

南京市江宁区 全区户外广告规划

OUTDOOR ADVERTISING FACILITIES PLANNING

南京市江宁区城市管理局

2023年05月

目 录

第一章 总则.....	2
1.1 研究范围.....	2
1.2 研究对象.....	3
1.3 规划年限.....	5
第二章 发展研判.....	6
2.1 现状基本情况.....	6
2.2 功能布局情况.....	7
2.3 发展研判小结.....	8
第三章 目标路径.....	9
3.1 规划目标.....	9
3.2 规划路径.....	9
第四章 规划举措.....	11
4.1 锚定户外广告功能，契合城市发展需要.....	11
4.2 建设分级分类管控，统筹户外广告规划.....	12
4.3 引导现代设施设置，提升整体数字程度.....	34
4.4 构建科学治理体系，保障规划有序实施.....	38

第一章 总则

1.1 研究范围

江宁区位于南京市东南部，是南京主城六区之一，北接江南主城功能区、南临南部田园功能区，总面积 1561 平方公里，2020 年末常住人口约 192.6 万。紧密围绕“科创智造枢纽区，美丽中国示范区”的总体定位，江宁区已经发展成为国家重要的科教中心和创新基地，国家东部地区先进制造业基地、交通物流枢纽和空港枢纽，并拥有多处国家级历史文化旅游目的地。

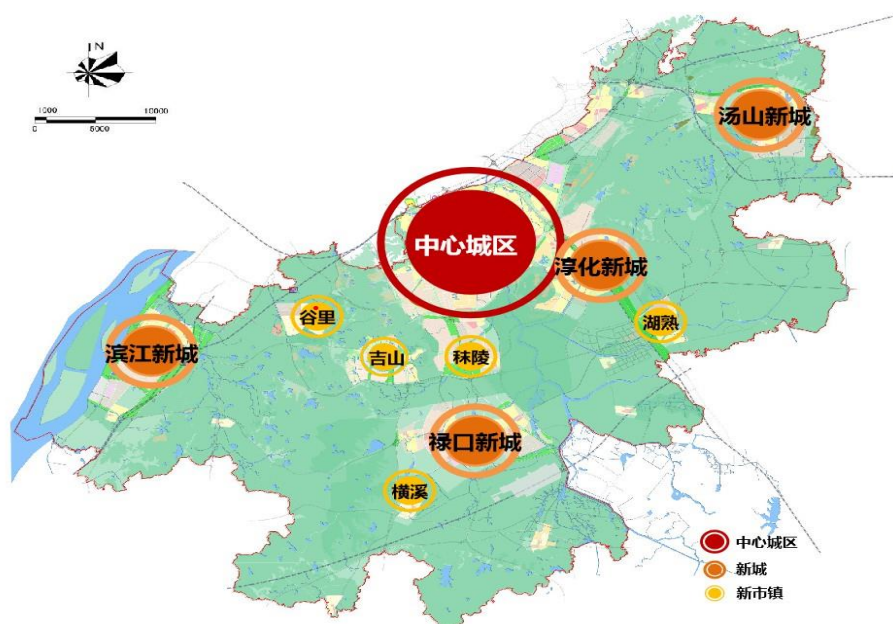


图 1-1 南京市江宁区城市结构示意图

结合城市发展特征，本次研究重点针对江宁区集中发展片区，主要包括 1 主城（东山）、4 新城（淳化、滨江、禄口、汤山）。实际工作中，结合高速公路、城市快速路和水系等，划定了具体研究范围，涵盖了江宁区 90%以上的城镇建设用地和城市活跃地区，如图 1-2 所示。

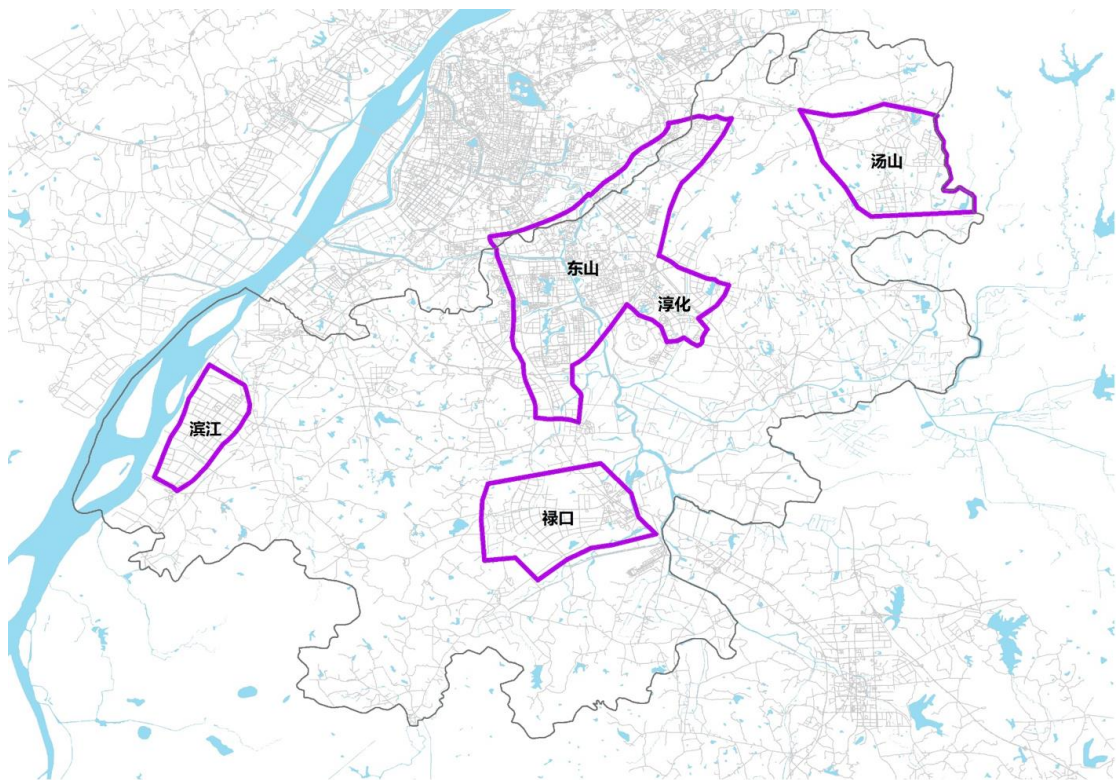
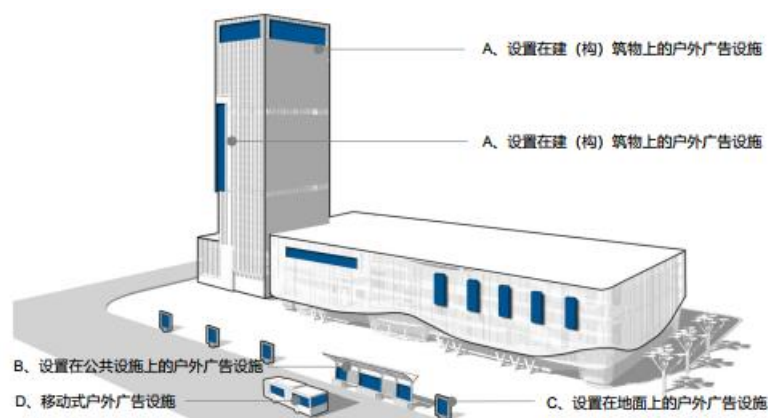


图 1-2 南京市江宁区户外广告重点研究范围

1.2 研究对象

根据《南京市户外广告设施设置总体规划（2020-2035）》上位规划，本次研究将户外广告分为 5 种类型：

- A. 设置在建（构）筑物上的户外广告设施：包括平行和垂直于墙面及围墙上设置的户外广告设施；
- B. 设置在公共设施上的户外广告设施：包括道路两侧和公共场所的灯杆、电杆、公交车站牌、候车亭、报刊亭、电话亭、阅报栏、自动售货机、自行车棚等公共设施上的各类户外广告设施；
- C. 设施在地面上的户外广告设施：包括立杆式户外广告设施、底座式户外广告设施、大型落地户外广告设施及大型高立柱户外广告设施等；
- D. 移动式户外广告设施：包括利用车辆、船舶、飞艇、无人驾驶自由气球等可移动的特色载体设置的户外广告设施；
- E. 其他户外广告设施：包括利用其它载体设置的以及城市未来发展过程中利用其他载体呈现的新技术新类型户外广告设施。



A、设置建（构）筑物上的户外广告设施



B、设置在公共设施上的户外广告设施



C、设置在地面上的户外广告设施



D、移动式户外广告设施

图 1-3 户外广告设施分类

本次研究重点关注设置于墙面、设置于公共设施以及设置于地面的户外广告。同时，根据户外广告的性质，可以分为公益、商业、自宣三类。



图 1-4 户外广告设施其他分类

1.3 规划年限

作为《南京市户外广告设施设置总体规划（2020-2035）》的分区规划，本次江宁区户外广告规划年限与总体规划保持一致，即远期规划年限为 2035 年，近期规划年限为 2025 年。

第二章 发展研判

2.1 现状基本情况

根据现场调研及相关部门提供资料显示，江宁区“一主三副”区域共设置1693处户外广告，总体面积约为4.9万平方米。从空间分布来看，东山户外广告设施数量最多，分布最为密集，占比达到83%；滨江新城为3%、禄口新城为6%、汤山新城为8%。

