



舟山市区 户外广告设置专项规划

【最终成果】【2021年01月】



ZHOUSHAN CENTRAL DISTRICT

OUTDOOR ADVERTISING FACILITIES SPECIAL PLANNING

舟山市人民政府文件

舟政函〔2021〕4号

舟山市人民政府关于同意 《舟山市区户外广告设置专项规划》的批复

市城管局：

你局《关于要求批复〈舟山市区户外广告设置专项规划〉的请示》（舟城管〔2020〕54号）悉。市政府原则同意《舟山市区户外广告设置专项规划》（以下简称《规划》）。现批复如下：

一、《规划》符合《浙江舟山群岛新区（城市）总体规划（2012-2030年）》和《舟山市户外广告和招牌设置管理条例》的要求，对规范户外广告设置、提升城市品位具有重要指导意义。你局要加大户外广告管理力度，注重户外广告设置的规范性、安全性与创新性，同时要做好《规划》贯彻落实的宣传工作。

—1—

二、同意《规划》确定的规划范围、规划期限、规划控制要素以及建设指导等内容。

三、《规划》是指导市区户外广告合理布局的重要依据，是市区户外广告管理的技术指引，各相关职能部门要各司其责，加强配合协调，确保户外广告设置工作落到实处。《规划》颁布后要严格遵照实施，若需调整，必须按照程序上报。

此复。



（此件公开发布）

抄送：市资源规划局。

舟山市人民政府办公室

2021年1月19日印发

—2—

项目名称：

舟山市区户外广告设置专项规划

委托单位：

舟山市城市管理局（综合行政执法局）

编制单位：

舟山市城市规划设计研究院

设计证书号：[浙]城规编（142055） 乙级

规划出图专用章：



项目审定人：

洪 斌 院 长

高级城市规划师

国家注册城市规划师

专业审核人：

应朝栋 副院长

教授级高级城市规划师

国家注册城市规划师

项目负责人：

傅小娇 所 长

高级城市规划师

国家注册城市规划师

项目组成员：

夏 泓

城市规划师

张 浩

城市规划师

李凌峰

城市规划师

胡凯利

平面设计师

曹皓渊

助理市政工程师

目 录

前言	1
----------	---

01. 总则篇

1.1 规划背景	4
1.2 规划范围及期限	5
1.3 规划依据	6
1.4 概念界定	7
1.5 技术路线	14

02. 现状篇

2.1 现状概况	16
2.2 调查说明	17
2.3 调查成果	18
2.4 分析评估	21

03. 目标篇

3.1 案例借鉴	24
3.2 规划原则	29
3.3 规划目标	30

04. 规划篇

4.1 规划控制要素	34
4.2 规划通则	38
4.3 户外广告用地分区管控	50
4.4 户外广告道路分类管控	68

05. 实施篇

5.1 户外广告责任主体	78
5.2 户外广告设计要求	78
5.3 户外广告监管机制	79

美国当代建筑大师伊利尔·沙里宁曾说：“让我看看你的城市,我就能说出这个城市居民在文化上追求的是什么。”

当前,城市形象与景观品质受到了越来越多的关注:一方面,它直接关系到市民的生活品质,反映了一个城市的文明程度;另一方面,城市形象被认为有助于推动城市经济、政治、社会发展的目标,已经成为城市综合实力与竞争力的重要组成部分。因此,因城市工商业的繁荣而共生,并且作为城市形象与景观重要构成要素的户外广告,就成为以关注城市发展、谋求公共福祉为宗旨的城市规划工作不容回避的重要课题。



01

总则篇 Profile

1.1 规划背景

1.2 规划范围

1.3 规划依据

1.4 概念界定

1.5 技术路线

● 一、国家层面

近年来，我国经济高速增长，城市户外广告发展态势惊人，已经成为仅次于电视和网络的第三大广告媒体。2015年4月24日修订通过的《中华人民共和国广告法》于2015年9月1日起正式施行，第四十一条规定，县级以上地方人民政府应当组织有关部门加强对利用户外场所、空间、设施等发布户外广告的监督管理，制定户外广告设施规划和安全要求。户外广告的管理办法由地方性法规、地方政府规章规定。



中华人民共和国广告法

● 二、省级层面

2008年8月1日通过《浙江省城市市容和环境卫生管理条例》，要求户外广告设施按照依法批准的要求设置，并符合城市容貌标准。相继省内多个城市跟进编制了“户外广告设施专项规划”、“户外广告管理办法”、“户外广告设置技术规范”和“户外广告专项整治行动”来对户外广告进行管理，很多城市以此为契机对户外广告进行统一的规划，完善审批管理制度，整治户外广告乱设、乱置，改善了城市的景观环境。



● 三、市级层面

2011年6月国务院正式批复同意设立舟山群岛新区，并把建设“海上花园城”作为舟山群岛新区城乡人居环境建设的战略目标。2018年11月30日浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第七次会议通过《舟山市户外广告和招牌设置管理条例》由舟山市人民代表大会常务委员会公布施行。编制合理的户外广告设置专项规划来确保户外广告与城市规划布局相衔接、与城市人文特色相融合、与城市形象提升相适应，并为户外广告的管理审批提供规划技术指导。



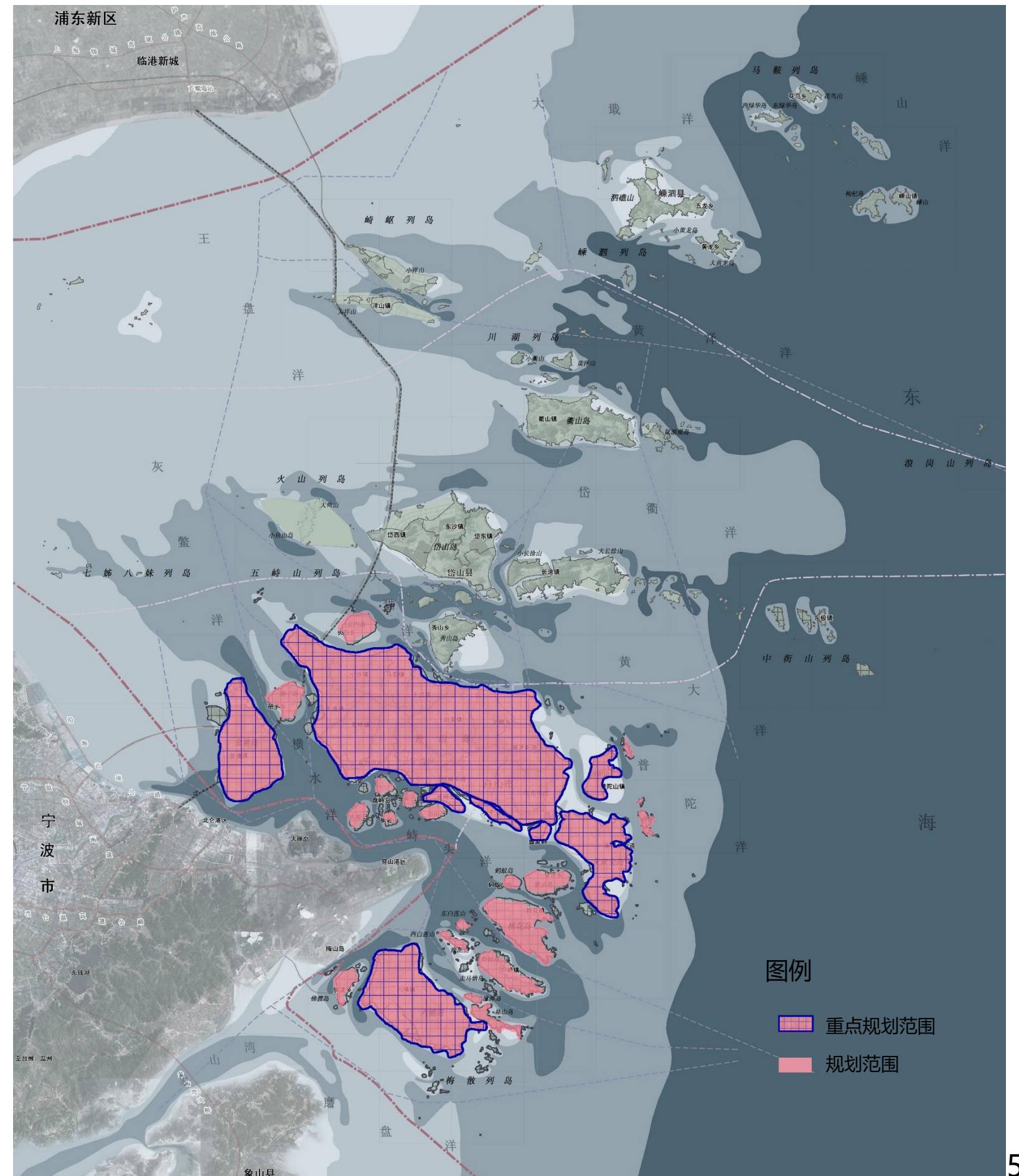
一、规划范围

规划范围为舟山市区，包含定海区和普陀区行政区域。

其中重点规划范围包括舟山本岛、朱家尖岛、普陀山岛、鲁家峙岛、小干岛、长峙岛、金塘岛及六横岛。

二、规划期限

2018-2030年。



● 一、法律法规、规范性文件及行业技术标准类文件

- 1、《中华人民共和国城乡规划法》（2019修正）（2019年4月23日）；
 - 2、《中华人民共和国广告法》（2018修正）（2018年10月26日）；
 - 3、《中华人民共和国道路交通安全法》（2011年4月22日）；
 - 4、《浙江省城市市容和环境卫生管理条例》（2009年1月1日）；
 - 5、《舟山市户外广告和招牌设置管理条例》（2019年5月1日）
 - 6、《城市户外广告设施技术规范》（CJJ 149-2010）；
 - 7、《浙江省户外广告设施技术规范》（DB33 T700-2008）
 - 8、《建筑设计防火规范》（GB50016-2014）（2018年10月1日）；
- 以及其它相关法律、法规及行业技术标准类文件等。

● 二、参考规划、研究

- 1、《浙江舟山群岛新区发展规划》；
 - 2、《浙江舟山群岛新区（城市）总体规划（2012-2030年）》（2018年局部修改）；
 - 3、《高起点规划建设舟山群岛新区海上花园城》；
 - 4、《关于建设海上花园城市的指导意见》；
 - 5、《普陀山风景名胜区总体规划（2007-2020年）》；
 - 6、《定海城市色彩研究》；
- 以及其它相关参考规划、研究等。

● 一、广告分类

1、根据广告性质分类为：

商业广告

指利用公共、自有或他人所有的建筑物、构筑物、户外场所、空间、设施以及交通工具等载体发布的，以推销商品或服务为目的的商业内容性质广告。

公益广告

指利用公共、自有或他人所有的建筑物、构筑物、户外场所、空间、设施以及交通工具等载体发布的，以传播社会主义核心价值观，倡导良好道德风尚，促进公民文明素质和社会文明程度提高，维护国家和社会公共利益的非营利性广告。



公益广告规划原则、设置区域与要求

规划原则

户外公益广告是具有社会导向性和非营利性的广告，必须坚持合法性、公共性和协调性的原则。

公益广告设置区域与要求

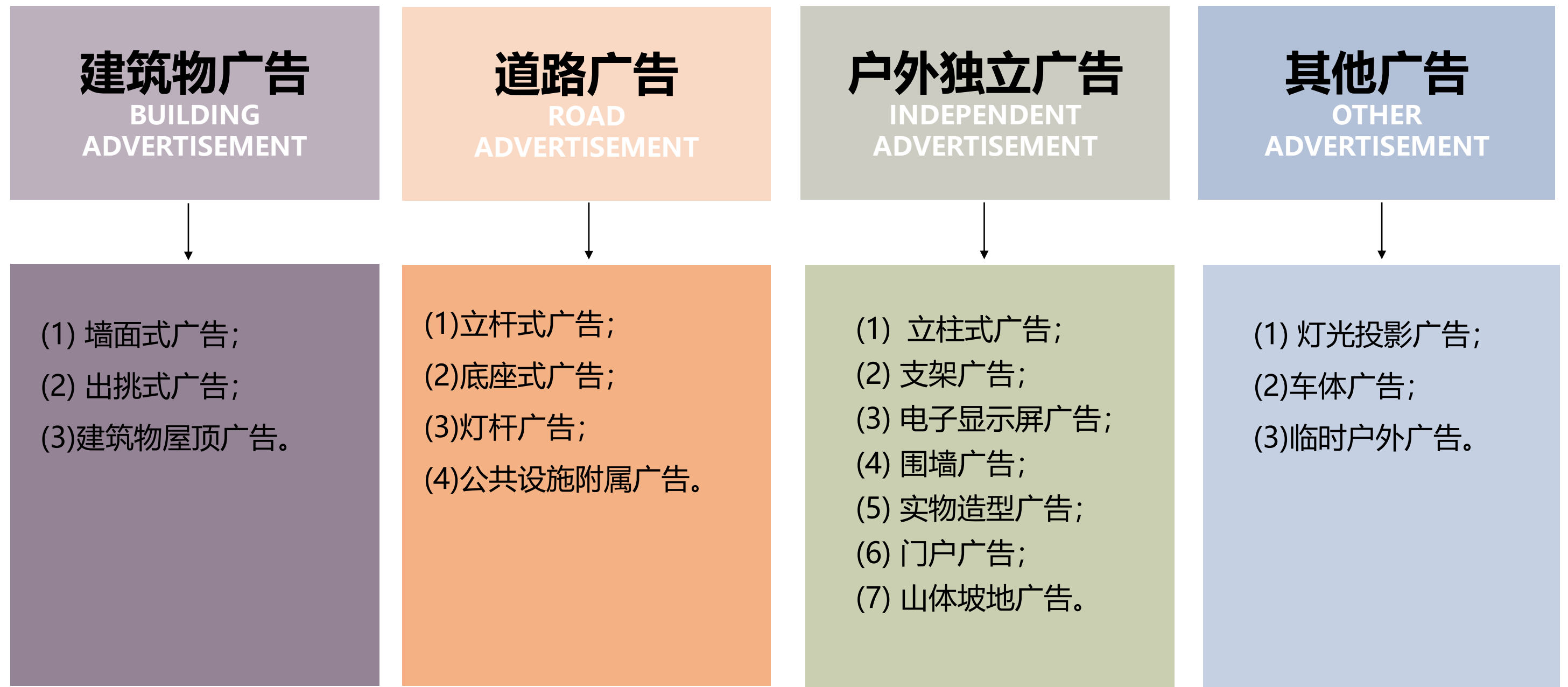
公益广告的设置须符合法律、法规和相关部门规定，设置的体量、色彩、尺度、材质、规格等必须与环境相协调，不得破坏景观的原貌。

公益广告的具体设置区域与要求应根据创建全国文明城市具体要求执行，本规划中户外广告的设置要求不涉及公益广告。



● 一、广告分类

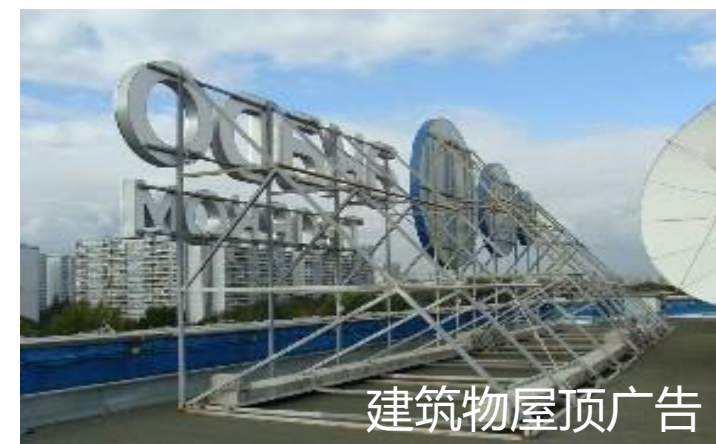
2、根据广告设置形式分类为：



建筑物广告

BUILDING ADVERTISEMENT

- (1) 墙面式广告：平行于建筑物墙面的广告；
- (2) 出挑式广告：垂直于建筑物墙面的广告；
- (3) 建筑物屋顶广告。



道路广告 ROAD ADVERTISEMENT

- (1) 立杆式广告;
- (2) 底座式广告;
- (3) 灯杆广告;
- (4) 公共设施附属广告:

指附设在公交候车亭广告、公共自行车服务亭广告、报刊亭广告和果壳箱广告等。



立杆式广告



底座式广告



公共设施附属广告



公共设施附属广告



灯杆广告

户外独立广告

INDEPENDENT ADVERTISEMENT

(1) 立柱式广告;



(2) 支架广告;



(3) 电子显示屏广告;



(4) 围墙广告;



(5) 实物造型广告;



(6) 门户广告;



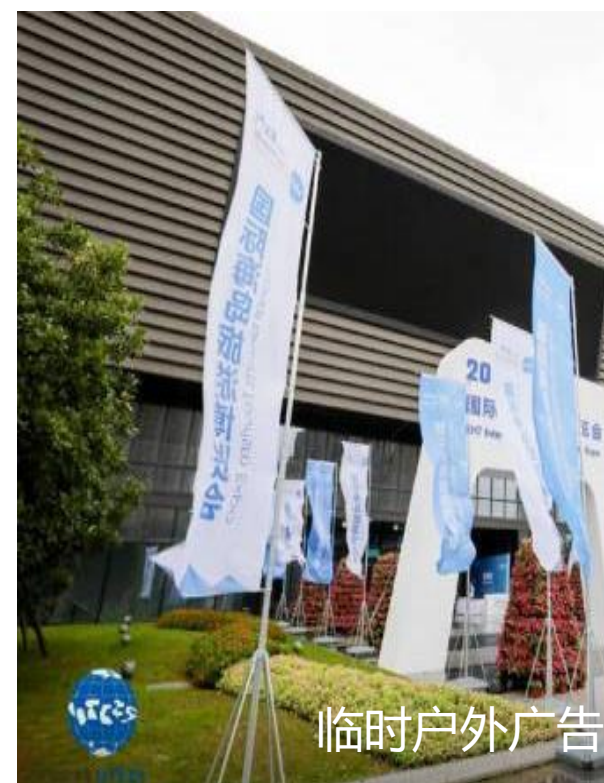
(7) 山体坡地广告。



其他广告

OTHER ADVERTISEMENT

- (1) 灯光投影广告：指利用一种大功率投影设备，运用光学投影原理，采用高亮度的光源，将底片上的全彩广告内容投射到建筑的外墙上或地面上的户外广告；
- (2) 车体广告：指公交车、出租车等车身广告；
- (3) 临时户外广告：指重大节庆（假）日、店庆、开业、会展及其他重大活动期间设置的户外广告。



● 二、户外广告功能认知

户外广告是展示城市品牌的重要媒介、发布公共信息的重要平台、经营品质城市的重要内容，必须充分发挥户外广告功能，成为城市的“门面”，体现舟山的环境品质和管理水平。

1

展示城市品牌的重要媒介

户外广告是彰显城市美学，提升城市形象、城市文明程度、城市美誉度的有效载体，是城市景观的重要组成部分。

2

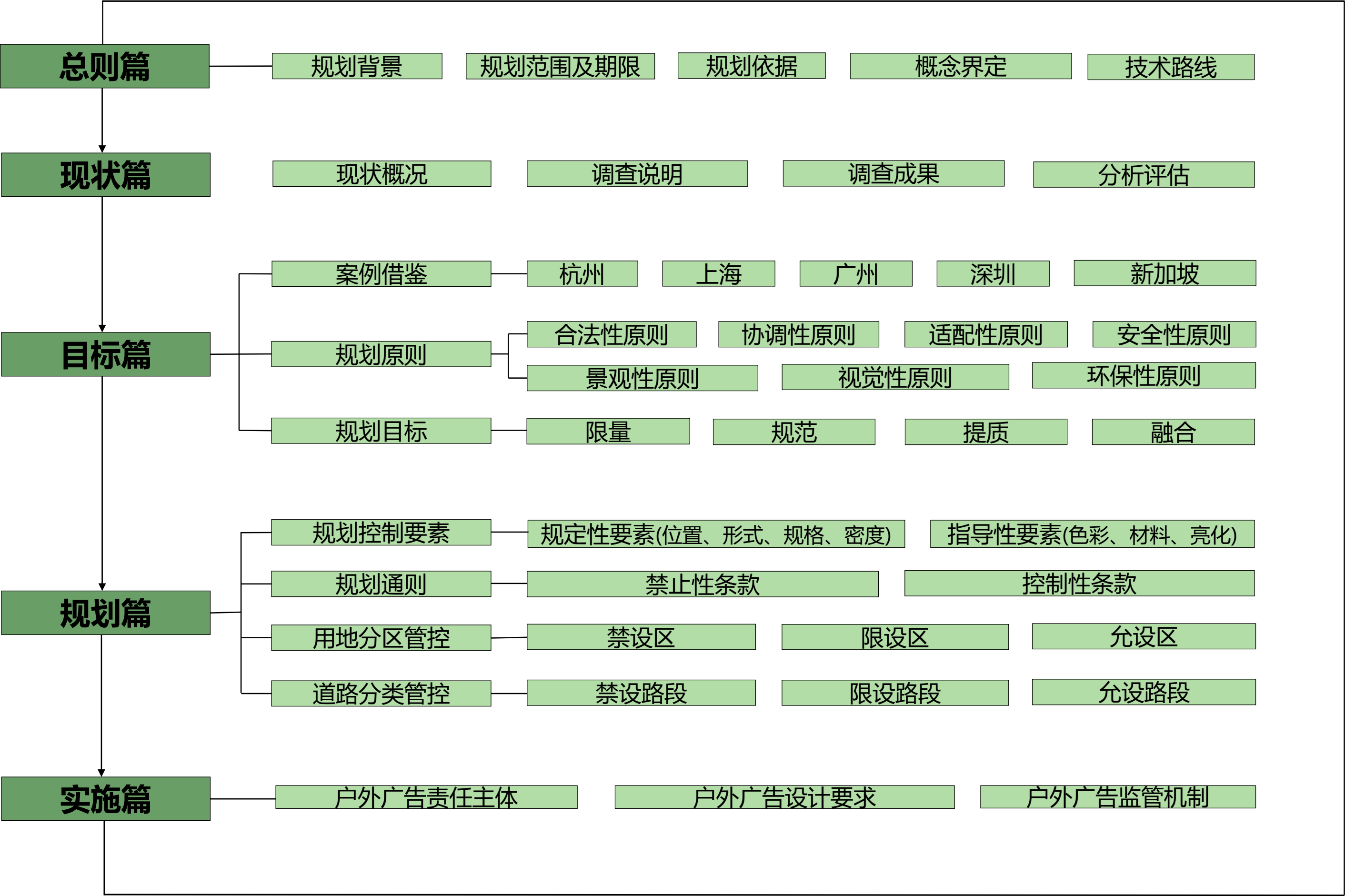
发布公共信息的重要平台

户外广告是城市信息发布的重要载体，提供公共（应急）信息服务的重要渠道。

3

经营品质城市的重要内容

加强户外广告监督管理，长效治理，为舟山建设“海上花园城”、“品质舟山”增光添彩。





02

现状篇

Status Quo

2.1 现状概况

2.2 调查说明

2.3 调查成果

2.4 分析评估

01

● 一、市容市貌管理力度不断加大

随着“海上花园城”建设的不断推进，市容市貌和环境卫生管理力度不断加大，全市开展了市容市貌提升工程，推行了户外广告整治活动，从而改善人居环境，提升整体城市形象。



02

● 二、小城镇环境综合整治成效颇丰

全市小城镇环境综合整治行动如火如荼的开展，全市环境综合整治对象共34个乡镇（街道），乡容镇貌大为改观，乡风民风更加文明，户外广告也得到了大力整治。



03

● 三、现状户外广告缺乏整体引导

从户外广告现状情况来看，城区内户外广告拆除整治工作较为到位，但仍有部分地区分布较凌乱，且密度不均，户外广告形式以墙面式广告为主，制作档次较低，违章广告牌设置情况较多，缺乏整体引导，影响了城市景观。



● 调查必要性

本次规划对舟山市区的户外广告进行了现状调查，通过对区域内户外广告设置形式、广告内容、色彩图案、风格造型、居民反映等方面进行现场调研及问卷调查，从而总结户外广告现状问题症结所在，为下一步规划工作、整治管理提供基础支持。

● 调查方式

调查阶段分为调查准备、初步实地调查、补充调查和调查分析4个阶段,调查方式主要以资料收集、实地踏勘、问卷调研等3种方式有机结合为主。

● 问卷调查

此次居民满意度调查工作共发放问卷100份，实际回收问卷95份，其中有效问卷95份，回收率95%，调查范围主要面向本地居民、外地游客等，数据全面、详实、可靠。

户外广告调查问卷

1.您性别:

A 男性 B 女性

2.您的年龄:

A 18 岁以下 B 18-30 岁 C 30-60 岁 D 60 岁以上

3.您的身份:

A 本地居民 B 游客

4.请问在日常生活中，您会留意户外广告吗?

