

揭阳市城区户外广告设置专项规划 (2020-2035年)

SPECIAL PLANNING OF OUTDOOR ADVERTISING IN JIEYANG CITY

说明书
图纸

项目名称：揭阳市城区户外广告设置专项规划

委托方（甲方）：揭阳市城市管理和综合执法局

承担方（乙方）：广东省城乡规划设计研究院有限责任公司

城乡规划编制资质证书等级：甲 级

城乡规划编制资质证书编号：自资规甲字 21440152

院 长：邱衍庆

总工程师：马向明

院规划设计成果专用章：

规划设计编制完成时间：2022 年 07 月

编制单位：广东省城乡规划设计研究院有限责任公司

技术审定：凌 霄 高级工程师（教授级） 副所长

技术审核：唐宏涛 高级工程师 部 长

刘家卓 高级工程师 部 长

项目负责：何健雄 高级工程师

项目组成员：曾健勇 工 程 师

李 敏 高级工程师

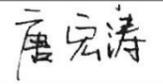
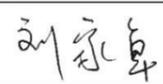
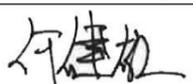
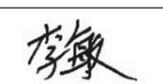
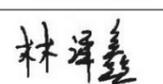
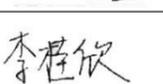
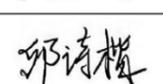
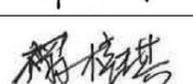
林泽鑫 助理工程师

李桂欣 助理工程师

邱诗楷 助理工程师

禡梓琪 工 程 师

项目技术岗位责任表

 广东省城乡规划设计研究院 有限责任公司		项目名称 揭阳市城区户外广告 设置专项规划	
技术地位	签 名		岗位资格
审 定	凌 霄		高级工程师 (教授级)
审 核	唐宏涛		高级工程师
	刘家卓		高级工程师
项 目 负 责	何健雄		高级工程师
项目成员	曾健勇		工 程 师
	李 敏		高级工程师
	林泽鑫		助理工程师
	李桂欣		助理工程师
	邱诗楷		助理工程师
	禤梓琪		工 程 师

目 录

第 1 章 总则	1
1.1 规划背景.....	1
1.2 户外广告定义与分类.....	1
1.3 规划原则.....	5
1.4 规划依据.....	6
1.5 规划范围.....	6
1.6 规划期限.....	7
1.7 规划重点.....	7
1.8 规划思路和技术路线.....	8
第 2 章 现状概况	11
2.1 城市现状概况	11
2.2 户外广告现状概况.....	12
第 3 章 相关规划及案例分析	47
3.1 上层次及相关规划分析.....	47
3.2 案例借鉴.....	55
第 4 章 户外广告总体规划	60
4.1 规划目标.....	60
4.2 户外广告规划结构	60
4.3 户外广告分区规划——“面的控制”	60
4.4 户外广告路段分类规划——“线”的控制.....	64
4.5 户外广告布点设置规划——“点”的控制.....	69
4.6 不同类型建筑户外广告设置规划	78
第 5 章 重点道路整改规划	81
5.1 重点道路整改规划	81
5.2 余韵揭阳.....	82
5.3 活力揭阳.....	94
5.4 精致揭阳.....	112
第 6 章 户外广告管理控制通则	118
6.1 总则	118
6.2 设置通则.....	118
6.3 建（构）筑物广告	123
6.4 公共设施广告.....	130
6.5 落地式广告.....	133
6.6 移动式广告.....	137
6.7 LED 显示屏广告.....	138
6.8 投影广告.....	139
6.9 招牌	139
6.10 临时广告	140
6.11 户外广告亮化设置.....	142

第 7 章 规划实施与管理建议	145
7.1 近期实施建议	145
7.2 户外广告审批管理建议	146
7.3 招牌设置及管理要求	148
7.4 维护和监管建议	149
7.5 依附建筑户外广告设施设置申请表	151
7.6 依附公共设施户外广告设置申请表	152
7.7 落地式户外广告设置申请表	153
附件一 专家评审会意见复印件及回复一览表	154
附件二 部门意见回复一览表	156
附件三 部门意见复印件	165
附件四 关于提请对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》（2020-2035年）合法性审查的函	168
附件五 市司法局对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》（2020-2035年）的合法性审查意见	169

图 纸 目 录

图纸序号	图纸名称	图纸大小
01	区域位置示意图	A3
02	户外广告现状分布图	A3
03	主要路段店招设置现状分布图	A3
04	大型广告现状分布图	A3
05	广告亮化现状分布图	A3
06	户外广告规划结构图	A3
07	户外广告分区控制规划图	A3
08	道路广告设置指引规划图	A3
09	户外广告道路布点规划图	A3
10	主要公益广告布点规划图	A3
11	近期实施建议重点区域划定图	A3

第1章 总则

1.1 规划背景

(1) 国家层面

2017年住建部公布了《关于加强生态修复城市修补工作的指导意见》(建规[2017]59号),指出城市修补是治理城市问题、改善城市环境的重要标志。同时,也发布了《城市设计管理办法》(中华人民共和国住房和城乡建设部令第35号),将城市设计工作提升到了前所未有的高度,并对城市风貌特色、城市形象和城市规划建设管理等工作提出了新的要求。在城市改革和形象塑造的过程中,户外广告发挥着重要作用。户外广告作为城市公共空间的组成部分和城市公共资源,既能代表城市形象,又具有较大的经济价值,越来越受到公众的广泛关注。

(2) 省级层面

2019年12月,《广东省户外广告管理规定》(2013年4月10日粤府令第187号公布)正式废止,相继省内多个地市跟进出台或修订“户外广告管理办法”要求户外广告设施按照新的法律规章依法设置,并符合城市容貌标准。部分地市以此为契机对户外广告进行统一的规划,引导城市空间资源合理利用,提升城市市容市貌,改善城市景观环境,并为户外广告的管理审批提供规划技术指导。

(3) 市级层面

《揭阳市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出,揭阳市紧扣“建设宜居宜业宜游的活力古城、滨海新城,打造沿海经济带

上的产业强市”发展定位,持续优化营商环境,因此对户外广告与招牌设置提出新要求。2021年7月印发了《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》(揭阳市人民政府令第75号)和2020年10月印发了《揭阳市市容管理条例》要求以此为导则,坚持整体规划与彰显古城特色并重,品质提升与总量控制并重,地域特色与文化内涵并重,构建揭阳市户外广告与招牌设置的现代治理体系。

目前,揭阳市区最新版本的户外广告设置专项规划是2013年编制的《揭阳市区户外广告设置专项规划(2013-2020)》。由于该规划已到规划末期并随着揭阳市近年来城市经济社会发展逐步转好,城区各商业网点、商业综合体等的建设实施,该版规划存在年代久、对城市新建建筑指导意义不强、对新形式的广告设施规划控制缺失等问题。

为适应城市建设快速发展的实际需要,规范揭阳市户外广告和招牌管理工作,解决户外广告和招牌管理上出现的新情况、新问题,揭阳市开展《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》修订工作。结合《管理办法》修订工作的开展,规范揭阳市城区户外广告和招牌的合理布局,2020年7月,揭阳市城市管理和综合执法局通过竞争性谈判委托广东省城乡规划设计研究院有限责任公司编制《揭阳市城区户外广告设置专项规划》(2020-2035年),为城市户外广告、招牌的设置与管理提供规划引领。

1.2 户外广告定义与分类

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021),将户外广告定义为:在城市建(构)筑物、交通工具等载体的外部空间,城市道路及各类公共场地,以及城市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。

户外广告按位置分为建(构)筑物广告、落地式广告、公共设施广告和移动式广告。

建(构)筑物广告分为:平行外墙式广告、垂直外墙式广告、屋顶广告、围墙广告和其他构筑物附着式广告。

公共设施广告分为:路灯杆及电杆广告、公交候车亭广告、报刊亭及电话亭广告、公共宣传栏等附着城市公共设施上的广告。

落地式广告分为:立杆式广告、底座式广告、大型立柱式广告、造型式等广告。

移动式广告分为:车辆广告、船舶广告、空中移动广告。

表 1-1 揭阳市城区户外广告分类表

户外广告分类			图示
大类	中类	小类	
建(构)筑物广告	墙面广告 指依附于建筑物墙面设置的户外广告	平行外墙式广告 指通过构架平行依附于建筑外表面的户外广告	
		垂直外墙式广告 指通过构架平行依附于建筑外表面,且广告牌外表面距离墙面小于等于0.5m的户外广告	

户外广告分类			图示
大类	中类	小类	
	屋顶广告 依附于建筑物屋顶设置的户外广告	—	
	围墙广告 以围墙为载体的户外广告	—	
公共设施广告	路灯杆及电杆广告 以路灯杆及电杆为载体的户外广告	—	
	公交候车亭广告 以公交候车亭为载体的户外广告	—	
	报刊亭及电话亭广告 以报刊亭及电话亭为载体的户外广告	—	

户外广告分类			图示
大类	中类	小类	
	公共宣传栏 以政府部门或住宅小区物业公司为提供便民服务及开展公益宣传而设置的宣传栏	—	
落地式广告	大型落地式广告 大型落地式户外广告是任一边边长不小于4m或单面面积不小于10㎡的户外广告	大型支架广告 指以支架固定的大型落地式户外广告	
		高立柱广告 指以独立支撑柱固定的大型落地式户外广告，又称“高炮广告”	
	小型落地式广告 小型落地式户外广告是指任一边边长小于4m或单面面积小于10㎡的户外广告	底座式 指以支架或支座固定并放置于地面上广告牌面下沿距离地面的高度小于等于0.5m的小型落地广告	

户外广告分类			图示
大类	中类	小类	
		立杆式 指以支架或支座固定并放置于地面上广告牌面下沿距离地面的高度大于0.5m的小型落地广告	
		造型式 以落地实物造型为媒介的户外广告	
移动式广告	车辆广告 指单位（或企业）利用自有车辆为载体发布的广告	—	
	船舶广告 以船舶为载体发布的广告	—	

户外广告分类			图示
大类	中类	小类	
	空中移动广告 以气球、飞艇等升空器具为载体发布的广告	—	

户外广告按经营性质可分为公益性广告和商业性广告。

公益性广告是指以为公众谋利益和提高福利待遇为目的而设计的广告，是不以盈利为目的，而是为社会公众切身利益和社会风尚服务的广告。如保护自然资源、维持生态平衡、遵守社会道德、防止安全事故、义务献血、救死扶伤、以及捐助灾民、禁烟活动、人才交流等。公益广告画面上不得出现制作单位、制作单位电话或其他形式的任何商业广告。

公益广告应当设置在醒目的位置，在城市主要窗口区、城市门户结点及公共开敞空间，应当优先设置公益广告。

商业性广告是指商品经营者或服务提供者承担费用通过一定的媒介和形式直接或间接地介绍所推销的商品或提供的服务的广告。

按设置时限可以分为长期性广告和临时性广告。

长期性广告是广告商通过正常程序申请而获得审批建设的户外大型广告载体。

临时性广告主要包括党政机关、社会团体、企、事业单位举办大型活动时设置的与活动相关的户外广告；重要节假日及庆典活动设置的反映节庆的户外广告；建筑施工期间施工围墙上设置的户外广告及房屋销售期间售楼部（临时构筑

物）上设置的户外广告；陈旧建筑景观遮挡的户外广告。

按材质可以分为喷绘布广告、光源广告、单透贴膜广告、灯箱广告、LED显示屏广告、涂饰广告、充气广告、投影广告。

光源广告是由霓虹灯管等各种光源和发光材料加工制作而成的一种广告设施。



图 1-1 光源广告

单透贴膜广告是一种具有粘结性单侧透光材料直接贴敷在玻璃、玻璃幕墙上制作而成的广告。

LED 显示屏广告是指专门播放户外广告的 LED 显示屏，LED 显示屏是一种通过控制半导体发光二极管的显示方式，来显示文字、影像的显示屏幕。



图 1-2 LED 显示屏广告

涂饰广告是指直接绘制于建筑实体墙面的广告。

充气广告是指为发布广告而使用的各种造型充气载体，多为临时性广告。



图 1-3 充气广告

投影广告是指运用光学投影原理，将广告内容投射到建（构）筑物外部，在夜间形成极富视觉冲击力的户外广告。

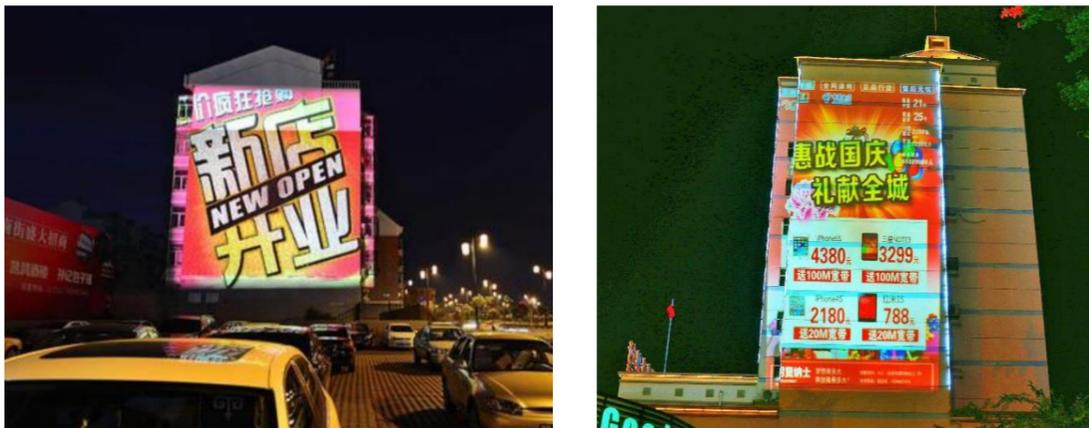


图 1-4 投影广告

1.3 规划原则

(1) 整体性原则

户外广告是城市整体市容市貌的组成部分，决不能游离于城市各功能区域的环境之外。揭阳市有着优美的自然环境和深厚的潮客文化，要将揭阳市整体地

方特色及文化底蕴作为户外广告总体布局、总体风格、空间结构的指导原则，从而使户外广告风格与揭阳市城市形象、城市风格和谐统一，有助于揭阳市整体景观风貌的提高。

(2) 创新性原则

创新性就是应从低碳环保、亮化美化角度等内容出发，一方面控制广告的数量、色彩、形态和亮度，重视广告对环境的相容性、点缀性和装饰性；另一方面通过户外广告形式创新、技术创新和发布内容的创新，强化户外广告引起注意、激发兴趣的功能。

(3) 安全性原则

户外广告设置的位置大多处于邻近人口稠密的区域，因此安全性是必须考虑的重要因素。户外广告规划必须对户外广告的设计、安装规范以及相关的管理做出规定和要求，实现结构安全、消防安全、设施安全、交通安全等。

(4) 控制性原则

控制性应该根据不同区域、地段的空间、功能、文化特征出发，明确该区域的户外广告个性特征和整体氛围，进而对户外广告的位置、密度、色彩、形态、造型和亮度进行控制，实现户外广告为经济、人居环境、城市美化服务的目标。

(5) 可操作性原则

规划制定应切合实际，与揭阳市新修订的《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第 75 号）及《揭阳市市容管理条例》等文件相适应。在内容编排和条款的制定上应易于理解，便于贯彻执行。

1.4 规划依据

1.4.1 法律、法规

- (1) 《中华人民共和国城乡规划法》（2019年修正）
- (2) 《中华人民共和国广告法》（2021年修正）
- (3) 《中华人民共和国公路法》（2017年修正）
- (4) 《公路安全保护条例》（2011年）
- (5) 《城市市容和环境卫生管理条例》（2017年修订）
- (6) 《广告管理条例》（1987年）
- (7) 《城市规划编制办法》（2006年）
- (8) 《公益广告促进和管理暂行办法》（2016年）
- (9) 《广东省道路交通安全条例》（2014年修正）
- (10) 《广东省交通运输厅关于公路两侧广告标牌设施的管理办法》（2018年）
- (11) 《广东省公路条例》（2020年修正）
- (12) 《广东省公益广告促进和管理暂行办法》（2016年）
- (13) 《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第75号）（2021年修订）
- (14) 《揭阳市市容管理条例》
- (15) 其他相关法律、法规及政策

1.4.2 标准、规范

- (1) 《城市容貌标准》（GB50449-2008）
- (2) 《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011）
- (3) 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）
- (4) 《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）
- (5) 其他相关标准与规范

1.4.3 相关规划

- (1) 《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》
- (2) 《揭阳市国土空间总体规划（2020-2035年）》（在编）
- (3) 《揭阳市国民经济和社会发展规划十三五规划》
- (4) 《揭阳市国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》
- (5) 《揭阳市区户外广告设置专项规划（2013-2020年）》
- (6) 其他相关规划

1.5 规划范围

规划范围与《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》所划定的城市集中建设区范围一致，总面积372平方公里。重点研究范围是揭阳市城区，主要包括榕城区（新兴街道、榕华街道、中山街道、西马街道、东兴街道、榕东街道、东升街道、东阳街道、渔湖镇、炮台镇、登岗镇、凤美街道、京冈街道、溪南街道）与揭东区（曲溪街道和磐东街道），面积约185平方公里。

本次规划揭阳市主城区范围内涉及到的部分国、省道公路路段，主要包括：

- (1) 国道 206 线：主要包括揭阳市城区内马牙北路、环市北路东段、揭东大道。
- (2) 国道 539 线。
- (3) 省道 234 线：主要包括揭阳市城区内西关路、环市西路北段、新阳路西段、马牙路南段、榕华大道。
- (4) 省道 236 线：主要包括揭阳市城区内环市西路南段、望江北路西、阳美大道、环市北路西段、马牙路北段、新阳路东段。
- (5) 省道 505 线：主要包括揭阳市城区望江北路。

基于规划的完整性，本次规划对揭阳市城区进行全范围统筹规划，对本次规划中涉及到上述公路路段的户外广告设置内容以本次专项规划为指导性依据。

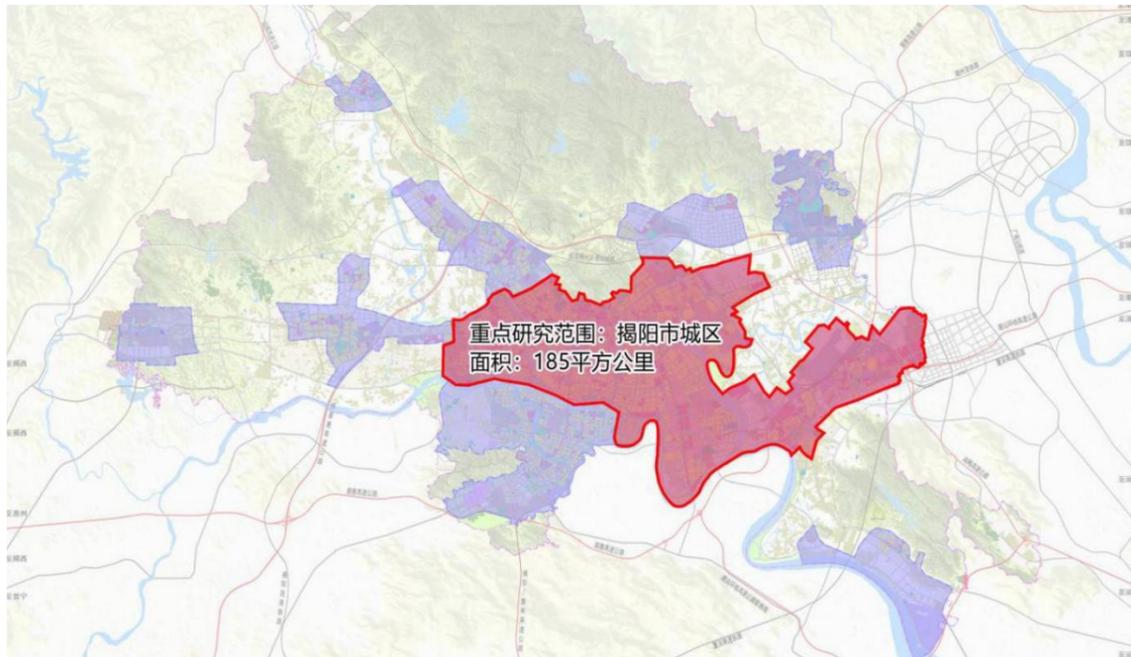


图 1-5 规划范围示意图

1.6 规划期限

本次规划年限为：近期 2020~2025 年，远期 2026~2035 年。规划基准年为 2020 年。

1.7 规划重点

本次规划对揭阳市城区进行户外广告提出整体规划，并重点对马牙路、环市西路、新阳路、榕华大道、黄岐山大道、进贤门大道、临江北路、临江南路、揭阳大道、望江北路、发展大道、阳美大道等路段进行户外广告路段分类和布点规划。

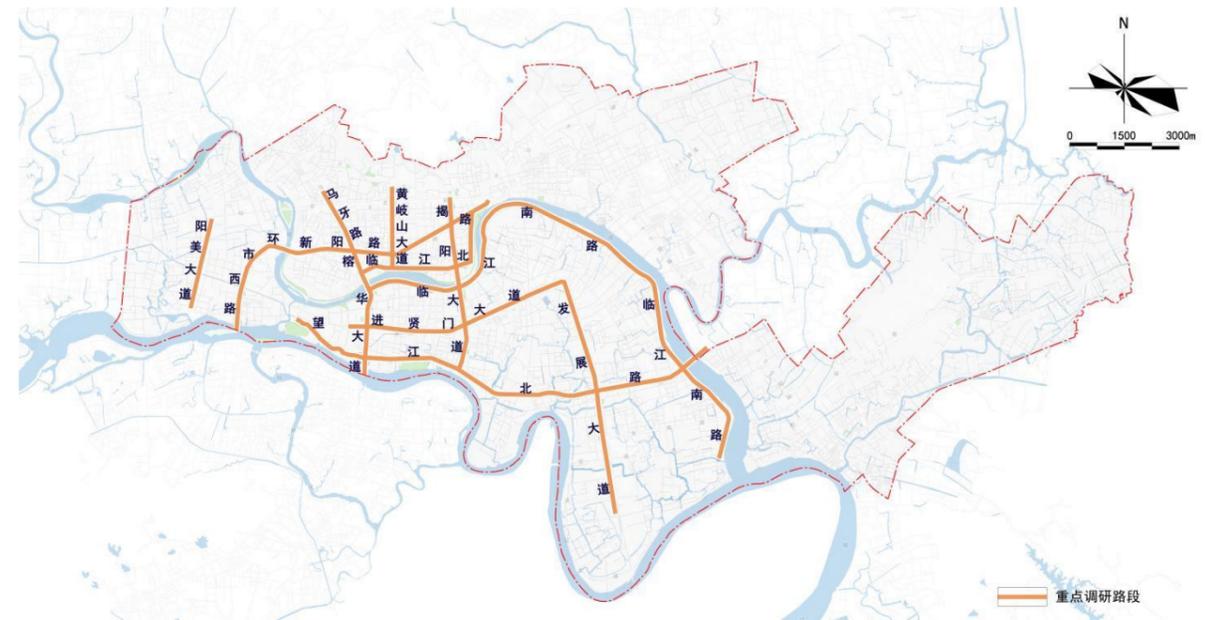


图 1-6 重点调研路段示意图

1.8 规划思路和技术路线

1.8.1 规划思路

体现“宜居宜业宜游的活力古城、滨海新城，沿海经济带上的产业强市”的**创新化、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**“规划、控制、提质、融合”**为思路，构建揭阳市城区户外广告新体系



充分体现深厚的**潮客文化底蕴**，实现文化的**传承与创新**，打造**宜居、和谐**的城市氛围，提升揭阳市整体城市品位

1.8.2 技术路线

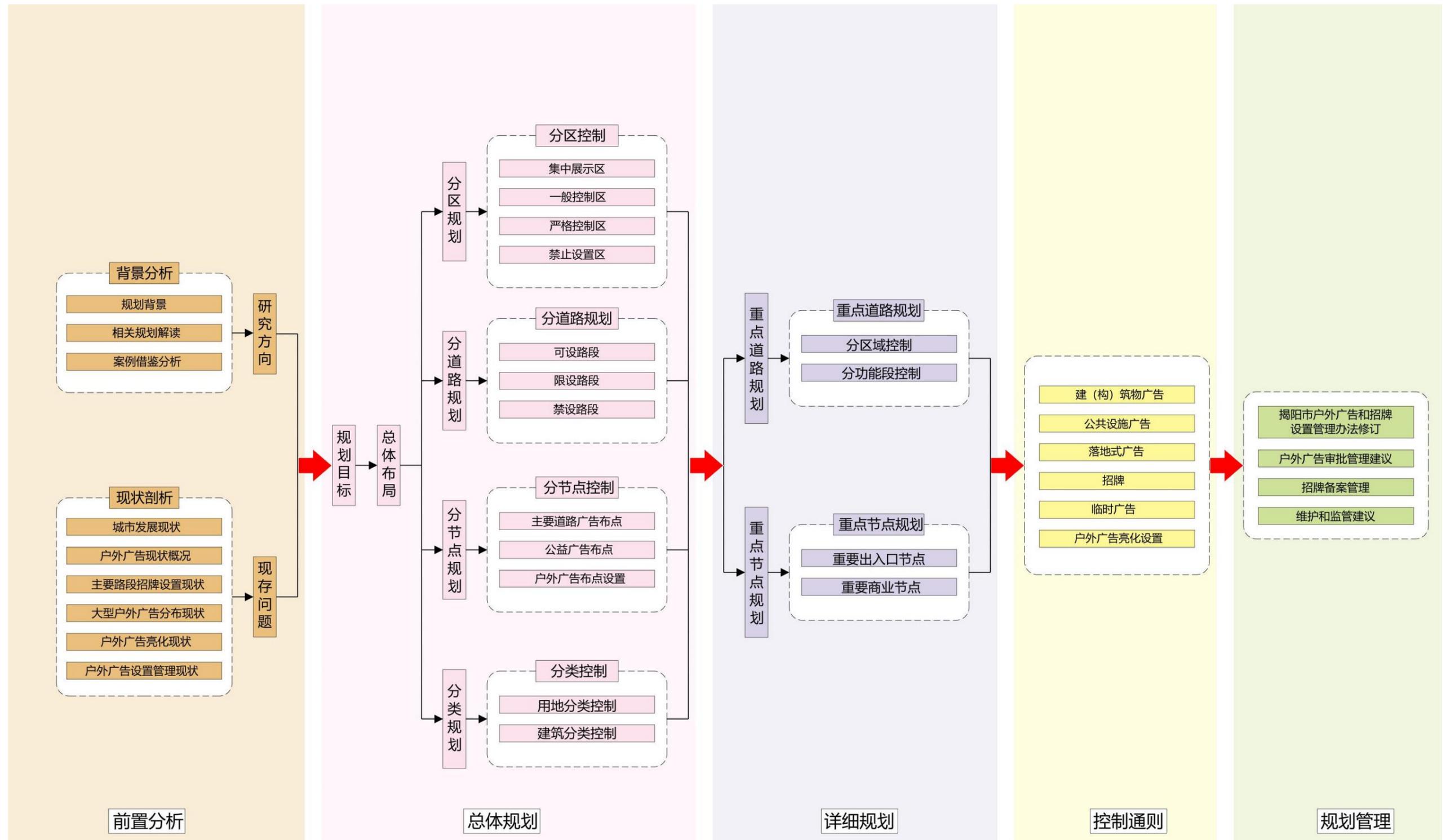


图 1-7 技术路线图

第2章 现状概况

2.1 城市现状概况

2.1.1 区域位置

揭阳市位于广东省东南部，地跨东经 115°36′至 116°37′39"，北纬 22°53′至 23°46′27"。北靠梅州，南濒南海，东邻汕头、潮州，西接汕尾。陆地面积 5240.5 平方公里。

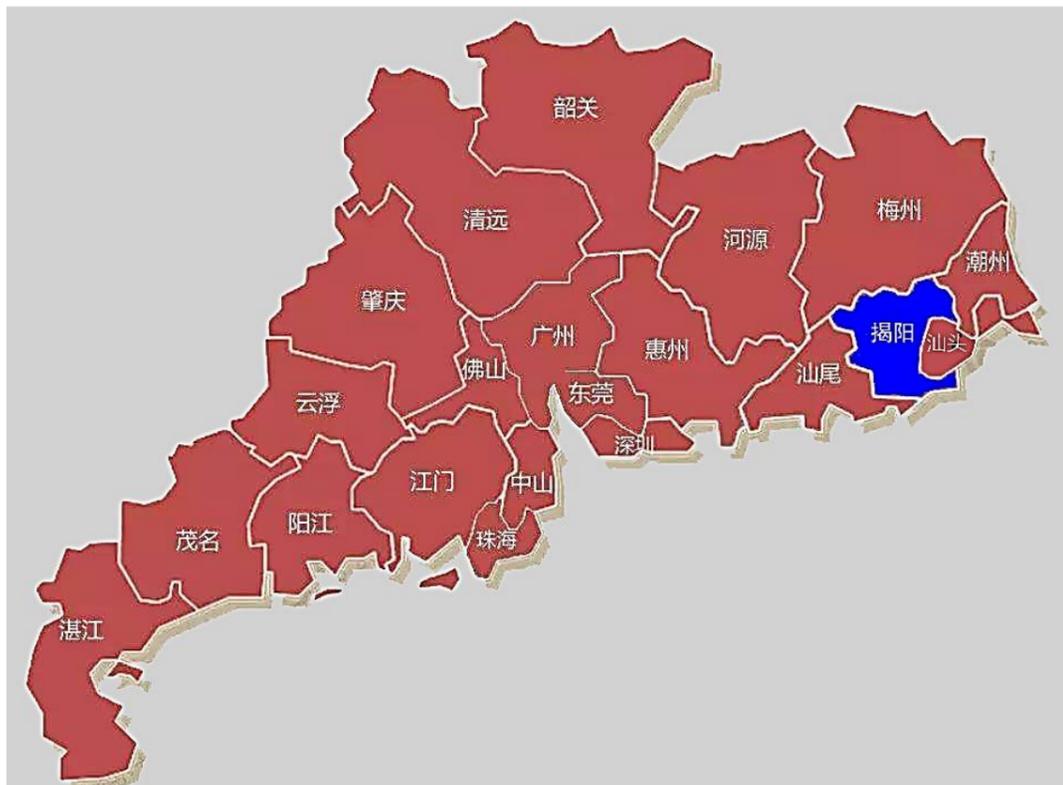


图 2-1 揭阳市区位图

2.1.2 地理环境

揭阳市地势自西向东倾斜，西北部和西南部多为丘陵、山地，中部、南部和

东南部都是广阔肥沃的榕江冲积平原和滨海沉积平原。揭阳市境内河流由榕江、练江、龙江三大水系和沿海水系组成，其中以榕江流域面积最大，是市内的主要河流。揭阳属亚热带季风性湿润气候，雨量充沛，夏秋间常受强热带风暴袭击，有时因季风活动反常或寒潮侵袭，会出现冬春干旱或早春低温阴雨天气。市域内旅游资源丰富，史、岭、江、海各扬其胜，揭阳倚山濒海，山川毓秀，名胜古迹甚多，主要景点有双峰寺、桂竹园、黄满寨瀑布群、揭阳学宫、古榕武庙和黄岐山风景区等。

2.1.3 历史文化

揭阳市，别称“岭南水城”，因秦戍五岭之一的揭阳岭得名，见诸史载已有 2200 多年。揭阳市是潮汕地区历史较长、面积最大、人口最多的新兴城市，是“亚洲玉都”、“中国玉都”，中国不锈钢制品生产基地，广东省历史文化名城，有“海滨邹鲁”、“国画之乡”、“小戏之乡”、“龙舟之乡”之美称。揭阳既是潮汕人重要的祖籍地、聚居地之一，也是潮汕文化重要的发源地以及兴盛地之一。是全国著名的华侨之乡。揭阳潮汕文化底蕴深厚，以潮语、潮剧、潮汕英歌舞、潮汕工夫茶、潮汕菜、潮绣、潮汕善堂、潮商文化、迎老爷、三山国王、潮汕木雕、潮汕民居、潮汕祠堂、潮汕工艺、潮汕抽纱、出花园、拜月娘等为代表的揭阳文化。



图 2-2 潮汕古邑——文明揭阳

2.1.4 社会经济发展

2020年，揭阳市实现地区生产总值（初步核算数）2102.14亿元，比2019年增长0.2%。其中，第一产业增加值204.40亿元，比2019年增长3.2%；第二产业增加值774.77亿元，下降2.5%；第三产业增加值1122.97亿元，增长2.2%。三次产业结构比重为9.7:36.9:53.4，第三产业所占比重比2019年提高0.9个百分点。

2.1.5 城市建设

近年来，揭阳市着力推动城市建设高质量发展，不断完善城市路网体系，坚定不移加快城市基础设施建设并取得历史性进展。随着城市基础设施项目相继建成并投入使用，极大缓解了揭阳市的城市交通问题，不断增强城市综合承载能力，加快改善居民生活环境质量，城市面貌日新月异，市民“宜业宜居城市”的归宿感日益增强。

2.2 户外广告现状概况

2.2.1 户外广告现状总体概况

随着揭阳市经济社会的快速发展，数量与日俱增的户外大型广告对城市形象产生了广泛而深刻的影响。揭阳市城区户外广告设置，目前呈现出“杂、乱、散”设置现状，未能很好地展现出揭阳市的潮客地域特色和文化特点。

分析揭阳市城区户外广告现状，具体体现如下：

揭阳市城区的户外广告呈现榕城区及磐东街道东部成片集中，周边地区以点、线状分布为主的现状总体布局。榕城区及磐东街道东部的户外广告密集成片，城市主要道路和商业性支路基本都设置连续的户外店面招牌广告，种类和设计多样化，但是广告设置水平参差不齐。外围地区的广告分布较零散，以点、线状分布为主，多数集中在各片区中心和主要道路沿线，广告形式较少，以店面招牌居多，广告质量普遍不高，残旧过时，与市中心区形成差异化的户外广告视觉效果。



图 2-3 榕城区现状户外广告

2.2.2 户外广告分布概况

揭阳市城区现状户外广告分布以榕城区及磐东街道东部为主，现状户外广

告主要分布在各片区中心商业密集区、城市主要道路、城市主要出入口等区域，总体上呈面、线、点的形态分布，其中：

(1) 面状分布广告概况

面状分布广告主要集中在榕城区及磐东街道东部，以环市北路以南，阳美大道以东，榕江南河以北以及揭阳大道以西的围合区域为主。广告类型主要以墙面广告居多，少量小型落地式广告。沿街商业建筑设有大量店面招牌，广告质量一般，形式老旧。依附于建筑设置的广告过于密集，且规格形式不统一，整体较为杂乱。

(2) 线状分布广告概况

线状分布广告主要指城区主要道路沿线设置的户外广告，广告类型以依附于建（构）筑物的墙面广告和店面招牌广告为主，其次为依附于路灯、公交站等市政设施设置的公共设施广告，主要分布在马牙路、环市北路、建阳路、黄岐山大道、新阳路、美阳路、仁义路、临江北路、揭阳大道、淡浦路、环市西路、阳美大道、临江南路、西关路、西马路、思贤路、进贤门大道、榕华大道、望江北路、发展大道、东湖路、同心路、同德路等路段。



图 2-4 揭阳市城区主要线状分布广告（马牙路-榕华大道-临江南路）

(3) 点状分布广告概况

点状分布广告主要分布在主要道路交叉口及桥梁的桥头位置，主要包括环

市北路与揭阳大道交叉口、新阳路与揭阳大道交叉口、望江北路与发展大道交叉口、马牙路与环市北路交叉口、进贤门大道与榕华大道交叉口，环市西路与榕华大道交叉口、阳美大道与西关路交叉口、西关路与环市西路交叉口等以及梅东大桥、老北河大桥、环市北河大桥、榕东大桥、枫口大桥等桥梁的桥头位置，主要形式有高立柱广告、墙面广告和屋顶广告等，内容以商业广告为主，也有少量的公益性广告。



图 2-5 揭阳市城区主要点状分布广告（浦东大圆-老北河桥-梅东大桥）

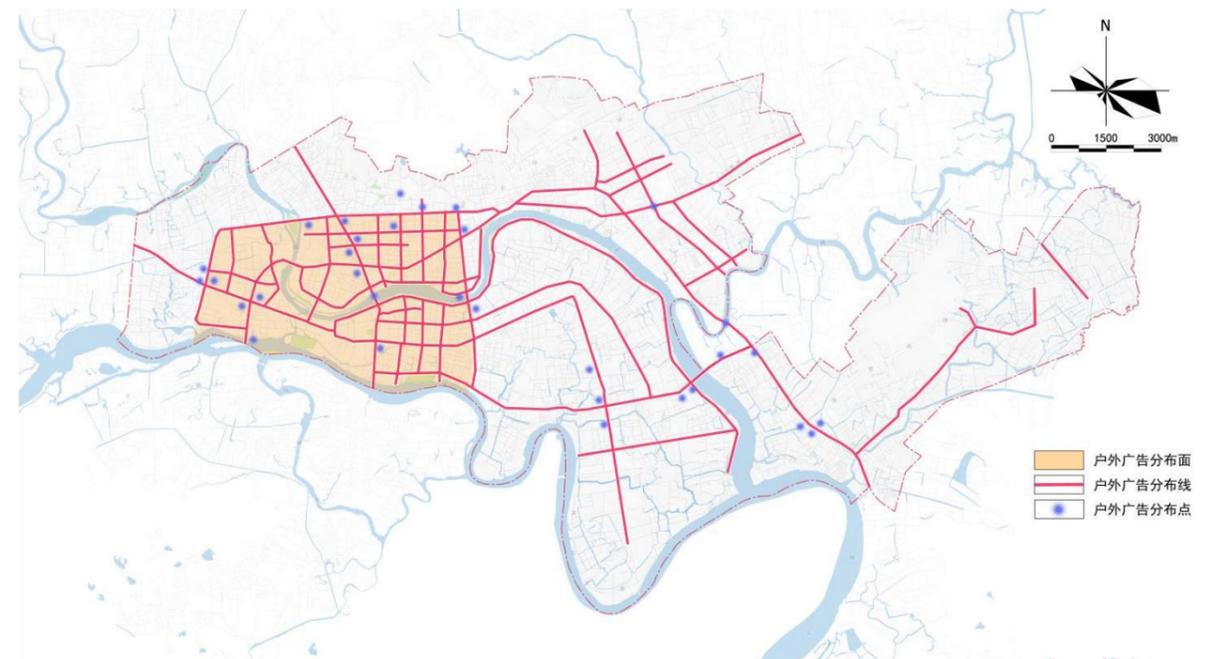


图 2-6 户外广告现状分布图

2.2.3 招牌设置现状

揭阳市城区招牌主要集中在商业密集的路段，包括环市西路、马牙路、黄岐山大道、环市北路、新阳路、榕华大道、进贤门大道、建阳路、美阳路、临江南路、临江北路、淡浦路、晓翠路、新河路、天福路、阳美大道等。揭阳市城区招牌种类繁多、形态各异，主要以附着于建（构）筑物的为主，分布广、数量多，但规格不一，质量参差不齐。老旧店铺店招大多材质较差、款式陈旧；新店及品牌店的店招相对质量较好、形式新颖时尚，部分品牌店一层店招二层橱窗，整体效果较理想，如黄岐山大道、临江南路等路段。经过多年的发展，已对城区内部分路段一些新建建筑（如新开发小区，商业街区等）的店招有一定的控制，逐渐形成了各自相对成规模、具有一定影响的特色街道。

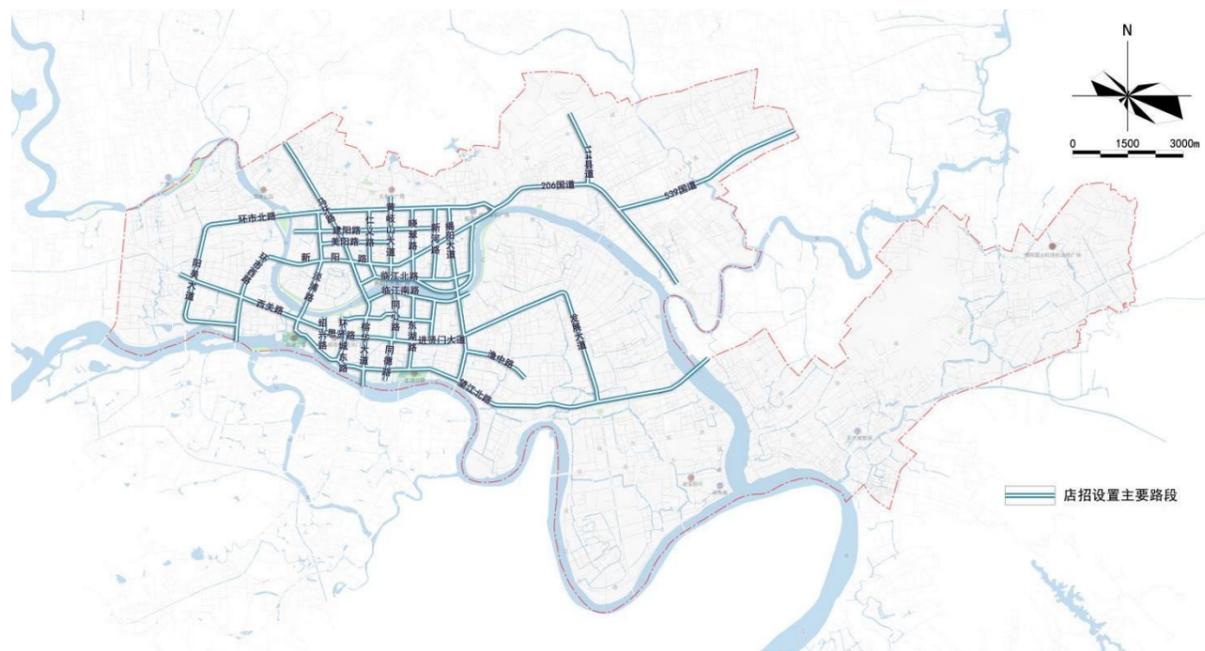


图 2-7 主要路段店招设置现状分布图

但招牌广告设置总体制作特色不鲜明，缺乏精品。主要表现为：

位置混乱，揭阳市城区内存在利用公共、自有或他人所有的建（构）筑物、场地、空间等随意投放户外广告无序情况，容易造成景观混乱状况，削弱户外

广告美化城市环境的功能。

数量过多，局部地段户外广告因数量过多而过分密集，同一店面对应多个招牌广告。同时部分招牌广告设置的固定设施缺乏日常维修保养，铁架锈蚀，油漆剥落，有损市容，容易造成安全隐患。

与周围环境不协调，部分户外广告与周围参照位置不当，比例失调，未能有效地与户外广告载体有机结合，许多建筑物外立面会被面幅过大的招牌遮挡，从而破坏了建筑物的外观结构。

制作水平良莠不齐，商业集聚区的建筑物外立面上的招牌广告创意设计和制作工艺的总体水平还不够高，缺乏特性和个性，未能满足商业功能区对招牌广告的需求，如磐东玉石专业市场群，作为主城区有一定区域性影响力的玉文化产业聚集地，在招牌设置上并未充分展现玉文化的特色。

(1) 环市西路

道路情况：南北向道路，北接新阳路，南接榕华大道(本次研究路段北接新阳路、南至榕江南河)。约 3000m 路段位于规划范围内，道路宽度约 15~40m，双向四车道，两侧各有约 2.5m 人行道。

建设情况：交通性干道，是以汽车汽配、五金、不锈钢制品生产、电动车销售商铺为主的路段；建筑以低层和多层商业或厂房楼为主。

沿街广告(招牌)情况：①分布情况：现状整条道路沿线均有户外广告分布，广告数量多，连续度高，密度较大；②广告形式：户外广告形式以依附设置型的招牌广告为主；③尺度：大小尺寸不统一，个别广告过大过密；④高度：广告高度不统一，个别广告有遮挡低楼层视野的情况；⑤质量：部分广告牌制作粗糙，出现老化现象；⑥色彩：总体色彩较鲜明，色系较多，包括橙黄红、蓝白黑等，与建筑及道路的整体风格匹配度一般，观赏效果欠佳。





(2) 新阳路

道路情况：东西向道路，西接环市西路，东接 206 国道。路段长度约 6000m，道路宽度约 30~40m，双向六、八车道，两侧各有约 2.5m 人行道。

建设情况：综合性干道，商铺种类多且杂，包括汽车汽配、五金、住宿、生活服务、餐饮、服装、办公等；建筑以多层办公、商住综合楼或低层老建筑为主；

沿街广告（招牌）情况：①分布情况：现状整条道路沿线均有户外广告分布，连续度及密度极高；②广告形式：广告形式较统一，以依附设置型招牌广告为主；③尺度：广告尺度以中小尺寸为主；④高度：总体上高低错落，部分广告甚至因尺度和密度过大而遮盖了低楼层视野；⑤质量：虽有部分地段广告牌设置已统一风格，但仍有部分户外广告设置随意性大，制作粗糙、缺乏维护；⑥色彩：广告牌的色彩较繁杂，缺乏规划设计。





(3) 马牙路

道路情况：南北向道路，北至环市北路，南接榕华大道。路段长度约 2100m，道路宽度约 25~50m，双向六车道，两侧各有约 2.5m 人行道。

建设情况：城区内重要的综合性干道，道路沿线绿化建设良好，道路商铺多样化，包括建材、五金、汽修、商场、服饰、餐饮、行政、办公等；建筑主要为多层、高层商住楼，建筑的连续性较好。

沿街广告（招牌）情况：①分布情况：现状整条道路沿线均有户外广告分布，广告数量多，连续度与密度高；②户外广告形式：广告形式丰富，兼有屋顶广告、招牌广告、墙面广告等；③尺度：广告尺寸以中小型招牌广告为主；④高度：总体设置较为杂乱，高低错落，横竖不齐，部分广告遮挡建筑立面；⑤质量：广告牌整体质量一般，个别出现老化及字迹不清的现象；⑥色彩：广告基底多为红蓝色，广告文字及图案多为黄白黑色，总体色彩跳跃、杂乱，缺乏规划设计。



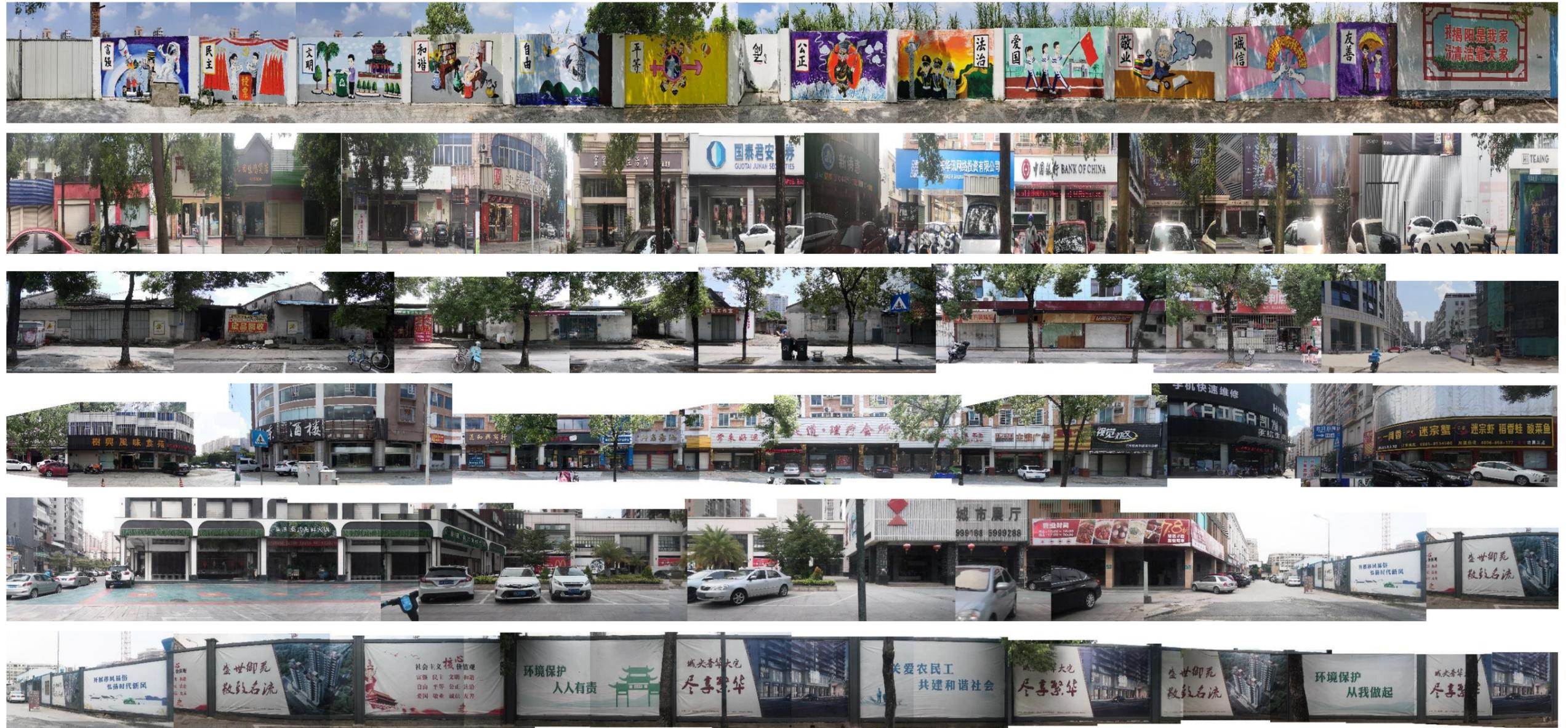
(4) 黄岐山大道

道路情况：南北向道路，北到揭阳南站，南接临江北路。长度约 2400m，道路宽度约 50m，双向六车道，两侧各有约 4m 人行道。

建设情况：重要的交通性干道，道路两侧留有宽阔的绿化带，沿线两侧商业较为繁华，兼有行政、金融、服务等机构在此办公。建筑多以多层和高层楼房新建建筑为主，建筑质量较好，部分路段两侧无建筑。

沿街广告(招牌)情况：①分布情况：现状整条道路沿线均有户外广告分布，部分地段的广告连续度不高；②广告形式：广告形式多样，西侧以银行等金融机构的建筑标识为主，东侧以酒店、餐饮等服务行业的招牌广告为主，结合广告设施广告，中间路段无建筑部分有大量的彩绘公益广告；③尺度：广告牌尺寸不一，大、中、小型皆有；④高度：除公益广告部分外，其他广告的高度较为一致，个别广告因规格过大而影响了建筑通风采光的窗户；⑤质量：总体质量较好，特别是公益广告部分兼具美观与教育功能；⑥色彩：广告色系多样，基底与文字图像的色彩丰富，公益广告部分的色彩与构筑物较协调，其他部分的广告与建筑、环境的协调统一性较低，还需进一步规划。





(5) 榕华大道

道路情况：南北向道路，北接马牙路，南接环市西路（本次研究路段北接马牙路、南到榕江南河）。约 2700m 路段位于规划范围内，道路宽度约 20~45m，双向六车道，两侧各有约 2m 人行道。

建设情况：城区内重要的交通性干道，道路沿线绿化建设良好，路段以五金器材、电器、汽修、服饰、餐饮、娱乐、银行等商铺为主；建筑以多层商业、高层办公、商住混合楼为主。

沿街广告（招牌）情况：现状整条道路沿线均有户外广告分布，大部分地段广告连续度与密度较高；②广告形式：广告形式丰富，以依附设置型招牌广告为主，集中于进贤门大道交叉口至与榕湖路交叉口路段，兼有少量彩绘墙面公益广告、屋顶广告等；③尺度：广告牌以小型尺寸为主；④高度：广告高度较为统一，多集中于建筑底层；⑤质量：广告整体质量一般，部分路段的广告有改造痕迹，但改造效果不佳，广告信息残缺；⑥色彩：广告牌色系多样，以红、蓝、黄底色为主，缺乏协调性。





(6) 进贤门大道

道路情况：东西向道路，西接进贤门城楼，东接发展大道。总长度约 5100m，道路宽度约 15~80m，双向四、六车道，局部两侧各有约 3m 人行道。

建设情况：生活性干道，商铺以市场、学校、医院、银行、生活性服务等为主；建筑以多层商业、高层办公和商住综合楼建筑为主，连续性不高，质量一般。

沿街广告(招牌)情况：①分布状况：现状整条道路沿线均有户外广告分布，东西两侧商铺密集处广告连续性较高，但中部路段广告分布较为散乱；②广告形式：广告形式丰富多样，包括招牌广告、屋顶标识、墙面广告，公共宣传栏等公共设施广告，LED 显示屏等新媒体广告；③尺度：广告尺寸不一，尺寸大、中、小型皆有；④高度：广告高低错落，个别广告遮挡了楼房低层的视野；⑤质量：广告整体的质量一般，部分新设广告制作优良；⑥色彩：广告色彩丰富，色系较杂乱，广告牌基底与文字的色彩对比明显，广告总体与建筑的统一、协调感不足。



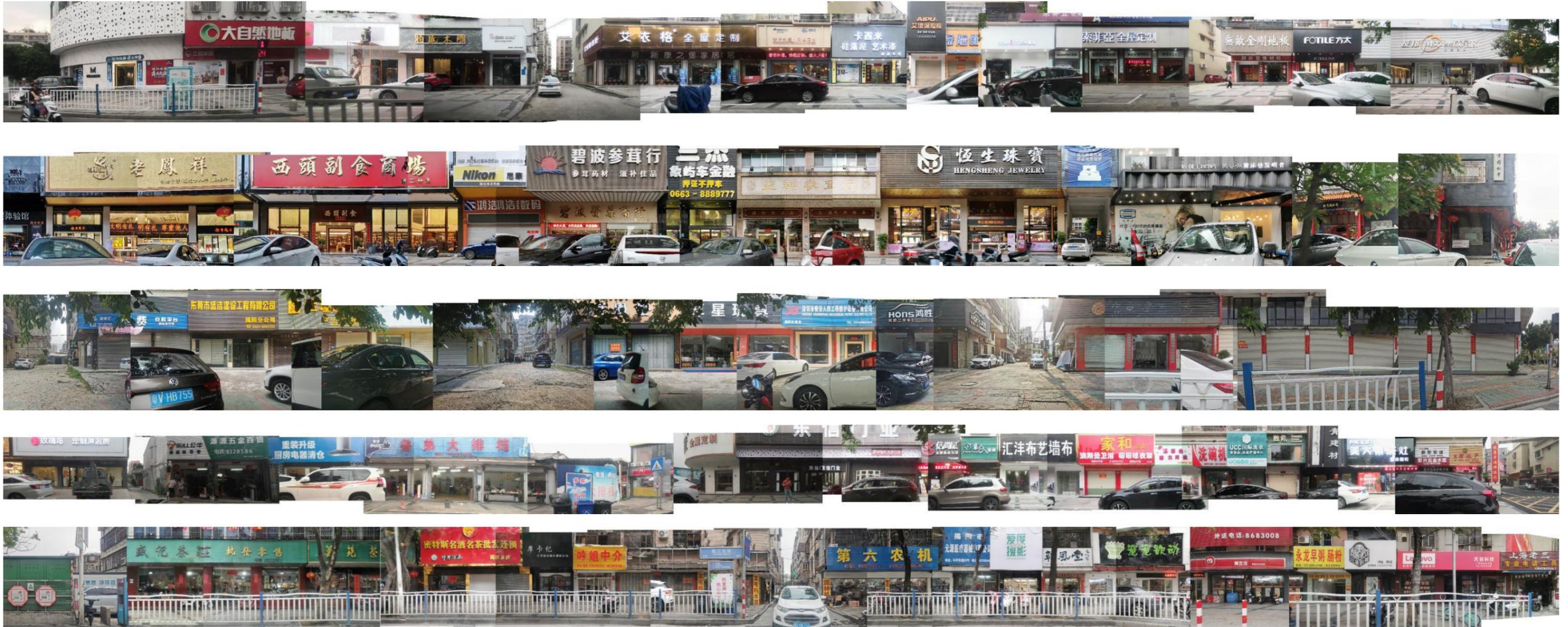


(7) 临江北路

道路情况：东西向道路（东侧路段为南北向），西接马牙路，北接新阳路。总长度约 4400m，道路宽度约 28~40m，双向四车道，两侧各有约 3m 人行道。

建设情况：临江北路是揭阳市政府所在地，有大量行政、金融、服务机构在此办公，并配有一定数量的居住和商业设施，整体建筑质量都比较好。道路南侧绿化率较高，建筑连续性较好，拥有较多的商业界面。

沿街广告（招牌）情况：①分布情况：该路段西部路段南北两侧多为行政机构及绿化，广告分布零散，广告连续性较低，东部路段聚集有大量商业、服务机构，广告分布较为集中；②广告形式：广告类型主要为依附设置型招牌广告，有少量公共设施广告及新媒体广告，包括公益广告、公交站亭广告和 LED 显示屏广告；③尺度：广告大小具有连续一致性，多为中小型广告；④高度：广告的高低差距不大，皆设置于建筑底部楼层；⑤质量：广告整体质量较高；⑥色彩：广告色彩跳跃，暖色系与冷色系并存，缺乏的整体、连贯性，有待进一步协调规划。



(8) 临江南路

道路情况：东西向道路，西接北环城路，南接滨江大道。总长度约 15600m，道路宽度约 25~45m，双向四车道，两侧各有约 3m 人行道。

建筑情况：生活性景观干道，沿街商铺以家居装饰、服饰、餐饮、银行、美容、商城等为主；建筑以高档高层住宅、多层商住楼为主。

沿街广告（招牌）情况：①分布情况：现状整条道路沿线基本有户外广告分布，连续度与密度较高；②广告类型：以依附设置型招牌广告、围墙广告为主，存在少量的公共设施广告；③尺度：广告尺寸不一，底层商铺的广告牌尺寸以中大型为主；④高度：广告高低错落，位置相对整齐，大部分设于墙身，少量置于屋顶；⑤质量：广告整体质量总体较好；⑥色彩：广告牌色彩与所在建筑较协调，可以体现活跃的商业氛围，但色彩仍较为多样，需要统一规划。



(9) 揭阳大道

道路情况：南北向道路，北接环市北路，南接环市南路（研究路段北接环市西路、南至进贤门大道）。约 3500m 路段位于规划范围内，道路宽度约 60~70m，双向四、六车道，局部两侧各有约 2.5m 人行道。

建设情况：交通性干道，道路沿线绿化建设良好。建筑多为多层及高层住宅与商业楼为主，连续性强，整体质量较高。

沿街广告（招牌）情况：①分布情况：现状整条道路沿线户外广告分布零散，广告数量少，连续性与密度低；②广告形式：多为依附型招牌广告；③尺度：广告尺寸不一，大、中、小型广告皆有；④高度：存在同一路段店面招牌设置高度差距大的情况，个别广告遮挡了低楼层的视野；⑤质量：广告整体质量在不同地段有差异，在中部广告密度低的部分出现广告老化、字迹不清的现象；⑥色彩：广告基底色彩杂乱，广告文字色彩多样，广告牌色彩与建筑协调度与匹配程度较低。



