

2020-2030

宁波市中心城区户外广告设施设置指引

GUIDLINES FOR OUTDOOR ADVERTISING SETUP
IN NINGBO CENTRAL DISTRICTS

公示稿



目录

1、总则.....	1
2、分区控制.....	4
3、特色区段设置引导.....	13
4、附则.....	17
附录 1：海曙、鄞州、江北区行政区域三区划分图.....	18
附录 2：市级及市级以上河道详细情况.....	26

1、总则

1.1 为规范本市户外广告设置，维护市容整洁有序，提升城市环境品质，为户外广告提供长效管理指导和依据，依据相关法律、法规和规章，结合本市实际情况，现对《宁波市户外广告设施设置指引（2014）》进行修编。

户外广告设施设置指引即为本市户外广告设施设置的总体规划，本次修编提出了户外广告设施设置的基本原则和总体要求，划定允许、限制以及禁止设置户外广告设施的区域，明确各个管控分区设置要求。

1.2 编制依据

《中华人民共和国广告法》

《中华人民共和国城乡规划法》

《城市容貌标准（GB50449-2008）》

《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）

《城市用地分类与规划建设用地标准（GB50137-2011）》

《宁波市城市总体规划》

《宁波历史文化名城保护规划（2018）》

《宁波市市容和环境卫生管理条例》

《宁波市户外广告设施设置管理办法》

《公益广告促进和管理暂行办法》

1.3 编制原则

1.3.1 与宁波市经济社会发展相适应的原则，在兼顾广告效应的同时，户外广告发展应满足宁波当前建设现代化都市、提升中心城区环境品质的要求。

1.3.2 城市公共空间环境净化、美化的原则，严格控制街道、绿地、滨水等公共空间区域户外广告的设置；引导商业空间区域在户外广告设置规范、有序的情况下营造商业氛围。

1.3.3 普适性和地域特色相结合的原则，在普适性广告设置规范基础上，结合城市空间结构和特色空间环境氛围的营造，制定特色区域的管控要求，保护城市天际线，不破坏建筑肌理。

1.3.4 合理性和可操作性原则，紧密结合宁波户外广告的实际情况和工作需求，确定符合宁波实际的管理要求和技术标准，既满足户外广告规划、管理和审批有据可依的要求，又具有一定的灵活性和可操作性。

1.3.5 公共空间安全原则，从结构安全、通行安全、行车安全、消防安全等方面，加强户外广告公共空间安全的底线控制。

1.3.6 居民基本生活舒适性原则，户外广告设置不得影响建筑采光、通风以及日照，户外广告设施照明系统不干扰居民的基本生活。

1.4 本指引适用于宁波市海曙、鄞州、江北、镇海、北仑、奉化六区（含六区范围内功能区）行政区域。

1.5 在宁波市六区行政区域编制户外广告设置详细规划和设置户外广告设施，均应遵守本指引。

为适应宁波市六区行政区域内不同地区差异化特点，体现统一性与地域特色塑造相结合的要求，可通过编制户外广告设置详细规划，进一步充实完善设置管理依据。

1.6 根据各相关部门职责分工，本指引由宁波市综合行政执法（城市管理）、自然资源和规划、市场监督管理行政管理部门分别负责解释。

2、分区控制

2.1 三区划分

宁波市六区行政区域内的户外广告设置，依据城市总体规划、分区规划、控制性详细规划的控制要求，按照城市用地分类标准进行控制分区，具体分为禁止设置区、一般控制区和引导发展区，以下简称三区。

2.1.1 户外广告的禁止设置区、一般控制区和引导发展区，按下表要求进行划定：

分区	定义	具体内容
引导发展区	指在满足安全、有序前提下，允许设置多样化户外广告，塑造繁荣、丰富城市景观的区域。	主要包括依据宁波市总体规划确定的“城市中心、城市副中心、市级商业街（中心）、区级商业中心、大型交通枢纽场站”等区域。
一般控制区	指在满足有关规定前提下，可适量设置户外广告的区域。	主要包括会展中心、文化中心、体育中心、文化创意类园区、商务办公集中区域以及社区级商业集中的区域等。

禁 止 设 置 区	指禁止设置户外广告的区域。	主要包括行政办公、教育科研、医疗卫生、文物古迹、居住、军事安保等用地的区域，以及绿地（不包括文明城市创建设置的公益广告、道路防护绿地除外）、市政设施及其廊道、生态廊道、水域等用地。
-----------------------	---------------	--

2.1.2 三区定义及控制要求

1) 引导发展区：是指为服务商业经济发展可以设置多样化的户外广告设施的区域。主要包括城市中心、城市副中心、地区中心等区域的商业集中地区，该区域可适度放宽户外广告设施的形式、尺度、比例、数量限制；鼓励高标准、高品质的设置形态，鼓励新材料、新技术的投放应用，优化城市视觉秩序、提升城市景观品质。

2) 一般控制区：是指为服务城市公共功能和宣传所需，可以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、文化创意类园区、商务办公集中区域以及社区级商业集中的区域等。墙面广告的设置区域控制在 9 层以下（含 9 层），玻璃幕墙不得设置贴膜广告；广告设施总面积应小于设置墙面面积的 40%（如图 1）；

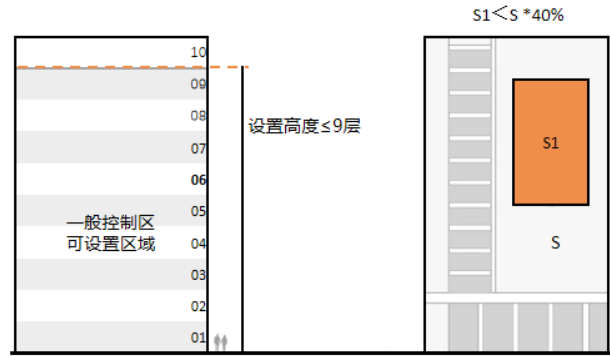


图 1

3) 禁止设置区：是指为保护城市历史风貌和公共空间环境品质、保护交通和公益设施安全、保护生态和居住环境，禁止设置户外广告设施的区域。

主要包括以下用地：行政办公用地、教育科研用地、医疗卫生用地、社会福利设施用地、文物古迹用地、外事用地、宗教设施用地；居住用地；供应设施用地、环境设施用地、安全设施用地；城市道路用地（文明城市创建设置的公益广告除外）、轨道交通用地、公共交通设施用地、其他交通设施用地；公园绿地（文明城市创建设置的公益广告除外）、防护绿地（道路防护绿地除外）；镇建设用、乡建设用、村庄建设用、铁路用地、公路用地、港口用地、机场用地、管道运输、区域公用设施用地、军事用地、安保用地；水域、农林用地、其他非建设用地。（居住区服务设施用地 R12\R22\R23 内的商业建筑墙面和商住用地 BR 的商业建筑除外）。

4) 若用地性质有调整，应以最新的法定性相关规划为准。

2.2 过渡性条款。

2.2.1 现状用地功能与规划用地功能不一致时，现状用地属于禁设广告的范畴，应禁设广告。

2.2.2 现状用地功能与规划用地功能不一致时，现状用地功能属于允许设置广告的范畴，可参照一般控制区的要求进行广告的设置，在编制户外广告设施设置详细规划时予以注明。

