江门市区户外广告设置专项规划(2020-2035 年)

（草案）

江门市规划勘察设计研究院有限公司

2019.11

说明书目录

前　言 3

户外广告及户外广告设施定义 3

户外广告及设施分类 3

1 编制背景、规划范围及年限 5

1.1 规划编制背景 5

1.2 规划编制范围 5

1.3 规划编制期限 5

2 规划总则 6

2.1 规划编制依据 6

2.2 指导思想 6

2.3 规划原则 6

2.4 规划目标 7

2.5 规划体系 7

3 江门市区户外广告设施现状概况 8

3.1 江门市概况 8

3.2 户外广告现状管理概况 8

3.3 现状户外广告设施分布总体概况 9

3.4 各镇街 50 平方米以上户外广告设施分布现状 10

3.5　50 平方米以下户外广告及招牌分布现状 12

3.6 户外广告设施设置现状小结 13

4 相关规划概况及案例借鉴 16

4.1 解读城镇总体规划 16

4.2 解读《江门市综合交通一体化规划（2018-2035 年）》 16

4.3 解读《江门市主城区城市景观设计》 18

4.4 案例借鉴 19

5 户外广告设置总体布局 21

5.1 户外广告整体结构 21

5.2 户外广告导向分区 22

5.3 户外广告设置展示区规划要求 25

5.4 户外广告设置严控区规划要求 26

5.5 户外广告设置禁设区规划要求 27

6 户外广告道路规划控制 28

6.1 高速公路及快速路 28

6.2　40 米以上道路（含 40 米） 28

6.3　24～40 米道路 28

6.4　24 米以下道路（含 24 米） 29

7 50 平方米以上户外广告的设置规划 30

7.1　50 平方米以上户外广告时空关系分析 30

7.2　50 平方米以上户外广告具体设置 32

8 50 平方米以下户外广告及招牌设置方案 36

8.1 交通站场广告规划 36

8.2 其他 50 平方米以下户外广告及招牌规划 36

9 公益广告布局规划 37

9.1 户外公益广告设置要求 37

9.2 户外公益广告布局规划 37

10 户外广告照明强度规划 39

10.1 照明强度分区 39

10.2 照明强度、照度、亮度及色彩要求 39

10.3 电子显示屏户外广告照明要求 39

10.4 路名牌灯箱广告照明要求 40

10.5 外打灯户外广告照明要求 40

10.6 光干扰控制要求 40

10.7 户外广告照明电路系统要求 40

11 户外广告规划控制导则 41

11.1 户外广告设置通用规定 41

11.2 不同类型户外广告控制要求 42

12 户外广告设置技术要求 49

12.1 安全责任主体 49

12.2 设计施工要求 49

12.3 安全检测要求 49

12.4 户外广告设施突击性维护检修 49

12.5 户外广告设施安全性强制要求 50

13 户外广告设置分期规划及实施建议 51

13.1 分期实施规划 51

13.2 户外广告牌设置年限控制说明 51

13.3 户外广告设施维护与监管 52

14 附则 53

14.1 术语释义 53

14.2 尺寸、面积规定与释义 54

14.3 用词说明 54

14.4 广告制作相关技术规范 55

附件：征求部门意见及处理情况一览表 56

● 技术图纸 59

前　言

户外广告及户外广告设施定义

广告，顾名思义，就是广而告之，向社会广大公众告知某件事物。

广告就其含义来说，有广义和狭义之分：广义广告是指不以营利为目的的广告，如政府公告，政党、宗教、教育、文化、市政、社会团体等方面的启事、声明等；狭义广告是指以营利为目的的广告，通常是商业广告，或者称经济广告，它是为推销商品或提供服务，以付费方式通过广告媒体向消费者或用户传播商品或服务信息的手段。

根据《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》，户外广告设施是指在建筑物、构筑物外部空间，道路以及各类公共场地等载体上，采用各种形式设置，用于发布商业广告和公益广告的设施。

户外广告及设施分类

本次规划所指户外广告与《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》一致。规划旨在重点控制与城市空间景观以及城市市容市貌直接相关的户外广告设施的设置。

1）广告分类

从管理操作方便的角度、传播的内容性质进行分类，户外广告可以分为：**公益广告、商业广告两大部分。**

图　公益广告示意

图　商业广告示意

2）设置载体分类

从户外广告与城市环境及建、构筑物的关系考虑，户外广告设置载体主要分为：落地式户外广告设施、依附于建筑物的户外广告设施及依附于构筑物的户外广告设施。

落地式户外广告设施：立柱广告牌、排式广告牌等；依附于建筑物的户外广告设施：依附墙面设置的 LED 光源广告、普通看板广告、翻动看板广告、电子屏幕广告等；依附于构筑物的户外广告设施：路名灯箱广告、公共汽车候车亭广告、围墙广告等。

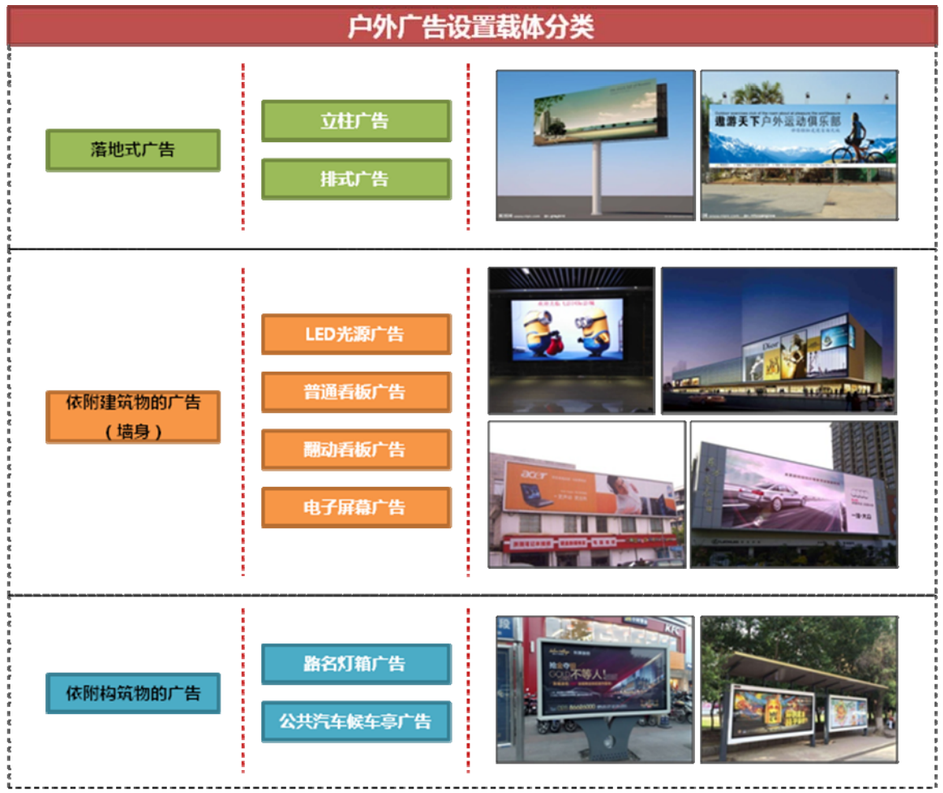


图　户外广告设施载体分类示意图

（注：本规划中采用图片皆为模拟合成图片，不指代具体现实环境，仅供参考。）

1. 落地式户外广告设施

指具有独立支撑，以室外地面为载体的广告设施，主要包括两类：

（1）立柱广告牌

指利用地面为载体，通过独立支撑柱固定广告牌发布广告信息的大型户外空间广告，一般有两面或三面形式，也有四面形式和圆柱形式。

（2）排式广告牌

指利用地面为载体，通过多个支撑柱固定广告牌发布广告信息的大型户外空间广告，一般有单面和两面形式。

2. 依附于建筑物的户外广告设施

（1）依附于建筑物的广告牌

指平行建筑外墙的广告设施，包括喷绘看板、滚动看板、LED 光源、电子屏幕等多种类型。

注：平行于建筑物外墙广告设施——通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上，且与外墙平行的广告牌。

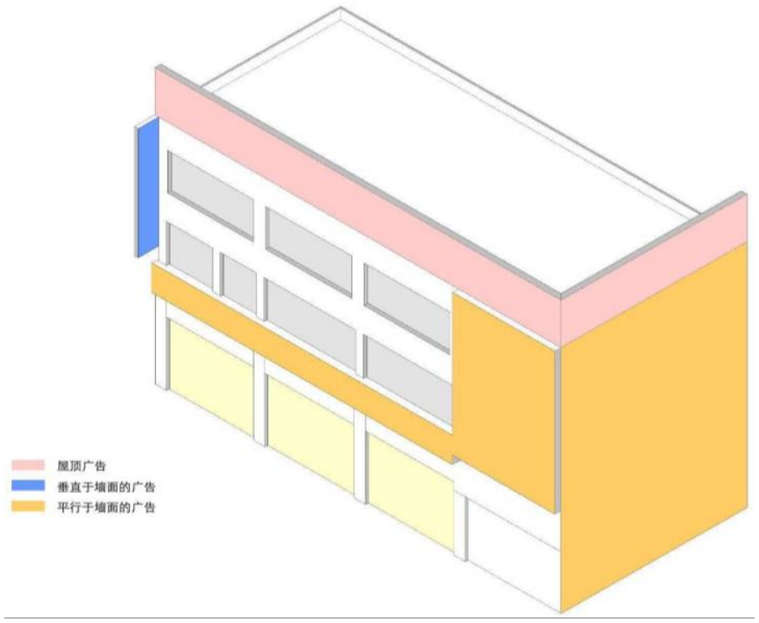


图　依附于建筑物的户外广告位置示意图

（2）广告设施依附的建筑物分类

按照依附建筑物的使用用途，建筑物可以分为四类：

一类建筑：经营性商业建筑（如商场、超市、门面等）、综合建筑商业经营部分、车站、码头等；

二类建筑：商务办公建筑（如银行、保险、酒店、电信等）、企事业办公建筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑；