(10) 望江北路

道路情况：东西向道路，西接西环城路，东接揭阳大道。长度约 8500m，道路宽度约 20~40m，双向四、六车道，局部两侧各有约 2m 人行道。

建设情况：生活性干道，以娱乐、饮食、日用品等商铺为主的路段，建筑以低层和多层商住老建筑为主。

沿街广告（招牌）情况：①分布情况：现状道路户外广告分布零散，广告的数量较少，连续度与密度不高；②户外广告形式：广告形式单一，以依附型招牌广告为主，有少数公共设施广告（公益广告）；③尺度：尺寸不一，以中小型为主；④高度：广告位置高低错落，个别广告遮挡了底层的视野；⑤质量：老建筑广告牌整体质量较差，缺乏维护，个别广告字迹不清；⑥色彩搭配：广告色彩多样，广告基地色彩多为红橙色，少数为黑白色，文字色彩则与基底色彩对比明显，总体色彩杂乱，缺乏统一规划。

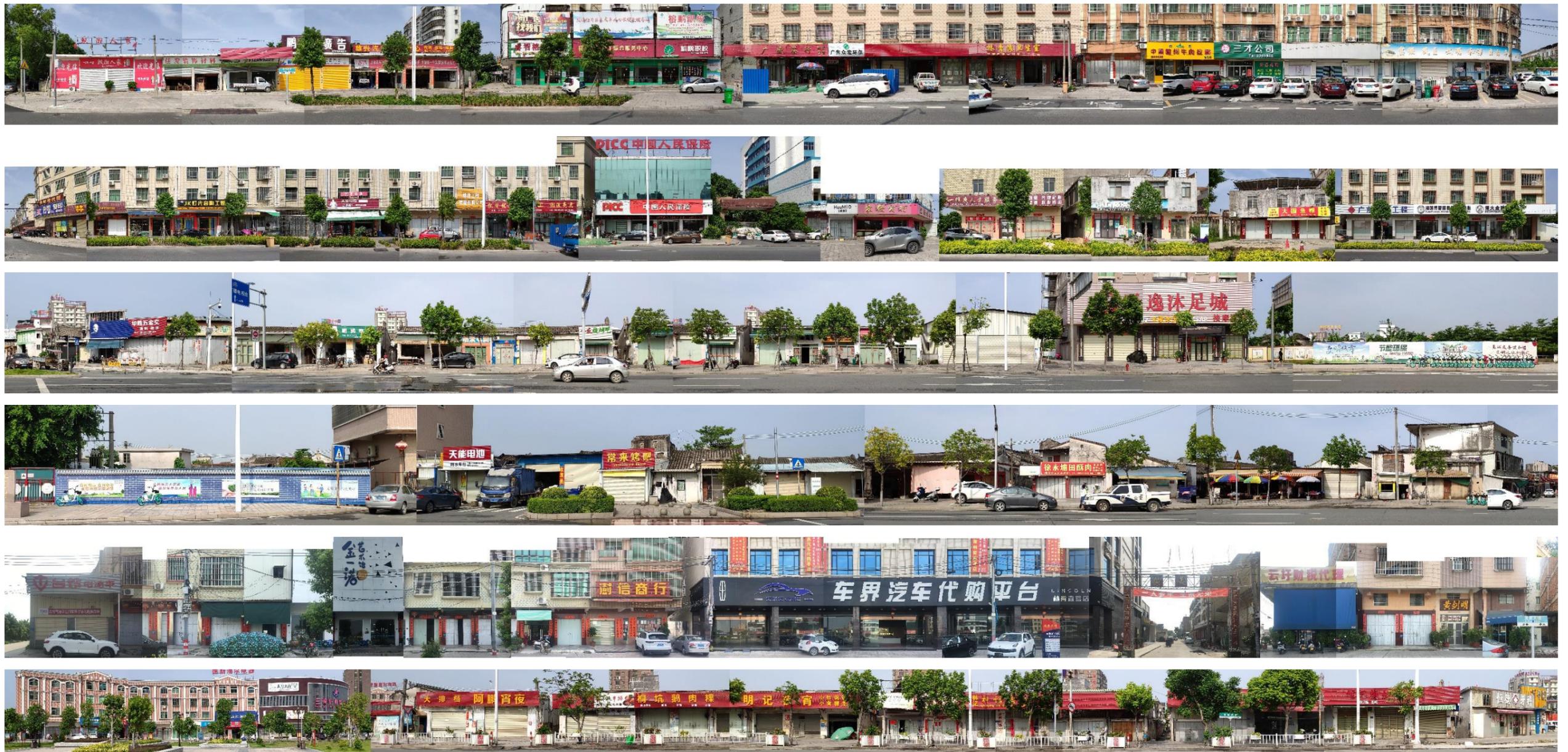


(11) 发展大道

道路情况：南北向道路，北接进贤门大道，南接滨江大道。研究长度约 6000m，道路宽度约 60~80m，双向四车道，局部两侧各有约 2m 人行道。

建设情况：综合性干道，是以饮食、生活服务、保险、电器、汽车销售为主的种类多样化的路段；建筑以低层和多层商住老建筑为主。

沿街广告(招牌)情况：①分布情况：现状整条道路户外广告分布零散，广告的数量较少，但存在同一内容多个广告的情况，广告连续度与密度不高；②广告类型：以依附型招牌广告为主，有少量的公共设施广告、屋顶、墙面公益广告等；③尺度：存在部分广告尺寸过大的情况；④高度：广告高低差别较小；⑤质量：老建筑的招牌广告大部分随意性大，制作粗糙，质量一般，少数广告老旧；⑥色彩：广告色彩单一，多为红底广告牌，与建筑缺乏协调。



(12) 阳美大道

道路情况：南北向道路，北接环市北路，南接望江北路。研究长度约 2500m，道路宽度约 28~30m，双向四车道，局部两侧各有约 2m 人行道。

建设情况：交通性干道，是以珠宝、玉器、汽车修配商铺为主的路段；建筑以低层和多层商业或厂房楼为主。

沿街广告(招牌)情况：①分布情况：现状整条道路沿线均有户外广告分布，广告数量多，连续度高，密度较大；②广告形式：户外广告形式以依附设置型的招牌广告为主；③尺度：大小尺寸不统一，个别广告过大过密；④高度：广告高度不统一，个别广告有遮挡低楼层视野的情况；⑤质量：部分广告牌制作粗糙，出现老化现象；⑥色彩：总体色彩较鲜明，色系较多，包括红、黑、金、棕等，与建筑及道路的整体风格匹配度一般，观赏效果欠佳。



2.2.4 大型户外广告分布现状

目前,揭阳市城区大型户外广告主要分布在环市北路、马牙路、黄岐山大道、揭阳大道、阳美大道、环市西路等主要道路以及梅东大桥、老北河大桥、环市北河大桥、榕东大桥、枫口大桥等桥梁的桥头位置。

目前,经揭阳市城市管理和综合执法局调查登记的户外广告共 54 处,以高立柱广告、墙面广告和屋顶广告为主。墙面广告和屋顶广告布置方式较为杂乱,广告牌尺寸大小,犹如各式各样的“彩色贴纸”,无法形成统一有序的视觉效果。高立柱广告则相对规整,位置基本位于城市干道的绿化带和城市干道交叉口的交通岛处,内容以公益广告为主,且广告牌设置尺寸与高度相对统一。

表 2-1 揭阳市城区大型户外广告分布一览表

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
1	老北河桥南侧	高立柱广告	三面	商业、公益	
2	老北河桥北侧	高立柱广告	三面	商业、公益	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
3	老北河桥北侧	高立柱广告	三面	商业、公益	
4	马牙路特美思斜对面	屋顶广告	单面	商业	
5	揭阳海关对面	屋顶广告	单面	商业	
6	特美思大酒店对面	屋顶广告	单面	商业	
7	特美思大厦	平行外墙式广告	单面	商业	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
8	特美思二楼天台	屋顶广告	单面	商业	
9	粤东贸易广场前	平行外墙式广告	单面	商业	
10	环市北河东侧(桥头)	高立柱广告	三面	商业、公益	
11	环市北河桥东侧	高立柱广告	双面	商业、公益	
12	皇都汇KTV	屋顶广告	单面	商业	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
13	维也纳国际酒店楼下东侧	高立柱广告	单面	商业	
14	浦东大圆	高立柱广告	双面	商业、公益	
15	榕西路口	平行外墙式广告	单面	商业	
16	榕西路口南方医院对面	高立柱广告	双面	公益	
17	市区汽车总站红绿灯	平行外墙式广告	单面	商业	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
18	望江北路 塘埔村	高立柱广告	双面	商业、公益	
19	234 省仙 桥路中国 银行门顶 二楼大型 户外广告	平行外墙式广 告	单面	商业	
20	仙桥大圆	高立柱广告	双面	商业、公益	
21	吉荣路口	高立柱广告	三面	商业、公益	
22	环市两路 (梅云)	大型支架广告	双面	商业	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
23	望江南路 西 (榕西路 段往梅云 桥)	高立柱广告	双面	商业、公益	
24	榕东大桥 北	高立柱广告	双面	公益	
25	南河桥北 面	高立柱广告	双面	商业、公益	
26	南河桥头	平行外墙式广 告	单面	商业	
27	335 省道 揭阳大道 北段	高立柱广告	三面	商业、公益	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
28	人民大道 南与 G539 辅 路交界处 东南侧	高立柱广告	双面	商业、公益	
29	霖磐大圆 吊桥下 1 幢	屋顶广告	单面	商业	
30	霖磐大圆 吊桥下 2 幢	屋顶广告	单面	商业	
31	田中围材 (雅尊宾 馆边)	平行外墙式广 告	单面	商业	
32	梅东大桥 一侧	高立柱广告	三面	商业、公益	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
33	梅东大桥 一侧	高立柱广告	三面	商业、公益	
34	梅东大桥 一侧	高立柱广告	双面	商业、公益	
35	梅东大桥 一侧	高立柱广告	三面	商业、公益	
36	联西村路 段	平行外墙式广 告	单面	商业	
37	联西学校 对面	屋顶广告	单面	商业	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
38	袁厝寨入口旁	平行外墙式广告	单面	商业	
39	发展大道天逸沐足城	平行外墙式广告	单面	商业	
40	发展大道红绿灯大圆	高立柱广告	双面	商业、公益	
41	发展大道	屋顶广告	双面	商业	
42	锡场高速收费站	高立柱广告	三面	公益	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
43	榕东大桥旁	平行外墙式广告	单面	商业	
44	榕东大桥旁	平行外墙式广告	单面	商业	
45	揭东大桥(枫口大桥)旁	高立柱广告	双面	公益	
46	东海大酒店对面	屋顶广告	单面	商业	
47	南潮乡路口	屋顶广告	单面	商业	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
48	机场路	屋顶广告	单面	商业	
49	机场路龙祥花园门口	高立柱广告	双面	公益	
50	一号路汽车一条街	大型落地式广告	双面	商业	
51	一号路汽车一条街	大型落地式广告	双面	商业	
52	岐山路口	屋顶广告	单面	商业	

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别	图示
53	站前大道	屋顶广告	单面	商业	
54	榕华大桥南	高立柱广告	双面	商业、公益	



图 2-8 大型户外广告现状分布图

2.2.5 户外广告亮化现状

揭阳市城区内部分道路两侧的建筑立面或屋顶上的依附设置型广告亮化基

本完善，已实施依附设置型广告亮化较好的道路有：环市北路、环市西路、马牙路、新阳路、望江北路、进贤门大道、榕华大道、黄岐山大道、建阳路、阳美大道、临江北路、友善路、卢前路、弘德路等。这些路段基本完成路段的广告亮化。

在城市道路交叉口的板式独立型广告大部分设有照灯亮化设施，已实施板式独立型广告亮化较好的道路交叉口有：环市北路与揭阳大道交叉口、环市北路与黄岐山大道交叉口、环市北路与马牙路交叉口、环市北路与阳美大道交叉口、新阳路与淡浦路交叉口、新阳路与马牙路交叉口、望江北路与环市西路交叉口、环市西路与西关路交叉口、新阳路与黄岐山大道交叉口、新阳路与环市北路交叉口、黄岐山大道与临江北路交叉口、榕华大道与进贤门大道交叉口、进贤门大道与揭阳大道交叉口、友善路与美阳路交叉口、友善路与建阳路、卢前路与环市北路交叉口、卢前路与建阳路交叉口、卢前路与美阳路交叉口、弘德路与马牙路交叉口、弘德路与卢前路交叉口等。

揭阳市城区内户外广告亮化相对完善，主要城市干道、城市干道交叉口、桥梁出入口处基本已完成广告亮化。广告亮化方式多样，有自发光、照射灯两种形式，但没有经过总体协调，存在同一建筑墙面多种亮化方式并存的情况。

根据现状调研，对友善路、卢前路、弘德路等路段的广告亮化情况做简要分析：

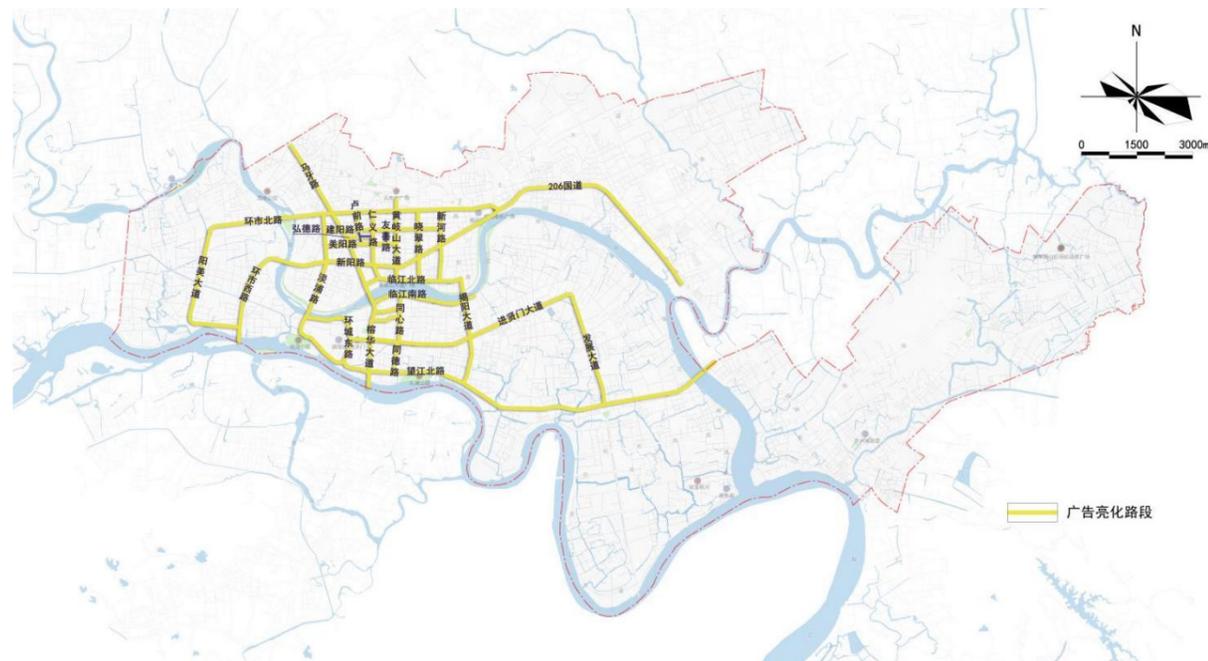


图 2-9 广告亮化分布现状图

(1) 友善路：①亮度：该路段户外广告的灯光亮度不高，且亮度不均，部分路段的广告无亮化，广告的灯光多为白色光，有部分黄色光，总体上为中性光调；②照明方法：多选用霓虹灯的照明方式，少数为投光灯；③与环境的协调情况：广告亮化与周围环境协调性不足；④照明灯具、支架：无明显残破的照明灯具，但存在私自架设于楼房阳台围栏处的广告照明灯具，可能存在安全隐患。



(2) 卢前路: ①亮度: 整个路段的亮化程度不高, 灯光色彩杂乱, 个别户外广告出现亮度过高, 照明均匀度偏低, 色彩过于强烈的情况, 视看效果不佳; 灯光的色彩兼具红橙色和蓝白色, 冷暖光调并存; ②照明方法: 广告的照明方法多样, 包括霓虹灯、投光灯和灯箱照明等; ③与环境的协调情况: 部分广告起到了烘托夜间商业氛围的作用, 与周围的环境协调度高, 但总体的亮化情况还需进一步规划; ④照明灯具、支架: 个别广告出现破损情况, 缺少及时的维护, 可能存在线路故障等安全隐患。





(3) 弘德路：①亮度：总体的亮度较高，但整个路段的亮化程度不高，照明均匀度低；灯光色彩杂乱不一，某些广告的色彩强烈；②照明方法：照明方法多样，包括投光灯、霓虹灯、灯箱、显示屏等照明方式；③与环境的协调情况：该路段的户外广告亮化色彩鲜艳、形式多样，一定程度上强化了该路段的商业气息，但总体的协调性低；④照明灯具、支架：不少自设的投光灯灯具和支架老旧，可能存在安全隐患。





2.2.6 户外广告设置管理现状

目前，城市管理和综合执法局是揭阳市城区户外广告和招牌设置管理的主管部门，负责本市户外广告和招牌设置的监督管理及综合协调工作。市城市管理和综合执法局负责户外广告设施的监督管理和招牌管理的综合协调；区城市管理和综合执法局负责本辖区户外广告和招牌设置的日常管理和监督检查。

近年来，揭阳市城市管理和综合执法局对户外广告和招牌设置做了大量管理与协调工作，但由于户外广告和招牌管理涉及的职能部门比较多，长期以来管理比较杂乱，揭阳市城市管理和综合执法局于2021年7月重新修订印发了《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第75号），2020年10月印发了《揭阳市市容管理条例》等系列法规政策，初步建立了揭阳市户外广告设置管理机制，为完善揭阳市户外广告和招牌设置管理，服务创建文明城市工作提供有力的制度保障。



图 2-10 《揭阳市市容管理条例》



图 2-11 《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》

2.2.7 现状总结

近年来，随着揭阳市城区经济及城市建设的快速发展，在市各级领导的重视与协调管理下，揭阳市城区户外广告取得了快速的发展和长足的进步，广告数量增长迅速，形式多样，有利于揭阳市城区营造浓厚的城市商业氛围，形成繁华都市的景象。然而，由于揭阳市城区广告设置的规划引导不足，不少户外广告设置缺乏统筹协调，影响了街道空间、建筑立面的整体性和特色营造，并在一定程度

上影响了公用设施的正常使用甚至带来交通安全隐患，危害着市容市貌。

基于前面的分析，揭阳市城区户外广告现状情况总结如下：

(1) 现状成效

1) 部分路段新建建筑户外广告质量较好，亮化率较高，商业气氛浓厚，展现了整洁有序的市容市貌和城区的繁荣景象。如临江南路、临江北路、进贤门大道等部分路段。环市西路、榕华大道店招广告连续度较高，风格统一，位置相对整齐。友善路、卢前路、弘德路部分路段广告亮化效果展现了城区的繁荣景象。



图 2-12 环市西路



图 2-13 榕华大道

2) 部分文物保护单位及景观建筑等户外广告禁止设置路段管理控制效果明显，城市景观整洁有序。



图 2-14 揭阳学宫-进贤门城楼

(2) 存在问题

1) 缺乏系统规划指导及统一控制标准

目前揭阳市对户外广告和招牌设置管理出台了一系列的政策法规，加强了户外广告和招牌的设置管理，取得了不错的效果。但城市发展日新月异，迫切需要一个全面系统且分类指导的户外广告设置专项规划，以便从整个城市的层面对户外广告在规格、内容、形式、色彩、地域性特征等方面进行综合考虑，统一控制标准，实施长期有效的管理。《揭阳市区户外广告设置专项规划（2013-2020）》已到规划期末，难以满足揭阳市城区户外广告迅猛发展需求，由于缺乏规划的有效指引，直接导致户外广告管理部门事前审批依据不足，标准不清，致使户外广告个案审批与整体环境要求不协调，各种户外广告互相独立，高低不一，参差不齐，出现“杂、乱、散”等现象，且造成广告整体效果不佳。

2) 布局不均匀，随意性大

由于广告设置缺乏总体规划指导，整体户外广告布局不均，部分地区过于密集，其他地段相对较少，并缺乏与城市总体规划各功能分区间的衔接。户外广告设置随意性大，部分地区广告位置凌乱，参差不齐，尺寸大小不一，局部地区商

业广告贪大求密，不仅侵蚀原有景观空间，而且给人造成一种视觉污染。例如在临江北路，一些过于密集的大型广告牌给人强烈的视觉冲击，有的建筑物已看不出原来面目，完全淹没在巨大的广告设施内，严重影响城市整体形象品质。



图 2-15 临江北路大型广告牌过于密集

3) 与周边环境景观不协调

揭阳市城区内部分户外广告设计模式单一、艺术水平不高，广告形式与色彩与建筑物差异过大，与城市街道、城市建筑、城市色彩等没有充分协调，破坏市容环境体系，造成视觉秩序混乱，缺乏整体美感，直接影响城市整体形象。



图 2-16 望江北路部分广告较为杂乱，与周边环境不协调

4) 质量不高，隐藏安全隐患

揭阳市城区内部分户外广告设施设置质量不高的问题也较为突出，主要表

现为现有的工艺粗糙简陋、材质差、照明亮度偏高、色彩杂乱，造成视觉环境污染，成为交通事故的隐患；分布在城区内老商业区和外围地区的部分户外广告和招牌年久失修，较为残破，未及时处理，隐藏着安全隐患。

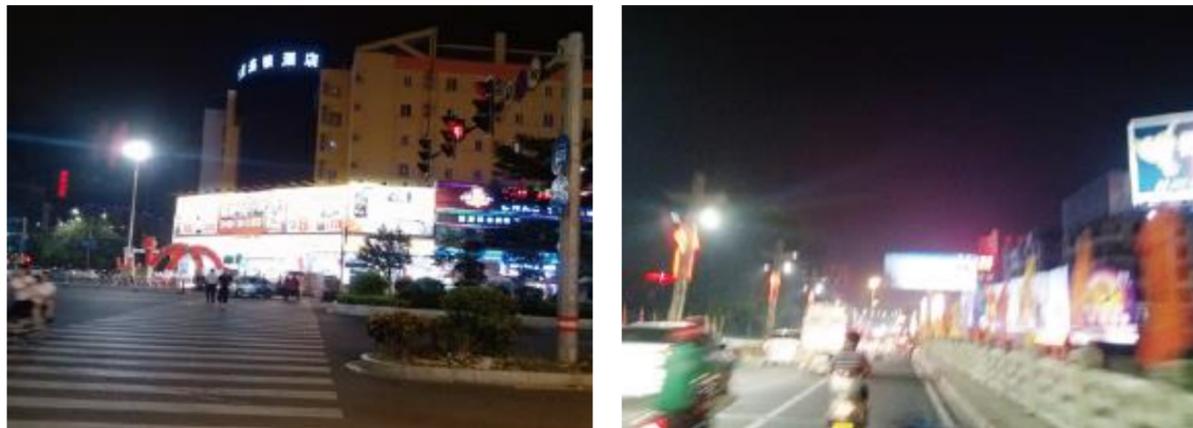


图 2-17 亮度偏高，影响交通



图 2-18 榕华大道部分招牌残破，存在安全隐患

5) 缺少地域特色，弱化城市形象。

户外广告是传播信息的媒体，更是体现城市形象视觉美的物质载体。目前揭阳市广告均以矩形形式设置于不同载体，造型上大同小异甚至千篇一律，毫无特色可言，且现在多数大型户外广告仅考虑信息发布之用，忽略了其在视觉传达艺术上的表现，严重缺少揭阳市地域特色及潮客文化内涵，弱化了城市形象，无法展示揭阳市独特的城市魅力。

(3) 分区发展指引

1) 中心分区：揭阳首善之区，岭南山水名城。建设揭阳最具有吸引力、聚集力、影响力、辐射力的地区。加强对黄岐山、紫峰山和榕江沿江景观塑造，注重历史文化名城的保护，打造具有岭南特色的山水名城。

2) 东部分区：粤东国际窗口、区域服务高地。以榕江新城和临港产业区为抓手，推进新区建设。塑造区域性综合交通枢纽，带动区域的发展及空间结构的调整，打造粤东国际窗口。大力发展文化体育、教育培训、医疗服务，填补粤东地区高端现代服务业空缺，塑造区域服务高地。

3) 北部分区：“生态型、效益型”新型城镇化示范区、粤东产业创新高地。依托揭东城区，促进产城融合发展，建设“生态型、效益型”园区，打造粤东产业创新高地。

4) 西部分区：国家级高新区，世界玉都，南粤美丽水乡。在磐东积极提升、扩大玉文化创意产业链，建设世界玉都。在揭阳产业转移工业园加强环境治理与水资源保护，推进现有产业升级，建设国家级高新区。结合望天湖等现有旅游设施，发展生态休闲旅游项目。通过水系整治，建设以水为特色的城市空间，建设粤东美丽水乡。

(4) 与《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》主要衔接内容：

《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》是指导本次广告规划的上层次规划，提出要进一步加强对专项规划的编制（包括户外广告设置专项规划），把城市总体规划的内容落到实处。本次广告专项规划的户外广告的规划结构、分区规划、路段分类规划和布点设置规划需要结合城市总体规划的城市用地布局、综合交通布局 and 公共中心体系规划，分类制定广告总体布局。

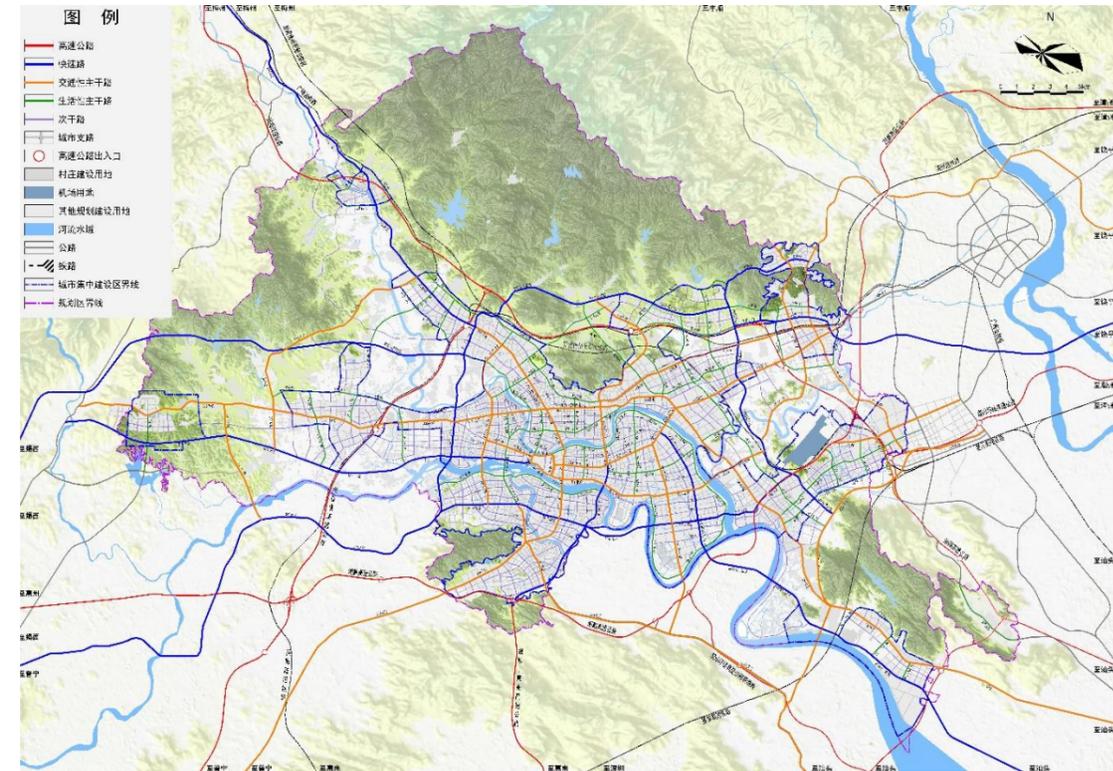


图 3-3 集中建设区道路系统规划图

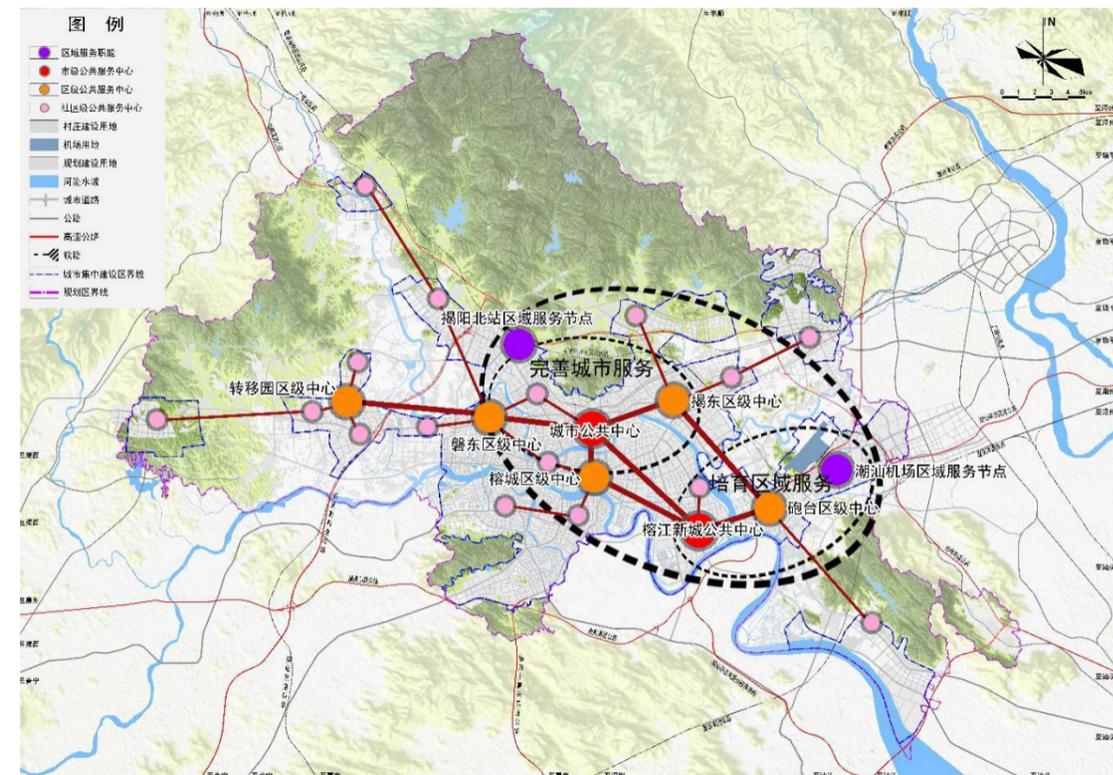


图 3-4 集中建设区公共中心体系规划图

3.1.2 《揭阳市国土空间总体规划（2020-2035年）》（在编）

（1）发展定位

宜居宜业宜游的活力古城、滨海新城，沿海经济带上的产业强市。

（2）城市职能

世界级炼化基地、沿海经济带上的产业强市、粤东商贸物流集聚区、宜居宜业宜游的滨海城市。

（3）中心城市规划定位

宜居宜业宜游活力古城——深入挖掘潮汕文化，建设潮汕特色鲜明、文化底蕴深厚的魅力城市；保护自然山水环境，建设山水特色城市空间，打造宜居宜业宜游活力古城。

粤东创新型产业强市——推动传统产业转型升级，促进现代服务业新型业态发展，打造广东省产业拓展首选地和粤东先进智造高地，引领揭阳建设粤东创新型产业强市。

区域性综合交通枢纽——以揭阳潮汕国际机场、梅汕高铁、榕江港等区域大交通、大枢纽为抓手，加快对外开放和粤东地区互联互通，打造区域性综合交通枢纽。

（4）中心城市空间结构

建设“一城五园”空间结构。

一城：核心城区——促进活力古城和滨海新城核心功能集聚与国际形象提升的重点区域。

五园：五大产业园区——包括临空产业园、临港产业园（南、北区）、北部产业园、南部产业园、州岭产业园五个产业园区，引导产业向“五大园区”集聚，

形成以重点产业园区为架构、产业集聚区为支点的产业空间结构。

（5）与《揭阳市国土空间总体规划（2020-2035年）》主要衔接内容：

《揭阳市国土空间总体规划（2020-2035年）》是指导本次广告规划的上层次规划，目前处于在编阶段。规划对揭阳市提出总体发展定位目标，并对城市总体规划的用地及路网进行优化。本次广告专项规划的规划思路、规划重点等部分结合国土空间总体规划的发展定位和总体结构进行优化。

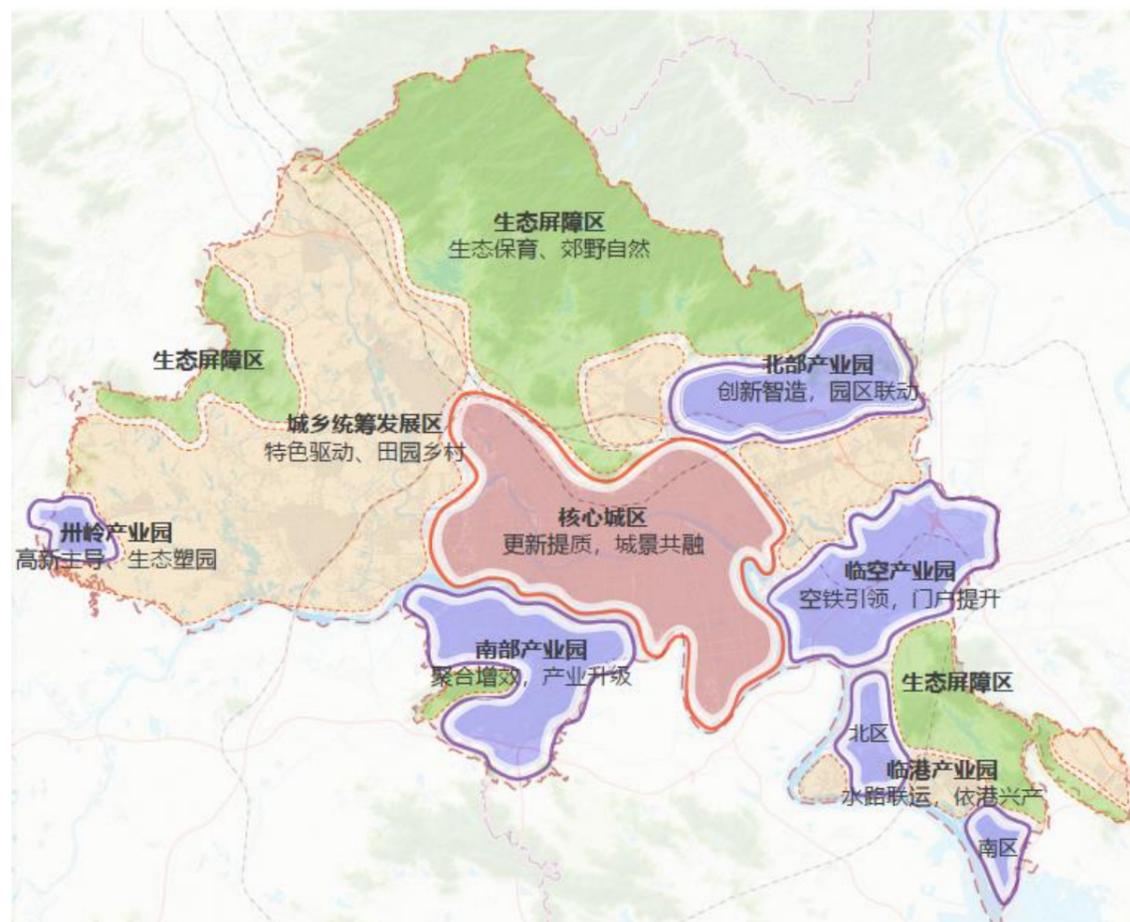


图 3-5 中心城区空间结构图

3.1.3 《揭阳市区户外广告设置专项规划（2013-2020）》

(1) 中心城区户外广告规划结构

中心城区户外广告规划形成“一个核心区、两条滨江控制廊、五个保护区、六条展示轴线、七个展示节点”的总体结构。

一核：由市行政办公中心区和传统商贸中心区构成的核心展示区；**两廊：**即沿榕江北河、南河的两条滨江控制廊道；

五区：即黄岐山生态保护区、紫峰山生态保护区、小北山生态保护区、桑浦山生态保护区和揭阳古城风貌保护区；

六轴：包括环市北路-206国道、马牙路-榕华大道、揭阳大道、榕京路、环市南路-机场路六条主要的展示道路；

七节点：即包括磐东玉器市场、仙桥塑料市场、渔湖文体商贸中心、机场门户区和多个规划展示节点。

(2) 中心城区户外广告分区

在规划结构框的架下，将揭阳中心城区户外广告分为三类区域（集中展示区、一般控制区、严格控制区）进行规划控制，其中：

1) 集中展示区：主要指城市的商业中心、次中心、车站地区、步行商业街、市场区等，该区域在符合户外广告管理通则要求的前提下，应积极鼓励布置各类户外广告，创造繁华的商业气氛。

2) 一般控制区：主要指城市的居住区商业服务中心、城市干路沿线区域、居住用地以及文教、医疗卫生等公共设施用地，该区域在符合户外广告管理通则要求的前提下，可设置一些公益性、商业性户外广告。

3) 严格控制区：主要指城市的行政办公、绿地广场、文保单位、军事等用

地，该区域禁止设置各类商业性广告，为城市留出部分静谧的空间。

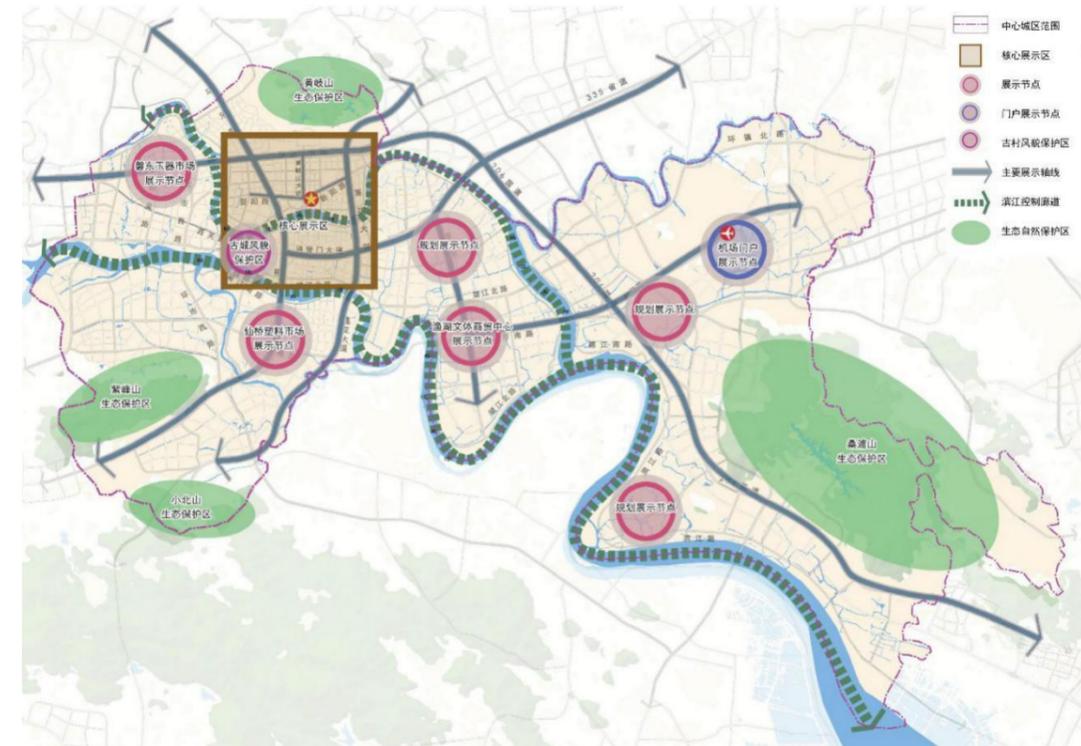


图 3-6 中心城区户外广告规划结构图

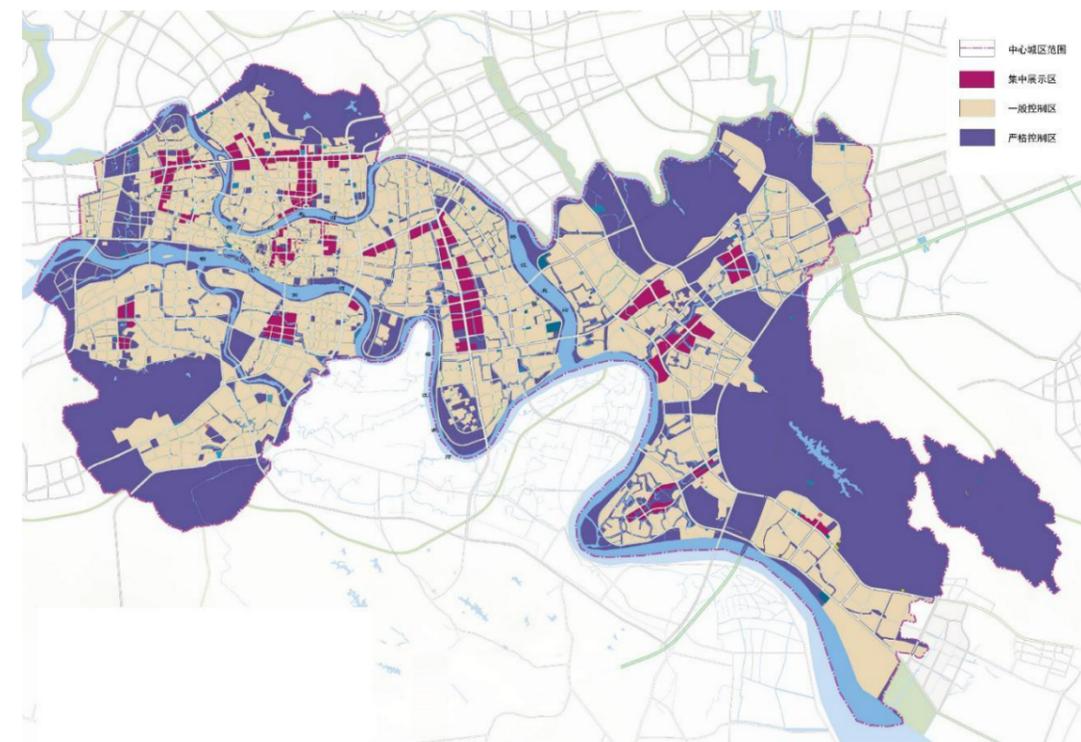


图 3-7 中心城区户外广告分区控制规划图

(3) 道路广场广告设置指引

1) 交通性道路: 适当控制商业类广告数量, 可在商业集中地段结合道路集中布置。户外广告设置应满足交通安全的要求, 色彩柔和, 简洁美观, 广告形式可使用灯箱、照明广告、立体字(可加泛光照明)及其它新型材料等形式, 但应简洁美观。广告色彩尽量使用调和色, 以免分散司机注意力, 成为交通隐患。

2) 生活性道路: 在商业集中地段结合道路集中布置商业广告; 以居住、办公为主的地区应该限制设置商业广告, 可在局部地段设置少量公益性广告; 商住混合型功能的地区, 可在建筑底层商业建筑部分酌情设置。

3) 特色景观道路: 结合路段的主题设计广告牌形式, 提倡以公益性广告为主, 文化建筑上严禁设置附设广告, 商业建筑可适当设置; 户外广告的布置要配合道路环境、人文景观、建筑风格等环境特征, 围绕增强人文气息加以布局和设计。广告造型要新颖美观, 具有时代特征和文化气息, 显示清净文雅、整洁文明的氛围。景观道路主要供人们旅游、休闲、观赏, 因此广告设置可结合环境在小品灯箱广告上、绿化上设置, 广告体型要小巧, 造型要有艺术感, 起点缀照明作用。

(4) 与《揭阳市区户外广告设置专项规划(2013-2020)》主要协调内容:

《揭阳市区户外广告设置专项规划(2013-2020)》是本次规划的上一版规划, 因到规划期末并结合揭阳市户外广告的快速发展趋势进行重新编制。本次规划要对《揭阳市区户外广告设置专项规划(2013-2020)》进行充分衔接, 延续并调整上版规划控制内容, 合理确定揭阳市城区户外广告规划目标及总体布局, 对分区规划, 分道路规划、分节点规划及分类规划进行总体控制。

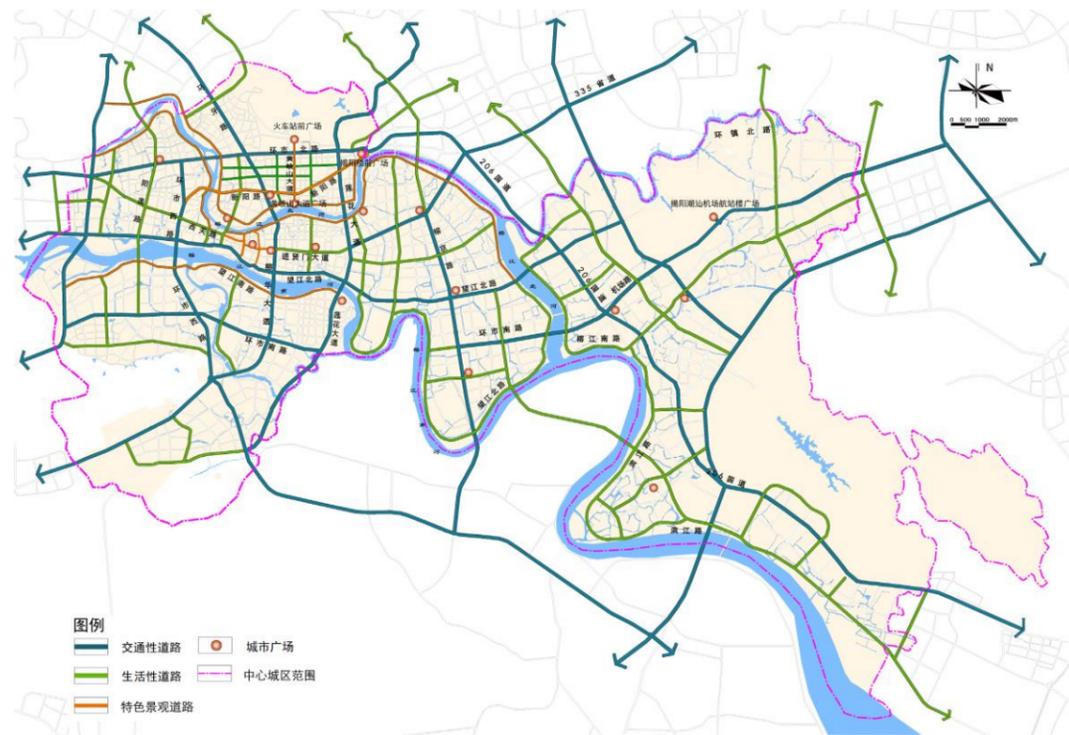


图 3-8 中心城区户外广告设置指引规划图

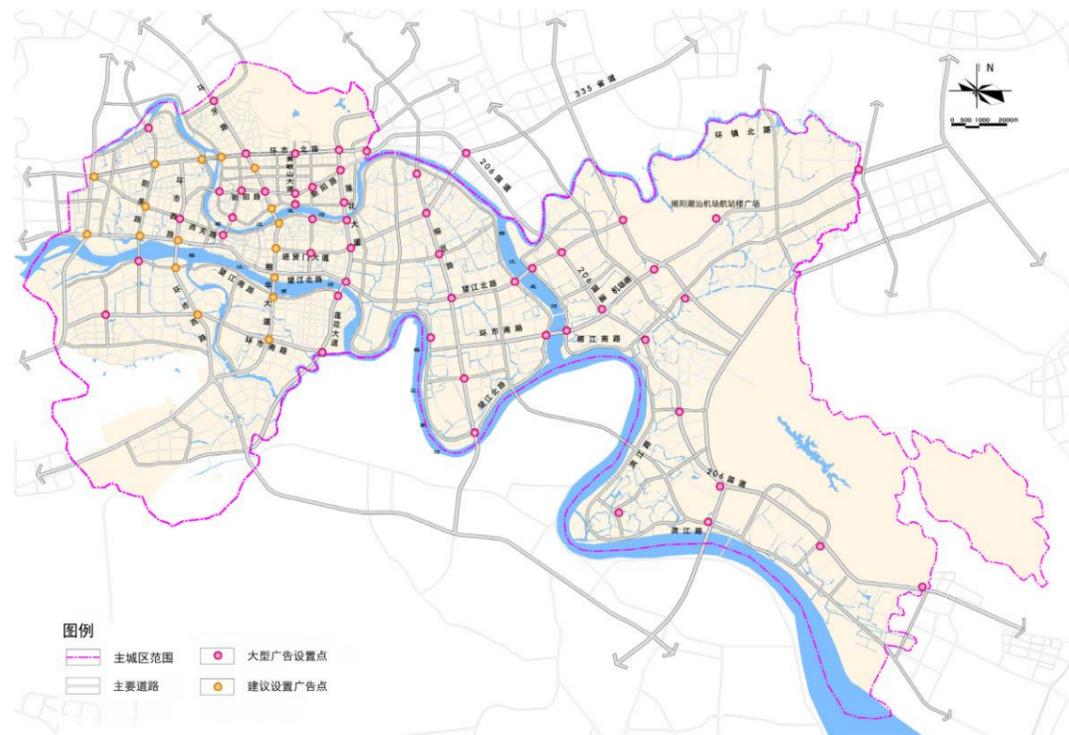


图 3-9 中心城区主要道路广告布点规划图

3.1.4 其他相关规划

(1) 《揭阳市旅游发展规划 (2010-2030) 》

1) **发展定位**：岭南地区著名的山、海主题观光、度假与潮汕民俗文化体验旅游胜地，华南地区重要的旅游目的地之一。形象定位：揭阳的旅游城市形象定位为：岭南水城，潮汕之源。

2) **揭阳市域旅游发展空间格局**：构建揭阳市域“一芯五瓣五蕊”的旅游空间格局。

一芯：旅游综合服务中心。港城一体，形成综合服务核心，其主要功能为旅游接待、旅游办公机构及休闲娱乐等。

五瓣：五个特色旅游组团。按照人文、自然旅游资源分布，揭阳市域的旅游空间格局划分为五个特色旅游组团：即东部生态农业观光旅游组团、南部海滨度假旅游组团、西部温泉度假旅游组团、北部生态山水度假旅游组团和中部潮汕文化旅游组团。

五蕊：五条绿道。在市域范围内综合形成由1条环形线、4条放射线构成的“环形+放射”的绿道网总体布局，串联全是主要的森林公园、自然保护区、风景旅游区、滨水岸线、历史文化遗迹等节点。

3) 与《揭阳市旅游发展规划 (2010-2030) 》主要协调内容：

本次规划需结合市域旅游发展规划对揭阳中心城区的旅游发展重点和旅游线路布局，对重点旅游节点、旅游门户优化广告布局，在不影响旅游线路和旅游景点的景观的前提下，强化宣传效果。



- 1、一芯：市区+空港经济区的旅游综合服务中心
港城一体，形成市区、空港一体化发展的综合服务核心，即以揭阳市区与空港经济区为核心的旅游综合服务中心，其主要功能为旅游接待、旅游办公机构及休闲娱乐等，包括揭阳核心城区和空港经济区两个重点地区。
- 2、五瓣：五个特色旅游组团
按照人文、自然旅游资源分布，揭阳市域的旅游空间格局划分为五个特色旅游组团：即东部生态农业观光旅游组团、南部海滨度假旅游组团、西部温泉度假旅游组团、北部生态山水度假旅游组团和中部潮汕文化旅游组团。
- 3、五蕊：五条绿道
在市域范围内综合形成由1条环形线、4条放射线构成的“环形+放射”的绿道网总体布局，串联全是主要的森林公园、自然保护区、风景旅游区、滨水岸线、历史文化遗迹等节点，实现各城镇之间、城乡之间、山林、滨水等生态资源以及历史文化资源的紧密连接，形成安全、舒适的绿色通道，为人们提供良好的游憩途径。

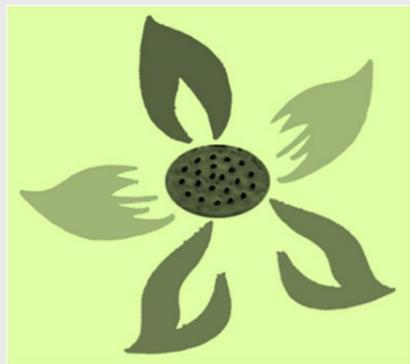


图 3-10 旅游空间布局规划图

(2) 《揭阳市区绿地系统专项规划 (2012—2030) 》

1) 总体目标:

①保障区域生态安全,建设和谐揭阳:保护物种迁徙廊道、保持生物多样性。本次规划采用“斑块-廊道-基质”为基本景观生态模式来建构揭阳市绿地体系的总体结构,并使之与区域绿地体系相融合。

②塑造“岭南特色水城”风貌,建设特色揭阳:建设成自然景观与城乡人工、人文景观和谐统一,体现山水生态城乡风貌,形成“依山傍水、山水相映”的山水格局;运用岭南园林的造园手法,使绿地可赏可用。

③提升人居环境品质,建设魅力揭阳:通过森林公园、河岸公园和湿地公园等的建设,为市民提供环境优美、便捷安全的户外活动场地和丰富的活动内容,增强市民凝聚力和幸福感,从而提升揭阳的城市魅力。

2) 绿地系统结构:中心城区绿地系统规划通过构建“生态绿地系统+城市绿地系统”的绿地系统结构,对生态绿地进行集中保护、抚育和自然恢复。中心城区最终形成“二带三心,六廊多点”的网状绿地系统结构。二带:指的是揭阳中心城区内主要的两条区域生态保护带,即榕江南河和榕江北河及其周边生态区域。三心:指的是中心城区内三个主要的大面积绿心。多点:指的是中心城区内规划形成的多个公园绿地。

3) 与《揭阳市区绿地系统专项规划 (2012-2030) 》主要协调内容:

规划从保护市区生态安全,建设和谐揭阳的目标出发,确定了市区生态绿地、区域绿地、公园绿地、生产绿地和防护绿地的布局,本次规划要结合绿地系统专项规划制定各类绿地的广告规划指引,避免广告影响城市绿地系统。

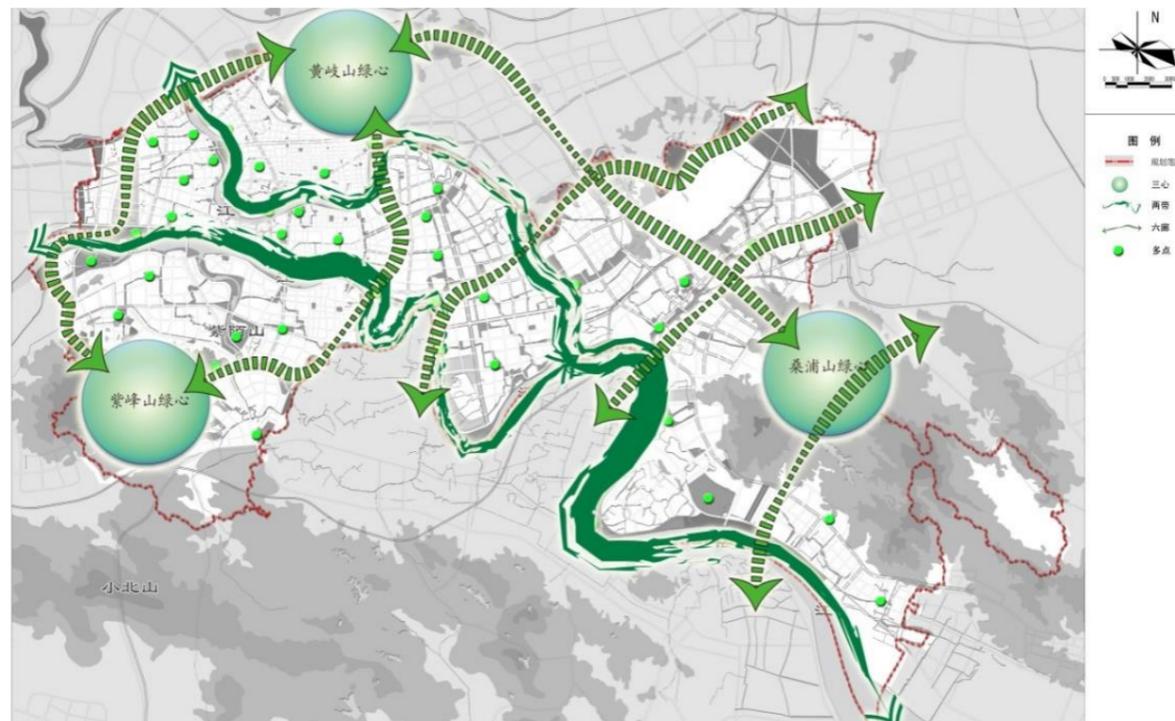


图 3-11 中心城区绿地系统结构图

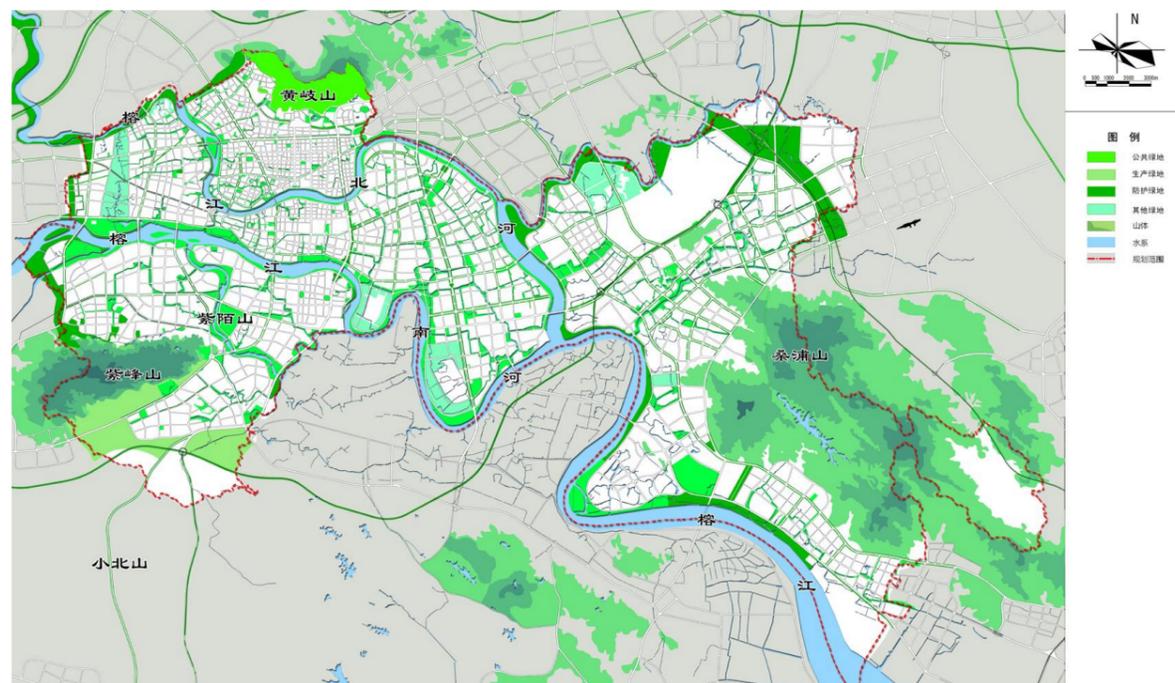


图 3-12 中心城区绿地系统规划总图

(3) 《揭阳市 G206 沿线户外广告建设指引》(修正稿)

