**《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》政策解读**

《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》已于2022年6月通过市政府常务会议审议通过，现就规划有关政策解读如下：

一、编制背景

随着我市城镇化进程的加快，全市户外广告和招牌设置数量持续上升、形式日趋多样。户外广告和招牌是体现城市形象和城市文明程度的重要载体，但从总体上，我市户外广告设置缺乏整体的控制和区域协调，其中：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，缺少协调和特色；道路上独立或者依附市政设施设置的户外广告布局零乱，有疏有密，有些内容、色彩、尺度不协调统一，一定程度上弱化了广告的宣传效果。

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，该办法已于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。因此，我市迫切需要编制《揭阳市城区户外广告设置专项规划》，为城市户外广告、招牌的设置与管理提供规划引领，同时也为完善我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保障。

二、编制依据和编制过程

按照《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）要求，市城市管理和综合执法局牵头编制《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》。

2021年1月，市城市管理和综合执法局组织草拟了《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》（征求意见稿），征求了榕城区、揭东区人民政府、市直各有关单位和榕城区、揭东区城市管理和综合执法局意见，2021年6月《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》通过专家评审，市城市管理和综合执法局进一步修改完善，2021年10月通过市司法局合法性审查。

三、主要目标

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。

四、主要内容

根据《揭阳市市容管理条例》和《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》相关要求，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。主要内容如下：

**（一）总则。**从国家层面至市级层面阐述规划背景，明确户外广告定义及分类并整理相关规划依据，提出本次规划原则五大原则：整体性原则、创新性原则、安全性原则、控制性原则及可操作性原则。确定规划范围、规划期限及规划重点，并结合我市的实际情况提出规划思路与技术路线。

**（二）****现状概况。**一是从区域位置、地理环境、历史文化、社会经济发展及城市建设五方面整体描述我市现状概况。二是根据调研资料及情况阐述我市现状户外广告及招牌的分布情况，并针对我市主要道路、重要节点户外广告的设置、亮化等存在的问题进行分析总结。

**（三）****相关规划及案例分析。**一是分析上层次及相关规划，主要是与《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》、《揭阳市国土空间总体规划（2020-2035年）》（在编）、《揭阳市区户外广告设置专项规划（2013-2020）》等相关规划的衔接，落实规划的内容及要求。二是借鉴国内发达城市的先进经验做法，包括上海、深圳、广州、厦门以及邻近城市汕头，总结出符合本市户外广告发展的规划策略。

**（四）****户外广告总体规划。**明确规划目标，依据《揭阳市城市总体规划（2011-2035年）》等相关规划，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。采用面、线、点三个不同层面进行分区控制，分别对广告类型、路段、节点、建筑等分级分类对全市户外广告进行管控。

**（五）****重点道路整改规划。**根据规划需求，结合本市的商业布局、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”，结合主题并针对重点道路的户外广告设施的设置提出指导性导则和控制整改要求。

**（六）****户外广告管理控制通则。**一是明确本次控制通则的设置目的及依据、通则适用范围以及相关的名词解释。二是为加强户外广告和招牌的规范化设置管理，针对本市的各类型户外广告和招牌提出通用的基本原则及控制性要求。

**（七）规划实施与管理建议。**一是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。二是结合新版《管理办法》对户外广告和招牌的设置和管理提出相应要求。

五、主要亮点

**亮点一 构建“总规+详规+导则+指引”的全面规划体系**

总体规划层面结合城市形象定位、功能布局、商业集聚空间、历史文化风貌等综合考虑划定不同强度的导控分区、分道路、分节点、分类，并针对性提出户外广告内容、密度、类型等导控要素的要求。详规层面在总体规划的指导下，根据具体情况和特色选取重点道路、重要节点。管控通则以人的体验与视角为出发点，提出差异化的管理规范与技术引导，并凝练成管理图示指导实施，实现“宏中微观”全面指引。

**亮点二 从分区-道路-节点到建筑三维的全方位管控指引**

户外广告管理模式从“2D”向“3D"的转变，在“面-线-点”关系对应分区、道路、节点基础上提出户外广告设置要求，进一步将管控范围立体化，通过对建筑物的户外广告进行管控，使户外广告与建筑物性质、各部件、肌理、色彩协调，明确各大型广告位置、尺寸、形式、附着方式、照明及色彩等要求。

**亮点三 划分“余韵揭阳、活力揭阳、精致揭阳”三大主题，打造特色化道路**

对马牙路、环市西路、新阳路、进贤门大道等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”，并在色彩控制、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，突出城市特色、城市文化氛围。

**亮点四 公益广告面积占户外广告总面积总量不低于20%**

为保障公益，立足公益广告发布实际需求，公益广告的管控通过分区、分路两大层级落实，增强可操作性。集中展示区公益广告面积占户外广告总面积总量≥10%；一般控制区设置要求公益广告面积占户外广告总面积总量≥20%；严格控制区公益广告面积占户外广告总面积总量≥25%。可设路段公益广告面积占户外广告总面积总量≥10%，限设路段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。该类公益广告禁止变相发布任何形式的商业广告。

六、征求意见和采纳情况

《揭阳市城区户外广告设置专项规划（2020-2035年）》征求了榕城区、揭东区人民政府、市直各有关单位和榕城区、揭东区城市管理和综合执法局等21个相关单位的意见。其中，榕城区人民政府、揭东区人民政府、市发展和改革局、市自然资源局、市交通运输局、市生态环境局、市司法局、市审计局、市微型企业发展促进会、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提出的修改意见，市城市管理和综合执法局采纳；其他部门无修改意见。