三类建筑：医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施；

四类建筑：行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、商住建筑、地标性建筑。

3. 依附于构筑物的户外广告设施

（1）路名灯箱广告设施

路名牌灯箱，是指为方便市民出行、导示、辩分方向等，在道路两旁或绿化带上建设的交通设施，路名灯箱广告设施即依附路名牌灯箱设置的户外广告牌。

（2）公共汽车候车亭广告设施

公共汽车候车亭广告设施即普遍指在公交车候车亭内建一长方体灯箱，在灯箱的正反两面添加画面，用以广告宣传，也称公交车站台灯箱广告牌。

（3）围墙广告

主要指对施工场地进行遮挡或对破败环境进行遮挡的户外广告设施，一旦施工或清理完毕即行实施拆除。还有一类是为城市临时活动宣传需要设置的公益类广告，一般在活动结束后即行拆除。

1 编制背景、规划范围及年限

1.1 规划编制背景

户外广告作为一种广泛使用的大众媒体，在宣传企业、宣传产品、宣传政策、弘扬地方文化和社会主流意识方面具有重要作用。对户外设施进行统一规划是美化、亮化城市，提高城市品位的需要。广告档次的高地，直接影响到城市形象，甚至影响到市民素质；规范户外广告设施管理更是盘活城市空间资源的具体方法之一。

2018 年，为加强户外广告设施和招牌设置管理，创造整洁、优美、安全的市容环境，江门市根据相关法律法规，结合江门市实际，制定了《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》（2018 年 7 月 31 日江门市第十五届人民代表大会常务委员会第十四次会议通过，2018 年 9 月 30 日广东省第十三届人民代表大会常务委员会第五次会议批准）。

为落实《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》有关规定，提升江门市区城市品质，维护江门市区整体城市景观，美化城市环境；规范户外广告设施的设置，提高城市户外广告设施设置水平，最终为城市户外广告设施设置与管理提供法定依据。2019 年 7 月，江门市城市管理和综合执法局委托江门市规划勘察设计研究院有限公司进行《江门市区户外广告设置专项规划（2020-2035 年）》编制。

1.2 规划编制范围

根据《关于江门市区户外广告设置专项规划编制工作会议备忘》（详见附件）确定的规划深度要求，规划范围为江门市区范围，包括蓬江区、江海区、新会区三区的行政区划范围，面积 1786 平方公里。

本次规划对 50 平方米以上户外广告设施进行具体布点（建议 40~50 平方米的户外广告亦需按照本规划 50 平方米以上户外广告设施布点落实），对 50 平方米以下户外广告设施制定设置原则和要求。

注：并排设置的两面户外广告设施侧面间距不应小于 0.5 米，若间距小于 0.5 米，其面积须按一面户外广告设施计算（即户外广告长度为两面之和，高度按最大计算）。

江门市域范围内高速公路两侧广告设施由广东省直接规划和审批，户外广告设置应符合《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》（粤交【2018】13 号）的规定，本规划不再单独设置；另一方面，江门市城区内国、省、县、乡道两侧户外广告设施布点纳入本次规划编制范围。

1.3 规划编制期限

本规划的期限与《江门市城市总体规划（2017-2035 年）》保持一致，确定编制年限为 2020-2035 年。

2 规划总则

2.1 规划编制依据

本规划主要以下面的法律法规为规划依据及参考：

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》（2015 年修正）；

3）《中华人民共和国公路法》；

4）《广告管理条例》（国务院国发［1987］94 号）；

5）《广告管理条例施行细则》（国家工商局工商广字[1998]第 13 号）；

6）《户外广告登记管理规定》（国家工商局令第 42 号）；

7）《城市容貌标准》（GB50449-2008）；

8）《广东省城市市容和环境卫生管理规定》（广东省人民政府 2000 年 4 月 21 日颁布）；

9）《广东省户外广告管理规定》；

10）《广东省公路管理条例》；

11）《广东省公路两侧设置广告标牌设施管理办法》；

12）《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》；

13）《江门市城市市容和环境卫生管理条例》；

14）《江门市城市总体规划（2017-2035 年）》（送审稿）；

15）《江门市区户外广告专项整治工作方案》；

16）《关于进一步加强户外广告设置管理工作的通知》；

17）其它有关城市户外广告的管理法规和规章。

2.2 指导思想

2.2.1 户外广告设施的设置应遵循城市总体规划部署，根据城市设计原理和城市景观要求进行科学、合理的布局。使之既能促进城市商业活动多样化，又能点缀美化市容市貌，促进城市整体景观环境的提升。

2.2.2 户外广告按其目的、性质分为公益服务性广告（非营利性）和商业服务型广告（营利性）。其设置应重视营利型的商业服务性广告，也应做好非营利型的公益服务性广告，有利于体现城市特征和山水环境。规划应尽可能增加公益服务性广告，以宣传江门市侨乡的优秀文化特质，展示侨乡的传统风情。

2.2.3 户外广告设施应重视艺术性与安全性。以生动的标志造型和简明的文案，传达广告信息，以优质材料和精良的工艺制作优美而安全的图件。一些大型突出的广告更强调美感和灯光效果设计，做到白昼同辉，为城市增色。

2.2.4 新材料、新技术推动户外广告不断创新。户外广告设施追求创新与个性，创新不仅仅是外观的变化，当新技术与户外广告设施的造型、色彩、材质感等要素融为一体时，能使人们感觉到一个新时代的来临。人们将会看到一种最能不断地体现科技与艺术完美结合的景观形态。

2.3 规划原则

2.3.1 服从城市总体规划的原则

城市总体规划是城市建设的依据，户外广告设施的设置布局严格遵照总体规划关于城市景观的管理规定，强化、美化城市。

2.3.2 突出地方特色原则

户外广告设施做为城市面貌的一个窗口，应突出江门市山水特色，体现地方文化。

2.3.3 因地制宜、分区管理和重点控制相结合的原则

户外广告设置应满足城市不同地段的环境气氛和景观差异要求。

2.3.4 重视美学设计，维护整体城市景观的原则

山体、水体、建筑、绿化等构成了第一层次的城市轮廓线，而户外广告设施等附加物则形成第二层次的轮廓线。户外广告设施设计应协调好两个层次之间的关系，使广告设施在城市景观中处以协从和地位，促进并维护整体城市景观环境。

2.3.5 安全性原则

户外广告设施设置不得影响公共交通、公共安全；不得影响市政公用设施的使用和市民的日常生活。每一个户外广告在设置前，均应参照相关的设置技术标准进行规范的结构设计确保结构安全。平时应定期保养维护，并向有关部门提供监测报告。

2.3.6 可操作性原则

1）对设置地点合理、制作工艺较先进、发布内容健康、灯光效果较理想的户外广告设施，规划保留设置。

2）对设置地点较合理、发布内容健康、但或制作工艺不够精良、或夜间光效果差、或日常欠缺跟踪保护、维修导致钢架裸露、灯光昏暗、画面肮脏破损，对市容有一定损害作用的户外广告设施，规划须按照本规划技术要求和质量标准完成整改。

3）设置地点应符合《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》规定，涉及《条例》第十二条情形的，不得设置户外广告设施。

2.4 规划目标

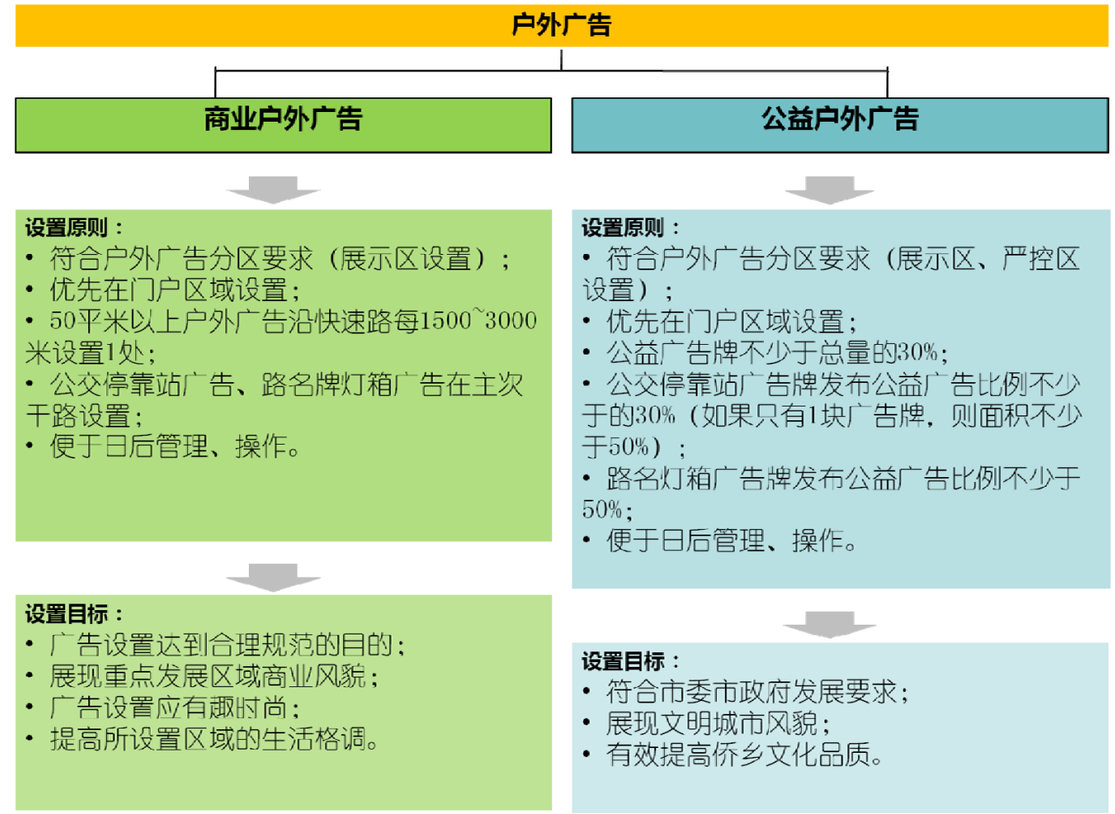
2.4.1 应贯彻“以人为本”的思想，建设具有江门自然山水格局的城市形象，创建独特的户外广告设施风格。