2.3 禁止设置户外广告的情形。

2.3.1 禁止设置影响公共安全的户外广告设施，包括：

1) 利用市政公共设施、交通标志、交通安全设施设置的。

包括：

公交站牌（除公交候车亭）、电力杆、消防栓、邮筒、垃圾收集容器、配电箱（含弱电箱）、座椅、轨道交通冷却塔、风亭、出入口、电梯等；

交通信号设施、交通指路牌、交通标志牌、交通执勤岗亭、轨道交通标志、路名牌设施；

人行道隔离栏、车行道隔离栏；高架道路、高架轨道交通护栏；道路、桥梁、隔音墙（隔音窗）；道路、桥梁、隧道管理口（含收费口）、防撞墙；

其他交通安全设施和交通标志。

2) 影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的。

包括：

在市政公共设施、交通标志和交通安全设施 5m 范围内设置的；

在地下管线，高压电力架空线安全保护范围内设置的；

在人行天桥落地扶梯、过街地道、过江隧道、公路管理口（含收费口）、高架道路落地匝道和轨道交通等人和车流出入口5m 范围内设置的；

其他影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的情形。

3）影响道路交通安全的。包括：

跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方空间设置的（如图 2）；

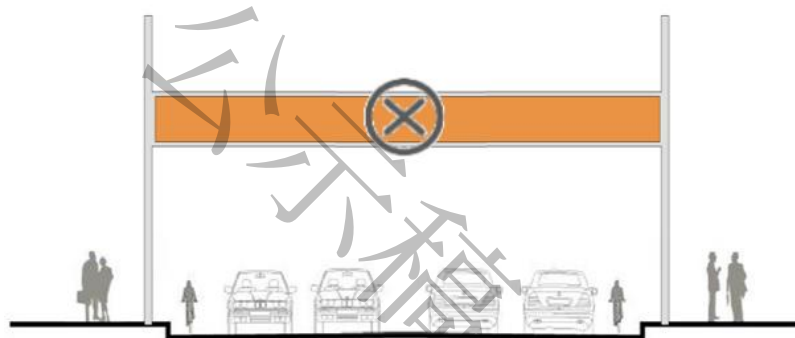


图 2

在大量人流集散的公共建筑出入口两侧各 5m 范围内设置落地式广告设施的；

在道路红线范围内的人行道上设置落地式广告设施的；

建筑物退让红线范围内设置落地式广告的；

在高架道路本体（包括桥墩、桥身）上设置的（文明城市创建设置的公益广告除外）；

在城市道路两侧 50m 范围内设置落地式电子显示屏的；

朝向隧道出口处设置电子显示屏的；

在道路交叉口视线三角形范围内（如图 3）及圆弧切线外 15m 范围内设落地式广告的（如图 4）；

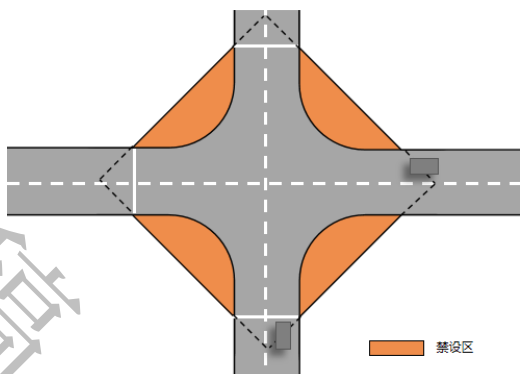


图 3

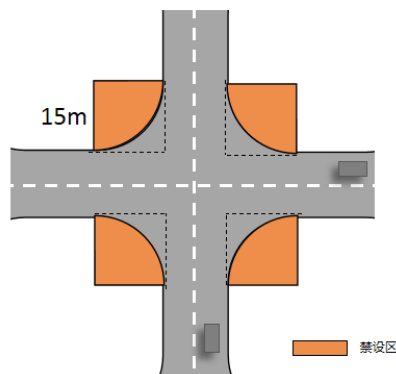


图 4

4) 影响建（构）筑物安全的。包括：

在建筑幕墙上设置刚性固定结构的；

在危房上设置的；

可能危及建（构）筑物和设施安全的其他情形。

5) 影响消防安全的。包括：

堵塞、封闭疏散通道、安全出口、消防车通道以及建筑物门窗设置，影响逃生和灭火救援的。

2.3.2 禁止设置妨碍生产和居住正常生活的户外广告设施，包括以下情形：

1) 影响相邻建筑现有日照要求的。

2) 影响采光通风的。

3) 播放声音的。

4) 朝向居住区 100m 以内设置电子显示屏户外广告的。

2.3.3 禁止设置损害市容市貌或者建筑物形象的户外广告设施，包括：

1) 损害建（构）筑物风貌的。包括：

透空围墙上；

建筑屋顶顶部；

垂直于建筑外立面设置；

破坏建筑外立面设计形态；

历史文化街区建设控制地带及历史地段保护范围内。

2) 损害绿化的。包括：

依附于行道树的；

影响行道树和其他绿化生长的；

其他利用行道树或者毁损绿地的情形。

3) 损害市容市貌的其他情形。包括：

在国家机关、文化教育场所、居住性质的风貌保护道路、建设区内市级及市级以上河流水系沿河两侧第一界面、市政管线走廊、各类自然保护区范围内设置的；

设置高立柱广告的；

在电杆上设硬质展示牌、灯箱等广告设施的；

在公交候车亭顶部设置的；

利用景观照明设施发布商业广告的。

2.4 户外广告画面色彩控制

2.4.1 一般控制区控制比例

(1) 广告画面色彩原则：整齐、实用、和谐；

(2) 色彩数量控制：画面颜色不能超过 4 色（底色为 1 色，渐变色以 2 色计数）；

(3) 色彩比例控制：底色 70%、主色 25%、强调色 5%；

(4) 色彩数值控制：底色为建筑低调色或辅助色明度 ± 2 以上，主色为底色彩度 $+2$ 以上且明度与建筑底色一致、强调色的色相为对角线 $\pm 60^\circ$ 的色域；

(5) 建筑同一立面的成组或均匀阵列的广告应当色彩风格统一，颜色搭配和谐。

2.4.2 引导发展区控制比例

(1) 广告画面色彩原则：标杆、创意、活力；

(2) 色彩数量控制：画面颜色不能超过 8 种（底色 ≤ 2 色，渐变色以 2 色计数）；

(3) 色彩比例控制：底色 70%、主色 25%、强调色 5%（可突破）；

(4) 色彩数值控制：底色为建筑低调色或辅助色明度 ± 2 以上，主色为底色彩度 $+2$ 以上且明度与建筑底色一致、强调色的色相为对角线 $\pm 60^\circ$ 的色域；（可突破）

(5) 建筑同一立面的成组或均匀阵列的广告应当色彩风格统一，颜色搭配和谐。

2.5 鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告，可适当突破禁设与控制条款的，设置方案需经市综合行政执法局（城市管理局）会同市自然资源和规划局组织论证同意后，方可办理设置

许可申请。

2.6 海曙、鄞州、江北三区行政区域在本指引中确定三区划分（详见附录 1）。宁波市六区行政区域内除海曙、鄞州、江北三区以外的范围应根据本指引 2.1、2.2 进行三区划分。各县（市）可参照执行。

3、特色区段设置引导

3.1 城市特色区段往往是城市公共生活的重要场所，是塑造良好城市形象、展示城市特色的关键地区。因此，对于这些地区的户外广告设置管理，应有别于一般地区，在规划设计、控制尺度上需要更细致、更有针对性的处理。

3.2 特色区段管控要求

3.2.1 滨水河道地区

市级及市级以上河流水两侧沿河第一界面（如图 5、图 6）禁止设置任何形式的户外广告，其他区域需设置户外广告设施的，应以融合自然风貌、保护自然环境为前提。主要包括：

省级河道包括甬江；市级河道包括奉化江、余姚江、甬新河、慈江•沿山大河、东江、鄞东南沿山干河、小浹江、前塘河、中塘河、后塘河、西塘河、南塘河、鄞江、剡江、县江、四塘•三塘横江、七塘•八塘横江、白溪。（详情参见附录 2）

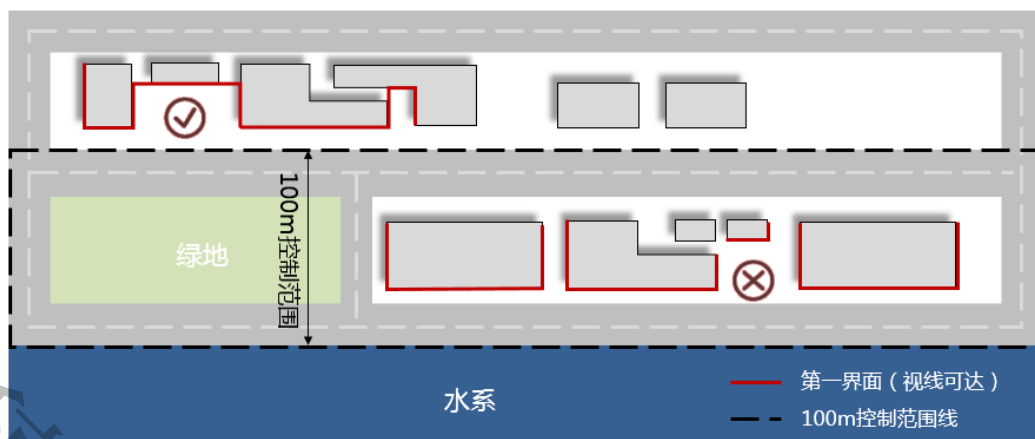


图 5



图 6

3.2.2 历史文化风貌区

《宁波历史文化名城保护规划(2018)》中的历史文化街区(核心保护范围、建设控制地带)、历史地段保护范围禁止设置各类户外广告。主要包括:

1) 9 片历史文化街区的核心保护区及建设控制地带,包括:月湖历史文化街区、伏跗室-永寿街历史文化街区、秀水街历史文化街区、鼓楼公园路历史文化街区、郡庙-天封塔历史文化街区、天主教堂外马路历史文化街区、郁家巷历史文化街区、南塘河历史文化街区、奉化西街南大路历史文化街区;

2) 18 片历史地段保护范围,包括:莲桥街历史地段、新马

路历史地段、德记巷-戴祠巷历史地段、镇海口海防史迹保护区、甬江北工业历史地段、奉化锦屏山历史地段、奉化东门口历史地段、梅墟历史地段、洪塘历史地段、庄桥历史地段、庄市历史地段、邱隘历史地段、五乡历史地段、贵驷历史地段、柴桥历史地段、霞浦历史地段、石碶历史地段、古林历史地段。