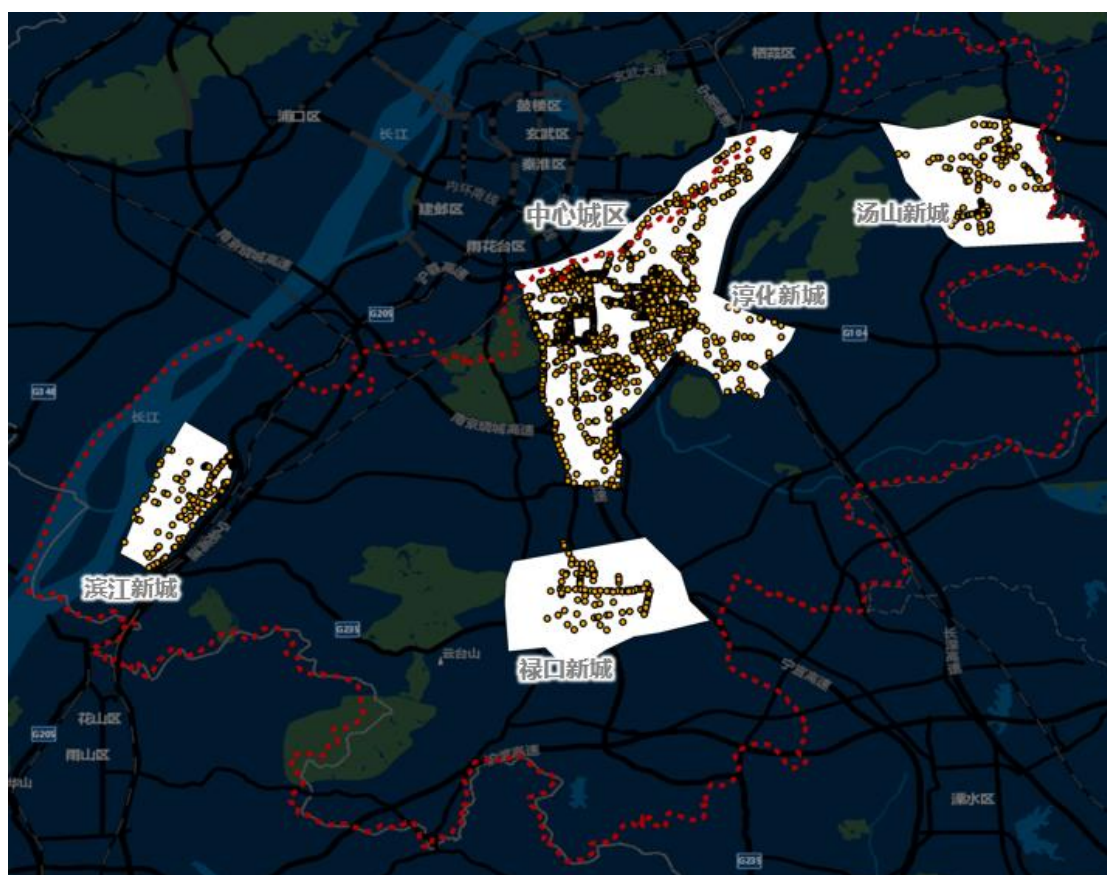


图 2-1 江宁区户外广告点位分布图

从户外广告设置类型来看，江宁区以设置在建（构）筑物上的户外广告设施为主，其中 LED；从属性来看，以公益广告为主（约占 81%）。

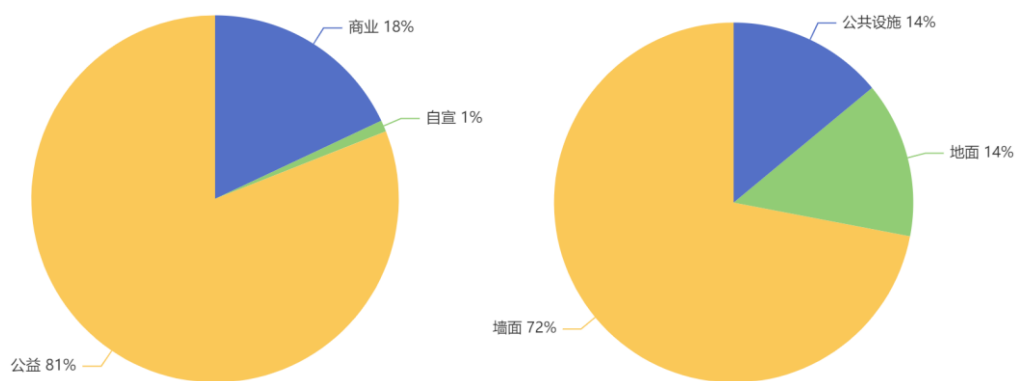


图 2-2 江宁区户外广告构成

2.2 功能布局情况

从现状户外广告功能类型来看，以生活服务类为主，占比达到 78%，其次为价值宣传类，商业宣传类占比最小。现状户外广告功能类型与江宁区未来发展定位存在一定程度的“脱节”，以生活服务类为主的功能布局难以满足未来发展的需要。

同时，现有户外广告功能与其所布局区域城市功能匹配程度有待提升：

- 商业商圈聚集区域中，户外广告的缺少展示多元丰富性；
- 居住聚集区域中，过多商业广告对居民日常生活品质造成影响（嘈杂、凌乱）；
- 凸显价值类型户外广告多设置于人气不足、停留时间较短的区域，降低核心价值的宣传效果。



图 2-3 江宁区户外广告功能布局现状

2.3 发展研判小结

结合上述的分析，总结得出江宁区户外广告体系存在的问题：

- 功能“错配”：现状户外广告功能类型分布与江宁区未来发展定位存在“脱节”；
- 布局“错位”：现有户外广告功能与其所布局区域的城市功能“不匹配”；
- 形式“落后”：户外广告整体“数字化”设置程度较低；既有“数字化”户外广告部分“智能”等级不足；
- 品质“不佳”：户外广告尺寸过大，对建筑安全造成较大影响；户外广告随意设置，影响建筑立面美感和大美天际线等；
- 管理“艰难”：仍然存在违法违规广告分布；管理部门之间壁垒瓶颈仍需打通、权责仍需明确。

第三章 目标路径

3.1 规划目标

本次规划 2035 年远期总目标为：高质量规划建设江宁区“第五立面”，推动经济活力、彰显人文魅力、提升宜居特征。2025 年近期规划目标为：完善江宁区户外广告控制体系，加强户外广告设施规划管理，引导和规范户外广告设置行为，合理利用城市空间资源，美化城市形象。

规划分目标为：更匹配的功能、更科学的布局、更先进的技术、更优美的品质、更协调的管理。



图 3-1 江宁区户外广告规划目标

3.2 规划路径

在分区分级统领下，针对不同类型功能户外广告细化专项要素的指引标准，促进合理布局、技术更新、品质提升。以问题及目标双驱动导向，解决功能“错配”、布局“错位”、形式“落后”、品质“不佳”、管理“艰难”的问题，明确户外广告功能，以规范存量、优化增量、提升质量、确保安全为规划原则，以“分级分区”技术手段统筹，建立“主辅结合”管理机制，从而更贴近城市功能空间布局、更贴近城市形象设计品质、更贴近时代趋势技术形式，更贴近实际操作治理体系。



图 3-2 户外广告规划路径

第四章 规划举措

4.1 锚定户外广告功能，契合城市发展需要

1. 江宁区城市未来发展规划对户外广告功能的要求

根据《南京市江宁区城乡总体规划（2010-2030）》相关要求，江宁区城市未来发展规划对户外广告功能总体存在三大方面的愿景功能要求：

- 价值宣传功能
- 魅力彰显功能
- 生活提质功能

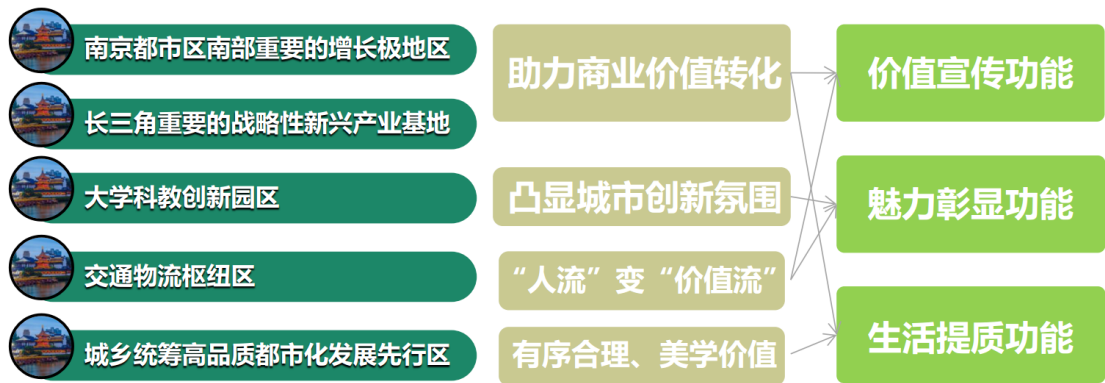


图 4-1 未来城市发展对户外广告功能的要求

2. 江宁区城市功能规划对户外广告功能的要求

根据江宁区未来城市用地功能分布解读显示，未来生态公园、度假区、风景区等文旅功能用地占比较高（24%），同时，文旅产业是江宁区经济发展的典型支柱。因此，户外广告还应具有文化旅游功能。

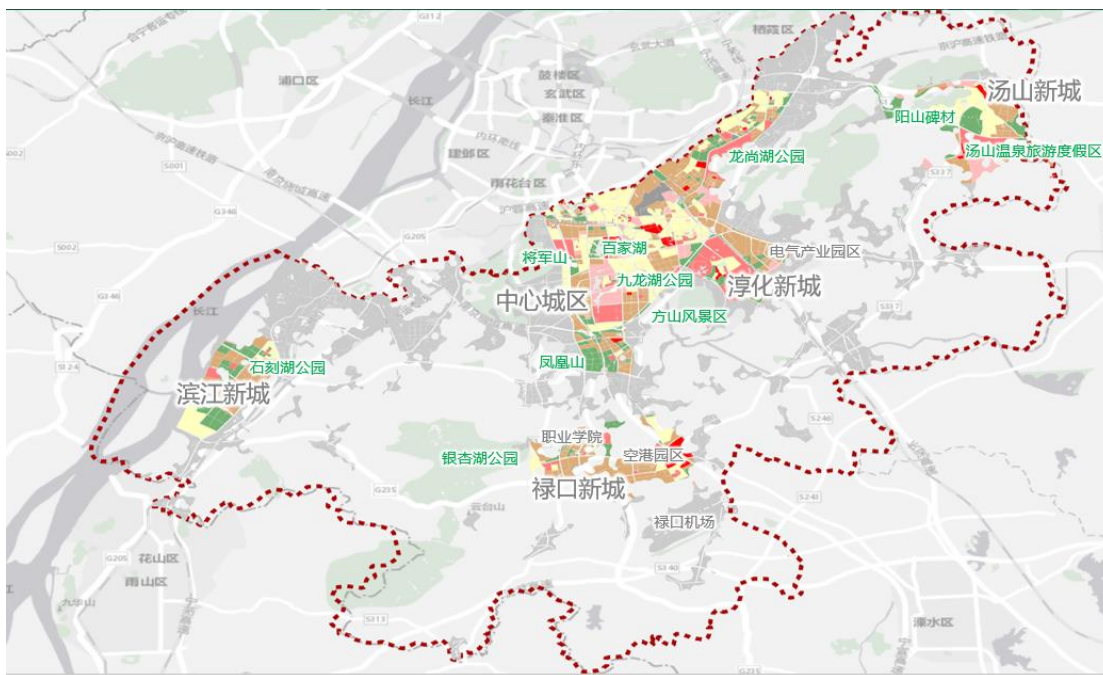


图 4-2 江宁区未来城市用地功能解读

3. 确定江宁区户外广告的四大功能定位

结合城市总体发展规划以及总体功能布局，明确江宁区户外广告总共包括价值宣传功能、魅力彰显功能、生活提质功能、文化旅游功能四大功能定位。



图 4-3 江宁区户外广告功能定位

4.2 建设分级分类管控，统筹户外广告规划

1. 落实传导上位规划要求，建立“面-线-点”三级五类管控体系

充分吸收《南京市户外广告设施设置总体规划（2020-2035）》，形成“面-线-点”三级五类管控体系，具体而言：

- 区域管控引导（面）：分为限制设置区、一般设置区、适宜设置区，其中限制设置区进一步划分为禁设区（依山风貌区、水乡风貌区）、控制区（滨江风貌区、门户枢纽类、城市轴线类），一般设置区主要为居民集中区域，适宜设置区进一步分为展示区（现代风貌区）、特别展示区（活力展示区、创意集中类区）。
- 重要界面管控引导（线）：关键性界面一道路街道，进一步划分为集中展示路段、控制引导路段、禁止设置路段。
- 重要节点管控引导（点）：关键性节点一关键商圈，例如同曦假日百货、江宁大学城、百家湖 1912。