2.4.2 根据城市发展需求，结合江门市区重点地段和环境景观进行户外广告设施设置规划，打造有山水特色的生态型宜居典范城市。

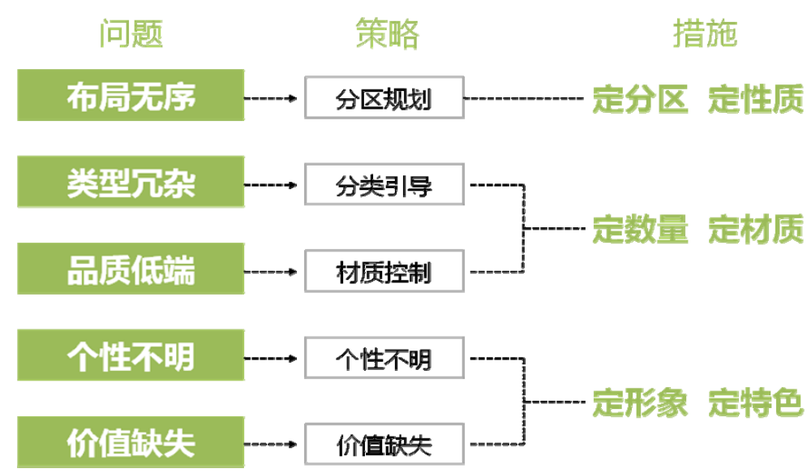
2.4.3 营造活跃的商业氛围，保持和发扬已有的活力。尽可能满足城市居民、广告受众、广告设施用户、媒体与政府管理部门对户外广告设施的要求。

2.4.4 带动提升户外广告设施管理水平，促进城市品质提升。

2.5 规划体系



2.6 技术路线



3 江门市区户外广告设施现状概况

3.1 江门市概况

江门市域范围包含三区四市，陆地总面积 9505 平方公里，2017 年末市域常住人口约 456 万人，城镇已建成约 529 平方公里。重点处理好区域协调发展问题，科学布局城市空间结构，制定空间发展策略。谋划新的产业平台与新城发展平台，实现产城融合，通过交通引领，促进城市扩展，兼顾生态保护与利用。实行分类管控，划定生态保护红线、永久基本农田保护红线、城镇开发边界，明确空间管控底线。统筹全市发展规模、重大基础设施布局和城镇职能分工，通过下辖县级市总体规划进行传导实施。

市区范围包括蓬江区、江海区、新会区三区的行政区划范围，面积 1786 平方公里。2017 年末城市规划区常住人口约 190 万人，城镇已建成约 244 平方公里。重点协调中心城区与周边各镇的功能关系，统筹城市规划区交通体系、基础设施和公共设施的布局、自然生态和历史文化保护以及城市安全体系。

中心城区为蓬江区、江海区、会城街道及罗坑、双水镇的部分范围，面积约 580 平方公里。2017 年末，中心城区常住人口约 160 万人，建设用地约 220 平方公里。重点通过新城区和产业平台的建设，提升公共服务能力及城市品质，实现扩容提质。按功能片区进行规划管控与传导，功能片区所规定的管控要素与管控要求作为下层次规划编制的重要依据。

3.2 户外广告现状管理概况

3.2.1《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》

江门市在 2018 年制定了《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》（2018 年 7 月 31 日江门市第十五届人民代表大会常务委员会第十四次会议通过，2018 年 9 月 30 日广东省第十三届人民代表大会常务委员会第五次会议批准），该条例对户外广告设施的定义、审批与监督管理部门、设置管理要求等均做出具体规定。

3.2.2《江门市蓬江区、江海区户外广告设置专项规划（2011-2020）》

《江门市蓬江区、江海区户外广告设置专项规划（2011-2020）》于 2013 年 11 月经江门市人民政府批准实施，江门市蓬江区、江海区现状新增广告设施设置主要根据该规划落实。

3.2.3《江门市新会区主城区户外广告规划（2012-2020）》

《江门市新会区主城区户外广告规划（2012-2020）》于 2016 年 7 月 22 日经新会区人民政府批准实施，江门市新会区会城街道现状新增广告设施设置主要根据该规划落实。

3.2.4 公益户外广告牌落实情况

截至 2019 年 3 月份，江门市城市管理和综合执法局对现状 231 块 100 平方米以上户外广告牌进行调研，截取落实 65 处共 78 块现状广告牌为公益广告牌（现状部分已拆除）。

3.2.5 大型户外广告牌整治情况

从 2019 年初至 2019 年 8 月，江门市城市管理和综合执法局根据《关于进一步加强户外广告设置管理工作的通知》要求，拆除江门市区违章户外广告牌 2382 块，共 12.1 万平方米，罚款 55 万元。户外广告整治成效显著。

3.3 现状户外广告设施分布总体概况

江门市区现状户外广告设施主要分布在中心城区、城镇主要道路、城镇主要出入口等区域，总体上中心城区蓬江区、江海区、会城街道呈面状分布，各镇呈线、点的形态分布。

3.3.1 50 平方米以上户外广告设施类型

以**立柱广告牌（四面、三面及两面）、排式广告牌、屋顶广告牌及墙身广告牌（含面积过大店面招牌和电子屏广告）**为主，个别镇存在**跨街广告牌（龙门架）**。

3.3.2 50 平方米以上户外广告设施数量

江门市区现状大型户外广告牌总数共 480 块。其中，蓬江区 180 块、江海区 48 块、新会区 252 块。

（1）按内容划分，其中商业广告牌 391 块（含电子屏广告牌 33 块），公益广告牌 89 块，公益广告牌占总广告牌数量比例约 18%。

表 3.1 现状商业、公益户外广告统计一览表

分区	大型户外广告牌总量（块）	商业广告牌（块）	公益广告牌（块）
蓬江区	180	157	23
江海区	48	40	8
新会区会城	112	101	11
新会区各镇	140	93	47
合计	**480**	**391**	**89**

（2）按类型划分，其中立柱广告牌 143 块，排式广告牌 77 块（其中跨街广告牌 7 块），屋顶广告牌 71 块，墙身广告牌 189 块。

表 3.2 现状各类大型户外广告统计一览表

分区	大型户外广告牌总量（块）	立柱广告牌（块）	落地排式广告牌（块）	墙身广告牌（块）	屋顶广告牌（块）	跨街广告牌（块）
蓬江区	180	59	11	83	23	4
江海区	48	25	6	14	3	0
新会区会城	112	37	11	40	24	0
新会区各镇	140	22	42	52	21	3
合计	**480**	**143**	**70**	**189**	**71**	**7**

3.3.3 50 平方米以上户外广告设施分布范围

现状户外广告设施主要分布在蓬江区中心组团、江海区东北部及西北部、会城街道冈州大道以南区域、各镇对外道路沿线。

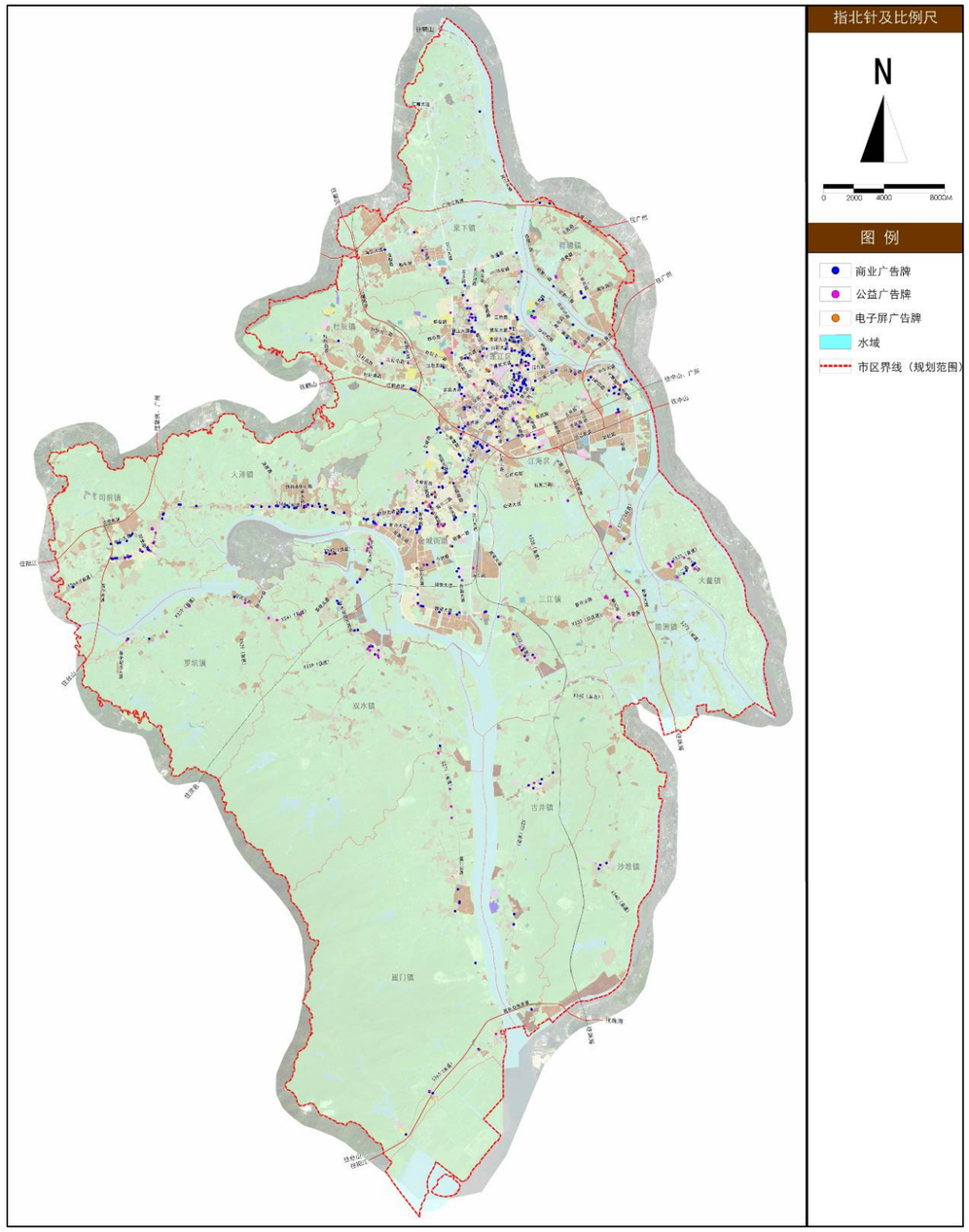


图　大型户外广告分布现状图

3.4 各镇街 50 平方米以上户外广告设施分布现状

3.4.1 蓬江区（不含荷塘、杜阮镇）

1）立柱式户外广告牌

蓬江区（不含荷塘、杜阮镇）现状立柱式户外广告共有 48 处，包括 17 处三面立柱式户外广告牌及 31 处两面立柱式户外广告牌；主要沿城市主干路和快速路分布；建设路、江门大道、滨江大道、华盛路、金桐路和连菏路以及西江两岸以商业广告为主；潮连大道以公益广告为主，商业广告次之。