3.2.3 风景名胜区

包括东钱湖风景名胜区（省级）、天童风景名胜区（省级）、五龙潭风景名胜区（省级）（如图 7）。禁止设置影响视线通廊、生态廊道景观的各类户外广告。

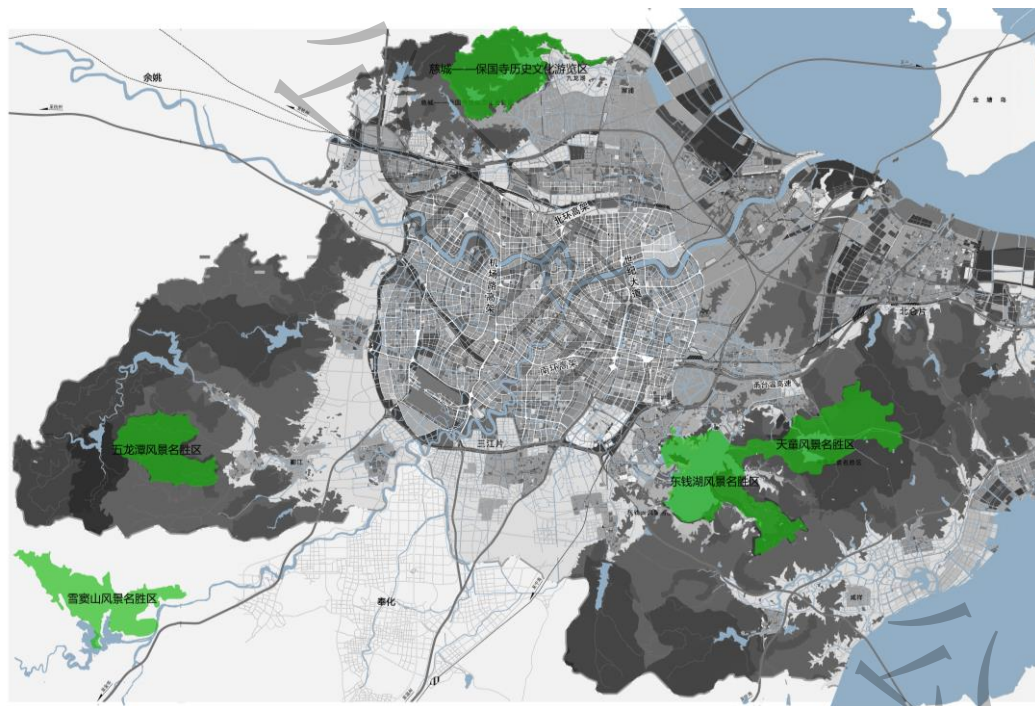


图 7

3.2.4 城市快速以及景观道路

南环高架、机场高架、北环高架、东外环路等城市快速路以及世纪大道重要景观道路第一界面禁止设置各类户外广告（如图 8、图 9），沿线商业广场和专业市场除外。

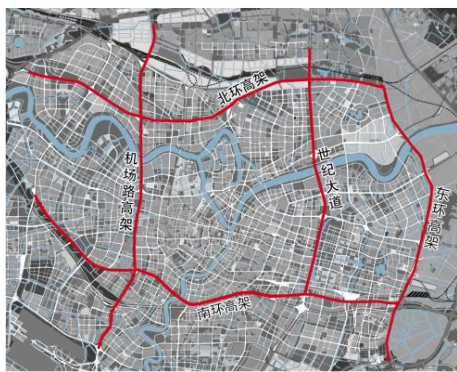


图 8

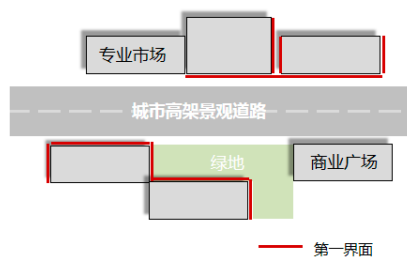
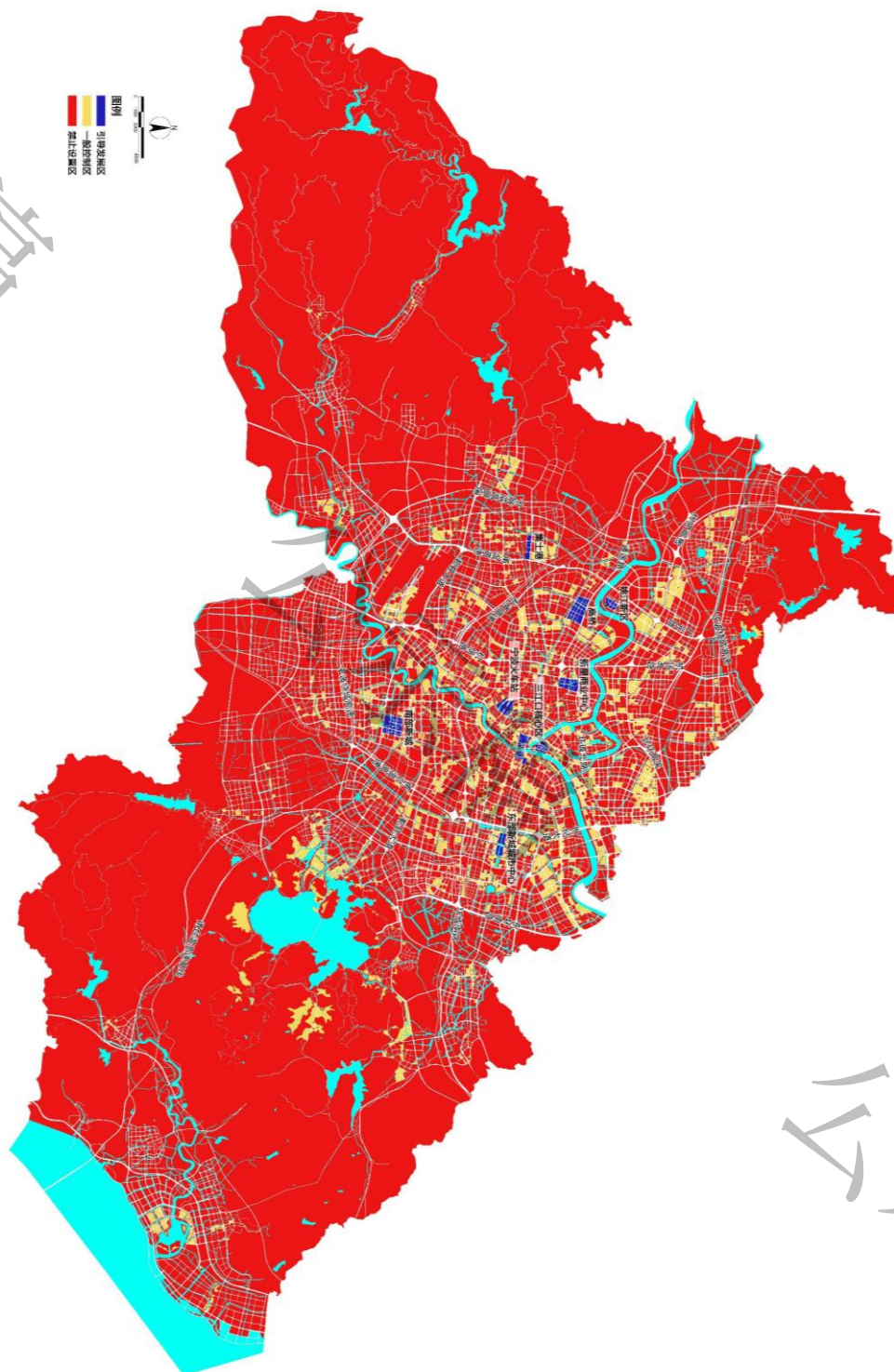


