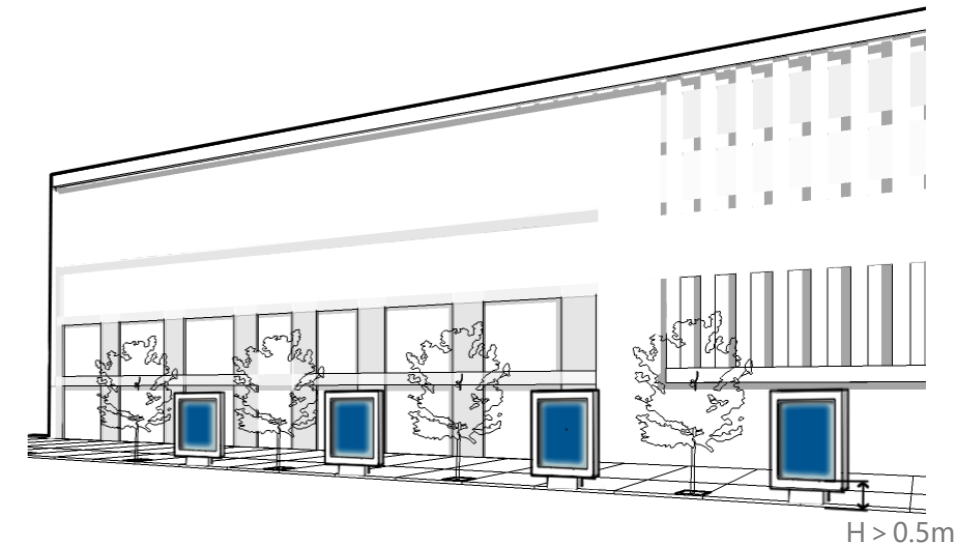


## 附件2.4 户外电子显示装置类户外广告设施

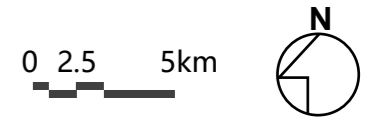
户外电子显示屏是指建（构）筑物及独立设置的具有发光和动态效果的电子显示屏、激光投影、冷阴极管、LED数码管等用于户外广告和公益宣传的显示装置。

设置户外电子显示屏应该遵守下列规定：

- (1) 按照依法批准的位置、规格设置，符合户外广告设置的安全技术标准；
- (2) 户外电子显示屏及其构件不得使用可燃材料制作、依附于建（构）筑物的电子显示屏不得影响或破坏建（构）筑物的防火构造；
- (3) 采用先进技术和节能环保的优质材料，并由具备相应资质的专业单位负责显示屏设计、制作和安装，显示屏应该具备按照日照强度变化调节显示亮度的功能；
- (4) 不得遮挡交通标志、交通信号、妨碍城市道路行车安全、影响道路畅通；
- (5) 不得形成光污染、噪声污染、电磁辐射污染等；
- (6) 与周围道路、建筑、景观等环境相协调，不得破坏建筑物、构筑物的容貌；
- (7) 高速公路、快速路路口100m及道路红线两侧50m范围内，其他道路交通管制信号装置周围10m以内及其背景空间内，以及面向来车方向，不得设置电子显示屏户外广告；
- (8) 城市道路两侧电子显示屏户外广告设施下缘距离地面高度应大于0.5m；
- (9) 依附于建筑物的电子显示屏面积应根据建筑结构特征及周边环境确定，其总面积不宜大于200m<sup>2</sup>；
- (10) 城市交通性干道两侧不得设置播放连续活动画面的电子显示屏户外广告设施；
- (11) 电子显示屏户外广告设施应发光均匀，无抖动闪烁现象，具有随环境照度的变化自动调整亮度的功能；
- (12) 电子显示屏户外广告的最大亮度、标准白场色温、视角、亮度均匀性、色彩还原性、灰度等级、换帧频率、白平衡效果、像素失控率和透视距离等光、电性能指标应符合现行行业标准《LED显示屏通用规范》SJ/T11141及《城市夜景照明设计规范》JGJ/T163的有关规定。