2）落地排式户外广告牌

现状落地排式户外广告牌共 9 处，主要沿建设路、迎宾大道、港口路设置，以商业广告为主，广告牌质量良好。

3）依附墙身户外广告牌

现状依附墙身设置的大型户外广告牌共 74 处，主要分布在江侨路以南的中心城区，以商业广告为主，其中电子屏广告牌 12 处，主要沿建设路、港口路、胜利路分布。

4）依附楼顶户外广告牌

现状依附楼顶设置的大型户外广告牌共 20 处，主要沿港口路和建设路设置，以商业广告为主，市区外围工业区内的楼顶广告牌质量普通，尺寸设置较随意。

5）跨街广告牌

蓬江区（除荷塘、杜阮）现有跨街广告牌 4 处，分别位于江礼大桥附近、堤西路、竹排街和潮连街道，广告牌质量一般，均为商业广告牌。

3.4.2 蓬江区荷塘镇

荷塘镇现状户外广告牌共有 11 处，包括 2 处三面立柱式户外广告牌，2 处两面立柱式户外广告牌，1 处排式落地广告牌（连续多块），4 处墙身广告牌，1 处楼顶广告牌，1 处电子屏广告牌，除中泰路的三面立柱式户外广告牌及周边连续多块排式落地广告牌和广中江高速荷塘出入口附近三面立柱式户外广告牌为公益广告外，其余广告牌均为商业广告，广告牌质量良好。

3.4.3 蓬江区杜阮镇

杜阮镇现状户外广告牌共有 14 处，包括 7 处两面立柱式户外广告牌，1 处排式落地广告牌，3 处墙身广告牌，2 处楼顶广告牌和 1 处电子屏广告牌。除了位于江杜中路与松园大道交叉口处的排式落地广告牌为公益广告外，其余均为商业广告牌。其余广告牌主要沿杜阮镇主干路和江门大道分布。

3.4.4 江海区

1）立柱式户外广告牌

江海区现状立柱式户外广告牌共有 25 处，包括 8 处三面立柱式户外广告牌及 17 处两面立柱式户外广告牌，沿五邑路东西两侧、金瓯路、江海路和东海路设置，以商业广告为主，广告牌质量良好。

2）落地排式户外广告牌

江海区现状落地排式大型户外广告牌共 6 处，主要在胜利南路北段、东海路与会港大道交叉口、江海三路设置，以公益广告为主，广告牌质量良好。

3）依附墙身户外广告牌

江海区现状依附墙身设置的大型户外广告牌共 14 处（含电子屏式的户外广告牌 5 处），主要在胜利南路、礼乐一路、东海路住建大厦及现状楼盘、江海二路天骄半岛、江海三路、江海四路、五邑路与连海路交叉口设置，以商业广告为主。

4）依附楼顶户外广告牌

江海区现状依附楼顶设置的大型户外广告牌共 3 处，主要在东海路江南公园、康城售

楼部楼顶及五邑路利生车城设置，以商业广告为主，广告牌质量良好。

3.4.5 新会区会城街道

1）立柱式户外广告牌

新会区会城街道现状立柱式户外广告牌共有 37 处，包括 2 处四面立柱式户外广告牌及 14 处三面立柱式户外广告牌及 21 处两面立柱式户外广告牌，沿冈州大道、新会大道、中心路-启超大道、新峰路、今洲路、银湖大道、南门路、无限极大道集中设置，以商业广告为主，广告牌质量良好，多具有泛光灯，但有少量灯具脱落。

2）落地排式户外广告牌

新会区会城街道现状落地排式大型户外广告牌共 11 处，主要沿冈州大道、新会大道设置，多为商业广告，广告牌质量良好，近半具有泛光灯，但有少量灯具脱落。

3）依附墙身户外广告牌

新会区会城街道现状依附墙身设置的大型户外广告牌共 40 处（含电子屏式的户外广告牌 13 处），沿冈州大道、启超大道、今洲路、南门路、无限极大道两侧集中设置，商业和公益广告各占半，广告牌质量大多良好，但有部分广告破损脱落，近半具有泛光灯。

4）依附楼顶户外广告牌

新会区会城街道现状依附楼顶设置的大型户外广告牌共 24 处，主要沿冈州大道、新会大道、银湖大道、新峰路、中心路设置，以商业广告为主，广告牌质量良好，多具有泛光灯。

3.4.6 新会区睦洲镇

睦洲镇现状户外广告牌共有 12 处，包括 1 处两面立柱式户外广告牌、2 处三面立柱式户外广告牌、4 处落地排式大型户外广告牌、4 处依附墙身设置大型户外广告牌、1 处依附楼顶设置大型户外广告牌，主要沿新中公路及长安街两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好，个别依附墙身设置户外广告牌的牌面松弛，漏出广告设施结构。

3.4.7 新会区大鳌镇

大鳌镇现状户外广告牌共有 13 处，包括 5 处落地排式大型户外广告牌、7 处依附墙身设置大型户外广告牌、1 处依附楼顶设置大型户外广告牌，主要沿 X533（县道）及中心路两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好。

3.4.8 新会区三江镇

三江镇现状户外广告牌共有 8 处，包括 2 处两面立柱式户外广告牌、2 处落地排式大型户外广告牌、4 处依附墙身设置大型户外广告牌，主要沿 S270 及银湖路两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好，个别依附墙身设置户外广告牌的牌面松弛，漏出广告设施结构及裸露。

3.4.9 新会区古井镇

古井镇现状户外广告牌共有 8 处，包括 3 处两面立柱式户外广告牌、1 处落地排式大型户外广告牌、4 处依附墙身设置大型户外广告牌，主要沿 Y002（乡道）及新建路两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好。

3.4.10 新会区沙堆镇

沙堆镇现状户外广告牌共有 4 处，包括 1 处两面立柱式户外广告牌、1 处落地排式大型户外广告牌、2 处依附墙身设置大型户外广告牌，主要沿 X540（县道）两侧设置，以商业广告为主，广告牌质量一般。

3.4.11 新会区大泽镇

大泽镇现状户外广告牌共有 25 处，包括 6 处两面立柱式户外广告牌、3 处落地排式大

型户外广告牌、13 处依附墙身设置大型户外广告牌（含电子屏式的户外广告牌 1 处）、1 处依附楼顶设置大型户外广告牌以及 2 处跨街广告牌，主要沿 S364（省道）两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好，个别依附墙身设置大型户外广告牌及依附楼顶设置大型户外广告牌的牌面脱落，露出广告设施结构。

3.4.12 新会区司前镇

司前镇现状户外广告牌共有 28 处，包括 1 处三面立柱式户外广告牌、1 处两面立柱式户外广告牌、8 处落地排式大型户外广告牌、6 处依附墙身设置大型户外广告牌以及 12 处依附楼顶设置大型户外广告牌，主要沿 S364（省道）及中心大道两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好，部分依附楼顶设置大型户外广告牌暂无内容。

3.4.13 新会区双水镇

双水镇现状户外广告牌共有 16 处，包括 2 处两面立柱式户外广告牌、2 处落地排式大型户外广告牌、8 处依附墙身设置大型户外广告牌以及 4 处依附楼顶设置大型户外广告牌，主要沿双水迎宾大道、S271（省道）和康宁街两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好。

3.4.14 新会区罗坑镇

罗坑镇现状户外广告牌共有 10 处，包括 6 处落地排式大型户外广告牌、2 处依附墙身设置大型户外广告牌以及 2 处依附楼顶设置大型户外广告牌，主要沿 X539（县道）、X541（县道）两侧设置，以商业广告为主，广告牌普遍质量良好。

3.4.15 新会区崖门镇

崖门镇现状户外广告牌共有 16 处，包括 3 处两面立柱式户外广告牌、10 处落地排式大型户外广告牌、2 处依附墙身设置大型户外广告牌以及 1 处跨街广告牌，主要沿 S271（省道）、S365（省道）两侧设置，以商业及公益广告为主，广告牌普遍质量良好。

注：各镇街户外广告统计情况详见“图纸 03~17”。

3.5 50 平方米以下户外广告及招牌分布现状

50 平方米以下广告牌主要在中心城区商业综合体、公共汽车候车亭设置。

商业招牌主要沿商业街区（镇中心区）布置，目前商业招牌色彩、风格、尺寸均存在较大差异。

3.6 户外广告设施设置现状小结

江门市区现状户外广告设施设置现状可以总结为以下几方面：

3.6.1 整体设置渐趋规范，但仍存在设置杂乱、违规现象

1）户外广告设施设置渐趋规范

基于文明城市的创建及管理的控制，江门市区户外广告设施设置渐趋规范，规模数量下降，户外广告设施整治工作有较大成效。

2019年户外广告专项整治台账

填报单位（公章）：江门市蓬江区城市管理和综合执法局　填报人：杨科林　联系电话：8222972　填报时间：2019.7.12

序号	户外广告基本情况											整治措施				整治完成时限	备注
	镇街	道路名称	广告地址	广告类型	数量	占算面积	图片	广告位单位	广告公司	联系方式	是否经许可设置	许可证号	整治时间	整治方式	整治后图片	拆除面积（m²）		
1	环市街道	建设二路	建设二路98号（万源大厦）楼顶	楼顶广告	10	1100		江门市新城开发有限公司	江门市盛智广告有限公司		是	江城管2013139号已到期	4月23日	强制拆除		1000	5月30日	已拆除
2	环市街道	胜利北路	胜利北路25号创嘉	墙面广告	1	140		徐欢乐	无		无		4月24日	强制拆除		130	5月30日	已拆除
3	环市街道	院士路	院士路旁居民楼创嘉	墙面广告	2	300		天骄教育	无		无		4月22日	强制拆除		300	5月30日	已拆除（品质提升内容）