图 9

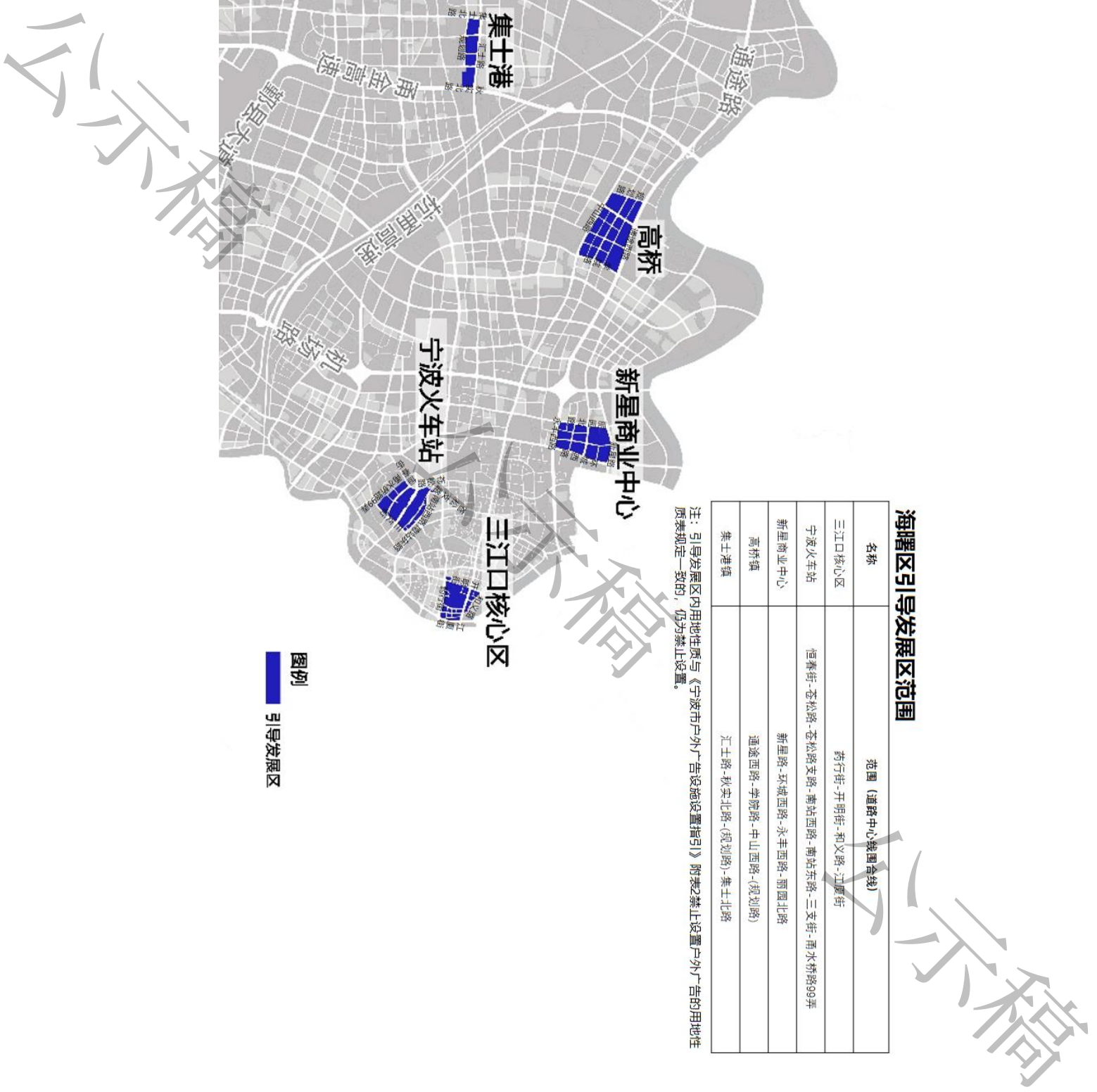
4、附则

4.1 本指引自宁波市人民政府批准之后 30 日起施行。《宁波市户外广告设置指引（2014）》同时废止。

附录 1：海曙、鄞州、江北区行政区域三区划分图



附录 1-1：海曙区引导发展区分布图



海曙区引导发展区范围

名称	范围 (道路中心线围合线)
三江口核心区	药行街-开明街-和义路-江厦街
宁波火车站	恒春街-香松路-香松路支路-南站西路-南站东路-三支街-甬水桥路99弄
新庄商业中心	新星路-环城西路-永丰西路-丽园北路
高桥镇	通途西路-穿篱路-中山西路-(规划路)
集士港镇	汇士路-秋实北路-(规划路)-集士北路

注：引导发展区内用地性质与《宁波市户外广告设施设置指引》附表2禁止设置户外广告的土地性质表规定一致的，仍为禁止设置。

附录 1-2：鄞州区引导发展区分布图

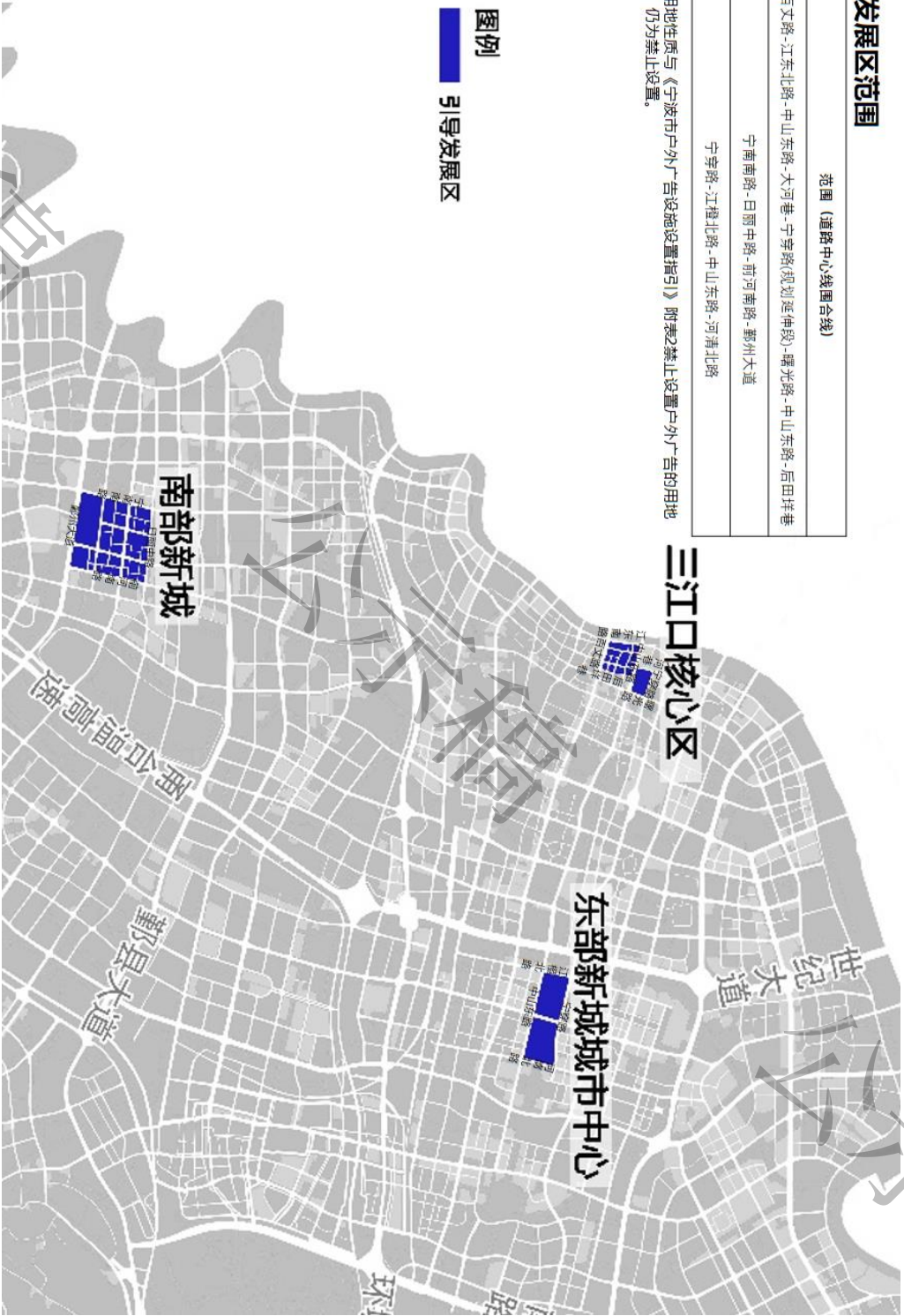
鄞州区引导发展区范围

名称	范围（道路中心线围合线）
三江口核心区	百丈路-江东北路-中山东路-大河巷-宁穿路(规划延伸段)-曙光路-中山东路-后田巷
南部新城	宁南南路-白丽中路-前河南路-鄞州大道
东部新城商业中心	宁穿路-江程北路-中山东路-河清北路

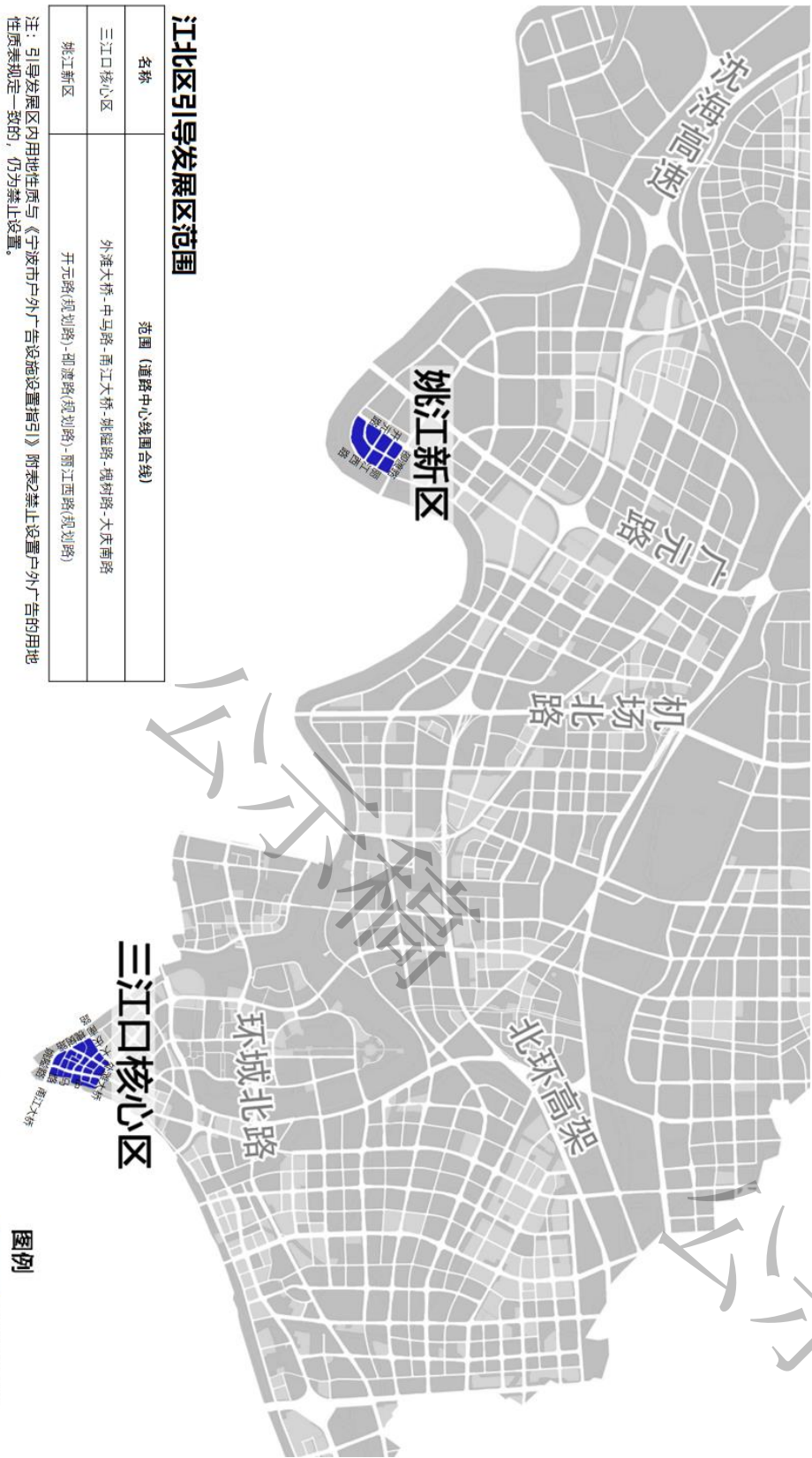
注：引导发展区内用地性质与《宁波市户外广告设施设置指引》附表2禁止设置户外广告的土地性质表规定一致的，仍为禁止设置。