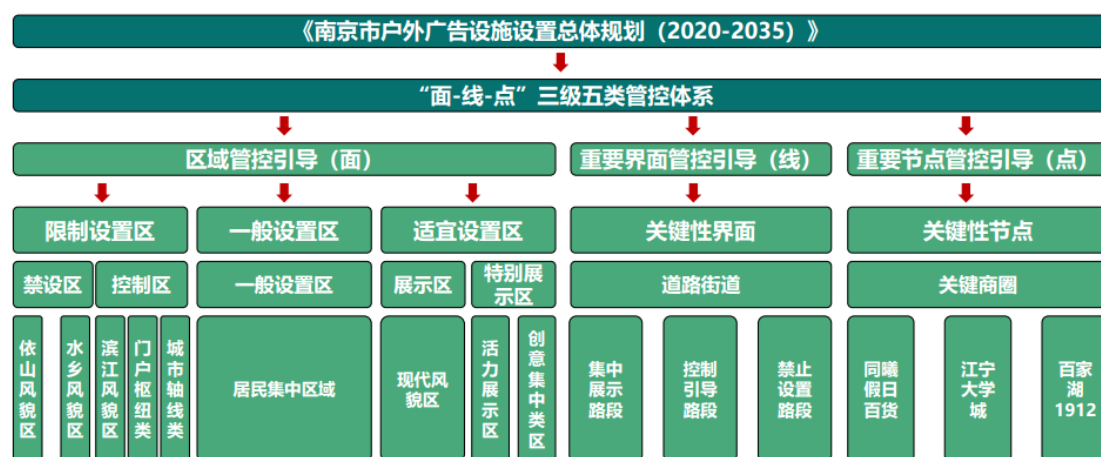


图 4-4 江宁区户外广告功能定位

2. 限制设置区——禁设区

全面落实《南京市户外广告设施设置总体规划（2020-2035）》禁设区划定及相关管控要求，划定依山风貌区和水乡风貌区两类禁设区。具体而言：

- 5 处依山风貌区：牛首山、将军山、方山、青龙山、汤山。依山风貌区控制范围主要指城市山体周边地区，该风貌控制区注重山体视线廊道的控制，注重地形地貌与城镇的关系，注重建筑高度与山体轮廓的协调，保持临山界面的视线通畅，避免高层群落形成围墙，塑造依山的风貌特色。
- 1 处水乡风貌区：秦淮河区内流经地区。水乡风貌区控制范围主要指江宁区秦淮河周边地区，该风貌控制区保护城镇和水网相互依存的格局形态，控制滨水空间周边建筑形态，鼓励公共空间和水体构筑物的有机

结合，展现典型的江南水乡风貌特色。

依山风貌区和水乡风貌区禁止设置户外广告设施(小尺度公益户外广告专用阵地及商业用地、商办混合用地的商业裙房部分除外)，避免商业户外广告设施设置对生态空间造成景观干扰。

公益户外广告设施设置要注重与周边景观环境的协调，尺度不宜过大，设置位置应在交通便捷、可达性较好的地段。

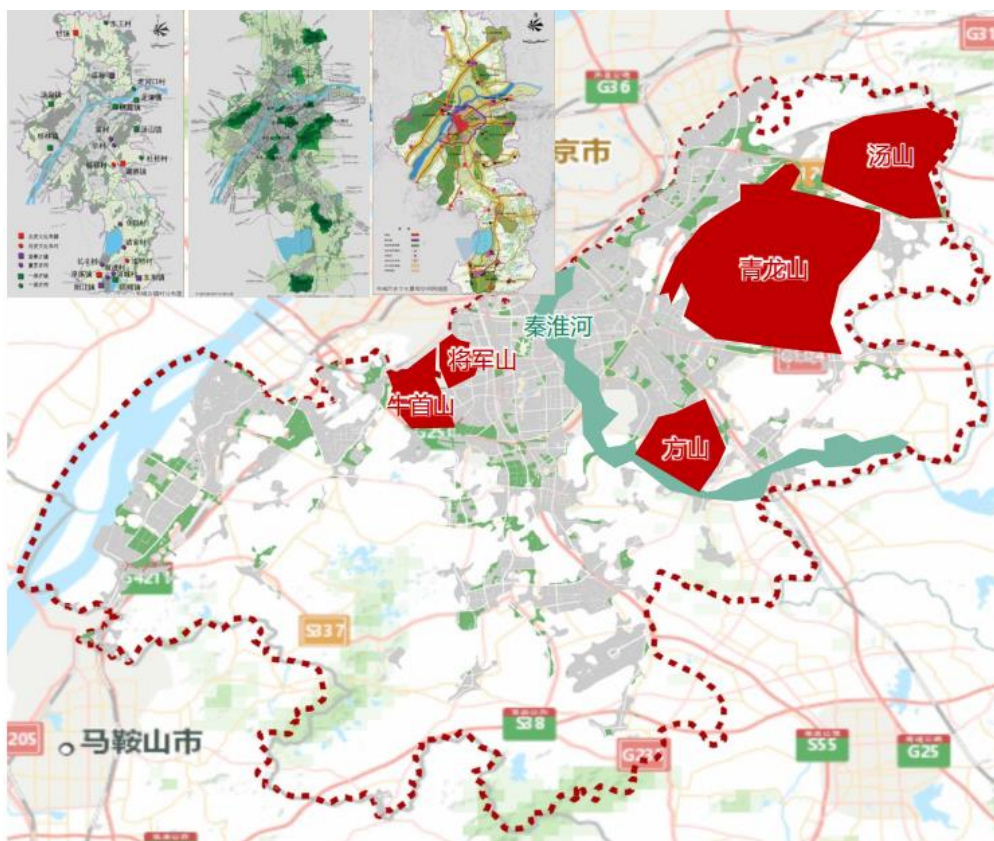


图 4-5 江宁区户外广告禁设区

3. 限制设置区——控制区

根据《南京市户外广告设施设置总体规划（2020-2035）》对滨江风貌区的要求，结合江宁区功能特性，新增门户枢纽区和城市轴线区区域。具体而言：

- 1 处滨江风貌区：滨江风貌区控制范围以江宁区主要滨江地段为主，该风貌区注重保护生态环境和岸线整治，结合航运产业和旅游休闲功能，突出滨江城市特色。引导滨江地区建筑尺度，避免临江出现破坏风貌的大体量建筑，鼓励绿色建筑、覆土建筑等有效与生态结合的建筑形式。
- 4 处城市轴线区：城市轴线区以江宁区“1 主 3 副”轴线沿线为主，包括

宁宣高速、长深高速、宁芜高速、沪蓉高速，城市轴线区是城市生长的骨架和脉络，通过依托各类公共配套及基础设施，整合绿色资源，串联文化、经济、体育、休闲功能，助力城乡统筹高品质都市化发展先行区的建设。

- 1 处门户枢纽区：门户枢纽区以江宁区内部国际门户枢纽——禄口国际机场及其周边区域为主，交通门户类控制区域作为重要的对外交通枢纽，是城市门户地带与展示城市形象的窗口，也是江宁辅助南京市冲刺世界城市、打造国际门户枢纽的战略体现。

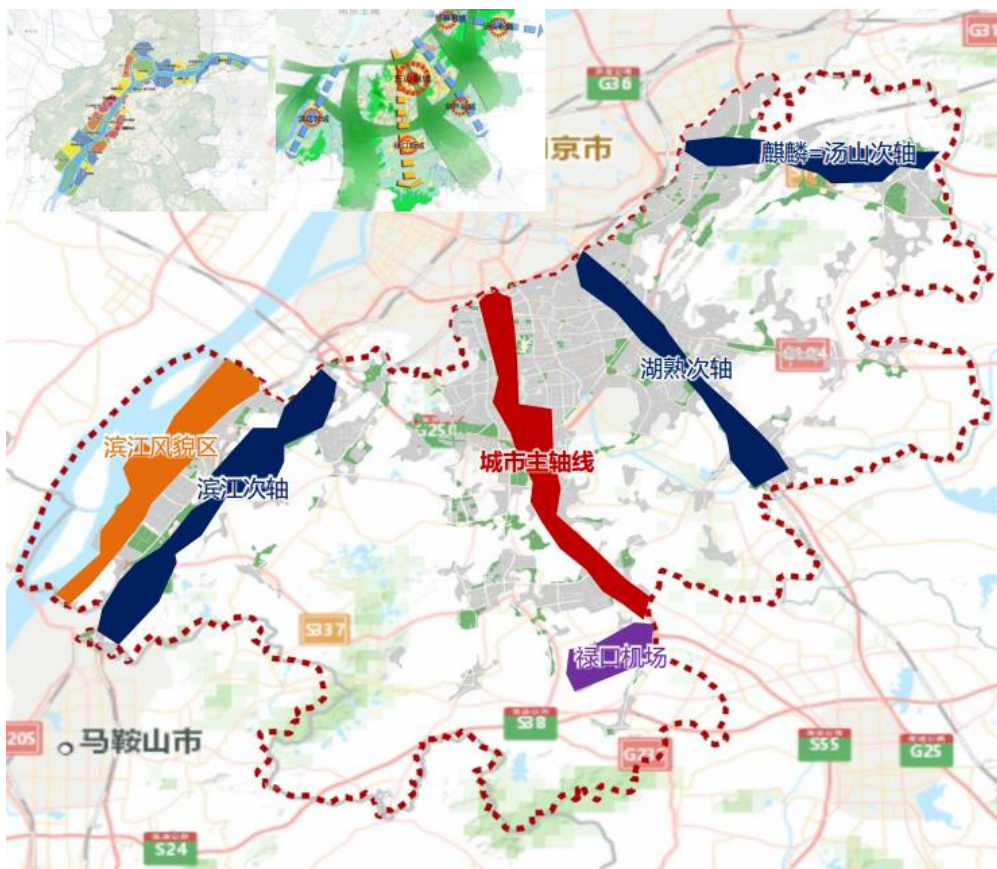


图 4-6 江宁区户外广告控制区

(1) 滨江风貌区

根据《南京市域滨江岸线利用详细规划（2014-2030 年）》的发展要求、《南京市长江岸线保护详细规划项目》对生产岸线和生态岸线的调整，结合长江沿线岸线功能、用地性质、规模等，提出各区域的控制要求。具体而言：

- 滨江风貌控制带（功能型岸线）

定位：沉稳大气、风貌协调

禁止性要求：禁止设置面向水域的户外广告；户外广告设施设置不得高于 20 米；用于城市形象宣传、滨江风貌展示等的公益型广告不得少于 20%；航道 100 米范围禁止设置任何形式户外广告设施，确保航道安全。

控制性要求：该控制带设置户外广告设施必须满足相关规定并通过第三方论证。

- 生活生产禁设带（生活生产型岸线）

定位：温馨宜居、健康共融

禁止性要求：以“保护城市历史风貌和居住环境”为禁设依据，禁止设置任何商业性质户外广告设施；航道 100 米范围禁止设置任何形式户外广告设施，确保航道安全。禁止设置面向水域的公益性户外广告，设施高度不得高于 20 米。