图　现状户外广告整治列表示意图

2）仍有违规设置的户外广告设施及招牌

根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》，江门市区范围内现有楼顶广告牌（含公益广告）在使用权期满后必须全部拆除，目前江门市区范围内仍有依附楼顶设置的大型户外广告牌 74 块，不符合户外广告设施专项整治工作方案要求。

图　楼顶设置广告牌现场照片

另一方面，部分镇商业店面招牌面积超过 50 平方米，如大泽镇沿 S364（省道）两侧分布大量销售红木家具招牌，部分招牌面积达到 400 平方米，不满足《江门市招牌设置规范指引》（征求意见稿）的要求。

图　过大店面招牌现场照片

存在现状国家机构、学校设置户外广告牌情况。

图　在国家机关、学校设置的户外广告牌现场照片

现状跨街户外广告牌存在安全隐患。

图　跨街广告牌现场照片

3）部分路段或区域户外广告牌分布见缝插针

新增广告牌未按照已批规划落实，部分大型户外广告牌未经批准擅自设置，见缝插针，部分已到期并未拆除，整体布局缺乏合理规划及管控。户外广告种类繁多、形态各异，但规格不一、质量参差不齐，巨幅广告牌、大屏幕电子显示屏、立柱广告牌等未能有效地与户外广告载体有机结合，往往一拥而上，侵占公共空间，楼宇、街道和城市呈现出一种无序感，对城市景观影响较大。

图　见缝插针设置的大型户外广告牌现场照片

3.6.2 户外广告设施形式多、质量好

江门市区户外广告设施形式多样，包括视频媒体（电子屏）投放、高架立柱广告牌、LED 灯箱、霓虹灯广告等等。大部分户外广告牌的整体结构稳固、牌面质量较好，牌架生锈、破损、广告牌版面脱落情况较少。如：大型立柱式及落地排式户外广告牌，牌架牢固，版面色彩鲜艳、整齐，并配套夜景照明灯具，施工质量较高。

图　大型户外广告牌现场照片

3.6.3 户外广告设施布局重点不突出

江门大道、金瓯路等重点轴线，体育中心及人工河两岸等重点区域的现状户外广告设施设置数量较少；相对而言，由于马路经济的影响，大泽镇、司前镇等非重点商业区域的大型户外广告设施分布过于密集，江门市区户外广告设施布局结构不够清晰、合理。

图　过于密集户外广告牌现场照片（左：大泽、右：司前）

3.6.4 电子屏广告牌影响行车安全

根据《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》要求，不得在交通信号灯、交通标志周围十米以内设置闪烁方式以及与交通信号灯颜色、切换频率相同的户外电子显示装置。江门市区内部分现状电子屏广告牌设置在道路交叉口，紧邻交通信号灯，广告画面闪烁，影响行车安全，如东海路住建大厦、胜利路与江会路交叉口、今洲路与三和大道交叉口的电子屏广告牌等。

图　影响行车安全电子屏广告牌现场照片

3.6.5 公益广告牌比例不足

江门市区现状户外广告内容以市场化商业为主，现状公益广告数量偏低。

根据《关于进一步加强户外广告设置管理工作的通知》，需保证户外公益广告设施设置比例，确保全市公益户外广告设施数量不少于 30%。江门市区现状大型户外广告牌总数共 480 块，公益广告牌仅 89 块，公益广告牌占总广告牌数量比例约 18%，不满足公益户外广告数量不少于 30%的要求。

图　公益广告牌现场照片

4 相关规划概况及案例借鉴

户外广告主要是一种商业行为，向公众显示，吸引公众视线，广告设施主要设置在人、车流集中的地域，本规划通过分析《江门市城市总体规划（2017-2035 年）》（送审稿）、《江门市综合交通一体化规划（2018-2035 年）》及各城镇总规等上层次及相关规划，借鉴先进地区的户外广告设施设置案例，以明确江门市区户外广告设施的主要分布点。

4.1 解读城镇总体规划

4.1.1 江门市区整体功能布局

通过解读《江门市城市总体规划（2017-2035 年）》（送审稿）、《江门市综合交通一体化规划（2018-2035 年）》、《江门市主城区城市景观设计》（方案稿）及各城镇总规可知，江门市区蓬江区（旧城区、北新区及滨江新区）、江海区、新会区会城街道功能布局以居住、商务、旅游、文化、行政等综合功能为主，各镇中心区为全镇行政、文化、商业中心，规划上应作为户外广告设置的重点区域。

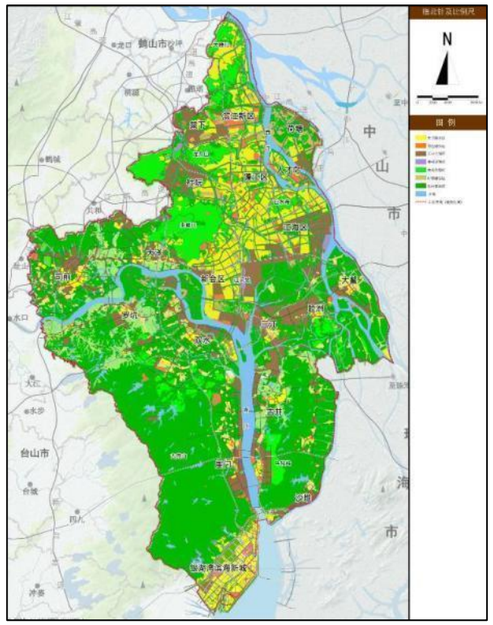


图　江门市区总体规划图

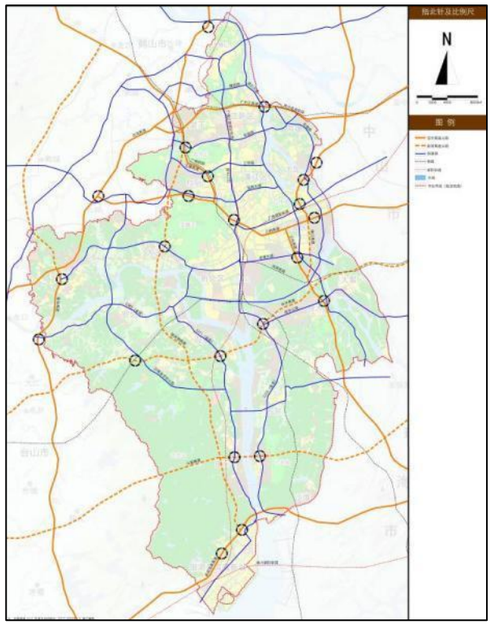


图　江门市区综合交通规划示意图

4.1.2 商业区分布

结合江门市区发展方向，利用交通及沿江景观优势，重点发展区域性大型综合商业和休闲娱乐中心。主要商业集中区域包括蓬江区滨江新区商圈、蓬江区北新区商圈、江海区中环广场、胜利南路一带商圈、新会区会城街道美吉特广场、万达一带商圈。

4.2 解读《江门市综合交通一体化规划（2018-2035 年）》

4.2.1 综合交通规划

高速公路、快速路将成为江门市区联系江门其他地区、珠三角甚至全广东的重要通道，沿线户外广告设施设置充满商机。

（1）城际轨道交通

经过江门市区的城际轨道主要有广佛江珠城际轨道、广珠城际轨道、珠斗城际轨道。

（2）铁路

经过江门市区的铁路主要有南沙疏港铁路、广珠铁路、深茂铁路。

（3）高速公路

经过江门市区的高速公路主要有广中江高速、江鹤高速、中开高速（在建）、斗恩高速（规划）、西部沿海高速、银洲湖高速（规划）、江肇高速、江珠高速及佛江高速。

（4）交通站场

规划一级客运枢纽 4 处，分别是：江门站综合客运枢纽、江门东站综合客运枢纽、滨江站综合客运枢纽、蓬江站综合客运枢纽。

规划二级客运枢纽 8 处，分别是：江门汽车总站客运枢纽、鹤山东站枢纽、双水站枢纽、台山站枢纽、开平站枢纽、恩平站枢纽、银洲湖枢纽、司前枢纽。

规划三级客运枢纽 7 处，分别是：鹤山汽车站枢纽、江海站枢纽、江会（奇榜）枢纽、新会站枢纽、共和枢纽、古井枢纽、大泽枢纽。

4.2.2 城市道路交通

（1）快速路

七纵：东堤路-连海路、滨江大道、江门大道、中心城区西侧新建道路、江门大道南西路及北延线、鹤山至开平方向快速路（原 G325 线位）、古劳至台山方向快速路（新 G325 线位）。

八横：滨江新区-鹤山快速路、华盛路、江侨路及其延伸线、迎宾大道及其延伸线、五邑大道、会港大道、银鹭大道、新中公路。

由于空间尺度较大，快速道路在中心城区和外围地区承担的功能不尽相同，规划提出快速道路分级控制要求。

- 一级快速路：位于城市外围地区，沿线城镇建设相对稀疏，以点到点式服务为主，具有更高设计速度（80-100km/h），断面倾向于高等级公路，设置少量辅路或不设辅路。
- 二级快速路：位于中心城区或者密度较高的集中建设区，设计速度一般不超过 80km/h，设置辅路保证沿线集散交通需求。

江门市区快速路包括：江门大道、滨江大道、雅连路、华盛路、江侨路、迎宾大道、会港大道、新中公路、沙堆至罗坑公路、S385（省道）、S271（省道）、S270（省道）。