图例

■ 引导发展区



附录 1-3：江北区引导发展区分布图



注：表 1 允许设置户外广告的用地性质表：

户外广告设置控制	用地名称	用地解释	备注
允许设置	文化设施用地 A2	图书、展览等公共文化活动设施用地	
	体育用地 A4	体育场馆和体育训练基地等用地，不包括学校等机构专用的体育设施用地	
	商业设施用地 B1	各类商业经营活动及餐饮、旅馆等服务业用地，不包括居住用地中的服务设施用地以及公共管理与公共服务用地内的事业单位用地	
	商务设施用地 B2	除行政办公用地以外的金融、保险、证券、新闻出版、文艺团体等综合性办公用地	
	商业和商务设施混合用地 B1+B2	商业和办公建筑的综合用地，如裙房商场，塔楼办公等形式	
	娱乐康体用地 B3	各类娱乐、康体等设施用地，包括单独设置的剧院、音乐厅、电影院、歌舞厅、网吧以及绿地率小于 65% 的大型游乐等设施用地，单独设置的高尔夫练习场、赛马场、溜冰场、跳伞场、摩托车场、射击场，以及水上运动的陆域部分等用地	
	公用设施营业网点用地 B4	零售加油、加气、电信、邮政等公用设施营业网点用地	
	其他服务设施用地 B9	业余学校、民营培训机构、私人诊所、宠物医院等其他服务设施用地	
	居住区服务设施用地 R12/R22/R23	住区主要公共设施和服务设施用地，包括幼托、文化体育设施、商业金融、社区卫生服务站、公用设施等用地，不包括中小学用地	仅允许在商业建筑墙面设置
	商住用地 BR	商业和住宅综合用地，如一层或者几层为商业，其它楼层做居住用途	仅允许在商业建筑设置
	工业用地 M	工矿企业的生产车间、库房及其附属设施等用地，包括专用的铁路、码头和道路等用地，不包括露天矿用地	
	仓储物流用地 W	物资储备、中转、配送、批发、交易等的用地，包括大型批发市场以及货运公司车队的站场（不包括加工）等用地	

	社会停车场用地 S42	用于公共使用的停车场等设施的用地，不包括其它各类用地附属配套的停车场（库）的用地	
	广场用地 G3	公共活动广场用地，包括街坊通道，不包括其它各类用地内的广场及通道用地	
	综合交通枢纽用地 S3	地铁路客货运站、公路长途客货运站、港口客运码头、公交枢纽及其附属用地	

表 2 禁止设置户外广告的用地性质表：

户外广告设置控制	用地名称	用地解释	备注
禁止设置	行政办公用地 A1	党政机关、社会团体、事业单位等机构及其相关设施用地	
	教育科研用地 A3	高等院校、中等专业学校、中学、小学、科研事业单位等用地，包括为学校配建的独立地段的学生生活用地	
	医疗卫生用地 A5	医疗、保健、卫生、防疫、康复和急救等设施的用地	
	社会福利设施用地 A6	为社会提供福利和慈善服务的设施及其附属设施用地，包括福利院、养老院、孤儿院等用地	
	文物古迹用地 A7	具有历史、艺术、科学价值且没有其他使用功能的建筑物、构筑物、遗址、墓葬等用地	
	外事用地 A8	外国驻华使馆、领事馆、国际机构及其生活设施等用地	
	宗教设施用地 A9	宗教活动场所用地	
	居住用地 R	用于住宅建筑及其必要的配建道路、绿化及附属属于住宅建筑的服务设施的用地	居住服务设施用地 R12\R22\R23 内的商业建筑除外
	供应设施用地 U1	供水、供电、供燃气、邮政和广播电视与通信等设施用地	

禁止设置	环境设施用地 U2		雨水、污水、固体废物处理和环境保护等的公用设施及其附属设施用地	
	安全设施用地 U3		消防、防洪等保卫城市安全的公用设施及其附属设施用地	
	城市道路用地 S1		快速路、主干路、次干路和支路用地，包括其交叉路口用地，不包括居住用地、工业用地等内部配建的道路用地	不包括文明城市创建设置的公益广告；道路红线内依附公共设施设置广告设施按照详细规划确定
	轨道交通线路用地 S2		轨道交通地面以上部分的线路用地	
	公共交通设施用地 S41		公共汽车、出租汽车、轨道交通（地面部分）的车辆段、地面站、首末站、停车场（库）、保养场等用地，以及轮渡、缆车、索道等的地面部分及其附属设施用地	
	其他交通设施用地 S9		教练场等设施用地	不包括加油（气）站
	公园绿地 G1		向公众开放，以游憩为主要功能，兼具生态、美化、防灾等作用的绿地	不包括文明城市创建设置的公益广告
	防护绿地 G2		城市中具有卫生、隔离和安全防护功能的绿地，包括卫生隔离带、城市高压走廊绿带等	不包括道路防护绿地
	城乡居住点建设用地 H1	镇建设用地 H12	非县人民政府所在地镇的建设用地	
		乡建设用地 H13	乡人民政府驻地的建设用地	
		村庄建设用地 H14	农村居住点的建设用地	
	区域交通设施用地	铁路用地 H21	铁路编组站、线路等用地	不包括客运站场

禁止设置	H2	公路用地 H22	高速公路、国道、省道、县道和乡道用地及附属设施用地	不包括休息站、收费站、客运站等区域
		港口用地 H23	海港和河港的陆域部分，包括码头作业区、辅助生产区等用地	
		机场用地 H24	民用及军民合用的机场用地，包括飞行区、航站区等用地	
		管道运输用地 H25	运输煤炭、石油和天然气等地面管道运输用地	
	区域公用设施用地 H3		为区域服务的公用设施用地，包括区域性能源设施、水工设施、通讯设施、殡葬设施、环卫设施、排水设施等用地	
	特殊用地 H4	军事用地 H41	专门用于军事目的的设施用地，不包括部队家属生活区和军民共用设施等用地	
		安保用地 H42	监狱、拘留所、劳改场所和安全保卫设施等用地，不包括公安局用地	
	非建设用地 E	水域 E1	河流、湖泊、水库、坑塘、沟渠、滩涂、冰川及永久积雪，不包括公园绿地及单位内的水域	
		农林用地 E2	耕地、园地、林地、牧草地、设施农用地、田坎、农村道路等用地	
		其他非建设用地 E3	空闲地、盐碱地、沼泽地、沙地、裸地、不用于畜牧业的草地等用地	

注：禁止设置区包含禁止设置用地及禁止所有广告类型的区域

附录 2：市级及市级以上河道详细情况

级别	河段名	起点	终点	主要功能	备注
全市 省级 河道	甬江	宁波三江口	长跳沮与外游山连线	行洪排涝、 航运交通、 环境美化	干流河段
	奉化江	方桥三江口	宁波三江口	行洪排涝、航运交通、 环境美化	
全市 市级 河道	余姚江	兰江街道（上虞、余姚交界处）	宁波三江口	行洪排涝、航运交通、引调水、环境美化	包括杭甬运河段 3.48 公里
	甬新河	西坞街道（高楼张堰）	梅墟街道（甬新闻）	行洪排涝、引调水、灌溉、 环境美化	
	慈江·沿山大河	丈亭镇（丈亭三江口）	澥浦镇（澥浦大闸）	行洪排涝、引调水、灌溉、 航运交通、环境美化	
	东江	尚田镇（在建葛吞水库大坝）	江口街道（方桥三江口）	行洪排涝、航运交通、环境美化	
	鄞东南沿山干河	横溪镇（横溪水库大坝）	梅墟街道（界牌碶）	行洪排涝、灌溉、环境美化	
	小浹江	五乡镇（后塘河）	戚家山街道（浹水大闸）	行洪排涝、灌溉、航运交通、 环境美化	包括闸外 0.2 公里
	前塘河	云龙镇（沿山干河）	白鹤街道（大石碶）	行洪排涝、引调水、航运交通、 环境美化	包括新河
	中塘河	东钱湖镇（莫枝堰）	白鹤街道（道士碶）		包括卧彩河
	后塘河	五乡镇（小浹江）	白鹤街道（前塘河四眼碶桥）	行洪排涝、航运交通、 环境美化	包括南北河