控制性要求：该禁设带公益类户外广告设施设置必须满足相关规定并通过第三方论证和公示。公益户外广告设施的尺寸、风格、色彩必须和滨江风貌相协调。

- 生态保护禁设带（生态型岸线）

定位：生态优先、环境保护

禁止性要求：该禁设带以“保护生态功能和景观环境”为禁设依据，禁止设置任何形式户外广告设施。

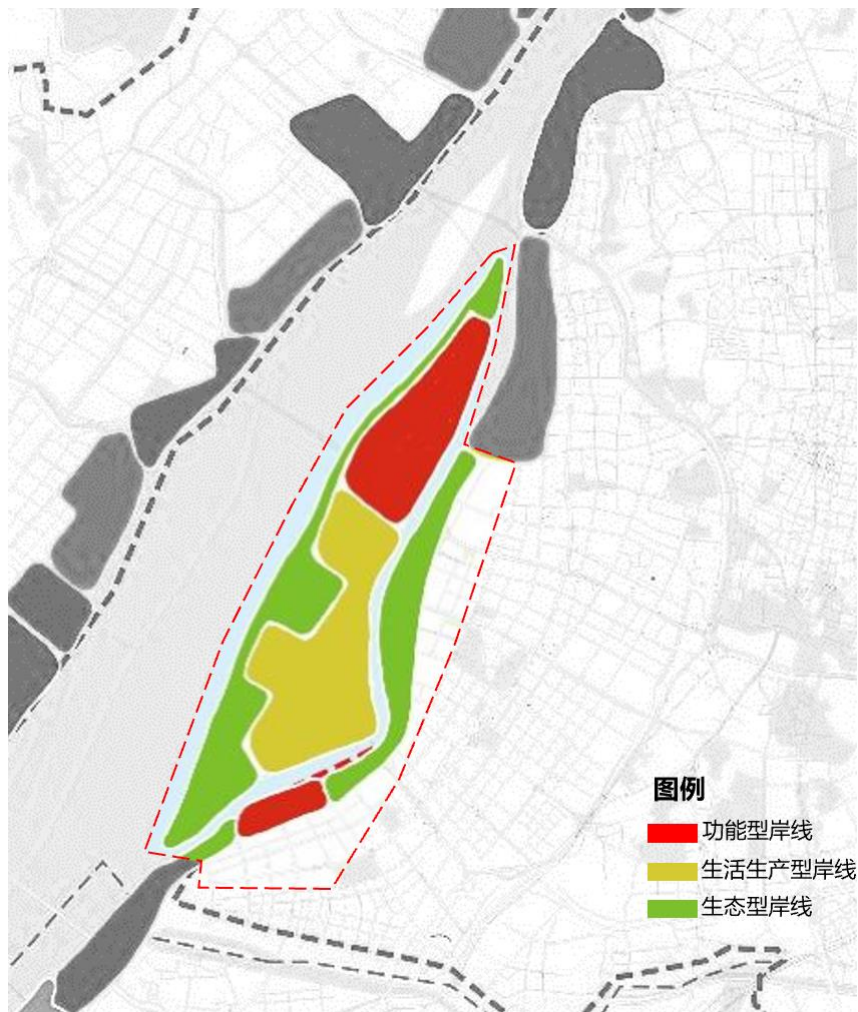


图 4-7 江宁区滨江风貌区户外广告岸线类别

(2) 城市轴线区

城市轴线区的整体控制原则如下：充分汲取融合江宁区历史文化底蕴内涵，鼓励与城市家具及景观绿化结合，针对宁宣高速、长深高速、宁芜高速、沪蓉高速提出管控要求和设计导则，突出户外广告的艺术性、教育性和公益性，激发区域多元活力场景，尽显金陵风貌。

表 4-1 江宁区城市轴线区户外广告控制细则

类别	细则
内容控制	户外广告以公益宣传、展示城市形象为主
高度控制	户外广告设置上限不超过所在位置行道树树冠高度，避免对城市轴线及景观视廊产生影响
外观控制	注重户外广告与城市景观的融合，鼓励与垂直绿化相结合及建筑一体化设置
特殊控制	市级、区级商业街区户外广告设置在城市轴线道路两侧时，应遵循本类控制区各项设置要求，从严设置
形式控制	禁止设置动态屏显类户外广告

表 4-2 江宁区城市轴线区户外广告设计导则

控制级别		道路红线以外		
		一级控制	二级控制	三级控制
		居住服务设施与商业合用地、文化设施用地、体育场馆用地、商务设施用地、公用设施营业网点用地、其他服务设施用地、一类工业用地、机场用地内航站区、交通枢纽用地、公园绿地、广场用地	商务商业混合用地、娱乐康体设施用地	商业设施用地、大型商业裙房
控制内容				
总量控制要求	附着式	每延米许可面积：0.2 m ²	每延米许可面积：0.4 m ²	每延米许可面积：0.8 m ²
		单幅上限占比：不限	单幅上限占比：不限	单幅上限占比：50%
		电子显示类占比：不限	电子显示类占比：不限	电子显示类占比：100%
	落地式	禁止设置		落地式广告单体间距：50 m
				落地式广告单体面积：10 m ²
品质控制要求		C1 低彩度 C2 中彩度		
		B2 画面占比≤50%		
		E3 中等亮度环境区、E4 高亮度环境区		
		F2 内透光照明		
		Q2 单一画面展示时间>3 分钟		
		K1 暖光 K2 中性光		
		M1 软质材料 M2 硬质材料		
		T1 橱窗广告、T5 光电玻璃屏		

(3) 门户枢纽区

门户枢纽区的控制范围主要为南京禄口机场片区（南京空港枢纽经济区）。整体的控制原则为：注重平衡户外广告的空间识别性与协调美观性，节点区域鼓励结合立体绿化，使用新技术材料，塑造金陵门户景观特色，为来宁旅客留下别样的南京印象。管控总则：不得设置净空区广告牌；楼顶不应该设置户外广告；高立柱广告少设，尽可能不设工地围挡的广告。内容管控：30%为留白，30%为自宣，40%为公益。

表 4-3 江宁区门户枢纽区户外广告控制细则

类别	细则
视线控制	在枢纽重要通道周边设置户外广告时，不得影响通行引导等功能
设计控制	应结合周边环境整体设计，以现代、简洁的景观化造型为主
内容控制	以宣传南京文化、优秀旅游资源、名优企业及特色产业为主
亮度控制	照明不得超过机场亮度及出入口亮度，不得与机场信号灯冲突，影响飞机起降
管理制度	机场管辖区域需编制控制性规划及详细性规划，经过审批后按照规划进行设置实施

表 4-4 江宁区城市轴线区户外广告设计导则

控制级别		道路红线以外		
		一级控制	二级控制	三级控制
		居住服务设施与商业合用地、文化设施用地、体育场馆用地、商务设施用地、公用设施营业网点用地、其他服务设施用地、一类工业用地、机场用地内航站区、交通枢纽用地、公园绿地、广场用地	商务商业混合用地、娱乐康体设施用地	商业设施用地、大型商业裙房
控制内容				
总量控制要求	附着式	每延米许可面积：0.2 m ²	每延米许可面积：0.3 m ²	每延米许可面积：0.8 m ²
		单幅上限占比：不限	单幅上限占比：不限	单幅上限占比：100%
		电子显示类占比：不限	电子显示类占比：不限	电子显示类占比：不限
	落地式	禁止设置		落地式广告单体间距：100 m
				落地式广告 单体面积：15 m ²
品质控制要求		C1 低彩度 C2 中彩度		
		B1 画面占比≤30%		
		E2 低亮度环境区		
		F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发照明		
		Q1 禁止动态		
		K2 中性光 K3 冷光		
		M1 软质材料 M2 硬质材料		
		T1 橱窗广告、T5 光电玻璃屏		



图 4-8 江宁区门户枢纽区户外广告控制范围

4. 一般设置区

结合江宁区居住组团分布及生活配套、公共服务设施空间布局，新增以居住为主的一般设置区。具体而言：

- 5 处居住型一般设置区：居住型一般设置区域是对城市总体规划“城乡统筹高品质都市化发展先行区”的响应、是支撑“一中心四新城”的关键要素，包括中心城区、汤山新城、滨江新城、淳化新城、禄口新城。

表 4-5 江宁区 5 处居住型一般设置区

	行政区域	生活组团
控制范围	中心城区	三山片区、老城片区、九龙湖片区、科学院片区、上坊片区等
	汤山新城	汤山居住组团
	滨江新城	陆郎社区、滨江主城
	淳化新城	方山南片区、淳化东组团
	禄口新城	东极谷、无线谷、横溪

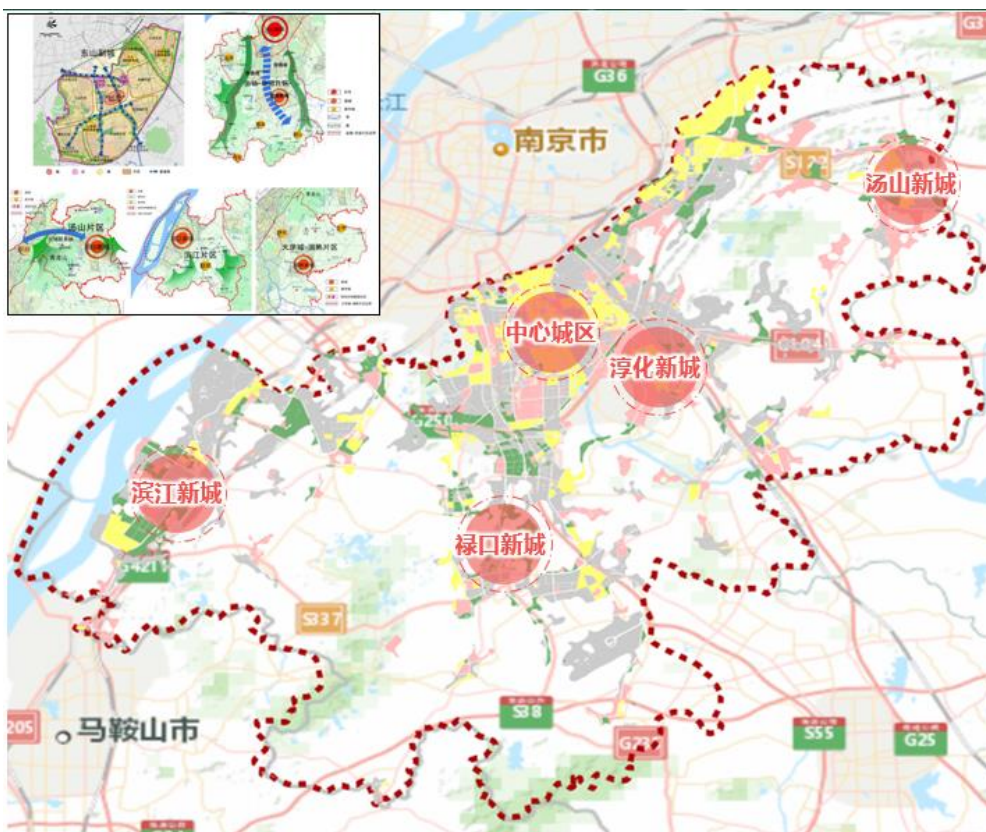


图 4-9 江宁区 5 处居住型一般设置区

一般设置区整体控制原则：规范视觉秩序，注重品质提升，鼓励通过底层空间的橱窗广告、家具广告等方式促进行人的互动交流、丰富空间，激发街道活力，彰显优雅时尚的城乡一体形态。具体而言