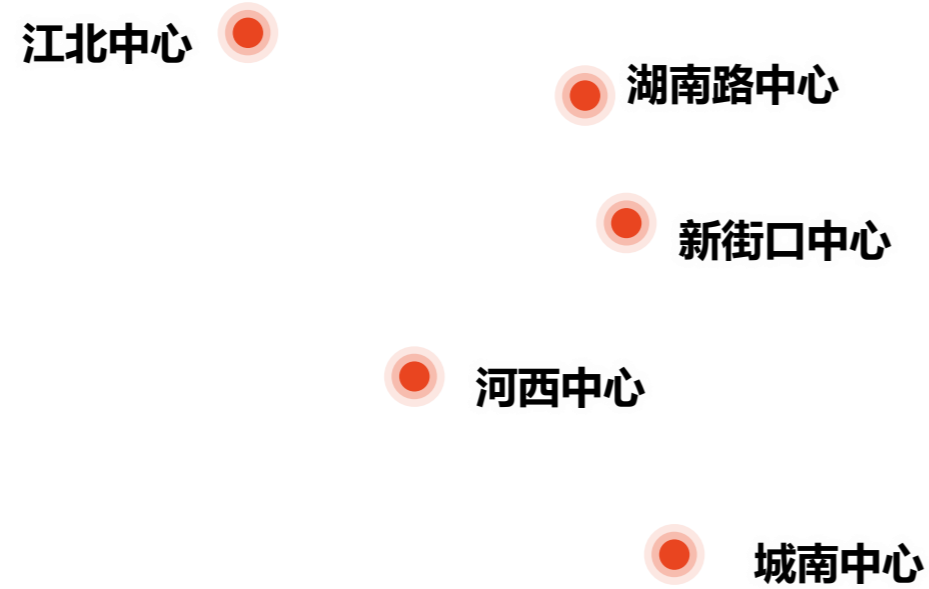
### 附件3 新技术户外广告设施设置规范



本规划的新技术户外广告设施是指在城市公共空间，通过声、光、电等新技术实现信息传播功能的设施或媒介。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。新技术户外运用呈现可识别的文字符号、图像符号，具有商业价值的情况，应纳入城市户外广告市场化管理。

#### 新技术特别展示区

针对新技术户外广告传播形式、特点与展示效果，依据《南京市总体城市设计（2017-2035）》现代风貌特色空间分析、《南京市商业网点规划（2015-2030）》市级、副市级商业中心的界定，选定新技术户外广告设施设置展示范围为：江北中心、河西中心、新街口中心、城南中心（公益）、湖南路中心展示区。



### 禁止设置要求

新技术户外广告设施设置仅限于新技术特别展示区范围，其他区域需通过论证方可设置；

玻璃幕墙透明屏类户外广告设施设置载体外立面玻璃幕墙留有通风排烟窗位置的，禁止设置新技术户外广告设施；载体半径180米范围内无居住用地方可设置，90米范围有居住用地的禁止设置；90-180米有居住用地的，需通过论证方可设置。

### 面积要求

玻璃幕墙透明广告屏设置最大面积不易超过800平方米；

超过800平方米玻璃幕墙屏（城市巨幕屏），应通过论证方可设置，一般情况下不得用于商业性发布。

### 规范性、安全性要求

新技术户外广告设施设置方案及施工必须由具有资质的设计、施工单位承担，并取得消防安全检测合格；

LED显示屏必须由正规厂家生产，符合国家相关质量标准；

透明LED显示屏的播放不得干扰交通信号；

LED屏媒体播放每五条广告中不得少于一条公益性宣传，具体实施4+1播出形式，每条15秒\*120次/天；

玻璃幕墙内侧LED安装面与顾客之间须有保持安全距离的设施；

新技术户外广告设施设置方案须符合南京市城市照明和景观亮化的总体规划及《城市夜景照明设计规范》的要求，透明LED显示屏的播放亮度应符合南京市户外广告设置规范的标准；

大型城市灯光秀可能形成人群集聚的，须经公安、交警、消防部门认可，夹带商业性广告的，须按商业性户外广告有偿设置管理流程办理。

投影户外广告的投影光束照射区域距离地面高度不得小于4米，不得影响行人和车辆通行安全和居民生活。

### 鼓励机制

积极创建特别展示区新技术户外广告鼓励机制平台，采用租赁金优惠、使用权期限放宽以及相关优先权政策、依据实际运作情况和展示效果予以奖励和表彰。

## 附件4 公益性户外广告设施设置规范

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宣传阵地类公益广告不纳入本次规划管理范畴。

### 设置要求

公益性户外广告设施，由市宣传部门或由其指定的机构、团体负责建设、管理和运营，100%发布公益性广告宣传。

公益性户外广告设施禁止发布任何商业性的广告信息。

经市场化获得设置许可的商业性户外广告设施，须将20%公益发布所占用设施投资、制作、安装、电费等列入估值成本范围。

商业性户外广告设施在发布满20%公益广告的情况下，仍然需要其增加公益发布时长，须征得业主同意，并支付相应的发布费用。

发布形式为固定画面的户外广告设施，每年公益性发布不得少于73天，一般情况下，年度内一般不多于2次公益换画。

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。

公交站台的户外广告设施可在站名牌上方采用LED显示屏发布公益广告信息。

工地围挡广告申请设置方案应与周边环境相协调，公益广告宣传内容不应少于30%。

## 附件5 户外广告设施照明规定

本规划将户外广告设施设置与城市景观建设相融合，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。

户外广告设施照明设置应符合《南京市城市照明专项规划》的规划要求。

### 设置要求

沿建筑立面垂直方向、高层现代建筑上部的户外广告照明应采用投光灯照明或大屏幕广告照明，中层部分应采用灯箱广告照明，低层部分照明方法可采用多种方法，不得采用灯箱广告照明。