	西塘河	高桥镇（湖泊河）	西门街道（保丰碶）	行洪排涝、引调水、航运交通、环境美化	包括北斗河
	南塘河	鄞江镇（洪水湾）	段塘街道（澄浪堰）	行洪排涝、引调水、灌溉、航运交通、环境美化	包括上游穿鄞江镇 0.72 公里河段
	鄞江	章水镇（皎口水库大坝）	石硬街道（奉化江谢家谿）	行洪排涝、航运交通、环境美化	
	剡江	溪口镇（亭下好大坝）	江口街道（方桥三江口）		
	县江	尚田镇（横山水库大坝）	江口街道（陡门闸）	行洪排涝、引调水、灌溉、环境美化	包括闸外 0.24 公里
	四塘·三塘横江	黄家埠镇（四塘与七塘交汇处）	龙山镇（镇龙浦）	引调水、行洪排涝、灌溉、环境美化	
	七塘·八塘横江	黄家埠镇（浦前闸）	观海卫镇（郑家浦）		
	白溪	岔路镇（白溪好大坝）	越溪乡（越溪大桥）	行洪排涝、灌溉、环境美化	

附件一 户外广告画面色彩控制专项规划

目录

1、定义与研究	26
1.1 城市建筑色彩.....	26
1.2 户外广告画面色彩.....	26
1.3 色彩的三要素.....	27
1.4 规划方法结构图.....	28
2、色彩控制体系研究.....	28
2.1 色彩的基准——孟塞尔体系.....	28
2.2 色彩的搭配方法.....	30
2.3 色彩心理研究.....	30
3.色彩总体控制	32
3.1 户外广告画面色彩的控制比例.....	32
3.2 分区控制比例.....	32
4 辅助软件	34
4.1Pantone studio.....	34
4.2Color Scheme Designer	34
4.3 色彩搭配应用举例.....	35

1、定义与研究

1.1 城市建筑色彩

根据表面色彩面积和位置的不同，学术界比较公认建筑色彩分为基调色、辅助色和点缀色。基调色指建筑外观面积最大的色彩，一般位于建筑正墙面，包括玻璃幕墙。它是在人的视野范围内面积最大，观看时间最长部分的颜色；辅助色指面积小于基调色，一般为墙体配色、屋顶、窗、建筑勒脚颜色。点缀色指面积较小，是建筑中加以点缀的颜色，如建筑的入口、标志、檐口等。



1.2 户外广告画面色彩

户外广告画面色彩以建筑基调色为参考依据，分为底色、主色和强调色。底色指广告画面中面积最大的色彩，属于建筑色彩种基调色或辅助色的色系，与建筑搭配较为和谐的颜色，它是在人的视野范围内面积最大，但并不是重要信息的颜色。主色指面积小于底色，一般为底色的配色，使用相似色调。强调色指面积较小，是画面中重要的颜色。



文中如非特别说明，本研究的色彩指的即是广告画面色彩，而广告画面色彩的基调色的品质引导、空间分布是研究的重点。在管理导则部分对主色和强调色做出比例及搭配的研究，其原则以通则的形式出现。

1.3 色彩的三要素

色彩的三要素包括色相、明度和彩度。

色相 (H)

是指色彩的相貌

明度 (V)

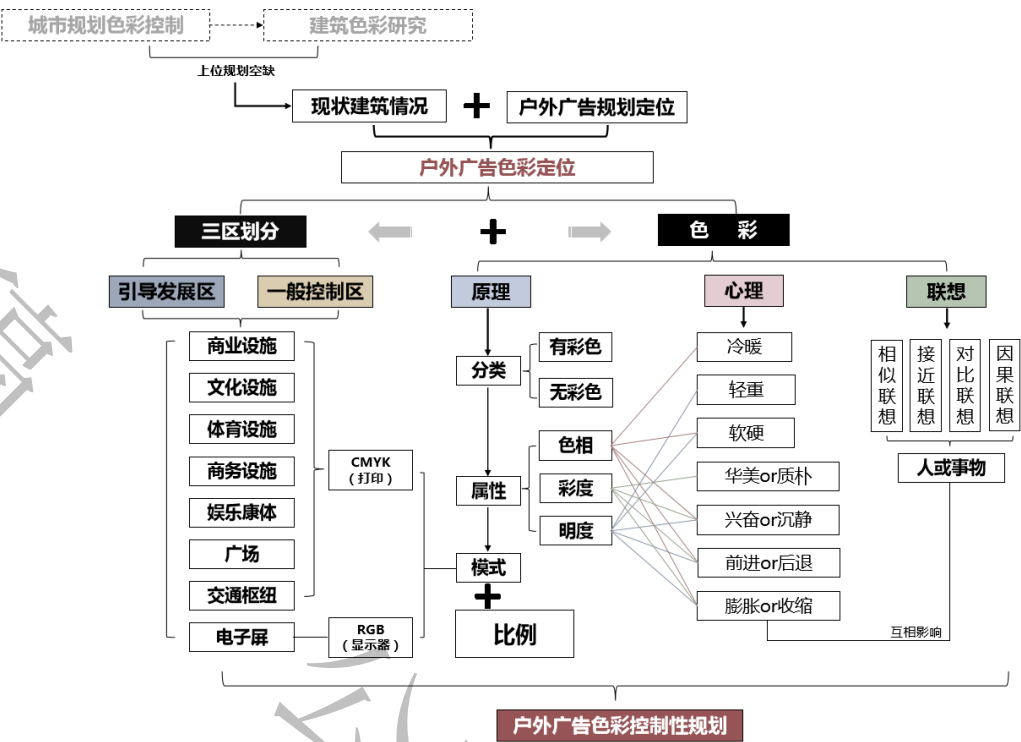
是指色彩的明亮程度

彩度 (C)

是指色彩的浓度和鲜艳程度



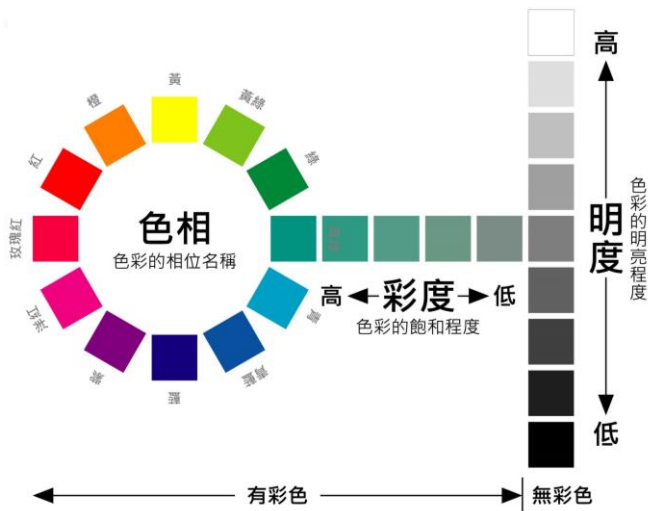
1.4 规划方法结构图



2、色彩控制体系研究

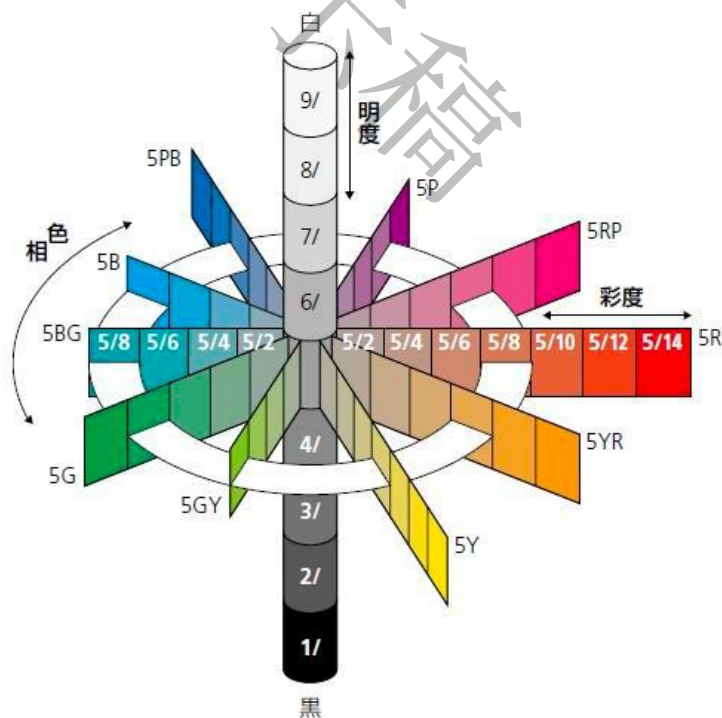
2.1 色彩的基准——孟塞尔体系

2.1.1 孟塞尔色彩三要素展开关系图



2.1.2 孟塞尔色彩体系

中央轴代表无彩色黑白系列中性色的明度等级，黑色在底部，白色在顶部，称为孟塞尔明度值。它将理想白色定为 10，将理想黑色定为 0。孟塞尔明度值由 0-10，共分为 11 个在视觉上等距离的等级。在孟塞尔系统中，颜色样品离开中央轴的水平距离代表饱和度的变化，称之为孟塞尔彩度。彩度也是分成许多视觉上相等的等级。中央轴上的中性色彩度为 0，离开中央轴愈远，彩度数值愈大。该系统通常以每两个彩度等级为间隔制作一颜色样品。各种颜色的最大彩度是不相同的，个别颜色彩度可达到 20。