- 汤山新城、滨江新城-生态和谐：区域生态绿色发展理念落地，严控户外广告数量与色彩，鼓励低矮分散设置，宜使用低饱和度色彩。鼓励与绿化景观一体化创意设计，体现绿色本质，提升整体品质，增强区域形象识别性。夜间亮度与周围环境协调，避免出现光污染及眩光。
- 中心城区、淳化新城-宜居共生：注重户外广告的规范性，逐步淘汰设施陈旧或工艺落后的户外广告，避免超大、超高广告破坏烟火气息。设置与城市家具、橱窗相结合的趣味性、景观性强的户外广告，打造精致宜人的街区环境。户外广告形式应简洁大方、时尚，体量不宜过大。
- 禄口新城-面向未来：商业繁华但不足以构成商圈的重要区域，可通过多样化设置手段，如结合夜间亮化、特色装置等激发区域活力。考虑对禄口机场风景景观视廊的影响，不得超高、超大、超亮设置。户外广告形式应简洁大方、时尚，体量不宜过大。

表 4-6 江宁区汤山新城、滨江新城户外广告设计导则

控制级别		道路红线以外		
		一级控制	二级控制	三级控制
		居住服务设施与商业合用地、文化设施用地、体育场馆用地、商务设施用地、公用设施营业网点用地、其他服务设施用地、一类工业用地、机场用地内航站区、交通枢纽用地、公园绿地、广场用地	商务商业混合用地、娱乐康体设施用地	商业设施用地、大型商业裙房
控制内容				
总量控制要求	附着式	每延米许可面积：0.3 m ²	每延米许可面积：0.8 m ²	每延米许可面积：2.2 m ²
		单幅上限占比：不限	单幅上限占比：50%	单幅上限占比：50%
		电子显示类占比：不限	电子显示类占比：不限	电子显示类占比：50%
	落地式	禁止设置	落地式广告单体间距：100 m	落地式广告单体间距：50 m
			落地式广告单体面积：15 m ²	落地式广告单体面积：15 m ²
品质控制要求	C1 低彩度 C2 中彩度			
	B1 画面占比≤30%		B2 画面占比≤50%	
	E2 低亮度环境区 E3 中等亮度环境区			
	F1 投光照明 F2 内透光照明		F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发照明	
	Q1 禁止动态			Q3 展示时间>15 秒
	K1 暖光 K2 中性光 K3 冷光			K5 光色不限
	M1 软质材料 M2 硬质材料			
	T1 橱窗广告		T1 橱窗广告、T3 电子显示屏、T4 投影广告、T5 光电玻璃屏、T6 光栅屏	

表 4-7 江宁区中心城区、淳化新城户外广告设计导则

控制级别		道路红线以外		
		一级控制	二级控制	三级控制
		居住服务设施与商业合用地、文化设施用地、体育场馆用地、商务设施用地、公用设施营业网点用地、其他服务设施用地、一类工业用地、机场用地内航站区、交通枢纽用地、公园绿地、广场用地	商务商业混合用地、娱乐康体设施用地	商业设施用地、大型商业裙房
总	附	每延米许可面积：0.3 m ²	每延米许可面积：1.0	每延米许可面积：2.8

量 控 制 要 求	着 式		m ²	m ²
		单幅上限占比：不限	单幅上限占比：50%	单幅上限占比：50%
		电子显示类占比：不限	电子显示类占比： 50%	电子显示类占比：50%
	落 地 式	禁止设置	落地式广告单体间 距：100 m	落地式广告单体间距： 50 m
落地式广告 单体面积：5 m ²			落地式广告 单体面积：10 m ²	
品 质 控 制 要 求	C1 低彩度 C2 中彩度			C3 彩度不限
	B1 画面占比≤30%		B2 画面占比≤50%	B3 画面占比≤70%
	E3 中等亮度环境区 E4 高亮度环境区			
	F1 投光照明 F2 内透光照 明		F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发照明	
	Q1 禁止动态		Q2 展示时间>3 分钟	Q3 展示时间>15 秒
	K1 暖光 K3 冷光		K5 光色不限	
	M1 软质材料 M2 硬质材料			
	T1 橱窗广告		T1 橱窗广告、T3 电子显示屏、T4 投影广告、 T5 光电玻璃屏、T6 光栅屏	

表 4-8 江宁区禄口新城户外广告设计导则

控制级别		道路红线以外		
		一级控制	二级控制	三级控制
		居住服务设施与商业合用地、文化设施用地、体育场馆用地、商务设施用地、公用设施营业网点用地、其他服务设施用地、一类工业用地、机场用地内航站区、交通枢纽用地、公园绿地、广场用地	商务商业混合用地、娱乐康体设施用地	商业设施用地、大型商业裙房
控制内容				
总量控制要求	附着式	每延米许可面积：0.3 m ²	每延米许可面积：0.8 m ²	每延米许可面积：2.8 m ²
		单幅上限占比：不限	单幅上限占比：50%	单幅上限占比：50%
		电子显示类占比：不限	电子显示类占比：50%	电子显示类占比：50%
	落地式	禁止设置	落地式广告单体间距：100 m	落地式广告单体间距：50 m
			落地式广告单体面积：5 m ²	落地式广告单体面积：10 m ²
品质控制要求	C1 低彩度 C2 中彩度			C3 彩度不限
	B1 画面占比≤30%			B2 画面占比≤50%
	E3 中等亮度环境区 E4 高亮度环境区			
	F1 投光照明 F2 内透光照明		F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发照明	

	Q1 禁止动态	Q3 展示时间>15 秒	
	K1 暖光 K2 中性光 K3 冷光		K5 光色不限
	M1 软质材料 M2 硬质材料		
	T1 橱窗广告	T1 橱窗广告、T3 电子显示屏、T4 投影广告、T5 光电玻璃屏、T6 光栅屏	

5. 适宜设置区——展示区（现代风貌区）

全面落实《南京市户外广告设施设置总体规划（2020-2035）》对展示区（现代风貌区）的划定。现代风貌区控制范围以江宁区主要商业中心区、门户地区为主，现代风貌区需体现现代都市风貌，体现人文性和时代性的特点。控制建筑高度的层次以及核心商业空间街墙的连续度，鼓励城市家具与当代艺术的结合，提高公共空间的文化性与景观品质，共设置 7 处现代风貌区。具体控制范围包括：板桥中心、润泰区域、凤凰港区域、奥特莱斯区域、莱茵小镇、龙眠区域、星汉城。

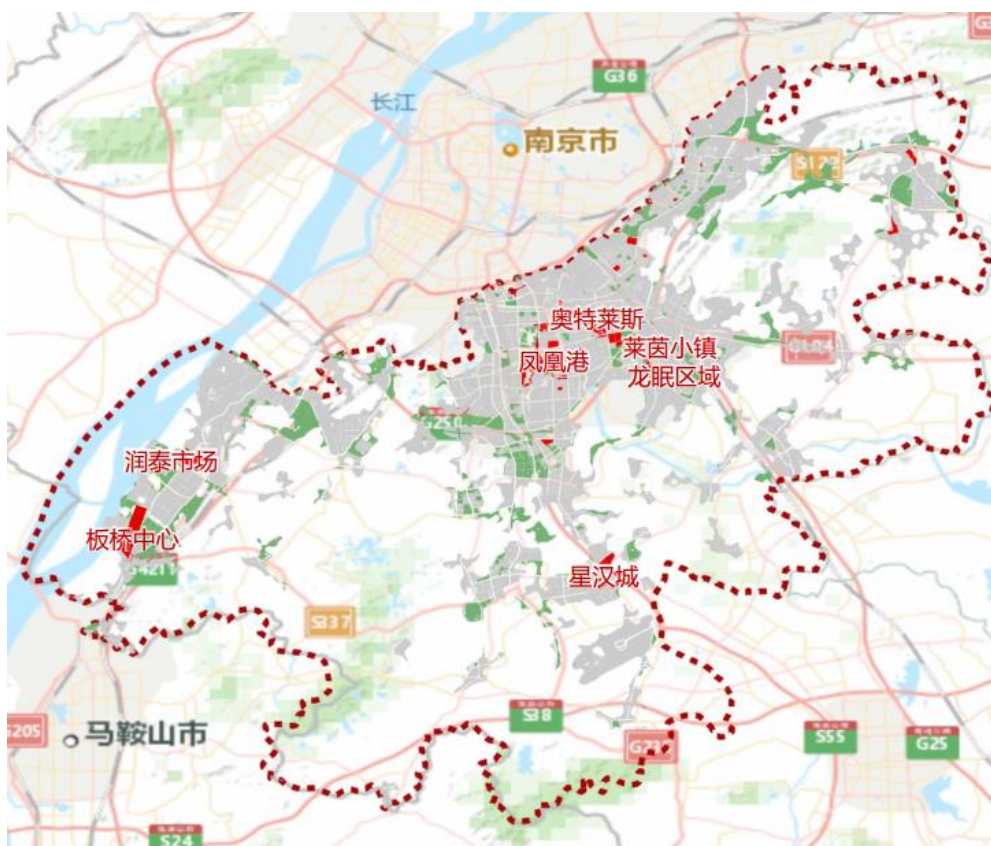


图 4-10 江宁区展示区户外广告

在满足新的户外广告设施设置标准、符合城市容貌标准、视觉景观有序的前提下，对展示区域范围内现有的、已经设置许可的广告设施予以保留或提升，并按市场化管理办法的规定执行。具体而言：

- 户外广告设置位置：鼓励多展示面及多元户外广告设施设置，附着在高层建筑墙面的户外广告设施设置的位置应控制在 18 层或 55 米以下区域；
- 户外广告设置形式：允许设置多样化户外广告设施，鼓励设置有创意的造型广告和新型户外广告展示形式；
- 户外广告设置内容：提升户外广告内容的艺术性和创造性，禁止设置内容低俗不符合城市形象的户外广告，布局一定比例的公益户外广告阵地。

6. 适宜设置区——特别展示区

(1) 活力展示区

根据《南京市总体城市设计（2017-2035）》的特色空间格局、《南京市商业网点规划（2015-2030）》中提出的 1 个副市级商业中心（东山中心）、11 个地区（新城）级商业中心，确定江宁区活力展示区，如下表所示。

表 4-9 江宁区活力展示区

层级	地点
副市级	东山中心商业
地区级	滨江、板桥、胜太路、东山老镇、九龙湖、方山、秣陵、禄口、淳化、汤山、麒麟

活力展示区作为城市发展的重要节点，户外广告设施设置应在遵循所处现代城市风貌控制区控制引导要求的基础上，允许设置个性化鲜明、形式多样化的媒体形式，营造繁荣、丰富的城市特色景观氛围，促进城市夜经济的发展。具体而言：