1) 规划目标

①与城市总体规划等相关规划充分衔接,实现 G206 沿线户外广告的整体科学布局,有效指导 G206 沿线户外广告整治工作,丰富城市景观,展示城市特色,提升城市品位。

②促进揭阳市户外广告与经济、社会、资源、环境的和谐发展,既要考虑经济效益,又要考虑社会效益,又要保障城市品质,体现城市特色。

③形成科学有效的城市户外广告设置标准,有效指导 G206 沿线户外广告建设,确保实施。

④与地域特色、地方文化相协调,体现地域特色。

⑤采用新技术、新材料,体现户外广告的时代特征,营造出较好的城市空间氛围。

2) 户外广告功能定位

体现现代、时尚、人文的新都市风貌,提升城市品质的核心形象展示区。

3) 与《揭阳市 G206 沿线户外广告建设指引》(修正稿)主要协调内容:本次规划需结合 G206 沿线四片区(包括榕城片、揭东片、村镇片、机场片)及马牙路、潮汕线、揭东大道等沿线道路两侧户外广告的功能定位、总量控制及整体建设指引等相关要求,提出符合 G206 沿线发展的户外广告设置总体规划。

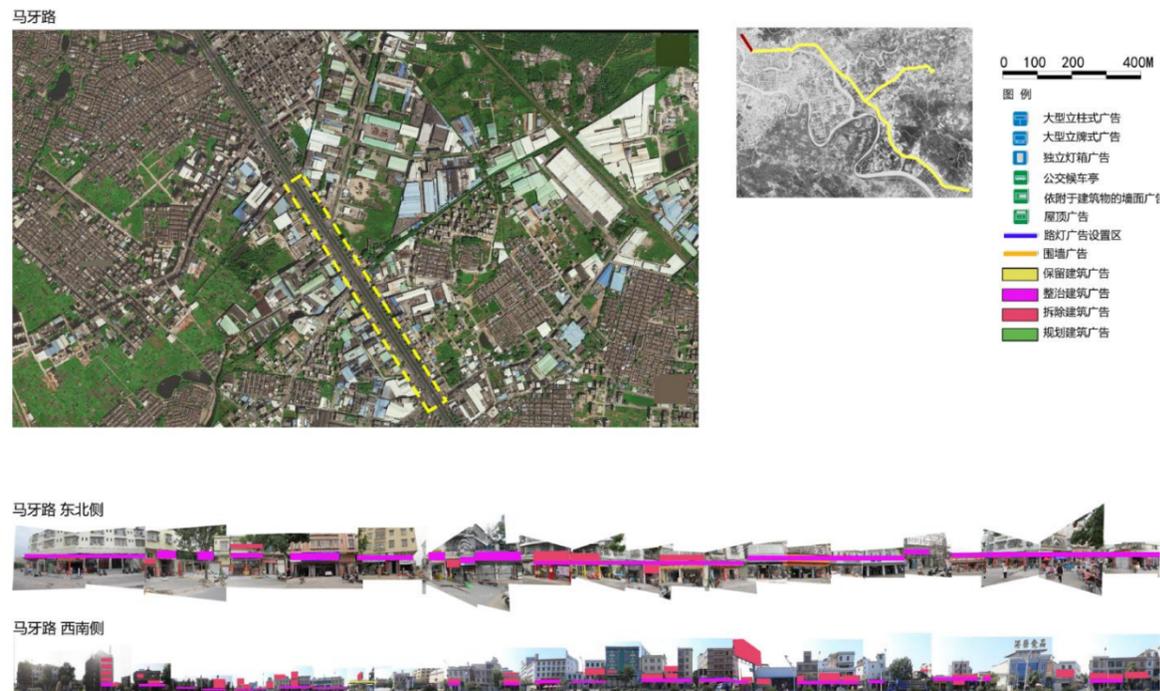


图 3-13 马牙路北段建设指引图

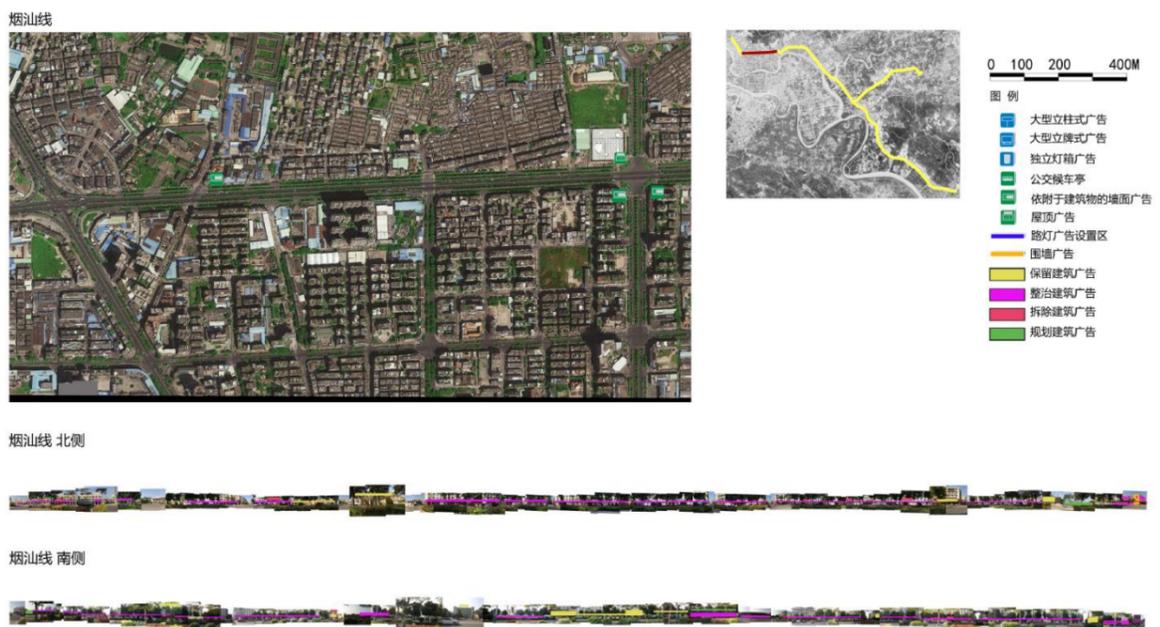


图 3-14 潮汕线西段建设指引图

3.2 案例借鉴

3.2.1 《上海市户外广告设施设置阵地规划（修编）》

《上海市户外广告设施设置阵地规划（修编）》的编制按照展示区、控制区、禁设区来划分控制分区，针对各分区提出不同的控制及管理要求。设置户外广告管理控制通则提出“禁止性条款”和“控制性条款”两部分。

控制分区定义及要求：

展示区，是指为服务商业经济发展，可设置多样化的户外广告设施的区域。主要是上海城市总体规划确定的“中央活动区、城市副中心、地区中心、新城中心、核心镇中心”等区域的商业集中地区。

控制区，是指为服务城市公共功能和宣传所需，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、交通枢纽场站区域、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。

禁设区，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，以及公共绿地、工业仓储、市政设施及其廊道、生态廊道及水域等用地。

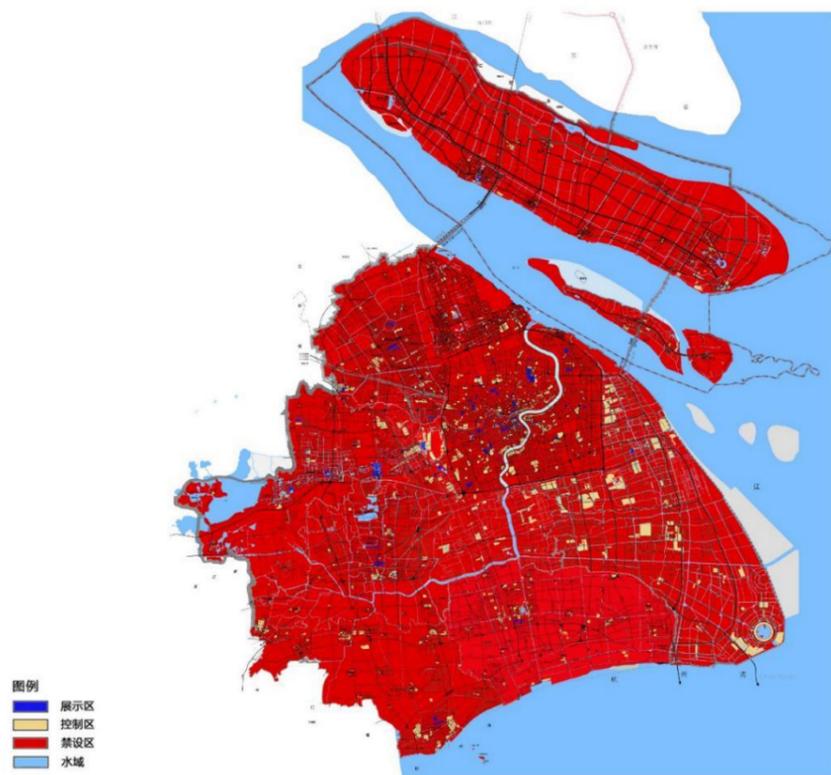


图 3-15 上海市户外广告控制分区图

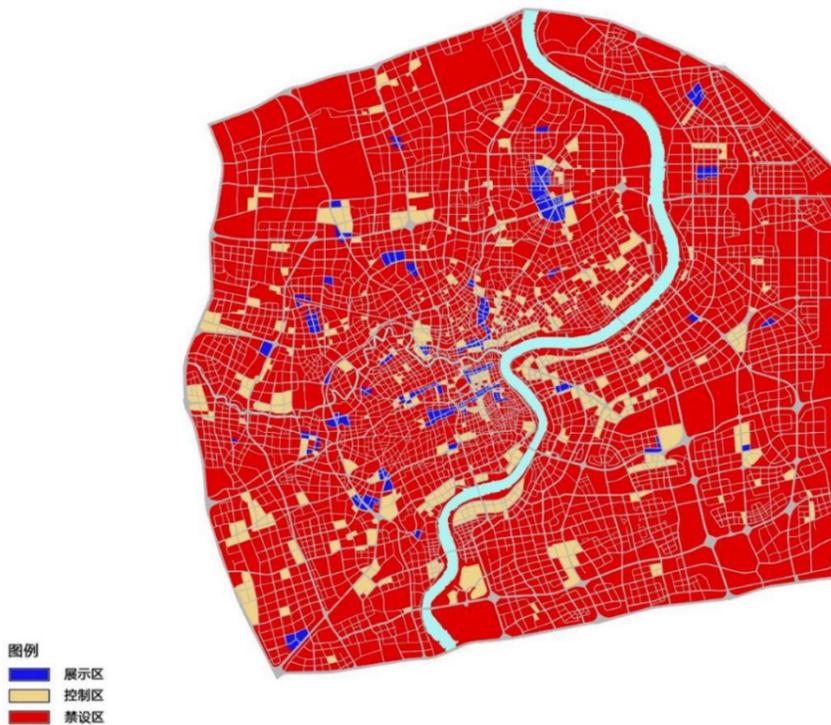


图 3-16 上海市中心城区户外广告控制分区图

3.2.2 《厦门市户外广告设施设置总体规划（2016—2020年）》

《厦门市户外广告设施设置总体规划（2016—2020年）》主要对“城市空间”和“户外广告设施”两个对象进行控制。

户外广告设施空间控制规划结合城市经济、环境、景观、空间等因素对户外广告设施不同的空间按以下三个层面来控制：

分区控制——主要针对城市各类功能区和重点地区提出相应的规划控制要求。分段引导——主要目标对象为广告设施空间控制要求不同的路段、廊道，主要是针对不同等级和性质的道路提出相应的规划控制引导。分节点设置——主要目标对象为典型的或具有代表性的节点，主要针对交叉口、街头绿地、标志性建筑的刚提出分界点设置要求。

户外广告设施设置控制规划对不同类型的户外广告设施设置位置、大小、密度等进行控制，实现“与城市和谐、与环境和谐、与人和谐”。

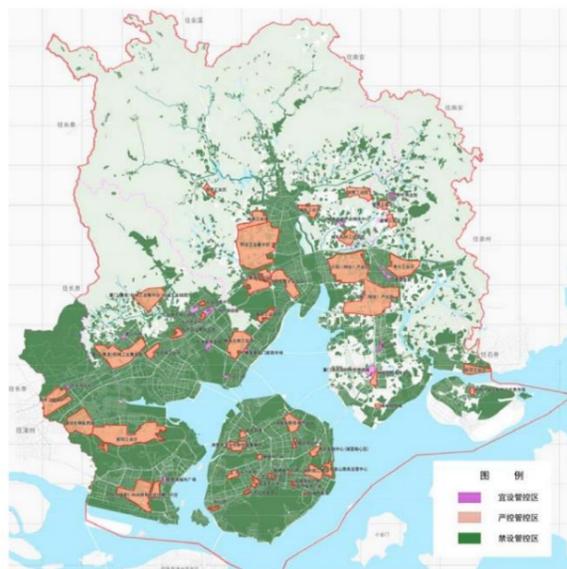


图 3-17 总体控制分区图

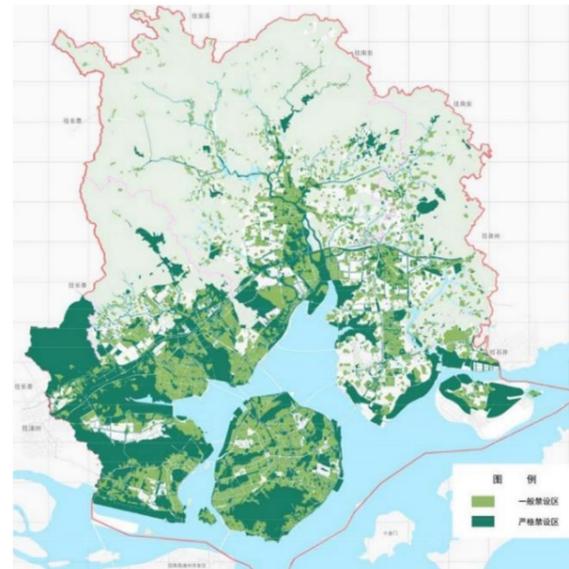


图 3-18 禁设区分级图

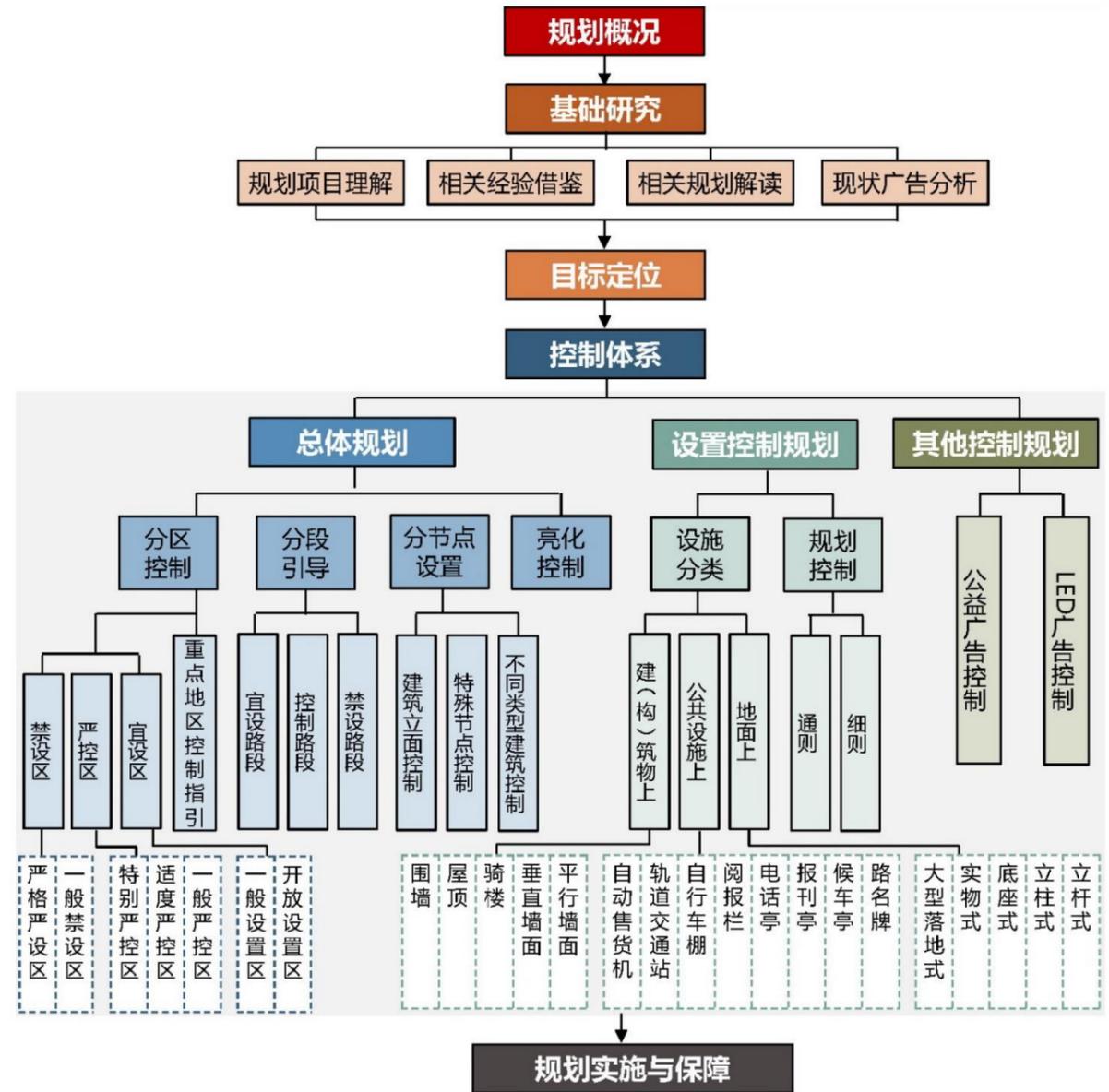


图 3-19 厦门市户外广告设施设置总体规划技术路线图

3.2.3 《广州市户外广告专项规划（2020—2025年）》

《广州市户外广告专项规划（2020—2025年）》宏观上通过制定空间布局负面清单，明确禁止在影响公益设施及人居环境、城市景观和生态环境的设置户外广告情形，以及户外商业广告和公益广告设置空间布局总体原则。其中商业广告空间布局结合影响商业广告布局的现状人流、车流等大数据匹配商业活力、街景地图比对、现场核准等修正计算结果，细分优化区、严控区、禁设区。微观上品质控制，衔接《广州市户外广告和招牌设置规范》，对其相对应规划的空间布局进行差异化控制。商业广告空间布局分区：

优化区，是指为服务重点商业活力区域的经济发展，满足商业活动的宣传展示要求，允许设置多样化户外广告的区域。

严控区，是指服务一般商业活力区域的宣传展示需求，同时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，允许适度设置户外广告的区域。

禁设区，是指为保护城市景观、公益设施、人居环境，原则上禁止设置户外广告的区域。

创新在于，第一，对应广州控制性详细规划一张图用地，形成允许设置户外广告的基础空间，实现从“路段控制”到“地块控制”，布局更精准、集约；第二，通过筛选50处区域作为允许设置公益广告发布点和增加了公益广告设置比例提高了公益广告设置保障；第三，建立当城市控制性详细规划发生调整时，户外广告空间布局规划也相应调整的弹性机制。

4.1.2 海珠区户外商业广告空间布局图

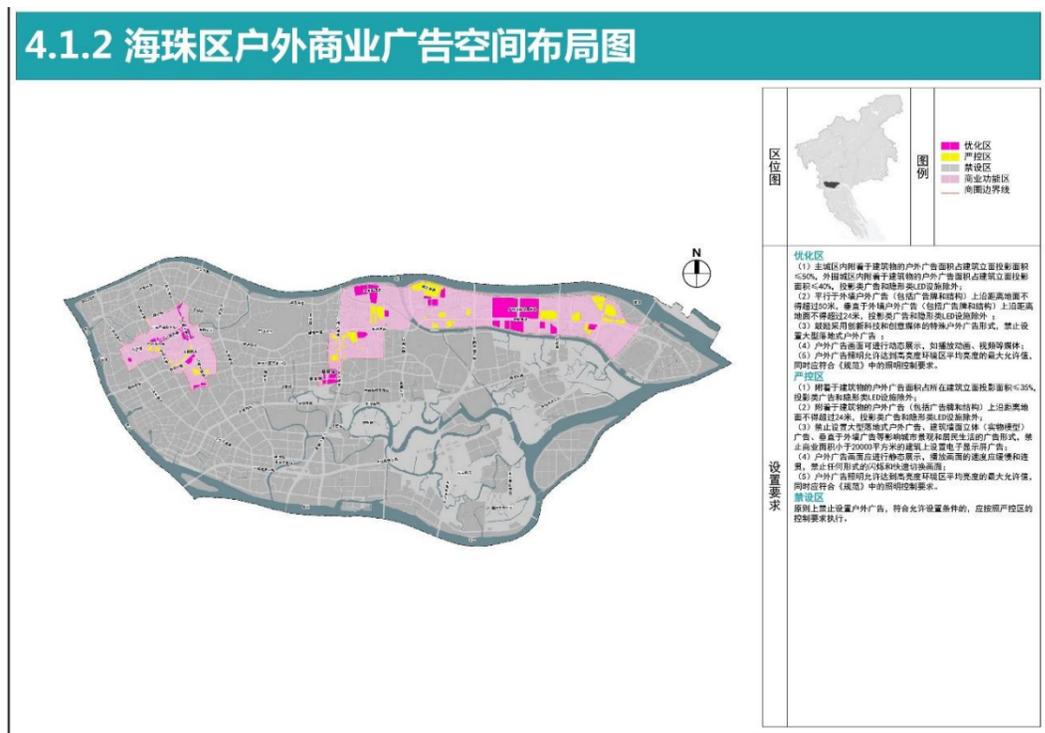


图 3-20 广州市海珠区户外商业广告空间布局图

4.1.2 海珠区户外商业广告空间布局图

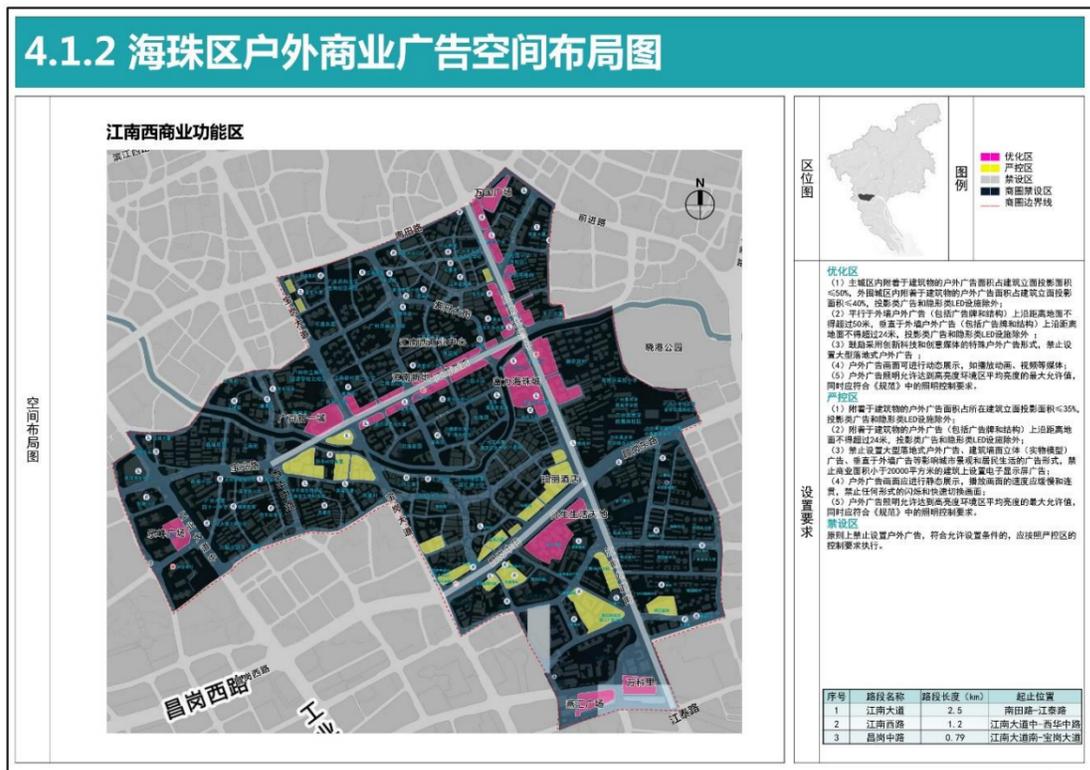


图 3-21 广州市海珠区户外商业广告空间布局图

3.2.4 《汕头市中心城区户外广告专项规划（2015—2025年）》

《汕头市中心城区户外广告专项规划（2015—2025年）》采取区域、道路、用地、建筑四个标准，划分宜设、限设、禁设三个控制等级，设置分路、分区、分类控制，形成“点、线、面”结合的户外广告设施设置总体布局。

分路控制划分：宜设路，在满足相关规定的前提下，允许在该道路两侧集中设置多样化的户外广告设施；限设路，限设路两侧允许在满足相关规定的前提下，适量设置户外广告设施，但对户外广告设施类型、数量、位置等内容实施更严格的限制；禁设路，禁设路两侧不宜设置除公交候车亭广告以外的任何形式的长期性户外广告设施。

分区控制划分：宜设区，在满足相关规定的前提下，从环境景观、城市商业活动需求和丰富人民群众生活出发，允许在该区范围内集中设置多样化的户外广告设施；限设区，在满足相关规定的前提下，允许适量设置户外广告设施，但对户外广告设施类型、数量、位置等内容实施更严格的限制；禁设区，禁设区不得设置除公交候车亭广告以外的任何形式的长期性户外广告设施。

分类控制：按照不同性质的用地和建筑进行分类，分为禁设、限设和宜设三个级别进行控制。在不同用地与建筑上的户外广告设施分类控制方式中，禁设级别按照禁设区、禁设路控制要求，限设级别按照限设区、限设路控制要求，宜设级别按照宜设区、宜设路控制要求。

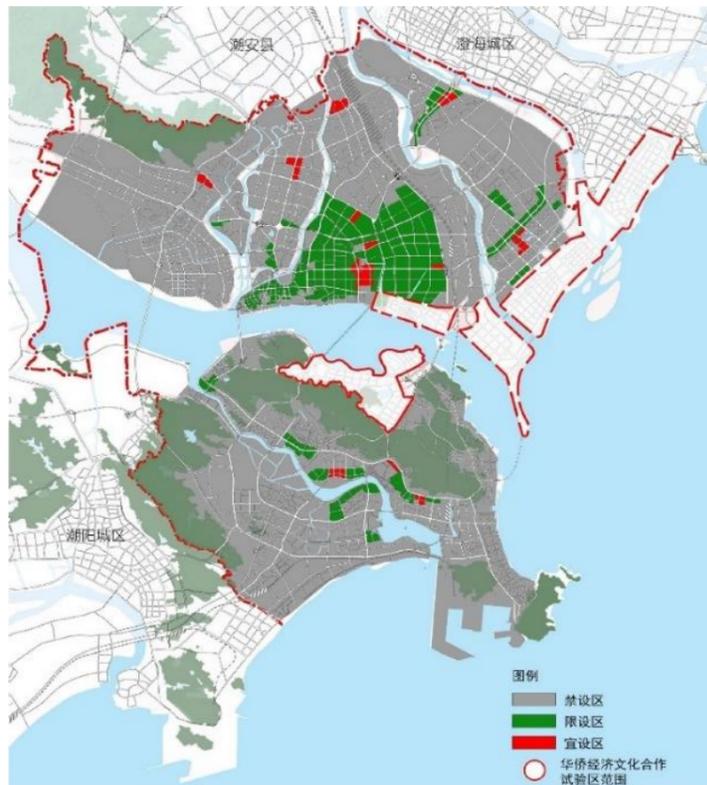


图 3-22 汕头市户外广告专项规划分区控制图

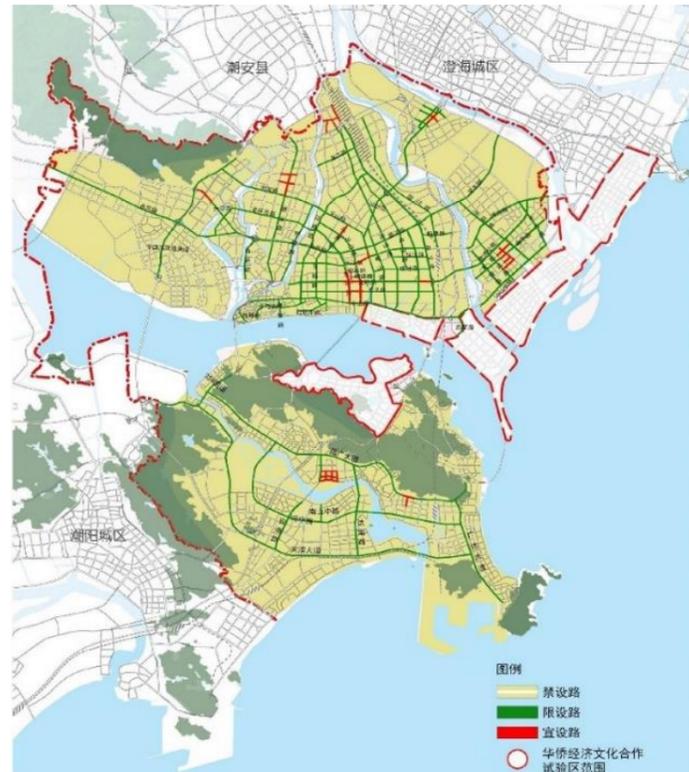


图 3-23 汕头市户外广告专项规划分路控制图

3.2.5 《深圳市户外广告设施设置专项规划（2015—2025年）》（意见稿）

依据空间布局、景观风貌、用地功能等基本情况，配合城市建设发展进程，《深圳市户外广告设施设置专项规划（2015—2025年）》按照活力展示、一般设置和禁止设置来实施分区规划，明确各分区的户外广告设施设置要求。针对城市特色地区通过区域个性化设置要求与规划分区要求叠加，共同作用。

分区划分：

活力展示区：为服务城市商业、促进经济发展、提振城区活力，允许集中、多样化设置户外广告施的区域。主要包括罗湖“金三角”商业中心、华强北商贸区等国际级和市级商业中心、商贸区。

一般设置区：在保护深圳多元城市风貌、建筑空间特色的基础上，为满足城市一般地区商业宣传、活力营造和公共宣传需求，允许适度设置户外广告施的区域。活力展示区和禁止设置以外的域均纳入一般管理。

禁止设置区：为保护深圳特色景观、保护生态环境禁止设置户外广告施（不含户外招牌）的区域。主要包括内伶仃-福田红树林自然保护区、铁岗-石岩湿地、田头山和大鹏半岛等自然保护区、梧桐山风景名胜区、梧桐山风景名胜区以及羊台山、凤凰以及羊台山、凤凰塘朗山等森林公园、郊野，以及特殊用地。

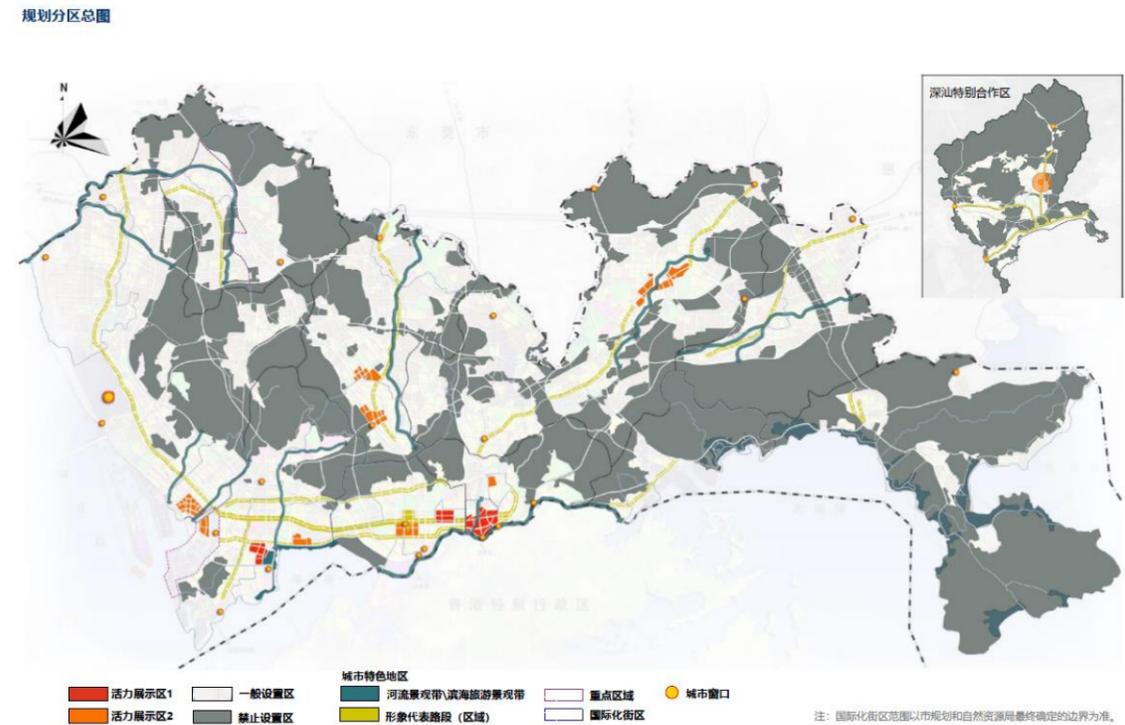


图 3-24 深圳市户外广告设施设置规划分区图

3.2.6 案例总结与借鉴

通过以上对《上海市户外广告设施设置阵地规划（修编）》《厦门市户外广告设施设置总体规划（2016—2020年）》《广州市户外广告专项规划（2020—2025年）》《深圳市户外广告设施设置专项规划（2015—2025年）》《汕头市中心城区户外广告专项规划（2015—2025年）》的案例介绍，总结出以下特点作为本次规划的借鉴和参考：

(1) 城市户外广告设施规划采用划分鼓励、限制、禁止三种程度的控制等级，设置分路、分区、分类控制。

(2) 弹性空间取代硬性控制，鼓励主动性，引入新概念、新材料、新技术，在重点区域建设更优质多样化的户外广告。

(3) 提高公益广告设置保障，增加公益广告占商业广告量的投放比例。

第4章 户外广告总体规划

4.1 规划目标

揭阳市城区户外广告设置专项规划是在城市总体规划指导下的一个专项规划。为了提高户外广告专项规划的科学性与可操作性，户外广告专项规划既要对整个城区的户外广告进行整体布局，分区分路段突出控制要求和特色规划，又要对重点地段根据地段特色及发展定位提出广告设置的具体要求。通过“点-线-区”构筑城区户外广告控制体系，从节点、路段、分区等多方面提出户外广告控制要求，为揭阳城区户外广告、招牌的建设与管理提供法定依据。

通过规划合理布局城市户外广告，提高城市户外广告设置水平，改善城市景观，提高城市品位，升级城市形象，筑造文明高雅的城市形象，繁荣商业气氛，充分发挥户外广告的经济效益和景观文化效益。通过构建**体系完善、布局有序、行为规范、风貌彰显**的户外广告新环境，支撑揭阳市建设宜居宜业宜游的活力古城、滨海新城，打造沿海经济带上的产业强市。

4.2 户外广告规划结构

依据《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》等上层及相关规划，揭阳城区户外广告规划形成“一带一区三轴五心”的总体结构。

一带：由榕江南北河形成的控制带，严格控制两岸周边建筑、地块以及其他空间的户外广告设置，创造舒适宜人的视觉效果，形成高品质滨水景观风貌。

一区：由揭阳历史城区形成的古城风貌控制区，严格控制历史城区内以及周边建筑、地块以及其他空间的户外广告设置，严格保护历史城区历史建筑、历史

元素、格局以及传统风貌，弘扬城市历史文化，展示城市特色风貌。

三轴：以环市北路-黄岐山大道-进贤门大道-环市东路-砲浮路形成的展示中轴线，串联多个展示核心；以环市东路-进贤门大道-北环路形成的现代风尚展示轴；以马牙路-榕华大道形成的传统风貌展示轴。

五心：由揭阳市传统商贸中心区构成的城市服务展示核心以及玉都新城展示中心、揭东展示中心、新城展示中心以及机场门户展示中心。

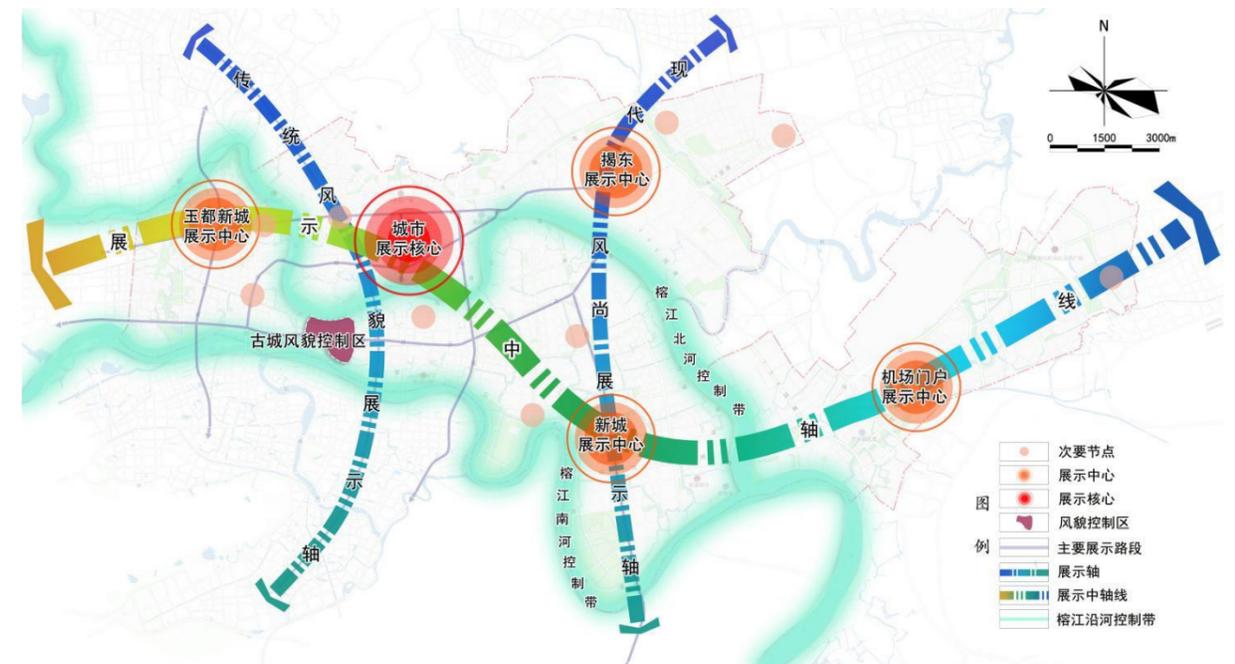


图 4-1 户外广告规划结构图

4.3 户外广告分区规划——“面的控制”

4.3.1 分区设置方法及管控要素

分区设置方法：用地性质是本次规划规定分区的最重要依据。户外广告设置要与城市总体规划功能结构相协调。本次规划参考《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中规划结构的有关内容，根据户外广告与城市用地的相容性关系与

总体规划结构,通过户外广告敏感度、广告效益评价、交通安全性分析等明确将揭阳城区空间分为集中展示区、一般控制区、严格控制区、禁止设置区。

管控要素:参考其他空间规划管控方法,采用分区、分路段、节点、建筑等分级分类对户外广告进行管控,其中分区主要控制广告内容及广告类型。

4.3.2 集中展示区

指在满足安全、有序前提下,为服务城市商业、促进经济发展、提振城区活力、展示城市形象、丰富人民群众生活,允许设置集中、多样化户外广告设施的区域。主要是指《揭阳市城市总体规划(2011-2035年)》确定的“商业中心、传统商业街区、专业市场群、农贸市场、小商品市场、以及其他各类专业市场”等区域的商业集中地区。

(1) 设置原则

鼓励设置户外广告设施,营造商业氛围,塑造丰富多彩、繁华热烈的户外广告环境特色,突出地区整体空间特点和满足商业功能需求。

(2) 广告类型

该区域允许设置墙面广告、围墙广告、屋顶广告、路灯杆及电杆广告、公交候车亭广告、报刊亭及电话亭广告、公共宣传栏、大型落地式广告、小型落地式广告、车辆广告、船舶广告、空中移动广告等多种广告形式。

(3) 设置指引

户外广告表现形式宜多样化,在保证安全和不影响建筑风格的前提下,鼓励采用有特色的、创意性广告设计及LED显示屏广告、全息投影广告、光源广告等新型多媒体展示形式。户外广告画面可进行动态展示。

公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 10\%$,可在总量控制的基础空间上灵活布置。

(4) 划定范围

表 4-1 集中展示区划定范围一览表

分区	控制范围	类型	名称
集中展示区	商业建筑或设施集聚的市、区级商业中心、商业街区	商业中心	城市展示核心
			玉都新城展示中心
			机场门户展示中心
			揭东展示中心
			渔湖新城展示中心
		专业市场	磐东玉石专业市场群
			粤东港货(进口商品)城
农贸市场、小商品市场、以及其他各类专业市场	如国际装饰材料城、揭阳城西五金贸易中心、开发区中心市场等		

4.3.3 一般控制区

指在满足安全、有序前提下,为服务城市公共功能和宣传所需,同时确保户外广告设置不对公众的正常工作和生活造成影响,允许适度设置户外广告设施的区域,主要是商业建筑或设施相对较少的市、区级商业中心、商业街区、专业市场、城市干路沿线及其延伸区域,包括商务办公区、文化中心、体育中心、交通枢纽场站、工业园区、物流园区等区域的地区。

(1) 设置原则

区域内应对户外广告数量和质量进行控制,使户外广告起到提升城市景观的作用。

(2) 广告类型

该区域允许设置墙面广告、围墙广告、屋顶广告、路灯杆及电杆广告、公交候车亭广告、报刊亭及电话亭广告、公共宣传栏、小型落地式广告、车辆广告、船舶广告、空中移动广告等多种广告形式。

(3) 设置指引

禁止新建大型落地式广告，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。户外广告设施能与周围环境相协调，不宜过于夸张、夺目设计，以免破坏环境的和谐。建（构）筑物广告体量应以中小型为主。

公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 20\%$ ，可在总量控制的基础空间上灵活布置。

禁止新建大型落地式广告。户外广告画面应静态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

(4) 划定范围

本次规划范围内，除集中展示区、严格控制区和禁止设置区以外的区域。

4.3.4 严格控制区

指以不影响居民生活为宜，保持行政服务严肃性以及自然景观、历史文化景观的原生性，谨慎考虑户外广告设置，尽量少地设置户外广告，主要包括规划范围内行政办公集聚区域、榕城片区古城地区、榕江南北河两岸风貌的地区。

(1) 设置原则

该区域内应谨慎考虑户外广告设置，尽量少地设置户外广告，公益广告应占有一定比例。

(2) 广告类型

该区域可适量设置墙面广告、围墙广告、路灯杆及电杆广告、公交候车亭广告、报刊亭及电话亭广告、公共宣传栏、车辆广告、船舶广告、空中移动广告等多种广告形式。

(3) 设置指引

禁止新建大型、小型落地式广告、屋顶广告，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。户外广告设施应小型化。

公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 25\%$ ，可在总量控制的基础空间上灵活布置。

户外广告画面应静态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

(4) 划定范围

表 4-2 严格控制区划分范围一览表

分区	控制范围	类型	范围
严格控制区	行政办公集聚、以历史文化名城范围线的榕城片区古城地区、榕江南北河两岸建筑及景观的区域	行政办公集中区域	如有独立用地的市区两级党委、人大、政府、政协，以及民主党派、公检法等办公所在地
		榕城片区古城保护范围	榕江北河沿岸：北河大桥 - 北环城路 - 韩祠路 - 东环城路 - 榕江北河围合区域内
			榕江南河沿岸：东环城路 - 望江北路 - 绍兴路 - 榕江南河围合区域内
			榕江西湖公园范围：望江北路 - 榕江西湖公园 - 市造船厂 - 榕江南河围合区域内
榕江南北河两岸	榕江南北河两岸蓝线向外延伸 300m 范围内由道路围合的区域		

4.3.5 禁止设置区

指以保护城市景观、城市自然景观、城市历史风貌、城市功能及公共空间环境品质、城市安全等为目的划定，原则上禁止设置户外广告设施的区域（不包括临时广告和公益广告），该区域包括本次规划范围内水域及其控制带、农林和其他非建设用地、绿地、文物保护单位、文化教育场所、医院等及其建筑控制地带。

(1) 设置原则

原则上禁止除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

符合允许设置条件的户外广告设施应按照严格控制区设置指引要求执行。

(2) 划定范围

表 4-3 禁止设置区划定范围一览表

分区	控制范围	类型	范围
禁止设置区	本次规划范围内水域控制带、自然景观、国家机关、文化教育场所、医院、军事场所及其建筑控制地带	建设区内水域控制带	从河道蓝线至沿河第一街坊及第一界面建筑
		绿地	如榕江西湖公园、东湖公园、长美田园景观区和新区两岸 30m 以上滨河景观带公共绿地；城市卫生、安全、防灾、环保等要求建设防护绿地，山体、河流、水源保护区、大型工业区周围、市政管线和交通干线两侧布置（不包括公路两侧防护绿地，如高速公路两侧 50m 范围内）等防护绿地

分区	控制范围	类型	范围
		东湖和西湖沿岸 30m 范围	约 30ha
		保护自然景观 水域、农林和其他非建设用地	如榕江北河、榕江南河、涂溪等水域；如菜地、灌溉水田等耕地，果园、桑园、茶园等园地，树林、竹林、灌木林、榕江沿岸涵养林等农林用地
	保护城市历史风貌	各级文物保护单位	如揭阳学宫、关帝庙、丁日昌旧居 3 处全国重点文物保护单位，城隍庙、陈氏家庙、甲东里等 6 处省级文物保护单位，百兰山馆、双峰寺、勉勋公祠、革命烈士纪念碑、进贤门城楼、登瀛五马坊等 34 处市级文物保护单位，炮台“三日红”旧址、跃禹门坊、百岁坊等 9 处县级文物保护单位
		名镇名村、优秀历史建筑及其建筑控制地带范围内	如市级历史文化名村，渔湖的长美村和磐东的北河村以及一些优秀历史建筑
		保护城市功能及公共	教育科研用地

分区	控制范围	类型	范围
		环境品质	社会福利设施用地 如福利院等
			宗教设施用地 如基督教堂等
			其他公共管理与服务设施用地 如领事馆等
			市政设施用地 供应、环境、安全等设施用地，如独立用地的邮政、电信、广播、水厂、污水处理厂、泵站、消防站等
			交通设施用地 如轮渡，公共汽电车、出租车、轨道交通的停车场、保养场、车辆段，货运公司的停车场、教练场，汽车维修站等交通场站
			区域公共设施用地 如殡仪馆等殡葬设施用地
		特殊用地 如军事用地、监狱、劳改农场	
		保护城市安全	区域交通设施用地 铁路、公路、港口、机场和管道运输等区域交通运输及其附属设施用地，不包括城市建设用地范围内的铁路客货站、公路长途客货站以及港口客运码头
			饮用水水源保护区 如饮用水水源保护区包括新西河水库饮用水水源保护区；揭阳市区榕江饮用水水源保护

分区	控制范围	类型	范围
			区锡中以上的榕江北河水域（揭阳境内）；揭东县城水厂饮用水源保护区翁内水库、世德堂水库、水吼水库，车田河揭阳三角棚至双溪咀（支流至云路中夏桥上游 50m）等

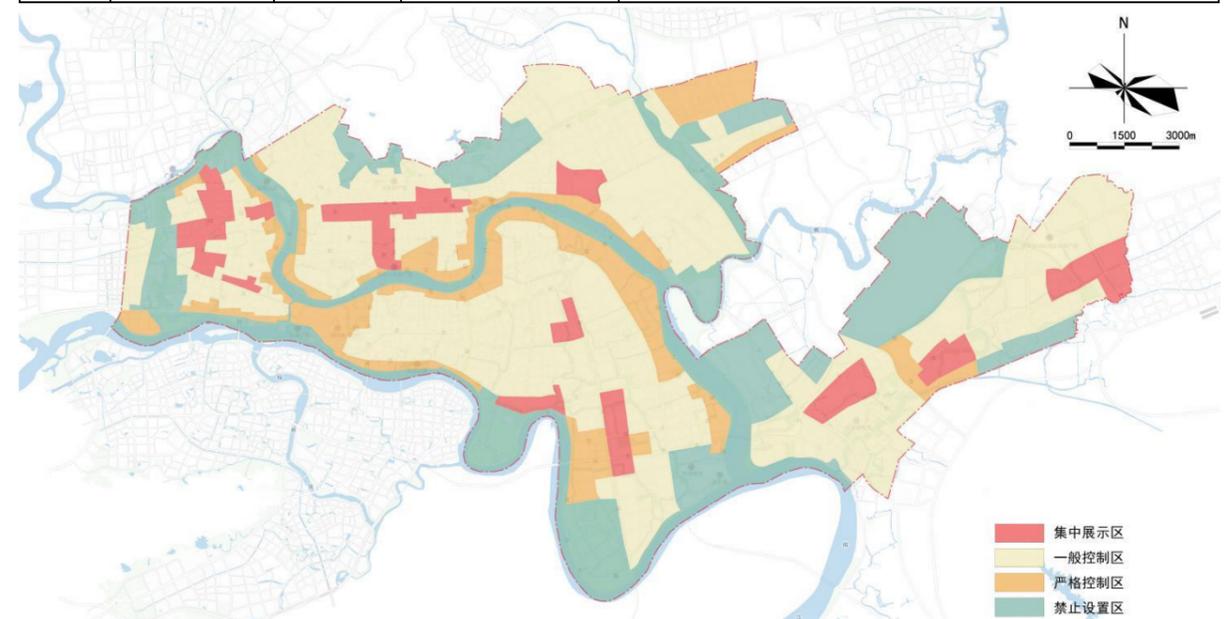


图 4-2 户外广告分区控制规划图

4.4 户外广告路段分类规划——“线”的控制

城市道路作为线性的广告空间载体，是户外广告规划控制的主要对象。由于城市道路两侧街道立面对城市形象有很大的印象，对户外广告设置的管控尤为重要。路段两侧户外广告的设置对于其数量、大小、色彩、形式乃至内容都应该有明确的界定和规定，提出相对应的措施。

4.4.1 分路段设置方法及管控要素

分路段设置方法: 在道路两侧用地与建筑所处控制分类的基础上, 针对不同用地性质、功能组织对空间、景观、环境要素的要求, 结合路段现状及《揭阳市城市总体规划(2011—2035年)》对该路段功能的定位, 根据道路的等级及承载功能将路段划分为可设、限设及禁设路段, 路段长度原则上以街区为划分单元。同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求。

管控要素: 参考其他空间规划管控方法, 采用分区、分路段、节点、建筑等分级分类对户外广告进行管控, 其中分路段主要控制广告内容、广告密度及广告类型。

4.4.2 可设路段

可设路段是指在满足相关规定前提下, 允许在该道路两侧集中设置多样化的户外广告设施, 主要包括商业建筑或户外广告设施集聚的市、区级商业中心、商业街区及其延伸等范围内的主要商业道路。

(1) 设置原则

鼓励户外广告设置, 充分利用广告位资源, 使户外广告成为塑造城市形象, 打造城市景观的重要组成部分。

(2) 广告类型

该区域允许设置墙面广告、屋顶广告、招牌广告、围墙广告、路灯杆及电杆广告、公共候车广告、报刊亭及电话亭广告、公共宣传栏、大小型落地式广告等多种广告形式。

(3) 设置指引

公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 10\%$ 。

所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的40%, 投影类和隐形类LED除外。

鼓励采用有特色的、创意性广告设计及LED显示屏广告、全息投影广告、光源广告等新型多媒体展示形式, 应结合道路功能及周边地区功能和景观特色, 确定户外广告的特色主题, 使户外广告能起到提升城市形象的作用。

户外广告的设置要兼顾广告设施的夜景观, 位于该路段的户外广告都应有夜间照明, 以达到充分烘托揭阳城区繁华氛围的目的。

(4) 具体范围

表 4-4 可设路段一览表

道路等级	道路名称 (走向)	具体路段分布(道路交接)	
交通性主干路	阳美大道 (南北向)	西侧	玉都大道-S234 辅路、
		东侧	环市北路-新阳路、
	西关路 (东西向)	北侧	阳美大道-向阳路、
		南侧	阳美大道-环市西路、仙滘路-南社路
	环市北路 (东西向)	南侧	仁义路-晓翠路
		两侧	阳美大道-临江西路、晓翠路-揭阳大道
	揭东大道/206 国道 (东西向)	两侧	金新路-汇源路
	马牙路 (南北向)	东侧	建阳路-美阳路
		两侧	砂松路-建阳路

道路等级	道路名称 (走向)	具体路段分布(道路交接)	
	榕华大道 (南北向)	东侧	临江南路-天福东路、进贤门大道-望江北路
	莲花/揭阳大道 (南北向)	西侧	北环路-环市北路、东泰路-临江北路
		两侧	环市北路-建阳路
	发展大道 (南北向)	西侧	东寨社区渡口路-仁辉南路
		东侧	新城大道-崇学路
	进贤门大道 (东西向)	北侧	新兴北路-进安路、东湖路-梅兜路
	539 国道 (东西向)	北侧	揭东大道-人民大道
	登沙路 (南北向)	西侧	规划范围内
生活性主干路	环市西路 (南北向)	东侧	十亩湖路-西关路
	新阳路 (东西向)	北侧	新河路-揭阳大道
	黄岐山大道 (南北向)	西侧	东源大道-建阳路
		东侧	环市北路-建阳路
	东源大道 (东西向)	北侧	仁义路-晓翠路
		南侧	晓翠路-揭阳大道北
	东湖路 (南北向)	两侧	临江南路-天福东路
	金新路 (南北向)	两侧	梅中街-揭东大道
次干路	十亩湖路 (东西向)	两侧	阳美大道-磐东路、环市西路-乔林路
	金凤路 (南北向)	西侧	北环大道-金沟街
	福源路 (东西向)	南侧	人民大道北-飞凤路
两侧		金新路-梅岗路	

道路等级	道路名称 (走向)	具体路段分布(道路交接)	
	人民大道北 (南北向)	两侧	北环大道-兴源路、福源路-汇源路
	仁义路 (南北向)	西侧	环市北路-新阳路
		东侧	美阳路-临江北路
	建阳路 (东西向)	西侧	淡浦路-马牙路
		两侧	马牙路-黄岐山大道
	晓翠路 (南北向)	两侧	环市北路-建阳路
	新河路 (南北向)	东侧	建阳路-新阳东路
	天福东路 (东西向)	北侧	榕华大道-凤港路
	乔林路 (南北向)	两侧	新阳西路-环市西路
	新阳西路 (东西向)	北侧	阳美大道-磐东路
	美阳路 (东西向)	南侧	仁义路-黄岐山大道
	金溪大道 (东西向)	南侧	揭东大道-金山路
		两侧	金新路-汇源路
	金兴路	两侧	规划范围内

注：其他可设路段详见道路广告设置指引规划图。

4.4.3 限设路段

限设路段是指在满足相关规定的前提下, 适量设置户外广告设施, 但对户外广告设施类型、数量、位置等内容实施更严格的限制, 限设路段包括可设路段和禁设路段外的其他所有城市道路。

(1) 设置原则

该类路段应提升户外广告的质量,控制户外广告的数量,部分路段严格控制户外广告的数量;应保证公益广告的比例,保持自然景观、历史文化景观的原生性,使户外广告起到提升城市景观作用的同时,以不影响居民生活为宜。

(2) 广告类型:

该类路段允许适量设置墙面广告、围墙广告、路灯杆及电杆广告、公交候车亭广告、报刊亭及电话亭广告、公共宣传栏、车辆广告、船舶广告、空中移动广告等多种广告形式。

(3) 设置指引:

禁止设置屋顶广告(楼宇标志除外)、新建垂直外墙式广告。商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。要控制户外广告密度,不宜设置过于醒目的户外广告,应与楼宇设计、楼宇亮化相符合,统一整齐,风格一致。

公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 30\%$ 。

所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的30%,投影类和隐形类LED除外。

广告性质户外广告画面应静态展示,播放画面的速度应缓慢和连贯,禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

(4) 具体范围

限设路段包括除可设路段和禁设路段外的其他所有城市道路。

4.4.4 禁设路段

禁设路段是指户外广告设施会对历史风貌、生态环境、城市功能、城市景观、城市公共空间与环境品质、交通安全产生严重影响的路段,主要包括文物保护单位

位、农林用地、绿地、国家机关、医疗卫生等所在区域范围内的主要路段。

(1) 设置原则

在该类路段内应谨慎考虑户外广告设置,原则上禁止设置商业性户外广告,应尽量降低户外广告密度,不得设置除公交候车亭广告以外的任何形式的长期性户外广告设施。不得影响城市自然景观及分散驾驶者集中注意力。

(2) 设置指引

原则上禁止除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告,临时广告和公益广告以小型设施为主。

符合允许设置条件的户外广告设施应按照限设路段设置指引要求执行。

(4) 具体范围

表 4-5 禁设路段一览表

道路等级	道路名称(走向)	具体路段分布(道路交接)	
快速路	科技大道(南北向)	两侧	规划范围内
	望江北路(东西向)	两侧	规划范围内-西环城路
	莲花/揭阳大道(南北向)	两侧	进贤门大道-望江南路
	环市南路(东西向)	两侧	规划范围内
	206国道改线(南北向)	两侧	规划范围内
	汕揭第二通道(南北向)	两侧	规划范围内
交通性主干路	阳美大道(南北向)	两侧	望江北路-望江南路
	望江北路(东西向)	北侧	临江南路-烟汕线
		南侧	西环城路-东环城路、同德路-仙彭路、临江南路-榕江北河东侧