沿道路内侧的内发光广告底色明度应大于20%。

商业企业设置的灯箱、橱窗广告应避免外打灯照明形式。

利用居住区内商业和办公用房、居住区周边设置电子显示屏或者其他附带夜景光源的，应当避免噪声污染、光污染和遮挡日照等对居民生活造成的不利影响。

### 光源规定

户外广告设施光源不得影响居民生活、行人或交通安全。

在交通管制信号装置周围10m以内及其背景空间内的广告照明，不得采用闪烁方式及辐射红、黄、绿三色光源照明。

户外广告照明宜优先选用节能、环保的新光源、新灯具。

### 亮度限值及试验方法

#### 1、户外广告设施亮度限值

户外广告夜间（22：00～6：00）最大允许亮度应不超过下表中的规定。

户外广告最大允许亮度表

广告被照面的面积 (m <sup>2</sup> )	最大允许亮度 (cd/m <sup>2</sup> )	
	展示区	控制区
≤0.5	1000	400
0.5~2	800	320
2~10	600	240
≥10	400	160

注：表中规定不适用于霓虹灯、LED显示屏形式的户外广告设施

户外LED显示屏最大允许亮度表

LED显示屏面积 (m <sup>2</sup> )	最大允许亮度 (cd/m <sup>2</sup> )	
	展示区	控制区
≤10	800	600
≥10	600	400

注：室外自然环境照度应不大于200lx。

#### 2、户外广告设施亮度试验方法

##### 户外广告亮度测试

a)现场（动态）环境下。

b)用亮度计测量亮度。在其最大发光区域共测量10个点，取其中最大值L<sub>max</sub>为最大允许亮度。

##### LED显示屏亮度测试

##### 现场测试测量条件

a)现场（动态）、屏体无投射光光干扰条件下

b)用亮度计随机选取高亮度点，光探头采集范围不得少于16个相邻像素；

c)在显示屏稳定工作状态下进行测量。

##### 现场测试测量步骤

##### a)测量设备要求

——测定角：不低于2°；

——测定距离：非接触式；

——亮度测定（精度保证）范围：不低于0.005～1,200,000 cd/m<sup>2</sup>

——亮度精度：不超过±4%；

——测定时间：≤2s；

——响应时间：NORMAL（全量程）：≤30ms；

b)用亮度计测量在LED显示屏最大亮点处随机测量，5分钟内连续测量100次，取其中最大值L<sub>max</sub>即为最大允许亮度。

## 附件6 户外广告设施安全检测、维护保养规定

### 户外广告设施的安全检测

#### 1、安全检测期限

户外广告设施在正常使用2年后，必须每年进行安全检测。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。

大型高立柱广告设施使用年限内每年应进行安全检测。

#### 2、安全检测内容

根据设计施工图及现场测试的实际结构尺寸，对户外广告设施钢结构的强度、刚度和稳定性进行验算复核。

钢结构现场检测包括：整体垂直度，几何尺寸（迎风面积），钢材截面厚度，涂层厚度，焊缝质量，螺钉（铆钉），连接螺栓，高强螺栓，构件锈蚀程度。

基础现场检测包括：基础配筋布置情况，地锚螺栓，基础混凝土强度。

电气现场检测包括：配电箱，灯具，导线连接安全性，防雷接地，绝缘电阻、耐压强度、接地电阻。

户外广告设施亮度限值要求及试验方法：应符合《南京市户外广告设施设置通用规范》附录A的规定。

#### 3、安全检测整改

经安全检测不合格的户外广告设施，应进行整改，整改后再向检测机构申请复检。

#### 4、户外广告设施检测单位资质

户外广告设施的检测/验由具有专业资质的第三方检测/验单位（部门）进行。

户外广告设施的检测单位（部门）必须取得省级及以上资质认定/计量认证资质，同时所检项目必须在认证的能力范围内。

检测人员应具有相应检测项目岗位资格证。

### 户外广告设施日常维护保养

广告使用单位应对户外广告设施进行维护和保养，应定期对广告进行清洁，保持广告的整洁、完整。

钢结构的防腐保养必须每年进行一次，发现有锈蚀、油漆脱落、龟裂、风化等现象时应进行基底清理、除锈、修复、重新涂装。

当涂层表面光泽失去达80%、表面粗糙、风化龟裂达25%和漆膜起壳时，应及时维护。

构件连接点（焊缝、螺栓、锚栓）应每年检查一次，发现焊缝有龟裂、节点松动时，应及时修补及紧固。

对灯光、供电、电气控制设备应每年维护一次，确保用电安全，对电线绝缘材料损坏，导线外露部位要及时包扎好，确保不发生漏电、不亮灯现象。广告设施照明应做到即坏即修。

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）。

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；应对薄膜结构的广告画面的牢固度、风化、老化程度进行检修和加固。

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。



微信公众号二维码

地址：南京市建邺区云龙山路1号1栋

邮编：210019

联系电话：025-86968126

电子邮箱：[jspd@jspd.com](mailto:jspd@jspd.com)