- 户外广告设施设置位置：鼓励多展示面及多元户外广告设施设置，附着在高层建筑墙面的户外广告设施设置的位置应控制在 24 米以下区域。
- 户外广告设施设置内容：丰富相关户外广告设施设置类型，并设置一定数量展示城市发展战略的公益类广告，强调户外广告内容的艺术性和创造性，提升城市总体形象。



图 4-11 江宁区活力展示区分布

(2) 创意集中区

为发挥户外广告创意价值宣传以及活力聚集功能,根据《南京市总体城市设计(2017-2035)》,划定 4 处以大学为主的创新集中区域,具体为:环东南大学知识创新圈、环南航空天创新圈、河海大学创新圈、江宁大学城创新圈。

创意集中区的整体控制原则为:以国际化建设标准,高品质精细化设置户外广告,鼓励设置反映风貌的互动装置及模型广告,通过新技术形式凸显创新设计,提高城市竞争力和形象传播力。

表 4-10 江宁区创意集中区户外广告控制细则

类别	细则
内容控制	内容以宣传城市创新发展新理念及区域品牌特色为主
资源控制	区户外广告设置应立足自身资源和特色,差异化引导设置方向,鼓励创新型广告设计,通过保护性开发、植入现代元素、结合垂直绿化等方式设置,努力打造特色区域和标志性区域
技术控制	新经济类产业功能区户外广告设置应立足发展新经济,培育新动能,鼓励运用新技术、新材料、新工艺进行创新创意设计,注重节能环保,宣传企业价值,提升企业品牌形象

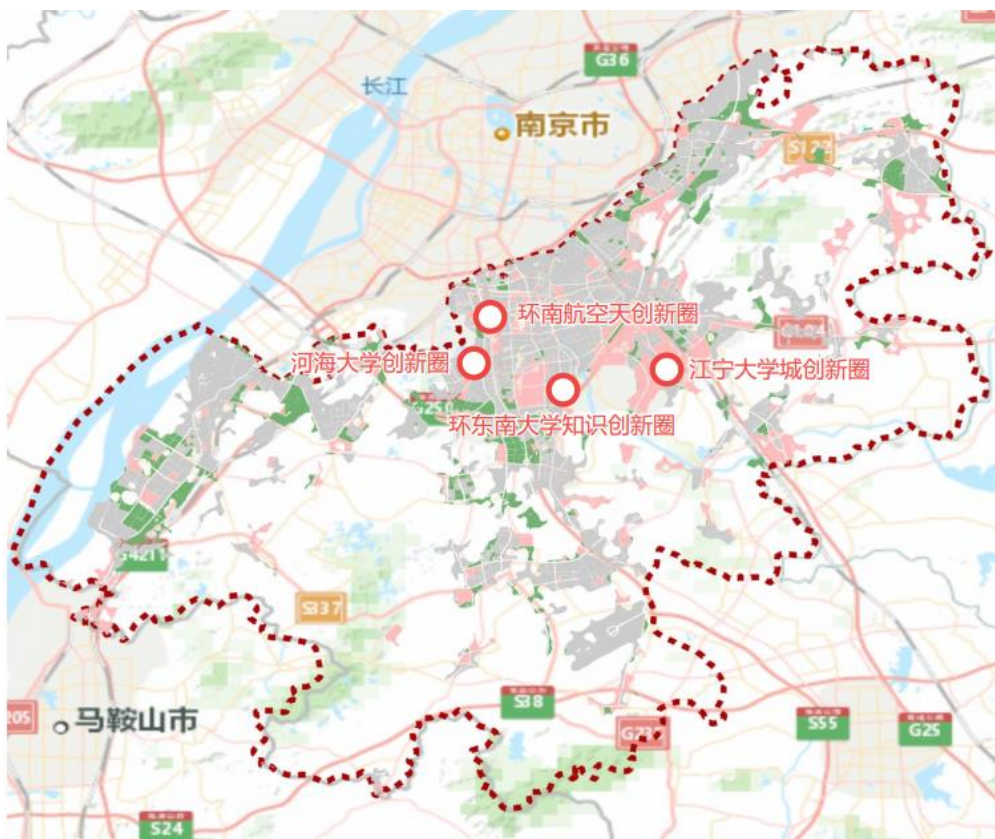


图 4-12 江宁区创意集中区分布

表 4-11 江宁区创意集中区户外广告设计导则

控制级别		道路红线以外		
		一级控制	二级控制	三级控制
		居住服务设施与商业合用地、文化设施用地、体育场馆用地、商务设施用地、公用设施营业网点用地、其他服务设施用地、一类工业用地、机场用地内航站区、交通枢纽用地、公园绿地、广场用地	商务商业混合用地、娱乐康体设施用地	商业设施用地、大型商业裙房
控制内容				
总量控制要求	附着式	每延米许可面积：0.8 m ²	每延米许可面积：1.0 m ²	每延米许可面积：2.2 m ²
		单幅上限占比：不限	单幅上限占比：50%	单幅上限占比：100%
		电子显示类占比：不限	电子显示类占比：50%	电子显示类占比：50%
	落地式	落地式广告单体间距：200 m	落地式广告单体间距：100 m	落地式广告单体间距：100 m
		落地式广告单体面积：10 m ²	落地式广告单体面积：10 m ²	落地式广告单体面积：10 m ²
品质控制要求		C2 中彩度		
		B2 画面占比≤30%		

	E3 中亮度环境区
	F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发照明
	Q2 展示时间>3 分钟禁止动态
	K2 中性光 K3 冷光 K5 光色不限
	M1 软质材料 M2 硬质材料
	T1 橱窗广告、T4 投影广告、T5 光电玻璃屏、T6 光栅屏

7. 关键性界面——道路街道

(1) 道路交通边界户外广告设施设置影响要素分析

整体控制原则：以国际化建设标准，高品质精细化设置户外广告，鼓励设置反映风貌的互动装置及模型广告，通过新技术形式凸显创新设计，提高城市竞争力和形象传播力。

表 4-12 道路交通等级

类别	功能定位
快速路	快速路兼具交通和景观两大功能，交通为主，景观为辅。作为道路景观的户外广告应从实际需要出发，尊重观赏者多在行驶车辆中的事实，在不影响正常交通安全的前提下，户外广告要求简洁、清晰，尽量减少多余的装饰，整体上强调一定的韵律感及统一性，同时注重营造夜景氛围，承担美化道路夜景的功能。
主干路	主干路是为城市各功能区内的交通服务的，道路两侧的服务性场所较多，户外广告的量也较大，形式比较丰富，该路段上的户外广告需要强调可识别性和亲切感。同时应限定户外广告的尺度和密度。
次干路	次干路设置户外广告时应考虑与其所处区域的周边地块功能相适应。对户外广告设置的数量、规格、尺度、高度、类型都应进行控制。
支路	可以根据需要适当设置小尺度户外广告，但不得影响居民生活居住的宁静需求

表 4-13 土地利用性质

类别	内容
行政及特殊管理用地	包括行政办公用地、特殊用地、殡葬设施用地及河流水域。行政及特殊管理用地应严禁配置商业广告，广告设施应当采用现代简洁的风格，严禁使用高纯度、高彩度广告色彩
居住及生活服务用地	包括居住用地、医疗卫生用地、教育科研设计用地及文物古迹用地。禁止在封闭式小区内部及医疗卫生等公共服务区域设置商业性质的户外广告；本用地应严格控制户外广告设置的数量、尺度，只能配合商业服务设施配置小量户外广告，不宜采用霓虹灯、电子显示屏等动态广告
产业开发用地	产业开发用地车流多为快速的过境车辆，允许采用大体量的广告设施，但户外广告类型不宜过多
商业服务及文化用地	鼓励丰富多样的户外广告形式，力求营造繁荣、现代商业氛围，但需要控制饱和度以及户外广告与建筑风貌之间协调

(2) 道路街道管控类型划分

道路街道分为集中展示路段及严格控制路段。具体而言：

- **集中展示路段一规划占比 59.9%：**集中展示路段主要是为商业经济发展服务的，为户外广告设施设置的集中地段，该地段允许设置多样化户外广告设施，并鼓励设置创意广告和新技术户外广告展示形式，展示区域特色形象、营造商业氛围和繁华程度、提升商业价值，体现繁荣景象，提升城市气质。集中展示路段户外广告景观体系应结合建筑物的特性，着重以体现街道空间、建筑造型、建筑景观为目的，加强户外广告的造景功能。
- **禁止设置路段一规划占比 40.1%：**禁止设置任何形式的商业性质的户外广告设施，仅允许设置少量的公益性户外广告设施。面积：本路段公益性户外广告体量不宜过大，必须与环境、建筑相协调；色彩：禁止使用大面积的高纯度色彩，户外广告色彩的饱和度不得超过 75%；形式：同类性质路段内户外广告形式不得超过 2 种；禁止采用霓虹灯照明方式；户外广告画面只可进行静态展示，严禁任何形式的快闪画面。位置：城市绿地、社区结合趣味、美观的景观小品设置公益性户外广告。

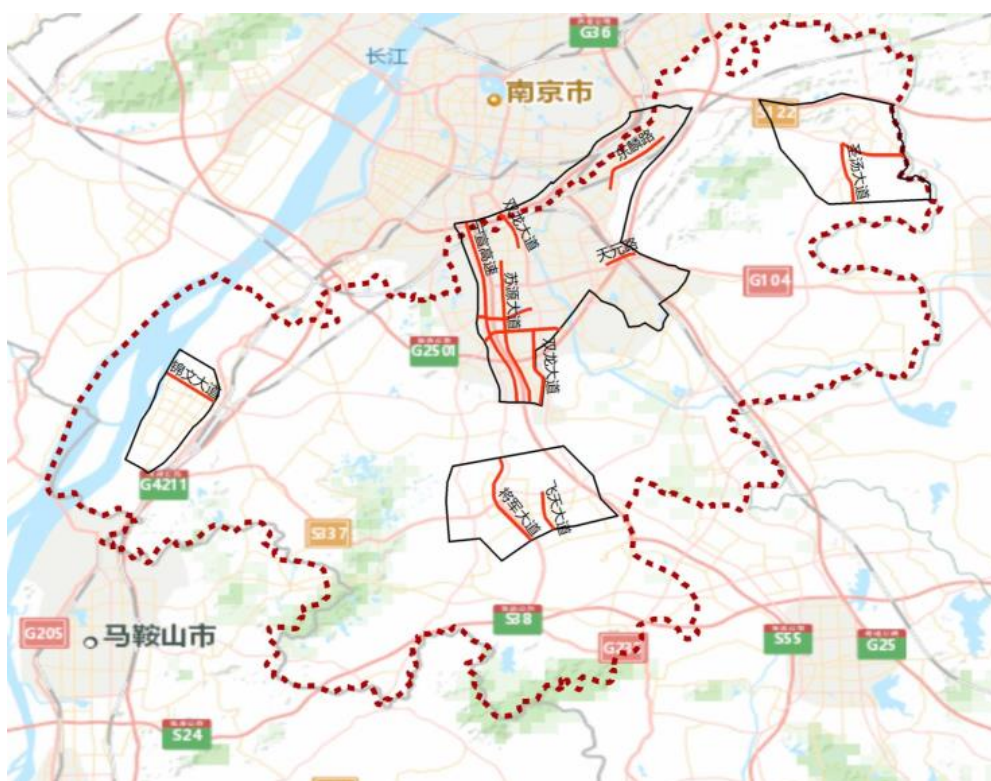


图 4-13 江宁区集中展示路段



图 4-14 江宁区禁止设置路段

8. 关键性节点

(1) 关键性节点类型

本次研究关键性节点分为五类，节点 1：区域中心、节点 2：商业中心、节点 3：景观节点、节点 4：道路节点、节点 5：高速节点

(2) 关键性节点管控原则

表 4-14 关键性节点管控原则

类别	内容
区域中心	鼓励在商业建筑设置户外广告设施，严格控制行政办公、文化娱乐等公共建筑的户外广告设施，户外广告设施应凸显各区域特色
商业中心	鼓励结合建筑设置户外广告设施以烘托商业氛围。合理控制商业区的沿街界面，表现多元的商业空间。商业区周边的配套区域，应严格控制户外广告设施的设置
景观节点	历史城区及风景区，禁止设置遮挡建筑立面，破坏建筑体量或整体风貌、遮挡视线通廊的户外广告设施
道路节点	人流集中处在不影响交通标线、建筑标识的前提下，允许设置大型立柱式户外广告设施，节点辐射范围内则严格控制户外广告的设置，户外广告设施可考虑与交通标识相结合