道路等级	道路名称 (走向)	具体路段分布 (道路交接)	
生活性主干路	烟汕线/206 国道 (南北向)	西侧	望江北路-甬莞高速
	马牙路 (南北向)	两侧	临江北路-临江南路
	榕华大道 (南北向)	两侧	榕华大桥
	莲花/揭阳大道 (南北向)	西侧	金凤路-环市北路
		东侧	金凤路-环市北路、临江南路-进贤门大道
		两侧	榕江北路-临江南路
	发展大道 (南北向)	西侧	进贤门大道-东寨社区渡口路、仁辉路-仁辉南路、吉祥路-滨江大道
		东侧	空港大道-新城大道
	进贤门大道 (东西向)	北侧	揭阳大道-榕东路
		两侧	临江南路-滨江路
	539 国道 (东西向)	南侧	车田大道-规划范围内
	北环路 (东西向)	北侧	规划范围内
		南侧	金阳街-金叶路、车田大道-规划范围内
	北环城路 (东西向)	北侧	淡浦路-临江南路
西环城路 (南北向)	西侧	(三房巷-望江北路)	
生活性主干路	新阳路 (东西向)	两侧	新北河桥两侧、望江北路-望江南路
	淡浦路 (南北向)	西侧	美阳路-西环城路
		东侧	临江北路-北环城路

道路等级	道路名称 (走向)	具体路段分布 (道路交接)	
主干路	滨江大道 (东西向)	南侧	吉祥路-发展大道、汕揭第二通道-临江南路
		北侧	规划范围内
	彭木村三号路 (南北向)	西侧	临江南路-德发大路
	金山路 (东西向)	两侧	金溪大道-临江南路
	福源路 (东西向)	南侧	梅岗路-丹凤路
	临江南路	北侧	规划范围内
		东侧	规划范围内
		西侧	空港大道-滨江大道
	东湖路 (南北向)	两侧	临江南路-天福东路
	车田大道 (南北向)	东侧	北环大道-G539 辅路
	次干路	金凤路 (南北向)	两侧
磐东路 (南北向)		西侧	镇南路-望江北路
		东侧	西关路-镇南路
临江西路 (南北向)		沿榕江北河侧	规划范围内
临江北路 (南北向)		东侧	新阳东路-临江北路 (东西向)
临江北路 (东西向)		南侧	仁港路-晓翠路
梅兜路 (南北向)		东侧	进贤门大道-望江北路

道路等级	道路名称 (走向)	具体路段分布 (道路交接)	
	天福东路 (东西向)	两侧	揭阳大道-顺兴路
	崇学路 (东西向)	北侧	滨江大道-发展大道
		两侧	汕揭第二通道/建设大道-滨江大道
	吉祥路 (东西向)	南侧	滨江大道-发展大道
	滨江路	榕江北河侧	规划范围内
	兴源路 (东西向)	两侧	车田大道-云宝大道
	金叶路 (南北向)	西侧	北环大道-德贤街
	人民大道 (南北向)	两侧	北环大道-兴源路、福源路-汇源路
	涵华路 (南北向)	西侧	中兴路-榕江

注：其他禁设路段详见道路广告设置指引规划图。

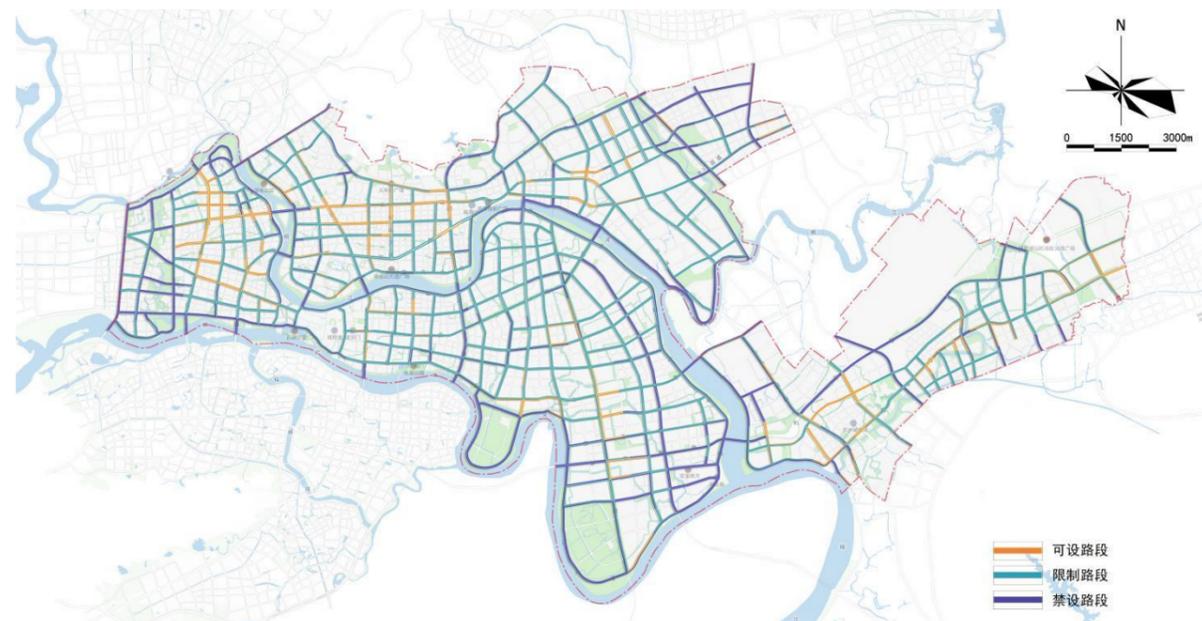


图 4-3 道路广告设置指引规划图

4.5 户外广告布点设置规划——“点”的控制

4.5.1 分节点设置方法及管控要素

分节点设置方法：结合规划对现状广告布点进行分析和筛选，保留一些适宜布点。结合分区管控规划及路段管控规划，根据城市功能结构和土地利用情况，在商业中心地段设置重要商业节点，强化商业区氛围和广告宣传；在生态景观地段设置重要景观节点，进一步展示揭阳市的景观风貌。结合道路系统规划，在主要道路交叉口选取一些视线开阔处设置重要商业节点及重要交通节点。

管控要素：参考其他空间规划管控方法，采用分区、分路段、节点、建筑等分级分类对户外广告进行管控，其中分节点主要控制广告设置区域、广告形式、广告类型、广告内容。

4.5.2 城市重要节点设置规划

(1) 布点设置规划原则

- 1) 结合规划对现状广告布点进行分析和筛选，保留一些适宜布点。
- 2) 根据城市功能结构和土地利用情况，在商业中心地段设置商业广告点、门户地段设置公益广告点，强化商业区氛围和城市公益宣传。
- 3) 结合道路系统规划，在主要道路交叉口选取一些视线开阔处设置商业广告和公益广告点。

(2) 户外广告布点规划

本次规划揭阳市城区重要节点包括：商业节点、交通节点和景观节点。针对不同节点分别提出户外广告的特色主题和管控要求。

户外重点广告布点规划总体上呈“散落分布，相对集中，间距均衡”的布局：

1) 重要商业节点

重要商业节点主要是指揭阳市城区重要的商业广场、商业步行街等商业集中的地区。如：广百百货、榕华商业城、进贤购物广场、进贤商业步行街、金城步行街、粤东贸易广场、阳美玉器广场等。

特点：具有城市人流聚集、空间开放，商业活动最为频繁和多样性的区域，是展示城市繁荣的象征。

控制要求：

- 主要形式以连续的墙面广告或屋顶广告等广告类型为主，推荐设置大型的**LED 显示屏广告和投影广告**。
- 根据视线分析，人的眼睛的最佳视域为人眼上下 30°的视野范围。沿街商业三层以下基本位于最佳视域范围以内。在视觉关注点上设置适当的公益广告。

不得设置对城市形象有负面影响的广告内容。

- 每一幢新建的建筑物能且只能设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只允许设置于建筑物的立面上，不得以任何形式置于建筑物轮廓线外。标识宜以内发光的形式设置，且不得影响建筑物使用者和行人的工作和生活。
- 不得在建筑外立面或在建筑物玻璃上粘贴画报、大字、宣传类、电话号码类的广告，不得影响建筑物外立面的美观，不得破坏建筑物给行人带来的视觉享受。
- 加强对橱窗、小品、景观、绿化的设计、更新和管理，突出对商业气氛和繁华程度的烘托和体现。



户外广告设置指引图

位置图

广告位置		揭阳市榕城区建阳路与新东路交叉路口附近		
设置控制要求				
规定性要素	所在路段	黄岐山大道	所在用地性质	商业用地
	工艺形式	LED 显示屏		
	尺寸要求	广告牌的尺寸应与建筑立面尺寸相适应，广告牌底部离地面的高度应控制在 不遮挡一层商铺招牌。		
指导性要素	内容	以商业广告、或城市宣传为主，不宜设置影响居民生活及城市整体形象内容的广告，公益性广告内容所占时长宜为 20%~30%。		
	材料	金属、LED		
	色彩	广告牌的主色调与周边环境相协调。		
	照明	禁止在朝道路与来车方向成垂直视角的方向设置。科学控制其亮度，避免对周边环境造成光污染		
可行性分析	①主干道交叉口，人流、车流量大，广告价值高。②靠市区商业中心建设，设置位置空间开阔，视线效果震撼			
规划指引	—			



图 4-4 重要商业节点现状图

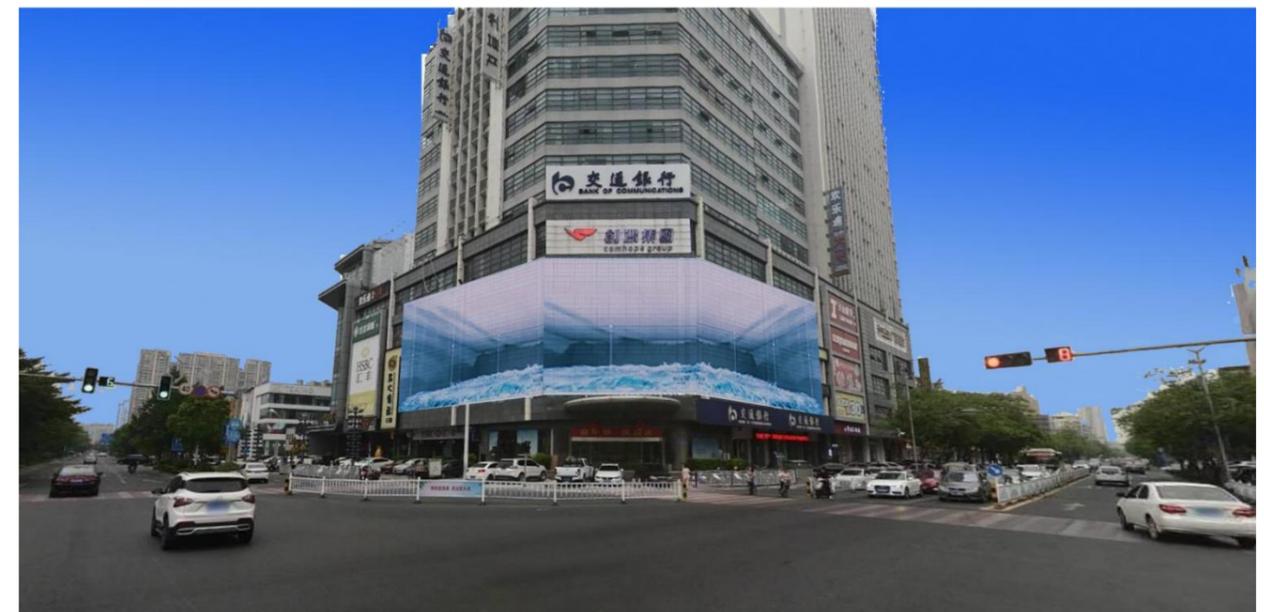


图 4-5 重要商业节点规划效果图

2) 重要交通节点

重要交通节点主要是指揭阳市城区内主要道路交叉口及主要跨河大桥的桥头。如：揭阳大道、黄岐山大道、马牙路、新阳路、淡浦路、临江北路、进贤门大道、西关路、环市北路、金溪大道等主要道路交口及梅东大桥、老北河大桥、环市北河大桥、榕东大桥、南河大桥等桥梁的桥头位置。

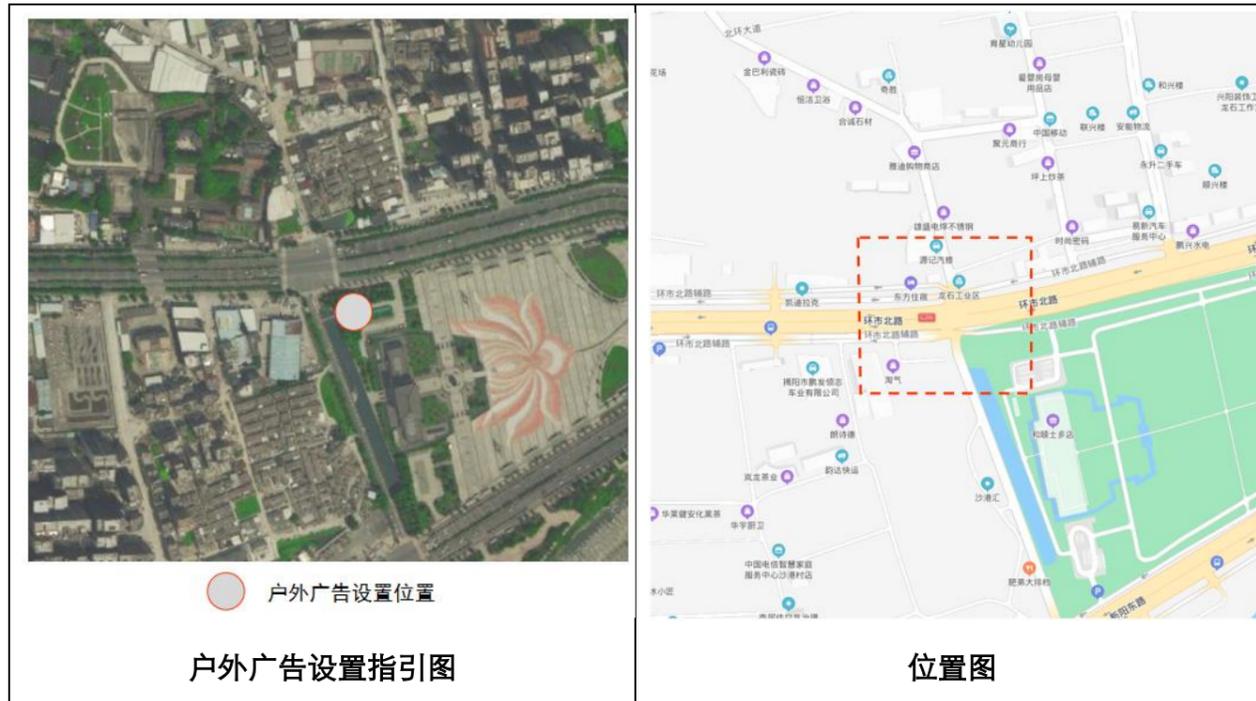
特点：城市流动人口集中，空间比较开放，是城市最为重要交通枢纽，也是展示城市形象的窗口。

控制要求：

- 主要形式以高立柱广告和大型支架广告为主，禁止设置门架式广告牌，内容以公益广告为主，少量的为商业性广告，大型广告布点的分布还要考虑合理的间距要求。

- 广告内容应优先体现揭阳市的城市特色、人文特色和历史文化等相关内容，以达到宣传揭阳的效果。

- 鼓励在重要交通节点设置本地特色品牌的广告。
- 推荐采用双面或三面高立柱广告，可采用夜间亮化措施。



广告位置	揭阳市榕城区环市北路揭阳楼广场西北侧			
设置控制要求				
规定性要素	所在路段	环市北路	所在用地性质	公共绿地
	工艺形式	喷画、三面广告牌		
	尺寸要求	每一面广告牌的尺寸为 18*6m，广告牌底部离地面的高度控制在 15m-18m 的范围。		
指导性要素	内容	以商业广告、或城市宣传为主，不宜设置影响居民生活及城市整体形象内容的广告，公益性广告内容不得少于 20%。		
	材料	立柱的支架应选用硬度足够的材料制造，表面进行去反光处理，不能对过往司机的视线造成干扰。		
	色彩	广告牌的主色调与周边环境相协调。		
	照明	广告牌使用外打光的形式照明，不能使用内打光或者自发光的照明方式，以免对夜间通行的车辆造成影响。		
可行性分析	①加强重要商业节点的宣传作用。②广告所在路段为连接揭阳市商业中心的主干道，车流密集，广告宣传效果好。			
规划指引	设置时限不宜小于 3 年；广告设立后应对地基表面进行还绿处理			



图 4-6 重要交通节点现状图



图 4-7 重要交通节点规划效果图

3) 重要景观节点

重要景观节点主要是指揭阳市城区重要的公园、广场等人们游憩、观光的地区。揭阳市主要有榕江西湖公园、东湖公园、黄岐山森林公园、揭阳儿童公园、榕江公园、揭阳文化广场、潭脚公园、北河公园、乔林公园、滨河公园、阳美公园、广美公园、体育公园、中离溪公园、机场公园等公园广场。

特点：具有较好的生态景观，或者有保存比较好的建筑景观，是人们休闲、娱乐、观光等的集散地。

控制要求：

- 重要景观节点原则上不宜设置商业性广告，可适量设置公益性广告。同时，该广告均不得影响到原有建筑及景观，应当与周围环境相融合。

- 重要景观节点内应严格控制户外广告的密度、形式、材质、颜色等内容，户外广告不得影响或破坏原有的景观氛围，且不得喧宾夺主。

 <p>户外广告设置位置</p>		 <p>位置图</p>		
户外广告设置指引图				
广告位置	揭阳市榕江西湖公园前			
设置控制要求				
规定性要素	所在路段	望江北路	所在用地性质	人行道
	工艺形式	灯箱广告		
	尺寸要求	道路每个灯箱广告整体尺寸为 高 2.4m X 宽 1.2m		
指导性要素	内容	以商业广告、或城市宣传为主，不宜设置影响居民生活及城市整体形象内容的广告，公益性广告内容不得少于 20%。		
	材料	灯箱、金属、喷画		
	色彩	广告牌以暖色系为主		
	照明	电脑喷绘内置光源		
可行性分析	① 对于美化城市夜景和城市亮化有积极作用，夜间道路亮化将新城轮廓清晰地勾勒出来；			
规划指引	设置时限不宜小于 3 年；广告设立后应对地基表面进行还绿处理			



图 4-8 重要景观节点现状图



图 4-9 重要景观节点规划效果图

4.5.3 公益广告布点设置规划

为进一步展示揭阳市的城市形象，体现揭阳市本土的精神文化和地方特色，让人们更好地了解揭阳，改善投资环境，构建和谐的社会气氛，揭阳市应增加对公益广告的投入，加强公益广告的布局控制。结合揭阳市城区实际情况，现对揭阳市城区户外公益广告进行统一布局。

(1) 公益广告

公益广告是指以公益宣传为目的所设置的广告。公益广告是传播先进思想文化的有效载体，也是精神文明建设的重要阵地，在传播城市形象、构筑城市品位和城市文化的过程中，具有极其重要的地位和作用。因此，公益广告必须与户外广告同步规划、设置和实施，纳入户外广告设置规划方案，经法定程序批准后方可设置；户外公益广告不得擅自改变使用性质，公益画面不得夹带经营性户外广告内容，并符合宣传主管部门的要求。

(2) 公益广告分区设置规定

户外广告集中展示区和一般控制区是揭阳市城区内的商务中心、文化中心、体育中心、交通枢纽场站、工业园区、物流园区等等重要区域，是户外广告允许设置的区域，也是户外公益广告的允许设置区域。集中展示区公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 10\%$ ；一般控制区公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 20\%$ ；严格控制区公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 25\%$ ；禁止设置区原则上公益广告以小型设施广告为主。

(3) 公益广告分段设置规定

城市道路作为公益广告展示的主要载体，公益广告的设置应与道路两侧及周边换进相协调。可设路段公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 5\%$ ，限设路

段公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 30\%$ ，且同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求。

(4) 公益广告布点设置规定

定点独立式公益广告可长期设置于全市各大出入口道路、城市窗口地带和城市广场，设置形式有墙面广告、大型景观广告，设置数量不得低于规划设置总量的 30%，对于节点的分布与控制，应当考虑城市形象宣传需要，设置一些具有艺术感染力的公益广告。

1) 城市主干道、高速公路、汽车客运站、公交车站、铁路车站、航运码头、影剧院、商场、宾馆、商业街区、广场、公园、风景名胜区、体育馆、图书馆、博物馆等公共场所的广告设施或者其他适当位置，公交车、出租车、长途汽车、火车等公共交通工具的适当位置，均有义务刊播公益广告。原则上，属电子显示屏的，应保证每日 8:00 至 22:00 之间刊播的公益广告数量不少于商业广告数量的 3%；非电子显示屏的应保证全年有不少于 10%的时间段（或不少于广告总面积的 10%）用于发布公益广告。

2) 建筑工地设置围挡的，施工单位应在围挡上发布公益广告。原则上，属公共事业设施建设项目的，建筑围挡应全部用于发布公益广告；属商业设施建设项目的，应发布不少于 20%的公益广告。

3) 凡空置超过 15 天以上的广告位应以公益性内容补充画面，禁止广告位裸露影响城市景观。

4) 大型集贸市场、休闲景观道路如需设置公益广告，经报审批部门批准后允许设置少量长期固定公益广告。

5) 规划新建的三面立柱和现有及以后新建的三面翻中应固定一面设置公益

广告。

6) 户外公益广告在公路主干道、高速路口处等位置设置的, 应当按照《中华人民共和国公路法》《公路安全保护条例》《广东省公路条例》相关要求办理行政许可。

7) 户外公益广告专用设施, 不得转为商用。

未尽事宜按照《广东省公益广告促进和管理暂行办法》(粤宣通[2016]41号) 参照执行。

(5) 公益广告设置规划

规划按宣传“揭阳文化、揭阳风貌、揭阳文明”三类社会公益性户外广告进行控制。

1) 宣传揭阳文化的公益广告规划设置在城市展示核心、玉都新城展示中心、机场门户展示中心、揭东展示中心、渔湖新城展示中心和磐东玉石专业市场群等商业中心和人流密集区域采用电子显示屏、实物造型等合法广告载体, 围绕揭阳潮客文化、玉石文化、榕江文化、功夫茶文化等主题, 可设置体现揭阳市特色、激活城市文化氛围的公益广告。



图 4-10 公益广告 (揭阳文化)

2) 宣传揭阳风貌的公益广告规划设置在榕江西湖公园、东湖公园、黄岐山森林公园、揭阳儿童公园、榕江公园、黄岐山大道、榕江北路、临江北路、临江南路、望江北路、滨江大道等区域, 结合公园绿地、榕江景观带等特色风貌景观主题, 设置宣传揭阳风貌公益广告。



图 4-11 公益广告 (揭阳风貌)

3) 宣传揭阳文明的公益广告规划设置在城市主干道、高速公路、汽车客运站、公交车站、铁路车站、航运码头等城市对外交通枢纽地区固定社会公益性户外广告位, 围绕“红色文化”、“创文”、“勤俭节约”、“两山”、生态文明”、“社会主义核心价值观”、“中国梦”等主题, 设置宣传揭阳文明的公益广告。



图 4-12 公益广告 (揭阳文明)

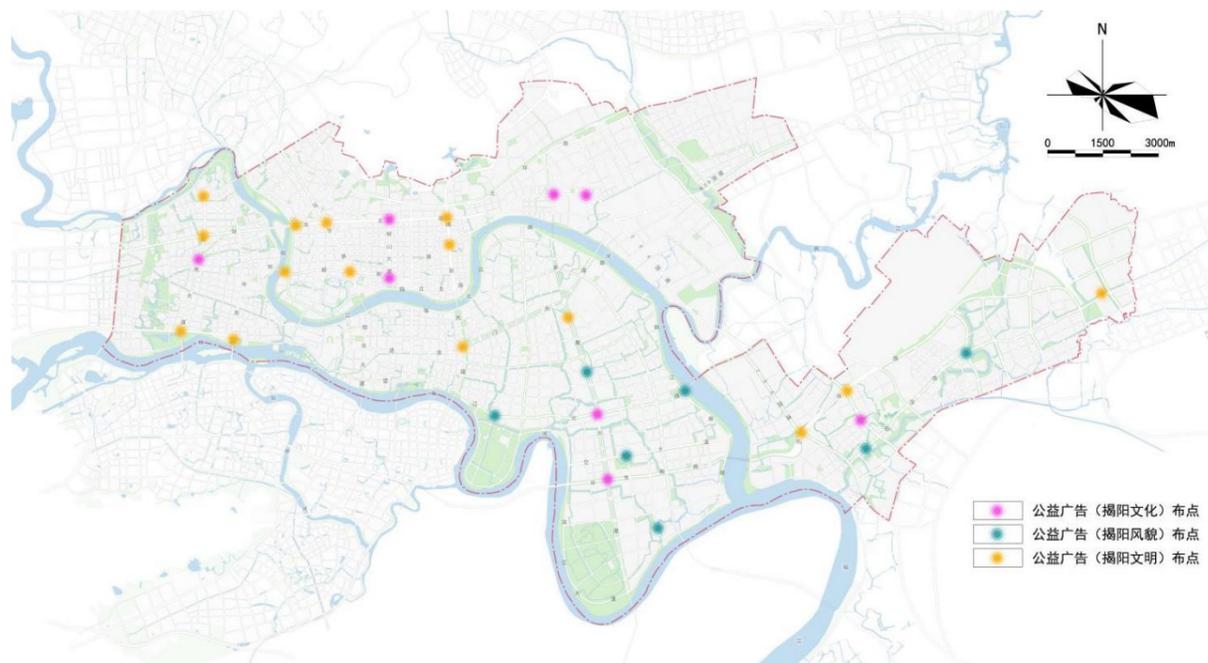


图 4-13 主要公益广告布点规划图

4.6 不同类型建筑户外广告设置规划

规划在《民用建筑设计通则》建筑分类的基础上细分多类建筑类型，提出不同建筑类型的户外广告设施控制要求。

首先，禁止在居住建筑，行政办公建筑，医疗建筑，特殊性质建筑（社会福利、外事、宗教），历史古迹建筑，工业建筑，仓储建筑，市政公用建筑，园林建筑，安保设施建筑，军事建筑上设置商业性广告设施和公益性广告设施。其次，禁止在文化建筑、教育科研建筑、体育建筑、其他公用设施建筑、交通建筑上设置商业性广告设施。其余类型建筑可结合建筑功能性质设置相协调的户外广告设施。

(1) 商业、市场、娱乐建筑

范围：以商业活动、批发交易、娱乐为主的建筑，对周边地区有一定影响。

特点：在一定区域内有着较高的知名度，并且反映了一定社会商业繁华程

度。

控制导则：

- 1) 鼓励设置多样化的户外广告设施，发布形式新颖多元，如橱窗广告设施，并且鼓励使用投影、LED 等广告设施形式。
- 2) 新建建筑应结合设计预留的广告位进行设置。
- 3) 鼓励业主对楼宇进行灯光亮化、美化，提升楼宇在夜晚对街道和城市气氛的烘托和映射。
- 4) 不得在建筑外立面或在建筑物玻璃上粘贴画报、大字、宣传类、电话号码类的“类广告”设施，不得影响建筑物外立面的美观，不得破坏建筑物给行人带来的视觉享受。
- 5) 设计力求创新，既要充分反映经济繁荣景象，又要力求体现城市精神文明风貌，但不可遮挡和分割建筑立面，不得破坏天际轮廓线和建筑景观的完整性。

(2) 商务办公建筑

范围：主要为商务、企业、银行、写字楼等。

特点：是商务办公的地区，具有高品质的环境特性。

控制导则：

- 1) 允许设置商业广告，但设置方式应采取新技术形式，与商务办公氛围相协调。
- 2) 户外广告设施设置不得对商务办公建筑造型产生影响。
- 3) 如果建筑的底部或裙楼为商铺，则商业部分按商业建筑的要求进行控制。
- 4) 新建的每一幢建筑物可以设置并只可设置一个与建筑物相对应的名称标

识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑物轮廓线外。标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑物使用者和建筑物外行人的工作和生活。

5) 对于一幢楼宇有众多单位和招牌的，除了一层的店招店牌可沿建筑店铺门头设置外，在该楼宇入口处采用独立的落地式标识牌或在楼宇内楼梯和电梯候梯厅的墙面上设置附着式标识牌。标识牌上除了标识各层、各单位名称外，不得有任何制作单位或其他广告。

(3) 文化体育建筑

范围：体育场馆、科技馆、图书馆、展览馆、博物馆、影剧院、游乐健身场馆、广播电视台（站）等。

特点：体育类建筑多显宽、广、大；科技馆、图书馆、展览馆、博物馆具有相应的功能要求；影剧院、游乐健身场馆不仅具有宣传性具有一定的娱乐性，广播电视台（站）、文化站（室）很大程度上突出宣传作用。

控制导则：

1) 本区域内的户外广告设施，原则只设置公益性广告，且不得影响或妨碍到原有的景观，且不得喧宾夺主。

2) 科技馆、图书馆、展览馆、博物馆可以在该用地内的广场上设置临时宣传展板。同时，科技馆、图书馆、展览馆、博物馆在新建、改建、扩建时必须考虑在外立面上设置展示的广告设施位置，这些广告位所展示的广告必须与场馆性质相匹配，除宣传场馆的广告外，不得设置其他商业内容的广告。

3) 可适当发布一些展示、演出等临时性广告，但尺度、形态不能损害建筑形象。

(4) 工业、仓储建筑

范围：工业厂房、仓储建筑。

特点：建筑性质单一，具有展现揭阳地方产业活动的特性。

控制导则：

1) 可设置商业广告、公益广告。设置的广告类型包括墙面式广告、落地式广告和公共设施附属广告，原则禁止设置垂直墙面广告。

2) 设施应设置在工业厂房及物流仓库等建筑墙面的预留广告位。广告设施不能影响建筑的整体造型，更不能影响建筑的采光、日照及节能等功能。

3) 户外广告设施体量不宜过大，其色彩、尺度、材质规格应当与环境建筑相协调。

4) 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 20%，如商业经营面积性质部分仅占建筑的一层时，则在同一个建筑立面的所有户外广告的总面积不得超过其所在建筑立面面积的 25%。

5) 主体厂房建筑上可设置企业标识。

(5) 交通建筑

范围：主要包括汽车客运站、港口客运站、铁路旅客站、航站楼、地铁站等。

特点：是重要的交通节点和公共建筑，具有门户景观的特性。

控制导则：

1) 原则禁止设置商业性广告。

2) 标识设置应结合建筑立面。

表 4-6 不同类型建筑户外广告设施一览表

建筑类型	建(构)筑物广告				备注
	墙面广告		屋顶广告	围墙广告	
	平行外墙式广告	垂直外墙式广告			
商住建筑	○	△	×	×	包括商住楼、底商住宅等
居住建筑	×	×	×	×	包括居住小区、住宅、公寓等
行政办公建筑	×	×	×	×	包括各级立法、司法、党委、政府办公楼、事业、团体、社区办公楼等
文化建筑	○	×	×	×	包括图书展览、广播电视台、剧院、音乐厅、文化活动中心、文化宫、青少年宫、儿童活动中心、老年活动中心、剧院、音乐厅、电影院等
教育科研建筑	×	×	×	△	包括高等院校、各类学校、科研事业单位等
体育建筑	△	×	×	×	包括体育场馆和体育训练基地等(不包括学校内配套建设的)
医疗建筑	×	×	×	×	包括医院、保健中心、卫生站、防疫站、康复中心、急救中心、疗养中心等
特殊性质建筑	×	×	×	×	包括福利院、领事馆、宗教建筑等
历史古迹建筑	×	×	×	×	包括具有历史、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；市政府确定的历史建筑等
商业建筑	○	△	△	○	包括大型商业综合体、购物中心、专业批发市场、饭店、餐厅、酒吧、度假村建筑、宾馆、旅馆、招待所、歌舞厅、网吧
商务办公建筑	○	△	×	△	包含商务中心、多功能综合大楼、银行、写字楼、企业
市政公用建筑	×	×	×	×	包括水厂、变电站、环卫所、调压站、泵站、垃圾处理厂等
其他公用设施建筑	△	×	×	△	包括加油加气站、电信、邮政营业网点等
工业建筑	×	×	×	×	包括普通工业厂房、特殊工业厂房、生产车间、库房等
仓储建筑	×	×	×	×	包括物资储备、中转、配送建筑等
交通建筑	△	×	×	×	包括汽车客运站、港口客运站、铁路客运站、航站楼、地铁站等
园林建筑	×	×	×	×	包括动物园、植物园、游乐场、旅游景点建筑、城市建筑、小品等
安保设施建筑	×	×	×	×	包括监狱、拘留所、劳改场所等
军事建筑	×	×	×		包括军事基地等

注：鼓励设置○；限制设置△；禁止设置×

第5章 重点道路整改规划

5.1 重点道路整改规划

城市道路作为线性的广告空间载体,是户外广告规划控制的主要对象,也是规划的基本单元。本次规划在分区分类控制的基础上将各个重点道路分为直设路段、限设路段和禁设路段三类,进行分类控制指引,以完善户外广告的体系。

同时,根据规划需求,结合揭阳的商业布局、建筑风貌、文化底蕴、产业特色等多方面,对重点道路划分三大特色主题,分别为“余韵揭阳、活力揭阳、精致揭阳”,在色彩控制、广告字体、广告形式等方面提出设置建议,并针对不同道路的户外广告设施的设置提出相应的指导性导则。

鉴于文本篇幅所限,除下述列举的12条重点道路(马牙路、环市西路、新阳路、榕华大道、黄岐山大道、进贤门大道、临江北路、临江南路、揭阳大道、望江北路、发展大道、阳美大道)外,对揭阳市城区其他主干道可按道路性质、用地性质类比实施规划控制和整改。

5.1.1 路段管控类型划分依据与结果

(1) 划分依据

在道路两侧用地与建筑所处控制分类的基础上,针对不同用地性质、功能组织对空间、景观、环境要素的要求,结合路段现状及《揭阳市城市总体规划(2011-2035年)》对该路段功能的定位,根据道路的等级及承载功能,将路段划分为可设、限设及禁设路段,路段长度原则上以街区为划分单元。

(2) 划分结果

可设路段包括环市北路至美阳路路段东侧、环市北路至建阳路西侧、磐东乔

南碧翠苑至西关路路段东侧、榕江北河至胜发加油站东侧路口北侧等路段,共约24公里。

限设路段包括临江北路至榕江南河路段两侧、望江北路西至榕江南河路段两侧、揭阳大道至顺兴路路段北侧、彭林村三号路至发展大道南侧等路段,共约89公里。

禁设路段包括美阳路至临江北路东侧、建阳路至临江北路西侧、榕江北河至望江北路西侧、榕江北河至磐东乔南碧翠苑路段东侧等路段,共约41公里。

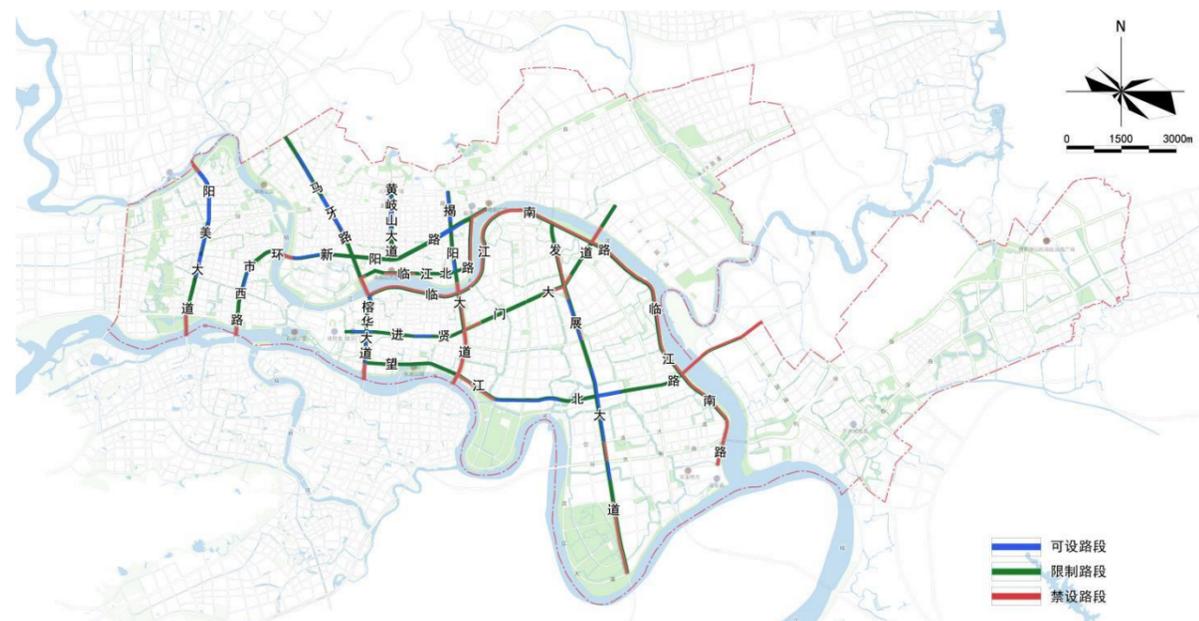


图 5-1 重点道路广告设置指引规划图

5.1.2 道路主题划分依据与结果

(1) 划分依据

根据路段现状及《揭阳市城市总体规划(2011-2035年)》对该路段功能的定位,结合揭阳的商业布局、建筑风貌、文化底蕴、产业特色等多方面,对重点道路划分三大特色主题,分别为“余韵揭阳、活力揭阳、精致揭阳”。道路两侧主题保持一致,单一主题道路长度原则上以街区为划分单元且长度不小于

2000 米。

(2) 划分结果

余韵揭阳主题路段包括环市西路、新阳路、进贤门大道部分（揭阳大道以西）、望江北路部分（揭阳大道以西）、马牙路、榕华大道、揭阳大道部分（新阳路以北）等路段，共约 25 公里。

活力揭阳主题路段包括临江北路、临江南路、进贤门大道部分（揭阳大道以东）、望江北路（揭阳大道以东）、黄岐山大道、揭阳大道部分（新阳路以南）、发展大道等路段，共约 49 公里。

精致揭阳主题路段包括阳美大道，长约 5 公里。

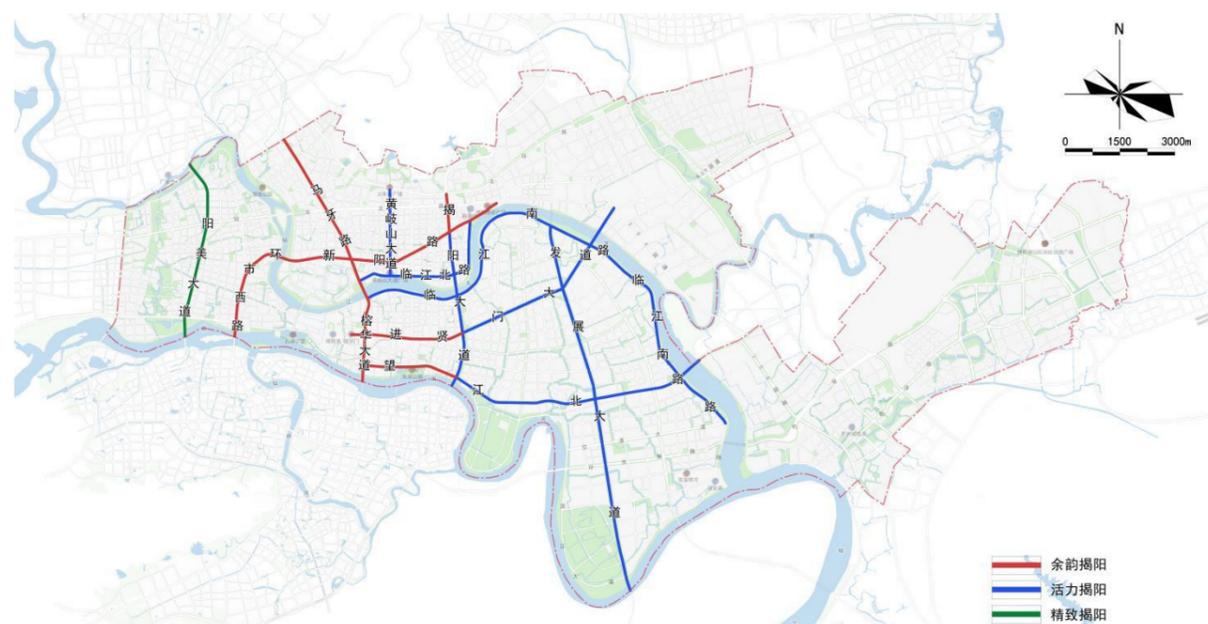


图 5-2 重点道路广告主题划分规划图

5.2 余韵揭阳

规划目标：尊重历史风貌基础上，通过与新旧建筑、环境相融合，重温贤德韵味，打造古今共生，古韵犹存的城市独特景观，展现揭阳见贤思齐，追根溯源的精神。

色彩控制：底色以中高明度低彩度的灰色、绿色、黄色为主，广告主色以

中明度高彩度的红色系为主。

表 5-1 余韵揭阳主题道路建议采用的户外广告设施色彩搭配列表

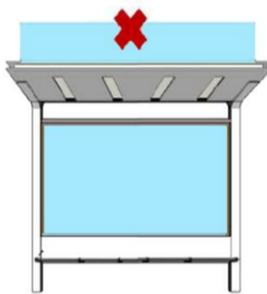
色彩类型	明度、彩度	建议采用色彩搭配					
		底色	主色	辅色	点缀色	对比色	强调色
广告底色	中高明度、低彩度	灰色	浅绿色	浅黄色	浅米色	浅棕色	浅灰色
		C: 13% M: 9% Y: 10% K: 0%	C: 7% M: 12% Y: 10% K: 0%	C: 5% M: 8% Y: 27% K: 0%	C: 6% M: 6% Y: 14% K: 0%		
广告主色	中明度、高彩度	深红色	深红色	深红色	深红色	深红色	深红色
		C: 28% M: 62% Y: 46% K: 0%	C: 42% M: 69% Y: 58% K: 1%	C: 21% M: 57% Y: 60% K: 0%	C: 56% M: 80% Y: 73% K: 24%		

广告字体：可选用现代基本字体、跟中国书法有关的字体、现代字体等。

广告形式：基本满足路段设置要求下，鼓励设置垂直外墙式广告（小型灯箱、道旗、小型悬挂式广告牌）、仅选择交叉口等标志性空间设置大型显示屏。

主题		余韵揭阳		路段类型	可设路段	
通则	1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。 2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。 3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。 4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及时进行更新、维护、保养,并按期进行安全检查。 5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。 6.鼓励采用有特色的、创意性广告设计 及 LED 显示屏广告、全息投影广告、光源广告等新型多媒体展示形式。	规划目标	尊重历史风貌基础上,通过新旧建筑、环境相融合,重温贤德韵味,打造古今共生,古韵犹存的城市独特景观,展现揭阳见贤思齐,追根溯源的精神。	广告内容	公益广告面积占户外广告总面积总量≥5%。 (同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求)	
		广告底色	以中高明度低彩度的灰色、绿色、黄色为主。 	广告密度	所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的40%,投影类和隐形类LED除外。	
		广告主色	广告主色以中明度高彩度的红色系为主。 	控制要点	平行外墙式广告 突出广告设施突出墙面距离不宜大于0.5m;下端距地面的净高不得低于4.5m。 	垂直于外墙式广告 广告设施自建筑物±0.00 起到户外广告设施顶部的高度不宜超过24m。
广告字体	可选用现代基本字体、跟中国书法有关的字体、现代字体等。	广告类型	LED 显示屏广告 1.在商业区及其周边设置,夜间亮度值应小于等于 1000cd/m ² ;在交通路口及其他地区设置,夜间亮度值应小于等于 400cd/m ² 。 2.广告设施播放时间控制为上午 7 时 30 分至晚上 22 时 30 分。 投影广告 其他类型广告 符合允许设置条件的其他户外广告设施应按照本规划“第 6 章 户外广告管理控制通则”相应的管控要求执行。			
意向图		现状照片	<p>JXMDD-2、可设路段、华映国际影城周边</p>	<p>JXMDD-2、可设路段、华映国际影城周边</p>		
		效果图	<p>JXMDD-2、可设路段、华映国际影城周边</p>	<p>JXMDD-2、可设路段、华映国际影城周边</p>		

主题		余韵揭阳		路段类型	限设路段	
通则	1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，不得破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。 2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。 3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的，应统一规格、材质。 4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠，应及时进行更新、维护、保养，并按期进行安全检查。 5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。 6.禁止设置屋顶广告（楼宇标志除外）、新建垂直外墙式广告。	规划目标	尊重历史风貌基础上，通过与新旧建筑、环境相融合，重温贤德韵味，打造古今共生，古韵犹存的城市独特景观，展现揭阳见贤思齐，追根溯源的精神。	广告内容	公益广告面积占户外广告总面积总量≥30%。 (同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求)	
		广告底色	以中高明度低彩度的灰色、绿色、黄色为主。 	广告密度	所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的30%，投影类和隐形类LED除外。	
		广告主色	以中明度高彩度的红色系为主。 	广告类型	平行外墙式广告 突出广告设施突出墙面距离不宜大于0.5m；下端距地面的净高不得低于4.5m。 	路灯杆及电杆广告 广告牌面底部距离地面高度不得小于3m；外缘水平投影距人行道侧石不得小于0.2m。牌面高度不得超过2m。
		广告字体	可选用现代基本字体、跟中国书法有关的字体、现代字体等。	小型落地式广告 沿商业步行街的纵向间距不得小于15m，沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于25m，沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于50m。 	其他类型广告 符合允许设置条件的其他户外广告设施应按照本规划第6章 户外广告管理控制通则相应的管控要求执行。	
意向图		现状照片	<p>JXMDD-3、限设路段、进贤门市场周边</p>	效果图	<p>JXMDD-3、限设路段、进贤门市场周边</p>	

主题		余韵揭阳		路段类型		禁设路段	
通则	<p>1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。</p> <p>2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。</p> <p>3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。</p> <p>4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及时进行更新、维护、保养,并按期进行安全检查。</p> <p>5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。</p> <p>6.原则上禁止除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告,临时广告和公益广告以小型设施为主。</p>	规划目标	尊重历史风貌基础上,通过与新旧建筑、环境相融合,重温贤德韵味,打造古今共生,古韵犹存的城市独特景观,展现揭阳见贤思齐,追根溯源的精神。	控制要点	广告类型	公共设施广告	<p>公交候车亭广告</p> <p>广告只能设置在公交站预留的广告栏内,候车亭的顶部等其他位置不得设置户外广告设施。</p> <p>广告设施与公交候车亭广告示意图</p> 
		广告底色	<p>以中高明度低彩度的的灰色、绿色、黄色为主</p> <p>C: 13% M: 9% Y: 10% K: 0%</p> <p>C: 7% M: 12% Y: 10% K: 0%</p> <p>C: 5% M: 8% Y: 27% K: 0%</p> <p>C: 6% M: 6% Y: 14% K: 0%</p>			其他类型广告(临时广告)	<p>时限要求</p> <p>1.促销等经营性活动设置的临时户外广告,一般时限 1-3 天。</p> <p>2.需设置临时户外广告的,设置时间原则上不得超过活动批准期限。</p> <p>3.在建楼盘的临时户外广告,设置时间不得超过 3 个月。</p> <p>4.临时性大型户外广告设置期限最长不得超过 30 日,期满之日起 3 日内由设置人自行拆除。</p>
		广告色彩	<p>以中明度高彩度的红色系为主</p> <p>C: 28% M: 62% Y: 46% K: 0%</p> <p>C: 42% M: 69% Y: 58% K: 1%</p> <p>C: 21% M: 57% Y: 60% K: 0%</p> <p>C: 56% M: 80% Y: 73% K: 24%</p>			布幅广告	<p>1.横幅:一栋建筑原则上不超过一条,长度不得大于 15m,宽度不得大于 1.5m。</p> <p>2.竖幅:长度不得大于 25m,宽度不得大于 1.5m;八层以上(即 24m 以上,不含八层)不得设置。</p> <p>3.巨幅:单体面积不得大于 300 m²。</p>
		广告字体	<p>可选用现代基本字体、跟中国书法有关的字体、现代字体等。</p>			灯杆及电杆广告	<p>1.户外广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。</p> <p>2.每根灯杆、电杆上最多只准设置两个户外广告。</p> <p>3.广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于 3m,距人行道侧石外缘不得小于 0.2m,面积不得大于 2 m²,单边长度不得大于 2m。</p>
						充气物广告	<p>1.在人行道上设置的充气物,其宽度(厚度或支柱直径)不得大于人行道宽度的四分之一,且应与设置单位的门面平行设置。人行道宽度小于 4m 的不得设置。</p> <p>2.在非独立门面或两相邻单位距离较近的位置设置充气物,应紧贴门前设置,其跨越距离不得超过门面宽度。</p> <p>3.设置充气拱门,跨度不得超过 10m,高度不得超过 5m,安装设置安全、牢靠。</p>

5.2.1 环市西路

(1) 道路规划情况

环市西路在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为生活性主干路。在规划范围内北接新阳路，南至榕江南河。控制长度约为2800m，十亩湖路以南部分宽度50m，双向6车道，两侧各有6m宽的非机动车道与5m宽的人行道；十亩湖路以北部分宽度36m，两侧各有4m宽的人行道；道路两侧用地多为居住用地、商业用地及公共管理与公共服务设施用地。

(2) 规划目标

户外广告设施的设置应体现生活性道路的特点，通过规范户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善环市西路街景容貌，形成整洁优美的沿路景观环境。

- 1) 对沿街小商铺进行重点整治，形成良好的街道界面。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、生活及交通产生影响，保障正常的生活秩序。
- 3) 户外广告设施应与建筑风格相协调。

(3) 总体控制政策

磐东乔南碧翠苑至西关路路段东侧为可设路段，榕江北河至望江北路西路段西侧、榕江北河至磐东乔南碧翠苑路段东侧、西关路至望江北路西路段东侧为限设路段，望江北路西至榕江南河路段两侧为禁设路段，详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对环市西路风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要

求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜新建垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

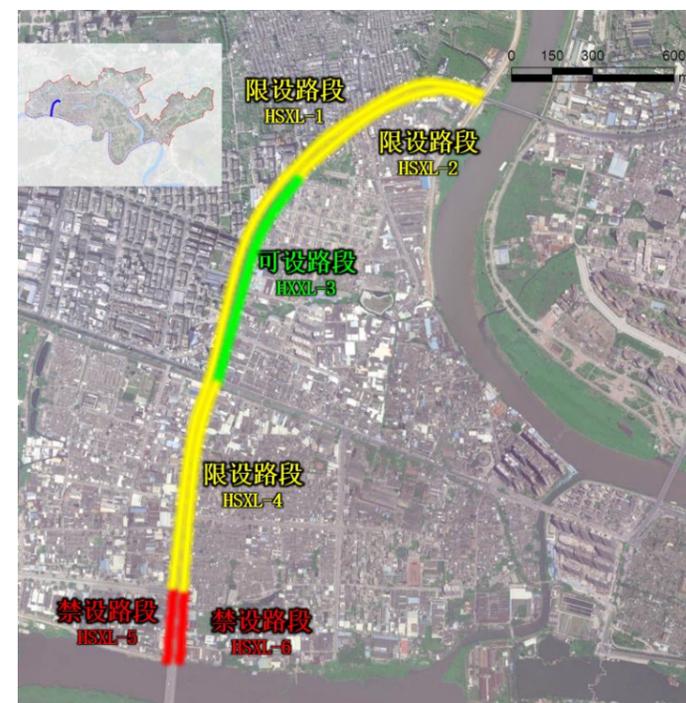


图 5-3 环市西路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：磐东乔南碧翠苑至西关路路段东侧。
 - ① 户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。
 - ② 行政办公建筑、医院建筑、供应设施建筑原则上禁止设置户外广告设施。
 - ③ 广告设施媒体需合理采用 LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段: 榕江北河至望江北路西路段西侧、榕江北河至磐东乔南碧翠苑路段东侧、西关路至望江北路西路段东侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度, 避免对住宅的采光和视线造成影响, 商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、文体建筑等禁止设置户外广告设施。

③加油站、社会停车场不宜设置户外广告设施, 但可设置标志牌。

④户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

⑤建(构)筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置, 不宜在建(构)筑物屋顶上设置户外广告设施, 不宜设置垂直建(构)筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段: 望江北路西至榕江南河路段两侧。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议



5.2.2 新阳路

(1) 道路规划情况

新阳路在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为交通性主干路。东接环市北路（206国道），西至榕江北河。控制长度约为5600m，宽度50m，双向6车道。两侧各有6m宽的非机动车道与5m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地、商业用地与商务用地。

(2) 规划目标

通过规范户外广告设施设置，改善新阳路街景容貌，创造整洁有序的道路形象，提升商业地段的商业氛围和居住地段的居住品质，突出城市空间视觉效果。

- 1) 体现新阳路生活性主干路的道路景观。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、行政、生活及交通产生影响，保障正常的生活秩序。

(3) 总体控制政策

榕江北河至胜发加油站东侧路口北侧、晓翠路至揭阳大道北北侧路段、新河路至临江北路南侧为可设路段，胜发加油站东侧路口至晓翠路路段北侧、揭阳大道北至206国道路段北侧、榕江北河至新河路路段南侧为限设路段，临江北路至国道206路段南侧为禁设路段，详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对马牙路风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直

建（构）筑物外墙的户外广告设施。

3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

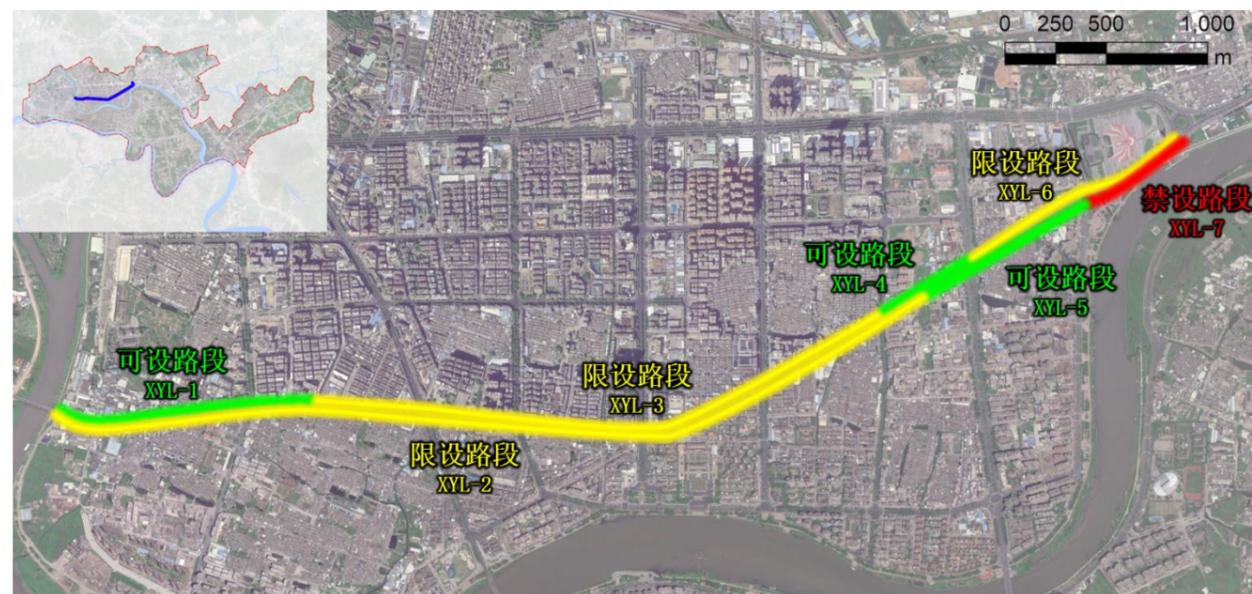


图 5-4 新阳路段控制分区图

(5) 路段控制要求

1) 可设路段：榕江北河至胜发加油站东侧路口北侧、晓翠路至揭阳大道北北侧路段、新河路至临江北路南侧。

① 户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

② 路段中居住建筑、消防用地、公园绿地、加油加气站用地、文物古迹用地等禁止设置户外广告设施，但加油加气站用地允许设置指示牌。

③ 广告设施媒体需合理采用LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：胜发加油站东侧路口至晓翠路路段北侧、揭阳大道北至 206 国道路段北侧、榕江北河至新河路路段南侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光和视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、文化教育建筑、市政设施、绿地公园、通信用地、等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段。

①禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议



5.2.3 马牙路

(1) 道路规划情况

马牙路在《揭阳市城市总体规划(2011-2035年)》中,为交通性主干路。北接马牙北路,南至榕江北河。控制长度约为2400m,宽度50m,双向6车道。两侧各有6m宽的非机动车道与5m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

通过规划户外广告设施设置,合理利用城市空间资源,改善马牙路街景容貌,形成特色突出、形象鲜明、内涵丰富、格调高雅的城市空间视觉效果,体现揭阳地方特色和现代化的城市形象。

- 1) 体现马牙路交通性主干路的道路景观。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、行政、生活及交通产生影响。

(3) 总体控制政策

环市北路至美阳路路段东侧、环市北路至建阳路西侧路段为可设路段,美阳路至临江北路路段东侧、建阳路至临江北路路段西侧为限设路段,临江北路至榕江北河路段两侧为禁设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021),针对马牙路风貌特征、广告设施现状及两侧用地规划情况,提出以下控制基本要求:

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建(构)筑物屋顶上设置户外广告设施,不宜设置垂直建(构)筑物外墙的户外广告设施。

3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告,临时广告和公益广告以小型设施为主。

4) 衔接揭阳市创建文明城市的实施成果,协调建筑自身情况,可对户外广告设施(招牌)的高度进行灵活处理。



图 5-5 马牙路路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段:环市北路至美阳路路段东侧、环市北路至建阳路西侧路段。
 - ① 户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。
 - ② 广告设施媒体需合理采用LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式,烘托商业气氛。此外,要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：美阳路至临江北路路段东侧、建阳路至临江北路路段西侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光 and 视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段：临江北路至榕江南河路段两侧。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议



5.2.4 榕华大道

(1) 道路规划情况

榕华大道在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为交通性主干路。在规划范围内北至榕江北河，南至榕江北河。控制长度约为2300m，宽度40m。两侧各有4.5m、5m或6.5m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

通过规划户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善榕华大道街景容貌，形成特色突出、形象鲜明、内涵丰富、格调高雅的城市空间视觉效果，体现揭阳地方特色和现代化的城市形象。

- 1) 对沿街小商铺进行重点整治，形成良好的街道界面。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、行政、生活、公园、体育及交通产生影响，保障正常的生活秩序。
- 3) 户外广告设施应与建筑风格相协调。

(3) 总体控制政策

临江南路至天福东路路段东侧、进贤门大道至望江北路路段东侧为可设路段，临江南路至望江北路路段西侧、天福东路至进贤门大道路段东侧为限设路段，望江北路至榕江南河路段两侧为禁设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对榕华大道风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