2.2 色彩的搭配方法

互补色搭配	近似色搭配和类似色搭配	三角形搭配	分裂互补色搭配	矩形搭配(双分裂互补色)	正方形搭配
					
色环上 相对的两种色彩 的搭配为互补色搭配, 比如红色和绿色。这种色彩之间强烈对比在高纯度的情况下会引起 色彩的颤动和不稳定感 , 在搭配中一定要处理好这种情况, 不然会使得画面冲突非常严重并破坏整体。 互补色搭配在正式的设计中比较少见, 主要由于它特殊性和不稳定, 但是很显然的是, 在各种色相搭配中, 互补色搭配无疑是一种 最突出的搭配 , 所以如果你想让你的作品 特别引人注目 , 那互补色搭配或许是种最佳选择。	色环上距离较近的色彩搭配被称为近似色搭配, 或者类似色搭配(一般可以把近似和类似等同起来)。一般这种色彩之间大搭配显得 平静而舒服 。 近似色搭配常常在自然中被找到, 所以对眼睛来说, 这时种最舒适的搭配方式。在使用近似色搭配的时候, 一定要适当加强对比, 不然可能使画面显得平淡。	这种搭配是在色环上等距的选出三种色彩进行搭配的方式。 三角形搭配是种能使 得画面生动 的搭配方式, 即使使用了低彩度的色彩。在使用三角形搭配的时候一定要选出一色彩作为主色, 另外两种作为辅助色。	这是种互补色搭配的变体, 它的本质是使用使用类似色来代替互补色中的一个, 以达到既有互补色搭配的优点, 并弥补互补色搭配的弱点。 分裂互补色的对比依然非常强烈, 但它并不会像互补色搭配那样产生颤抖和不安的感觉。 对初学者来说, 这是种非常好用的搭配, 一般来说, 使用分裂互补色搭配的画面 对比强烈, 而不易使色彩产生混乱的感觉 。	这同样是互补色搭配的变体, 相比上面的分裂互补色, 这个搭配把两种色彩都替换成了类似色。这种搭配的色彩非常丰富, 能使 画面产生节奏感 。 当其中一种色彩作为主要色时, 这种搭配能取得良好的效果。在这种搭配中要同时注意色彩冷暖色的对比和平衡。	这种搭配中四种色彩被均匀的分布在整个色彩空间。当其中一种色彩作为主要色时, 这种搭配能取得最好的效果。和矩形搭配一样, 需要注意冷暖色的对比和平衡。

2.3 色彩心理研究

2.3.1 色彩的心理效果

颜色的冷暖与色相有关, 色的轻重与明度有关, 色的华美和质朴与纯度有关, 色的软硬与色相、明度有关, 色的兴奋与沉静, 前进与后退, 膨胀与收缩与三者都有关联。



2.3.2 色彩的物理效果

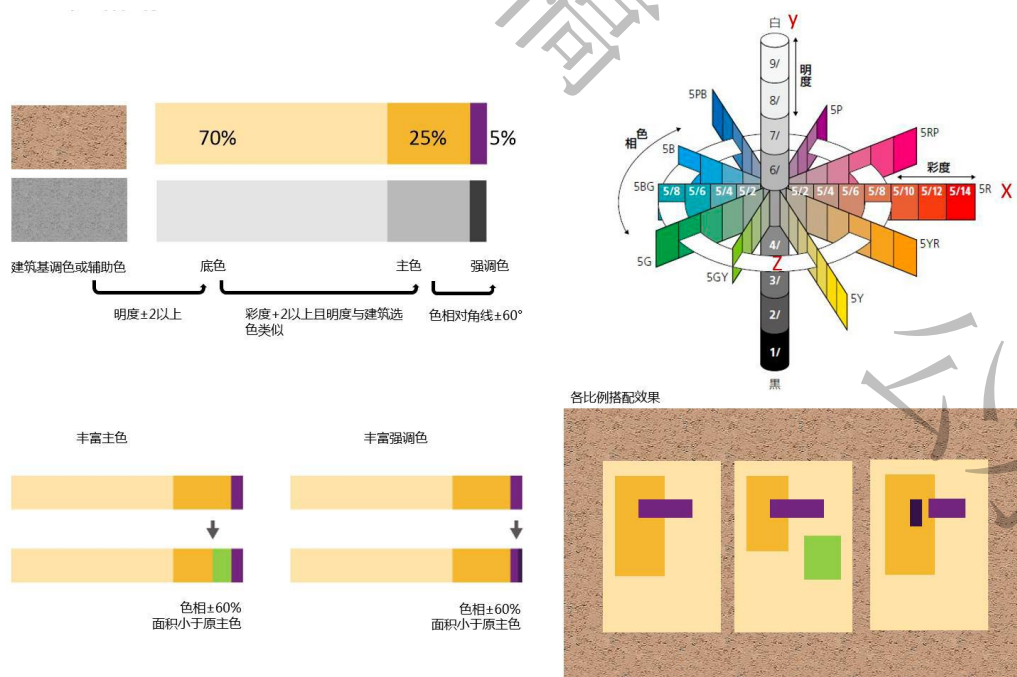


2.3.3 色彩的选择列表

颜色	白	灰	黑	红	橙	黄	绿	青	蓝	紫
联想	天使、白云、雪	混凝土、乌云、商务	夜晚、墨汁、煤炭	鲜血、红旗、革命、红灯	橙子、太阳、油炸、砖头、秋天、落叶、夕阳	柠檬、向日葵、阳光	树叶、蔬菜、森林、绿灯	清凉自然色、森林	宇宙、大海、天空	水晶、紫罗兰、女巫
象征	纯洁、神圣、善良、正义、清静、虚无、凄凉、朴素	高雅、含蓄、耐人寻味、荒芜、诚恳、沉稳、大气	冷酷、黑暗、死亡、硬朗、严谨	引起注意、兴奋、激动、紧张、热情、诱惑、危险、禁止、强调；欢乐、喜庆	活力、兴奋、激动	光明、活泼、辉煌、灿烂、明亮、第一组警示、低一级危险	新鲜、和平、希望、环保、丰饶、充实、希望	高贵、和平、安静	科技、平静、悠久、精神领域、崇高、深远、纯洁、透明、智慧	高贵、优越、奢华、幽雅、流动、不安、灰暗的紫色则是伤痛、疾病，容易造成心理上的忧郁、痛苦和不安的感觉
物理特征	可见光混合，全色光		没有光波，没有颜色	波长最长的颜色	最暖的颜色	彩色中最明亮的颜色	波长居中，人眼最适应的颜色			波长最短
效果				迫近感、扩张感、前进色					后退色、冷色	
应用	衬托色、高光色	衬托色、大师色	衬托色、强调色	标志、旗帜、节庆、警示	变化、运动、美食、快餐、中年	运动、食物、警示	环保宣传、生态标识	自然过渡色	科技、理性宣传	胁迫性，时而有鼓舞性
色彩强度 《实用广告学，1981》	1.0000	0.500	0.000	0.348	0.846	0.938	0.348	0.231	0.161	0.125

3. 色彩总体控制

3.1 户外广告画面色彩的控制比例



3.2 分区控制比例

3.2.1 一般控制区控制比例

- (1) 广告画面色彩原则：整齐、实用、和谐；
- (2) 色彩数量控制：画面颜色不能超过 4 色（底色为 1 色，渐变色以 2 色计数）；
- (3) 色彩比例控制：底色 70%、主色 25%、强调色 5%；
- (4) 色彩数值控制：底色为建筑低调色或辅助色明度 ± 2 以上，主色为底色彩度 $+2$ 以上且明度与建筑底色一致、强调色的色相为对角线 $\pm 60^\circ$ 的色域；
- (5) 建筑同一立面的成组或均匀阵列的广告应当色彩风格统一，颜色搭配和谐。

3.2.2 引导发展区控制比例

- (1) 广告画面色彩原则：标杆、创意、活力；
- (2) 色彩数量控制：画面颜色不能超过 8 种（底色 ≤ 2 色，渐变色以 2 色计数）；
- (3) 色彩比例控制：底色 70%、主色 25%、强调色 5%；
- (4) 色彩数值控制：底色为建筑低调色或辅助色明度 ± 2 以上，主色为底色彩度 $+2$ 以上且明度与建筑底色一致、强调色的色相为对角线 $\pm 60^\circ$ 的色域；
- (5) 建筑同一立面的成组或均匀阵列的广告应当色彩风格统一，颜色搭配和谐。