(3) 关键性节点管控

以东山副城为例，结合城市用地功能分布，共筛选出 23 个关键性节点。在

充分满足“分区”和“关键性街道”的管控基础上，按要求选择对应类型进行分类管控。

表 4-15 关键性节点

类别	节点
区域中心	区政府、九龙湖中心、东大知识圈
商业中心	江宁万达、龙湾天街、紫金创业中心、南站商圈、义乌中心、百家湖
景观节点	九龙湖公园
道路节点	机场高速天元西路入口、宁杭高速南京收费站、东山枢纽、双龙街立交桥、南站、双龙大道、胜太西路、河定桥、胜太路、竹山路、天元西路、小龙湾、诚信大道、天印大道、龙眠大道

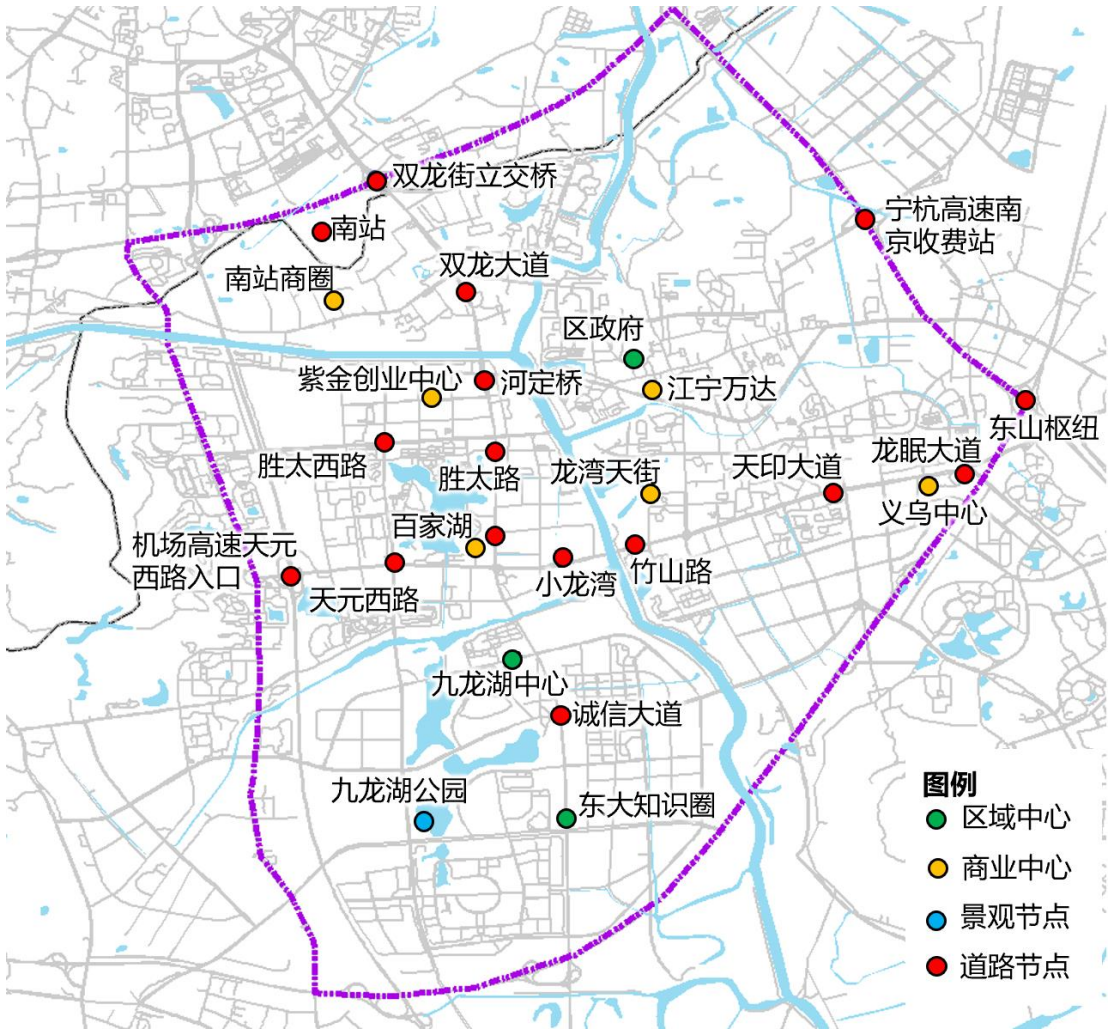


图 4-15 江宁区东山副城关键节点分布

(4) 高速出入口户外广告设置指南

针对江宁区 10 处高速公路出入口，进行户外广告设置指南设置，如下所示：

- 控制大型立交桥广告设置数量广告设施画面与立交桥路面及立交桥匝

道的垂直距离不得小于 30 米；

- 公路交叉口附近设置广告需保证达到安全视距；
- 禁止利用公路交通标识和公路隔离栅设置广告；距离公路交通信息标识 100 米范围内禁止设置广告；
- 服务区内广告受众人群以进入服务区的旅客为主，广告设施采用落地灯箱，灯杆旗，屋顶广告等中小型户外广告，不宜设置单立柱广告等大型广告，其形式应尽量与服务区形象协调统一；道路沿线大型广告设施距离服务区不宜小于 100 米；
- 收费站两侧不宜设置一座以上单立柱广告，部分点位可用大型落地式广告及构筑物广告代替；收费站主立面广告尺寸及样式应与收费站主体结构及立面上如地名类重要信息标示协调统一，广告画面高度不应超过收费站主结构上限；站内收费亭及收费匝道可采用亭顶灯箱，落地灯箱等小型广告；收费站沿线两侧 2 公里范围内可设灯杆广告；
- 距离公路沿线非重点保护山体、水系两侧各 500 米范围内禁止设置广告；
- 公路沿线具有历史艺术、科学价值的古墓群、古建筑、石窟和石刻等古文化遗址的路段两侧各 1000 米范围内禁止设置广告；
- 1000 米内有高压输变电设施，且影响安全使用的禁止设置广告；
- 影响消防供应设施及其他市政设施使用范围内禁止设置广告；
- 防护林带内禁止设置广告；
- 防洪设施 500 米范围内禁止设置广告；
- 损毁景观绿地用地情况下禁止设置广告；
- 影响农田水利灌溉设施的情况下禁止设置广告。

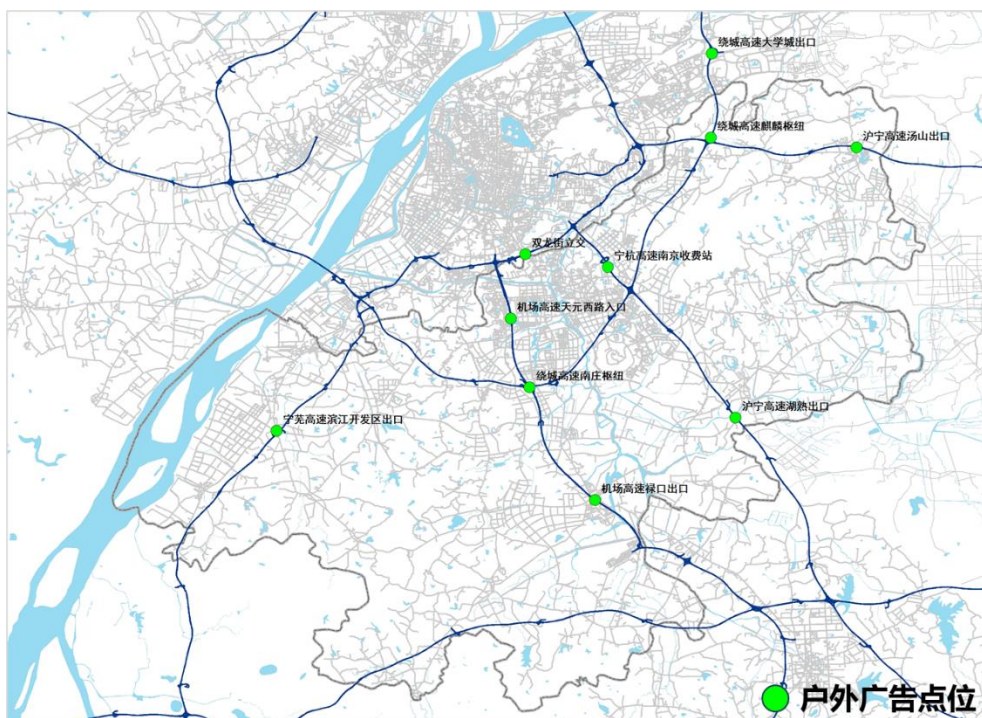


图 4-16 江宁区高速出入口点位分布图

9. 公益性户外广告设施设置规范

公益性户外广告设施，是指户外广告设施用于传播社会主义核心价值观，倡导良好道德风尚，促进公民文明素质和社会文明程度提高，维护国家和社会公共利益的非营利性内容的户外广告设施。具体设置规范如下：

- 一般性规定：公益性户外广告设施，由区宣传部门或由其指定的机构、团体负责建设、管理和运营，100%发布公益性广告宣传。公益性户外广告设施禁止发布任何商业性的广告信息。
- 成本核定：经市场化获得设置许可的商业性户外广告设施，须将 20%公益发布所占用设施投资、制作、安装、电费 etc 列入估值成本范围。商业性户外广告设施在发布满 20%公益广告的情况下，仍然需要其增加公益发布时，须征得业主同意，并支付相应的发布费用。
- 宣传形式：发布形式为固定画面的户外广告设施，每年公益性发布不得少于 73 天，一般情况下，年度内不多于 2 次公益换画。LED 屏户外广告设施，其发布每五条广告中不得少于一条公益性宣传，实施 4+1 播出形式，每一条 15 秒×120 次/天。
- 内容管控：公交站台的户外广告设施可在站名牌上方采用 LED 显示屏