A 会 B 不会

5.请问在在日常生活中，您觉得户外广告重要吗?

A 非常重要 B 重要 C 一般 D 不重要 E 可忽略

6.您认为目前舟山的户外广告在城市中作用更倾向于? (可多选)

A 商业宣传/信息发布
B 烘托商业气氛
C 帮助定向定位
D 形成街区个性

7.您认为舟山现有户外广告设置存在哪些问题? (可多选)

A 设置杂乱
B 缺少创意
C 造型单一
D 色彩搭配不合理
E 画面不美观
F 夜间过亮
G 与建筑环境不协调
H 影响市容景观
I 破坏建筑形象
J 影响交通安全
K 妨碍居民生活

8.您认为舟山市现有户外广告数量多吗?

A 非常多
B 比较多
C 一般
D 比较少
E 非常少

9.您认为舟山市内哪些区域户外广告的问题最多? (可多选)

A 重要公共设施周边
B 商业街区
C 高速公路出入区
D 主要道路沿线
E 其他

10.您比较不接受哪种广告形式? (可多选)

A 平行于建筑物墙面的广告——墙面式广告
B 垂直于建筑物墙面的广告——出挑式广告
C 建筑物屋顶广告
D 建筑物招牌广告
E 立杆式广告
F 底座式广告
G 灯杆广告
H 公共设施附属广告（附设在公交候车亭广告、公共自行车服务亭广告、报刊亭广告和果壳箱广告等）
I 立柱式广告
J 大型支架广告
K 大型电子显示屏广告
L 围墙广告
M 独立式招牌广告
N 实物造型广告
O 门户广告
P 山体坡地广告
Q 条幅广告

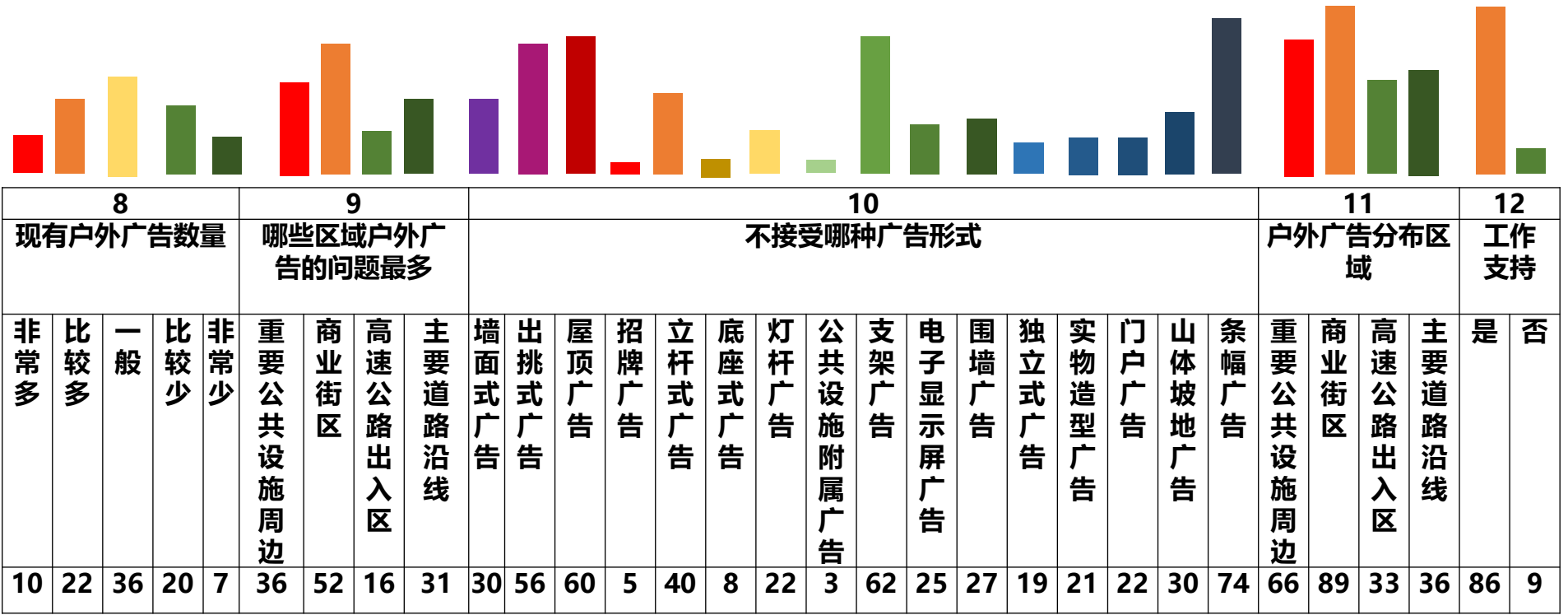
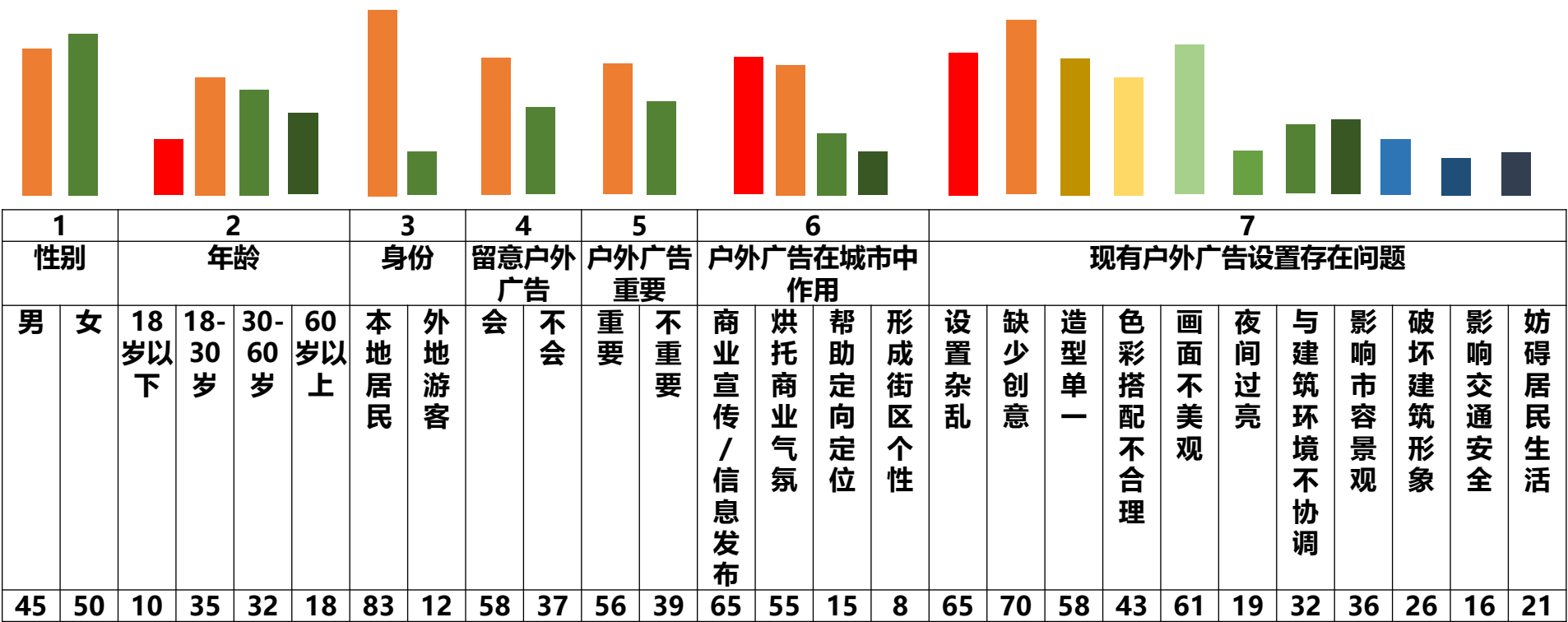
11.您认为舟山户外广告应该分布于哪些区域? (可多选)

A 重要公共设施周边
B 商业街区
C 高速公路出入区
D 主要道路沿线
E 其他

12.您是否支持户外广告整治工作?

A 是 B 否

13.您对舟山市户外广告规划和管理还有哪些意见和建议?



核心驱动：
自下而上的民众户外广告整治需求强烈！

意愿解读：

- 1.目前舟山户外广告商业宣传/信息发布效果较好
- 2.目前舟山户外广告设计满意度较差
- 3.目前舟山局部地段的户外广告影响市容景观
- 4.有部分户外广告妨碍居民生活和交通安全
- 5.整治工作支持度、参与度较高



● 现状调查分区

现状调查分为八个片区，分别为：

1、定海片区

(昌国街道、城东街道、环南街道、盐仓街道)

2、新城片区

(新城、甬东、勾山、长峙岛、岙山岛、小干岛)

3、普陀片区

(东港街道、沈家门街道、鲁家峙岛)

4、普朱片区

(普陀山-朱家尖功能区)

5、北部乡镇片区

(双桥街道、岑港街道、小沙街道、马岙街道、干览镇)

6、北部产业片区

(白泉镇、展茅街道、海洋产业集聚区)

7、金塘片区

(金塘岛)

8、六横片区

(六横岛)



● 现状存在问题

1、精品少

舟山的户外广告种类繁多、形态各异，但规格不一、质量参差不齐，巨幅广告牌、大屏幕电子显示屏、霓虹灯、灯箱、立柱广告、宣传栏、门店招牌等未能有效地与载体有机结合，同时还会侵占公共空间，楼宇、街道和城市呈现出一种无序感。

具体表现在：一是建筑物外立面上的户外广告创意设计和制作工艺的总体水平还不够高，缺乏舟山地方特色和个性，与海上花园城的建设要求不相符合。许多建筑物外立面全被户外广告所覆盖，广告的形式、规格、材质、颜色等与建筑立面不协调，不仅喧宾夺主、有碍观瞻，而且破坏了建筑物的外观结构；二是大量门店招牌的设置存在较大的随意性，规格不一、粗制滥造，使得户外广告美化城市环境的功能被严重削弱。

2、整体布局不合理，与城市功能分区不协调

城市功能分区可分为商业街区、居住区、行政办公区、文教区、休闲区等，每个功能区有不同的功能要求，例如商业街区要繁华热闹，展示城市商业气氛浓郁、富有活力的一面，生活居住区则要求环境优美、交通方便、生活安宁。这些功能区本身的特性使它们对户外广告的布局有不同的要求，如商业街区要求户外广告数量多、密度大、造型生动，居住区不希望户外广告太多，扰乱宁静的生活环境。

舟山目前的户外广告布局处在一种随意的状态，与城市功能分区互不协调，例如国际水产城、夜排档、朱家尖南沙等区域，作为海洋相关产业的体现地点，在户外广告设置上应当展现海洋特色，由于缺乏统一规划，不规范设置户外广告的现象较为严重。



3、有堵无疏、缺乏系统管理

户外广告设置行政许可工作包括事前审查和事后监管两大环节，目前对户外广告的事前审查工作比较重视，2018年11月30日浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第七次会议通过《舟山市户外广告和招牌设置管理条例》。而对于户外广告设置的规范和户外广告的实时监管则相对忽视。

4、缺乏户外广告设置技术规范

由于设置不够规范，部分户外广告粗制滥造，广告设施的材质及制作工艺总体水平不高，有的广告已安装使用了许多年，不同程度地出现了支架生锈、腐蚀、结构失稳等危险状况，一旦遭遇台风等恶劣天气，很容易成为悬挂在城市高空的定时炸弹，随时对市民的人身安全构成威胁。而舟山市在户外广告的安全使用上至今还没有制定专门的技术规范来加以规范。

5、户外广告业没有得到良性发展

与国内外发达城市相比，舟山市的户外广告行业发展尚处于初级阶段，产业链刚刚形成，人才积累不够，专业化程度不高。





03

目标篇

Aims

3.1 案例借鉴

3.2 规划原则

3.3 规划目标

— 杭州市 HangZhou

杭州是较早编制户外广告设置规划的城市之一，逐步实现户外广告管理的科学化、规范化、人性化。

规章制度

杭州市相继制定了《杭州市户外广告管理办法》、《杭州市户外广告设施技术规范》等规章、规范，完善了户外广告设置的管理与审批制度。



规划设计

杭州市相继编制了《杭州市户外广告设置规划》、《杭州市区户外广告设置总体规划》等一些规划，基本形成了户外广告的**总体规划——详细规划**两级规划体系。规划通过明确户外广告控制要素及设置方式，划定**“三区八大类”**户外广告设置分区，制定分区控制细则分类指导，将户外广告设置规划与管理逐步纳入科学化、人性化、规范化、法制化，为提升杭州城市整体形象和谋求未来更大的经济社会发展提供支持和动力。



二

上海市 ShangHai

上海是我国对外开放程度较高的重要城市，其户外广告法规比其他城市更严密、更完善。

规章制度

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

规划设计

上海市编制了《上海市内环线以内地区的广告阵地规划》，包括内环线以内地区的8个重要区域、19条重要道路（基本涵盖了市区的主要地区）的户外广告规划，对广告的类型进行了分析、分类、定向，确定特定地区广告设置的功能和形式要求，提出户外广告指定性指标和户外广告指导性指标两个指标体系。上海市在规划编制中运用了GIS技术，通过将卫星航测图片与规划紧密结合，直观、形象地表达出设计构思和体现设计效果。在指标体系的设计过程中，上海市还引进了法国郎克罗教授为法国政府规划部门研制的**色彩分析方法**，解决广告色彩与环境协调问题。该规划是国内第一次大规模、深入细致的户外广告设计与研究，具有一定的探索性、创新性和先进性。



三 广州市 GuangZhou

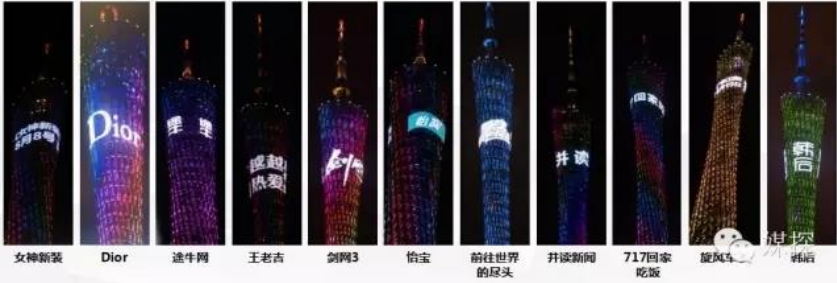
广州人流、物流高度集中，户外广告量大、面广，一直以来对户外广告设置的管理制度也是审批制。

规章制度

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

规划设计

广州市改变以往的做法，对一些重点地区的户外广告设置进行详细规划和设计。规划部门组织了广州市8家户外媒体公司，**对广州市8条主要路段的招牌广告和户外广告进行规划整改**，形成的方案成为广州市广告报批的参考依据，如《广州市珠江岸线户外广告设置规划》。



四

深圳市 ShenZhen

深圳是改革开放最前沿城市，户外广告设置详细、具体，达到局部城市设计深度。

规章制度

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

规划设计

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



五

新加坡 Singapore

新加坡对户外广告的管理十分严格，其《建筑物管理法》有专门的章节对广告管理作出规定。规定中严格界定了有关广告物的定义，并对户外广告职权部门、执照申请手续、展示期限、位置要求、更换与维护、以及相应的处罚等都有详尽的说明。如第10条关于广告设置的限定要求。

规划设计

- (1) 在任何街道3.75米以上的广告、标志牌或楼顶标志不能突出建筑红线1.5米以外设立，除非是在阳台或天篷上。
- (2) 在通廊或步行道上的广告牌和标示牌，其设置高度保持净空2.5米以上。
- (3) 街道边的建筑从离地0.6米至3.75米的垂直距离内不得设置任何广告、标示牌或楼顶标志。
- (4) 如果路边有加设盖板的沟渠，则从沟盖顶以上2米以内不得设置广告和标示牌。
- (5) 在街道视野范围内，任何人不得以忽隐忽现、闪光或灯光摇曳的方式，照亮广告、标示牌或楼顶广告标志。



- 1 合法性原则

户外广告的设置应当符合相关法律、法规、城乡规划以及相关部门规定。
- 2 协调性原则

户外广告的设置应当与城市的景观风貌和文化氛围相适应，突出“海上花园城”的城市特色。
- 3 适配性原则

户外广告的设置需与所处区域的功能业态需求相适应，与城市公共宣传相配合，科学布局，合理发挥户外广告的传播效应。
- 4 安全性原则

户外广告的设置首先应保障城市公共安全，规划通过对户外广告设置位置、体量、形式等进行控制，强化规范管理。
- 5 景观性原则

突出强调户外广告的装饰效果，美化、活跃并达到创造城市景观的作用，构成城市景观的积极要素，提高户外广告的艺术性。
- 6 视觉性原则

视觉效果与视角、视距、光照及广告的间距等有关，应根据视角、视距的不同，选择最佳广告位置，达到最佳视觉效果且不影响交通安全视线。
- 7 环保性原则

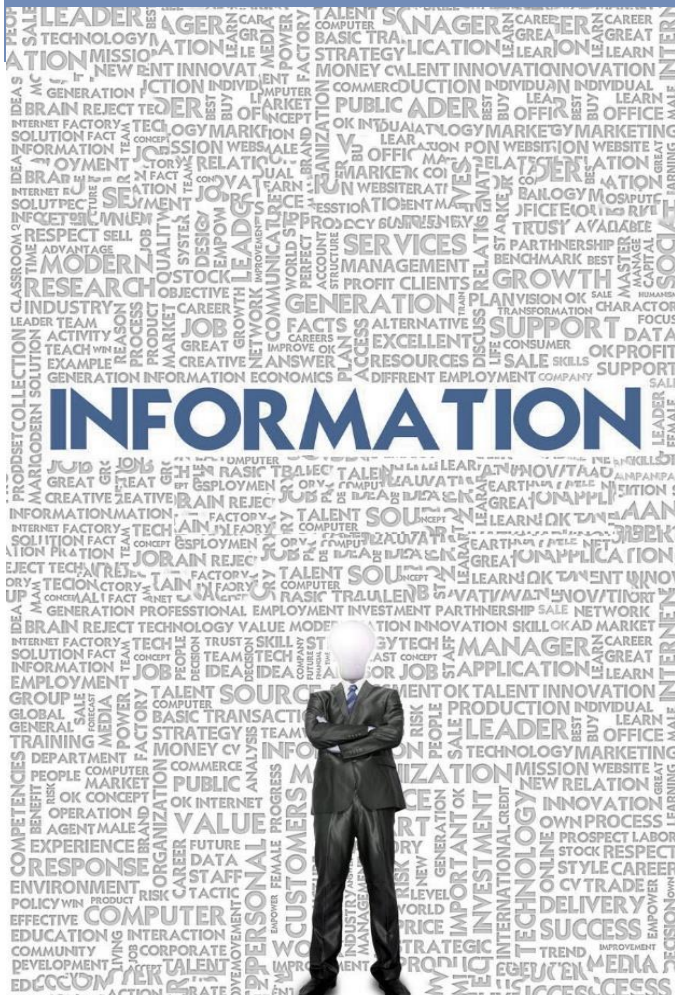
应以保护环境与节约能源为前提，不破坏城市绿化和生态环境，鼓励选用环保材料和先进的节能技术，避免对环境造成声、光等污染。

提升城市品质



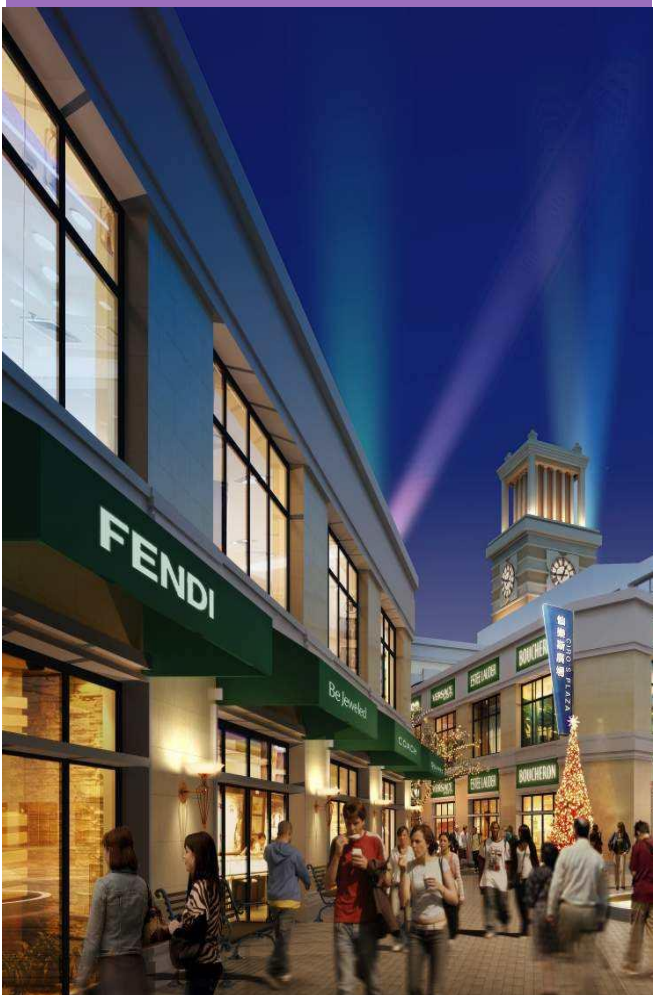
保证明显的地段风格，根据地理位置、周边用地类型、建筑性质，确保户外广告与地段环境取得协调的同时，形成特色的广告空间。

提供信息平台



保障公众能使用适当的方式来传达信息的权利，为公众提供平等信息传达平台和有效的信息指引。

建构管理秩序



确定户外广告设置的基本原则和总体设置要求，为户外广告的审批提供规划技术指导，建构舟山广告设置的管理新秩序。

引导规划设计



根据户外广告性质特点，提出设置的控制要素及各项控制规定要求，使之成为引导城市街道规划设计的有效手段之一。

以体现“海上花园城”的“国际化、高品质”为总目标，坚持整体规划与彰显特色相统一，公益导向和商业运行相统一、总量控制与品质优化相统一，以

“限量、规范、提质、融合”