3.2.3 黑色用法

黑色的 CMYK 值建议选取 50, 40, 40, 100。

3.2.4 成组广告色彩搭配用法

建筑同一立面上时常多种不同类型的广告，使用同一色调表示不同主题，坚持底色 70% 的原则，适当使用恰当的主色作为几幅广告的呼应及连接，排版差异化处理。



4 辅助软件

4.1 Pantone studio

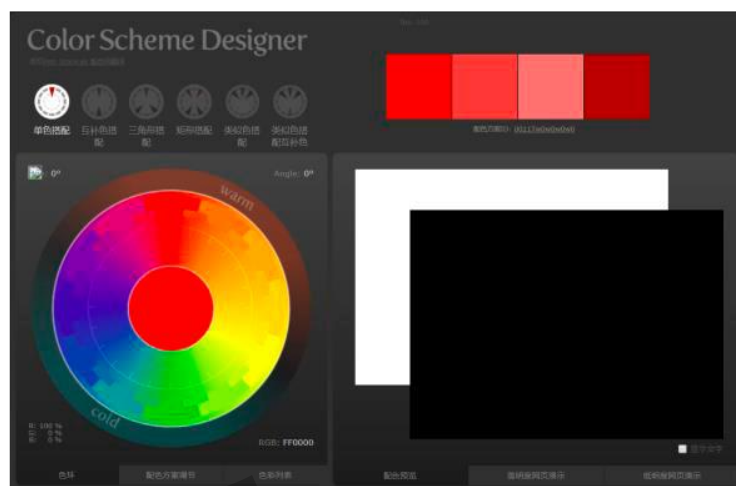
识别建筑物载体及环境场景主色，Pantone studio 为手机端 app。



4.2 Color Scheme Designer

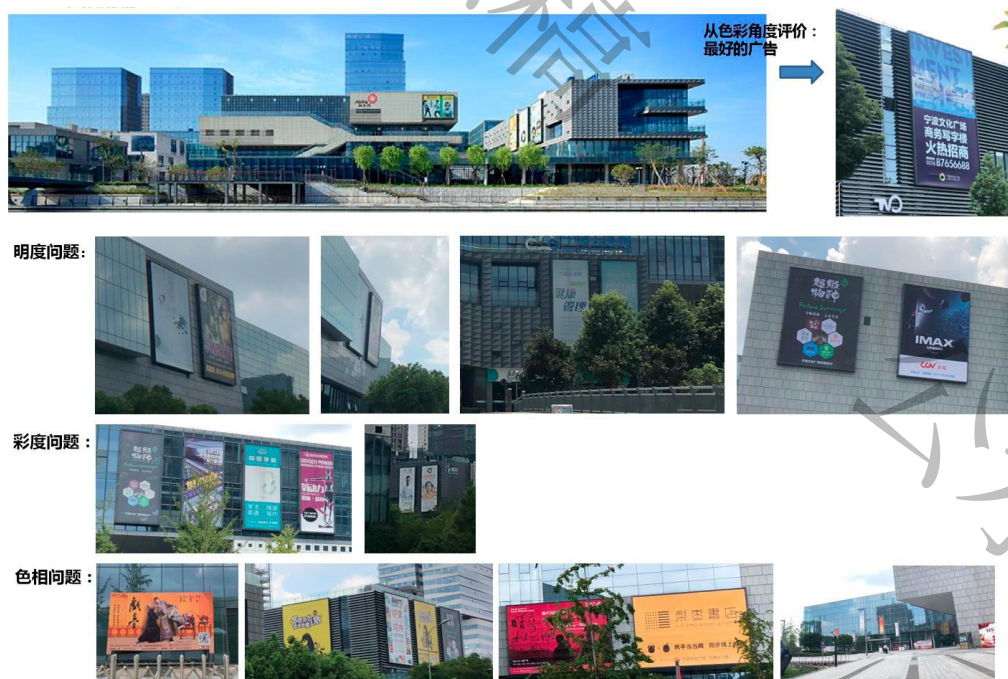
进行广告色彩搭配建议，网页网址网址：

<http://www.peise.net/tools/web/>。

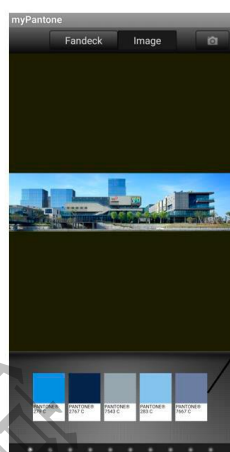


4.3 色彩搭配应用举例

首先对现状广告进行具体分析，在对其色彩进行调整。



然后设定场景，假设在商业建筑上设置一个符合色彩要求的儿童兴趣教育主题广告。



第一步：使用app：myPANTONE采集建筑图片，找出基调色和辅助色(政府采集或设计师采集)

基调色			辅助色	
PANTONE® 279 C	PANTONE® 2767 C	PANTONE® 7543 C	PANTONE® 283 C	PANTONE® 7667 C
				编号

第二步：从PANTONE色卡中找出对应编号颜色，找到对应颜色的CMYK值作为广告画面色彩参考



第三步：根据主题分析广告画面色彩因子并选取和总结

儿童兴趣教育

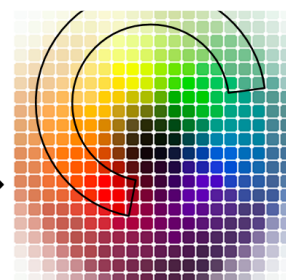
	冷暖	轻重	华美与 质朴	软硬	兴奋与 沉静	前进与 后退	膨胀与 收缩
色相	✓			✓	✓	✓	✓
明度		✓		✓	✓	✓	✓
彩度			✓		✓	✓	✓

色彩总结

色相较暖

明度较高

彩度较低



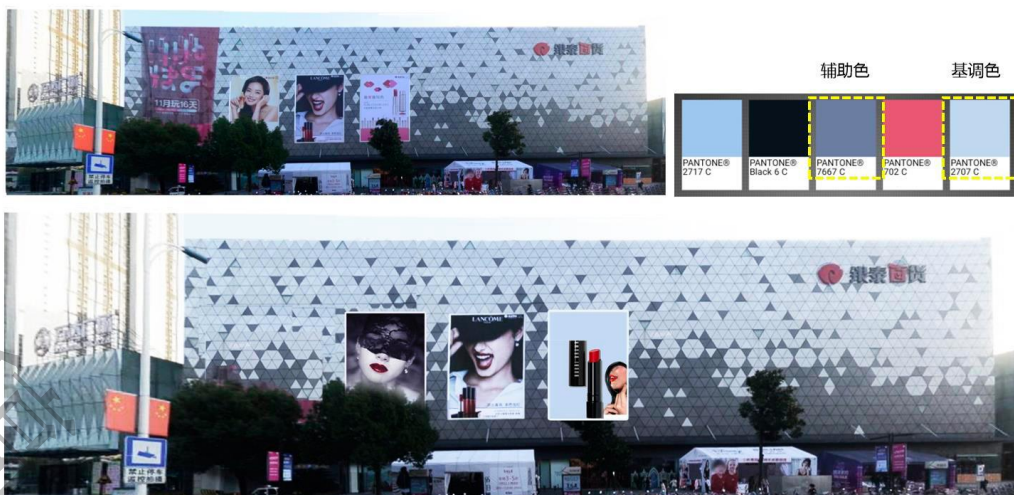
第四步：使用Color Scheme Designer进行配色



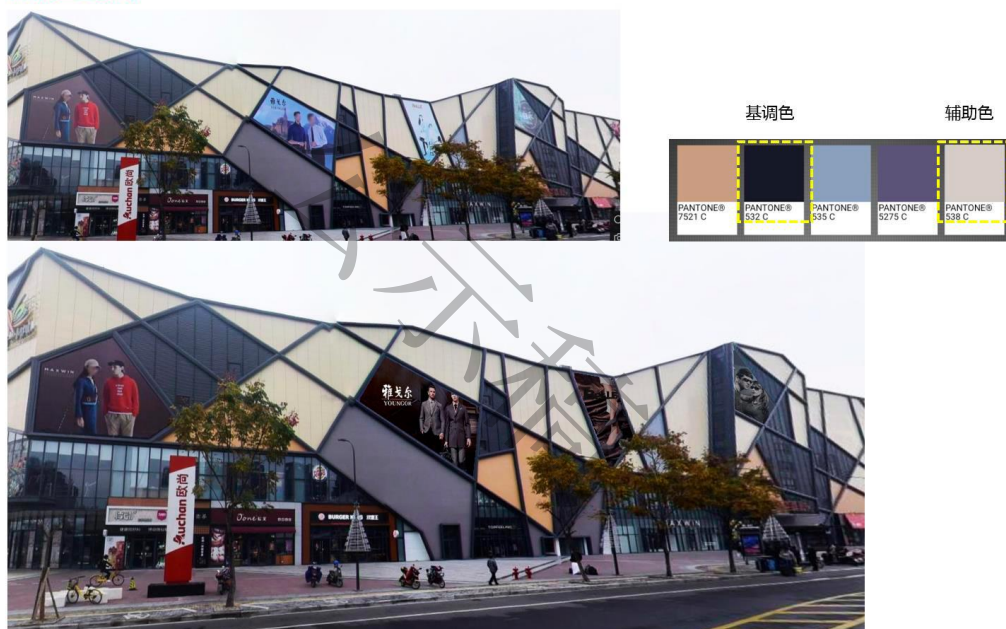
第五步：将广告放入建筑图片中测试效果，之后进行审批



建筑原色搭配



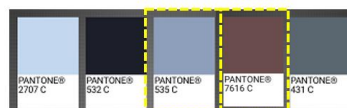
异形组合搭配



建筑风格搭配



基调色 辅助色



两段式搭配