（2）主干路

重视组团间交通：加强组团间贯通性道路建设，保证核心组团之间至少两条主干路，外围组团之间至少一条主干路，降低瓶颈的阻隔影响；

组团内部差别化：根据组团功能定位，按照综合型、居住型、产业型等不同类型的具体特征，布局相应的路网形式、间距和密度；

注重与高、快速道路的衔接，形成良好的级配关系。

4.3 解读《江门市主城区城市景观设计》

规划提出江门市主城区“一轴一脉一网”的景观结构体系，为户外广告设置分区提供明晰指引。

（1）一轴：发展主轴

江门大道景观主轴：打造江门最高品质城市门户风光带，与蓬江、江海城心轴线，新会文心轴线共同构成城市主要景观轴线，串联四个主题风貌片。

四大主题风貌片：

滨江新城片：山城共融的生态新城风貌

城市中心片：大气时尚的城市中心风貌

江海片：生态科创特色的门户都市风貌

会城片：古今交融的现代城市水乡风貌。

（2）一脉：千年城脉

主线：穿越千年的城市发展变迁的历史文脉

1600 年历史风貌：圭峰山-新会学宫；

600 年历史风貌：白沙村-三十三墟街；

民国历史风貌：长堤-北街；

未来城市风貌：中央活力区-人才岛-滨江新城。

支线：将散落文化遗珠串珠成链

小鸟天堂生态支线；

高新区工业文化支线；

西江宗族文化支线；

环圭峰文化名山支线。

（3）一轴：城市主轴

江门大道景观主轴：打造江门最高品质城市门户风光带，串联四个主题风貌片。

四大主题风貌片：

滨江新城片：山城共融的生态新城风貌

城市中心片：大气时尚的城市中心风貌

江海片：科创特色的活力都市田园风貌

会城片：蓝绿交织的现代城市水乡风貌

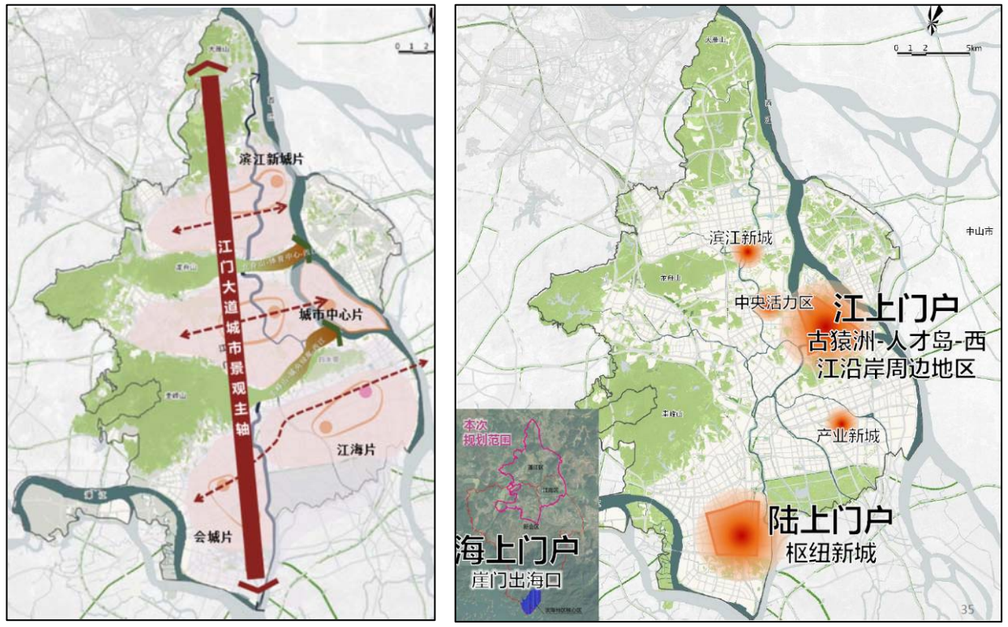


图　江门主城区景观轴线及重点区域示意图

4.4 案例借鉴

4.4.1 日本：户外广告设置要符合景观特色

日本的户外广告由广告协会实行自律管理。日本并没有专业性很强的户外广告法，但在各种相关的法律、条例、规则、标准中，对户外广告活动都有规定。日本禁止在**传统建筑群、文物、水土保持林、国有道路内、公园、绿地及墓地等指定区域及桥梁、铜像、纪念碑**等指定建筑上设置户外广告。无论在日本的哪个城市，大厦外顶层大多是设置通透字体霓虹灯，而建筑立面伸出的竖式招牌宽度统一为 1 米。

日本的户外广告十分注重城市环境与艺术的结合，管理最严的地方是古都奈良和京都，户外广告设置一般不能影响该地寺庙景观文化，即使是批准设置的广告在色彩上也不能大红大绿，高度也应低于寺庙周边的建筑物。日本在 2005 年实施了《景观法》，由各地方自治体负责制定具体的景观条例，要求从景观的角度考量户外广告设置，重视因地制宜，按地区特色进行管理。

图　日本商业街区户外广告

图　日本古都招牌（上层）

4.4.2 广州：户外广告设施构成城市重点景观

2018 年 10 月 31 日，广州市城市管理委员会在官网公示了 5 个重点景观节点户外广告专项规划。根据公示，这些设置在户外带有商业宣传作用的广告点位，通过大量运用科技手段，已告别单纯一块“广告牌”的样式，起到提升城市视觉景观的效果。而广州各职能部门对本次户外广告规划的意见亦一并公示。一些拟规划的户外广告点位，市城管委在听取各部门意见后决定撤下。

根据广州市城管委的公示信息，涉及本次重点景观节点户外广告专项规划的，为广州白云国际机场、天河区兴国路广汽中心、海珠区滨江中路华南大厦、海珠区阅江西路广州广播电视台新台址、海珠区新港东路万胜广场 5 个点位。其中，华南大厦和广州广播电视台新台址 2 个点位，均为珠江边户外广告点位。广州市城管委在公示中表示，上述点位的规划有效期，为 2019 年至 2023 年。广州市城管委在公示中表示，本次规划已经经市政府审批通过。

近年来，通过科技手段，广州不少户外宣传平台大量运用科技手段，既起到宣传作用，同时也不对广告点位所在的建筑形成视觉破坏。如广州塔塔身户外广告，越秀区沿江路多栋参与夜间灯光秀表演的建筑，便利用新型 LED 材料，做到白天户外广告关闭时不影响建筑外观，晚上开启时通过灯光艺术改善周边景观环境。根据公示方案，位于珠江边的华南大厦和广州广播电视台新台址的两个户外广告点位，将采用新型 LED 材料，做到“白天隐形晚上亮灯”效果；位于白云机场航站楼进场道路绿化带的户外广告点位，则被设计成名为“腾云赛道”的雕塑，同步优化机场高速景观。广州市城管委在公示方案中表示，在户外广告规划设计上运用新科技和艺术手段，可突破广州市现有户外广告品质低端、缺乏创意、科技含量较低的困境，引进 LED 幕墙、幕墙光电系统、投影广告等户外广告设置新技术。

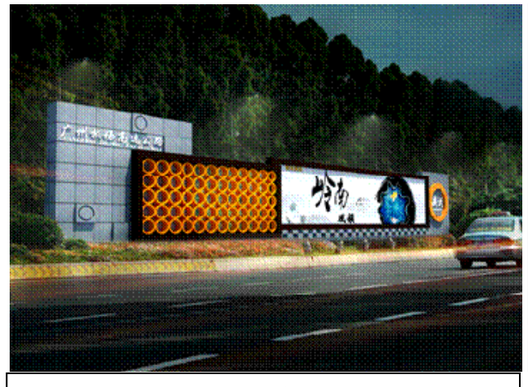


图　白云机场户外广告牌

图　广州塔

4.4.3 深圳：严格控制 LED 显示屏广告牌

深圳市城管局、深圳市规土委联合制定的《深圳市户外 LED 显示屏设置专项规划控制指引》（下称《指引》）。

结合土地功能定位，分区、分级设置

《指引》指出，LED 显示屏设置需要结合不同的城市功能布局规划，分区、分级设置，规范户外 LED 显示屏设置。其中，商业用地区域允许设置户外 LED 显示屏，烘托热烈繁华环境特色。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，应适当降低设置密度。单块显示屏的面积不宜大于 1000 平方米，显示屏开启时间控制为 8：00~23：00。

居住小区建筑禁止设置户外 LED 显示屏，商住综合建筑应严格控制设置密度与位置，避免影响居民正常生活。商住综合建筑设置户外 LED 显示屏时，单块显示屏的面积不宜大于 800 平方米，显示屏开启时间控制为 8：00~22：00。

在受 LED 显示屏影响较大的道路及交通设施用地，也实行分区、分级设置。城市道路用地、城市轨道交通用地、社会停车场用地等区域，禁止设置户外 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，可适度设置。

此外，行政办公用地区域、文物古迹用地、外事区域、公共设施用地、山体与水域均禁止设置 LED 显示屏，教育科研用地、医疗卫生用地、社会福利用地禁止设置户外商业广告 LED 显示屏，主体底部或裙房处只允许设置面积小于 10 平方米的显示屏。

绿地与广场用地区域禁设商业广告 LED 显示屏

《指引》规定，绿地与广场用地区域较为特殊，禁止设置任何以商业广告为显示内容的户外 LED 显示屏。该区域设置以公益广告为内容的户外 LED 显示屏，应保持较小设置密度，每个公园仅允许公共活动密集区域设置一处，且公益户外广告屏面积不宜超过 20 平方米。

为了减少 LED 显示屏对居住区及道路的影响，《指引》也做出了相关规定。

对沿道路设置户外 LED 显示屏，《指引》规定，在城市高速路沿线护栏外 150 米内建筑物禁止在面向高速路方向设置户外 LED 显示屏；在城市道路双向四车道以下（不含四车道）两侧建筑物上不宜设置户外 LED 显示屏，但在重点商业区内且屏体面积不超过 50 平方米的可适当设置。

对居住区周边显示屏的设置，《指引》规定，当显示屏设置位置前方 100 米范围内有居住建筑，且显示屏朝向居住建筑窗户时，则该位置禁止设置显示屏;当显示屏设置位置前方 150 米范围内有居住建筑，且显示屏朝向居住建筑窗户时，则应适当降低显示屏亮度，并尽量设置为静态显示屏。