为规划目标，构建舟山户外广告的新体系。

充分体现深厚的“城市文化底蕴”和“精致、和谐”的城市氛围，
提升城市品位。



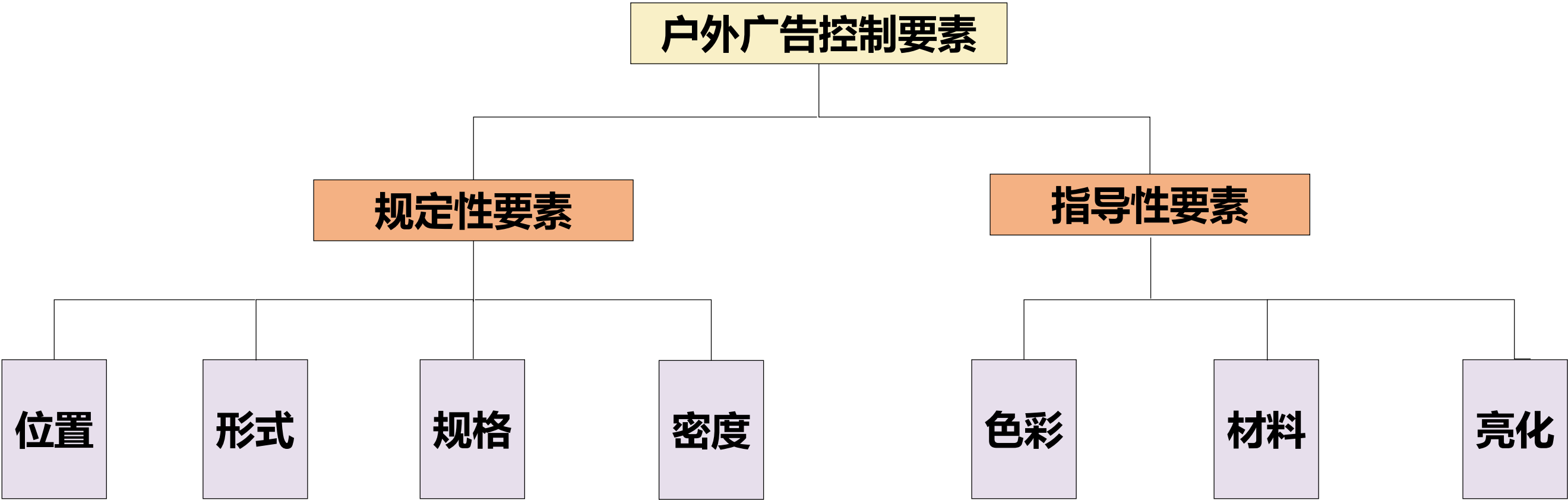
04 规划篇 Planing

- 4.1 规划控制要素
- 4.2 规划通则
- 4.3 户外广告用地分区管控
- 4.4 户外广告道路分类管控

根据户外广告的特点、性质，对户外广告规划控制要素分为规定性和指导性两大类。

规定性要素是在规划设计、设置管理时必须执行的要素，包括位置、形式、规格和密度。

指导性要素是指供规划设计、设置管理时参照执行的要素，包括色彩、材料、亮化。



● 一、位置

户外广告位置主要考虑建筑物户外广告的设置位置。独立式户外广告需设置在较为开敞的空间。道路户外广告应尽量依附于公共设施设置，在重要商业区、步行街可设置少量立杆式或底座式户外广告。

附着在建筑物上的广告位置主要是墙面、底层门楣及二层门楣，平行或垂直于建筑物设置的广告允许设置在商业街、步行街等，位置如图所示。屋顶广告仅允许设置少量采用镂空式样，且不能超过建（构）筑物限高或者可能危及建（构）筑物安全。

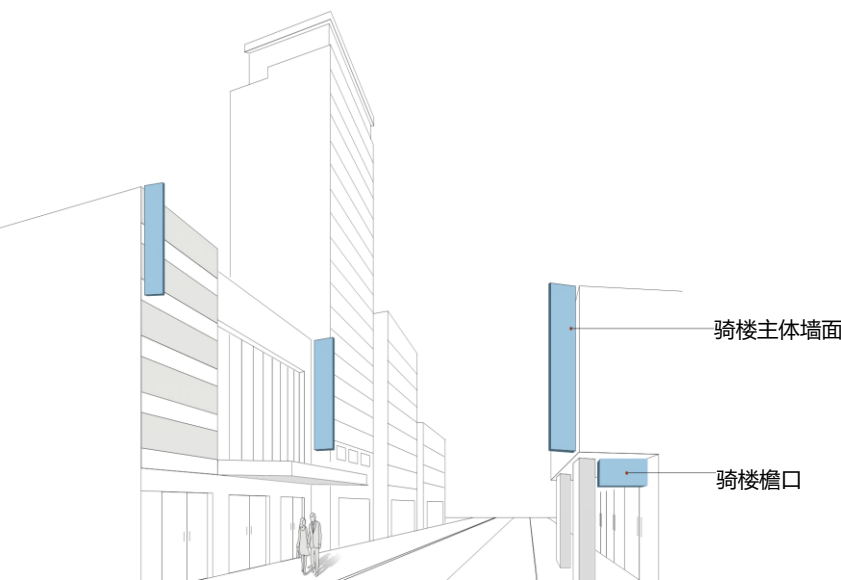


平行于建筑物外墙广告允许出现的位置

● 二、形式

户外广告形式的选择与设置的道路宽度、建筑性质相关。

街道空间	$D/H \leq 1$	$D/H = 2$	$D/H \geq 3$
空间感觉	有一定包围感、空间限定强。	较适宜的空间限定感， 界于封闭与开敞的平衡。	空间开敞，限定关系薄弱。
适合独立式广告类型	--	实物造型广告	电子显示屏广告、实物造型广告、门户广告
适合道路广告类型	公共设施附属广告	底座式广告、公共设施附属广告	立杆式广告、底座式广告、公共设施附属广告
适合建筑广告类型	平行墙面广告	垂直墙面（出挑式）广告、平行墙面广告	垂直墙面（出挑式）广告、平行墙面广告



垂直于建筑物广告允许出现的位置

注：D为道路宽度，H为建筑高度。

● 三、规格

户外广告的大小与广告设置的位置、形状、视觉距离、环境等因素有关。

(1) 道路户外广告和独立式户外广告设置规格

通过所能设置的户外广告形式，结合实际设计，确定单个广告设置的规格。

(2) 建筑物户外广告的设置规格

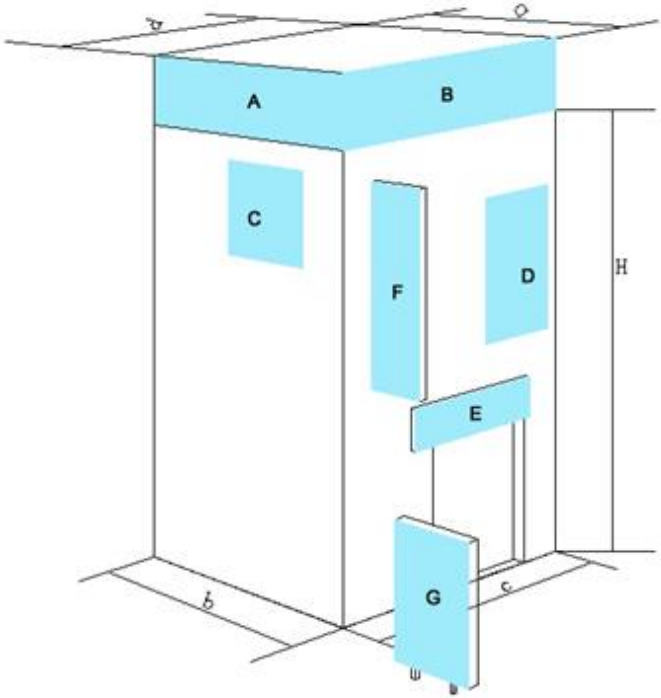
通过户外广告与建筑立面的总面积之比来控制建筑立面广告设置面积。

户外广告的面积：S=A+B+C+D+E≤WX (A、B、C、D、E分别指设置的各广告牌面积)

其中：W= (a+b+c+d) ×h，W即建筑四面临街界面可提供展示广告的最大立面面积之和，X为面积比例系数，根据建筑性质与其所在的街道功能性质决定系数大小，可根据建筑物所在地块分区选择相应系数。

分区名称	控制区类型	X面积比例系数
禁设区	一类控制区	0
	二类控制区	0
限设区	三类控制区	0.15 (商业经营性质的建筑立面)
	四类控制区	0.25 (商业经营性质的建筑立面)
	五类控制区	0.15
允设区	六类控制区	0.25
	七类控制区	0.25
	八类控制区	0.35

注：控制区的划分详见第四章“用地分区管控”的“三区八大类”内容。



● 四、密度

户外广告密度是指户外广告在空间中的位置、间距等，主要考虑道路户外广告的间隔距离，独立式户外广告和建筑物户外广告不做要求。

广告类型		最小间距 (米)
道路户外广告	立杆式广告	20
	底座式广告	20
	灯杆广告	30 (临时设置)
	公共设施附属广告	——

● 五、色彩

户外广告设计的色彩应符合各街道、地区的色彩研究规划。如暂无色彩研究规划，应选择与周边环境、建筑相协调的色彩，借助色彩分析的科学方法，采用计算机抽取色样的方法进行城市街道、地区的广告协调色彩进行具体分析。色彩宜应用对比色、复色、同类色的搭配。

● 六、材料

户外广告的材料与广告设置的建筑与道路特点相关，现代建筑宜选用与城市现代化相符的拉丝不锈钢、冷轧钢板、玻璃等现代材料，但对光亮不锈钢要限制使用。地方建筑鼓励选用地方材料。

● 七、亮化

户外广告亮化是城市景观亮化的组成部分，舟山作为旅游城市 and 品质之城，对城市景观亮化提出较高的整体要求，广告亮化应与城市整体夜景观打造充分结合，且符合相关的亮化专项规划要求。谨慎处理广告亮化与周边景观的关系，对以现代城市景观为代表的新城区，可通过广告的整体有序设置，营造现代、大气的新人文城市景象。

在城市夜景观重点打造区域，应将广告亮化与夜景观规划充分结合，推荐使用LED光源、霓虹灯等形式，亮化建筑墙面。在某些夜景观集中展示区域，并且该区域同样为广告设置的允设区，其整体设置形式和效果应做单独的规划设计方案。

● 一、禁止性条款

1、禁止设置影响交通安全的户外广告

(1) 占用公共交通空间设置广告的：是指在道路红线范围内设独立式广告的（重点商业区、步行街除外）；跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方空间（包括非机动车道遮阳篷）设置的（图 1、图 2）。

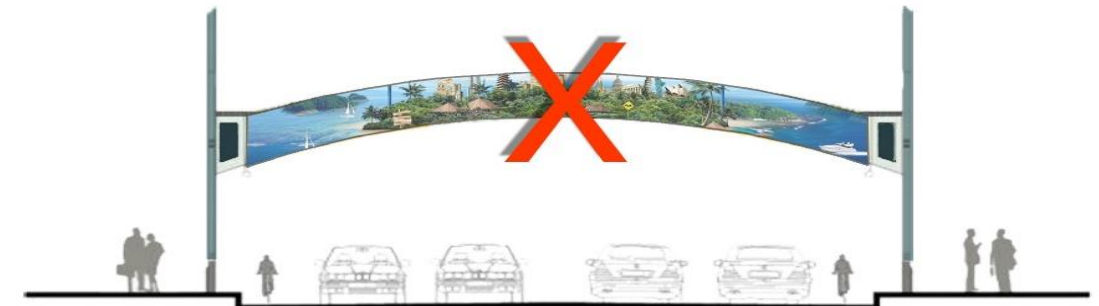


图1

(2) 利用道路设施、交通设施、交通标志设置广告的：包括道路、铁路、桥梁、高架、隧道、防撞墙、交通信号灯、交通指路牌、交通标志牌、道路隔离栏（人行道隔离栏、车行道分离栏、交通护栏）、大型交通设施、管理口、收费口、高架道路及高架轨道交通护栏、隔音板等其他道路设施、交通安全设施和交通标志等。



图2

(3) 影响道路设施使用的：包括人行天桥落地扶梯、过街地道（仅供人通行）、交通站点、高架道路落地匝道等出入口 5 米范围内设置户外广告；设置与交通标志相雷同的户外广告；设置与交通信号相混淆的，或影响交通信号灯的正常使用的灯光户外广告；影响人行道及无障碍设施通行的户外广告。

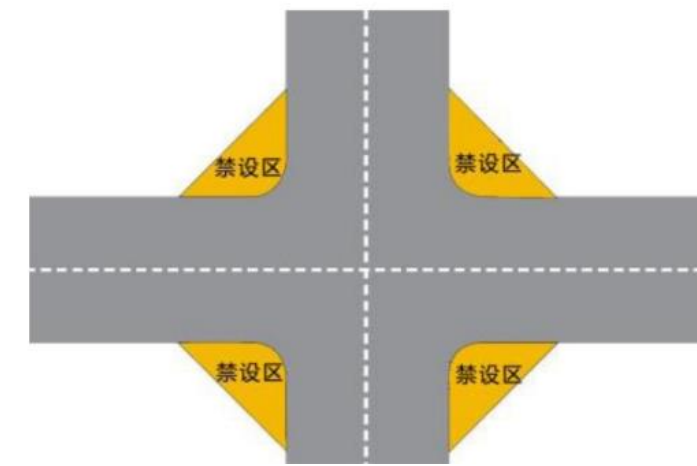


图3

(4) 影响车辆行驶安全的：包括在道路交叉口视线三角形范围内设独立式广告的（图 3）；车辆通行的隧道内设置户外广告的；高速公路和城市快速路道路红线两侧的第一界面，道路红线外侧 8 米内设置独立式电子显示屏广告的（图 4），道路两侧设置立柱式广告的（图 5）。

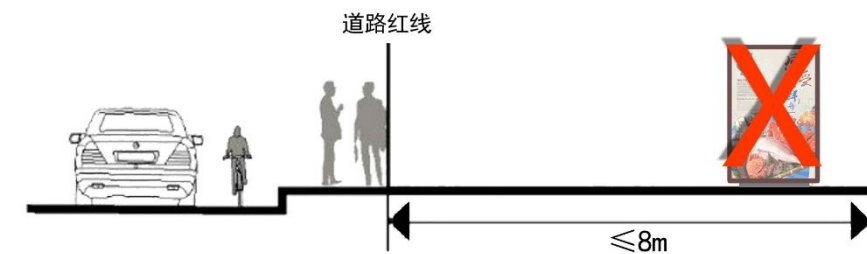


图4



图5

2、禁止设置影响公共安全的户外广告

- (1) 影响市政设施使用的；
- (2) 影响公共服务设施使用的：如在大量人流集散的建筑出入口两侧各5米范围内设独立式广告的；
- (3) 影响建筑物消防安全和采光通风的。

3、禁止设置妨碍居民正常生活的户外广告

- (1) 广告的设置使得相邻建筑不符合舟山市的日照标准要求（图 6）；
- (2) 在居住小区绿地等公共区域内，未经业委会或物业同意设置独立式广告的；
- (3) 面向居民住宅楼、学校、医院设置电子显示装置类广告的。



图6

4、禁止设置损害市容市貌或者建筑物形象的户外广告

- (1) 在大型公共建筑（如会展中心、文化中心、体育中心、交通枢纽等）设置屋顶广告的；
- (2) 在居住建筑设置屋顶广告的（图 7）；
- (3) 在建筑物18层或55米以上墙面部分设置墙面广告的；
- (4) 建（构）筑物二层6米以下（不包括二层）、六层30米以上（不包括六层）墙面部分设置电子显示装置类广告的；
- (5) 高架道路桥身（包括匝道）投影线以外16米范围内设附属式广告的（图 8）；
- (6) 围墙镂空部分设置户外广告的；
- (7) 利用电线杆等市政设施杆线或箱体、街道家具设施设置附属广告的；
- (8) 在公交候车亭和电话亭等公共设施顶部设置户外广告的（图 9）；
- (9) 在城市雕塑、城市家具上设置户外广告的。

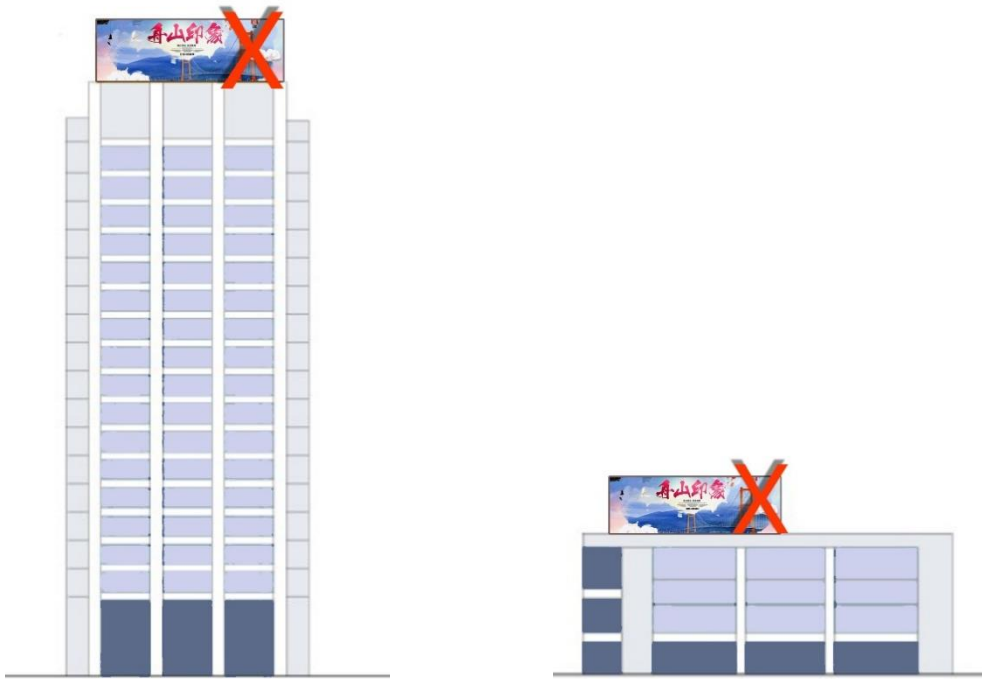


图7

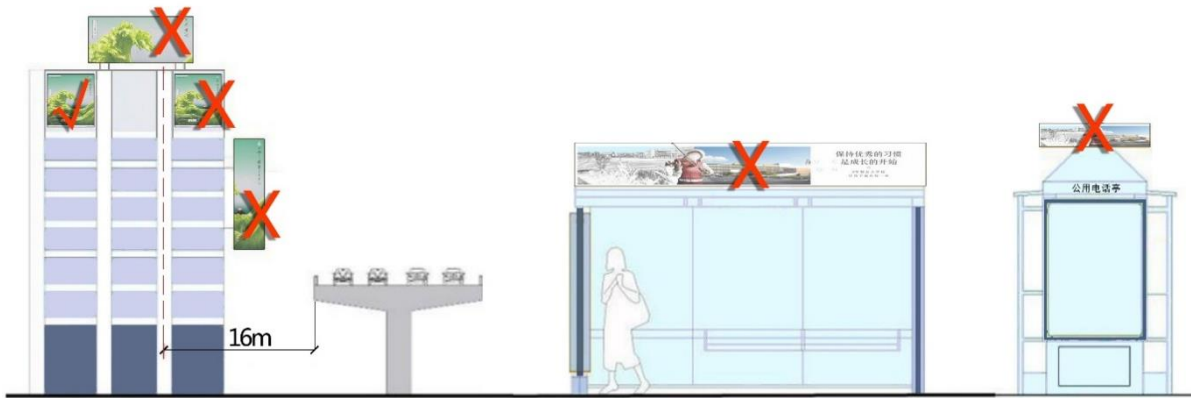


图8

图9

● 二、控制性条款

1、建筑物广告

(1) 平行于建筑物墙面的广告——墙面式广告

- 1) 上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙;
- 2) 左右不得突出墙面的外轮廓线;
- 3) 禁止户外广告遮挡非商业建筑的窗户;
- 4) 不得在建筑主体的层与层之间的窗间墙上设置。

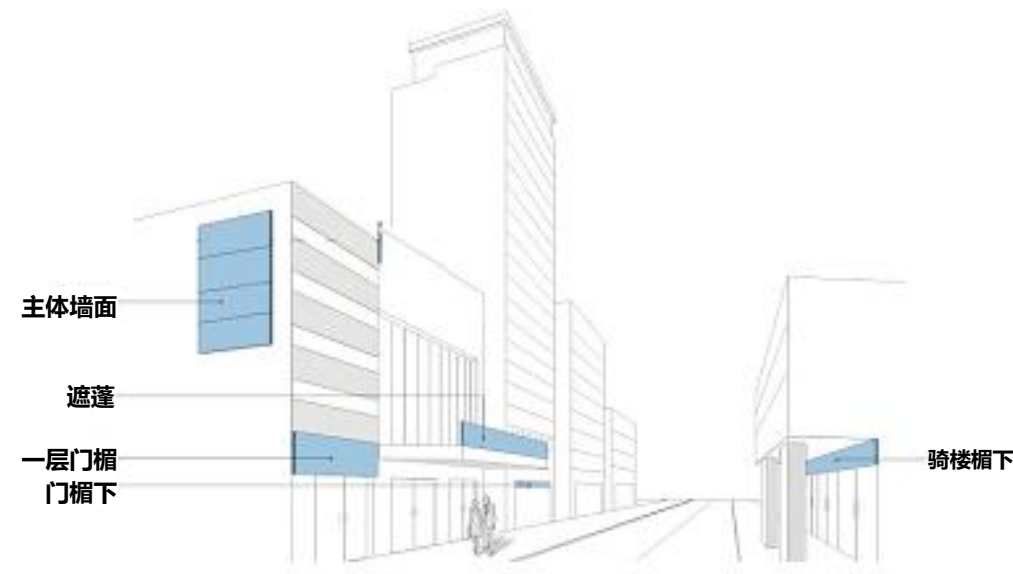


图10 平行于建筑物外墙广告允许出现的位置

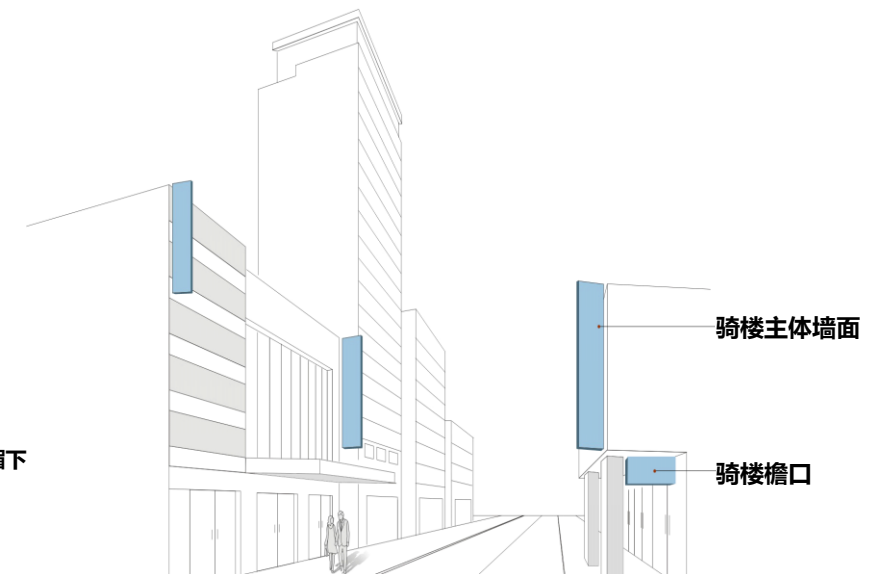


图11 垂直于建筑物广告允许出现的位置

(2) 垂直于建筑物墙面的广告——出挑式广告

- 1) 牌面的外沿距建筑物的立面不得超出1.8米，且不超过临路面宽度的1/10;
- 2) 牌面的上端不得超出承接墙面的上端;
- 3) 下沿距地面不得低于4.5米;
- 4) 市区内街道消防通道上空4.5米以下，宽4.0米以内不得设置户外广告。