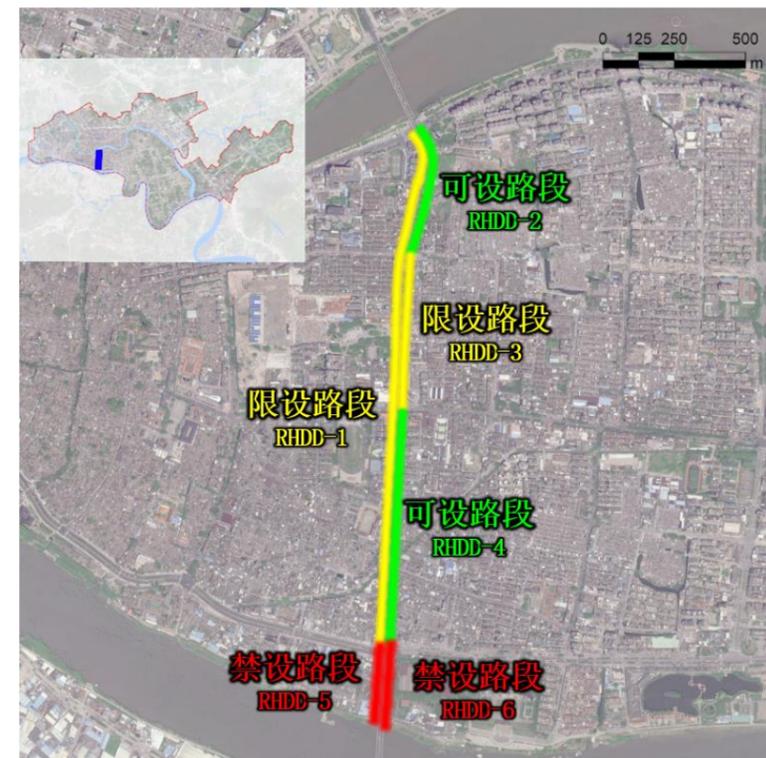


图 5-6 榕华大道路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：临江南路至天福东路路段东侧、进贤门大道至望江北路路段东侧。
 - ① 户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。
 - ② 可设路段中公园绿地、社会停车场用地不宜设置户外广告设施。但可设置与用地相关的标志牌。

③广告设施媒体宜合理采用LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：临江南路至望江北路路段西侧、天福东路至进贤门大道路段东侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光和视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、体育建筑、绿地公园、文物古迹用地等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段：望江北路至榕江南河路段两侧。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议

现状照片



整改建议



RHDD-1 路段（限设路段）

现状照片



整改建议



RHDD-3 路段（限设路段）

现状照片



整改建议



RHDD-4 路段（可设路段）

5.3 活力揭阳

规划目标: 通过创意广告、新型设置形式的户外广告集聚烘托出现代感和时尚气息, 体现揭阳蓬勃发展、开放激情城市形象, 展现揭阳一往无前奋斗拼搏的实干精神。

色彩控制: 底色以中高明度、低彩度青灰色、蓝绿色为主, 主色宜采用中明度、中彩度的绿色、蓝色、黄色、红色为主。

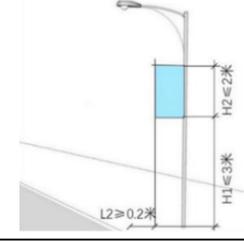
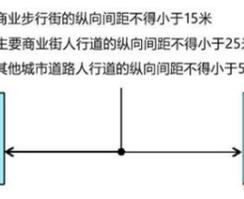
表 5-2 活力揭阳主题道路建议采用的户外广告设施色彩搭配列表

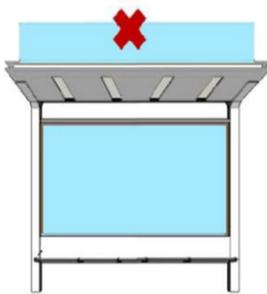
色彩类型	明度、彩度	建议采用色彩搭配			
		青灰色	蓝绿色	黄色	红色
广告底色	中高明度、低彩度	C: 13% M: 9% Y: 10% K: 0%	C: 29% M: 20% Y: 18% K: 0%	C: 54% M: 27% Y: 29% K: 0%	C: 38% M: 17% Y: 15% K: 0%
广告主色	中明度、中彩度	C: 77% M: 55% Y: 51% K: 3%	C: 89% M: 77% Y: 50% K: 14%	C: 15% M: 20% Y: 76% K: 0%	C: 42% M: 74% Y: 64% K: 2%

广告字体: 鼓励选用现代基本字体 (宋体、仿宋、楷体、黑体等)、现代字体 (创意美术体等)。

广告形式: 基本满足路段设置要求下, 丰富近人尺度的首层广告形式, 鼓励设置垂直外墙式广告 (小灯箱、道旗、统一的竖向灯箱广告)、平行外墙式广告 (动态显示屏广告、投影广告)、路灯及电杆广告 (云智慧灯杆)、公交候车亭广告 (智慧公交电子站牌)。

主题		活力揭阳		路段类型		可设路段	
通则	<p>1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。</p> <p>2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。</p> <p>3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。</p> <p>4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及时进行更新、维护、保养,并应按期进行安全检查。</p> <p>5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。</p> <p>6.鼓励采用有特色的、创意性广告设计及LED显示屏广告、全息投影广告、光源广告等新型多媒体展示形式。</p>	规划目标	通过创意广告、新型设置形式的户外广告集聚烘托出现代感和时尚气息,体现揭阳蓬勃发展、开放激情城市形象,展现揭阳一往无前奋斗拼搏的实干精神。	广告内容	公益广告面积占户外广告总面积总量≥5%。 (同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求)		
		广告底色	<p>以中高明度低彩度的的青灰色、蓝绿色为主。</p>	控制要点	广告类型	平行外墙式广告	<p>突出广告设施突出墙面距离不宜大于0.5m;下端距地面的净高不得低于4.5m。</p>
		广告主色	<p>以中明度中彩度的绿色、蓝色、黄色、红色为主。</p>			垂直于外墙式广告	<p>广告设施自建筑物±0.00起到户外广告设施顶部的高度不宜超过24m。</p>
广告字体	鼓励选用现代基本字体(宋体、仿宋、楷体、黑体等)、现代字体(创意美术体等)。	LED显示屏广告	<p>1.在商业区及其周边设置,夜间亮度值应小于等于1000cd/m²;在交通路口及其他地区设置,夜间亮度值应小于等于400cd/m²。</p> <p>2.广告设施播放时间控制为上午7时30分至晚上22时30分。</p>	投影广告		其他类型广告	符合允许设置条件的其他户外广告设施应按照本规划第6章 户外广告管理控制通则相应的管控要求执行。
意向图		现状照片	<p>HQSD-1、可设路段、名邦国际家具广场周边</p>				
		效果图	<p>HQSD-1、可设路段、名邦国际家具广场周边</p>				

主题		活力揭阳		路段类型	限设路段			
通则	<p>1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。</p> <p>2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。</p> <p>3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。</p> <p>4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及时进行更新、维护、保养,并按期进行安全检查。</p> <p>5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。</p> <p>6.禁止设置屋顶广告(楼宇标志除外)、新建垂直外墙式广告。</p>	规划目标	通过创意广告、新型设置形式的户外广告集聚烘托出现代感和时尚气息,体现揭阳蓬勃发展、开放激情城市形象,展现揭阳一往无前奋斗拼搏的实干精神。	广告内容	公益广告面积占户外广告总面积总量≥30%。 (同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求)			
		广告底色	以中高明度、低彩度青灰色、蓝绿色为主。	广告密度	所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的30%,投影类和隐形类LED除外。			
		广告主色	采用中明度、中彩度的绿色、蓝色、黄色、红色为主。	控制要点	平行外墙式广告	突出广告设施突出墙面距离不宜大于0.5m;下端距地面的净高不得低于4.5m。	平行外墙式广告设施与建筑位置示意图	
		广告字体	鼓励选用现代基本字体(宋体、仿宋、楷体、黑体等)、现代字体(创意美术体等)。		路灯杆及电杆广告	广告牌面底部距离地面高度不得小于3m;外缘水平投影距人行道侧石不得小于0.2m。牌面高度不得超过2m。	广告设施与路灯杆、电杆位置示意图	
广告类型	小型落地式广告	沿商业步行街的纵向间距不得小于15m,沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于25m,沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于50m。	底座式、立杆式、造型式广告设置间距要求	<ol style="list-style-type: none"> 沿商业步行街的纵向间距不得小于15米 沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于25米 沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于50米 				
其他类型广告	符合允许设置条件的其他户外广告设施应按照本规划第6章户外广告管理控制通则相应的管控要求执行。							
意向图		现状照片	 <p>LNL-2、限设路段、卜蜂莲花(揭阳榕城店)周边</p>					
		效果图	 <p>LNL-2、限设路段、卜蜂莲花(揭阳榕城店)周边</p>					

主题		活力揭阳		路段类型		禁设路段	
通则	<p>1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。</p> <p>2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。</p> <p>3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。</p> <p>4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及时进行更新、维护、保养,并按期进行安全检查。</p> <p>5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。</p> <p>6.原则上禁止除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告,临时广告和公益广告以小型设施为主。</p>	规划目标	通过创意广告、新型设置形式的户外广告集聚烘托出现代感和时尚气息,体现揭阳蓬勃发展、开放激情城市形象,展现揭阳一往无前奋斗拼搏的实干精神。	控制要点	广告类型	公共设施广告	<p>广告只能设置在公交站预留的广告栏内,候车亭的顶部等其他位置不得设置户外广告设施。</p> <p>广告设施与公交候车亭广告示意图</p> 
		广告底色	<p>以中高明度低彩度的的青灰色、蓝绿色为主</p> <p>C: 13% M: 9% Y: 10% K: 0% C: 29% M: 20% Y: 18% K: 0% C: 54% M: 27% Y: 29% K: 0% C: 38% M: 17% Y: 15% K: 0%</p>			时限要求	<p>1.促销等经营性活动设置的临时户外广告,一般时限 1-3 天。</p> <p>2.需设置临时户外广告的,设置时间原则上不得超过活动批准期限。</p> <p>3.在建楼盘的临时户外广告,设置时间不得超过 3 个月。</p> <p>4.临时性大型户外广告设置期限最长不得超过 30 日,期满之日起 3 日内由设置人自行拆除。</p>
		广告主色	<p>以中明度中彩度的绿色、蓝色、黄色、红色为主</p> <p>C: 77% M: 55% Y: 51% K: 3% C: 89% M: 77% Y: 50% K: 14% C: 15% M: 20% Y: 76% K: 0% C: 42% M: 74% Y: 64% K: 2%</p>			布幅广告	<p>1.横幅:一栋建筑原则上不超过一条,长度不得大于 15m,宽度不得大于 1.5m。</p> <p>2.竖幅:长度不得大于 25m,宽度不得大于 1.5m;八层以上(即 24m 以上,不含八层)不得设置。</p> <p>3.巨幅:单体面积不得大于 300 m²。</p>
		广告字体	鼓励选用现代基本字体(宋体、仿宋、楷体、黑体等)、现代字体(创意美术体等)。			灯杆及电杆广告	<p>1.户外广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。</p> <p>2.每根灯杆、电杆上最多只准设置两个户外广告。</p> <p>3.广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于 3m,距人行道侧石外缘不得小于 0.2m,面积不得大于 2 m²,单边长度不得大于 2m。</p>
						充气物广告	<p>1.在人行道上设置的充气物,其宽度(厚度或支柱直径)不得大于人行道宽度的四分之一,且应与设置单位的门面平行设置。人行道宽度小于 4m 的不得设置。</p> <p>2.在非独立门面或两相邻单位距离较近的位置设置充气物,应紧贴门前设置,其跨越距离不得超过门面宽度。</p> <p>3.设置充气拱门,跨度不得超过 10m,高度不得超过 5m,安装设置安全、牢固。</p>

5.3.1 临江北路

(1) 道路规划情况

临江北路在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为生活性次干道，西接马牙路，东至新阳东路。控制长度约为4400m，宽度40m，双向4车道。两侧各有5.5m宽的非机动车道与4.5-5m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

户外广告设施的设置应体现生活性道路的特点，通过规范户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善临江北路街景容貌，形成整洁优美的沿路景观环境。

- 1) 对沿街小商铺进行重点整治，形成良好的街道界面。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、生活及交通产生影响，保障正常的生活秩序。
- 3) 户外广告设施应与建筑风格相协调。

(3) 总体控制政策

临江北路北侧路段、临江北路南侧马牙路以东约100外至仁港路路段、晓翠路至榕江北路路段南侧为限设路段，临江北路南侧马牙路以东约100内路段、仁港路至晓翠路路段南侧、榕江北路至新阳东路路段东侧为禁设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对临江北路风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

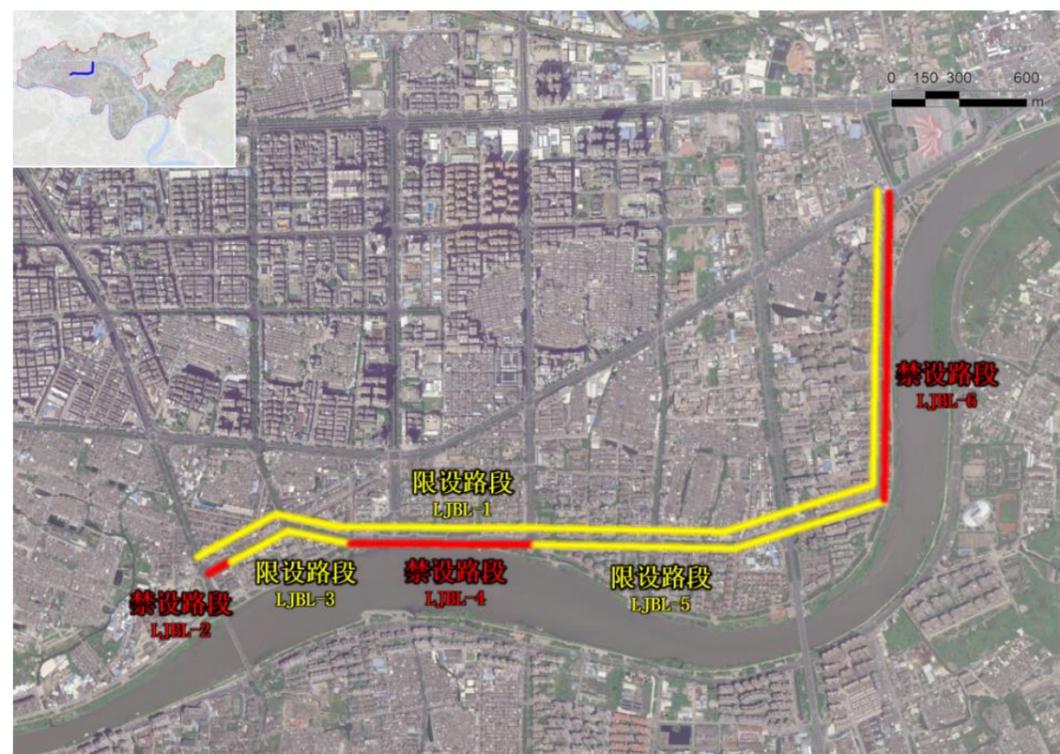


图 5-7 临江北路路段控制分区图

(5) 路段控制要求

1) 可设路段: 临江北路无可设路段。

2) 限设路段: 临江北路南侧马牙路以东约 100m 外至仁港路路段、晓翠路至榕江北路路段南侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度, 避免对住宅的采光和视线造成影响, 商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建(构)筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置, 不宜在建(构)筑物屋顶上设置户外广告设施, 不宜设置垂直建(构)筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段: 临江北路南侧马牙路以东约 100 内路段、仁港路至晓翠路路段南侧、榕江北路至新阳东路路段东侧。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明

和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议



现状照片



整改建议

建议统一招牌高度并亮化处理

LJBL-1 路段 (限设路段)



现状照片



整改建议

建议店招位置, 统一招牌位置、高度、尺寸、色系并保持一店一招牌

LJBL-3 路段 (限设路段)

5.3.2 临江南路

(1) 道路规划情况

临江南路在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为生活性主干路，西接榕华大道，东至空港大道以南，控制长度约为15600m，宽度40m，双向4车道。两侧各有5.5m宽的非机动车道与4.5-5m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

户外广告设施的设置应体现生活性道路的特点，通过规范户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善临江南路街景容貌，形成整洁优美的沿路景观环境。

- 1) 对沿街小商铺进行重点整治，形成良好的街道界面。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、生活及交通产生影响，保障正常的生活秩序。
- 3) 户外广告设施应与建筑风格相协调。

(3) 总体控制政策

揭阳大道至万达广场路段南侧、万达广场至空港大道路段南侧为限设路段，临江南路北侧、临江南路南侧万达广场路段、空港大道至滨江大道路段两侧为禁设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对临江南路风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。

2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。

3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

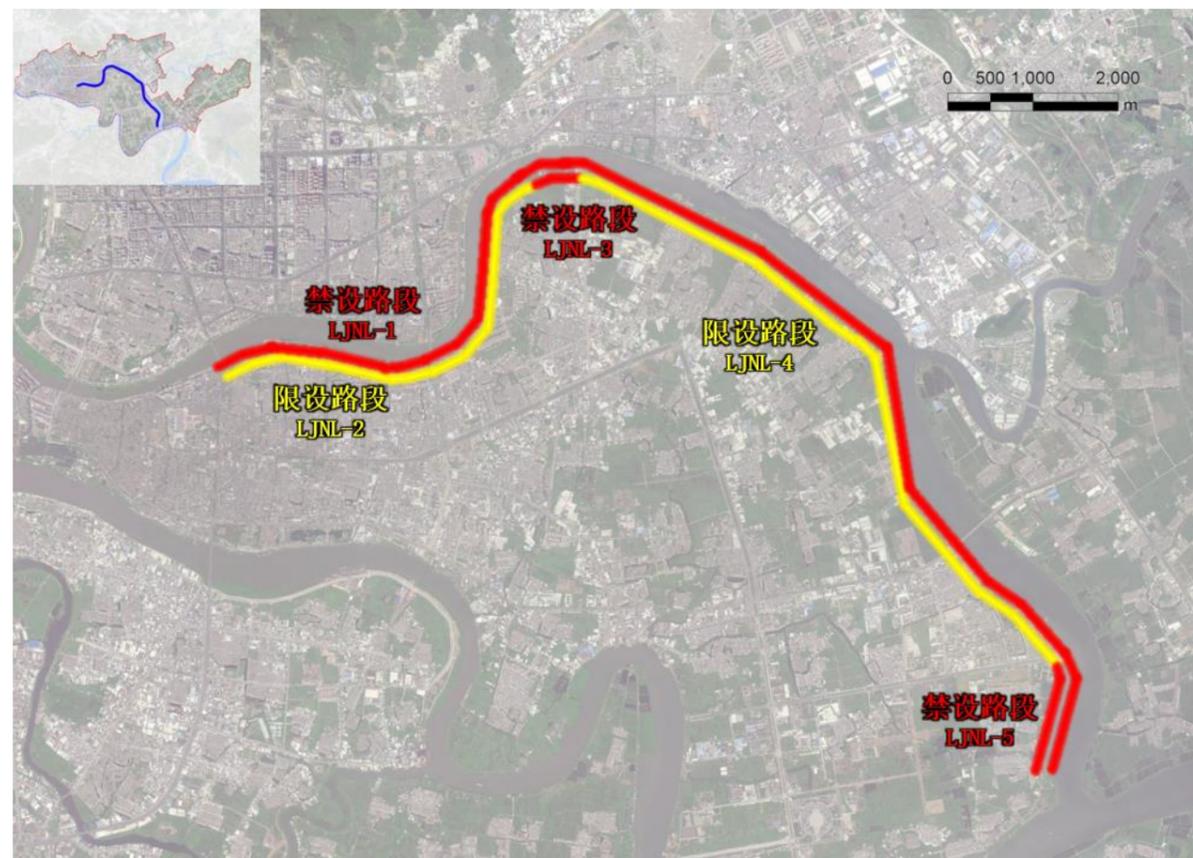


图 5-8 临江南路路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：临江南路无可设路段。
- 2) 限设路段：揭阳大道至万达广场路段南侧、万达广场至空港大道路段南侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光 and 视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段：临江南路北侧、临江南路南侧万达广场路段、空港大道至滨江大道路段两侧。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议



5.3.3 进贤门大道

(1) 道路规划情况

进贤门大道在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为交通性主干路，西接东环城路，东至揭东大道，控制长度约为8700m。其中凤东路以西宽度40m，双向6车道，两侧有6.5m宽的人行道；凤东路以东宽度80m，双向10车道，两侧有7m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

通过规划户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善进贤门大道街景容貌，形成特色突出、形象鲜明、内涵丰富、格调高雅的城市空间视觉效果，体现揭阳地方特色和现代化的城市形象。

- 1) 体现进贤门大道交通性主干路的道路景观。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、行政、生活及交通产生影响。

(3) 总体控制政策

新兴北路至进安路路段北侧、东湖路至梅兜路路段北侧为可设路段，东环城路至东新兴北路路段北侧、东环城路至彭林村三号路路段南侧、进安路至东湖路北侧路段、梅兜路至揭阳大道路段北侧、顺兴路至发展大道北侧为限设路段，揭阳大道至顺兴路路段北侧、彭林村三号路至发展大道南侧路段为禁设路段。规划路段中，发展大道至揭东大道除发展大道至规划天福东路路段北侧及规划桥面为禁设路段，其余为限设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对进贤门大道风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要

求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

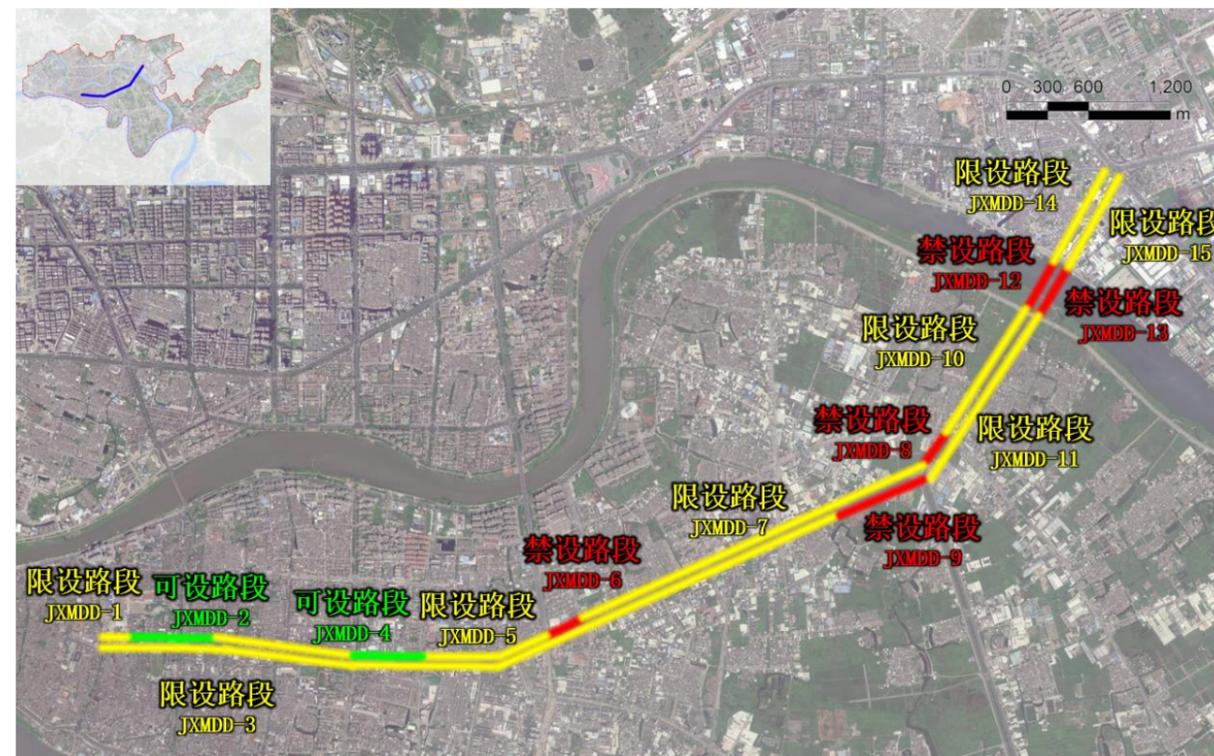


图 5-9 进贤门大道路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：新兴北路至进安路路段北侧、东湖路至梅兜路路段北侧。
 - ① 户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。
 - ② 广告设施媒体需合理采用 LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段: 东环城路至东新兴北路路段北侧、东环城路至彭林村三号路路段南侧、进安路至东湖路北侧路段、梅兜路至揭阳大道路段北侧、顺兴路至发展大道北侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度, 避免对住宅的采光和视线造成影响, 商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建(构)筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置, 不宜在建(构)筑物屋顶上设置户外广告设施, 不宜设置垂直建(构)筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段: 揭阳大道至顺兴路路段北侧、彭林村三号路至发展大道南侧路段。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议

现状照片



整改建议



JXMDD-1 路段 (限设路段)

现状照片



整改建议



JXMDD-1 路段 (限设路段)

现状照片



整改建议



JXMDD-3 路段 (限设路段)

5.3.4 望江北路

(1) 道路规划情况

望江北路在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为交通性主干路。西接榕华大道，东至G206国道，控制长度约为11000m。其中揭阳大道以西宽度40m，双向4车道，两侧各有5.5m宽的非机动车道与4.5-5m宽的人行道；揭阳大道以东宽度50m，双向6车道，两侧各有6m宽的非机动车道与5m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

通过规划户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善望江北路街景容貌，形成特色突出、形象鲜明、内涵丰富、格调高雅的城市空间视觉效果，体现揭阳地方特色和现代化的城市形象。

- 1) 体现望江北路交通性主干路的道路景观。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、行政、生活及交通产生影响。

(3) 总体控制政策

仙彭路至渔湖镇镇政府对面路段南侧、发展大道至榕东大桥桥头以西路段为可设路段，榕东大桥以西路段北侧、榕华大道至仙彭路路段南侧、渔湖镇镇政府对面至发展大道路段两侧为限设路段，榕东大桥至206国道路段北侧、榕东大桥东面桥头路段为禁设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对望江北路风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

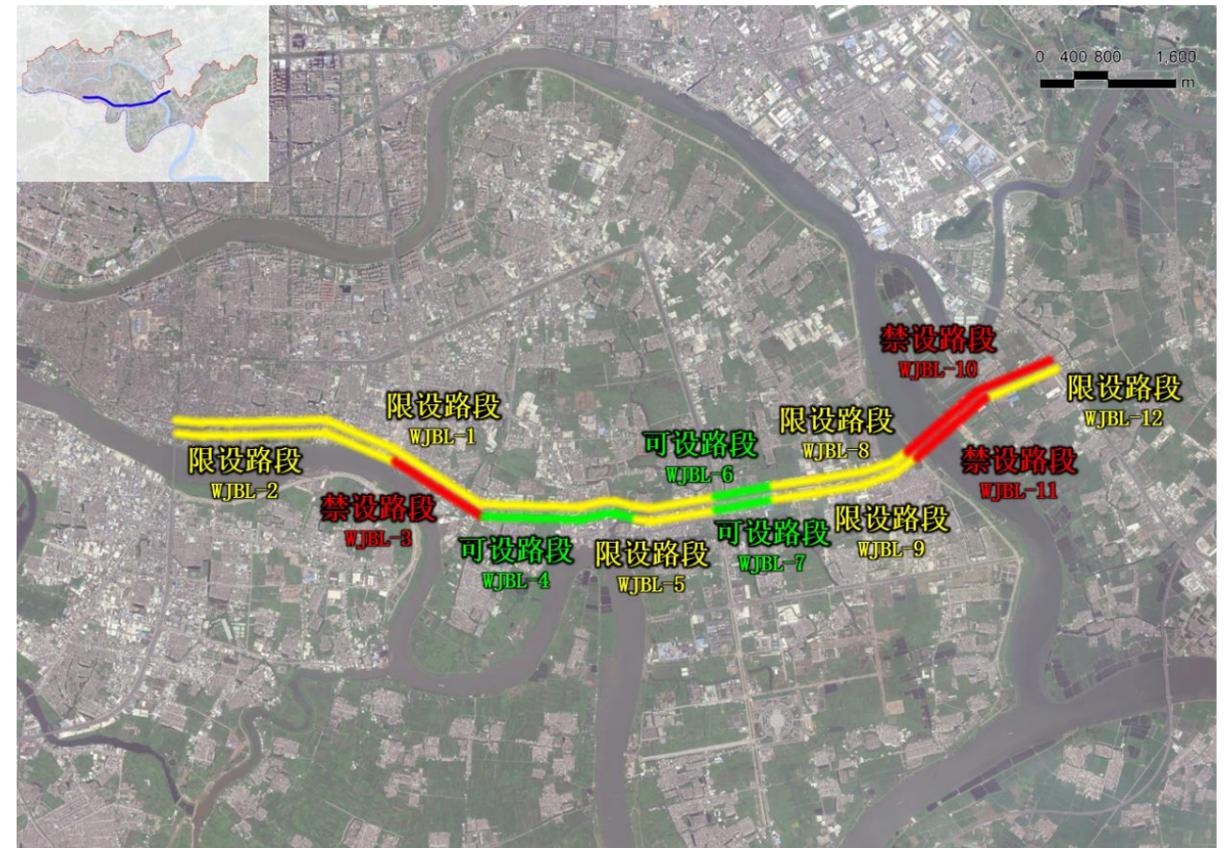


图 5-10 望江北路路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：仙彭路至渔湖镇镇政府对面路段南侧、发展大道至榕东大桥桥头以西路段。
 - ① 户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。
 - ② 广告设施需合理采用LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，

烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：榕东大桥以西路段北侧、榕华大道至仙彭路路段南侧、渔湖镇镇政府对面至发展大道路段两侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光和视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段：榕东大桥至 206 国道路段北侧、榕东大桥东面桥头路段。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议



WJBL-1 路段（限设路段）



WJBL-1 路段（限设路段）



WJBL-5 路段（限设路段）



现状照片

整改建议

现状照片

整改建议

现状照片

整改建议

5.3.5 黄岐山大道

(1) 道路规划情况

黄岐山大道在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为生活性主干路，北接揭阳南站，南至临江北路。控制长度约为2400m，宽度60m，双向6车道。两侧各有7m宽的非机动车道与6m宽的人行道，道路两侧用地多为商业用地。

(2) 规划目标

户外广告设施的设置应体现生活性道路的特点，通过规范户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善黄岐山大道街景容貌，形成整洁优美的沿路景观环境。

- 1) 对沿街小商铺进行重点整治，形成良好的街道界面。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、生活及交通产生影响，保障正常的生活秩序。
- 3) 户外广告设施应与建筑风格相协调。

(3) 总体控制政策

揭阳南站至美阳路路段西侧、环市北路至建阳路路段东侧为可设路段，揭阳南站至环市北路路段东侧、美阳路至临江北路路段为限设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对黄岐山大道风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直

建（构）筑物外墙的户外广告设施。

3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

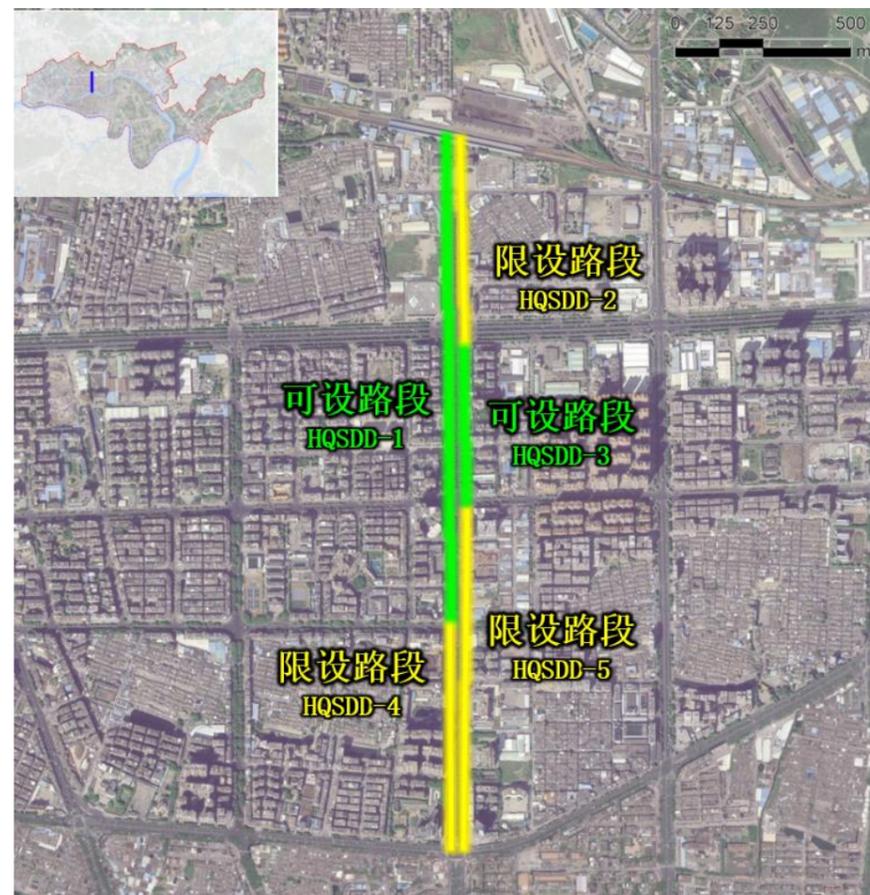


图 5-11 黄岐山大道路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：揭阳南站至美阳路路段西侧、环市北路至建阳路路段东侧。
 - ① 户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。
 - ② 广告设施媒体需合理采用 LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：揭阳南站至环市北路路段东侧、美阳路至临江北路路段。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光和视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段：该路段无禁设路段。

(6) 部分路段整改建议



5.3.6 揭阳大道

(1) 道路规划情况

揭阳大道在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，进贤门大道以北为交通性主干路，进贤门大道以南为快速路，北接环市北路，南至望江北路，控制长度约为4900m，宽度80m，双向8车道。两侧各有7m宽的非机动车道与5.5m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

通过规划户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善揭阳大道街景容貌，形成特色突出、形象鲜明、内涵丰富、格调高雅的城市空间视觉效果，体现揭阳地方特色和现代化的城市形象。

- 1) 体现揭阳大道交通性主干路的道路景观。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、行政、生活及交通产生影响。

(3) 总体控制政策

环市北路至建阳路路段两侧、东泰路至临江北路路段西侧为可设路段，建阳路至东泰路路段西侧、临江北路至榕江北路路段西侧、建阳路至榕江北路路段东侧、临江南路至进贤门大道路段西侧为限设路段，榕江北路至临江南路路段，临江南路至进贤门大道路段东侧、进贤门大道至望江北路路段为禁设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对揭阳大道风貌特征、户外广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。



图 5-12 揭阳大道路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：环市北路至建阳路路段两侧、东泰路至临江北路路段西侧。
①户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

②广告设施媒体需合理采用LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：建阳路至东泰路路段西侧、临江北路至榕江北路路段西侧、建阳路至榕江北路路段东侧，临江南路至进贤门大道路段西侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光和视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段：榕江北路至临江南路路段，临江南路至进贤门大道路段东侧、进贤门大道至望江北路路段。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何

形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议



现状照片

整改建议

JYDD-2 路段（可设路段）



现状照片

整改建议

JYDD-5 路段（可设路段）



现状照片

整改建议

JYDD-10 路段（限设路段）

5.3.7 发展大道

(1) 道路规划情况

发展大道在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为交通性主干路，北接临江南路，南至滨江大道，控制长度约为9800m。其中进贤门大道以北宽度60m，为规划道路；进贤门大道以南宽度80m，双向10车道。两侧有6.25m宽的人行道。道路两侧用地多为居住用地与商业用地。

(2) 规划目标

通过规划户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善发展大道街景容貌，形成特色突出、形象鲜明、内涵丰富、格调高雅的城市空间视觉效果，体现揭阳地方特色和现代化的城市形象。

- 1) 体现发展大道交通性主干路的道路景观。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、行政、生活及交通产生影响。

(3) 总体控制政策

进贤门大道以南约100m外路段西侧至规划和美路、规划和美路至规划义和东路、新城大道至崇学路路段东侧至为可设路段，进贤门大道至规划和美路路段东侧、规划湖心路至规划义和东路路段、规划义和东路至吉祥路路段西侧、崇学路至滨江大道路段东侧、吉祥路至滨江大道路段西侧为限设路段，进贤门大道以南约100m内路段西侧、规划和美路至规划湖心路、发展大道至新城大道路段东侧为禁设路段。规划路段中，临江南路至进贤门大道路段西侧、临江南路至规划双彭路路段东侧为限设路段，规划双彭路至进贤门大道为禁设路段。详见下图。

(4) 总体控制要求

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），针对发展大道风貌特征、广告设施现状及两侧用地规划情况，提出以下控制基本要求：

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。
- 4) 衔接揭阳市创建文明城市的实施成果，协调建筑自身情况，可对户外广告设施（招牌）的高度进行灵活处理。



图 5-13 发展大道路段控制分区图

(5) 路段控制要求

- 1) 可设路段：进贤门大道以南约100m外路段西侧至规划和美路、规划和美路至规划义和东路、新城大道至崇学路路段东侧。

①户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

②广告设施媒体需合理采用LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：进贤门大道至规划和美路路段东侧、规划湖心路至规划义和东路路段、规划义和东路至吉祥路路段西侧、崇学路至滨江大道路段东侧、吉祥路至滨江大道路段西侧。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光和视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

④建（构）筑物广告设施应结合建筑广告位、裙楼和橱窗设置，不宜在建（构）筑物屋顶上设置广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的广告设施。

3) 禁设路段：进贤门大道以南约 100m 内路段西侧、规划和美路至规划湖心路、发展大道至新城大道路段东侧。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议

现状照片



整改建议



FZDD-5 路段（可设路段）

现状照片



整改建议



FZDD-9 路段（可设路段）

现状照片



整改建议



FZDD-5 路段（限设路段）

5.4 精致揭阳

规划目标: 通过深入挖掘玉文化特色丰富户外广告表现形式, 体现阳美玉都的商业活力以及人文风光, 展现揭阳精雕细琢, 追求极致的精神。

色彩控制: 底色以中明度中彩度的棕色、蓝色为主, 主色宜采用低明度、中彩度的黄色、蓝绿色。

表 5-3 精致揭阳主题道路建议采用的户外广告设施色彩搭配列表

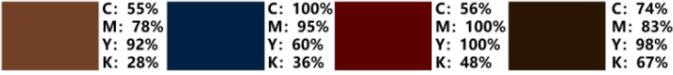
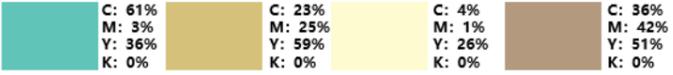
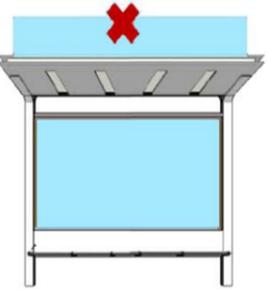
色彩类型	明度、彩度	建议采用色彩搭配							
		色块	C: 55% M: 78% Y: 92% K: 28%	色块	C: 100% M: 95% Y: 60% K: 36%	色块	C: 56% M: 100% Y: 100% K: 48%	色块	C: 74% M: 83% Y: 98% K: 67%
广告底色	中明度、中彩度								
广告主色	低明度、中彩度		C: 61% M: 3% Y: 36% K: 0%		C: 23% M: 25% Y: 59% K: 0%		C: 4% M: 1% Y: 26% K: 0%		C: 36% M: 42% Y: 51% K: 0%

广告字体: 鼓励选用跟中国书法有关的字体 (篆书体、隶书体、草书体、本地名家字体等)、古代刻本字体、现代仿刻本字体。

广告形式: 基本满足路段设置要求下, 鼓励设置垂直外墙式广告 (小型老字号样式的竖向招牌、道旗、小型悬挂式广告牌)、路灯及电杆广告 (云智慧灯杆)、公交候车亭广告 (智慧公交电子站牌), 仅选择交叉口等标志性空间设置大型显示屏。

主题		精致揭阳		路段类型	可设路段		
通则	1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。 2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。 3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。 4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及时进行更新、维护、保养,并应按期进行安全检查。 5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。 6.鼓励采用有特色的、创意性广告设计及LED显示屏广告、全息投影广告、光源广告等新型多媒体展示形式。	规划目标	通过深入挖掘玉文化特色丰富户外广告表现形式,体现阳美玉都的商业活力以及人文风光,展现揭阳精雕细琢,追求极致的精神。	广告内容	公益广告面积占户外广告总面积总量≥5%。 (同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求)		
		广告底色	以中明度中彩度的棕色、蓝色为主。 	控制要点	广告密度	所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的40%,投影类和隐形类LED除外。	
		广告色彩	以低明度、中彩度的黄色、蓝绿色为主。 			平行外墙式广告	突出广告设施突出墙面距离不宜大于0.5m;下端距地面的净高不得低于4.5m。
		广告字体	鼓励选用跟中国书法有关的字体(篆书体、隶书体、草书体、本地名家字体等)、古代刻本字体、现代仿刻本字体。	垂直于外墙式广告	广告设施自建筑物±0.00起到户外广告设施顶部的高度不宜超过24m。 	LED显示屏广告	1.在商业区及其周边设置,夜间亮度值应小于等于1000cd/m²;在交通路口及其他地区设置,夜间亮度值应小于等于400cd/m²。 2.广告设施播放时间控制为上午7时30分至晚上22时30分。
其他类型广告			符合允许设置条件的其他户外广告设施应按照本规划第6章户外广告管理控制通则相应的管控要求执行。				
意向图		现状照片	<p>YMDD-3、可设路段、中国玉都展销中心周边</p>	效果图	<p>YMDD-3、可设路段、中国玉都展销中心周边</p>		

主题		精致揭阳		路段类型	限设路段		
通则	1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，不得破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。 2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。 3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的，应统一规格、材质。 4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠，应及时进行更新、维护、保养，并按期进行安全检查。 5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。 6.禁止设置屋顶广告（楼宇标志除外）、新建垂直外墙式广告。	规划目标	通过深入挖掘玉文化特色丰富户外广告表现形式，体现阳美玉都的商业活力以及人文风光，展现揭阳精雕细琢，追求极致的精神。	控制要点	广告内容	公益广告面积占户外广告总面积总量≥30%。 (同一控制分区内各路段公益广告总量占比不得低于该控制分区要求)	
		广告底色	以中明度中彩度的棕色、蓝色为主。		广告密度	所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的30%，投影类和隐形类LED除外。	
						平行外墙式广告	突出广告设施突出墙面距离不宜大于0.5m；下端距地面的净高不得低于4.5m。
广告主色	宜采用低明度、中彩度的黄色、蓝绿色为主。	路灯杆及电杆广告	广告牌面底部距离地面高度不得小于3m；外缘水平投影距人行道侧石不得小于0.2m。牌面高度不得超过2m。	广告设施与路灯杆、电杆位置示意图			
广告色彩		广告字体	鼓励选用跟中国书法有关的字体（篆书体、隶书体、草书体、本地名家字体等）、古代刻本字体、现代仿刻本字体。	小型落地式广告	沿商业步行街的纵向间距不得小于15m，沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于25m，沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于50m。	底座式、立杆式、造型式广告设置间距要求	1、沿商业步行街的纵向间距不得小于15米 2、沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于25米 3、沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于50米
意向图		现状照片		其他类型广告	符合允许设置条件的其他户外广告设施应按照本规划第6章 户外广告管理控制通则相应的管控要求执行。		
		效果图					

主题		精致揭阳		路段类型		禁设路段			
通则 1.户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。 2.户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能、建筑物安全、消防通道。 3.户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。 4.户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及时进行更新、维护、保养,并按期进行安全检查。 5.户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。 6.原则上禁止除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告,临时广告和公益广告以小型设施为主。	规划目标 通过深入挖掘玉文化特色丰富户外广告表现形式,体现阳美玉都的商业活力以及人文风光,展现揭阳精雕细琢,追求极致的精神。	规划引导 广告底色 以中明度中彩度的棕色、蓝色为主  广告主色 以低明度、中彩度的黄色、蓝绿色为主  广告字体 鼓励选用跟中国书法有关的字体(篆书体、隶书体、草书体、本地名家字体等)、古代刻本字体、现代仿刻本字体。	控制要点 广告类型	公共设施广告 公交候车亭广告 广告只能设置在公交站预留的广告栏内,候车亭的顶部等其他位置不得设置户外广告设施。	禁设路段 广告设施与公交候车亭广告示意图 	时限要求 1.促销等经营性活动设置的临时户外广告,一般时限1-3天。 2.需设置临时户外广告的,设置时间原则上不得超过活动批准期限。 3.在建楼盘的临时户外广告,设置时间不得超过3个月。 4.临时性大型户外广告设置期限最长不得超过30日,期满之日起3日内由设置人自行拆除。	其他类型广告(临时广告) 布幅广告 1.横幅:一栋建筑原则上不超过一条,长度不得大于15m,宽度不得大于1.5m。 2.竖幅:长度不得大于25m,宽度不得大于1.5m;八层以上(即24m以上,不含八层)不得设置。 3.巨幅:单体面积不得大于300㎡。	灯杆及电杆广告 1.户外广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。 2.每根灯杆、电杆上最多只准设置两个户外广告。 3.广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于3m,距人行道侧石外缘不得小于0.2m,面积不得大于2㎡,单边长度不得大于2m。	充气物广告 1.在人行道上设置的充气物,其宽度(厚度或支柱直径)不得大于人行道宽度的四分之一,且应与设置单位的门面平行设置。人行道宽度小于4m的不得设置。 2.在非独立门面或两相邻单位距离较近的位置设置充气物,应紧贴门前设置,其跨越距离不得超过门面宽度。 3.设置充气拱门,跨度不得超过10m,高度不得超过5m,安装设置安全、牢固。

5.4.1 阳美大道

(1) 道路规划情况

阳美大道在《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》中，为交通性主干路，北至榕江北河，南至榕江南河，控制长度约为4968m，宽度50m，双向6车道。两侧各有6m宽的非机动车道与5m宽的人行道，道路两侧用地多为商业用地与居住用地。

(2) 规划目标

通过规划户外广告设施设置，合理利用城市空间资源，改善发展大道街景容貌，形成特色突出、形象鲜明、内涵丰富的城市空间视觉效果，体现揭阳地方玉文化特色的城市形象。

- 1) 体现阳美大道交通性主干路的道路景观。
- 2) 户外广告设施设置不对居住、生活及交通产生影响。

(3) 总体控制政策

临江西路（规划路）至西关路西侧路段、临江西路至新阳西路东侧路段为可设路段，西关路至望江北路（规划路）西侧路段、新阳西路至望江北路（规划路）东侧路段为限设路段，临江西路（规划路）至榕江北河两侧路段、望江北路（规划路）至榕江南河两侧路段为禁设路段。

(4) 总体控制要求

- 1) 可设路段不得在8层(24m)以上建筑屋顶设置广告设施。
- 2) 限设路段不宜在建（构）筑物屋顶上设置户外广告设施，不宜设置垂直建（构）筑物外墙的户外广告设施。
- 3) 禁设路段原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，

临时广告和公益广告以小型设施为主。

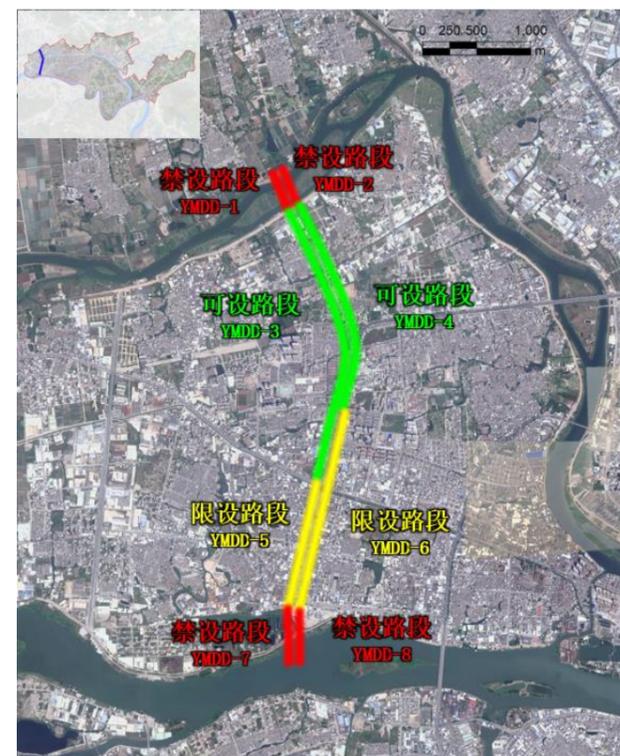


图 5-14 阳美大道段控制分区图

(5) 路段控制要求

1) 可设路段：临江西路（规划路）至西关路西侧路段、临江西路至新阳西路东侧路段。

①户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

②广告设施媒体需合理采用 LED、电子屏、三面翻、霓虹灯、橱窗广告等形式，烘托商业气氛。此外，要兼顾广告设施的夜景。

2) 限设路段：西关路至望江北路（规划路）西侧路段、新阳西路至望江北路（规划路）东侧路段。

①道路沿线建筑墙面店招应统一位置、形式以及尺寸等。为增加广告的可视度，避免对住宅的采光和视线造成影响，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。

②居住建筑、行政办公建筑、市政设施、绿地公园等禁止设置户外广告设施。

③户外广告设施设置应遵循相关规范及户外广告管理控制通则中所有条款。

3) 禁设路段：临江北路南侧马牙路以东约 100 内路段、仁港路至晓翠路路段南侧、榕江北路至新阳东路路段东侧。

①原则上禁止设置除公交候车亭广告以外的任何

形式的商业广告。

②不得设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告。

(6) 部分路段整改建议

现状照片



整改建议



YMD-3 路段（可设路段）

现状照片



整改建议



YMD-5 路段（限设路段）

第6章 户外广告管理控制通则

6.1 总则

6.1.1 目的及依据

为了加强户外广告和招牌设置管理,创造整洁、优美的市容环境,结合本次规划前述内容,根据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国城乡规划法》《城市市容和环境卫生管理条例》和《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》等相关法律法规的规定,结合揭阳市城区实际情况,制定揭阳市城区户外广告管理控制通则。

6.1.2 适用范围

揭阳市城区范围内户外广告的设置适用本通则。本通则未包括的内容,应符合国家、广东省、揭阳市现行的相关法规和规范要求。

6.1.3 名词解释

本通则所称户外广告设置,是指以发布商业性或者公益性广告内容为目的,利用公共、自有或者他人所有的建(构)筑物、户外场地、空间、设施等载体,以符合《城市容貌标准》(GB50449-2008)的各种形式设置户外广告设施以及绘制、张挂、张贴广告的行为。

本通则所称招牌设置,是指设置人在办公或者经营场所的建(构)筑物及其附属设施上,设置表明单位名称、字号、标志的标牌、电子显示屏、灯箱、霓虹

灯、文字符号等的行为。

6.1.4 户外广告设置应当符合的基本原则

- (1) 符合相关法律、法规、城乡规划、安全和生态环保要求,以该密则密、该疏则疏为原则合理布局户外广告空间。
- (2) 应当与周边的建筑、街景、环境相协调,达到白天与夜间美化城市景观的效果。
- (3) 鼓励采用新媒体、新形式、新技术、新材料,体现时代特色和城市发展水平。
- (4) 维护公共利益,协调好户外广告与公众社会的关系,合理分配公益性广告和商业性广告之间的比例。

6.2 设置通则

6.2.1 设置基本要求

- (1) 户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征,不得破坏被依附载体的整体效果,其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。
- (2) 户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能,不得影响建筑物安全,不得影响消防通道。
- (3) 户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的,应统一规格、材质。
- (4) 户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠,应及

时进行更新、维护、保养，并应按期进行安全检查。

(5) 户外广告设施设置应充分考虑揭阳市的自然气候条件特点。

6.2.2 设计与安装要求

(1) 户外广告设施应由具备相关设计资质的设计单位结合建筑整体布局、建筑物立面及周边环境要求进行设计。

(2) 附设于建筑墙身广告应以建筑单体为基本单位，落地式户外广告设施及其他类型户外广告设施应以空间相关地段为单位进行设计，广告形式、形状、尺寸和材质等应与建筑立面和城市空间的整体景观保持协调关系。

(3) 户外广告设施的安装应由具备建筑、安装施工资质的企业按图进行施工，并要求有施工监理。

(4) 设置的广告设施，其荷载应按《建筑结构荷载规范》(GB50009-2012)规定执行。设置屋面和墙面广告设施的，除考虑广告设施自身强度外，并考虑广告设施的荷载对原有建筑物的影响，设置人在广告设施安装前须得到房屋安全鉴定部门的批准。

(5) 广告设施与原有建筑物的连接应确保连接可靠、牢固安全。连接埋置固定部位应和连接件等强度。

(6) 户外广告设施一般采用钢结构形式，应按《钢结构设计标准》(GB50017-2017)执行，其钢结构的选型、布置和构造应便于制作、安装和维护。

(7) 户外广告设施钢结构安装时必须确保结构的稳定性和不产生永久变形。墙面和屋顶广告设施安装必须注意安全。

(8) 户外广告设施的安全质量由广告设施设置人负责。

6.2.3 禁止设置户外广告设施的情形

有下列情形之一的，原则上严禁设置户外广告设施。

(1) 利用交通安全设施、交通标志、消防设施及消防安全标志的

- 1) 交通信号设施。
- 2) 交通指路牌。
- 3) 交通标志牌。

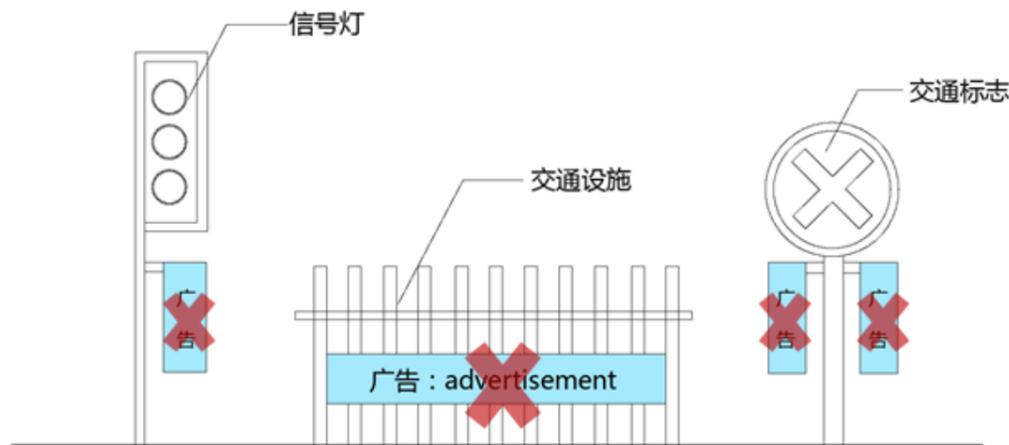


图 6-1 禁止利用交通安全设施、交通标志设置广告示意图

- 4) 交通执勤岗设施。
- 5) 道路隔离栏。
- 6) 高架轨道隔声窗(隔声墙)。
- 7) 道路及桥梁防撞墙与隔音窗(隔音墙)。
- 8) 人行天桥护栏。

(2) 影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的

- 1) 道路交叉口视距三角形范围内。

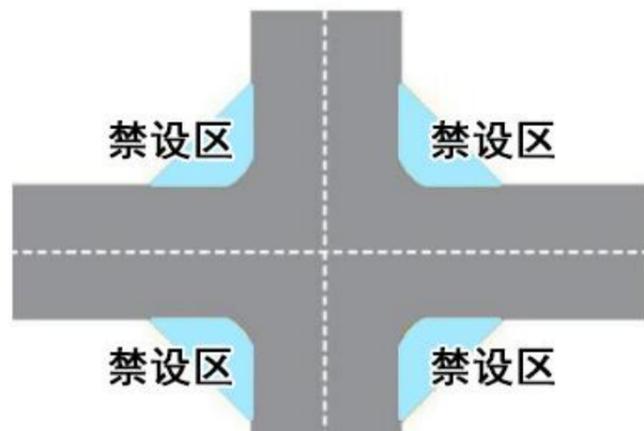


图 6-2 禁止在道路交叉口视距三角形设置广告示意图

2) 除道路隔离栏外的交通安全设施、交通标志、交通监控设施半径 10m 范围内。

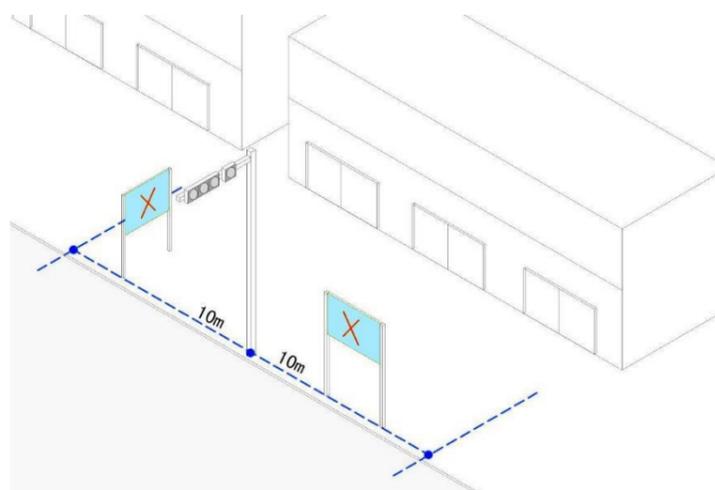


图 6-3 禁止安全交通设施、标志 10m 范围内设置户外广告示意图

3) 公交站牌、路名牌、消防栓、邮筒、电话亭等设施半径 10m 范围内，公交候车亭除外。

4) 河道、防洪堤的安全防护范围内。

5) 各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内。

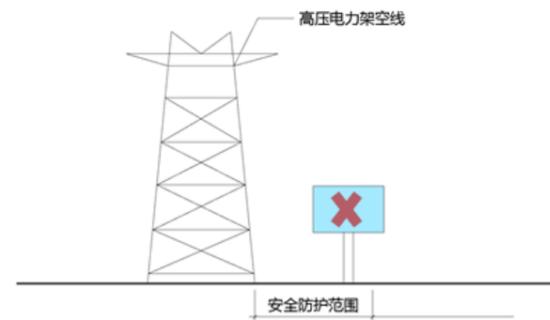


图 6-4 禁止在各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内设置广告示意图

6) 人行天桥落地扶梯、过街地道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人和车流出入口 10m 范围内。

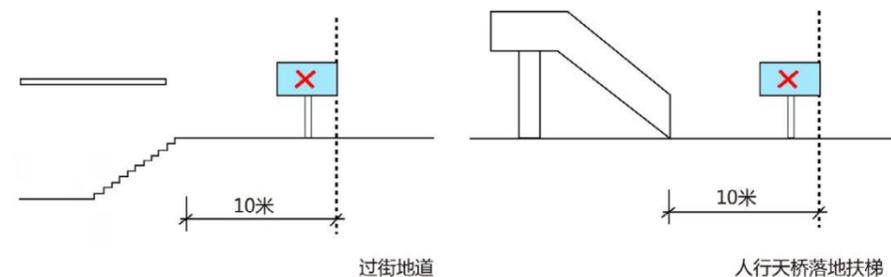


图 6-5 禁止在人行天桥落地扶梯、过街地道 10m 范围内设置广告示意图

7) 其它影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的情形。

(3) 妨碍生产和人民生活，损害市容市貌或者建筑形象的

1) 户外广告设施跨越城市道路、公路设置的。



图 6-6 禁止设置跨越道路的户外广告示意图

2) 沿街毗邻建筑物之间的空间上设置户外广告设施的。

- 3) 大量车流集散的公共建筑出入口外两侧各 5m 范围内设置户外广告设施的。
- 4) 在重要标志性建（构）筑物、公共建筑和重要广场上设置户外广告设施的。
- 5) 在坡顶屋、屋顶造型独特的建筑顶部。