深圳市城管局相关负责人介绍，考虑到户外 LED 显示屏的建设成本较高，设施安装及拆除的施工难度较大，且现状经审批设置的显示屏具有有效设置期限等特点，《指引》对已建成和新建成的户外 LED 显示屏给予不同的要求。

对新建的户外 LED 显示屏，应按照《指引》要求进行设置;对已建成未经市、区管理部门批准设置的户外 LED 显示屏，予以拆除；对已建成并经市区管理部门批准设置的，符合《指引》设置要求的，按规定延期；原经市、区管理部门批准设置的户外 LED 显示屏，不符合《指引》设置要求的，给予 5 年过渡期；过渡期满时，设施未满 10 年寿命期(寿命期从初始设置日开始计算)的，过渡到 10 年寿命期止。

图　深圳市户外 LED 显示屏广告牌

5 户外广告设置总体布局

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，它既要对户外广告设施进行总体布局，制定户外广告设施设置的导则，又要对重点地段的广告设施设置提出要求，概括说来，总体布局和广告设施设置准则是合理控制、有效布置，重点地段的户外广告设施设置要求是主动引导，最终为城市户外广告设施的设置与管理提供依据。

其中总体布局部分的内容主要包括导向分区规划及各分区相应的设置要求。

5.1 户外广告整体结构

从人口热力图可以看出，江门市每日人流量主要集中在蓬江区万达广场、汇悦大融城、逸豪酒店、东华大厦、一汇广场、地王广场一带；江海区江海广场、中环广场、外海街道、礼乐街道、麻园中心一带；新会区会城街道东汇广场、万达广场、美吉特广场一带。

根据未来发展重点及人流集中区域预测，江门市区户外广告设施布局形成“**一核心、两轴线、五组团、多门户**”的整体结构。

一.核心：由蓬江区（旧城区、北新区）、江海区及新会区会城街道组成的户外广告设置核心区域（商业中心、交通站场）；

两.轴线：江门大道展示轴、五邑路-新会大道展示轴；

五.组团：蓬江区组团、江海区组团、新会区会城街道组团、新会区城镇西部组团（含大泽、司前、双水、罗坑、崖门）、新会区城镇东部组团（含睦洲、大鳌、三江、古井、沙堆）；

多.门户：包括进入江门市区门户、交通站场、高速公路出入口。

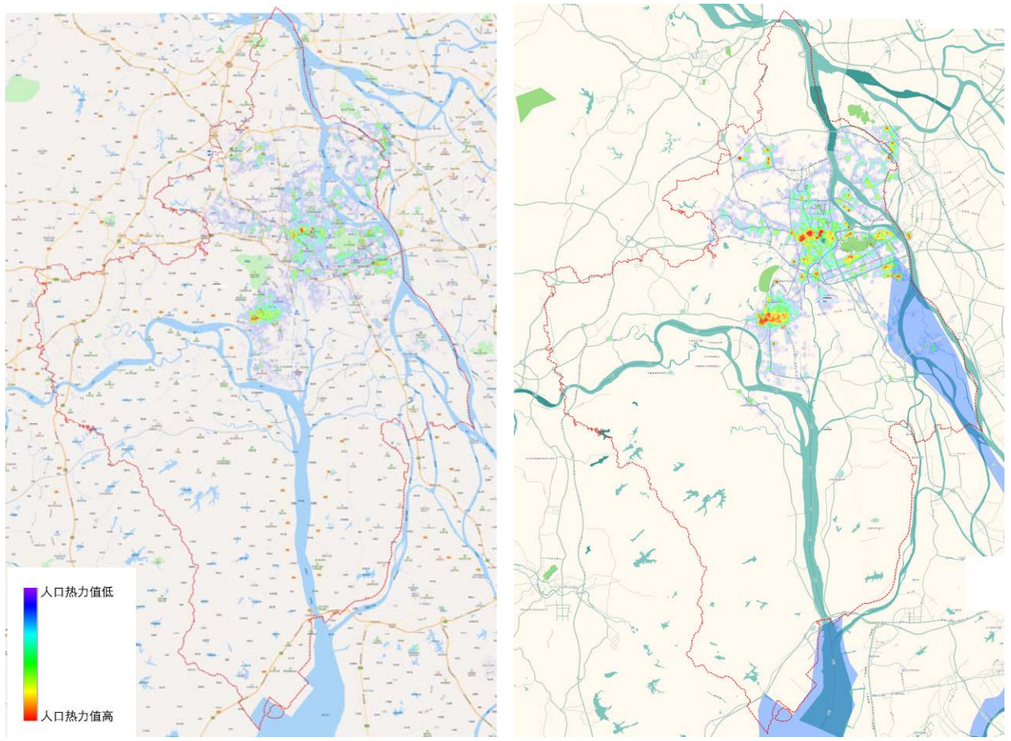


图　江门市区人口热力图（左：12 点 30 分时段，右：19 点 30 分时段）

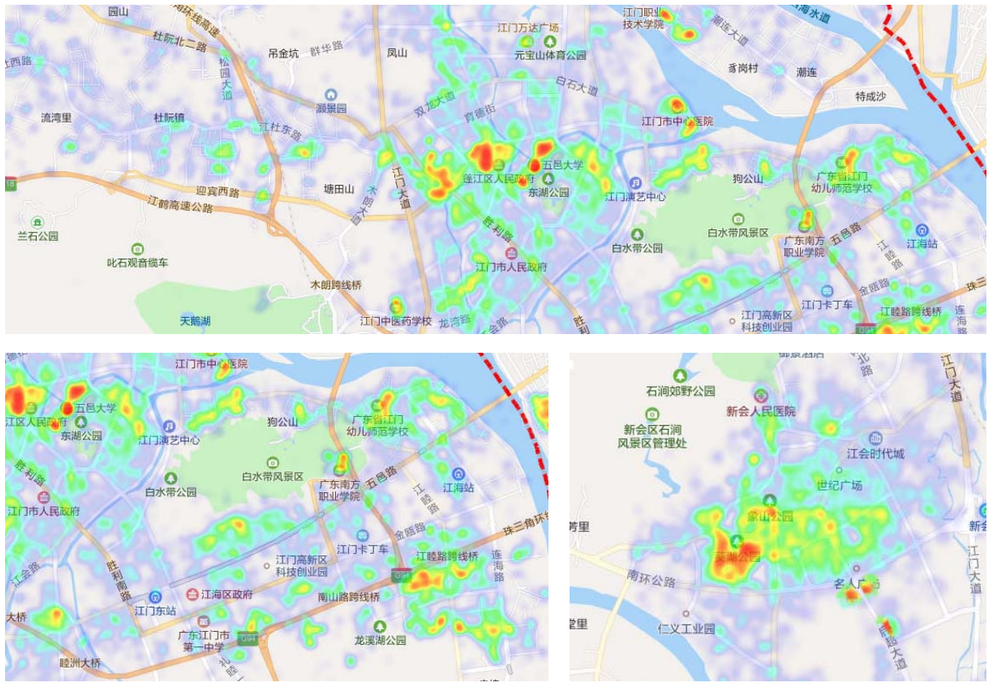


图　江门市区各区人口热力图（上：蓬江区，下左：江海区，下右：会城街道）

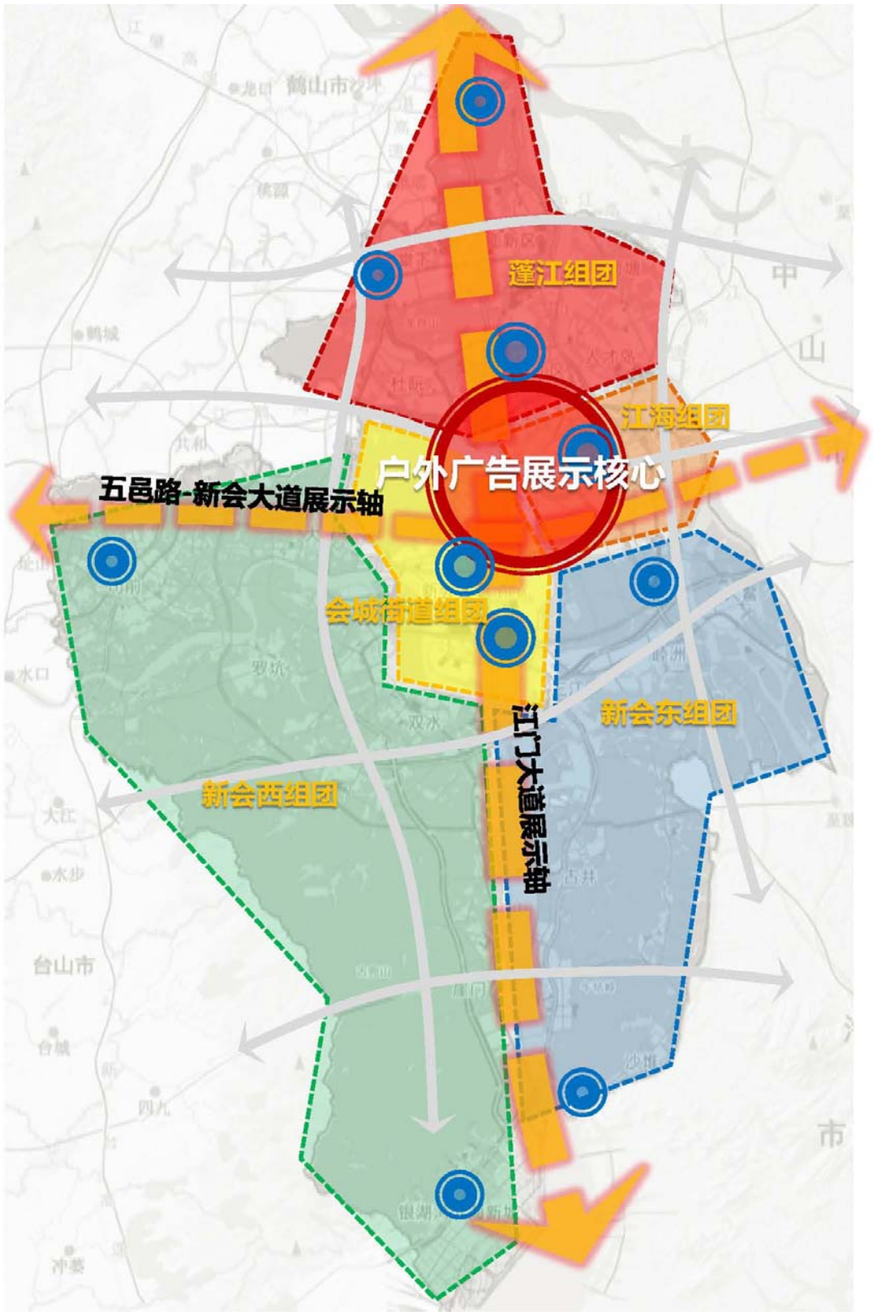


图　江门市区户外广告规划结构图

5.2 户外广告导向分区

根据城市设计原理和城市整体景观环境要求，对城市的户外广告的设置采用分区管理和重点控制相结合的方式。规划将规划范围划分为**展示区**、**严控区**、**禁设区**三类地区进行控制。针对各类地区，户外广告可设置的标准范围也各不相同。