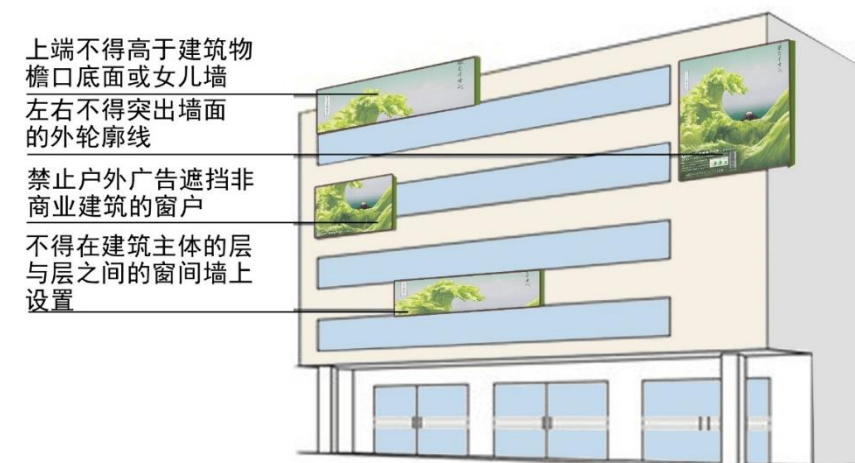


图12 平行于建筑物广告不允许出现的位置

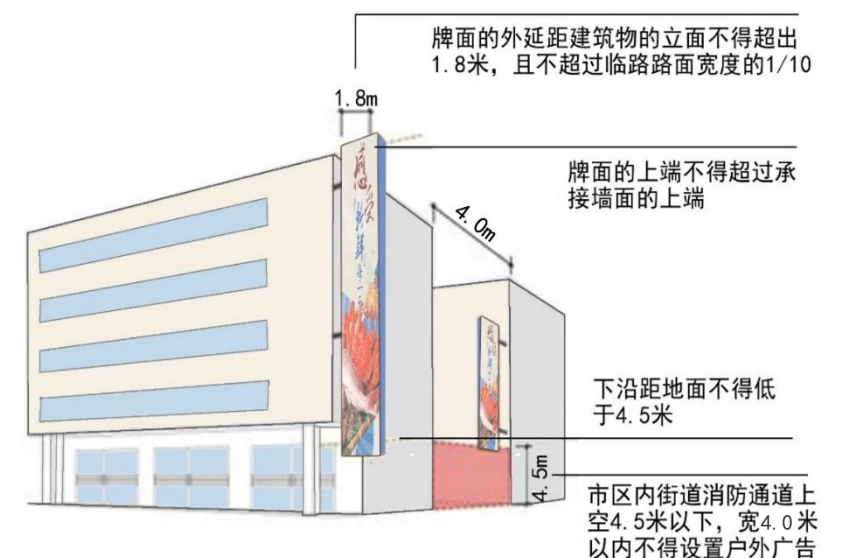


图13 垂直于建筑物广告不允许出现的位置

(3) 屋顶广告

- 1) 屋顶广告仅允许设置少量采用镂空式样，且不能超过建（构）筑物限高或者可能危及建（构）筑物安全；
- 2) 广告设施应与建筑物外墙面平行，不得超出建筑物屋顶层四周墙面，广告设施的最大总高度（含底部构架）应符合下图规定（图 14）；
- 3) 屋顶广告设施底部构架的高度不得大于1米，底部构架以上的构架不得裸露；
- 4) 建（构）筑物屋顶不宜设置电子显示屏广告。

建筑物层数或高度	最大总高度
1-2层 ($H < 7$ 米)	不宜设置屋顶广告
3层 ($7 \leq H \leq 10$ 米)	3米
3 层(10)米 $< H \leq$ 6 层(18)米	5米
6 层(18)米 $< H \leq$ 18层(55)米	7米



图14

● 二、控制性条款

2、道路广告

(1) 立杆式广告

- 1) 重点商业区、步行街等人行宽度大于5米的空间，或道路红线外的沿线绿化隔离带可设置立杆式广告；
- 2) 道路红线宽度在50米以上的，广告设施间距为30米~100米。道路红线宽度在50米以下的，广告设施间距为20米~80米；
- 3) 牌面顶部离地面高度应 ≤ 3.2 米；
- 4) 牌面底部离地面的高度应 $2.0\text{米} \leq H \leq 2.2\text{米}$ ；
- 5) 牌面（单面）单边长度应 ≤ 1.2 米，厚度应 ≤ 0.3 米（图15）。

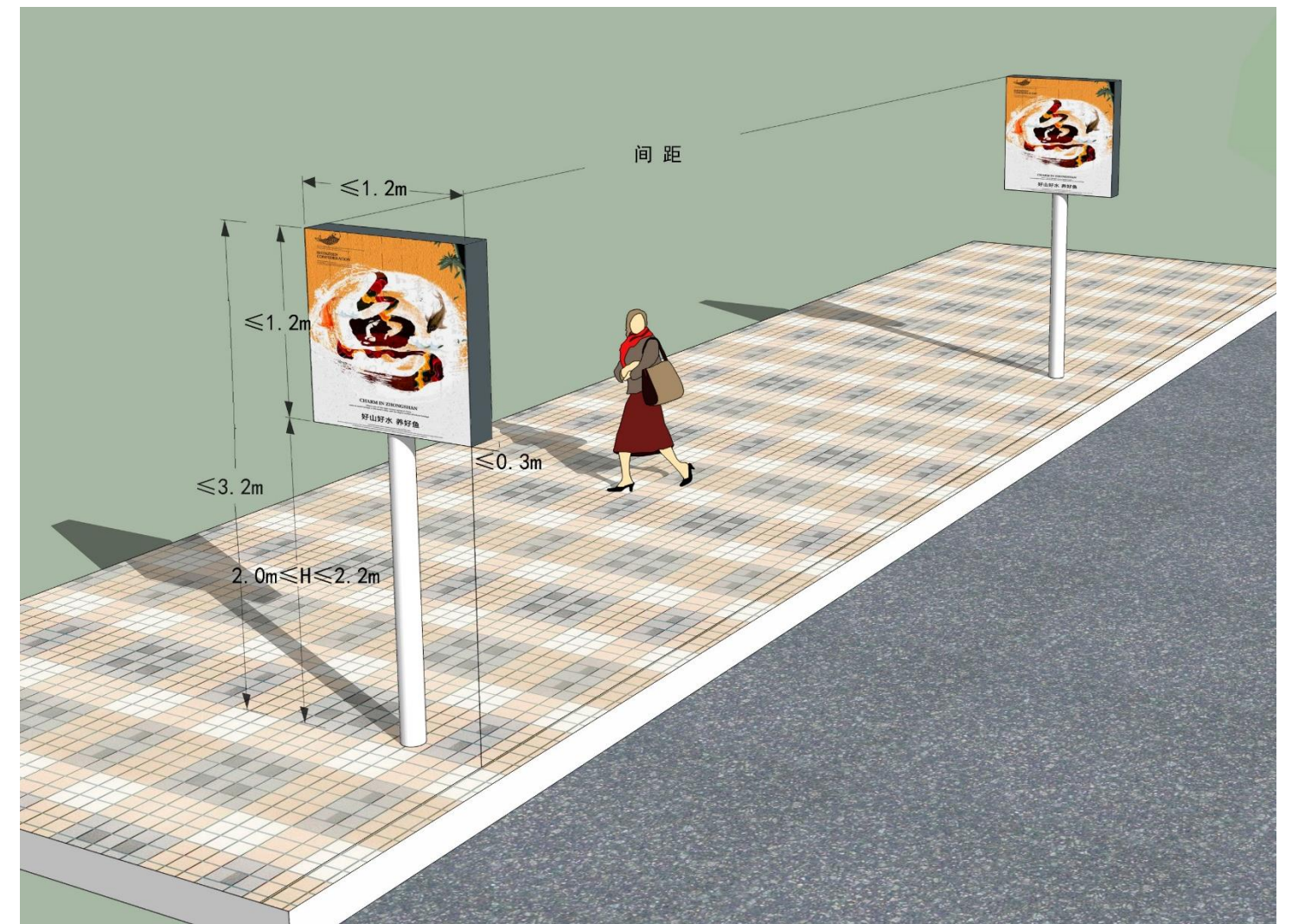


图15

(2) 底座式广告

- 1) 重点商业区、步行街等人行宽度大于5米的空间，或道路红线外的沿线绿化隔离带可设置底座式广告；
- 2) 道路红线宽度在50米以上的，广告设施间距为30米~100米。
道路红线宽度在50米以下的，广告设施间距为20米~80米；
- 3) 牌面顶部离地面高度应 ≤ 3.0 米；
- 4) 牌面底部离地面的高度应 $0.3\text{米} \leq H \leq 0.6\text{米}$ ；
- 5) 牌面（单面）单边宽度应 ≤ 1.2 米，厚度应 ≤ 0.3 米（图16）。

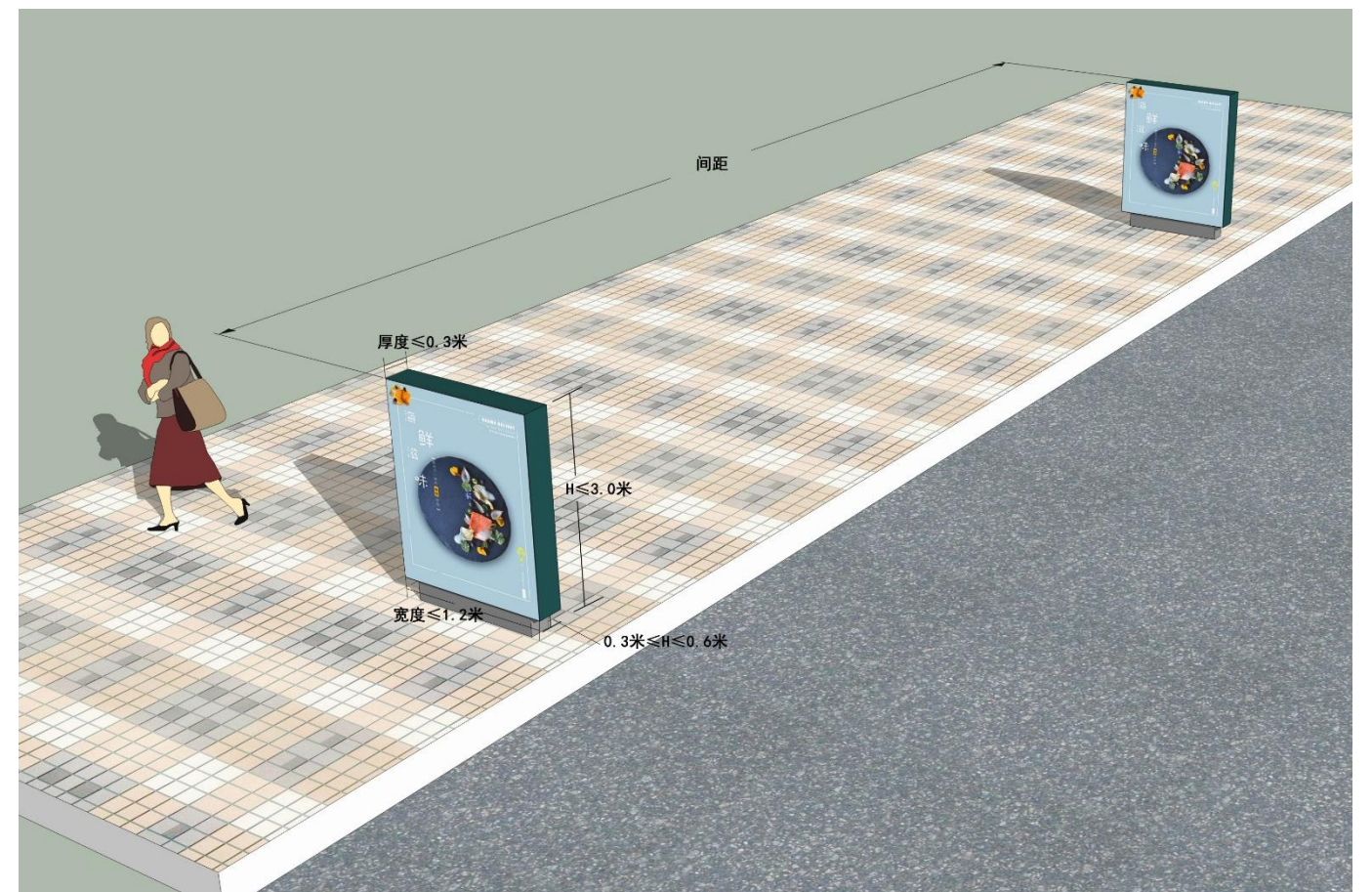


图16

(3) 灯杆广告

- 1) 除举办全市性重大活动期间，临时在活动场地周边及部分路段利用路灯灯杆设置灯杆牌面广告进行活动宣传以外，不得利用路灯灯杆设置户外广告；
- 2) 不得利用人行道灯杆设置户外广告；
- 3) 牌面底部离地面的高度应 ≥ 1.8 米；
- 4) 牌面外缘不应超过绿化隔离带侧石；
- 5) 牌面（单面）面积应 ≤ 1.5 平方米，单边长度应 ≤ 2 米，单边宽度应 ≤ 0.8 米，厚度应 ≤ 0.2 米（图16）。

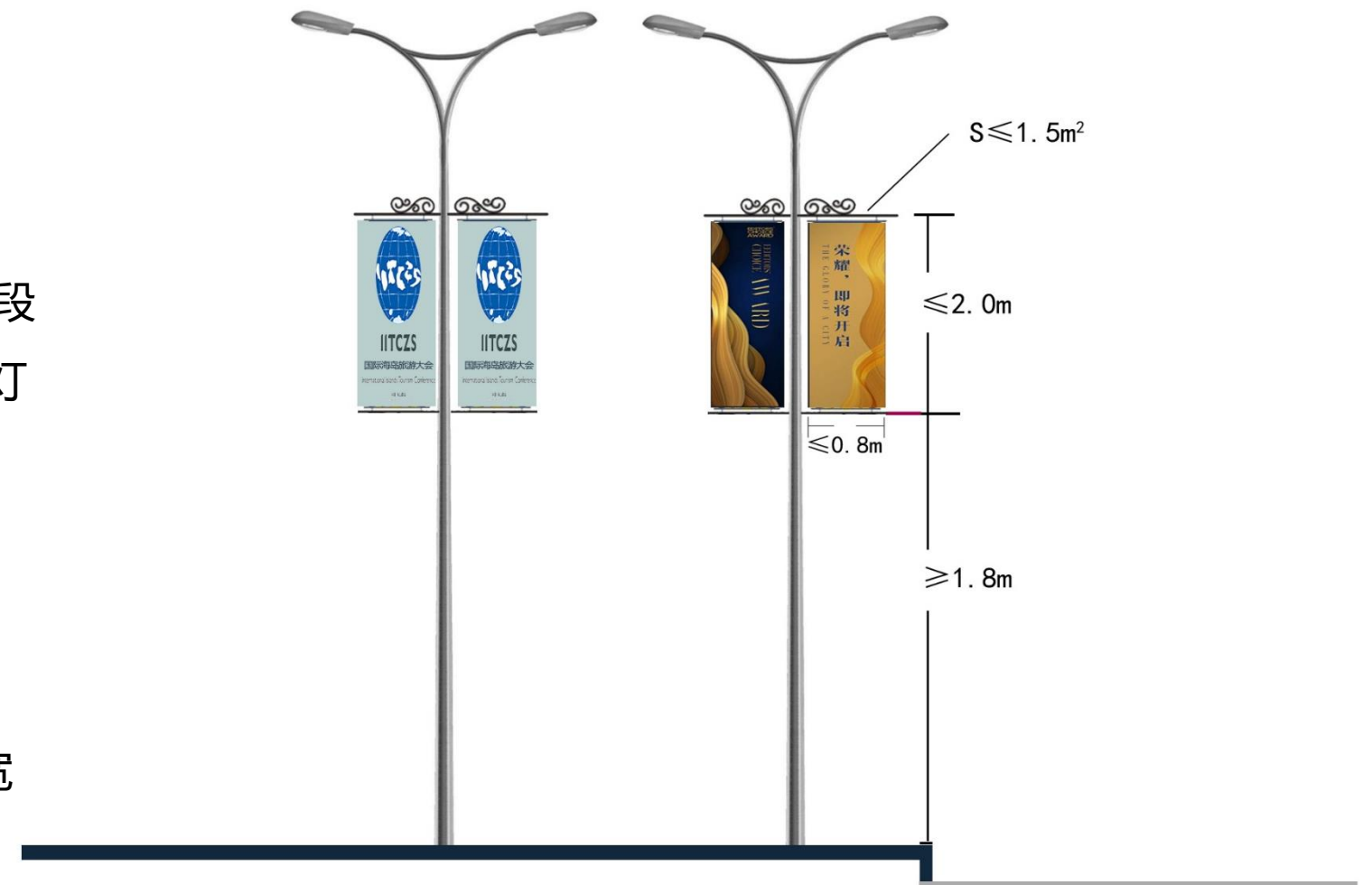


图16

(4) 公共设施附属广告

- 1) 公交候车亭、公共自行车服务亭等公共设施附属广告的牌面单面面积不得超出公共设施外框（图17）；
- 2) 报刊亭、电话亭等广告牌面不得遮盖透明窗门。



图17

● 二、控制性条款

3、独立式广告

(1) 支架广告

- 1) 逐步拆除规划范围内的支架式广告，原则上不再新设置支架式广告；
- 2) 仅允许在举办文化、旅游、体育、公益活动或者商品交易会、展销会、开业庆典等活动需要时设置临时性支架广告，设置人应当在活动举办前向城市管理行政主管部门提出申请并在规定时间内拆除（图20）；
- 3) 支架展板设施不得影响人、车通行，后退人行、车行区域不得小于广告整体高度。

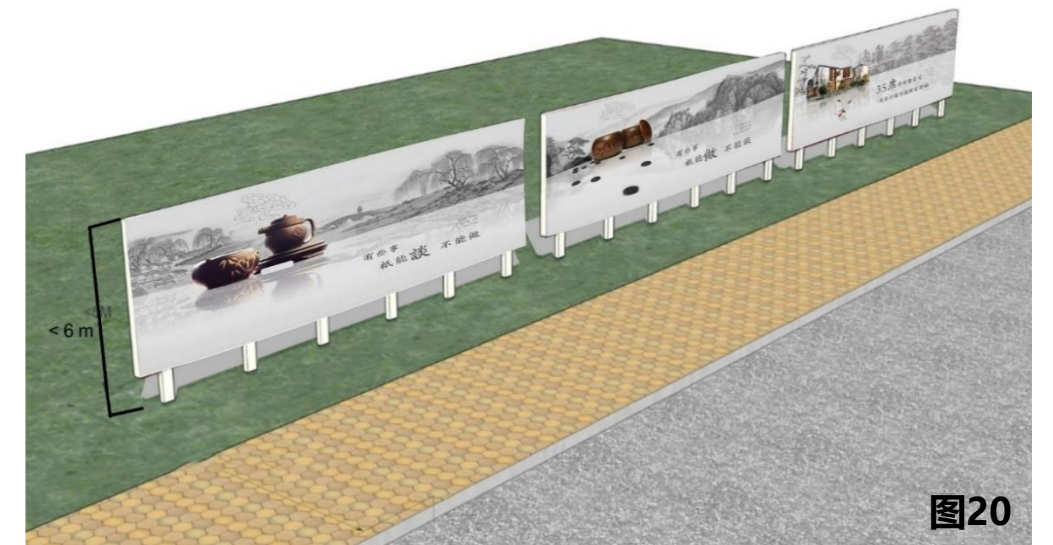


图20

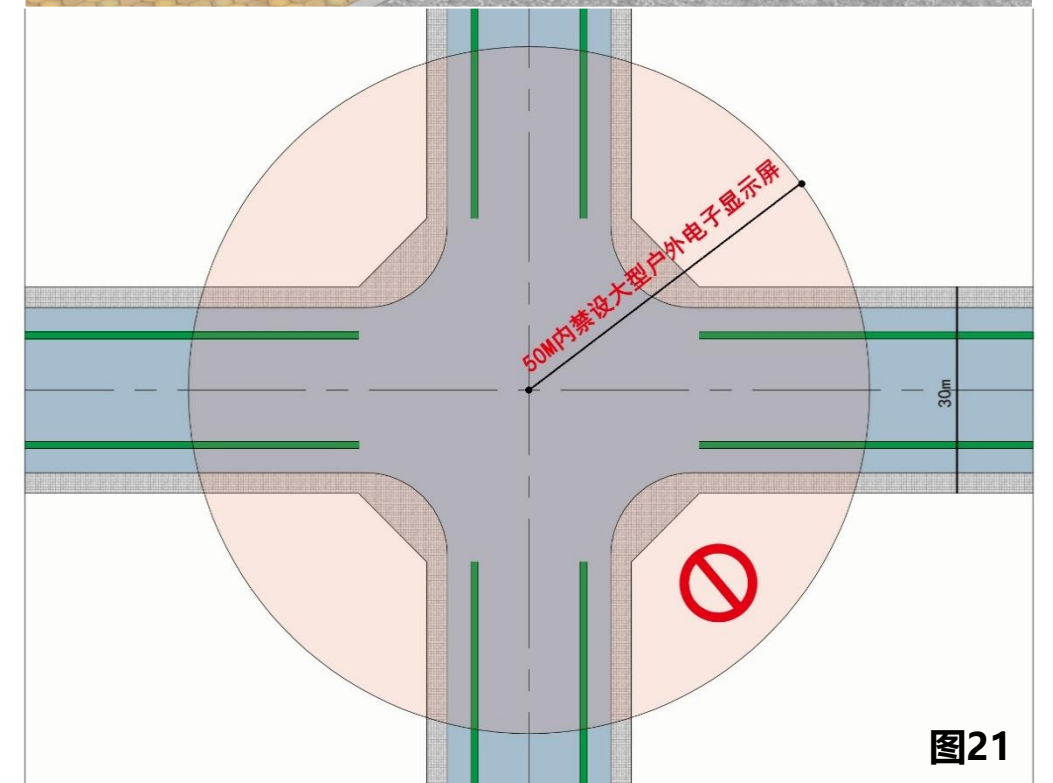


图21

(2) 电子显示屏广告

- 1) 重点商业区、步行街、体育场馆、会展中心等地区允许设置电子显示屏广告。
- 2) 为防止道路交叉口户外电子显示屏广告的高强度灯光对交通造成的不利影响，不宜在主要道路交叉口50米范围内设置大型户外电子显示屏广告（图21）。



图22

(3) 围墙广告

- 1) 可设置临时性的工地围墙广告；沿路部分地段因遮挡破旧低矮房屋等影响市容观瞻建筑物的需要，可以设置围墙并结合围墙墙体设置户外广告；
- 2) 围墙广告不得超出原围墙墙体，不得留白，公益广告比例应符合相关部门规定；
- 3) 沿路围墙建议设置为绿篱景观围墙广告或彩绘围墙广告（图22）。

(4) 实物造型广告

- 1) 实物造型广告仅限于重点商业区、步行街等人行空间大于5米的区域设置 (图23)。
- 2) 实物造型广告占地面积应 $\leq 2.5\text{m}^2$ ，宽度不大于人行道宽度的四分之一，高度应 $\leq 8\text{m}$ 。



图23

(5) 门户广告

- 1) 门户广告仅限于城市 (镇) 重要门户节点设置；
- 2) 门户广告的布置形式应与街景协调，并保持完好、整齐、美观，不应妨碍道路交通安全与畅通；
- 3) 门户广告设置应与周边建筑、构筑物、绿地、景观等相结合或相协调，在视线范围内不应使用与交通设施易混淆的色彩。