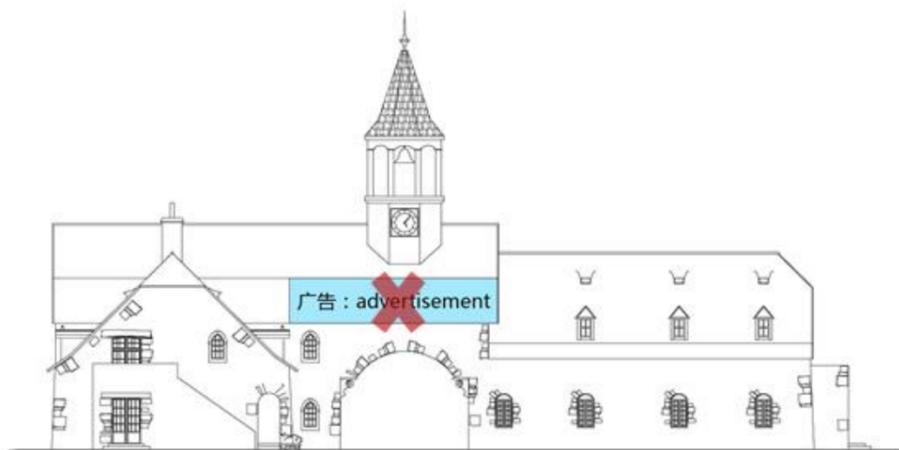


图 6-7 禁止在坡顶屋、屋顶造型独特的建筑顶部设置户外广告示意图

- 6) 在住宅小区内的建筑立面及屋顶（楼宇标志除外）。
- 7) 在危房上或可能危及建（构）物和设施安全的位置设置户外广告设施；
- 8) 妨碍无障碍设施使用。
- 9) 妨碍建筑物、相邻建筑物或其它相邻公共设施的日常使用(如：日照等要求) 和安全需求(如:采光、通风、视线、交通通行、消防通道使用) 或者造成居民视觉污染的。

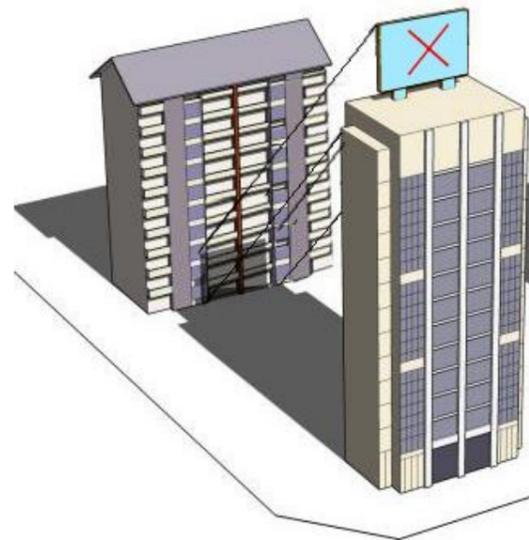


图 6-8 禁止影响相邻建筑现有日照要求的设置户外广告示意图

10) 利用临街建筑物玻璃的：

- ①利用建筑玻璃窗、玻璃幕墙、观光电梯等，在玻璃内外侧张贴或设置广告的(商业建筑按详细规划要求进行控制)。
- ②遮挡建筑窗户，妨碍建筑采光的。

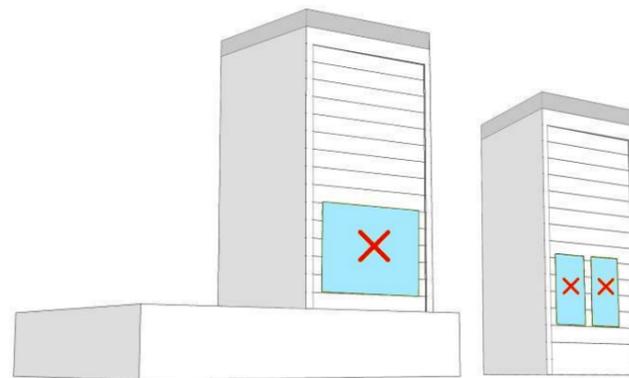


图 6-9 禁止利用临街建筑物玻璃设置户外广告示意图

11) 其它妨碍生产或者人民生活，损害市容市貌或者建筑形象的情形。

(4) 利用行道树或者损毁绿地的

- 1) 依附于行道树或者影响行道树生长的。

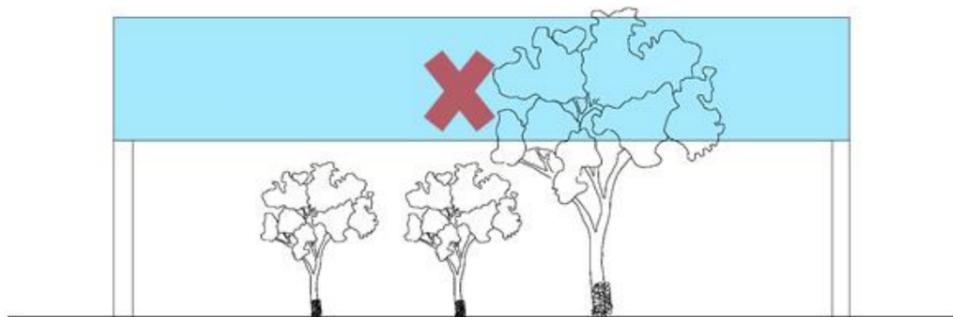


图 6-10 禁止依附行道树或者影响行道树生长的户外广告示意图

- 2) 在道路绿化分隔带设置户外广告设施的。
- 3) 城市公共绿地内独立设置广告设施，遮挡城市公共绿地景观的。

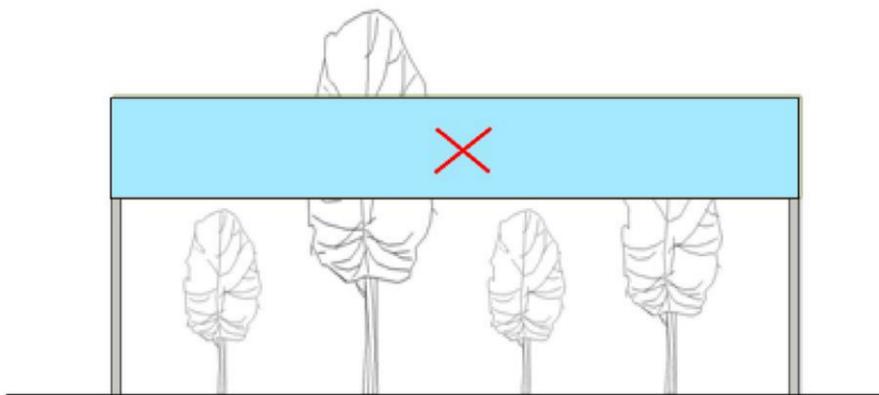


图 6-11 禁止遮挡绿化景观的户外广告示意图

- 4) 其它利用行道树或者损毁绿地的情形。

(5) 在国家机关、文化教育场所、文物保护单位、名胜风景区及其建筑控制地带设置的

- 1) 各级党政机关、人民代表大会、人民政协、司法机关及军事机关大楼及其围墙范围内，如无围墙，则控制周边用地 100m 范围。

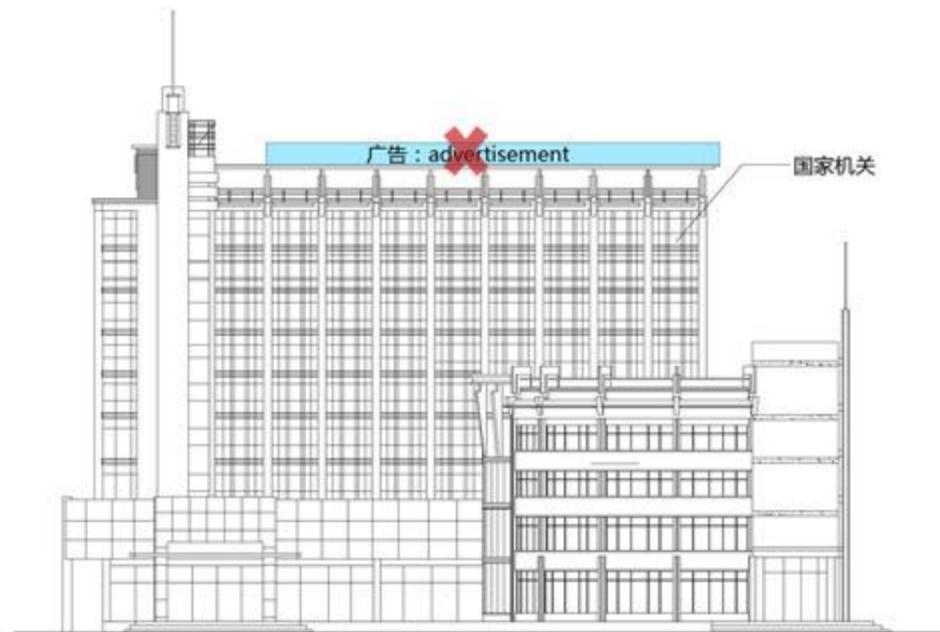


图 6-12 禁止在国家机关大楼及其围墙范围内设置户外广告示意图

- 2) 国家、省、市文物保护单位、市级文物保护单位、历史建筑等保护范围内。

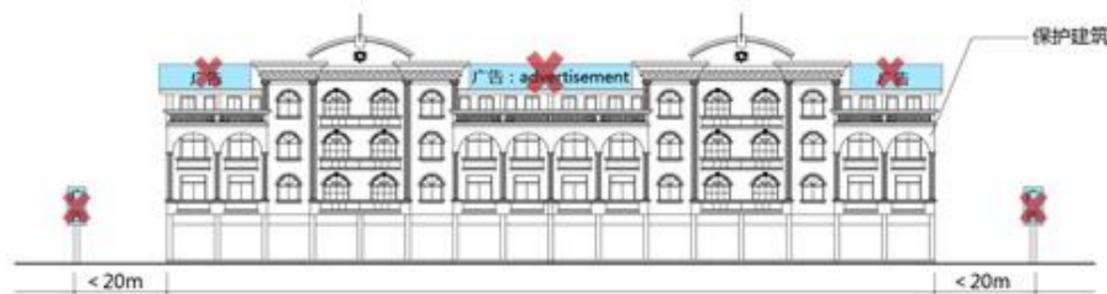


图 6-13 禁止在文物保护单位、历史建筑等保护范围内设置户外广告示意图

- 3) 城市纪念性建筑物，教育、文化设施用地范围内设置商业性广告。
- 4) 古树名木保护范围内，禁止设置。若为成林地带，则外缘树冠垂直投影以外 5m 所围合的范围内，禁止设置；若为单株树，树冠垂直投影以外 5m 及距树干基部外缘水平距离为胸径 20 倍以外的范围内，禁止设置。

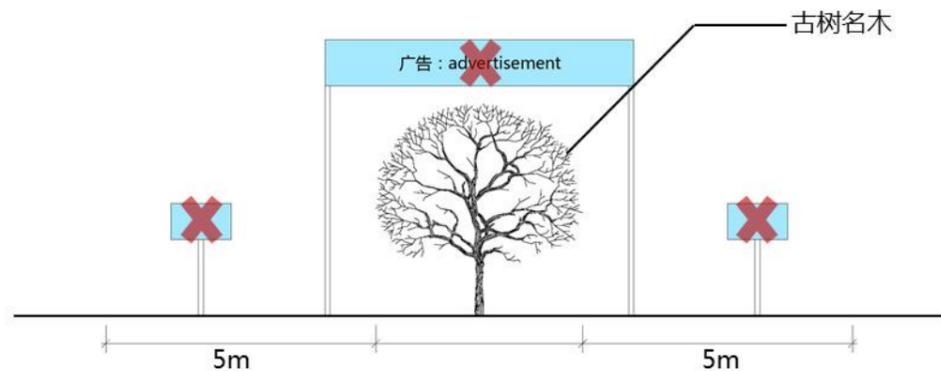


图 6-14 禁止在古树名木保护范围内设置户外广告示意图

(6) 其他禁止设置户外广告的情形

- 1) 在有关主管部门确定的危岩、滑坡区域设置的。
- 2) 法律法规明确不能设置的。
- 3) 饮用水水源一级保护区内禁止新建、改建、扩建与供水设施和保护水源无关的项目。已设置的与保护水源无关的户外广告，应由县级以上人民政府依法责令拆除。

6.3 建（构）筑物广告

6.3.1 建筑立面的控制

(1) 静态视觉分析

以人的习惯视觉来分析建筑立面上设置情况。在街道上行走时最强视力看到物体细节的视力角为 30 度，如集中精力观察某物体时，人眼的舒适角度大约为 18 度。因此，取人的平均身高视点为 1.6m，选取 18 度和 30 度来分析人的视线观察适宜范围，从而建议将广告设置在人视觉适宜观察范围内，以发挥广告的最大宣传效应。

在建筑远距离处，人的最佳视线 18 度范围内能看到离室外地面 21.9m 高

范围之内的物体，包括一二层商店的店标和橱窗景象；30 度范围视线内能看见离室外地面 37.6m 高范围之内的物体，在这个范围内能轻松看到整个建筑的全貌；60-70m 远，虽然能看见高处设置的广告牌，但是对画面内容却看的不是太清楚。

在建筑近距离处，人的最佳视线 18 度范围只能看到离地面 5.4m 高范围内的物体，也就是商店的店标和橱窗景象；30 度范围视线能看见离地面 8.3m 高范围内的物体，几乎能看到第三层墙面处设置的广告全部画面；对于实墙面上设置的广告牌则是仰起头来也看不清内容，在墙面高处设置的广告对于近距离的行人是不具有任何意义的。闲逛的顾客一般也就是注意商品橱窗和商店门面店标而已，也就是人对建筑的第三个感知层面—微观层面。而且，根据消费者心理，近距离闲逛的顾客是有一定的消费欲望，也是最有可能进入店内的潜在消费者，所以做好橱窗和店标乃至墙面材质运用和细部的设计是抓住消费者的首要环节。

(2) 动态视觉分析

结合建筑所处的地域环境以及周边道路车流量的大小综合分析。若距视点与户外广告设施距离较远，建筑形象及立面在道路对面不太能看清楚广告牌上的具体内容，那么极速行驶的车辆内的人们在快速行驶状态下就不能看清楚广告内容而留下印象。给人留下的第一印象的是建筑的整体形象，即视觉远观层面，只有独特个性的外观立面才能吸引快速状态下的人的视线的停留，然后才能让人进一步注意到立面上的广告，如果广告尺度太小，满足不了远观要求，就失去了广告的意义。所以说，对于已经拥有美观的整体形象设计的建筑，尤其是沿街立面，户外广告设的设计，要能抓住人的注意力，其次，建筑立面上的广告尺

度大小和广告内容设计还要考虑车辆行驶中人的动态视觉的要求，除了设置店标、橱窗，还要设置一些尺度较大的广告牌或者商业 LOGO，以满足不同距离和不同状态下人的视觉要求。

(3) 沿街建筑广告设置高度建议

根据静态视觉分析，建议位于集中展示区、展示路的沿街建筑，在满足本规划其他要求的条件下，除在低层设置尺度亲人的招牌外，根据其相邻道路的不同宽度，在建筑物的不同高度处设置户外广告设置，以达到商业宣传与城市宣传的效果。

结合《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》，揭阳城区道路路宽主要有80m、60m、50m、40m、36m、30m、28m、26m、24m等。以1.6m为人的平均视点高度、18度为人眼观察最舒服角度，结合考虑不同道路人行道宽度与建筑退让距离。得出对不同道路沿街建筑户外广告设施设置高度的建议。详见下表：

表 6-1 不同道路宽度广告牌中心设置高度一览表

道路总宽	人行道宽度	建议广告牌中心设置高度
80m	6.25m	26.5m
60m	5-6m	25.5m
50m	5m	22m
40m	4.5-6.5m	18m
36m	4m	17.5m
30m	3-7.5m	15.5m
28m	3-5m	15m

道路总宽	人行道宽度	建议广告牌中心设置高度
26m	4m	14.5m
24m	5m	13.5m

6.3.2 设置要求

(1) 禁止在行政办公建筑、文物古迹建筑、纪念建筑、园林建筑、司法建筑、军事建筑、市政公用建筑和特殊性质建筑（福利、外事、宗教）上设置户外广告设施；禁止在文化建筑、教育科研建筑、体育建筑、医疗建筑上设置商业性广告设施。

(2) 重要标志性建（构）筑物和公共建筑不得设置户外广告设施。

(3) 危房上不得设置户外广告设施。

(4) 建筑物的消防登高面（含立面、地面、屋面），建筑物设玻璃窗的墙面不得设置户外广告设施。

(5) 高层建筑的外墙面，不得设置与建筑本身无关的广告构筑物。高层建筑裙房上部不得设置影响建筑空间形态的广告构筑物。

(6) 户外广告设施的色彩、材质应与建（构）筑物相协调。

(7) 户外广告设施不可分割原有建筑立面，不得破坏建筑原有功能，不得破坏屋顶造型，不得遮挡与破坏建筑装饰，不得在玻璃幕墙内外设置广告，不得在窗户（橱窗）内外涂写、张贴、悬挂广告。

(8) 建筑空间领域广告仅能在建筑主要沿街面规定位置设置，其余部位一律不得设置。广告不得覆盖玻璃幕墙并不得遮挡住宅窗户。

(9) 设置于墙面的户外广告设施除了考虑自身的强度，还应考虑其荷载对

于原有建筑物的影响，在户外广告设施设计时应进行风压计算。

(10) 建筑物户外广告设施必须设置防雷设施。

(11) 新建(构)筑物户外广告的设置管理工作应“前置”，将户外广告设施设置一并纳入建筑设计中。

6.3.3 分类细则

(1) 平行外墙式广告

总体要求：

1) 建筑墙身广告仅能在主要沿街面规定位置设置，其余部位一律不得设置(根据建筑所属控制分区的规定)。广告设施不得覆盖玻璃幕墙并不得遮挡窗户。

2) 非商业建筑原则上不宜设置商业性墙面广告；广告设施的设置不得影响建筑物的功能和安全、堵塞疏散出口以及影响消防供应设施的使用；禁户外广告设施遮挡非商业建筑的窗户和建筑物主体的肌理和整体造型。

3) 墙身广告摆置应整齐，同一立面广告应成组设置且规格、形式需协调一致，色彩协调统一，制作精致。

4) 高层建筑主体墙面原则不得设置户外广告设施。

设置位置：

1) 不得在建筑主体三层及以上的层与层之间的窗间墙上设置；不得在建筑底层落地立面柱设；不得在建筑物室外台阶、踏步上设置；不得在建筑物入口处设置；不得在建筑物遮篷上设置。

2) 可以在建筑高度不超过 24m 的多层建筑和高层建筑裙楼的主体墙面设

置；可以在建筑物沿街山墙面设置；可以在建筑物门楣及檐口位置上设置。

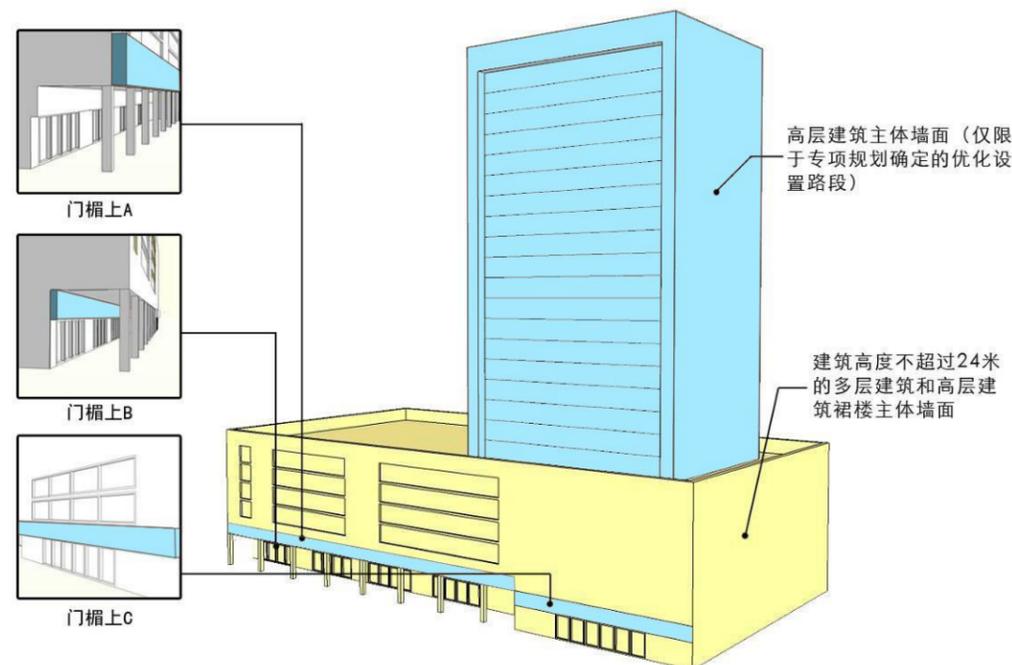


图 6-15 平行建筑外墙户外广告允许设置位置示意图

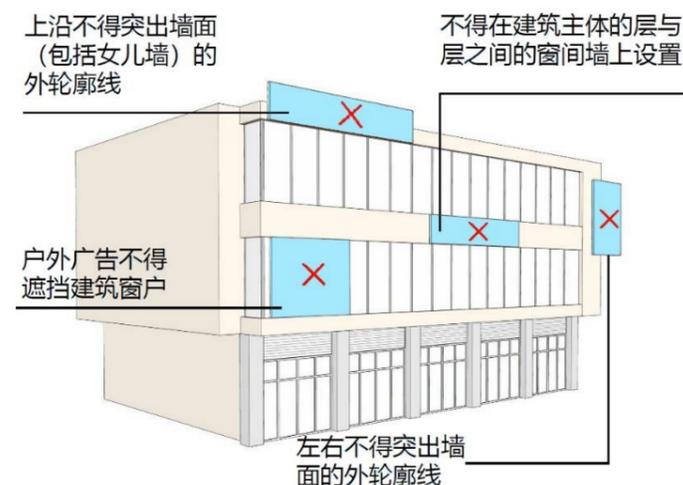


图 6-16 平行建筑外墙广告不允许出现的位置和情形示意图

设置规格和尺度：

1) 依附于建筑主体墙面

① 户外广告设施宽度应与墙面相协调，四周不得超出墙面外轮廓线。垂直方

向突出墙面距离不宜大于 0.5m，道路上空设置的户外广告设施不得妨碍行人、车辆通行安全；广告设施下端距地面的净高不得低于 4.5m，且不得低于骑楼或悬挑架空部分底沿。

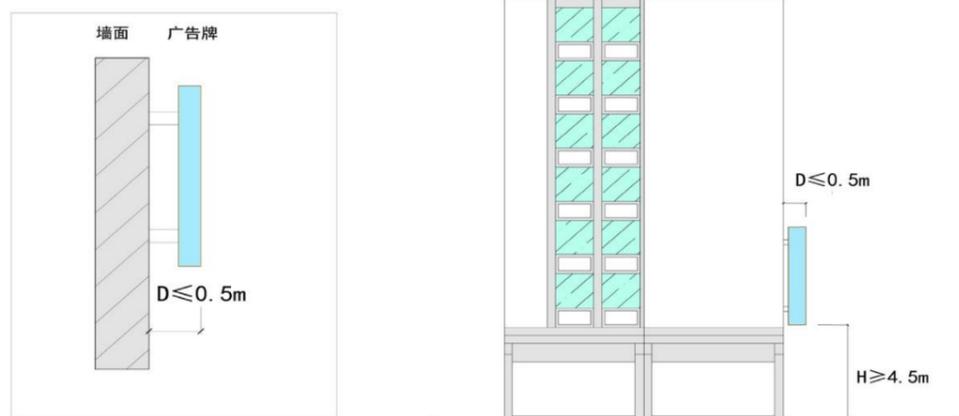


图 6-17 平行建筑外墙户外广告设置控制示意图

②窗间墙广告宽度一般不超过建筑窗间墙宽度并不宜遮挡窗户，单块长度不低于建筑开间宽度。窗间墙单块广告最大面积不得超过 30 m²。

③贴附于多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面的户外广告设施。单个广告面积(除广告幕布外)，在商业区域内宜小于 100 m²，商业区域外宜小于 50 m²；建(构)筑物同一面墙上的广告总面积不宜大于该墙面积的 30%。

④高层建筑主楼墙面宜设置楼空文字及图案等形式为展示体的户外广告设施，从地面至该广告底部的高度小于 100m 时，广告高度宜小于 3m，单面墙上设置的广告总面积应小于 50 m²；超过 100m 时，广告高度不宜大于 6m，单面墙上设置的广告总面积应小于 100 m²。

2) 依附于建筑山墙

①依附于建筑物山墙的广告应不得大于 1/3 的山墙面面积，两侧及上沿应与所附建筑相应边缘重合。

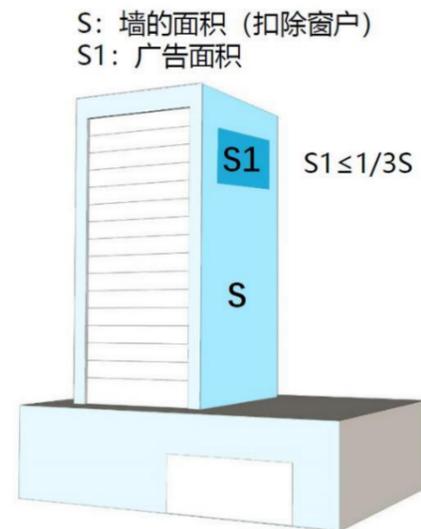


图 6-18 平行于建筑物外墙广告总面积要求示意图

②建筑山墙广告设施离地面最小距离不少于 4.5m。

3) 依附于底层门楣

①户外广告设施的下沿不得低于门楣上沿、骑楼或悬挑架空部分底沿，上沿不得高于二层窗户下沿，且总高度不大于广告牌顶端到地面距离的 1/3 并不得大于 2m，凸出墙面部分不超过 0.3m。

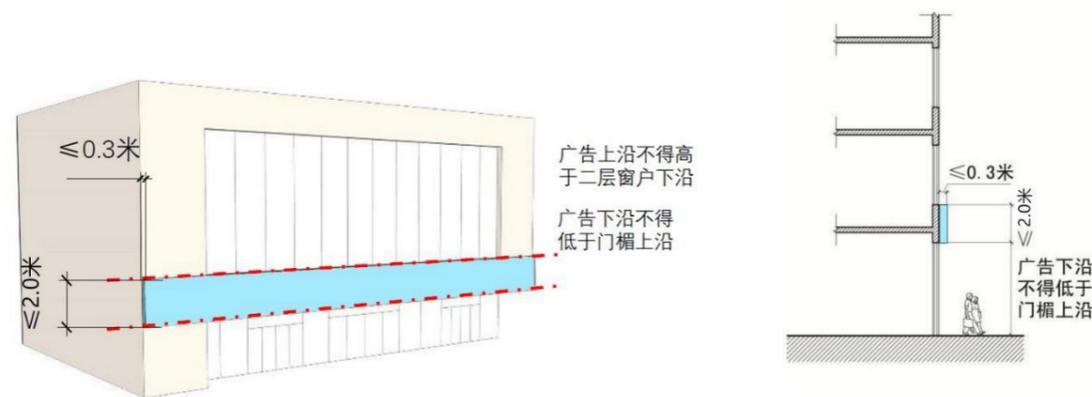


图 6-19 门楣上 C 户外广告设置示意图

②对于底层以上有出挑结构的建筑(包括骑楼)，户外广告应设置在廊道内侧和出挑结构以下，户外广告的下沿不得低于门楣上沿，且总高度不得大于 2m，凸出墙面部分不超过 0.3m。

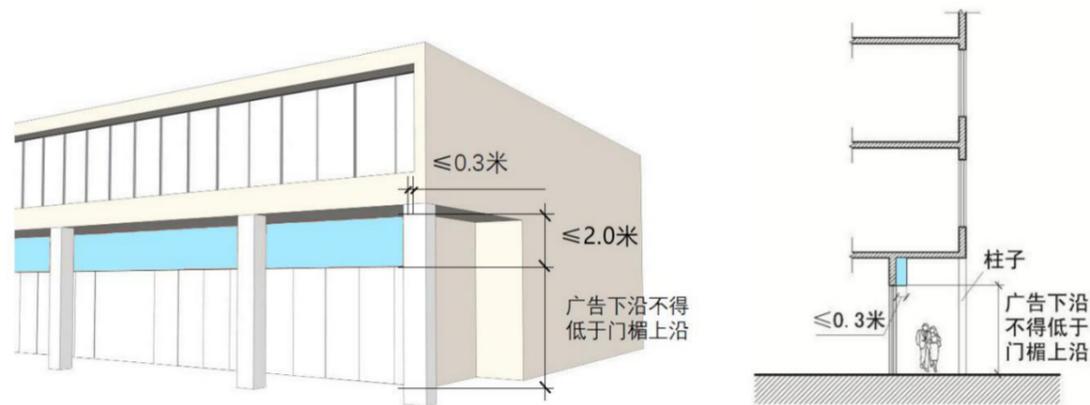


图 6-20 门楣上 B 户外广告设置示意图

③对于底层以上有出挑结构的建筑（包括骑楼），且出挑部分的底部距离地面小于 3m 时，允许将户外广告设于建筑出挑部分的墙面上；户外广告的下沿不得低于建筑出挑部分的楼板，上沿不得高于二层窗户下沿，且总高度不得大于 2m，凸出墙面部分不超过 0.3m。

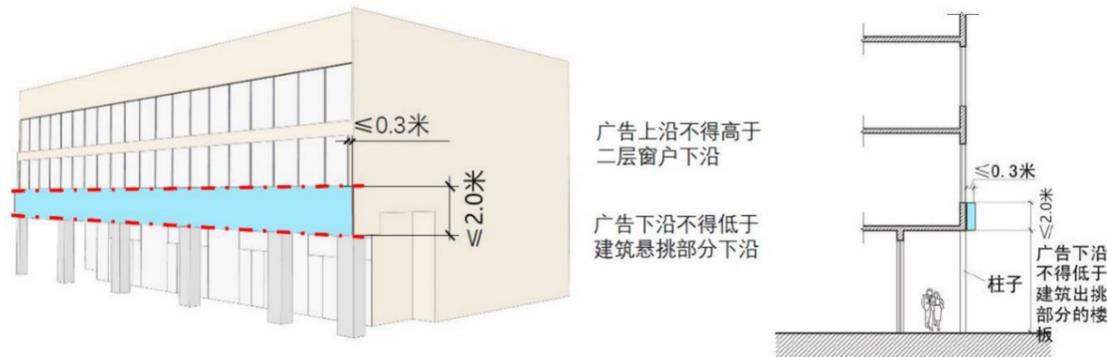


图 6-21 门楣上 A 户外广告设置示意图

④户外广告的宽度应以建筑开间为单元。霓虹灯户外广告外表面距离墙面不得超过 0.6m，其他户外广告外表面距离墙面不得超过 0.3m。

(2) 垂直外墙式广告

总体要求：

1) 户外广告设施设置应考虑与各种架空线的关系，其净空应符合城市规划

要求。

2) 户外广告设施不得突出道路红线和用地红线，不得妨碍行人、车辆通行安全。

3) 同一建筑墙身广告设施应摆置整齐有序、色彩协调、照明方式统一。

4) 除集中展示区外，其余地区原则上禁止设置垂直外墙式广告。

设置位置：

1) 不得于高层建筑主体墙面设置，不得在消防通道范围内（高 4.5m，宽 3.5m）设置。

2) 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面。

3) 退让道路红线距离小于 3m 的沿路建筑，不得设置垂直外墙式广告。



图 6-22 垂直于建筑物外墙广告允许出现的位置示意图

设置规格和尺度：

1) 户外广告设施的高度与宽度比例宜为 6 : 1~8 : 1。

2) 设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面的户外广告设施，自建筑物 ±0.00 起到户外广告设施顶部的高度不宜超过 24m。

3) 广告设施外挑宽度一般不超过 1.5m, 且不超过临路路宽的 1/10, 高度不大于 9m, 下沿离地面垂直距离不少于 4.5m。

4) 如在骑楼檐下设置的, 其下沿距地面不得少于 3m; 且广告宽度与骑楼通道等宽, 不得超过骑楼外墙, 厚度不得大于 0.3m。

5) 相邻广告水平间距不小于 6m 或对应建筑开间设置。

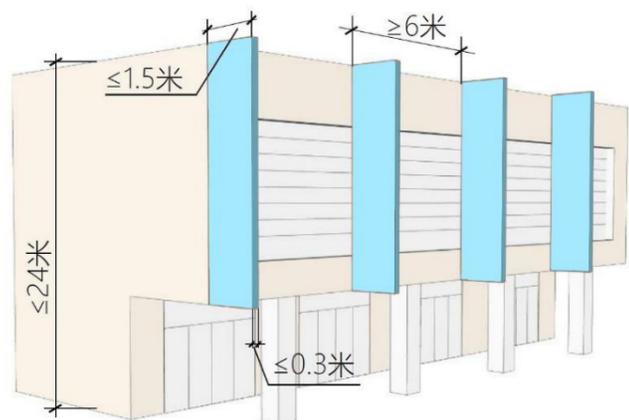


图 6-23 垂直于建筑墙面户外广告设置示意图一

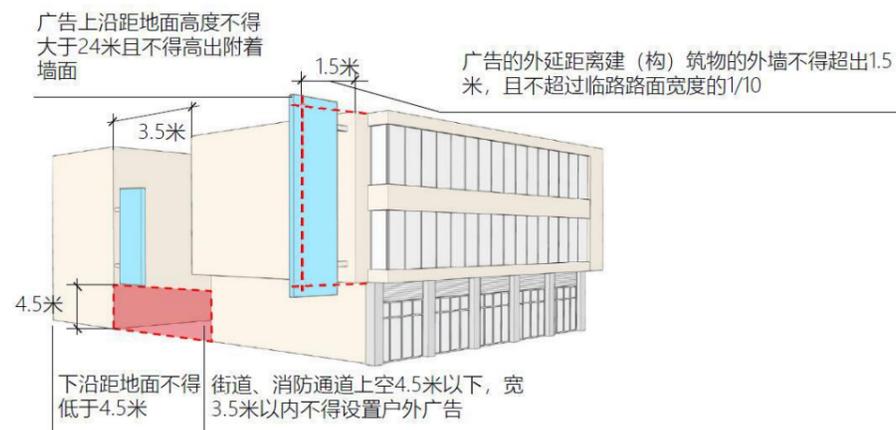


图 6-24 垂直于建筑墙面户外广告设置示意图二

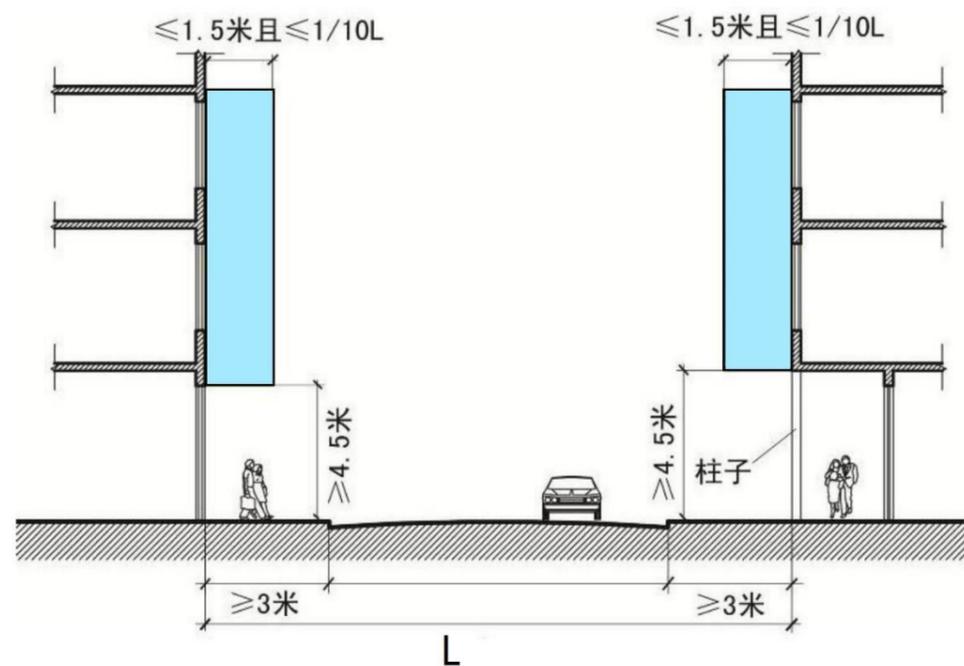


图 6-25 垂直于建筑墙面户外广告设置示意图三

(3) 屋顶广告

总体要求:

1) 建(构)筑物屋顶户外广告设施的设置应符合现行国家标准《城市居住区规划设计规范》(GB50180-2018)有关日照间距的规定, 不得妨碍相邻建筑的日照采光。

2) 在建筑物顶部设置版式独立性户外广告必须遵循《揭阳市城市规划区城乡规划管理规定》中关于建筑间距等方面的要求。

3) 严格控制在建筑屋顶设置广告, 除集中展示区外, 其它区域原则上禁止设置屋顶广告。设置需经过有关部门的严格审批。

4) 坡屋顶、屋顶造型独特的建筑物顶部严禁设置户外广告设施。

5) 独栋构筑物只允许设置一块大型版式广告牌在建筑楼顶处。

6) 屋顶广告的面积和尺度要适当, 严禁在高度 24m 以上的建筑物顶部设

置户外广告（楼宇标志除外）。

7) 广告设施的支撑构架不宜裸露，应采用与建筑物色彩相协调的材料予以遮挡。

8) 允许设置的屋顶广告不得设置封闭版面的广告牌，须做透空镂空字体户外广告设施，不得破坏天际线的完整和连续性，抗风力在 12 级以上。

9) 设置屋顶户外广告设施的建(构)筑物应由建筑安全检测机构进行建筑结构安全检测。

设置规格和尺度：

1) 户外广告设施水平投影面积之和应小于该建(构)筑物屋顶建筑面积的 1/10。户外广告设施外表面不得超出母体建(构)筑物屋顶四周边线。

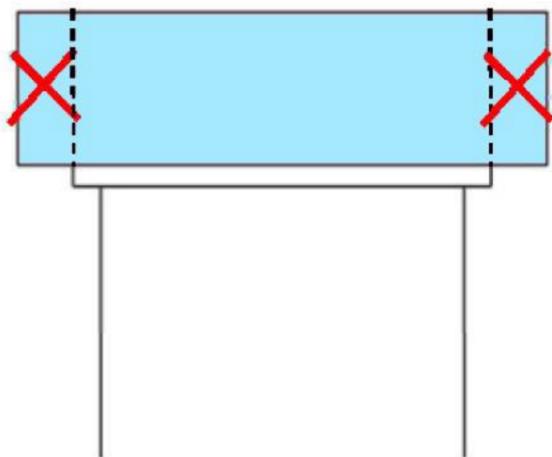


图 6-26 屋顶广告外表面不得超出母体建(构)筑物屋顶四周边线

2) 建筑高度低于 10m（含 10m）的，顶部设置户外广告高度不得超过建筑物高度的 1/3，最大高度不得超过 3m；建筑高度为 10m 至 24m（含 24 m）的，顶部设置的户外广告高度不得超过建筑物高度的 1/3，最大高度不得超过 6m；建筑高度在 24m 以上，严禁设置屋顶广告。

表 6-2 建筑高度与屋顶广告高度关系表

建筑物层数或高度	广告设施允许的最大总高度
≤3层(10)m	不得超过建筑物高度的 1/3， 最大高度为 3m
>3层(10)m~≤8层(24)m	不得超过建筑物高度的 1/3， 最大高度为 6m
>8 层(24)m	严禁设置屋顶广告

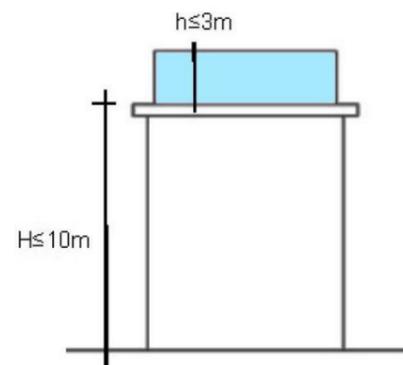


图 6-27 建筑物高度小于等于 10m，户外广告设施的最大高度不得大于 3m

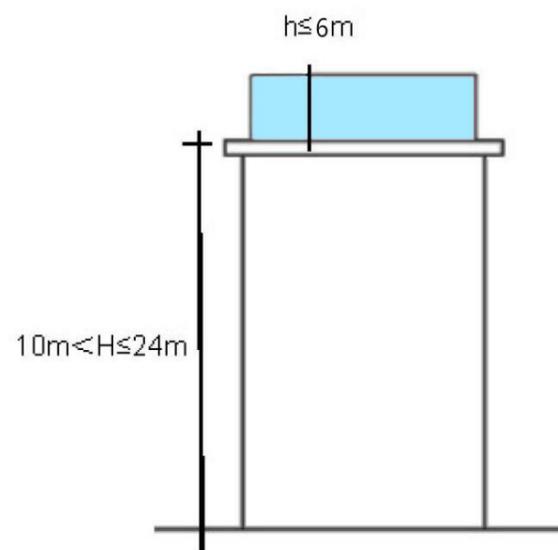


图 6-28 建筑物高度大于 10m 小于等于 24m，户外广告设施的最大高度不得大于 6m

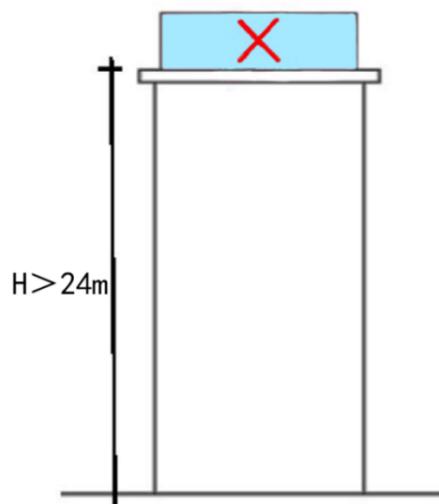


图 6-29 建筑物高度大于 24m，禁止设置屋顶广告

(4) 围墙广告

总体要求:

- 1) 禁止利用围墙(建筑工地、闲置地块、拆迁工地除外)设置任何形式的户外广告。
- 2) 透空围墙上不宜设置户外广告。

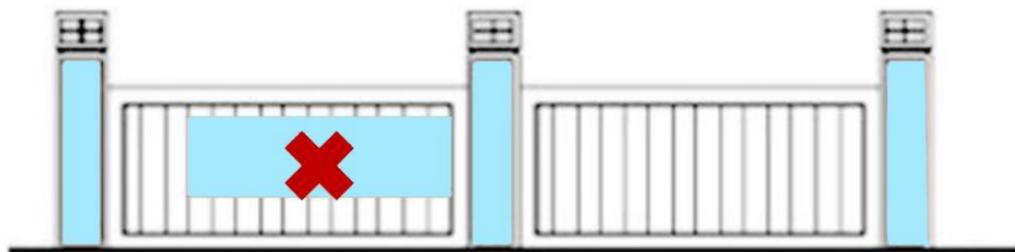


图 6-30 透空围墙禁止设置户外广告设施示意图

- 3) 围墙顶严禁设置户外广告。
- 4) 围墙户外广告一般应发布统一规格的广告，并对围墙进行美化，做到形式、图案、色彩相互协调。
- 5) 工地围墙户外广告在符合安全、美观的前提下可以设置灯光照明。

6) 建筑工地、拆迁工地围墙户外广告设置期限最长不得超出地块项目建设期。

设置规格和尺度:

- 1) 公益广告面积不得少于工地围墙总面积的 1/3，其中临主干道的，不得少于工地围墙总面积的 1/2。
- 2) 实体围墙户外广告突出墙面的距离不得大于 0.2m，高度不得超出围墙高度，宽度不得大于围墙柱墩(包括柱墩在内侧的情形)之间的墙面宽度。同一路段围墙户外广告应统一位置、尺寸和间距。
- 3) 允许设置封闭型单面看板式广告，内容以彩色喷涂、喷绘画表现(精度 720DPI 以上)或立体艺术造型广告须采用金属或铝塑板镶边。

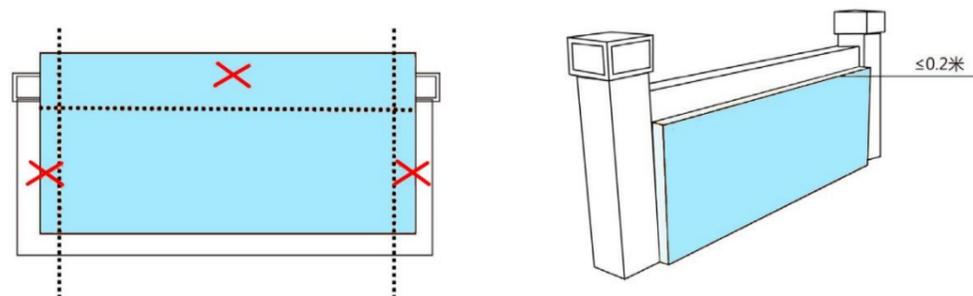


图 6-31 围墙户外广告设置示意图

6.4 公共设施广告

6.4.1 设置要求

(1) 一般禁止设置灯杆、电灯广告。在重要节日、庆典等活动期间或因城市景观建设确需设置的，经相关部门批准后可设置临时广告，但广告设置不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。

(2) 如路灯配电室、变压器、配电箱、地上地下管线、灯具、工作井、交

通标志、路面标线、护栏、隔离栅、照明设备、视线诱导标、防眩设施等附属设施、电力电缆和架空电线、管道等禁止设置户外广告。

(3) 在同一类公共设施上设置的户外广告, 广告内容、色彩应协调, 形状、高度、朝向应一致, 并与景观相协调。

(4) 其它未尽述的广告类型依据其形态结构和设置方式, 可选取下文指引中相近的广告类型作为参考标准, 并依照国家相关规定执行。

6.4.2 分类细则

(1) 路灯杆及电杆广告

总体要求:

1) 路灯杆及电杆广告仅允许在集中展示区和商业集中的生活性主干道上设置。

2) 其他道路路灯杆、电杆原则上不得设置户外广告, 国家法定和当地政府规定的节日、庆典等活动期间或因城市景观建设确需设置的, 经户外广告行政管理部门批准可设置临时户外广告。

3) 路灯杆及电杆广告不得影响交通安全。

设置位置:

1) 广告牌面底部距离地面高度不得小于 3m; 广告牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于 0.2m。

2) 绿化带内的路灯杆上设置广告设施, 其外缘与绿化带外缘距离 $\geq 0.3\text{m}$ 时, 广告面应与道路方向垂直, $< 0.3\text{m}$ 时广告面应与道路方向平行; 非绿化带内的路灯杆上设置的广告设施, 其下缘距地面 $\geq 4.5\text{m}$ 时, 广告面应与道路方向垂直,

其下缘距地面 $\geq 3\text{m}$ 且 $< 4.5\text{m}$ 时, 广告面应与道路方向平行。

3) 道路交叉口处首根路灯杆及已有指示牌(标识牌)的路灯杆不得设置户外广告设施。

4) 道路交通指示牌正面方向 50m 内的道路路灯杆上, 不应设置广告设施。

设置规格和尺度:

1) 广告牌面单侧宽度不得大于 0.5m, 牌面高度不得超过 2m。

2) 每杆设置广告数量不得超过 2 幅; 一杆广告数量为 2 幅时, 以杆件为中心对称设置。

3) 路灯杆及电杆广告间距不得小于 50m, 当道路相邻杆件距离 $< 50\text{m}$ 时, 不可连杆设置。

4) 广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。

5) 同一路段灯电杆广告设施应统一底部高度、形式、尺寸、朝向。

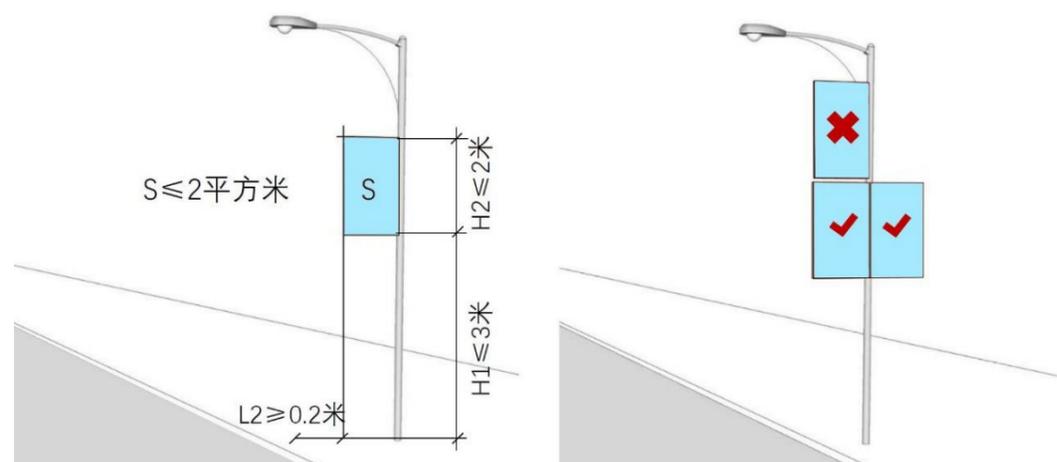


图 6-32 灯杆广告悬挂设置示意图

(2) 公交候车亭广告

总体要求:

1) 设置于主、次干道两侧的候车亭广告每处设置不多于 3 块广告; 设置于

支路、街坊路两侧的候车亭广告每处设置不多于 2 块广告。

2) 公交候车亭上一个广告位不得分割成若干小的广告位, 必须以整幅面广告形式出现。

3) 利用公交候车亭设置广告的, 其规格、数量应当因地制宜并与周围环境相协调, 应当结合候车亭一并设计和报批。

4) 鼓励整个候车亭所有商业广告为整体租用, 以统一广告色彩等要素。

5) 公益性广告面积不得低于总广告面积的 30%。

设置位置:

1) 广告只能设置在公交站预留的广告栏内, 候车亭的顶部、报站牌等其他位置不得设置户外广告设施。

2) 不得有碍乘客观看站牌, 不得影响人流交通的顺畅安全和道路视觉的通透, 不得在来车方向设置广告, 不得超出候车亭外轮廓线。

设置规格和尺度:

1) 公交候车亭户外广告应采用灯箱形式, 广告长度不大于 3.5m, 高度不超过 1.5m, 且单块面积不得大于 5.5 m², 厚度不超过 0.3m。

2) 位于道路中央的候车亭只允许在面向站台侧设置户外广告设施, 禁止在面向社会机动车道方向设置户外广告设施。

3) 户外广告设施之间必须留出 1.5m 以上的距离以保证道路空间的通透。

4) 广告设施只能设置在雨篷下固定的玻璃框内, 报站牌等其他位置不得设置户外广告设施。

5) 公交候车亭灯箱电源接通路灯, 与路灯一同亮启, 每晚可提供 8 小时以上的照明时间。每个灯箱内可装 24 支 40W 荧光灯, 普通人夜晚在 50m 距离内

能清晰阅读广告画面内容。

6) 建议媒体表现形式: LED 与灯箱。

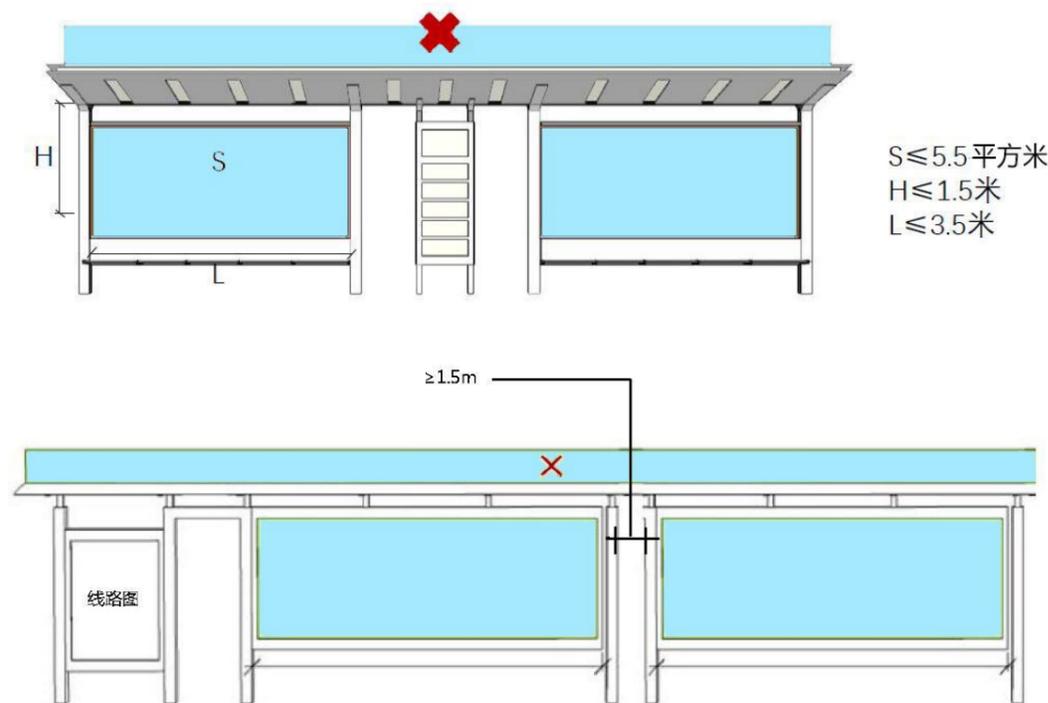


图 6-33 公交候车亭广告示意图

(3) 报刊亭及电话亭广告

设置位置:

书报亭及电话亭上设置户外广告, 亭顶不得设置户外广告。

设置规格和尺度:

书报亭及电话亭设置户外广告, 总面积应当不大于 10 m²。

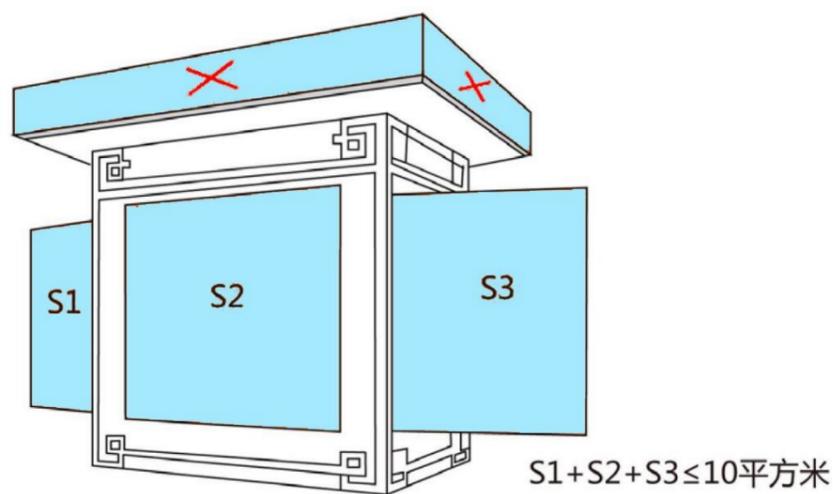


图 6-34 书报亭户外广告设置示意图

(4) 公共宣传栏

总体要求:

1) 在同一性质路段内的宣传栏(阅报栏)应保持尺度、造型、色彩、材质、设置方式的统一,并与街道上的座椅、垃圾桶、路灯、公共时钟、电话亭、候车亭、公共标识设施等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

2) 不得影响人行道空间内其它设施及临街建筑物、构筑物的使用,避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响。

3) 广告设施只能设置在雨篷下固定的玻璃框内,其他位置不得设置户外广告设施。

设置规格和尺度:

1) 宣传栏(阅报栏)设施的高度应小于等于 2.5m,宽度应与高度相适应,不宜大于 6m; 应与环境相协调,并不得遮挡或影响整体景观和行车安全。

2) 阅报栏广告位占整个版面面积不得大于整个版面面积的 1/3。

3) 不得在宽度小于 3m 的人行道上设置宣传栏(阅报栏),且在宣传栏(阅报栏)设置后可供行人通行的通道净宽度不得小于 2.5m,不得影响人行道交通功能和交通安全。

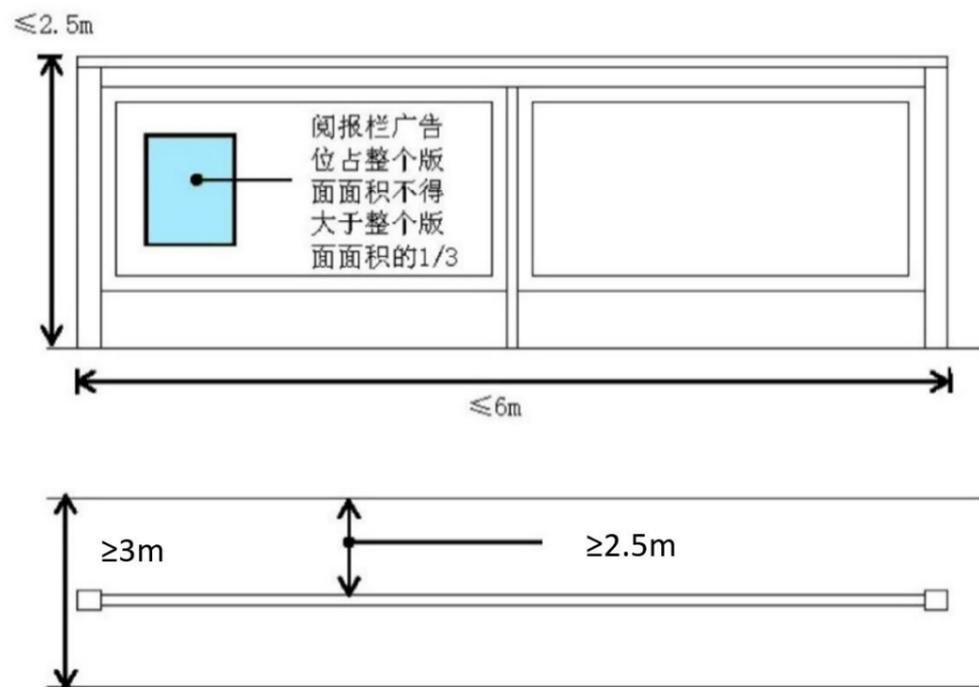


图 6-35 公共宣传栏广告示意图

6.5 落地式广告

6.5.1 设置要求

(1) 不得遮挡行车视距,不影响或者扰乱交通标识,符合坚固、美观、整齐的要求。

(2) 户外广告的设置应符合有关技术规定以及各控制路段尺度、数量、密度、造型、夜景照明要求。

6.5.2 分类细则

(1) 大型支架广告

总体要求:

1) 以居住功能为主地区的道路沿线禁止设置大型支架式广告。

设置规格和尺度:

1) 大型支架广告总高度 (含牌面及支架) 应小于 10m, 宽度 (b) 应与高度 (h) 相适宜, 不得超过 30m, 宜控制在 9-18m 之间。

2) 在满足消防、安全和建筑的采光通风的前提下, 大型支架广告在地面上靠近道路的垂直投影点与道路红线的距离不应小于 1.5m, 同时在地面上靠近建筑的垂直投影点与相邻建筑间的距离应大于广告设施的总高度。

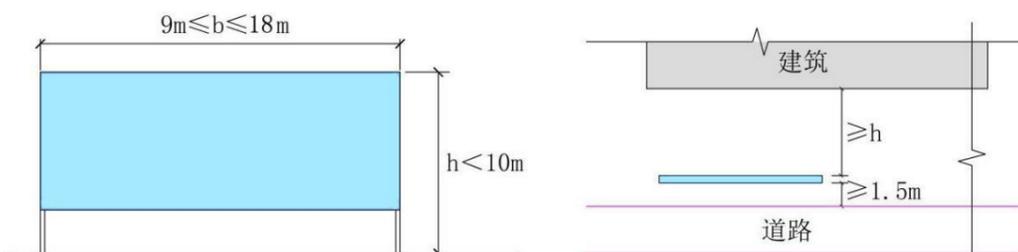


图 6-36 大型支架广告设置示意图

(2) 高立柱广告

对于现状已存在的高立柱广告, 在确保其不影响市容市貌、不影响人民生活、不存在安全隐患的情况下, 允许保留。新设高立柱广告应符合下述要求:

总体要求:

1) 在城区横街小巷内不得设置高立柱广告。

2) 必须符合有关市政安全规范, 远离高压走廊, 立柱落点不得影响地下管线的通畅, 道路两侧广告牌的边缘不得伸到车行道内。

3) 主干道两侧以及主干道与支路交叉口处设为双面看板式, 主干道交叉口处交通岛或周边地块设置三面看板广告。

4) 外形应基本统一, 形式新颖, 材质、尺寸、色彩应与周边环境相协调。

5) 道路交叉口的高立柱广告不得设置 LED 动态广告屏幕。

设置规格和尺度:

1) 在城区出入口等空旷区域设置的高立柱广告, 其牌面高度不得大于 6m, 宽度不得大于 18m, 广告设施底部离地面高度不得小于 10m, 总高度不宜超过 22m。

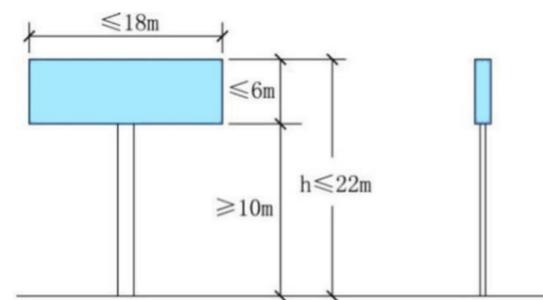


图 6-37 高立柱广告设置示意图一

2) 高立柱广告在地面上靠近车行道的垂直投影点与车行道、人行道间的垂直投影距离均应大于广告设施的总高度, 同时广告设施在地面上靠近建筑、构筑物的垂直投影点与相邻建筑、构筑物间的垂直投影距离也应大于广告设施的总高度。

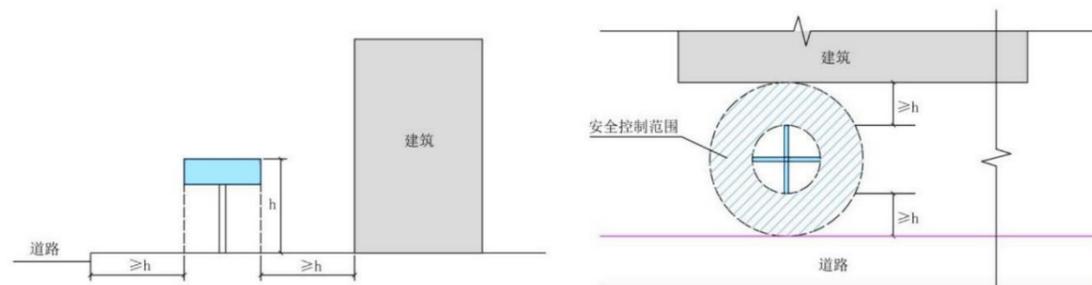


图 6-38 高立柱广告设置示意图二

3) 在道路交叉口中交通岛上设置的高立柱广告, 其基座需后退于交通岛路缘石不小于 2m 的距离。

4) 道路交叉口的高立柱广告(包括三面 T 型广告牌)宜采取对角线的位置, 方向要相互对称(即面向道路交叉口的一面与两条道路中心线的夹角一致), 较复杂的道路交叉口的广告牌牌面方向以就近相互协调为原则, 每个交叉口设置高立柱广告数量不宜超过 2 块。

5) 高立柱广告不得设置在隧道体及隧道两端下沉地段两侧, 不得设置在桥梁体(含主桥、引桥和匝道)上。

6) 在人行天桥、加油站纵向 50m 范围内, 不得设置高立柱广告。

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

(3) 底座式广告(小型落地式)

总体要求:

1) 底座式广告一般设置于商业集中路段的非机动车道—人行道隔离带或者商业区宽度不少于 5m 的人行道(并不得影响人行)边缘、非休憩型绿地。

2) 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, 形式应与步行街风格相协调。

3) 宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50 m² 的广场(空地)不得设置底座式户外广告设施。

4) 应采用自带灯箱式照明。在同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一, 并与街道上的座椅、垃圾桶、路灯、公共时钟、电话亭、

候车亭、公共标识设施等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

5) 单独设置的底座广告应采用集约式设计。

6) 设置公益广告的数量比例应大于 30%, 遇重要节庆及活动期间不小于 50%。

设置规格和尺度:

1) 底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为 0.4m~1.0m。

2) 底座式户外广告设施的总高度不得大于 2.4m, 底座占地面积不得大于 1.0 m², 宽度不得大于 1.5m, 高度应与宽度相协调。

3) 底座式户外广告设施牌面(单面)面积不得大于 2.5 m², 厚度不得大于 0.5m。

4) 设置底座式户外广告设施的人行道净宽应大于等于 5m。

5) 当设置于非机动车道与人行道隔离带时, 广告宽度不得超出隔离带宽度且不得超过 1.5m 宽, 高度应小于 2.4m, 厚度小于 0.3m。且与路灯灯杆、乔灌木间距不少于 2m。

6) 当设置于人行道上时, 设置广告后可供通行的步行道宽度不应小于 3.5m。且广告不得影响人行道空间内其他设施及建筑物、构筑物的使用, 不得阻挡妨碍消防通道。

7) 如成组设置, 在集中展示区内可设路段外, 其设置间距不小于 100m; 可设路段内, 其设置间距不小于 50m。

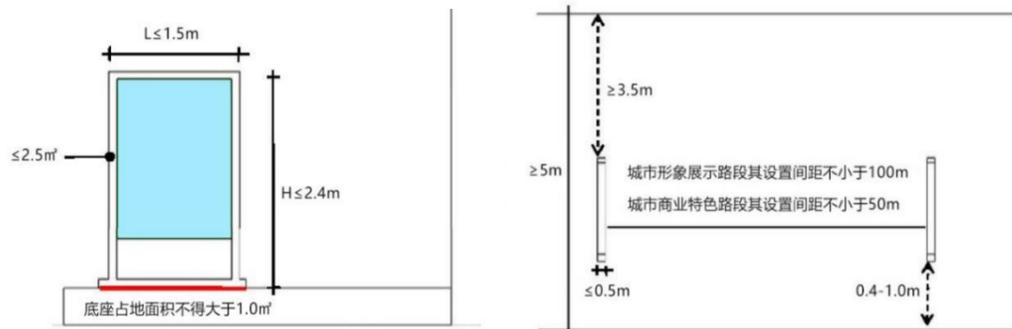


图 6-39 底座式广告设置示意图

(4) 立杆式广告 (小型落地式)

总体要求:

- 1) 内容宜以公益广告为主。
- 2) 立杆式广告必须符合有关市政安全规范, 尽可能远离高压走廊。立杆落点不得影响地下管线畅通, 外边缘投影不得伸入车行道。
- 3) 在同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一, 并与周边公共设施或建筑物、构筑物相协调。
- 4) 鼓励现代简洁的风格, 避免单一呆板的造型。设置于商业、娱乐地段的本类广告造型允许多样化。
- 5) 不应在广告面使用反射率大的材料, 鼓励采用集约式设计。
- 6) 广告不得影响人行道空间内其它设施及建筑物、构筑物的使用, 并避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响。
- 7) 立杆式广告设置位置不得影响行人通行, 宽度小于 3m 的人行道不得设置立杆式广告设施。

设置规格和尺度:

- 1) 广告总体高度 (含广告牌面和支撑结构) 不得超过 4m, 且牌面面积不

得超过 2 m², 牌面底部距离人行道地面的高度不得小于 2.5m, 任意一边长不得大于 2m, 厚度不得大于 0.3m。

2) 广告设施不得超过人行道沿石外缘, 且牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于 0.2m, 立杆 (支撑物) 外缘距人行道侧石不得小于 0.4m。

3) 在广告设置后可供行人通行的步行通道净宽度不得小于 2.5m。

4) 沿商业步行街的纵向间距不得小于 15m, 沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于 25m, 沿其他道路人行道的纵向间距不得小于 50m。

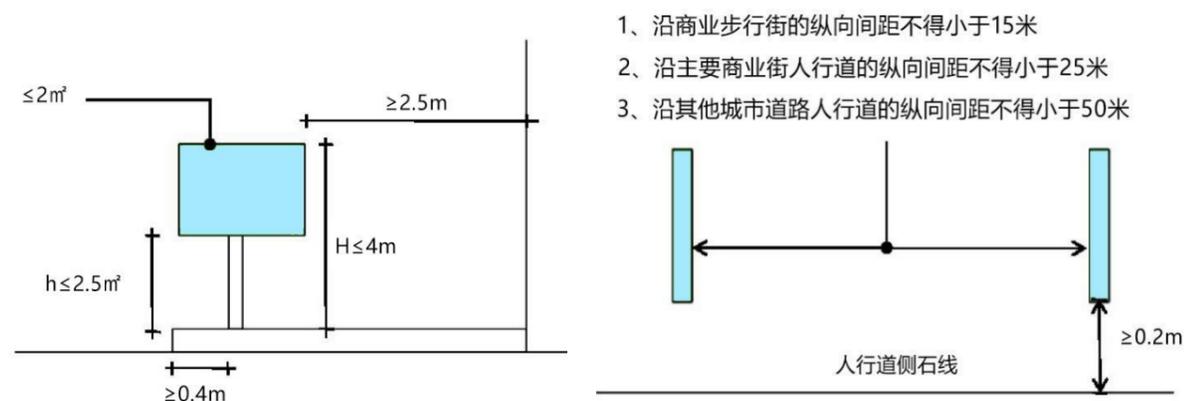


图 6-40 立杆式广告设置示意图

(5) 造型式广告 (小型落地式)

总体要求:

- 1) 大型商业综合体、商场、专业市场、公园、广场可结合场地内的小品、雕塑、绿化等设置实物造型广告, 也可直接设置落地式实物造型广告。
- 2) 在同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一, 并与街道上的座椅等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。
- 3) 广告不得影响人行道空间内其它设施及建筑物、构筑物的使用, 并避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响。
- 4) 广告不能影响植物生长和整体美观为准则, 广告占植物外表面的面积不

能超过 10%。

设置规格和尺度:

- 1) 设置实物造型广告应排列规整,沿商业步行街的纵向间距不得小于 15m,沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于 20m,沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于 50m。
- 2) 设置实物造型广告的城市道路人行道及商业步行街宽度不得小于 8m。
- 3) 广告总高度不得大于 4m,且不得低于 1.2m。
- 4) 广告最大水平投影面积不得大于 1 m²。
- 5) 广告宽度不得大于 1.5m。

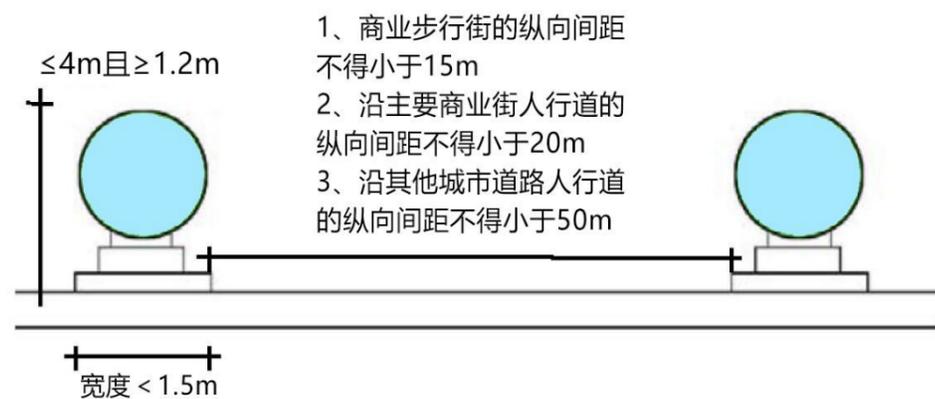


图 6-41 造型式广告设置示意图

6.5.3 户外广告照明用电安全要求

(1) 户外广告用电应以低压配电(霓虹灯广告除外),要求采用三相五线制供电,电路设计应符合《民用建筑电气设计标准》(GB51348-2019)的规定。

(2) 户外广告照明电路系统必须可靠接地,其灯具的绝缘等级应大于或等于一级,并安装漏电保护装置,确保用电安全。

(3) 户外广告照明电路敷设必须穿入阻燃的 PPR 管安装,PPR 管应尽量走电井或隐蔽安装,不得拉飞线。

(4) 户外广告照明电路启闭控制开关应设置在便于操作并有明显标识的位置。

6.6 移动式广告

6.6.1 设置要求

- (1) 不得在影响移动载体结构安全的位置设置。
- (2) 不得在影响乘客人身安全和行驶安全的位置设置。
- (3) 不得在遮挡安全设施和标识(车牌、车灯、航行灯、指示灯等)、单位名称和监督电话的位置设置。
- (4) 不得在非营运的车辆、船舶、飞艇等载体上设置。
- (5) 不得设置有声户外广告。

6.6.2 分类细则

(1) 车辆广告

总体要求:

- 1) 车辆广告应当整洁、美观,不得对原车颜色全部覆盖,其色彩应与车体颜色协调。
- 2) 车身上设置的户外广告,不得影响交通安全。车头、车尾部(含前后风挡玻璃内外)及车身两侧车窗严禁设置户外广告。

设置规格和尺度:

1) 公共汽车、电车仅允许在车身两侧和车尾的后车窗玻璃下沿以下位置设置, 车尾广告左右边缘不得超出尾灯内侧。

2) 出租汽车仅允许在车辆前车门玻璃下沿以下和后车窗底部设置, 车辆后车窗底部设置广告的, 应当使用粘贴单向透视材料, 广告条幅宽度不得超过 15 厘米。

3) 厢式货运出租汽车仅允许在车厢两侧和车尾的车厢门上设置, 前车门外表面玻璃下沿以下位置允许设置本单位名称、标识等信息, 其面积不得大于前车门的 30%。

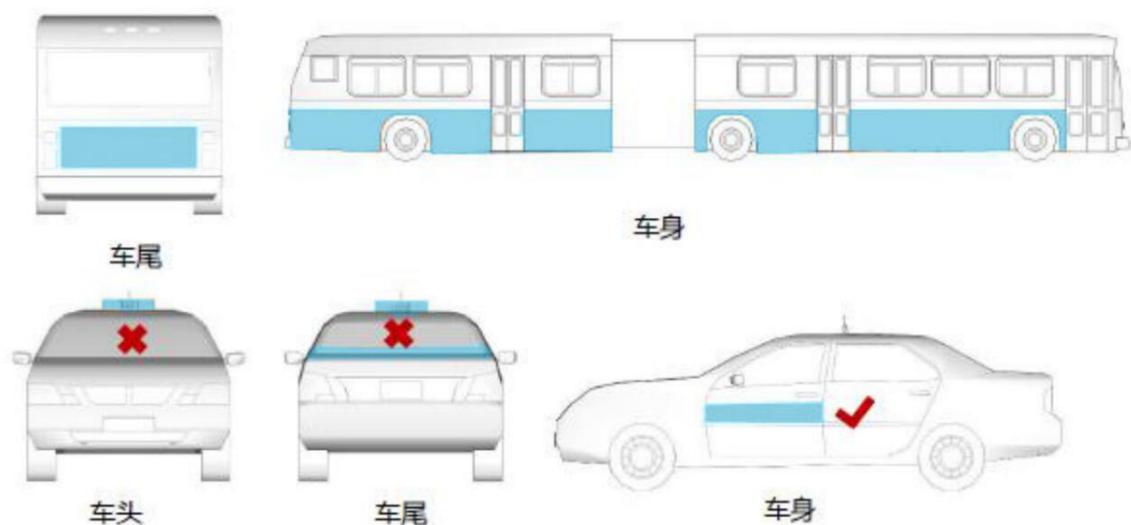


图 6-42 车辆广告设置示意图

(2) 船舶广告

总体要求:

1) 利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告设施, 不得影响船行安全, 宜设置通透式广告牌。

2) 禁止遮挡航行指示灯、妨碍救生设备使用、以及其他影响船舶和航行安全设置。

设置规格和尺度:

1) 禁止在船顶平台上、主甲板、船员工作区域以及妨碍驾驶室视线或遮挡门、窗的位置设置。

2) 仅允许设置在船舶上层建筑、船舷两侧或船尾的栏杆处。

3) 在船体上增加或改装广告结构设施, 必须经过船舶法定检验机构检验。

4) 采用喷涂和粘贴形式的, 其面积不应超过该侧船舱外墙面积 (不包含门和窗的面积) 的 40%。

5) 设置数量不得超过 2 处 (含船体两侧)。

(3) 空中移动广告

总体要求:

1) 空中移动广告设施涉及航空安全管理, 必须应符合国家的有关规定。

2) 禁止在机场净空保护区域内利用系留气球、无人驾驶自由气球、飞艇等进行户外广告宣传; 在净空保护区外, 利用系留气球、无人驾驶自由气球、飞艇等进行户外广告宣传的, 申请人应当依据《升放气球管理办法》和《通用航空飞行管制条例》的规定, 向气象部门、中国民用航空汕头空中交通管理站申请办理许可手续。

设置规格和尺度:

1) 仅允许在空飘载体的外表面上设置。

2) 在不影响飞艇功能和安全的情况下应采用喷涂和覆膜的方式。

6.7 LED 显示屏广告

总体要求:

(1) LED 显示屏广告 (公益性除外) 宜设置在本专项规划确定的户外广告展示集中区 (可设路段) 设置, 禁止在禁止设置区内附着建筑物设置 (公益性除外)。

(2) LED 显示屏广告的播放时间根据关注度采取有限度播放, 播放时间控制为上午 7 时 30 分至晚上 22 时 30 分。遇国家法定节假日或者重要活动时, 经市容环境卫生主管部门批准可适当调整, 并向社会公布。

设置规格和尺度:

(1) LED 显示屏只允许在建 (构) 筑物高度不超过 24m 的主体墙面设置。

(2) 禁止在朝道路与来车方向成垂直视角的方向设置。

(3) 不宜在城市主干路和次干路交叉口附近 100 米范围内设置, 确需设置的应当采用静态展示。

(4) 科学控制其亮度, 避免对周边环境造成光污染。

6.8 投影广告

总体要求:

(1) 投影广告 (公益性除外) 宜设置在本专项规划确定的户外广告展示集中区 (可设路段) 设置, 禁止在禁止设置区内设置投影广告 (公益性除外)。

(2) 投影广告的投放时间根据关注度采取有限度播放, 播放时间控制为上午 7 时 30 分至晚上 22 时 30 分。遇国家法定节假日或者重要活动时, 经市容环境卫生主管部门批准可适当调整, 并向社会公布。

设置规格和尺度:

(1) 投影广告应保证完整的投影区域, 投影光束不得超越广告设置建筑墙

体, 且距离地面高度不得小于 4m。

(2) 不得投影到机动车道的路面上影响行人和车辆通行安全。

(3) 大小、亮度和色彩应与投影载体的整体造型及照明效果有机结合。

(4) 应当严格控制投射角度和音量, 对投影器材做隐藏处理, 不得影响行人通行和居民正常生活。

6.9 招牌

(1) 总体要求

1) 户外广告招牌设施的设置应当美化城市景观, 与建筑形式相一致, 与周围环境相协调, 与所处地段氛围相统一。

2) 户外广告招牌设施不得妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。

3) 户外广告招牌设施设计图案和颜色应与道路交通标志有明显区别, 不得混淆和干扰道路交通标志的使用。

4) 户外广告招牌设施不得妨碍建筑物、相邻建筑物或其它相邻设施的日常使用和安全需求, 如日照、采光、通风、视线、交通通行、消防通道使用等。

5) 户外广告招牌设施在建设电气, 防雷、设计、构造、材料、施工等相关安全规范。

(2) 设置规格和尺度

招牌设施的设置, 原则上应实行一店一招牌。招牌设置规范合理, 规格与所附着的建筑物大小比例适当, 与相邻招牌的高度、形式、造型、规格等协调。

1) 依附于一层门楣的招牌设施: 其下端不得低于骑楼或悬挑架空部分, 底沿下端与地面的垂直距离不应小于 3.0m, 上端不应高于二层窗户下沿, 其总高

度不宜大于 2m，且其外沿突出墙体的距离不宜超过 0.3m。（图 6-42）

2) 依附于挑檐或雨篷的招牌设施：其下端不得低于挑檐或雨篷的下沿，且其下端与地面的垂直距离不得小于 3.5m，上端突出挑檐或雨篷高度不得大于 1.5m，其总高度不宜大于 2m，且其外沿不得凸出挑檐或雨篷外沿 0.3m。（图 6-43）

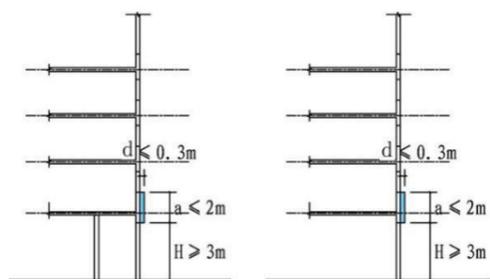


图 6-42 招牌设置规定附图（一）

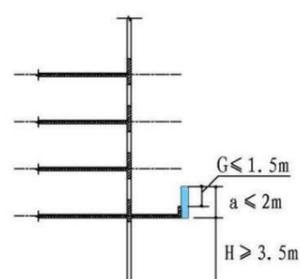


图 6-43 招牌设置规定附图（二）

(3) 依附于檐下的招牌设施：

1) 其下端与地面的垂直距离不得小于 2.2m，且其外沿突出墙体的距离不宜超过 0.5m，总高度不宜大于 2m。（图 6-44）

2) 其在有安装空调且无空调位预留的情况下可考虑将突出墙体的距离扩大至不大于 1.0m，以彩扣板等材料将空调置于广告后侧。（图 6-45）

3) 同一建筑物或同一场所的招牌设施宽度应以建筑开间为单元；对重点路段和特色路段的招牌设施宜统一设计和制作。（图 6-46）

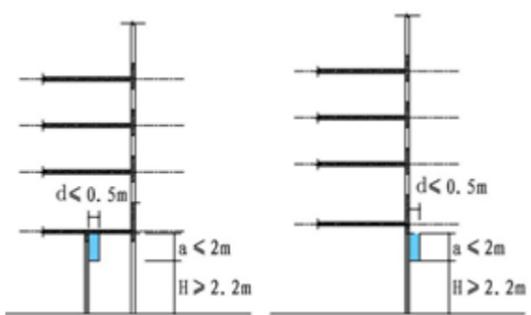


图 6-44 招牌设置规定附图（三）

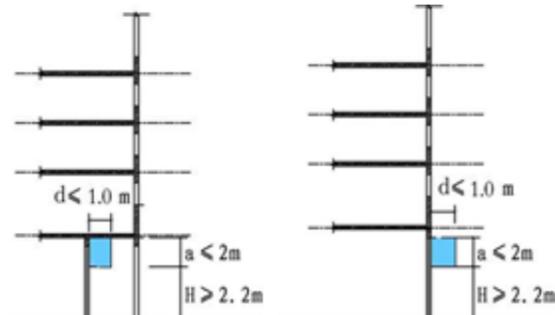


图 6-45 招牌设置规定附图（四）

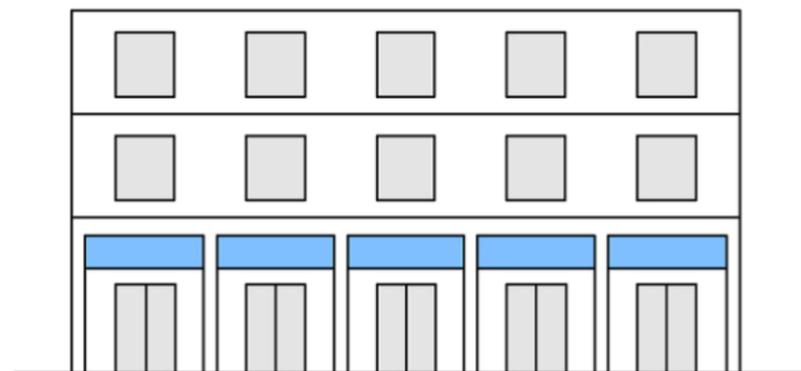


图 6-46 招牌设置规定附图（五）

6.10 临时广告

(1) 临时户外广告的分类及形式

- 1) 党政机关、社会团体和企业、事业单位举办大型文化、旅游、体育、公益、节日庆典活动或者商品交易会、展销会等活动设置的户外广告。
- 2) 企业促销活动期间设置的户外广告。
- 3) 房屋销售期间售楼部（临时构筑物）设置的户外广告。

临时户外广告常见形式有升空气球(系留气球)、充气物、布幅、彩旗、花篮、太阳伞、遮阳篷、展牌、咨询(宣传)台、海报、宣传画等。

(2) 临时户外广告设置的一般要求

- 1) 不得影响城市交通。
- 2) 不得影响城市公共设施的使用。
- 3) 不得影响市民安全。
- 4) 不得损害绿化植物、园林设施及影响绿化景观。
- 5) 不得在特殊用地单位等控制地带设置临时户外广告。
- 6) 临时户外广告原则上应在临时活动举办场地内部设置。

- 7) 禁止在规划道路红线内设置落地式的临时户外广告。
- 8) 在建楼盘的临时户外广告, 其上沿的设置高度不得超过 24m。
- 9) 利用烂尾楼设置临时户外广告的, 应结合烂尾楼立面整饰工程进行; 户外广告的总面积不得超过所在墙面面积的 1/10; 户外广告的上沿距离地面的高度不得超过 24m。
- 10) 临时户外广告到期后应及时自行拆除并恢复场地原状。

(3) 临时户外广告时限要求

- 1) 促销等经营性活动设置的临时户外广告, 一般时限 1-3 天。
- 2) 举办大型文化、旅游、体育、公益活动或者商品交易会、展销会等活动, 需设置临时户外广告的, 设置时间原则上不得超过活动批准期限。
- 3) 临时性户外广告设置期限最长不得超过 90 日, 但经县级以上人民政府批准的重大活动除外。
- 4) 设置在工地围墙和在建工地楼体的临时户外广告设置期限不得超过所在工地的建筑工程许可证载明的竣工日期。

(4) 设置充气物的一般规定

- 1) 在人行道上设置的充气物, 其宽度(厚度或支柱直径)不得大于人行道宽度的四分之一, 且应与设置单位的门面平行设置。人行道宽度小于 4m 的不得设置。
- 2) 在非独立门面或两相邻单位距离较近的位置设置充气物, 应紧贴门前设置, 其跨越距离不得超过门面宽度。
- 3) 设置充气拱门, 跨度不得超过 10m, 高度不得超过 5m, 安装设置安全、牢靠。

(5) 灯杆、电杆上设置广告的一般规定

灯杆、电杆原则上不得设置户外广告, 国家法定和当地政府规定的节日、庆典等活动期间或因城市景观建设确需设置的, 经户外广告行政管理部门批准可设置临时户外广告, 并应符合以下规定:

- 1) 户外广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。
- 2) 同一道路, 只能在同一种灯杆或电杆上选择其一设置户外广告, 户外广告内容、色彩应协调, 形状、高度、朝向应一致, 并与景观相协调。
- 3) 每根灯杆、电杆上最多只准设置两个户外广告。
- 4) 广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于 3m, 距人行道侧石外缘不得小于 0.2m, 面积不得大于 2 m², 单边长度不得大于 2m。

(6) 设置布幅的一般规定

- 1) 布幅广告应从严控制, 除重大活动外, 原则上不允许设置布幅形式的户外广告。
- 2) 广告幅面不得使用白底黑字(或黑底白字), 其颜色、字体、内容、规格、设置方案等应与现场相协调, 不得遮蔽阳台和窗户, 需紧贴在建筑物的墙上, 并确保稳固、平整。
- 3) 横幅: 一栋建筑原则上不超过一条, 长度不得大于 15m, 宽度不得大于 1.5m; 二层以上(即 7m 以上, 不含二层)不得设置; 在道路同侧设置多条的, 条与条之间的距离必须在 50m 以上。
- 4) 竖幅: 长度不得大于 25m, 宽度不得大于 1.5m; 八层以上(即 24m 以上, 不含八层)不得设置; 利用建(构)筑物同一位置并列设置多条的, 其规格应统一。

5) 巨幅: 单体面积不得大于 300 m²。

6) 升空气球条幅: 气球以及气球条幅必须固定于地面, 且总体高度不得超过 15m。气球直径不得超过 3m; 条幅规格不得超过 9m×1m。不得设置可移动升空气球条幅。升空气球不得使用危险气体, 其所充气体, 必须符合空中飘浮物相关规定要求。

(7) 其它形式广告的设置规定

彩旗、花篮、太阳伞、遮阳篷, 应在自有用地范围内设置, 不得占用、破坏人行道和绿地等公共设施。

(8) 设置其它形式的临时性户外广告, 参照本章规定执行。

6.11 户外广告亮化设置

6.11.1 户外广告照明设置基本要求

设置户外广告宜同步建设相应的亮化设施, 亮化建设要采用新技术、新材料、新光源和新工艺, 突出其科技性与艺术性。同时采取相应的防火、防风、防震、防漏电等安全措施, 并符合下列要求:

- (1) 不影响建筑物原有风貌和结构安全。
- (2) 不影响市容、交通和消防通道。
- (3) 不影响城市公用设施的正常使用。
- (4) 不影响植物生长。
- (5) 与周围环境相协调。

(6) 在机动车通行道路两侧设置的户外广告及亮化设施, 必须采取眩光限制措施。

6.11.2 关于光源的规定

- (1) 光源配置不得影响居民生活及交通安全。
- (2) 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、绿三色的光源照明。
- (3) 建筑物裙楼设置广告宜使用 LED 像素点、立体发光字照明形式。在商业区、餐饮和娱乐区宜采用霓虹灯广告。
- (4) 宜采用新型节能光源和灯具。宜使用灯箱, 橱窗照明等内透光照明方式。

6.11.3 照明照度、亮度及色彩要求

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

表 6-3 户外广告和招牌灯光照度控制表 (注: 表中数值中低值用于较暗环境)

	画面面积 < 2 m ²	画面面积 > 8 m ²
城市道路及人行道户外广告	200-400lx	200-600lx
城市建筑墙面户外广告 (高度在 24m 以下)	-	300-1000lx
城市建筑墙面户外广告 (高度在 24m 以上)	-	400-1200lx

(2) 户外广告要有合适的照度均匀度, 一般照明情况下, 照度均匀度应 ≥ 0.7。

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

(4) 当广告画面颜色总体效果为暖色调时, 应用偏暖色光照明, 为冷色调

时,应用偏冷色光照明;照明光源。

(5) 户外广告的照明宜选用日光色(6500K)作为光源。

(6) 户外广告最大允许亮度见下表:

表 6-4 户外广告最大允许亮度控制表

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

6.11.4 光干扰控制要求

位于居住区、休闲区、行政区及商业的户外广告照明设施,应满足下表的控制要求,且如果发光体为闪动的,其强度应降低一半。

表 6-5 户外广告照明光干扰控制表

内容	居住区		休闲区		行政区		商业区	
	开灯至 22时	22时 后	开灯至 22时	22时 后	开灯至 22时	22时 后	开灯至 22时	22时 后
住宅窗户上的 垂直照度(lx)	25	4	25	10	25	10	50	25
直接看到的发 光体强(cd)	7500	1000	7500	2500	7500	2500	7500	2500

6.11.5 电子显示屏户外广告照明要求

(1) 电子显示屏应具备按照日照强度调节显示亮度的功能。

(2) 在商业区及其周边设置的户外电子显示屏,夜间亮度值应小于等于1000cd/m²;在交通路口及其他地区设置的户外电子显示屏,夜间亮度值应小于

等于400cd/m²。

6.11.6 灯箱广告照明

(1) 广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为1.3至1.5,且不得大于2。

(2) 光源应采用寿命大于8000小时、显色指数大于80和发光效率大的光源。

(3) 灯箱广告要保证合适的亮度,画面亮度标准见下表:

表 6-6 灯箱广告照明亮度控制表 (注:被照面面积不超过0.5 m²)

亮度 (cd/m ²)	灯箱安装场所
70—350	建(构)筑物的正立面和围墙上的灯箱广告
250—500	购物中心建(构)筑物围墙上的灯箱广告
450—700	低亮度地段,即暗背景的灯箱广告
700—1000	一般商业广告灯箱,加油站标牌灯箱
1000—1400	高层建(构)筑物上方和闹市区的灯箱广告
1000—1700	重要交通枢纽场所的灯箱广告

6.11.7 投光灯广告照明

(1) 光源应采用寿命大于10000h,显色指数大于80和发光效率高的光源。

(2) 应采用体积小、重量轻、造型美观、防腐蚀、耐候性好,灯具防护等级大于或等于IP65的灯具。

(3) 应尽量采用外打灯灯具的配光曲线形状与广告画面形状较为相似的宽水平角的非对称配光的灯具;灯具应维护简便,且有刻度指示,可方便调整照射角度,且有良好的防水装置。

(4) 设置在楼顶的投光灯广告牌, 灯具及其支架不得外露; 其它形式的投光灯广告牌应尽量避免灯具及其支架外露; 无法避免的外露灯具支架, 其外观颜色应与广告画面相协调。

(5) 投光灯支架长度应不大于广告牌高度的四分之一; 广告牌底部的宽水平角非对称投光灯灯具的间隔距离应大于支架长度的 2.5 倍; 投光灯灯具最低(最高)部位不得高出或(低于)广告牌顶边(底边)20°-30°。

(6) 投光广告照明度应符合下表:

表 6-7 投光广告照明亮度控制表

广告牌表面反射率	推荐亮度 (cd/m ²) , (照度单位: lx)	
	亮环境	暗环境
低 (p=0.31)	100(1000 lx)	50(500 lx)
高(p = 0.62)	100(500 lx)	50(250 lx)

6.11.8 霓虹灯广告照明

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

(2) 霓虹灯变压器高压接线柱必须保持清洁; 连接变压器与金属电极的导线不得在绝缘老化或超负荷下运行。

(3) 霓虹灯的制作应按相关标准和程序执行。霓虹灯管的排气真空度应达到 10-15PA, 充填气压应达到 1.07-1.33KPA, 并长期保持良好。

(4) 接入的各台霓虹灯变压器的额定初级电流的总和, 一般应小于 30A。按照灯管的长度合理配用相应功率的变压器, 不允许超负载或负载不足。

第7章 规划实施与管理建议

7.1 近期实施建议

本次专项规划对规划范围内的户外广告设置提出近期实施建议，划定近期重点整治的范围，为下一步编制重点地区户外广告详细设计提供技术支持。

(1) 榕江北河、南河两岸

榕江贯穿揭阳市中心城区，其得天独厚的自然风光和人文景致使它成为了揭阳市区一道最亮丽的风景线，是揭阳市区重要的景观廊道和滨水开敞空间。榕江岸线因其优越的地理位置而备受户外广告主的青睐，随着揭阳快速发展，榕江两岸的户外广告数量不断增加。然而，一些不够美观的户外广告也制造了大量的视觉垃圾。违规设置、钢架裸露、画面陈旧带来了大量的广告浪费，也极大的破坏了榕江岸线的视觉环境。因此，建议近期编制榕江沿线户外广告详细规划设计，控制和规范户外广告的设置。

(2) 揭阳历史文化名城保护范围

为维护揭阳历史文化名城保护范围的特色风貌，尽快编制揭阳历史文化名城保护范围及周边地区的户外广告详细规划设计，控制数量、规范设置，形成特色。

(3) 阳美玉都

2005年4月，亚洲珠宝联合会授予揭阳市为“亚洲玉都”的称号。2006年，中国轻工业联合会授予揭阳“中国玉都”称号，这是中国玉器界的最高荣誉。

阳美玉都位于揭阳市揭东区西部。规划将建设成为包括生产、加工、贸易、

博览、鉴赏、休闲和娱乐等多种功能，并集产销研住于一体的城市综合区。

为体现揭阳玉都特色，营造玉器城特色的广告展示空间。尽快编制揭阳玉都及周边地区的户外广告详细规划设计，控制数量、规范设置，形成特色。

(4) 机场门户展示中心

依托揭阳潮汕机场设置户外广告门户展示节点。展示城市揭阳市岭南山水名城、潮客文化名城的新形象。

(5) 粤东港货（进口商品）城夜市

充分运用粤港澳重大合作平台，吸引更多港商进驻揭阳。将大大增加卢居民的收入，改善居民们的生活质量和生活环境，提升揭阳的知名度和城市品质，为揭阳商贸带来新的“亮点”、新的经济增长点和新的旅游景点，成为外地人了解揭阳的“新窗口”。

(6) 部分重点路段

建议近期重点推进黄岐山大道、榕华大道、临江北路、临江南路、望江北路、进贤门大道等现状户外广告设施较多的路段。

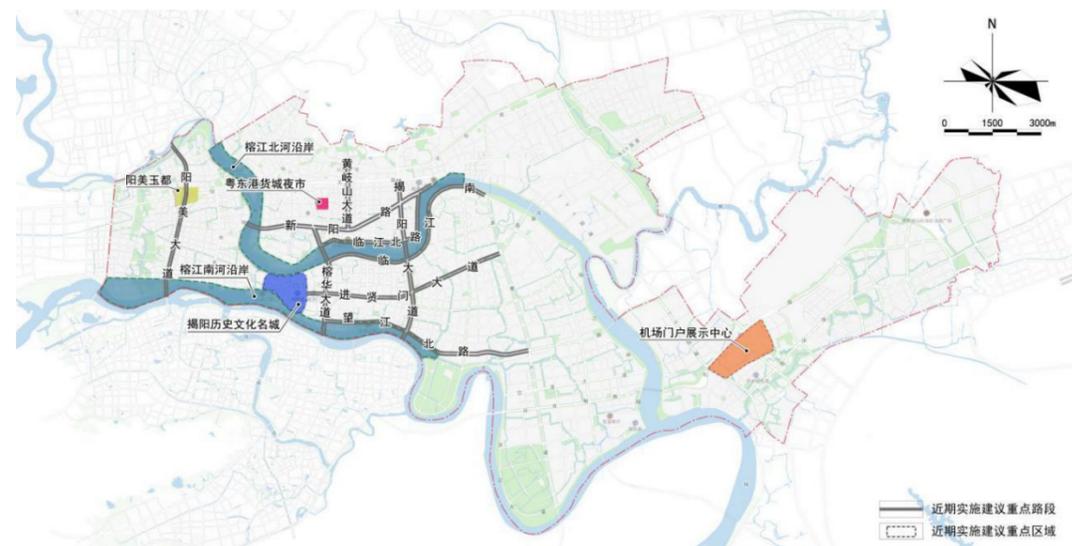


图 7-1 近期实施建议重点区域划定图

表 7-1 近期重点实施道路项目表

序号	近期重点实施道路	整治范围	整治内容
1	黄岐山大道	1.可设路段：揭阳南站至美阳路路段西侧、环市北路至建阳路路段东侧。 2.限设路段：揭阳南站至环市北路路段东侧、美阳路至临江北路段。 3.禁设路段：无。	可设路段、限设路段：部分路段招牌高度参差不齐，妨碍建筑采光，应统一店招位置使其不妨碍建筑采光。
2	新阳路	1.可设路段：榕江北河至胜发加油站东侧路口北侧、晓翠路至揭阳大道北侧路段、新河路至临江北路段。 2.限设路段：胜发加油站东侧路口至晓翠路路段北侧、揭阳大道北至 206 国道路段北侧、榕江北河至新河路路段南侧。 3.禁设路段：无	可设路段、限设路段：部分路段招牌杂乱，应保持一店一招、统一店招位置并做亮化处理，拆除妨碍建筑采光的户外广告设施。
3	榕华大道	1.可设路段：临江南路至天福东路路段东侧、进贤门大道至望江北路路段东侧。 2.限设路段：临江南路至望江北路路段西侧、天福东路至进贤门大道路段东侧。 3.禁设路段：望江北路至榕江南河路段两侧。	1.可设路段、限设路段：部分路段招牌陈旧，应更新招牌，统一店招位置并做亮化处理。 2.禁设路段：除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告应拆除。
4	揭阳大道	1.可设路段：环市北路至建阳路路段两侧、东泰路至临江北路段西侧。 2.限设路段：建阳路至东泰路路段西侧、临江北路段至榕江北路段西侧、建阳路至榕江北路段东侧，临江南路至进贤门大道路段西侧。 3.禁设路段：榕江北路段至临江南路路段，临江南路至进贤门大道路段东侧、进贤门大道至望江北路路段。	1.可设路段、限设路段：部分路段招牌陈旧，应更新招牌，统一店招位置并做亮化处理。 2.禁设路段：除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告应拆除。

序号	近期重点实施道路	整治范围	整治内容
5	临江南路	1.可设路段：无。 2.限设路段：揭阳大道至万达广场路段南侧、万达广场至空港大道路段南侧。 3.禁设路段：临江南路北侧、临江南路南侧万达广场路段、空港大道至滨江大道路段两侧。	1.限设路段：更新废旧招牌，统一店招位置并做亮化处理。 2.禁设路段：除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告应拆除。
6	进贤门大道	1.可设路段：新兴北路至进安路路段北侧、东湖路至梅兜路路段北侧。 2.限设路段：东环城路至东新兴北路路段北侧、东环城路至彭林村三号路路段南侧、进安路至东湖路北侧路段、梅兜路至揭阳大道路段北侧、顺兴路至发展大道北侧。 3.禁设路段：揭阳大道至顺兴路路段北侧、彭林村三号路至发展大道南侧路段。	1.可设路段、限设路段：部分路段招牌杂乱，应保持一店一招、统一店招位置并做亮化处理，拆除妨碍建筑采光的户外广告设施。 2.禁设路段：除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告应拆除。
7	望江北路	1.可设路段：仙彭路至渔湖镇政府对面路段南侧、发展大道至榕东大桥桥头以西路段。 2.限设路段：榕东大桥以西路段北侧、榕华大道至仙彭路路段南侧、渔湖镇政府对面至发展大道路段两侧。 3.禁设路段：榕东大桥至 206 国道路段北侧、榕东大桥东面桥头路段。	1.可设路段、限设路段：部分路段招牌杂乱，应保持一店一招、统一店招位置并做亮化处理，拆除妨碍建筑采光的户外广告设施。 2.禁设路段：除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告应拆除。

7.2 户外广告审批管理建议

市容环境卫生主管部门负责本行政区域内户外广告和招牌设置的监督管理

工作,市城市管理和综合执法局负责组织实施《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》。

自然资源、住房和城乡建设、市场监督管理、交通运输、公安、生态环境、财政、气象等管理部门应当按照各自职责,做好户外广告和招牌设置管理工作。

乡镇人民政府、街道办事处负责本辖区户外广告和招牌设置的日常管理和监督检查。

7.2.1 大型户外广告申请及设置要求

(1) 大型户外广告申请办法

设置大型户外广告以及在城市建(构)筑物、设施上悬挂、张贴宣传品的,设置人应当向县(市、区)市容环境卫生主管部门申请办理《户外广告设置许可证》。

凡符合申请条件的,在进行大型户外广告审批管理时,建议遵循以下流程:

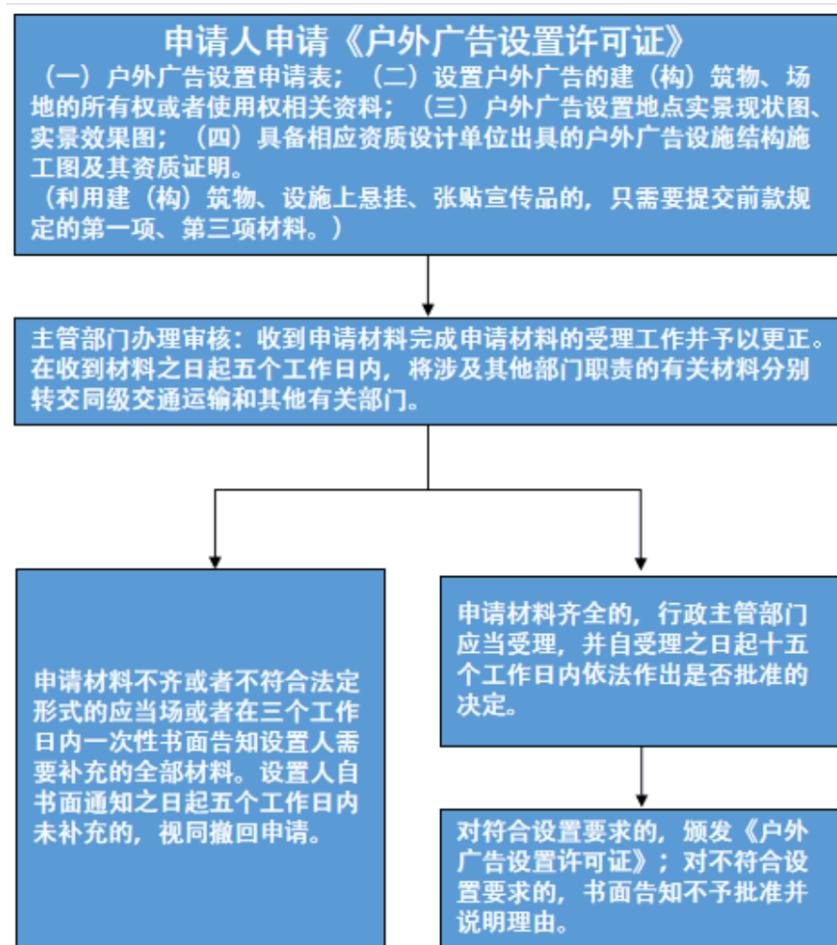


图 7-2 大型户外广告申请流程图

(2) 户外广告设置要求

在设置户外广告时,建议按照以下要求:

1) 切实按照程序办理

严格按照批准或者规划的具体位置、形式、规格、数量、结构图、实景效果图等要求设置,不得擅自变更;确需变更的,应当按照原审批程序办理设置变更手续。

2) 符合设计规范

设计应当符合国家建(构)筑物结构荷载、防雷、防风、抗震、防火、电气

安全要求，符合设置技术规范。

3) 科学设置

使用电子显示装置的，应当安装亮度调节按钮，科学控制亮度和显示时间，避免影响周边环境和妨碍居民正常生活。

4) 保障施工安全

施工应当严格执行有关安全技术规范和标准，保证施工安全和设施牢固。

建设大型户外广告固定设施，设置人应当按照法律、法规规定和专项规划、控制通则的要求，组织设计、施工、监理等有关单位进行工程竣工验收。

7.2.2 临时大型户外广告申请及设置要求

举办商品交易会、展销会、节日庆典或者大型文化、旅游、体育、公益等活动，需要设置临时大型户外广告以及在城市建（构）筑物、设施上临时悬挂、张贴广告的，设置人应当提前 5 个工作日向县（市、区）市容环境卫生主管部门申请办理《户外广告设置许可证（临时）》。

凡符合申请条件的，在进行临时户外广告审批管理时，建议遵循以下流程：

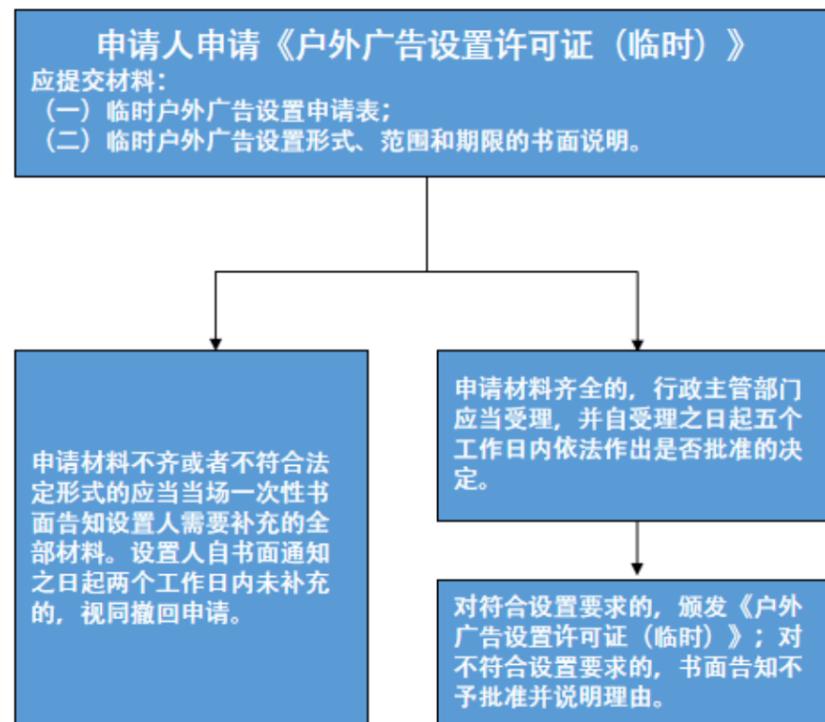


图 7-3 临时大型户外广告申请流程图

7.3 招牌设置及管理要求

7.3.1 招牌设置要求

(1) 符合安全间距

招牌设置不得影响规划审批的建（构）筑物正常间距。

(2) 合理规划

招牌设置不得影响建（构）筑物采光、通风和消防救援等正常功能。

(3) 内容合理

招牌内容仅限于本单位的名称、字号、标志，不得含有推介产品或者经营服务的信息。禁止利用招牌发布广告或者变相发布广告。

(4) 位置合理

设置地点仅限于本单位办公或者经营场所的建（构）筑物及其附属设施。

(5) 科学设置

使用电子显示装置的，应当安装亮度调节按钮，科学控制亮度和显示时间，避免影响周边环境和妨碍居民正常生活。

(6) 符合规范

不得违反其他法律法规规章的禁止性规定。

7.3.2 招牌内容要求

招牌内容超出本单位名称、字号、标志，含有经营范围、服务项目、商品名称、图片等广告内容，或者设置地点不在本单位办公或者经营场所的建（构）筑物及其附属设施上的，视为户外广告，达到大型户外广告的标准设置人应当按照大型户外广告的申请要求办理审批手续。

7.4 维护和监管建议

户外广告是城市建设的重要组成部分，是一个城市形象的集中体现，与城市市容市貌息息相关。因此，规范户外广告维护和监管，保障户外广告的整洁优美，提升城市形象，是保持城市和谐发展的重要环节。建议市容环境卫生主管部门加强对户外广告的安全维护监管。

7.4.1 维护和监管机制建议

(1) 建立信息互通机制。市容环境卫生主管部门应会同同级市场监督管理、交通运输、城乡规划、住房建设等部门，加强资源整合、信息共享、业务协同，

建立户外广告和招牌设置管理信息互通机制。

(2) 建立双随机抽查机制。市容环境卫生主管部门应当会同同级交通运输、住房建设、应急管理等部门开展户外广告设施的安全监督检查，建立双随机抽查机制，每年抽检数量不得低于许可数量的5%。

镇政府、街道办事处应当建立招牌安全双随机抽查机制，每年抽检数量不得低于总量的5%。

(3) 建立日常巡查机制。乡镇人民政府、街道办事处应当建立日常巡查机制，对户外广告和招牌设置实行网格化管理，督促户外广告和招牌设置人履行维护管理责任。

(4) 建立健全信用管理制度。市容环境卫生、市场监督管理等部门应当建立健全户外广告和招牌设置信用管理制度，将户外广告和招牌设置人、广告主、广告经营者、广告发布者的信用信息纳入公共信用信息管理，实行守信联合激励和失信联合惩戒措施。

户外广告设置人的信用状况作为其参加户外广告位置使用权公开出让活动的重要参考。

7.4.2 责任人义务

户外广告设施产权人或者使用权人是户外广告设施维护、安全管理的责任人，招牌设置人是招牌设施维护、管理责任人，责任人应当履行下列责任：

(1) 安全维护管理责任

1) 建立大型户外广告的维护管养、隐患排查和应急处置制度并组织落实，做好台账记录和管理；

2) 每月组织重点隐患安全排查不少于一次, 每季度组织隐患全面排查不少于一次; 遇台风、暴雨等极端异常天气及时开展排查;

3) 发现安全隐患的, 应当及时采取加固或者拆除、设置安全警示标志、启动应急预案、配备应急人员等安全防范措施;

4) 钢结构设施或者电子显示装置设置时间超过两年的, 应当每年委托具备相应资质的机构进行安全检测; 安全检测不合格的, 应当及时采取安全防范措施, 消除安全隐患。

大型户外广告在安装、整修或者拆除期间, 应当采取安全保障措施并在现场明显位置设置警示标志。

(2) 市容整洁美观管理责任

户外广告和招牌责任人应当确保户外广告和招牌安全、整洁和美观, 加强日常检修与维护管理。户外广告、招牌出现画面污损、显示不全、严重褪色、字体残缺等影响市容市貌情形的, 应当及时更新维护; 配置夜间照明设施的, 应当保证画面显示完整; 出现断亮、残损情形的, 应当及时维修、更换或者拆除, 并在更新修复前暂停使用。

7.4.3 拆除要求

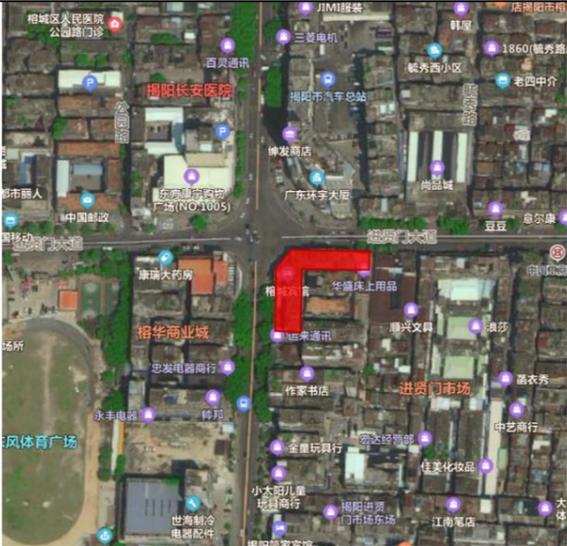
户外广告设置期限届满后不再设置的, 户外广告设置人应当在 7 个工作日内自行拆除; 临时户外广告在设置期限届满后, 设置人应当在 3 个工作日内自行拆除。

招牌设置人搬迁、变更、歇业、解散或者被注销的, 应当在搬迁、变更、歇业、解散或者被注销之日起 7 个工作日内自行拆除原设置的招牌。

7.5 依附建筑户外广告设施设置申请表

建议申请人在申请依附在建筑上的户外广告设施（招牌）时，填写下表（依附建筑户外广告设施设置申请表）并连同其他材料（如相关场地、设施等的权属证明、营业执照证明）一同提交与县（市、区）市容环境卫生主管部门。

表 7-2 依附建筑户外广告设施设置申请表

申请人信息			填写注意事项
单位名称	法定代表人		1、若申请人为个人，则“单位名称”一栏填写为“个人”，“法定代表人”、“单位地址”及“联系电话”不填写。 2、“设置地点”应详细至门牌号（如黄岐山大道以西建阳路以北金谷园 A 幢 1-2 号） 3、“所处分区”应填写“集中展示区”、“一般控制区”、“严格控制区”或“禁止设置区”。 4、“所处路段”应填写“可设路段”、“限设路段”或“禁设路段”。 5、“用地性质”应填写法定规划中确定的用地性质（如：二类居住用地、商业用地等）。 6、“广告经营性”一栏应填写“公益广告”或“商业广告”。 7、“设置时长”应填写“长期”或“临时”，填写“临时”时，还须填写设置户外广告设施的具体时间段（如“临时”，2021 年 2 月 15 日-2 月 25 日）。 8、“广告尺寸”应填写广告设施的长度、高度、厚度，单位为 m。 9、广告性质应填写“招牌”、“墙面广告”、“屋顶广告”或“其他”。 10、广告形式应填写广告表现的具体形式（如立体字、彩扣板、电脑画、电子屏等）。 11、区位示意图应简洁明了表示出户外广告设施的设置地点。 12、现场现状图须反映出依附建筑面的全貌，当广告设施位于建筑面交接位置附近时，应一同反映出相邻建筑面的情况。 13、设计效果图应在“现场现状图”的基础上处理，保持前后视角一致。
单位地址	经办人		
联系电话	经办人联系电话		
申请的户外广告设施信息			
设置地点	设置数量		
所处分区	广告尺寸 (m)		
所处路段	广告面面积 (m ²)		
用地性质	依附建筑面面积 (m ²)		
依附建筑类型	广告性质		
依附建筑名称	广告主调色彩		
广告经营性	广告形式		
设置时长	结构形式		
区位示意图		现场现状图	
 <p>(示例)</p>		 <p>(示例)</p>	 <p>(示例)</p>

7.6 依附公共设施户外广告设置申请表

建议申请人在申请依附在公共设施上的户外广告设施时，填写下表（依附公共设施户外广告设施设置申请表）并连同其他材料（如相关场地、设施等的权属证明、营业执照证明）一同提交与县（市、区）市容环境卫生主管部门。