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

10. 工地围挡户外广告设施设置规范

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

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

4.3 引导现代设施设置，提升整体数字程度

1. 现代化户外广告设定原则

针对江宁区户外广告仍以看板、灯箱等传统设施为主的问题，首要措施是要保障江宁区重要区域拥有一定比例的现代化广告设施，根据案例借鉴显示，优先推荐江宁区发展 LED 屏幕，并在局部商业活力聚集区域布局一定数量的交互式

户外广告。投放点位选择原则：

- 投放地点—人车流量最大：人车流量越大，广告曝光率越大，影响用户越广，越容易实现“广而告之”的目标；
- 投放效果—视觉效果最佳：大屏广告本身的大小、形状、色彩、光线的综合运用；
- 投放要求—环境整合最优：与周围环境相融合、实现广告与环境的和谐统一。

投放播放原则：

- 视觉冲击力强：地处核心地段，易成为地标性产品，具有强烈视觉冲击力；
- 播放时间长：持续性、周期性播放，具有较长的播放时间；
- 信息冲击方式丰富：多种现场表达手法（形象、语句、三维物件、动感音效），形成良好的冲击；
- 频次创造性强：广告可以创造出理想的播放率和频次，选择正确的时间地点与受众群体

2. 户外 LED 大屏管理新模式—“联网联控联播”平台

户外 LED 大屏管理新模式—“联网联控联播”平台：

- 联网：采用专用链路，将 LED 显示屏统一接入监管应用平台，实现全面联网；
- 联控：主动管理，利用安全技术手段，强化内容审核编排，增加紧急管控，避免插播事故；
- 联播：拓展宣传阵地，丰富市民文化生活，开展社会公益宣传，弘扬社会“正能量”。



图 4-17 联网联控联播平台示意图

3. 现代化户外广告分类管控

(1) 商业用地

● 选址原则

商业用地区域允许设置户外 LED 显示屏，可采用丰富的设置形式和外型规格，烘托热烈繁华、充满活力的区域环境特色。

重要特色景观对象（包括景观建筑）应尽量避免设置 LED 显示屏。在商业、旅馆建筑等相对集中、商业规模较大的区域，可适当设置户外 LED 显示屏，在与居住区、医院、学校、宗教活动场所等相邻的商业用地区域，应适当降低户外 LED 显示屏的设置密度。

该区域的户外 LED 显示屏可平行设置于建（构）筑物的主体顶部（有可依附的构筑物）、主体墙面、主体底部或裙房（裙楼），特定区域可采用独立支撑的方式设置于人行道、防护绿地、广场等位置，独立支撑设置的须与周边建筑景观相适应，并严格控制。

● 设计原则

单块显示屏的面积不宜大于 10 平方米。

可采用静态图文显示、画面切换显示、视频显示等多种显示功能，画面切换时每个固定画面的静态时间 ≥ 10 秒，画面切换时间 ≤ 1 秒。

在设置高度不超过 20 米的显示屏，视频动画可配有声音，距屏 10m 外声音大小不得超过 70dB。夜间显示屏照明的最大平均亮度控制为 500cd/m²，具备调节显示亮度的功能装置；显示屏开启时间控制为 8:00-23:00。

(2) 道路与交通设施用地

● 选址原则

城市道路用地、城市轨道交通用地、社会停车场用地等区域，严格控制设置户外 LED 显示屏；交通枢纽用地、公共交通场站用地作为大量人流集散的城市窗口门户与重要节点区域，在不影响周边居住区的前提下，可适度设置户外 LED 显示屏。显示屏的设置位置、设置形式、外型规格和显示功能应结合建筑结构及建筑周边的环境特色进行综合考虑，避免光污染和光干扰，打造出方便快捷、现代科技的区域环境特色。

交通枢纽用地区域、公共交通场站用地的户外 LED 显示屏应平行设置于建（构）筑物的主体顶部（有可依附的构筑物）、主体墙面、主体底部或裙房。特定区域可采用独立支撑的方式设置于人行道、防护绿地、广场等位置，独立支撑设置的须与周边建筑景观相适应，并严格控制。

● 设计原则

单块显示屏的面积不宜大于 10 平方米。

可采用静态图文显示、画面切换显示、视频显示等多种显示功能，画面切换时每个固定画面的静态时间 ≥ 10 秒，画面切换时间 ≤ 1 秒。视频动画可配有声音，距屏 10 米外声音大小不得超过 70dB。

夜间显示屏照明的最大平均亮度控制为 $500\text{cd}/\text{m}^2$ ，具备调节显示亮度的功能装置；显示屏开启时间控制为 8:00-23:00。

(3) 居住用地

● 选址原则

居住小区建筑严格控制设置户外 LED 显示屏；商住综合建筑应严格控制户外 LED 显示屏的设置密度与位置，避免光污染、噪声污染、电磁辐射污染等影响居民正常生活。

商住综合建筑设置户外 LED 显示屏时，显示屏应平行设置于建（构）筑物的主体底部或裙房。

● 设计原则

单块显示屏的面积不宜大于 8 平方米。显示内容以商业广告、信息发布为主，公益宣传为辅。

可采用静态图文显示、画面切换显示、视频显示等多种显示功能，画面切换时每个固定画面的静态时间 ≥ 15 秒，画面切换时间 ≤ 2 秒。显示屏不得播放声音。

夜间显示屏照明的最大平均亮度控制为 $300\text{cd}/\text{m}^2$ ，具备调节显示亮度的功能装置。

显示屏开启时间控制为 8:00-22:00。

针对江宁区户外广告仍以看板、灯箱等传统设施为主的问题，首要措施是要保障江宁区重要区域拥有一定比例的现代化广告设施，优先推荐江宁区发展LED屏幕，并在局部商业活力聚集区域布局一定数量的交互式户外广告。

4.4 构建科学治理体系，保障规划有序实施

1. 明确职责统筹部门管理权限，提升治理效率

逐步构建“以城管局为主导，多部门协同”的户外广告治理体系。

- 主管部门（江宁区城市管理局）：负责江宁区全域范围内户外广告设置的监督管理工作；
- 协同部门（江宁区交通运输局）：协同负责公路及其两侧建筑控制区范围内的户外广告设置监督管理工作；
- 协同部门（江宁区公安分局、区市场监管局和区规划资源分局）：按照各自职责，协同区城管局实施户外广告监督管理工作；
- 协同部门（街道、开发区（行政审批服务中心））：在城市管理局等行政主管部门的指导下，对本辖区的户外广告设置活动进行日常审批、监督和检查。

2. 完善审批流程，提升治理效率

针对江宁区户外广告事权下方的事宜，按照申报准备-是否受理-评估-是否批准-行政许可-备案-设施设置等流程，完善审批流程，提升治理效率。

依法组织户外广告审批管理。积极探索联合审批、网上审批等便民服务措施，简化审批程序，压缩审批时限，通过更加便捷的服务提高广告设置者主动报批率。严把审批关口，严格执行规划控制规定和审批流程规定，重点控制主要道路、重点区域、重要节点及建筑物顶部及立面户外广告审批。

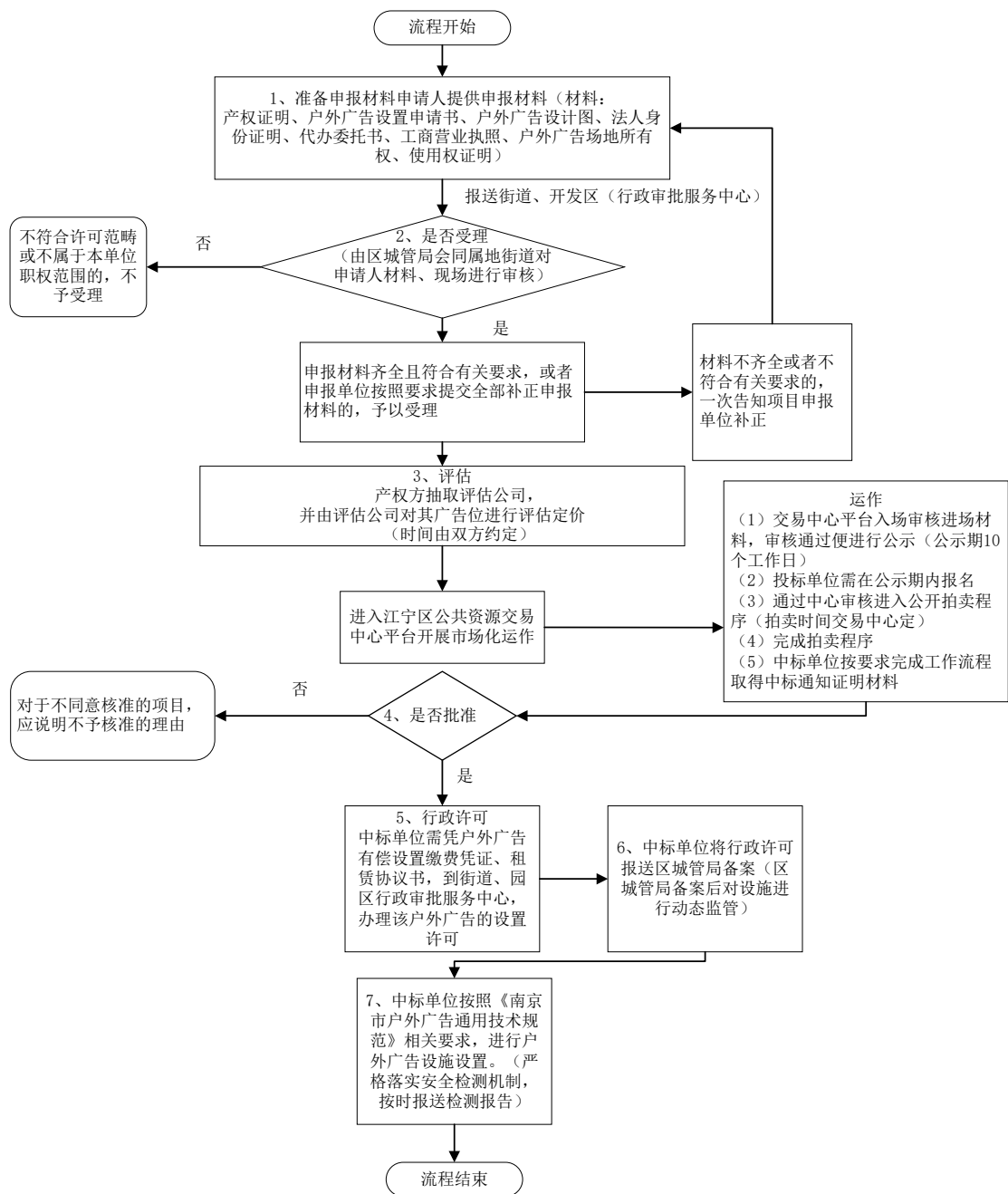


图 4-18 户外广告建议审批流程