图24

(6) 山体坡地广告

- 1) 山体宕口、护坡挡土墙区域可结合复绿等方法设置山体坡地广告；
- 2) 应与周边环境相协调，在视线范围内不应使用与交通设施易混淆的色彩。



图25

● 控制性条款

4、其他广告

(1) 灯光投影广告

- 1) 可以应用于商业办公楼宇、公共建筑的外墙；
- 2) 确保灯光投影广告不对公众的正常工作和生活造成影响和妨碍，保障公众安全与健康的生活和工作环境。



图26

(2) 车体广告

- 1) 车体广告的设置应符合法律、法规和相关部门规定。



图27

(3) 临时户外广告

- 1) 只允许举办文化、旅游、体育、公益活动或者商品交易会、展销会、开业庆典等活动需要时设置临时性大型户外广告设施；
- 2) 临时性大型户外广告设施的设置期限与活动期限相适应，最长不超过三十日；
- 3) 若遇超大型活动（赛事）超过控制性条款，可采用“一事一议”特事特批，并提前做好相关预案。



图28

对舟山市区进行户外广告分区指导，分为三区八大类。三区即禁设区、限设区、允设区。

01

禁设区

在本类控制区控制范围内严禁设置户外广告。严格控制户外广告设置的类型和数量。

02

限设区

除禁设区和允设区以外的其他区域，允许设置少量户外广告。

03

允设区

在市区的重点商业区、步行街、城市交通枢纽、入城口等节点地区，在符合户外广告设置规范要求的前提下，以美化城市景观、创造特定的城市空间与城市商业氛围为宗旨设置户外广告。

对应禁设区、限设区、允设区三大分区，按照控制级别的不同，细分为八类控制区，使本次规划在应对复杂的广告设置情形时，具有更强的操作性。

分区名称	控制区类型	属性	控制范围
禁设区	一类控制区	严格禁设区	(1) 区级以上人民政府、政府机关部门及其围墙范围，如无围墙，则控制周边用地50米范围（除节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语以外）； (2) 文物古迹。国家、省、市文物保护单位、市级文物保护点、历史建筑、优秀近代建筑等保护范围。各级文物保护单位、市级文物保护点、历史建筑等详见《舟山市历史文化名城保护规划》、《舟山市城市紫线规划》、文物保护单位划定方案、历史建筑保护图则等； (3) 风景名胜区一级保护区； (4) 宗教活动场所A9； (5) 军事用地和保安用地H4； (6) 危及建筑物安全或者利用危房（C级、D级危房）、违章建筑的； (7) 法律、行政法规规定的以及市人民政府确定的其他禁止设置的区域或位置。
	二类控制区	一般禁设区	(1) 游憩集会广场用地G3、绿地G1、G2，水域、水源保护区和其他（农田和山体）； (2) 市政府明确的标志性建筑物及城市纪念性建筑物； (3) 风景名胜区（除一级保护区）。
限设区	三类控制区	严格限设区	居住用地R、教育科研用地A3、社会福利用地A6、外事用地A8、市政设施用地U、村镇建设用地H12、H13、H14。
	四类控制区	一般限设区	行政办公用地A1、文化设施用地A2、体育用地A4、医疗卫生用地A5、旅馆用地B14、商住用地BR。
	五类控制区	一般限设区	区域交通设施用地H2（除机场用地H24）、工业用地M、物流仓储用地W。
允设区	六类控制区	一般设置区	商业设施用地B1（不包括旅馆用地B14和八类控制区范围地块）、商务设施用地B2、娱乐康体设施用地B3、公用设施营业网点用地B4、其他服务设施用地B9。
	七类控制区	一般设置区	城市轨道交通用地S2、交通枢纽用地S3、交通场站用地S4、其他交通设施用地S9、机场用地H24。
	八类控制区	开放设置区	商业设施用地B1中属于市级、地区级商业中心和大型批发交易中心级别的地区。

注1：八类控制区划分以控制性详细规划确定的用地性质以及实际使用功能为准。
注2：若文物古迹、风景名胜区等特殊区域确需设置广告的，在符合风貌协调、规格适宜等前提下，城管、资规、文物保护等部门可采用联席会议共同决策广告的设置与否以及设置方式。

● 管控通则

一类控制区——户外广告严格禁设区

01

控制范围

- (1) 区级以上人民政府、政府机关部门及其围墙范围，如无围墙，则控制周边用地50米范围（除节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语以外）；
- (2) 文物古迹。国家、省、市文物保护单位、市级文物保护点、历史建筑、优秀近代建筑等保护范围。各级文物保护单位、市级文物保护点、历史建筑等详见《舟山市历史文化名城保护规划》、《舟山市城市紫线规划》、文物保护单位划定方案、历史建筑保护图则等；
- (3) 风景名胜区一级保护区；
- (4) 宗教活动场所A9；
- (5) 军事用地和保安用地H4；
- (6) 危及建筑物安全或者利用危房（C级、D级危房）、违章建筑的；
- (7) 法律、行政法规规定的以及市人民政府确定的其他禁止设置的区域或位置。

注：若文物古迹在活化利用过程中确需设置广告的，在符合风貌协调、规格适宜等前提下，城管、资规、文物保护等部门可采用联席会议共同决策其广告的设置方式。

控制目标

此类区域具有重要且特殊的地位和意义，严格保护该区域的风貌环境。确保此类区域空间、景观、建筑的连续性和完整性。

控制原则

在本类控制区控制范围内原则上禁止设置户外广告，临时性户外广告和公益广告的设置应符合法律、法规和相关主管部门规定。

02

03

● 管控通则

一类控制区——户外广告严格禁设区

04

控制通则

- (1) 在本类控制区控制范围内原则上禁止设置户外广告，临时性户外广告和公益广告的设置应符合法律、法规和相关部门规定。
- (2) 禁止设置动画、活动照明的户外广告。
- (3) 禁止设置包含有变化、闪烁或此类似效果设计元素的户外广告。
- (4) 同一地块设置的户外广告在设计风格、大小、色彩、照明等方面协调一致，同时也应与所在区域的整体景观风格相协调统一。



● 管控通则

二类控制区——户外广告一般禁设区

01

控制范围

- (1) 游憩集会广场用地G3、绿地G1、G2，水域、水源保护区和其他（农田和山体）；
- (2) 市政府明确的标志性建筑物及城市纪念性建筑物；
- (3) 风景名胜区（除一级保护区）。

02

控制目标

重点保护该区域的生态环境及开阔自然的空间特征。确保此类区域景观和环境的高品质，保证人的视觉舒适性，户外广告设置应与周边生态环境充分结合。

03

控制原则

严格控制户外广告的设置，特定地块允许设置少量户外广告。

● 管控通则

二类控制区——户外广告一般禁设区

04

控制通则

- (1) 在本类控制区中，允许设置少量户外广告。
- (2) 纪念性广场用地范围内禁止设置户外广告。
- (3) 区域内重要的景观节点、景观特征点及景观轴线范围内禁止设置户外广告。
- (4) 同一地块设置的户外广告在设计风格、大小、色彩、照明等方面协调一致，同时也应与所在区域的整体景观风格相协调统一。



● 管控通则

三类控制区——户外广告严格限设区

01

控制范围

居住用地R、教育科研用地A3、社会福利用地A6、外事用地A8、市政设施用地U、村镇建设用地H12、H13、H14。

02

控制目标

确保户外广告的设置不对公众的正常工作和生活造成影响和妨碍，保障公众安全与健康的生活和工作环境。

03

控制原则

控制户外广告的设置，在本类控制区允许设置少量户外广告。

● 管控通则

三类控制区——户外广告严格限设区

04

控制通则

- (1) 在本类控制区允许设置少量户外广告。
- (2) 仅允许附属商业经营性质的建筑设置户外广告。
- (3) 设置在同一建筑立面上的所有户外广告的总面积不得超过其所在具有商业经营性质的建筑立面面积的15%。
- (4) 加强广告设置的安全、环保，防止广告灯光、噪音等对居民生活的干扰。
- (5) 加强户外广告设计、制作的质量控制，使其与所在区域的环境品质相协调统一。



● 管控通则

四类控制区——户外广告一般限设区

01

控制范围

行政办公用地A1、文化设施用地A2、体育用地A4、医疗卫生用地A5、旅馆用地B14、商住用地BR。

02

控制目标

体现本类地块庄重、简洁、大方的环境风格。

03

控制原则

在本类控制区，允许地块内部具有商业经营性质的部分设置户外广告。

● 管控通则

四类控制区——户外广告一般限设区

04

控制通则

- (1) 在本类控制区允许设置户外广告。
- (2) 仅允许附属商业经营性质的建筑设置户外广告。
- (3) 设置在同一建筑立面上的所有户外广告的总面积不得超过其所在具有商业经营性质的建筑立面面积的25%。
- (4) 加强广告设置的安全性，防止广告灯光、噪音等对居民生活的干扰。
- (5) 加强户外广告设计、制作的质量控制，使其与所在区域的环境品质相协调统一。



● 管控通则

五类控制区——户外广告一般限设区

01

控制范围

区域交通设施用地H2（除机场用地H24）、工业用地M、物流仓储用地W。

02

控制目标

体现现代、高效、简洁、大方的交通设施和产业园区的特点。

03

控制原则

在本类区域内，允许交通场站、企业设置户外广告。但不能妨碍人流的疏散，不能遮挡或妨碍公共标识系统的识别。

● 管控通则

五类控制区——户外广告一般限设区

04

控制通则

- (1) 在本类控制区允许设置户外广告。
- (2) 设置在该建筑立面上的所有户外广告的总面积不得超过该建筑四面临街界面可提供展示广告的最大立面面积的15%。
- (3) 建筑物广告在设置时应与所附着建筑立面的形式及风格相统一，如被认为破坏了建筑立面景观及对建筑内部的通风、采光造成妨碍则应禁止设置。
- (4) 加强广告设置的安全性，防止广告灯光、噪音等对周边地块的干扰。
- (5) 加强户外广告设计、制作的质量控制，使其与所在区域的环境品质相协调统一。



● 管控通则

六类控制区——户外广告一般设置区

01

控制范围

商业设施用地B1（不包括旅馆用地B14和八类控制区范围地块）、商务设施用地B2、娱乐康体设施用地B3、公用设施营业网点用地B4、其他服务设施用地B9。

02

控制目标

精致、特色、和谐、大方，与所在地块建筑性质相得益彰。

03

控制原则

在本类区域内，允许设置户外广告，同时形式可丰富多样，但不能妨碍人流的疏散，不能遮挡或妨碍公共标识系统的识别。

● 管控通则

六类控制区——户外广告一般设置区

04

控制通则

- (1) 在本类控制区允许设置户外广告。
- (2) 设置在建筑立面上的所有户外广告的总面积不得超过该建筑四面临街界面可提供展示广告的最大立面面积的25%。
- (3) 高层建筑允许且只能设置一处大型的墙面广告，最大面积不超过所附着建筑实墙面面积的25%，且不超过200平方米。
- (4) 建筑物广告在设置时应与所附着建筑立面的形式及风格相统一，如被认为破坏了建筑立面景观及对建筑内部的通风、采光造成妨碍则应禁止设置。
- (5) 加强广告设置的安全环保，防止广告灯光、噪音等对周边地块的干扰。
- (6) 加强户外广告设计、制作的质量控制，使其与所在区域的环境品质相协调统一。

● 管控通则

七类控制区——户外广告一般设置区

01

控制范围

城市轨道交通用地S2、交通枢纽用地S3、交通场站用地S4、其他交通设施用地S9、机场用地H24。

02

控制目标

点缀、衬托，设置与用地性质相符合的户外广告。

03

控制原则

在本类区域内，允许设置户外广告，同时形式可丰富多样，但不能妨碍人流的疏散，不能遮挡或妨碍公共标识系统的识别。

● 管控通则

七类控制区——户外广告一般设置区

控制通则

04

- (1) 在本类控制区允许设置户外广告。
- (2) 设置在建筑立面上的所有户外广告的总面积不得超过其建筑四面临街界面可提供展示广告的最大立面面积的25%。
- (3) 建筑物广告在设置时应与所附着建筑立面的形式及风格相统一，如被认为破坏了建筑立面景观及对建筑内部的通风、采光造成妨碍则应禁止设置。
- (4) 独立式户外广告的布置形式应与街景协调，并保持完好、整齐、美观，不应妨碍道路交通安全与畅通。
- (5) 加强广告设置的安全性，防止广告灯光、噪音等对周边地块的干扰。
- (6) 加强户外广告设计、制作的质量控制，使其与所在区域的环境品质相协调统一。

● 管控通则

八类控制区——户外广告开放设置区

01

控制范围

商业设施用地B1中属于市级、地区级商业中心和大型批发交易中心级别的地区。

02

控制目标

烘托热闹、繁华、丰富、欢乐的商业氛围，集中体现城市商业中心生活的多样性。

03

控制原则

对户外广告设置的限制最少，允许丰富的设置类型与方式。

● 管控通则

八类控制区——户外广告开放设置区

04

控制通则

- (1) 在本类控制区允许设置户外广告。
- (2) 加强户外广告设计、制作的质量控制，尤其是建筑物户外广告，应统一规划设计，未经审批不得增加户外广告，保持与所在区域的环境品质相协调统一。
- (3) 设置在建筑立面上的所有户外广告的总面积不得超过其建筑四面临街界面可提供展示广告的最大立面面积的35%，且带方案的广告位不得改动。
- (4) 建筑物广告在设置时应与所附着建筑立面的形式及风格相统一，如被认为破坏了建筑立面景观及对建筑内部的通风、采光造成妨碍则应禁止设置。
- (5) 独立式户外广告的布置形式应与街景协调，并保持完好、整齐、美观，不应妨碍道路交通安全与畅通。
- (6) 加强广告设置的安全性，防止广告灯光、噪音等对周边地块的干扰。



对舟山市区道路进行户外广告分类管控，分为三类路段，即禁设路段、限设路段、允设路段。

01

禁设路段

在本类控制路段，道路红线范围内严禁设置户外广告（公共设施附属广告除外）。

02

限设路段

除禁设路段和允设路段以外的其他路段，在道路红线范围内允许设置少量户外广告。

03

允设路段

在符合户外广告设置规范要求的前提下，以美化城市景观、创造特定的城市空间与城市商业氛围为宗旨，可在道路红线范围内设置户外广告。

对应禁设路段、限设路段、允设路段控制范围如下表。

分区名称	控制范围
禁设路段	(1) 城市交通性道路，包括以交通功能为主的城市快速路和城市主次干路； (2) 禁设区内道路。
限设路段	(1) 城市景观性道路； (2) 城市生活性道路，道路两侧多为纯住宅、有底商的住宅、公共服务设施用地或商业服务设施用地，是为居民生活服务的道路； (3) 教育科研区、文化设施区、体育设施区、医疗卫生区和产业区等其他道路。
允设路段	(1) 城市商业性道路，道路两侧多为商业街区、商业中心等商业气氛浓厚路段。

禁设路段一览表

分区	禁设路段
定海片区	翁洲大道、兴舟大道、昌洲大道、环城东路、文化路、东山路、新桥路（环城东路以东）、解放西路、东皋路、环城北路、环城南路、西山路、盐津五路等。
新城片区	G329国道、海天大道、临长路、千岛路、新城大道、定沈路、港岛路、富丽岛路、新园路及市行政中心内道路等。
普陀片区	G329国道、海天大道、兴普大道、滨海大道、芦塔线、应螺线、沈芦公路、浦新线、东海西路、海莲路、兴港大道、中洲路等。
普朱片区	G329国道、310省道、朱乌线（香莲路以北）等。
北部乡镇片区	321省道、双坝线、鸭岑线、鸭东线、内环线、东华线、定马线、马北线、马沙线、双小线、小契线等。
北部产业片区	兴泉路、电厂路、定北线、鸭东线、弘禄大道、新马大道、新港大道、大成四路、大成七路、毛北线、应螺线等。
金塘片区	G9211甬舟高速、穆东线、沥大线、欣港路等。
六横片区	外涨线、台涨线等。

注：三类路段划分以实际道路等级为准。

禁设路段

01

控制范围

- (1) 城市交通性道路，包括以交通功能为主的城市快速路和城市主干路；
- (2) 禁设区内道路。

02

控制目标

此类路段应保证宽阔的道路和完整的道路视觉感受，严格限制该路段的户外广告设置。

03

控制原则

色彩斑斓、间距过密的广告易扰乱驾驶员的视线，这类路段不宜设置户外广告。

禁设路段

控制通则

04

- (1) 禁设路段，道路断面为高架路形式的，上层道路禁止设置任何形式的户外广告。在道路红线范围内（机动车道、非机动车、人行道及绿化隔离带）包括其上空不宜设置户外广告。
- (2) 交通标志杆背面可设置适量公益性广告。
- (3) 城市交通性主干路节假日或盛大庆典期间可借助于灯杆设置临时性广告。
- (4) 允许设置公交候车亭、公共自行车服务亭等公共设施附属广告，但需精心设计且与街景相协调，不应妨碍道路交通安全与畅通。
- (5) 加强广告设置的安全性，防止广告灯光、噪音等对周边地块和交通的干扰。



限设路段

01

控制范围

- (1) 城市景观性道路;
- (2) 城市生活性道路, 道路两侧多为纯住宅、有底商的住宅、公共服务设施用地或商业服务设施用地, 是为居民生活服务的道路;
- (3) 教育科研区、文化设施区、体育设施区、医疗卫生区和产业区等其他道路。

02

控制目标

确保户外广告的设置不对公众的正常工作和生活造成影响和妨碍, 保障公众安全与健康的生活和工作环境。

03

控制原则

人流较多, 车速较慢, 广告设置以少量、小型、亲切、清新淡雅为主。户外广告宜结合商业设施设置。

● 管控通则

限设路段

04

控制通则

- (1) 限设路段，允许设置户外广告。
- (2) 二块板以上的路段，在机动车隔离带内禁止设置户外广告。
- (3) 一块板道路路段，需参考道路宽度和两侧建筑物高度大小设置与其空间大小相适应的户外广告。
- (4) 户外广告的布置形式应与街景协调，并保持完好、整齐、美观，不应妨碍道路交通安全与畅通。
- (5) 加强广告设置的安全性，防止广告灯光、噪音等对周边地块和交通的干扰。



● 管控通则

宜设路段

01

控制范围

城市商业性道路，道路两侧多为商业街区、商业中心等商业气氛浓厚路段。

02

控制目标

以吸引人流、增进商业气氛为目的，广告设置以集聚人气为出发点，展现繁华、多姿的商业氛围。

03

控制原则

在不影响交通安全的前提下，户外广告的设置宜形式多样，整齐有序，尽情塑造繁华的商业气氛。

● 管控通则

宜设路段

04

控制通则

- (1) 宜设路段，允许设置户外广告。
- (2) 此路段户外广告可设置于两侧人行道隔离绿带和人行道上，注意各类广告的空间布局协调性和融合性。
- (3) 加强此路段户外广告设计、制作的质量控制，统一规划设计，未经审批不得替换、增加户外广告，保持与所在区域的环境品质相协调统一。
- (4) 户外广告的布置形式应与街景协调，并保持完好、整齐、美观，不应妨碍道路交通安全与畅通。
- (5) 加强广告设置的安全性，防止广告灯光、噪音等对周边地块和交通的干扰。





05 实施篇

Implementation

5.1 户外广告责任主体

5.2 户外广告设计要求

5.3 户外广告监管机制

● 户外广告责任主体

1、城市管理部门负责户外广告设置的监督管理工作，负责对违法设置户外广告行为的查处工作；资规、住建、交通、公安、旅游、环保、市场监督管理等部门按照各自职责开展户外广告设置的相关监督管理工作；乡（镇）人民政府、街道办事处协助城市管理部门和其他有关部门对本辖区的户外广告进行日常监督管理。

2、城市管理部门和其他有关部门应当建立户外广告设置监督管理工作的信息公开、信息互通、举报投诉处理和市场主体信用联合惩戒机制。任何单位和个人都有权对违反户外广告设置管理规定的行为进行举报和投诉，有关部门接到举报和投诉后，应当按照有关规定及时处理。

● 户外广告设计要求

1、明确户外广告设施设计要求。户外广告的布局、色调、风格应注重区域公共性、商业性、居住性、景观性、文化性等因素的研究，设计出与街区功能、环境氛围、业态定位、文化特色相适应，与街面亮灯工程相衔接的户外广告形象方案。大型户外广告的形状、色彩、材料设计，应注重与城市标志的组合运用；道路两侧的户外广告设计，应以公共设施为主要载体，与城市家具相协调。

2、注重户外广告与公共设施相结合。推进户外广告与公交站点、公共自行车停靠站等公共设施的有机整合，实施统一的规划设计。

3、加强建筑和广告的一体化设计，建筑方案设计时统一考虑建筑物广告的位置、规格、色彩等，尤其注意建筑材料特性，避免出现广告安装时破坏原本建筑结构、保温、防水等，按绿色建筑、节能建筑的全周期打造。方案城市设计、修规阶段邀请城管部门参与评审。

● 户外广告监管机制

- 1、建立户外广告社会监督制度。户外广告设置规划、设计方案、技术标准、管理办法等，均应在政府门户网站上公示。在政府门户网站上建立户外广告专栏，告知户外广告办事指南，公示户外广告申请审批的程序，以及申请人需提供的材料。及时在网络或报刊上公布户外广告建设与运营的招投标等有关信息，方便设置单位和广告公司查阅，方便社会监督。定期或不定期地邀请党代表、人大代表、政协委员和群众团体对户外广告设置规划和相关法律、技术标准执行情况进行检查、督查。
- 2、发挥广告行业协会作用。广告行业协会组织应制定本行业自律规范，加强行业自律组织的管理，畅通行业自律组织与政府之间的沟通渠道，广泛吸收广告设计、研究、咨询机构为广告协会组织成员，参与政府部门对户外广告的建设管理工作。



舟山市城市规划设计研究院
ZHOU SHAN URBAN PLANNING & DESIGN INSTITUTE



舟山市区 户外广告设置专项规划【附件】



ZHOUSHAN CENTRAL DISTRICT

OUTDOOR ADVERTISING FACILITIES SPECIAL PLANNING

项目名称：

舟山市区户外广告设置专项规划

委托单位：

舟山市城市管理局（综合行政执法局）

编制单位：

舟山市城市规划设计研究院

设计证书号：[浙]城规编（142055） 乙级

规划出图专用章：



项目审定人：

洪 斌 院 长

高级城市规划师

国家注册城市规划师

专业审核人：

应朝栋 副院长

教授级高级城市规划师

国家注册城市规划师

项目负责人：

傅小娇 所 长

高级城市规划师

国家注册城市规划师

项目组成员：

夏 泓

城市规划师

张 浩

城市规划师

李凌峰

城市规划师

胡凯利

平面设计师

曹皓渊

助理市政工程师

01.户外广告现状布局

图01 定海片区建筑物户外广告现状布局图
图02 定海片区道路户外广告现状布局图
图03 定海片区独立式户外广告现状布局图
图04 新城片区建筑物户外广告现状布局图
图05 新城片区道路户外广告现状布局图
图06 新城片区独立式户外广告现状布局图
图07 普陀片区建筑物户外广告现状布局图
图08 普陀片区道路户外广告现状布局图
图09 普陀片区独立式户外广告现状布局图
图10 普朱片区建筑物户外广告现状布局图
图11 普朱片区道路户外广告现状布局图
图12 普朱片区独立式户外广告现状布局图
图13 北部乡镇片区建筑物户外广告现状布局图
图14 北部乡镇片区道路户外广告现状布局图
图15 北部乡镇片区独立式户外广告现状布局图
图16 北部产业片区建筑物户外广告现状布局图
图17 北部产业片区道路户外广告现状布局图
图18 北部产业片区独立式户外广告现状布局图
图19 金塘片区建筑物户外广告现状布局图
图20 金塘片区道路户外广告现状布局图
图21 金塘片区独立式户外广告现状布局图
图22 六横片区建筑物户外广告现状布局图
图23 六横片区道路户外广告现状布局图
图24 六横片区独立式户外广告现状布局图

02. 户外广告用地分区管控

图25 定海片区户外广告分区管控示意图
图26 新城片区户外广告分区管控示意图
图27 普陀片区户外广告分区管控示意图
图28 普朱片区户外广告分区管控示意图
图29 北部乡镇片区户外广告分区管控示意图
图30 北部产业片区户外广告分区管控示意图
图31 金塘片区户外广告分区管控示意图
图32 六横片区户外广告分区管控示意图