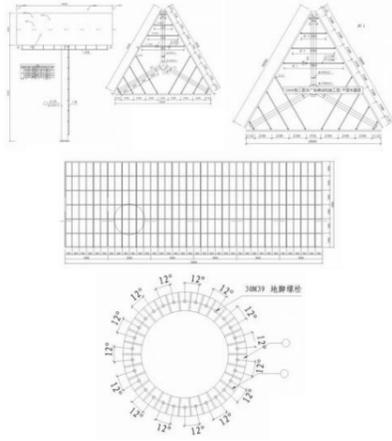
表 7-3 依附公共设施户外广告设施设置申请表

申请人信息				填写注意事项		
单位名称		法定代表人		1、若申请人为个人，则“单位名称”一栏填写为“个人”，“法定代表人”、“单位地址”及“联系电话”不填写。 2、“设置地点”请准确填写路名、街名并写明参照物。 3、“所处分区”应填写“集中展示区”、“一般控制区”、“严格控制区”或“禁止设置区”。 4、“所处路段”应填写“可设路段”、“限设路段”或“禁设路段”。 5、“用地性质”应填写法定规划中确定的用地性质（如：二类居住用地、商业用地等）。 6、“广告经营性”一栏应填写“公益广告”或“商业广告”。 7、“设置时长”应填写“长期”或“临时”，填写“临时”时，还须填写设置户外广告设施的具体时间段（如“临时”，2021年2月15日-2月25日）。 8、“广告尺寸”应填写广告设施的长度、高度、厚度，单位为m。 9、广告形式应填写广告表现的具体形式（如立体字、彩扣板、电脑画、电子屏等）。 10、区位示意图应简洁明了表示出户外广告设施的设置地点。 11、现场现状图须反映出被依附设施的全貌。 12、设计效果图应在“现场现状图”的基础上处理，保持前后视角一致。		
单位地址		经办人				
联系电话		经办人联系电话				
申请的户外广告设施信息						
设置地点		设置时长				
所处分区		设置数量				
所处路段		广告尺寸 (m)				
用地性质		广告面面积 (m ²)				
依附公共设施类型		广告主调色彩				
依附公共设施尺寸		广告形式				
广告经营性		结构形式				
区位示意图		现场现状图				
 <p>(示例)</p>		 <p>(示例)</p>		 <p>(示例)</p>		

7.7 落地式户外广告设置申请表

建议申请人在申请落地式户外广告设施时，填写下表（落地式户外广告设施设置申请表）并连同其他材料（如相关场地、设施等的权属证明、营业执照证明）一同提交与县（市、区）市容环境卫生主管部门。

表 7-4 落地式户外广告设施设置申请表

申请人信息			填写注意事项		
单位名称		法定代表人	1、若申请人为个人，则“单位名称”一栏填写为“个人”，“法定代表人”、“单位地址”及“联系电话”不填写。 2、“设置地点”请准确填写路名、街名并写明参照物。 3、“所处分区”应填写“集中展示区”、“一般控制区”、“严格控制区”或“禁止设置区”。 4、“所处路段”应填写“可设路段”、“限设路段”或“禁设路段”。 5、“用地性质”应填写法定规划中确定的用地性质（如：二类居住用地、商业用地等）。 6、“广告类型”应填写广告设施具体类型。（如“大型支架广告”、“高立柱广告”、“底座式”、“立杆式”、“造型式”等） 7、“广告经营性”一栏应填写“公益广告”或“商业广告”。 8、“设置时长”应填写“长期”或“临时”，填写“临时”时，还须填写设置户外广告设施的具体时间段（如“临时”，2021年2月15日-2月25日）。 9、“广告尺寸”应填写广告设施的长度、高度、厚度，单位为m。 10、“广告占地面积”应填写广告设施在水平面上的投影面积。 11、广告形式应填写广告表现的具体形式（如立体字、彩扣板、电脑画、电子屏等）。 12、区位示意图应简洁明了表示出户外广告设施的设置地点。 13、现场现状图须反映出预设广告场地的全貌。 14、设计效果图应在“现场现状图”的基础上处理，保持前后视角一致。		
单位地址		经办人			
联系电话		经办人联系电话			
申请的户外广告设施信息					
设置地点		设置数量			
所处分区		广告尺寸 (m)			
所处路段		广告面面积 (m ²)			
用地性质		广告占地面积 (m ²)			
广告类型		广告主调色彩			
广告经营性		广告形式			
设置时长		结构形式			
区位示意图		现场现状图			
 <p>(示例)</p>		 <p>(示例)</p>			
设计效果图		设施结构图			
 <p>(示例)</p>		 <p>(示例)</p>			

附件一 专家评审会意见复印件及回复一览表

《揭阳市城区户外广告设置专项规划》专家评审意见

2021年6月18日，揭阳市城市管理和综合执法局在局6楼会议室召开了《揭阳市城区户外广告设置专项规划》专家评审会。会议邀请了省内相关领域的5位专家组成专家组，专家组及发改局、住建局、自然资源局等相关部门代表听取了编制单位广东省城乡规划设计研究院有限责任公司关于规划成果的汇报。专家组及相关部门审阅了相关成果资料，经质询与讨论，一致认为规划成果思路清晰，内容详实，符合规范要求，原则同意通过该规划，并提出修改意见如下：

(1) 加强规划衔接，补充与揭阳市国土空间总体规划和揭阳市城市设计等专项规划的衔接；

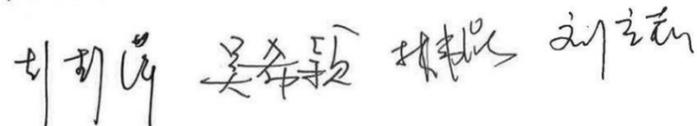
(2) 深化成果内容，进一步明确分区、道路、节点管控的要求；

(3) 强化实施指引，进一步明晰近期重点实施项目以及重点道路详细规划编制要求；

(4) 加强文本校对，核实相关数据时效性。

编制单位修改完善后，按规定程序上报审批。

专家组签名：

2021年6月18日

《揭阳市城区户外广告设置专项规划》专家评审意见回复一览表

序号	评审意见	意见回复	备注
1	加强规划衔接，补充与揭阳市国土空间总体规划和揭阳市城市设计等专项规划的衔接。	已按意见进行补充完善	采纳。已与在编的《揭阳市国土空间总体规划（2020-2035年）》进行衔接，详见章节“3.1 上层次及相关规划分析”。
2	深化成果内容，进一步明确分区、道路、节点管控的要求。	已按意见进行深化完善	采纳。已进一步明确分区、道路、节点管控的要求，详见章节“4.3.1 分区设置方法及管控要素”、“4.4.1 分路段设置方法及管控要素”和“4.5.1 分节点设置方法及管控要素”。
3	强化实施指引，进一步明晰近期重点实施项目以及重点道路详细规划编制要求。	已按意见进行补充完善	采纳。已进一步重点道路详细规划编制要求，详见章节“5.2 余韵揭阳”、“5.3 活力揭阳”和“5.4 精致揭阳”。
4	加强文本校对，核实相关数据	已按意见进行复	采纳。已重新进行校核。

	据时效性。	核完善	
--	-------	-----	--

附件二 部门意见回复一览表

序号	部门	意见	意见回复
1	揭阳市生态环境局	建议户外广告设置规划要规避水源一级保护区。理由：按照《广东省饮用水源水质保护条例》第三章第十六条第一款规定，饮用水水源一级保护区内禁止新建、改建、扩建与供水设施和保护水源无关的项目。已设置的与保护水源无关的户外广告，应由县级以上人民政府依法责令拆除。	采纳。具体修改见章节“4.3.5 禁止设置区”和“6.2.3 禁止设置户外广告设施的情形”。
2	揭阳市审计局	建议结合《中共揭阳市委关于制定揭阳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的建议》进行优化。	采纳。具体修改见章节“1.1 规划背景”。
3	揭阳市揭东区人民政府	一、该《征求意见稿》中“第4章户外广告总体规划4.3.4 严格控制区(3) 设置指引”中的“商业广告比例占40-50%”，应修改为“商业广告比例占40%-50%”。	采纳。具体修改见章节“4.3.4 严格控制区”。
4		二、该《征求意见稿》中“第4章户外广告总体规划4.4.1 可设路段中表4-4 可设路段一览表”中“生活性主干道金新路(南北向)”的“梅中街-揭大道”，应修改为“梅中街-揭东大道”。	采纳。具体修改见章节“4.4.1 可设路段”。
5		三、该《征求意见稿》中“第4章户外广告总体规划4.4.3 禁设路段”中“禁设路是指……”，应修改为“禁设路段是指……”。	采纳。具体修改见章节“4.4.3 禁设路段”。
6		四、鉴于福源路(东西向)南侧(梅岗路-丹凤路)临近揭东人民广场，商业氛围浓厚，户外广告需求较大，建议该《征求意见稿》中“第4章户外广告总体规划4.4.3 禁设路段(4) 具体范围中表4-5 禁设路段一览表中生活性主干道福源路(东西向)南侧(梅岗路-丹凤路)修改为限设路段”。	部分采纳。解析说明：根据《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021)“3.0.9 户外广告设施设置应符合下列规定，第9条不应在国家机关、文物保护单位、风景名胜区、中小学校及幼儿园等的建筑控制地带设置”，福源路(东西向)南侧(梅岗路-丹凤路)现状为曲溪派出所，总规为行政办公用地。

序号	部门	意见	意见回复
7		五、根据《揭阳市市容管理条例》第四条、第十一条的规定，镇（街道）负责本辖区市容管理的具体工作，且负责划定市容管理责任区的具体范围、对责任人进行直接管理。结合“属地管理、权责一致”的原则，为便于镇（街道）掌握招牌设置情况，及时落实责任人责任区域范围内招牌的日常监管，建议将该《征求意见稿》中“第7章规划实施与管理建议7.3.1招牌备案管理”的“招牌设置人应当在招牌设置前五个工作日内向县（市、区）市容环境卫生主管部门或派出机构办理备案”，修改为“镇（街道）市容环境卫生主管部门负责招牌设置备案、日常管理和监督检查工作”。	部分采纳。根据新修订《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第75号）对招牌未要求备案管理。
9	揭阳市微型企业发展促进会	建议在第7章规划实施与管理建议，7.1近期实施建议中增加1项，即（5）粤东港货（进口商品）城夜市。	采纳。具体修改见章节“4.3.2集中展示区”和“7.1近期实施建议”。
8	揭阳市司法局	《重大行政决策程序暂行条例》（国务院令第713号）第三条规定：“本条例所称重大行政决策事项（以下简称决策事项）包括：（一）制定有关公共服务、市场监管、社会管理、环境保护等方面的重大公共政策和措施；（二）制定经济和社会发展等方面的重要规划；（三）制定开发利用、保护重要自然资源和文化资源的重大公共政策和措施……”和第十四条规定：“决策承办单位应当采取便于社会公众参与的方式充分听取意见，依法不予公开的决策事项除外。听取意见可以采取座谈会、听证会、实地走访、书面征求意见、向社会公开征求意见、问卷调查、民意调查等多种方式。决策事项涉及特定群体利益的，决策承办单位应当与相关人民团体、社会组织以及群众代表进行沟通协商，充分听取相关群体的意见建议。”根据上述规定，建议贵局结合行业规划研究《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）是否属于重大行政决策，如属于重大行政决策，请按重大行政决策程序做好公众参与等相关工作。	采纳。《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》为充分听取社会公众的意见和建议，采取网站公示的方式公开征求公众意见，公示起止日期为2021年1月28日至2021年2月27日。同时按重大行政决策程序做好公众参与等相关工作。

序号	部门	意见	意见回复
10	揭阳市榕城区人民政府办公室	一、《初步方案》第 14 页 2.2.3 招牌设置现状中表述“部分品牌店一层店招二层橱窗，整体效果较理想，如黄岐山大道、临江南路等路段”与第 95 页、第 101 页中部分路段整改建议中将二楼橱窗拆除的建议相冲突。特别是临江南路“二楼橱窗”实际是一楼的阁楼部分，同样是商业用途，不是实际意义的二楼，建议予以保留。	采纳。予以保留此路段一楼阁楼的广告设施，具体修改见章节“5.3.2 临江南路”及“5.3.5 黄岐山大道”
11		二、《初步方案》第 86 页 5.2 马牙路（3）总体控制政策中“临江北路至榕江南河路段两侧为禁设路段”，榕江南河应改为榕江北河。	采纳。具体修改详见章节“5.2.3 马牙路”
12		三、《初步方案》第 103 页揭阳大道（5）道路控制要求中 3）禁设路段的设置范围建议综合考虑连接线的有关宣传公益广告的设置实际予以调整，特别是进贤门大道至榕江南河段。	采纳。禁设路段允许公益广告的设置。具体修改详见章节“5.3.6 揭阳大道”
13		四、《初步方案》第 114 页中 6.3.2 设置要求中“（3）违规违章建筑物、构筑物和危房上不得设置户外广告设施”，按现行法律标准，市区现存相当部分均为违规违章建筑物，建议修改。	采纳。删除对违规违章建筑物、构筑物的表述。具体修改见章节“6.3.2 设施要求”。
14		五、《初步方案》第 119 页设置规格和尺寸第 2) 点中“建筑高度 60m 以上建筑，严格控制其顶部广告的设置”及表 6-2 建筑高度与屋顶广告高度关系表中“>20 层（60m）禁止设置屋顶广告”的表述，建议补充“楼宇标志除外”。	采纳。具体修改见章节“6.3.3 分类细则”中“（3）屋顶广告”的“总体要求”及“设置规格与尺度”
15		六、《初步方案》第 134 页 7.2.1 户外广告申请及设置要求（1）户外广告申请及设置要求中“城市建（构）物”建议修改为“城市建（构）筑物”。	采纳。具体修改见章节“7.2.1 大型户外广告申请及设置要求”。
16		七、《初步方案》第 136 页 7.3.1 招牌备案管理办法中“招牌设置人应当在招牌设置前五个工作日内向县（市、区）市容环境卫生行政主管部门及其派出机构办理备案”，鉴于目前正在实行乡镇街道综合执法改革，相关广告设施设置管理的行政处罚权也将由街道办事处实施。根据《揭阳市人民政府关于乡镇街道实行综合行政执法的公告》（揭府规【2021】8 号），建议改为“向属地街道办事处实行备案”。	部分采纳。根据新修订《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第 75 号）对招牌未要求备案管理。

序号	部门	意见	意见回复
17	揭阳市城市管理和综合执法局	一、鉴于《揭阳市市容管理条例》已经省人大常委会批准并正式公布，文本中 P1 1.1 “拟出台《揭阳市市容管理条例》”， P6 “《揭阳市市容管理条例（草案）》” 等处应修改表述。	采纳。具体修改见章节 “1.1 规划背景” 和 “1.3 规划原则” 。
18		二、文本中 P7 1.5 规划范围文字表述、图 1-5 和相关图纸建议修改调整，专项规划的规划范围应与总体规划范围一致，本规划中 185 平方公里范围应作为本规划重点研究范围。图 1-5 相应调整为：规划范围，重点研究范围。删去 “具体实施应依据公路有关法律法规.....” 。	采纳。具体修改见章节 “1.5 规划范围” 。
19		三、文本 “现状概况” 涉及环市西路、马牙路、黄岐山大道、榕华大道、临江北路、揭阳大道、发展大道等道路宽度与现状有出入，应进一步核对。	采纳。根据 “三调” 数据，结合百度地图街景进一步核对与修改，具体修改见章节 “2.2 户外广告现状概况” 。
20		四、文本中 P23 2.2.4 大型户外广告分布现状中 “经揭阳市城市管理和综合执法局登记在册的.....”，其中 “登记在册” 应修改为 “调查登记” 我局对上述现有广告设施只是开展现状摸底调查，并未经审批程序认可其合法性，“登记在册” 的表述易引起歧义。文本中表 2-1 “广告类别” 除市委宣传部设置的 5 处为纯公益广告外，其余 “公益” 应改为 “商业、公益” 。	采纳。具体修改见章节 “2.2.4 大型户外广告分布现状” 。
21		五、文本中 P36 图 2-16 揭阳楼图片建议替换为进贤门城楼，揭阳楼不属文物保护单位；揭阳楼与市文化中心（增加）作为景观建筑类别。相应文字表述修改为 “部分文物保护单位及景观建筑等” 。	采纳。具体修改详见章节 “2.2.7 现状总结” 。
22		六、文本第 5 章 “重点道路整改规划” 建议增加 1 节 “其他主干道路”，鉴于文本篇幅所限，除上述列举的 11 条重点道路外，对揭阳市城区其他主干道可按道路性质、用地性质类比实施规划控制和整改。	采纳。按意见进行修改。具体修改详见章节 “5.1 重点道路整改规划” 。
23	榕城区城市管理和综合执法局	一、第 1 章 1.4.1 处第 (15) 《揭阳市市容管理条例（草案）》建议改为《揭阳市市容管理条例》。	采纳。具体修改详见章节 “1.4 规划依据” 。
24		二、P29、P31 处 “户前路” 应改为 “卢前路” 。	采纳。具体修改详见章节 “2.2.5 户外广告亮化现状” 。
25		三、P41 第 3 章 3.1.2 处 (1) 中的 “莲花大道” 改为 “揭阳大道” 。	采纳。具体修改详见章节 “3.1.2 《揭阳市区户外广告设置专项规划 (2013-2020) 》” 。

序号	部门	意见	意见回复
26		四、有部分规划与现实存在较大的区别。恐难以贯彻实施，建议另行研究决定。如：P77、P79 第 5 章 重点道路整改规划中，许多桥梁周边均为禁设部分，但现实中该类区域存在较多的大型高立柱广告牌。	部分采纳，补充说明：“对于现状已存在的高立柱广告，在确保其不影响市容市貌、不影响人民生活、不存在安全隐患的情况下，允许保留。” 具体修改详见章节“6.5.2 分类细则”。
27		五、P91 临江南路二楼橱窗位置均禁设，若全部整改恐不现实。	采纳。根据榕城区人民政府办公室意见，此部分“二楼橱窗”实际是一楼的阁楼部分，同样是商业用途，不是实际意义的二楼。允许保留此路段一楼阁楼的户外广告设施。具体修改见章节及“5.3.2 临江南路”。
28		六、第 6 章 P101 6.2.3 中 (1) 的禁设区规定，目前市区许多大型高立柱广告牌均处于该区域。	部分采纳。补充说明：只保留《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021) 中提及的严禁设置户外广告的区域。具体修改详见章节“6.2.3 (1) 利用交通安全设施、交通标志、消防设施及消防安全标志的”。
29		七、P102 6) 许多住宅小区楼顶层均有名称设置。	采纳。补充说明：“(楼宇标志除外)” 详见章节“6.2.3 (3) 妨碍生产和人民生活，损害市容市貌或者建筑形象的”。
30		八、按现行法律标准，市区现存相当部分均为违规违章建筑物。	采纳。删除文字“违规违章建筑物、构筑物” 具体修改详见章节“6.2.3 (3) 妨碍生产和人民生活，损害市容市貌或者建筑形象的”。
31		九、6.5.2 中 (2) 现有高立柱广告在安全距离方面大部分不能符合规划的相关规定。	部分采纳。补充说明：“对于现状已存在的高立柱广告，在确保其不影响市容市貌、不影响人民生活、不存在安全隐患的情况下，允许保留。” 具体修改详见章节“6.5.2 分类细则”。
32		十、P127 第 7 章 7.3.1 招牌建议不实行备案制度。P128 7.4.1 部门职责建议不在本规划中赘述。	采纳。具体修改详见章节“7.3 招牌设置及管理要求” 和“7.4 维护和监管建议”。

序号	部门	意见	意见回复
33		十一、建议增加“本规划由揭阳市城市管理和综合执法局”负责解释。	部分采纳。解析说明：规划说明书不属于政府规章等，不明确相关解释权限。
34	揭东区城市管理和综合执法局	一、“第1章总则1.3(5)可操作性原则”中的“《揭阳市市容管理条例(草案)》”，业已颁布，应修改“《揭阳市市容管理条例》”。	采纳。具体修改详见章节“1.3 规划原则”、“1.5 规划范围”、“1.8 规划思路和技术路线”。
35		“第1章总则1.5 规划范围”中“揭阳产业转移工业园(磐东街道)与揭东区(曲溪街道)”应修改为“揭东区(曲溪街道和磐东街道)”。	
36		第1章总则最后3页页码错乱。	
37		二、“第2章现状概况2.1.3 历史文化”中的国画之乡与小戏之乡、龙舟之乡中间应加标点符号“、”。	采纳。具体修改详见章节“2.1.3 历史文化”、“2.2.5 户外广告亮化现状”、“2.2.7 现状总结”。
38		“第2章现状概况2.2.5 户外广告亮化现状”中的“(2)户前路”应修改为“(2)卢前路”，“2.2.7 现状总结”中的“(1)现状成效”中的“户前路”应修改为“卢前路”。	
39		三、“第3章相关规划及案例分析”中“3.2.6 案例总结与借鉴”中规范性文件中间的顿号应删除。	采纳。具体修改详见章节“3.2.6 案例总结与借鉴”。
40		四、“第4章户外广告总体规划”中“(4)具体范围表4-4 可设路段一览表”中十亩湖路(阳美大道—磐东路)反复出现在生活性主干路和生活性次干路中，建议修改在次干路；金凤路(西侧北环大道—金沟街)、福源路建议归入次干路。“表4-5 禁设路段一览表”中金凤路(金沟街-揭东大道)反复出现在生活性主干路和交干路中，建议修改归并在次干路。	采纳。具体修改详见章节“4.4 户外广告路段分类规划——“线”的控制”。
41	揭阳市城市管理和综合执法局空港分局	一、5.11 望江北路(3) 总体控制政策其中榕城区政府至仙彭路路段南侧.....榕东大桥东面桥头路段禁设路段属空港辖区的修改为限设路段(5 路段控制要求其中(3) 禁设路段：榕城区政府至仙彭路路段南侧.....榕东大桥东面桥头路段修改属空港辖区的修改为限设路段。	部分采纳。补充说明：“榕城区政府至仙彭路路段南侧”已修改为限设路段，章节“5.3.4 望江北路”。“榕东大桥东面桥头路段禁设路段属空港辖区”是高架道路，《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021) 3.0.9 户外广告设施设置应符合下列规定：“第3条不应在人行天桥落地扶梯、过街地道、过江(海)隧道、公路收

序号	部门	意见	意见回复
			费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人和车流出入口周边 10m 内，以及大量车流集散的公共建筑出入口周边 5m 内设置独立式户外广告设施”，建议保留禁设路段。
42		二、5.12 发展大道其中 (3) 总体控制政策进贤门大道以南.....滨江大道路段西侧属空港辖区的修改为限设路段 5) 路段控制要求其中 (3) 禁设路段：进贤门大道以南.....江大道路段西侧属空港辖区的修改为限设路段。	部分采纳。补充说明：“吉祥路至滨江大道路段西侧”已修改为限设路段，详见章节“5.3.7 发展大道”。根据土地利用规划显示“规划双彭路至进贤门大道侧”主要为公园绿地与防护绿地、“进贤门大道以南约 100m 内路段西侧”为公园用地与停车用地、“规划和美路至规划湖心路”为文化设施用地、“发展大道至新城大道路段东侧”主要是行政办公用地，根据《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021)“3.0.9 户外广告设施设置应符合下列规定，第 9 条不应在国家机关、文物保护单位、风景名胜区、中小学校及幼儿园等的建筑控制地带设置”，建议保留禁设路段，如果用地性质变更，可根据已变更的用地性质作调整。公园外部不建议设置户外广告，会对城市风貌造成一定影响。
43		一、上层次及相关规划分析中，城市总规应当与在编的国土空间总体规划有良好衔接，增加在编的国土空间规划相关内容，合理对接国土空间规划工作。	采纳。具体修改详见章节“3.1 上层次及相关规划分析”。
44	揭阳市自然资源局	二、P60，附图中，揭阳大道南段、发展大道北段等需要与当前国土空间规划最新情况进行核对。	解析说明：《揭阳市国土空间总体规划（2020-2035 年）》目前处于在编方案阶段，路网及相关用地布局仍不完善，因道路整治规划主要结合现状道路广告及招牌情况提出总体控制要求及整改建议，具体道路整治范围可根据现场实际情况进行调整优化。

序号	部门	意见	意见回复
45	揭阳市交通运输局	一、P3, 规划依据中的法律法规中第 11 条, 《广东省交通运输厅关于公路两侧广告标牌设置管理办法》, 发布时间为 2018 年而非 2013 年。	采纳。具体修改详见章节“1.4.1 法律、法规”。
46		二、P4, 本次规划揭阳市主城区范围内涉及到的部分国、省道公路路段, 增加国道 539 线和省道 505 线。	采纳。具体修改详见章节“1.5 规划范围”。
47		三、对于国道省道周边户外广告设置的相关规定, 核对相关要求, 以确保公路运行管理安全性。	采纳。具体详见“第 6 章户外广告管理控制通则”。
48		四、户外广告设置应当与交通设施保持必要距离, 不得遮挡信号灯、妨碍安全视距、阻碍安全通行。	采纳。具体详见章节“6.2 设置通则”。
49	揭阳市发展和改革局	一、P1 与 P4, 将“《中共揭阳市委关于制定揭阳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的建议》”更改为“规划纲要”, 并与“十四五”规划纲要进行衔接。	采纳。具体修改详见章节“1.1 规划背景”和“1.4.3 相关规划”。
50		二、P63 与 P47, 对部分已有的广告牌规格统一限定应当结合实际情况进行具体分析设置。在前创文时已经针对广告高度统一整治过。但由于楼房高度本身差异, 应当对高度限定进行灵活处理。	采纳。具体修改详见章节“5.2.3 马牙路”和“5.3.7 发展大道”。
51	揭阳市财政局	无意见。	——
52	揭阳市市场监督管理局	无意见。	——
53	揭阳市统计局	无意见。	——
54	揭阳空港经济区管理委员会	无意见。	——
55	揭阳市公安局交通警察支队	无意见。	——
56	中共揭阳市委宣传 部	无意见。	——

序号	部门	意见	意见回复
57	揭阳市住房和城乡建设局	无意见。	——
58	广东省揭阳市气象局	无意见。	——

揭阳市司法局

市司法局对《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）的意见

市城市管理和综合执法局：

揭城执函〔2021〕15号文件收悉。经研究，我局提出如下意见：

《重大行政决策程序暂行条例》（国务院令第713号）第三条规定：“本条例所称重大行政决策事项（以下简称决策事项）包括：（一）制定有关公共服务、市场监管、社会管理、环境保护等方面的重大公共政策和措施；（二）制定经济和社会发展等方面的重要规划；（三）制定开发利用、保护重要自然资源和文化遗产的重大公共政策和措施……”和第十四条规定：“决策承办单位应当采取便于社会公众参与的方式充分听取意见，依法不予公开的决策事项除外。听取意见可以采取座谈会、听证会、实地走访、书面征求意见、向社会公开征求意见、问卷调查、民意调查等多种方式。决策事项涉及特定群体利益的，决策承办单位应当与相关人民团体、社会组织以及群众代表进行沟通协商，充分听取相关

群体的意见建议。”根据上述规定，建议贵局结合行业规则研究确定《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）是否属于重大行政决策，如属于重大行政决策，请按重大行政决策程序做好公众参与等相关工作。



揭阳市榕城区人民政府办公室

榕府复〔2021〕75号

关于《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035）》（初步方案）意见的复函

市城管执法局：

揭城执函〔2021〕15号收悉。经研究，我区对《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035）》（初步方案）提出如下修改意见：

- 一、《初步方案》第14页2.2.3招牌设置现状中表述“部分品牌店一层店招二层橱窗，整体效果较理想，如贵城山大道、临江南路等路段”与第95页、第101页中部分路段整改建议中将二层橱窗拆除的建议相冲突，特别是临江南路“二楼橱窗”实际是一楼的副楼部分，同样是商业用途，不是实际意义的二楼，建议予以保留。
- 二、《初步方案》第86页5.2马牙路（3）总体控制政策中“临江北路至榕江南河路段两侧为禁设路段”，榕江南河应改榕江北河。
- 三、《初步方案》第103页揭阳大道（5）道路控制要求中

3）禁设路段的设置范围建议综合考虑连接线的有关宣传公益广告的设置实际予以调整，特别是进贤门大道至榕江南河段。

四、《初步方案》第114页中6.3.2设置要求中“（3）违规违章建筑物、构筑物及危房上不得设置户外广告设施”，按现行法律标准，市区现存相当部分均为违规违章建筑物，建议修改。

五、《初步方案》第119页设置规格和尺寸第2）点中“建筑高度60m以上建筑，严格控制其顶部广告的设置”及表6-2建筑高度与屋顶广告高度关系表中“>20层（60m）禁止设置屋顶广告”的表述，建议补充“楼宇标志除外”。

六、《初步方案》第134页7.2.1户外广告申请及设置要求（1）户外广告申请及设置要求中“城市建（构）物”建议修改为“城市建（构）筑物”。

七、《初步方案》第136页7.3.1招牌备案管理办法中“招牌设置人应当在招牌设置前五个工作日内向县（市、区）市容环境卫生行政主管部门及其派出机构办理备案”，鉴于目前正在实行乡镇街道综合执法改革，相关户外广告设施设置管理的行政处罚权也将由街道办事处实施，根据《揭阳市人民政府关于乡镇街道实行综合行政执法的公告》（揭府规〔2021〕8号），建议改为“向属地街道办事处实行备案”。



揭阳市财政局

关于对揭城执函〔2021〕15号文征求意见的复函

市城管执法局：

《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》（揭城执函〔2021〕15号）收悉。经研究，我局没有修改意见。



（联系人及电话：许镜江，8239286）

公开方式：不予公开

揭阳市市场监督管理局

揭市监函〔2021〕50号

关于对揭城执函〔2021〕15号的复函

揭阳市城市管理和综合执法局：

贵局关于征求《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）意见的函收悉。经研究，我局无修改意见。

特此复函。



（联系人：刘浩洪，

联系电话：8291552）

揭阳市自然资源局

关于对《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》的复函

市城市管理和综合执法局：

《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》（揭城执函〔2021〕15号）收悉。经研究，我局无修改意见。



（联系人：吴俊平，联系电话：15602755177）

揭阳市交通运输局

关于对揭城执函〔2021〕15号文的复函

市城市管理和综合执法局：

贵局《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》（揭城执函〔2021〕15号）收悉。经研究，我局无修改补充意见。



揭阳市统计局

复函

市城市管理和综合执法局：

《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》（揭城执函〔2021〕15号）已收悉，经我局认真研究，无修改意见。



广东省揭阳市发展和改革委员会

关于《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）的意见

市自然资源局：

关于《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》（揭城执函〔2021〕15号）收悉。经研究，我局没有不同意见。

特此复函。



揭阳空港经济区管理委员会

揭空港委会〔2021〕76号 签发人：林剑春

揭阳空港经济区管委会对《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》的意见

市城市管理和综合执法局：

你单位来文〔揭城执函〔2021〕15号〕收悉。对《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》，我单位没有不同意见。



（联系人：吴海扬，联系电话：8771588）

揭阳市公安局交通警察支队

揭市公（交）函〔2021〕12号

关于对揭阳市城区户外广告设置专项规划意见的复函

市城市管理和综合执法局：

贵局关于征求《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）已收悉。经研究，我支队没有意见。

专此函复。



（联系人：谢芳，联系电话：0663-8228509）

中共揭阳市委宣传部

关于征求《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）意见的复函

市城市管理和综合执法局：

贵局发来的关于征求《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）意见的函收悉。经研究，我部无修改意见。

中共揭阳市委宣传部
2021年2月20日

广东省揭阳市住房和城乡建设局

关于对揭城执函〔2021〕15号的复函

市城市管理和综合执法局：

《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》（揭城执函〔2021〕15号）收悉，经研究，我局无不同意见。



广东省揭阳市气象局

便函

关于《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（初步方案）征求意见的复函

揭阳市城市管理和综合执法局：

《关于征求〈揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）〉（初步方案）意见的函》文件已收悉，经研究，我局无意见。



附件四 关于提请对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》 (2020-2035年) 合法性审查的函

揭阳市城市管理和综合执法局

关于提请对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》 (2020-2035年) 合法性审查的函

市司法局：

为适应城市建设快速发展的实际需要，规范揭阳市户外广告和招牌管理工作，解决户外广告和招牌管理上出现的新情况、新问题，市城市管理和综合执法局已于2021年7月完成了《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》的修订工作，该办法已经2021年7月23日揭阳市人民政府六届100次常务会议通过，即揭阳市人民政府令（第75号），自2021年10月1日起施行。为衔接落实新版《管理办法》要求，规范揭阳市城区户外广告和招牌的合理布局，实现对户外广告这一公共资源的合理配置和有效利用，为新版《管理办法》提供技术支撑。我局委托广东省城乡规划设计研究院有限责任公司组织编制了《揭阳市城区户外广告设置专项规划》（2020-2035年）（以下简称规划）。

《规划》于2021年1月28日通过市城管执法局网站，公开征求社会公众的意见，同时向市发展和改革委员会、中共揭阳市委宣传部、市自然资源局、市住房和城乡建设局、市交通运输局、市财政局、市生态环境局、市司法局、市审计局、市市场监督管理局、市统计局、市气象局、市公安局交通警

察支队、市微型企业发展促进会、榕城区人民政府、揭东区人民政府、空港经济区管理委员会、榕城区城市管理和综合执法局、揭东区城市管理和综合执法局、城市管理和综合执法局空港分局等20个相关单位征询意见；于2021年6月18日，通过专家评审会。设计单位根据专家意见和有关单位意见，对《规划》进行了修改完善。并认为其实施不会对社会稳定、公共安全等方面造成不利影响，不做风险性评估。为确保《规划》的科学合法，现提请贵局对其合法性进行审查。专此函达。

揭阳市城市管理和综合执法局
2021年10月9日

附件五 市司法局对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》 (2020-2035年)的合法性审查意见

揭 阳 市 司 法 局

市司法局对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》 (2020-2035年)的合法性审查意见

市城市管理和综合执法局:

你局关于提请对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》(2020-2035年)合法性审查的函收悉。我局依法对《揭阳市城区户外广告设置专项规划》(2020-2035年)(下称《规划》)进行合法性审查,结合市政府法律顾问意见提出如下审查意见:

一、根据《重大行政决策程序暂行条例》(下称《条例》)第三条规定,编制《规划》属于重大行政决策事项。

二、揭阳市城市管理和综合执法局编制《规划》符合法定权限,《规划》编制依据充分。

三、根据《条例》第二章“决策草案的形成”规定:《规划》的决策承办单位已履行下列法定程序:

(一)《规划》决策启动是落实揭阳市人民政府令(第75号)《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》要求,目的是规范揭阳市城区户外广告和招牌的合理布局,实现对户外广告这一公共资源的合理配置和有效利用;

(二)由决策承办单位委托技术单位编制了《规划》初稿,

征相关部门和市区各区政府(管委会)意见;

(三)在政府网站发布公告,向社会公开征求公众意见,公示间不少于30日,公示期间未收到不同意见的材料;

(四)召开专家论证会,专家组同意《规划》通过评审;

(五)由决策承办单位对《规划》的社会风险作评估说明,认为《规划》不会产生社会矛盾和不稳定因素,不会对社会稳定造成负面影响,《规划》的户外广告设置规划指引及管控要求为技术性规范,因此不存在权属争议等易发生社会不稳定问题的因素,《规划》暂不做社会稳定风险评估。

(六)由决策承办单位法规与行政审批科对《规划》出具合法性法律审查意见,意见认为《规划》的形成符合法定程序,没有与法律法规等的规定相冲突。

(七)提请市司法局对《规划》进行合法性审查,符合提交决策机关讨论前置性规定。该决策草案的形成符合法定程序。

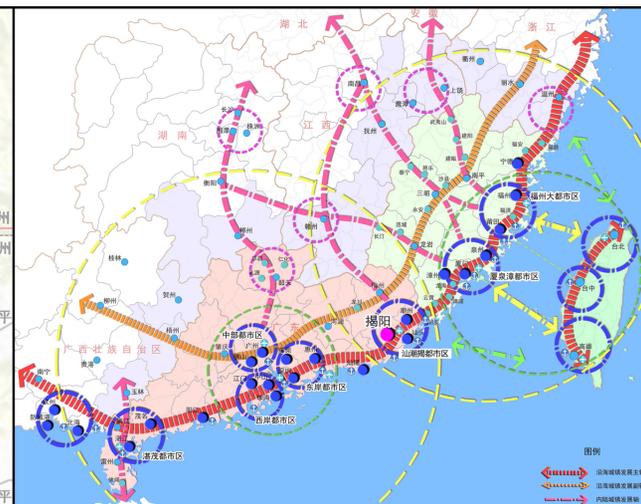
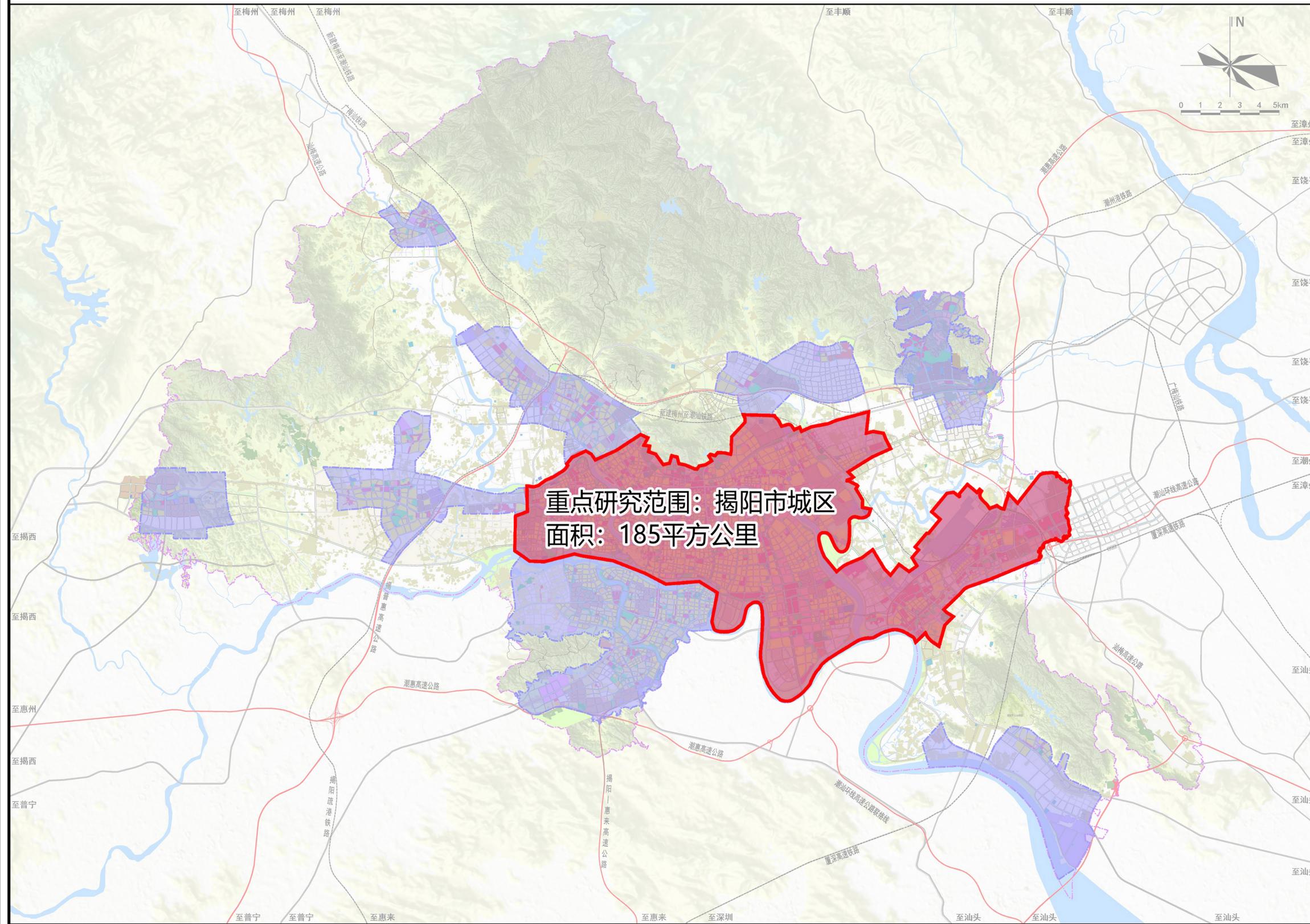
四、《规划》内容总体符合法律法规、规章和国家政策的规定。

五、告知:重大行政决定通过市政府常务会议后,请落实重大行政决策出台前向同级党委请示报告和向市人大常委会报告的相关规定。

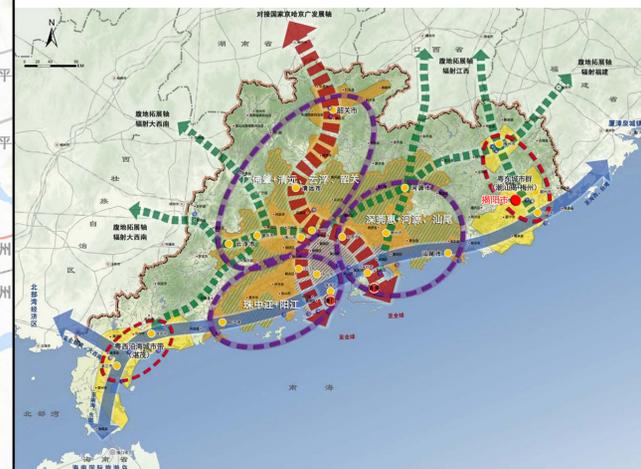


揭阳市城区户外广告设置专项规划 (2020-2035年)

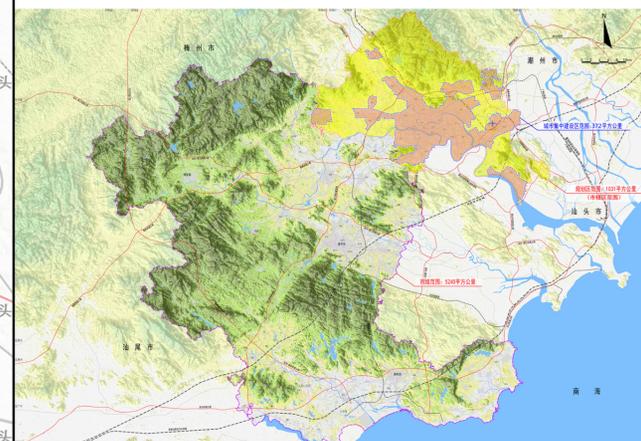
区域位置示意图



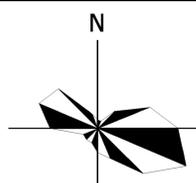
■ 揭阳市在中国东南沿海地区的位置



■ 揭阳市在广东省的位置



■ 揭阳市规划空间层次



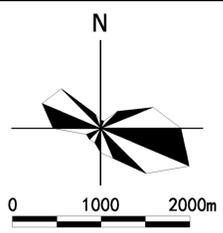
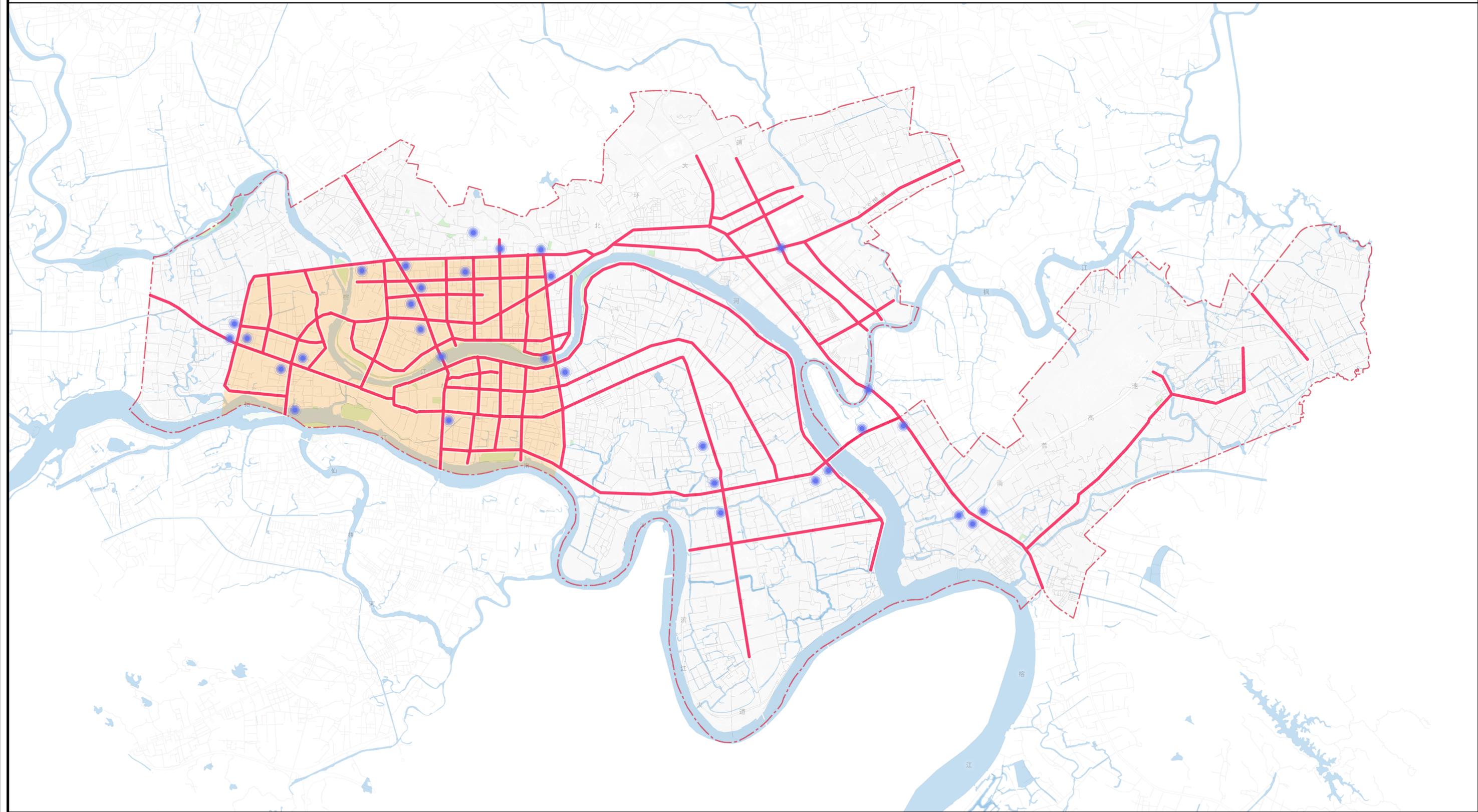
图例

- 城市集中建设区范围
- 揭阳市城区范围

说明：规划范围与《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》所划定的城市集中建设区范围一致，总面积372平方公里。重点研究范围是揭阳市城区，主要包括榕城区（新兴街道、榕华街道、中山街道、西马街道、东兴街道、榕东街道、东升街道、东阳街道、渔湖镇、炮台镇、登岗镇、凤美街道、京冈街道、溪南街道）与揭东区（曲溪街道和磐东街道）范围内的户外广告进行规划，面积约185平方公里。

揭阳市城区户外广告设置专项规划 (2020-2035年)

户外广告现状分布图



图例

-  户外广告分布面
-  户外广告分布线
-  户外广告分布点

揭阳市城区户外广告设置专项规划 (2020-2035年)

主要路段店招设置现状分布图

① 发展大道



⑤ 环市西路



⑥ 进贤门大道



⑦ 望江北路



⑧ 临江南路



⑨ 马牙路



⑩ 榕华大道



⑪ 临江北路



⑫ 阳美大道



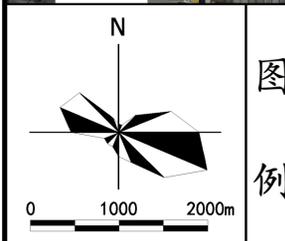
② 揭阳大道



③ 黄岐山大道



④ 新阳路



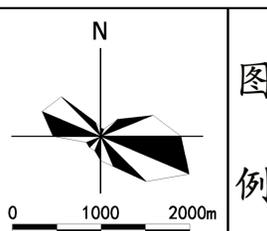
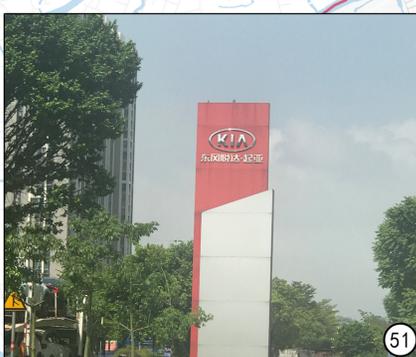
店招设置主要路段
店招设置示意路段

揭阳市城区户外广告设置专项规划 (2020-2035年)

大型广告现状分布图

说明：目前，经揭阳市城市管理和综合执法局调查登记的户外广告共54处，以高立柱广告、墙面广告和屋顶广告为主。

序号	具体位置	广告设施类型	版面	广告类别
1	老北河桥南侧	高立柱广告	三面	商业、公益
2	老北河桥北侧	高立柱广告	三面	商业、公益
3	老北河桥北侧	高立柱广告	三面	商业、公益
4	马牙路特美思斜对面	屋顶广告	单面	商业
5	揭阳海关对面	屋顶广告	单面	商业
6	特美思大酒店对面	屋顶广告	单面	商业
7	特美思大厦	平行外墙式广告	单面	商业
8	特美思二楼天台	屋顶广告	单面	商业
9	粤东贸易广场前	平行外墙式广告	单面	商业
10	环市北河东侧(桥头)	高立柱广告	三面	商业、公益
11	环市北河桥东侧	高立柱广告	三面	商业、公益
12	皇都汇KTV	屋顶广告	单面	商业
13	维也纳国际酒店楼下东侧	高立柱广告	单面	商业
14	浦东大圆	高立柱广告	双面	商业、公益
15	榕西路口	平行外墙式广告	单面	商业
16	榕西路口南方医院对面	高立柱广告	双面	公益
17	市区汽车总站红绿灯	平行外墙式广告	单面	商业
18	望江北路梅埔村	高立柱广告	双面	商业、公益
19	234省仙桥路中国银行门顶二楼大型户外广告	平行外墙式广告	单面	商业
20	仙桥大圆	高立柱广告	双面	商业、公益
21	吉荣路口	高立柱广告	三面	商业、公益
22	环市西路(梅云)	大型支架广告	双面	商业
23	望江南路西(榕西路段往梅云桥)	高立柱广告	双面	商业、公益
24	榕东大桥北	高立柱广告	双面	公益
25	南河桥北面	高立柱广告	双面	商业、公益
26	南河桥头	平行外墙式广告	单面	商业
27	335省道莲花大道北段	高立柱广告	三面	商业、公益
28	君和广场	高立柱广告	双面	商业、公益
29	霖磐大圆吊桥下1幢	屋顶广告	单面	商业
30	霖磐大圆吊桥下2幢	屋顶广告	单面	商业
31	田中国村(榕尊宾馆边)	平行外墙式广告	单面	商业
32	梅东大桥一侧	高立柱广告	三面	商业、公益
33	梅东大桥一侧	高立柱广告	三面	商业、公益
34	梅东大桥一侧	高立柱广告	三面	商业、公益
35	梅东大桥一侧	高立柱广告	三面	商业、公益
36	联西村路段	平行外墙式广告	单面	商业
37	联西学校对面	屋顶广告	单面	商业
38	空港农展馆入口旁	平行外墙式广告	单面	商业
39	发展大道天逸沐足城	平行外墙式广告	单面	商业
40	发展大道红绿灯大圆	高立柱广告	双面	商业、公益
41	发展大道	屋顶广告	双面	商业
42	揭场高速收费站	高立柱广告	三面	公益
43	榕东大桥旁	平行外墙式广告	单面	商业
44	榕东大桥旁	平行外墙式广告	单面	商业
45	揭东大桥(枫口大桥)旁	高立柱广告	双面	公益
46	东海大酒店对面	屋顶广告	单面	商业
47	南湖乡路口	屋顶广告	单面	商业
48	机场路	屋顶广告	单面	商业
49	机场路花祥花园门口	高立柱广告	双面	公益
50	一号路汽车一条街	大型落地式广告	双面	商业
51	一号路汽车一条街	大型落地式广告	双面	商业
52	岐山路口	屋顶广告	单面	商业
53	站前大道	屋顶广告	单面	商业
54	榕东大桥南	高立柱广告	双面	商业、公益

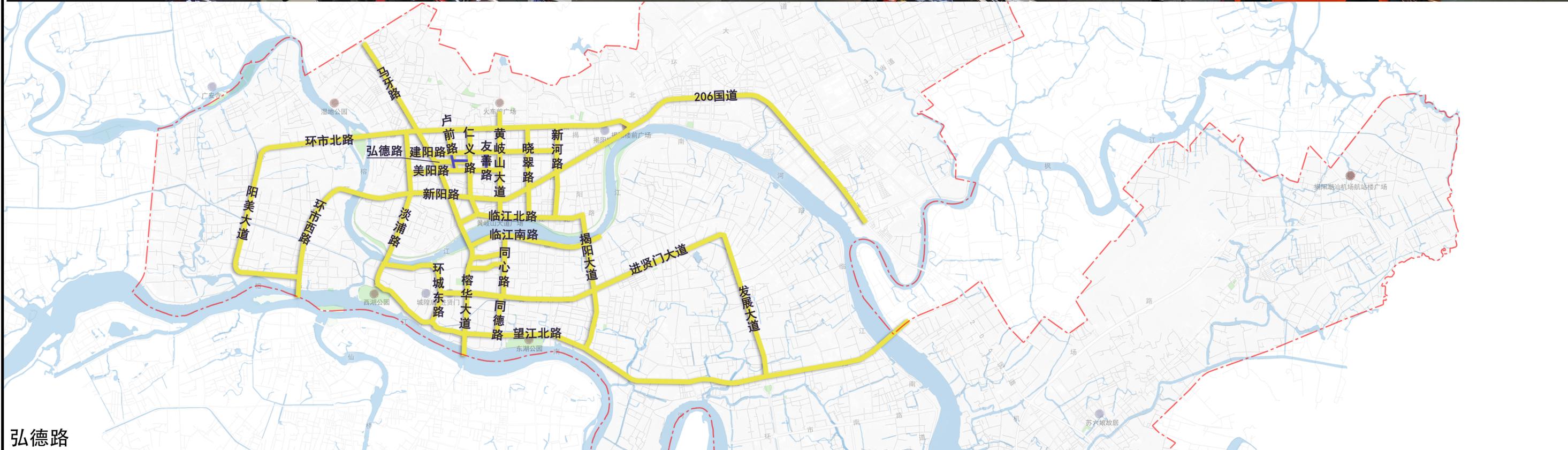


- 图例**
- 高立柱广告
 - 墙面广告
 - 屋顶广告
 - 大型落地广告
 - 大型支架广告

揭阳市城区户外广告设置专项规划 (2020-2035年)

广告亮化现状分布图

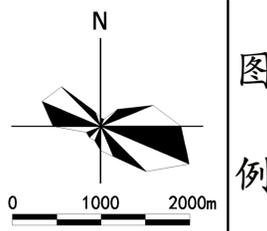
友善路



弘德路



卢前路

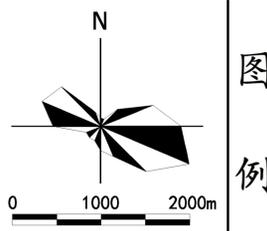
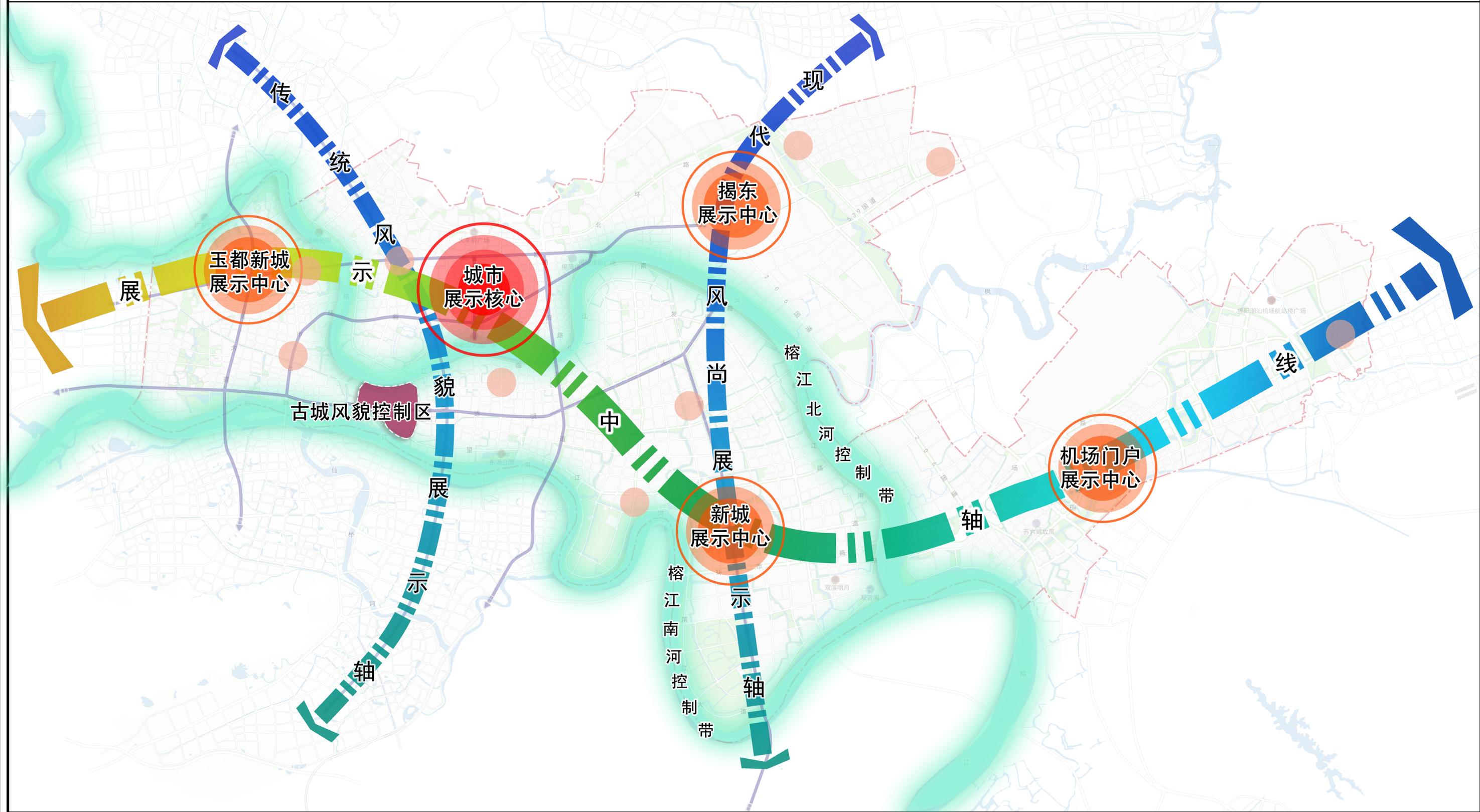


- 广告亮化路段
- 广告亮化示意路段

图例

揭阳市城区户外广告设置专项规划 (2020-2035年)

户外广告规划结构图



图例

- 次要节点
- 展示中心
- 展示核心
- 风貌控制区
- 主要展示路段
- 展示轴
- 展示中轴线
- 榕江沿河控制带