03. 户外广告道路分类管控

图33 定海片区户外广告道路管控示意图
图34 新城片区户外广告道路管控示意图
图35 普陀片区户外广告道路管控示意图
图36 普朱片区户外广告道路管控示意图
图37 北部乡镇片区户外广告道路管控示意图
图38 北部产业片区户外广告道路管控示意图
图39 金塘片区户外广告道路管控示意图
图40 六横片区户外广告道路管控示意图



户外广告现状布局

Current Situation And Layout Of Outdoor Advertising

● 现状调查分区

现状调查分为八个片区，分别为：

1、定海片区

(昌国街道、城东街道、环南街道、盐仓街道)

2、新城片区

(新城、甬东、勾山、长峙岛、岙山岛、小干岛)

3、普陀片区

(东港街道、沈家门街道、鲁家峙岛)

4、普朱片区

(普陀山-朱家尖功能区)

5、北部乡镇片区

(双桥街道、岑港街道、小沙街道、马岙街道、干览镇)

6、北部产业片区

(白泉镇、展茅街道、海洋产业集聚区)

7、金塘片区

(金塘岛)

8、六横片区

(六横岛)















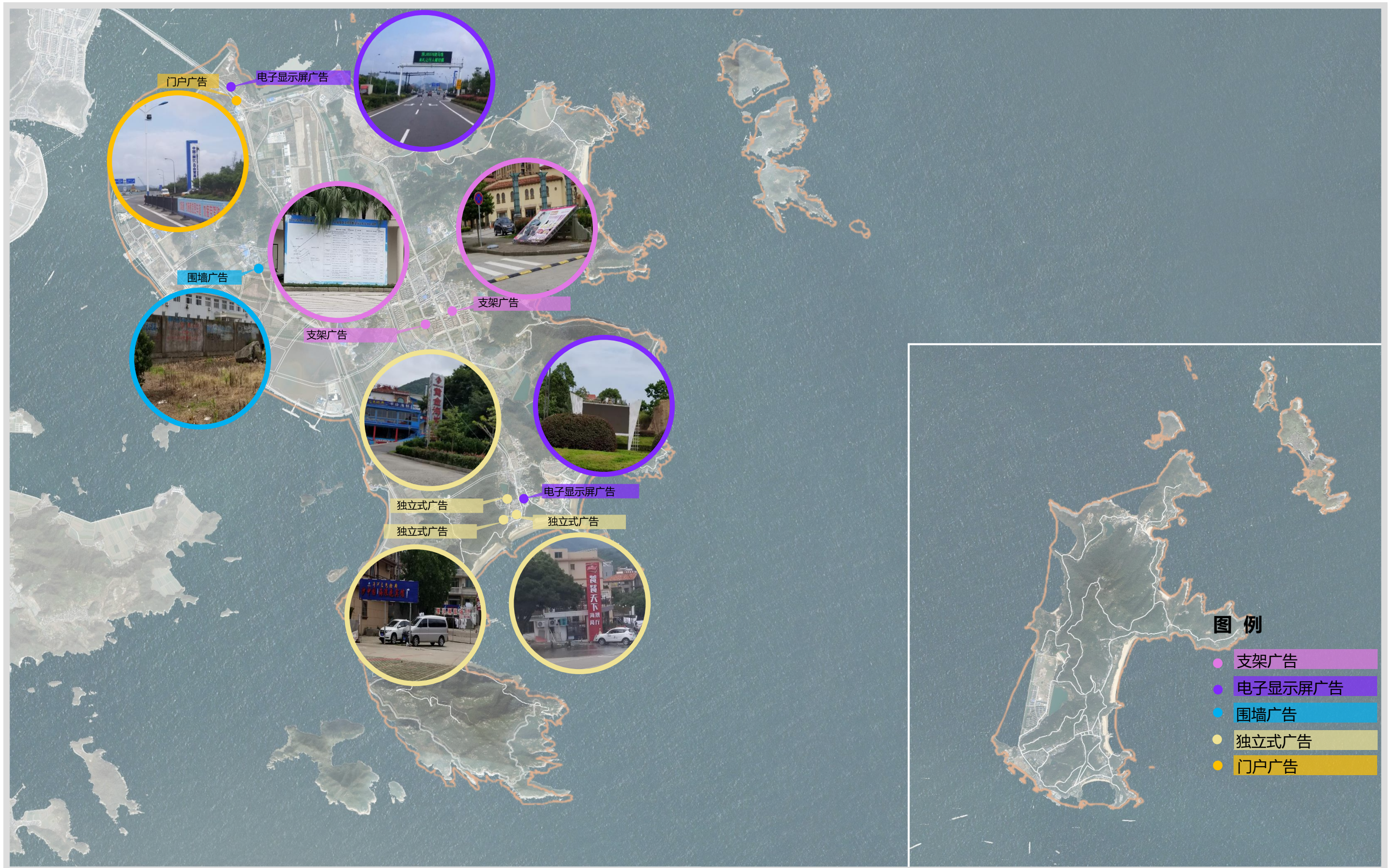




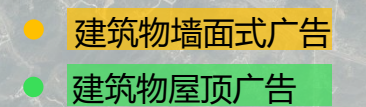








12 普朱片区独立式户外广告现状布局图



























户外广告用地分区管控

Zoning Control Of Land Of Outdoor Advertising

对舟山市区进行户外广告分区指导，分为三区八大类。三区即禁设区、限设区、允设区。

01

禁 设 区

在本类控制区控制范围内严禁设置户外广告。严格控制户外广告设置的类型和数量。

02

限 设 区

除禁设区和允设区以外的其他区域，允许设置少量户外广告。

03

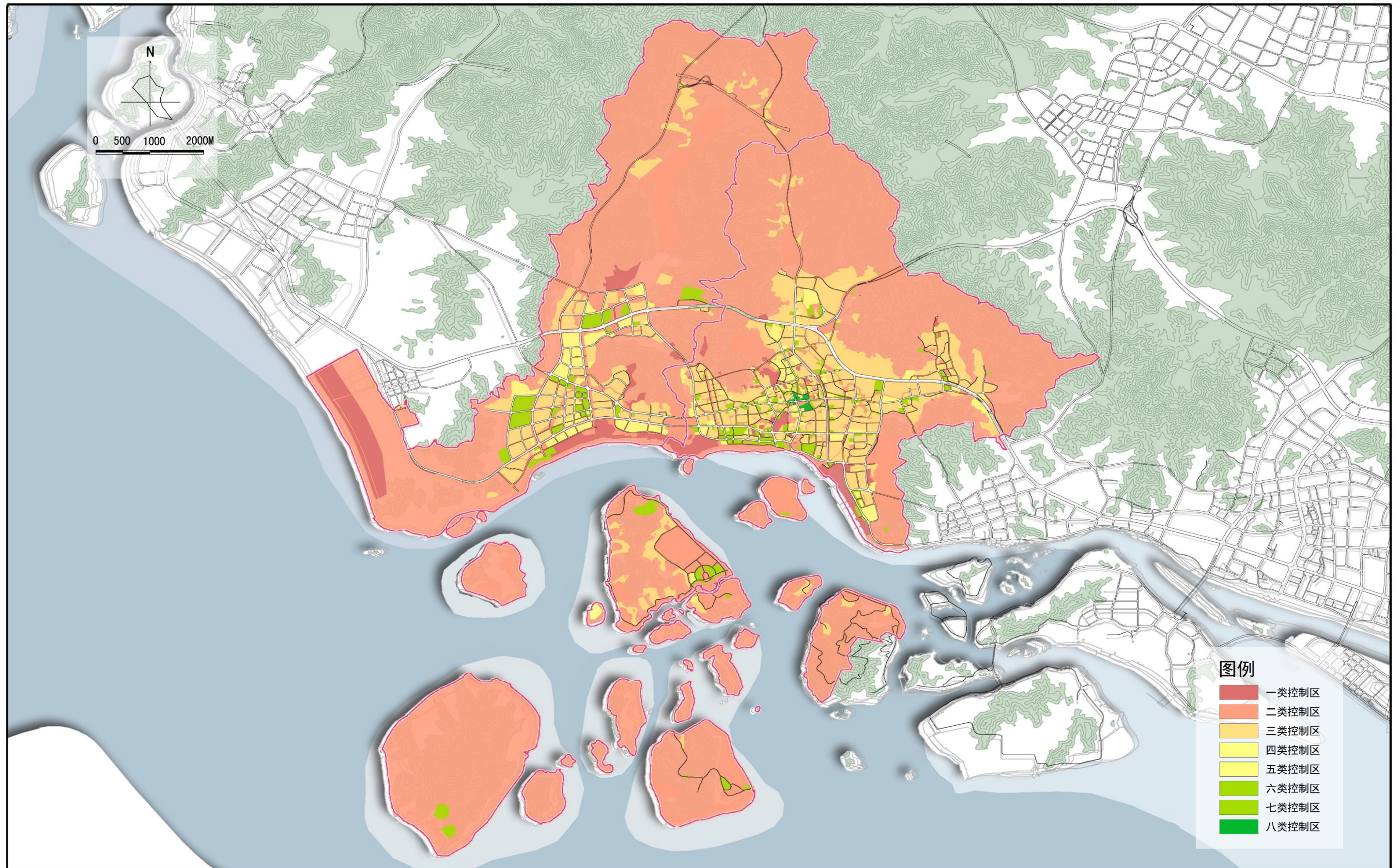
允 设 区

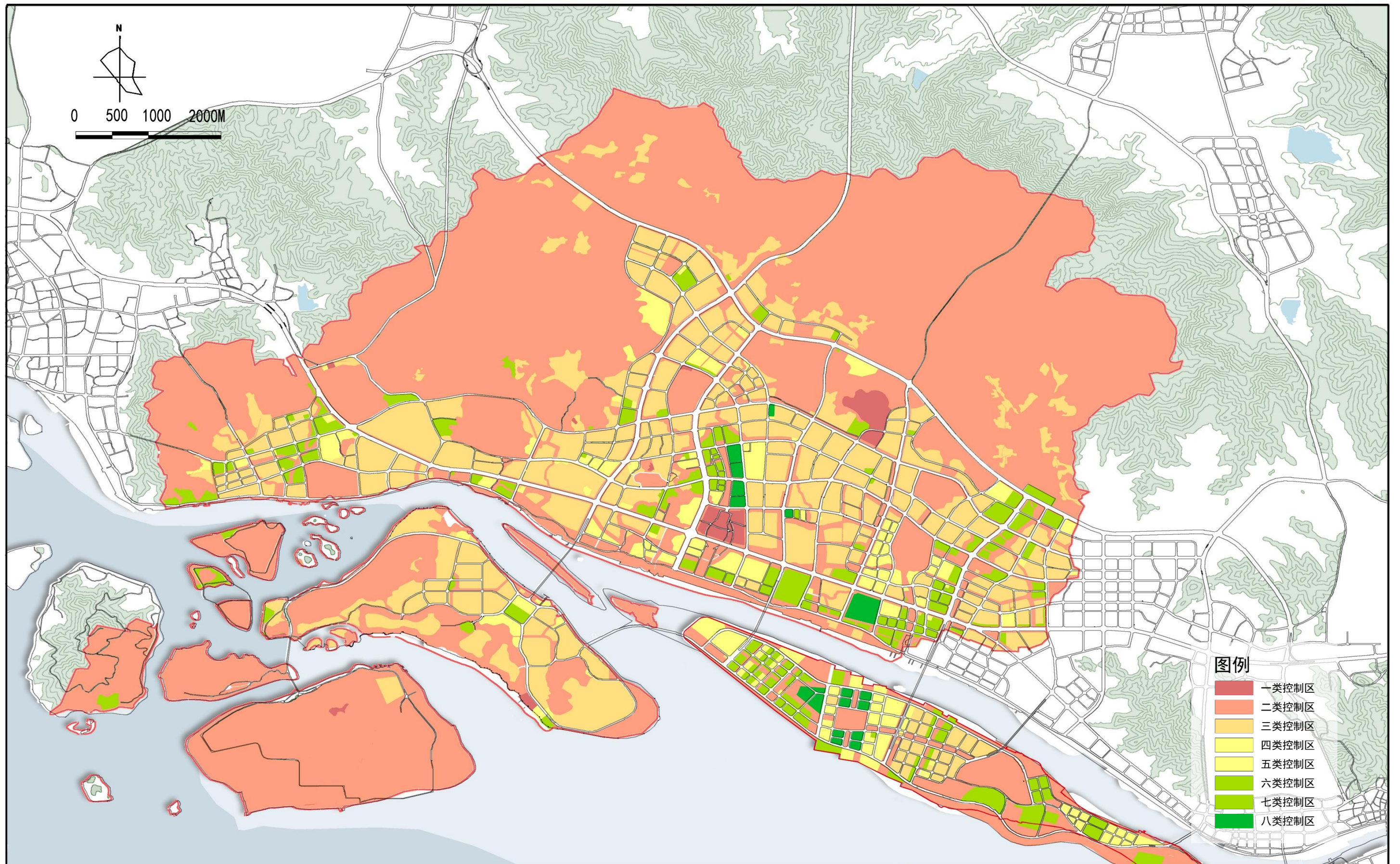
在市区的重点商业区、步行街、城市交通枢纽、入城口等节点地区，在符合户外广告设置规范要求的前提下，以美化城市景观、创造特定的城市空间与城市商业氛围为宗旨设置户外广告。

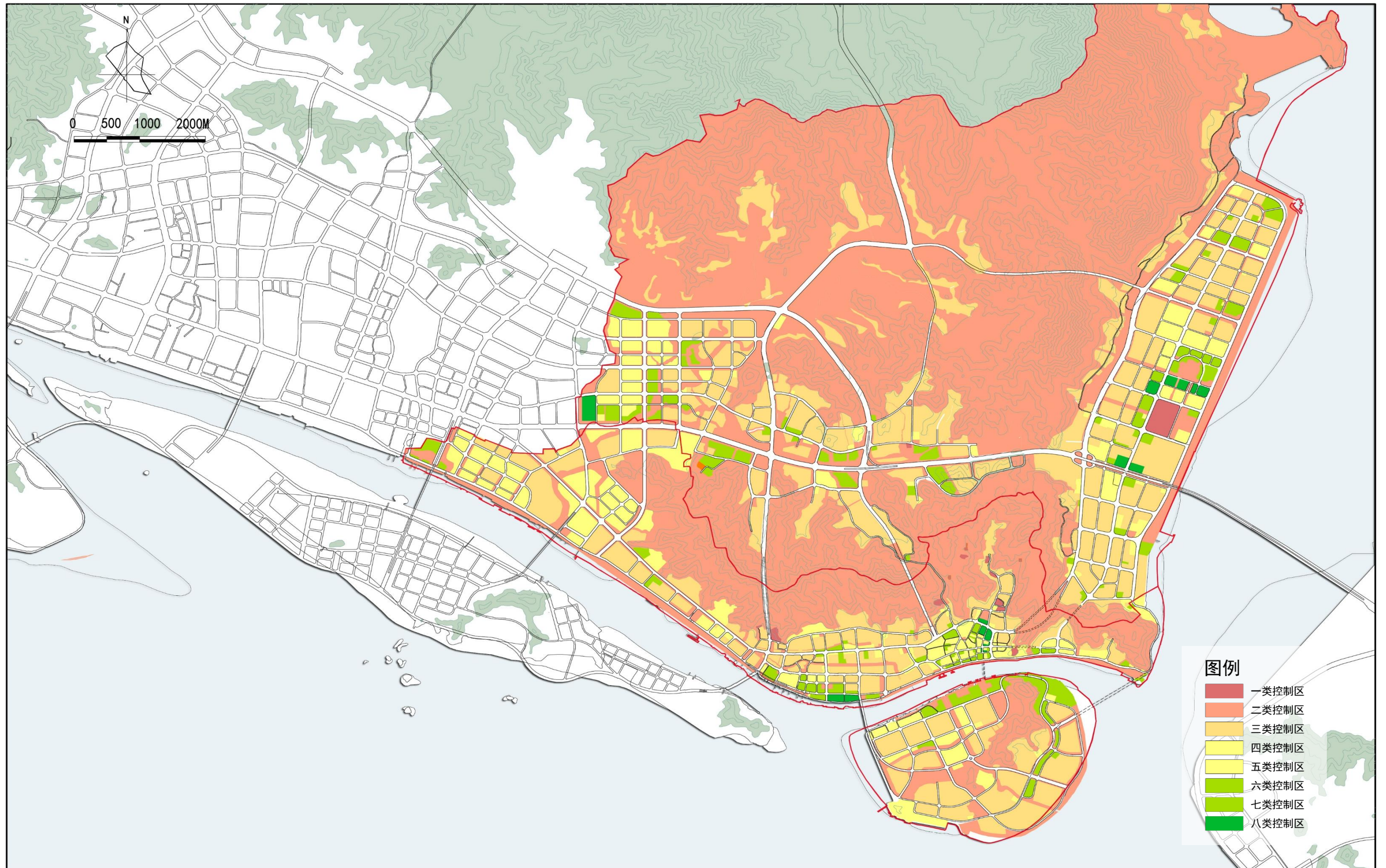
对应禁设区、限设区、允设区三大分区，按照控制级别的不同，细分为八类控制区，使本次规划在应对复杂的广告设置情形时，具有更强的操作性。

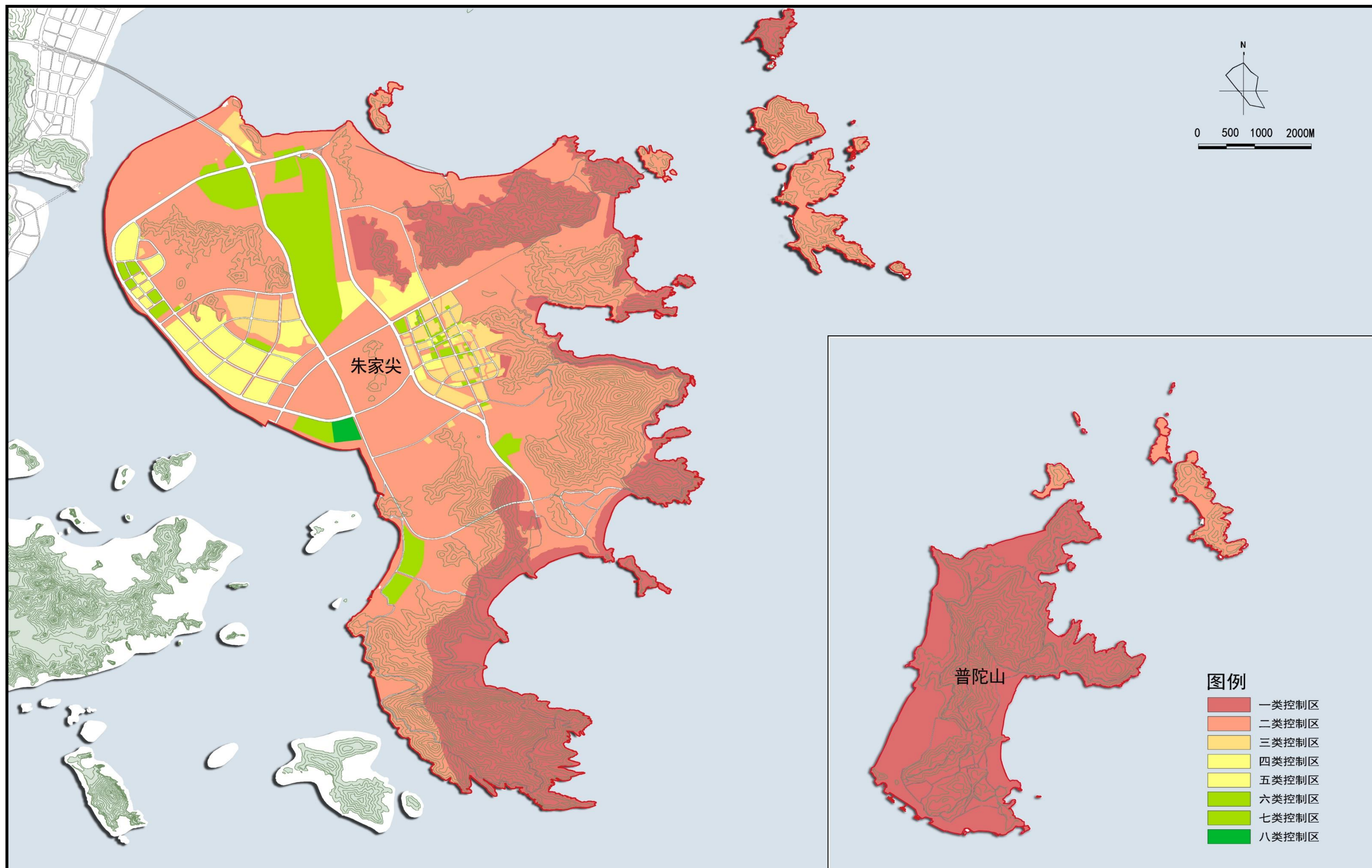
分区名称	控制区类型	属性	控制范围
禁设区	一类控制区	严格禁设区	(1) 区级以上人民政府、政府机关部门及其围墙范围，如无围墙，则控制周边用地50米范围（除节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语以外）； (2) 文物古迹。国家、省、市文物保护单位、市级文物保护单位、历史建筑、优秀近代建筑等保护范围。各级文物保护单位、市级文物保护单位、历史建筑等详见《舟山市历史文化名城保护规划》、《舟山市城市紫线规划》、文物保护单位划定方案、历史建筑保护图则等； (3) 风景名胜区一级保护区； (4) 宗教活动场所A9； (5) 军事用地和保安用地H4； (6) 危及建筑物安全或者利用危房（C级、D级危房）、违章建筑的； (7) 法律、行政法规规定的以及市人民政府确定的其他禁止设置的区域或位置。
	二类控制区	一般禁设区	(1) 游憩集会广场用地G3、绿地G1、G2，水域、水源保护区和其他（农田和山体）； (2) 市政府明确的标志性建筑物及城市纪念性建筑物； (3) 风景名胜区（除一级保护区）。
限设区	三类控制区	严格限设区	居住用地R、教育科研用地A3、社会福利用地A6、外事用地A8、市政设施用地U、村镇建设用地H12、H13、H14。
	四类控制区	一般限设区	行政办公用地A1、文化设施用地A2、体育用地A4、医疗卫生用地A5、旅馆用地B14、商住用地BR。
	五类控制区	一般限设区	区域交通设施用地H2（除机场用地H24）、工业用地M、物流仓储用地W。
允设区	六类控制区	一般设置区	商业设施用地B1（不包括旅馆用地B14和八类控制区范围地块）、商务设施用地B2、娱乐康体设施用地B3、公用设施营业网点用地B4、其他服务设施用地B9。
	七类控制区	一般设置区	城市轨道交通用地S2、交通枢纽用地S3、交通场站用地S4、其他交通设施用地S9、机场用地H24。
	八类控制区	开放设置区	商业设施用地B1中属于市级、地区级商业中心和大型批发交易中心级别的地区。

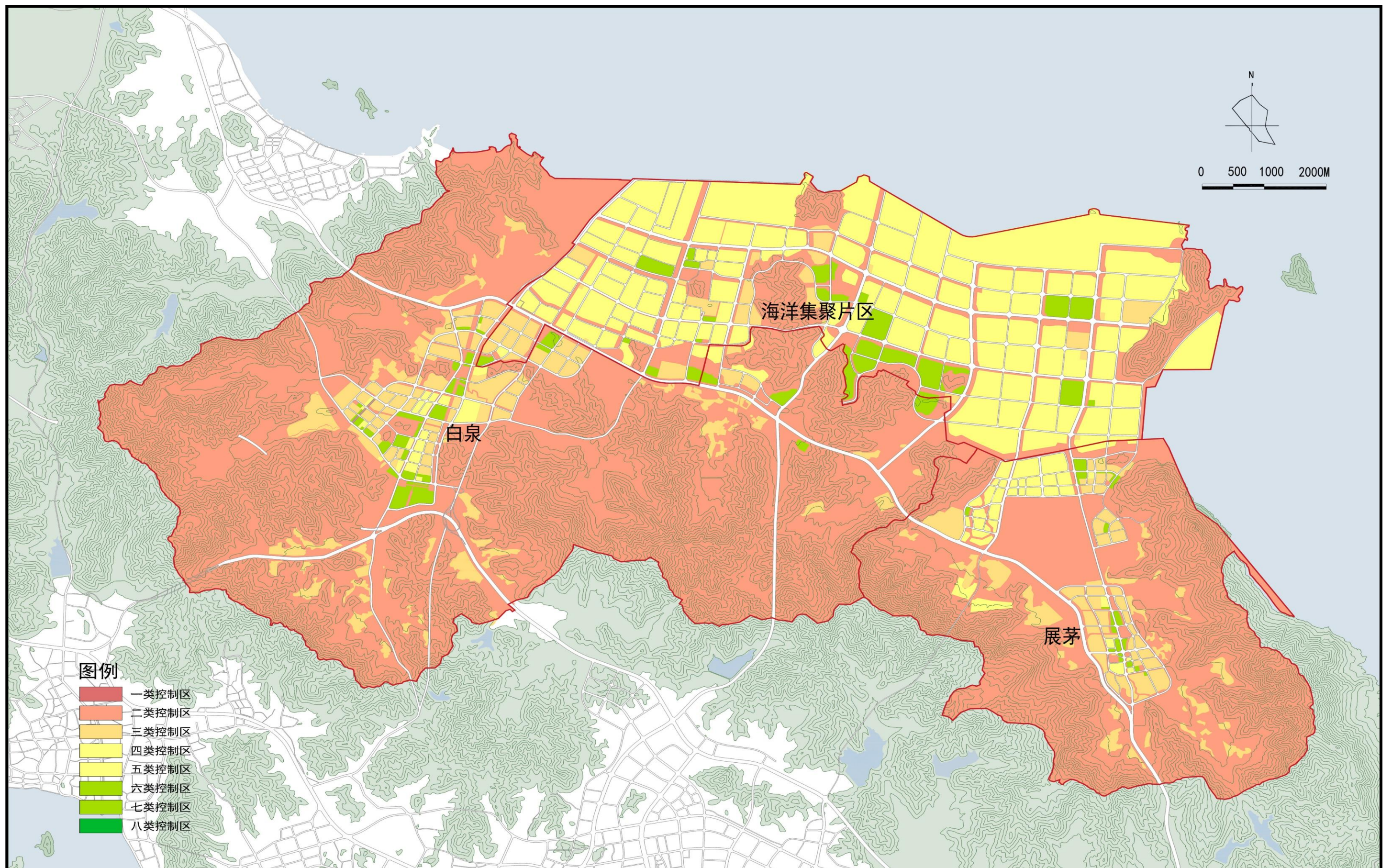
注1：八类控制区划分以控制性详细规划确定的用地性质以及实际使用功能为准。
注2：若文物古迹、风景名胜区等特殊区域确需设置广告的，在符合风貌协调、规格适宜等前提下，城管、资规、文物保护等部门可采用联席会议共同决策广告的设置与否以及设置方式。
注3：为方便理解，以《浙江舟山群岛新区（城市）总体规划（2012-2030）》、《舟山金塘岛总体规划2009-2020》、《舟山市六横岛总体规划（2008年-2020年）》等为范例，绘制各区块分区管控示意图。

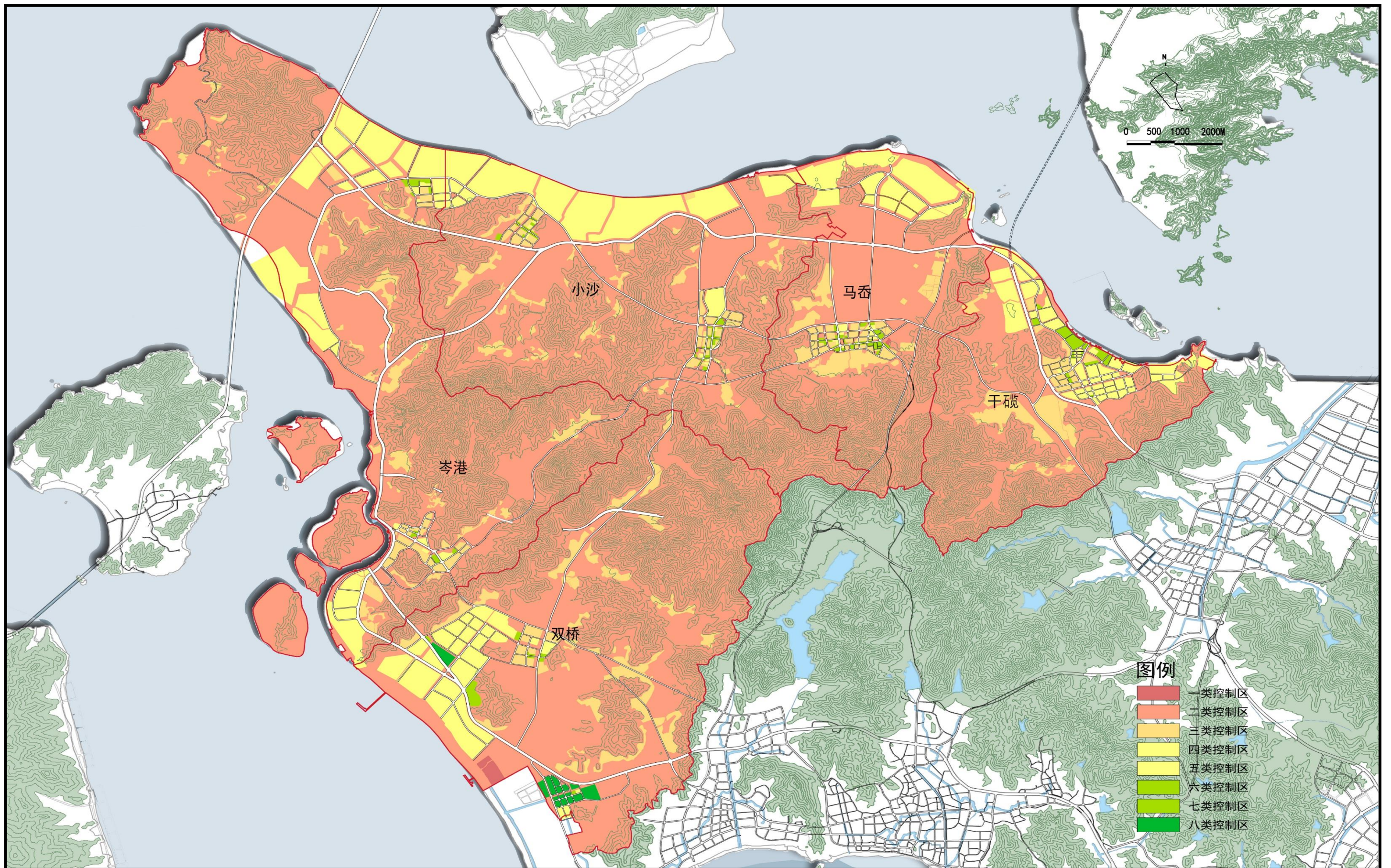


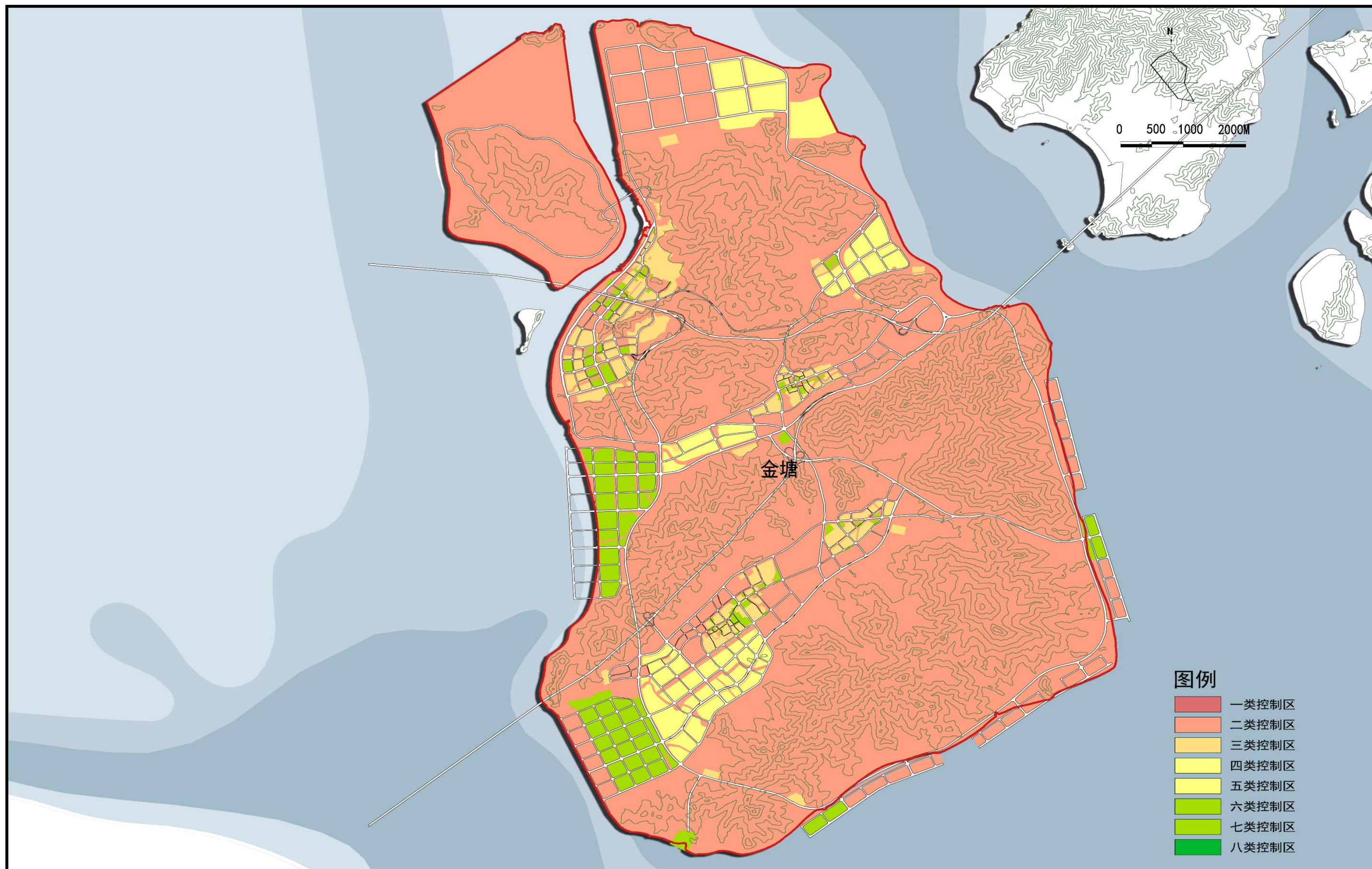


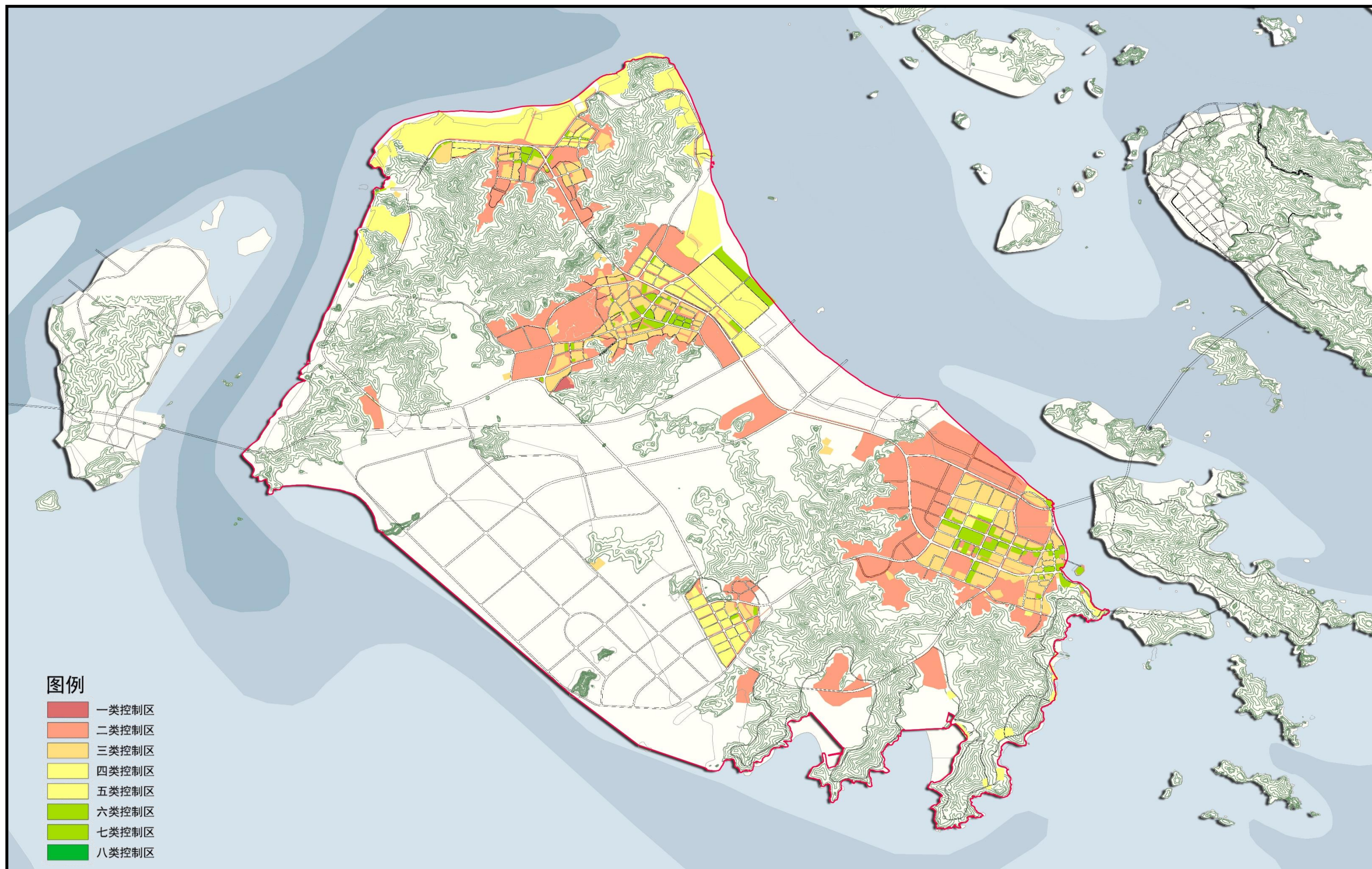














户外广告道路分类管控

Classification Control Of Road Of Outdoor Advertising

对舟山市区道路进行户外广告分类管控，分为三类路段，即禁设路段、限设路段、允设路段。

01

禁设路段

在本类控制路段，道路红线范围内严禁设置户外广告（公共设施附属广告除外）。

02

限设路段

除禁设路段和允设路段以外的其他路段，在道路红线范围内允许设置少量户外广告。

03

允设路段

在符合户外广告设置规范要求的前提下，以美化城市景观、创造特定的城市空间与城市商业氛围为宗旨，可在道路红线范围内设置户外广告。

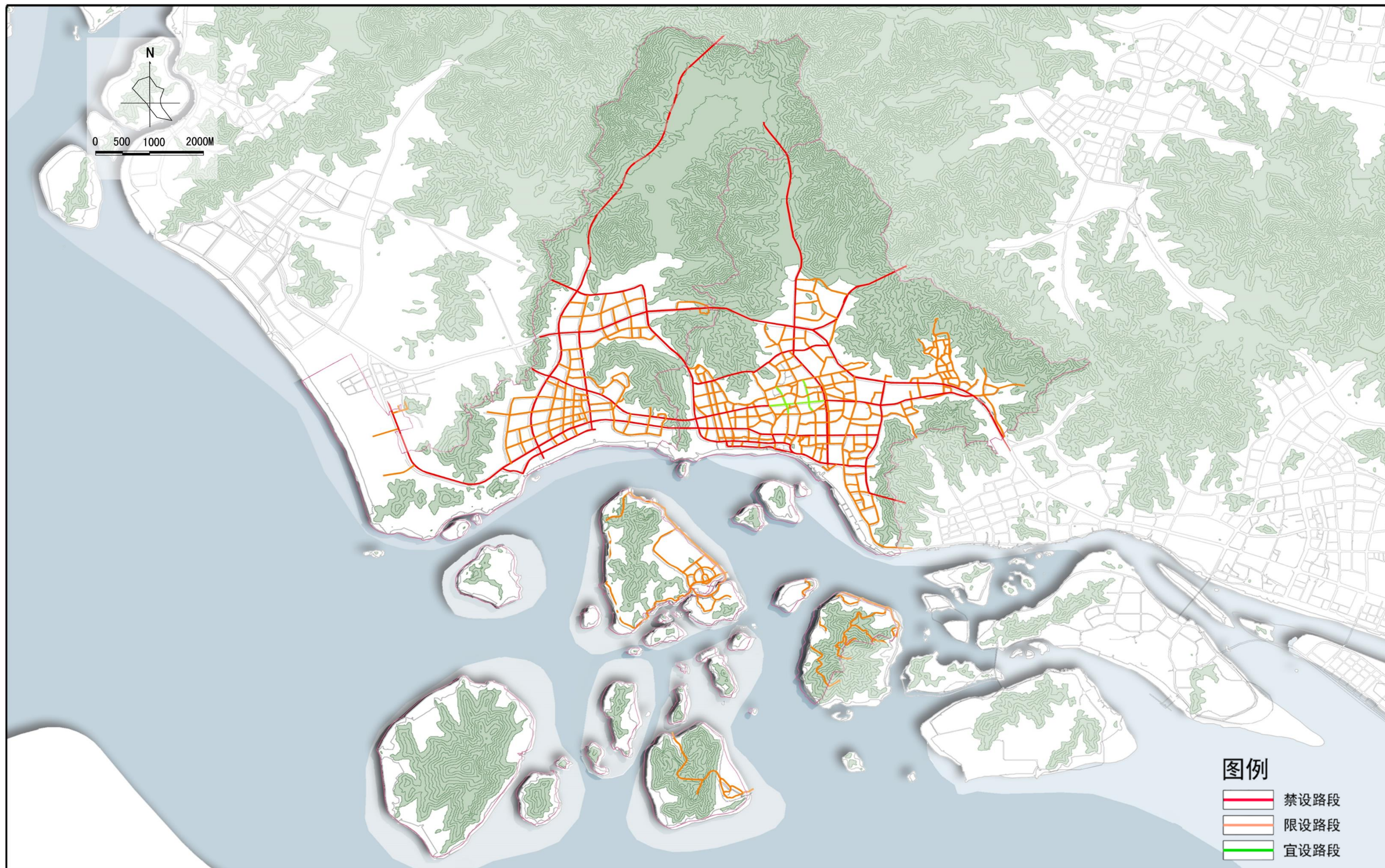
对应禁设路段、限设路段、允设路段控制范围如下表。

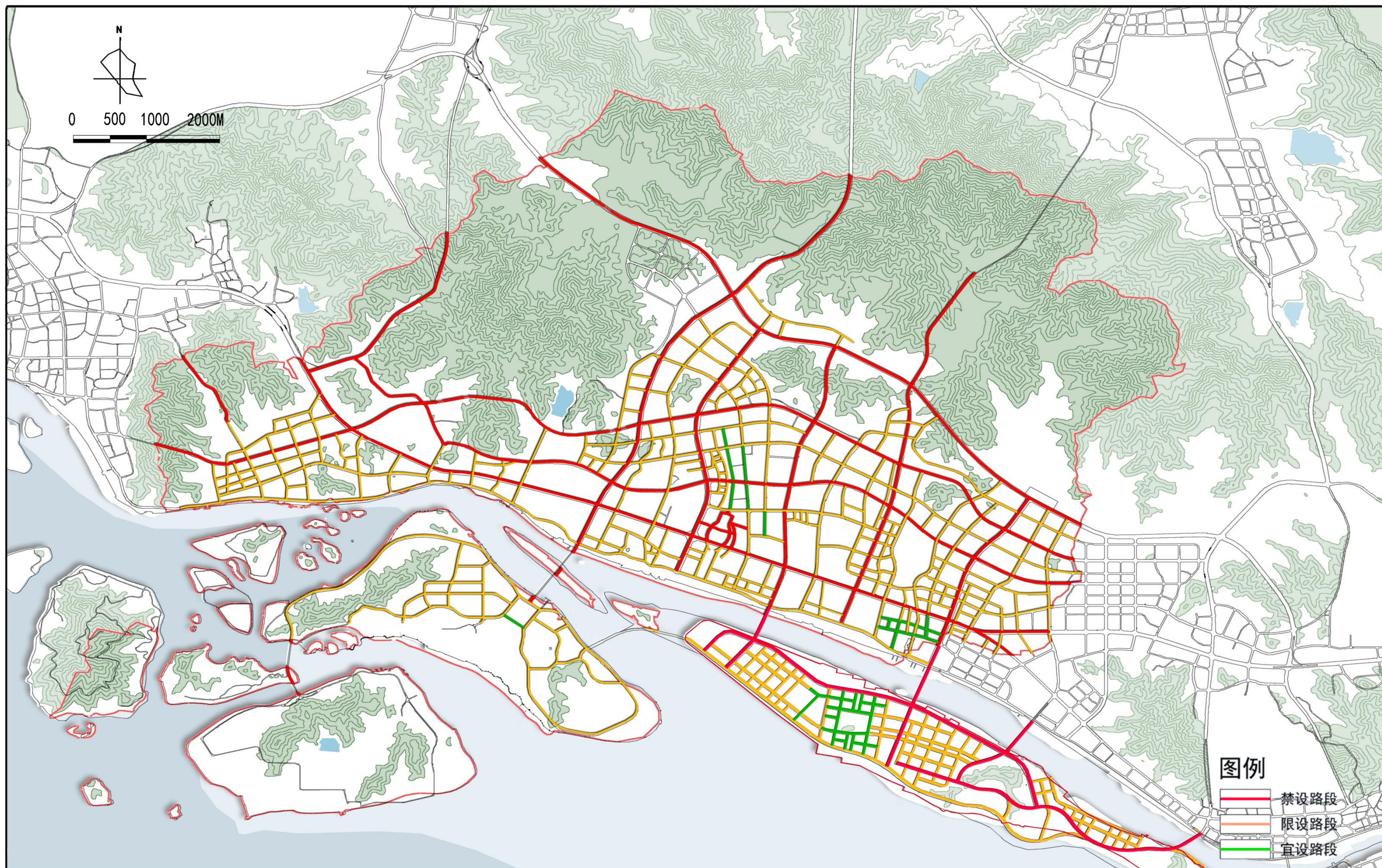
分区名称	控制范围
禁设路段	(1) 城市交通性道路，包括以交通功能为主的城市快速路和城市主次干路； (2) 禁设区内道路。
限设路段	(1) 城市景观性道路； (2) 城市生活性道路，道路两侧多为纯住宅、有底商的住宅、公共服务设施用地或商业服务设施用地，是为居民生活服务的道路； (3) 教育科研区、文化设施区、体育设施区、医疗卫生区和产业区等其他道路。
允设路段	(1) 城市商业性道路，道路两侧多为商业街区、商业中心等商业气氛浓厚路段。

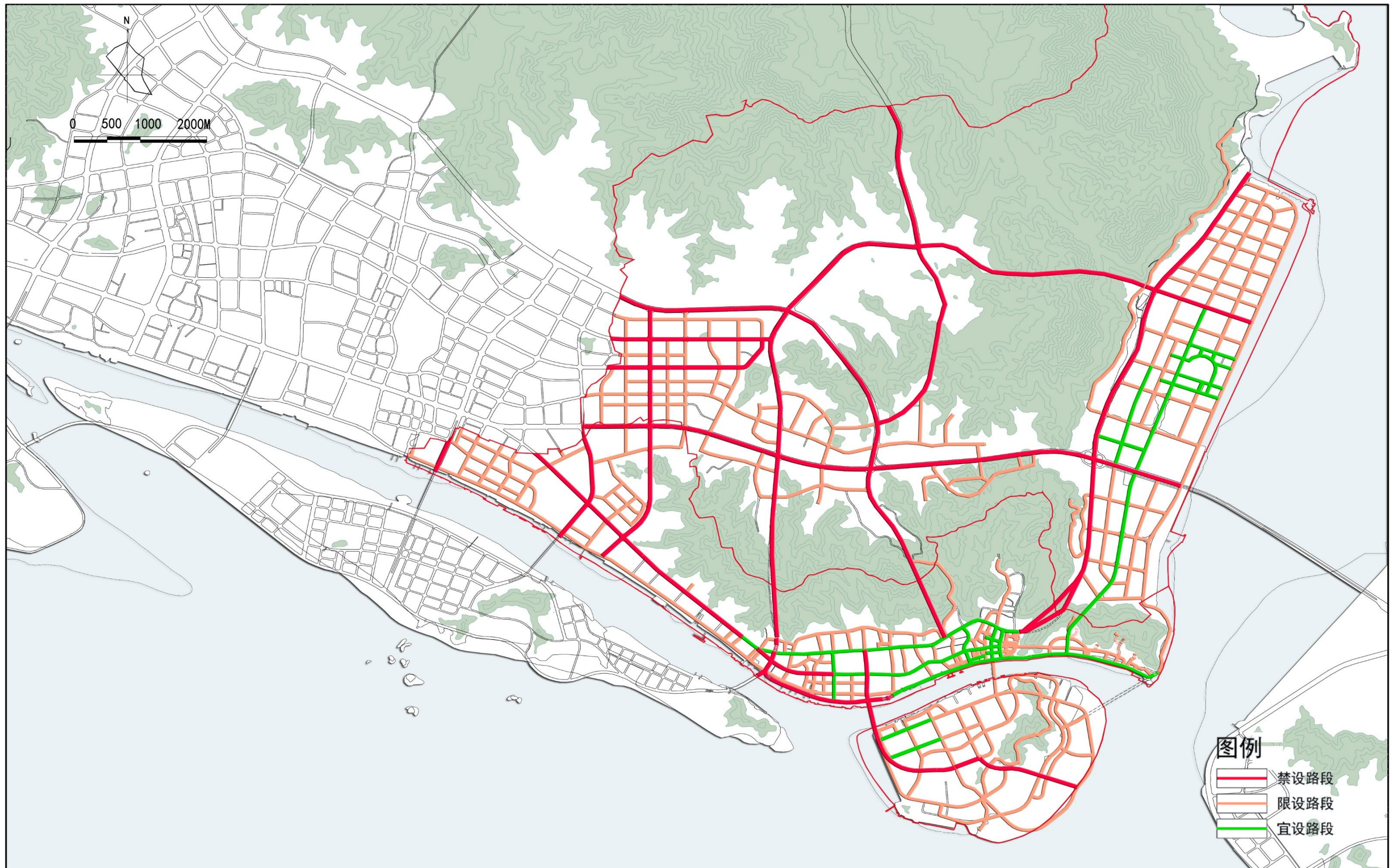
禁设路段一览表

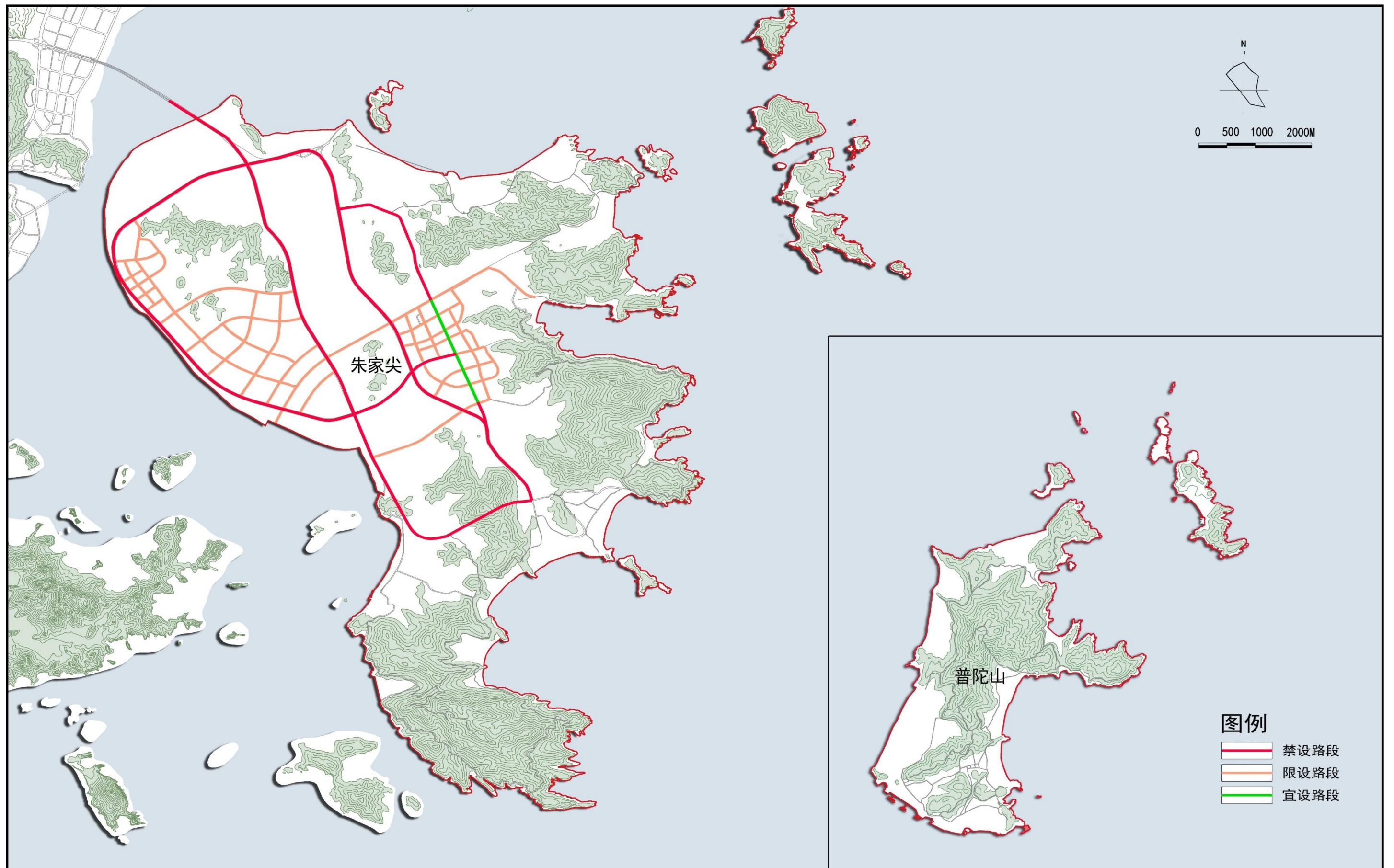
分区	禁设路段
定海片区	翁洲大道、兴舟大道、昌洲大道、环城东路、文化路、东山路、新桥路（环城东路以东）、解放西路、东皋路、环城北路、环城南路、西山路、盐津五路等。
新城片区	G329国道、海天大道、临长路、千岛路、新城大道、定沈路、港岛路、富丽岛路、新园路及市行政中心内道路等。
普陀片区	G329国道、海天大道、兴普大道、滨海大道、芦塔线、应螺线、沈芦公路、浦新线、东海西路、海莲路、兴港大道、中洲路等。
普朱片区	G329国道、310省道、朱乌线（香莲路以北）等。
北部乡镇片区	321省道、双坝线、鸭岑线、鸭东线、内环线、东华线、定马线、马北线、马沙线、双小线、小契线等。
北部产业片区	兴泉路、电厂路、定北线、鸭东线、弘禄大道、新马大道、新港大道、大成四路、大成七路、毛北线、应螺线等。
金塘片区	G9211甬舟高速、穆东线、沥大线、欣港路等。
六横片区	外涨线、台涨线等。

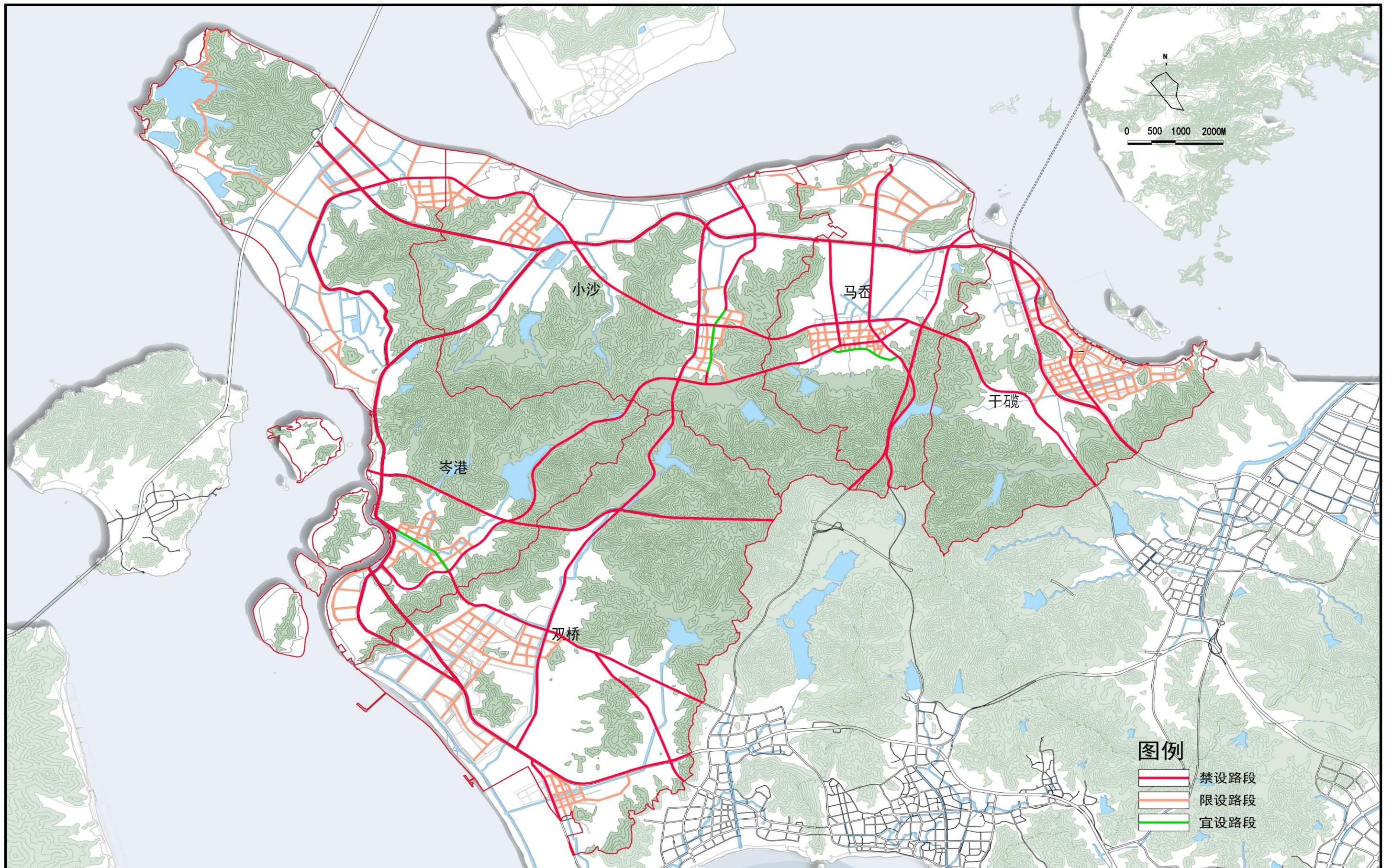
注1：三类路段划分以实际道路等级为准。
注2：为方便理解，以《浙江舟山群岛新区（城市）总体规划（2012-2030）》、《舟山金塘岛总体规划2009-2020》、《舟山市六横岛总体规划（2008年-2020年）》等为范例，绘制各区块道路管控示意图。

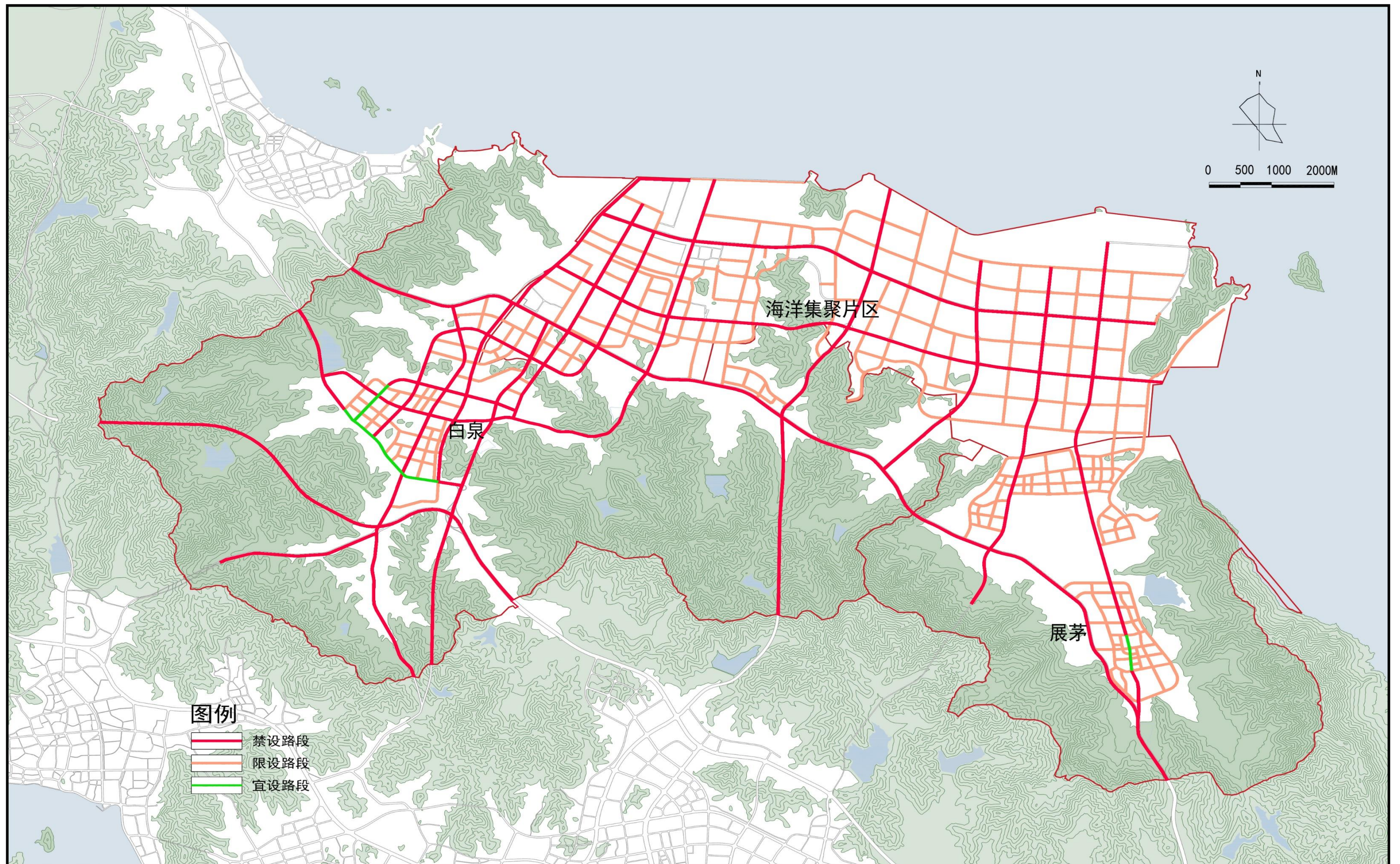


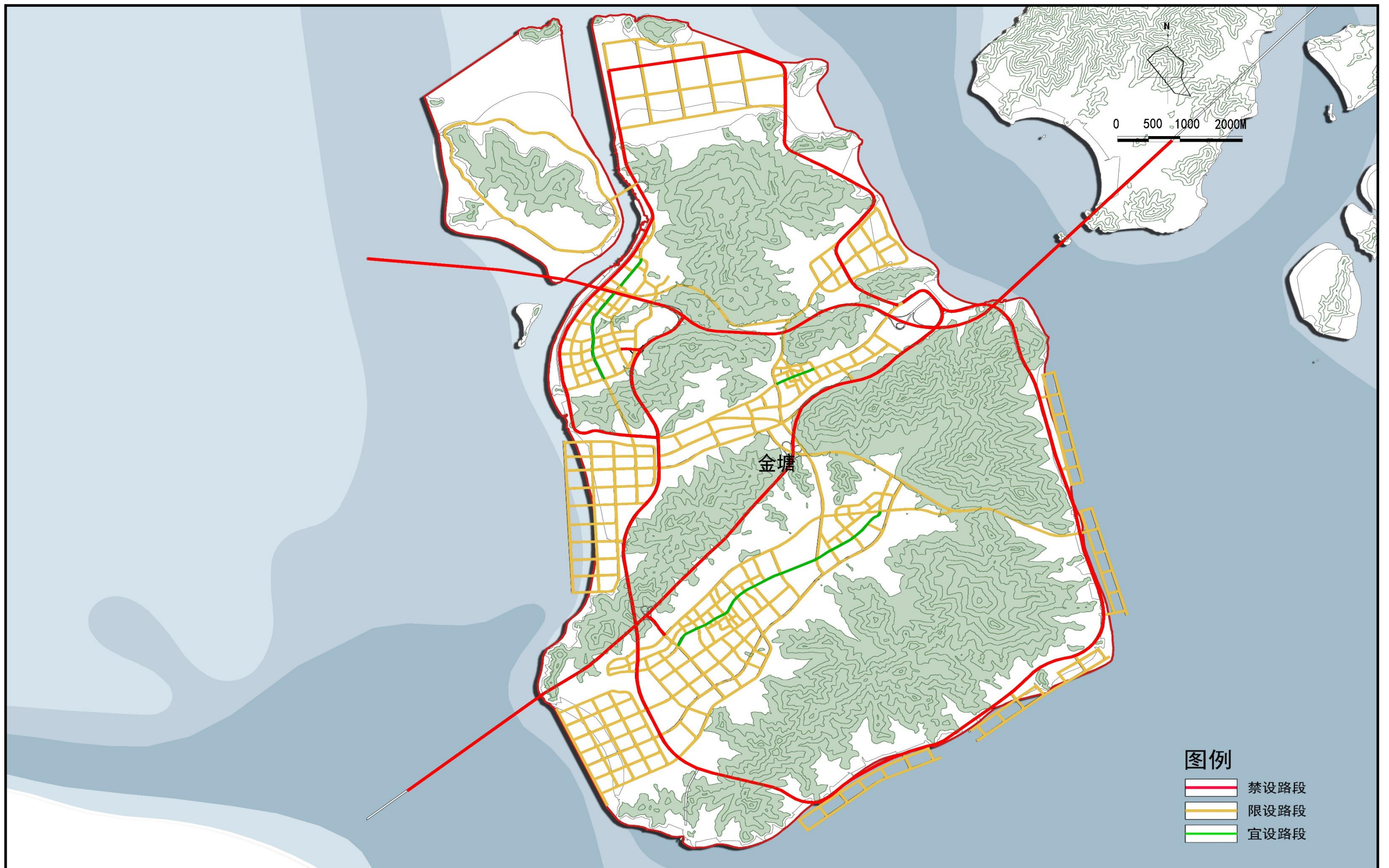


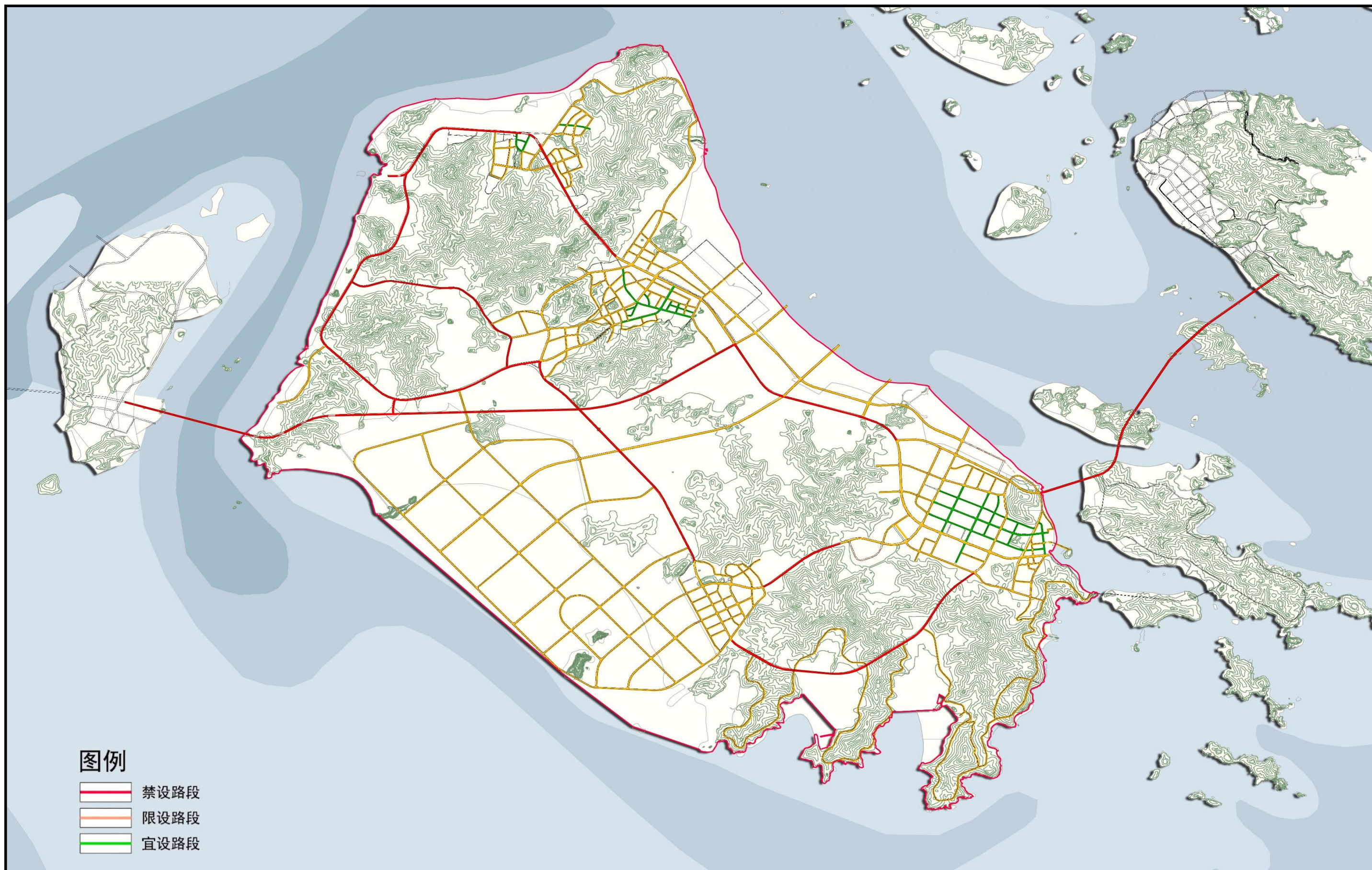














舟山市城市规划设计研究院
ZHOU SHAN URBAN PLANNING & DESIGN INSTITUTE