注：根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》，江门市区内不得设置路灯杆广告及屋顶广告牌。

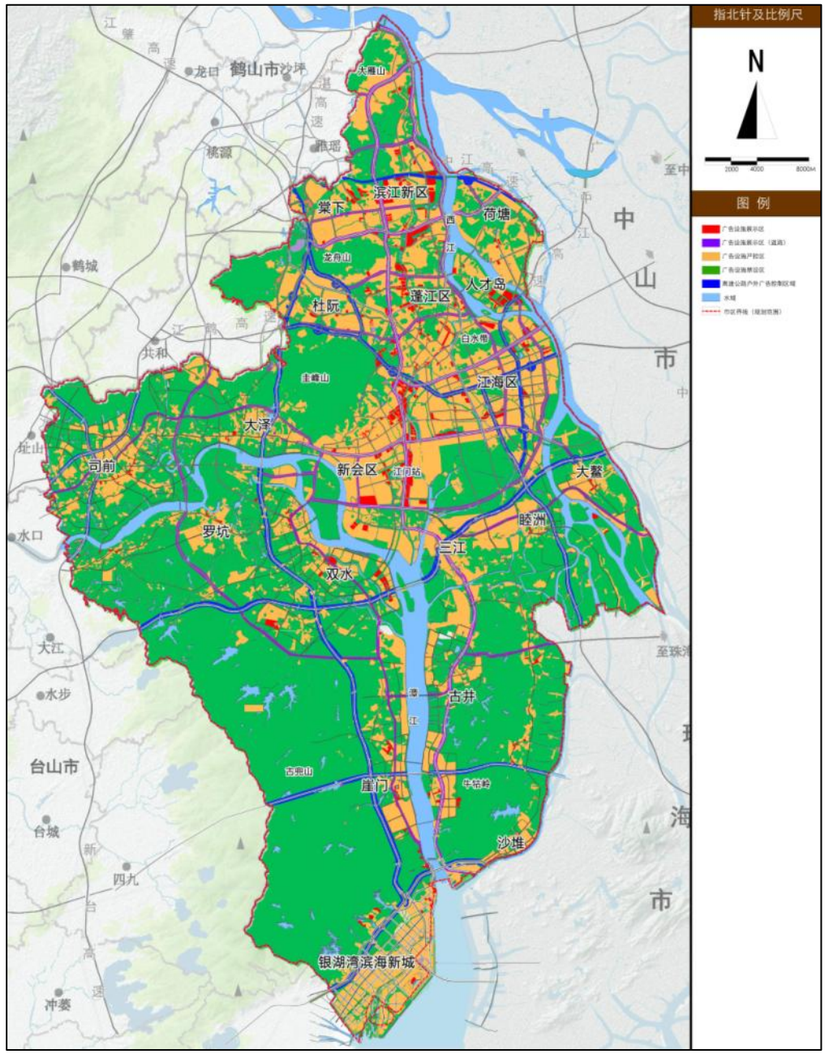


图　江门市区户外广告分区示意图

5.2.1 展示区（带）

重点展示区指商业功能与行为密集的区域。主要包括江门市区的**重要道路、商业区、站场地区**等区域。该区域应积极鼓励布置各类户外广告，创造繁华的商业气氛。

本规划范围内，主要包括以下区域：

1）重要道路

作为城市路网骨架，承担主要的对外交通和内部交通，沿线商业价值高，应重点设置户外广告，包括：广中江高速、江鹤高速、中开高速（在建）、斗恩高速（规划）、西部沿海高速、银洲湖高速（规划）、江肇高速、江珠高速及佛江高速、江门大道、滨江大道、雅连路、华盛路、江侨路、迎宾大道、会港大道、新中公路、沙堆至罗坑公路、S385（省道）、S271（省道）、S270（省道）沿线控制范围。

2）商业区

体现城市商务职能的商业集中区域，包括：蓬江区滨江新区商圈、蓬江区北新区商圈、江海区中环广场、胜利南路一带商圈、新会区会城街道美吉特广场、万达一带商圈。

3）站场地区

江门站综合客运枢纽、江门东站综合客运枢纽、滨江站综合客运枢纽、蓬江站综合客运枢纽、江门汽车总站客运枢纽、双水站枢纽、银洲湖枢纽、司前枢纽、江海站枢纽、江会（奇榜）枢纽、新会站枢纽、古井枢纽、大泽枢纽等站场周边用地。

5.2.2 严控区

严格控制区是指城市风貌特色相对明显或居住功能相对集中的区域。主要包括**城市的居民住宅区以及工业区**。该区域要求相对安静，不能在声、光等方面造成干扰，不宜设置户外广告，特殊情况下经批准可设置少量公益性、商业性广告。

本规划范围内，主要包括以下区域：

1）居民住宅区

主要为江门市区内所有住宅区。

2）特定区域

江门大道、广中江高速公路、滨江大道及华安路围合区域为江门市区重点人工景观区域，应限制设置大型户外广告（江门大道、滨江大道、华盛路重点展示带除外，体育中心允许设置电子屏广告）。

3）其他区域

江沙工业走廊、高新工业区等外围产业园区；

除了重点展示区的道路外的部分道路两侧；

一般商住混合区的商业部分或纯商业建筑等设置。

5.2.3 禁设区

禁设区主要指重要的**国家机关、人民团体、学校、医院、文物保护单位、风景名胜区**等场所的区域范围，包括建筑本体及用地围墙范围，文物保护单位建设控制地带亦为禁设区。

本规划范围内，主要包括以下区域：

1）国家机关

主要为人民政府部门办公场所。包括：江门市人民政府、各区人民政府、各行政机关等。

2）人民团体

指各工商联、各级青、工、妇等人民群众团体。包括：工会、共青团、妇联、科协、侨联、台联、青联、工商联等。

3）学校

指各级院校。包括：江门市第一中学、新会第一中学、广雅学校等等。

4）医院

指各类综合医院。包括：江门中心医院、江门市人民医院、五邑中医院等等。

5）文物保护单位

长堤历史文化街区、棠下良溪历史街区、陈垣故居、茶庵寺一带、新会园林区等省市级文物单位，以及各镇紫线保护范围。

6）风景名胜区（城市公园与生态绿地）

主要包括圭峰山国家森林公园、白水带森林公园、古兜山、牛牯岭、大雁山风景区、龙舟山风景区、凤凰山旅游风景区、天沙河及人工水系两侧绿地及鹅公山风景区等等。

7）公路两侧

根据《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》有关要求，下列区域不得规划广告标牌设施：（一）公路建筑控制区；（二）公路上方（龙门架式）和跨线桥梁；（三）交通标志前 100 米范围内；属于国道的，交通标志前 500 米范围内；（四）隧道上方和洞口外 100 米范围内；边坡、坡脚护坡上，交通标志、安全设施上；（五）可能影响交通安全、公路安全的区域。

5.3 户外广告设置展示区规划要求

展示区户外广告的设置主要体现为密度大、类型多、档次高；本区域广告在道路、建筑上均可设置，而且广告媒介形式多样。此外，应使用新材料、新技术；其设计、制作应体现高品位、高品质。

5.3.1 设置总体要求

展示区是广告设置的密集区域，该区域允许设置灯箱独立型、依附设置型、动态型户外广告；严禁设置传统方式的板式独立型，不宜设门式构架型户外广告。总体设置要求如下：

1）广告形式要求优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式，如电子屏显示、翻板装置、光投射装置等设施形式。

2）广告制作应鼓励使用新工艺、新材料，鼓励使用具有独特设计的实体或异形的户外广告，禁止使用低工艺、粗制作的户外广告形式。

3）考虑到重点展示区占地少、商业价值高等特点，该区域户外广告的内容应以商业广告为主，依据江门各职能部门的实际需求以及参考珠三角周边城市的经验，建议设置不低于 30%的公益广告（其中围墙广告中公益广告比例不低于 50%）。

4）允许在国家法定和江门市人民政府规定的节日、庆典等活动期间，短期设置漂浮类广告、软体广告等，以营造热烈气氛。

5.3.2 重点区域户外广告设置规划

1）重要道路及商业区（含步行商业街）

大型商业设施主要集中分布于重要道路及商业区（含步行商业街）。作为江门市区广告的核心展示区，该区域广告设置的好坏，决定了城区广告发展的整体水平，对新城商业环境的发展也将起到深远的影响。

重要道路及商业区原则上可设置各种类型户外广告，但应优先采用与该区域风貌协调的新媒体广告形式，应加强使用具有特殊气氛和商业效果显著的夜景照明，鼓励点状、线状及面状光源综合使用，充分营造繁华、热闹的商业氛围。

◆ 临近道路广告的设置要求：

重点区域内沿路的广告设置，应重点考虑慢行交通对广告的需求特点，宜以体量适宜（以小型设施为主）、密度相对较大的路名牌灯箱广告为主，人工水系两侧商业街等以步行为主的特色商业街广告间距宜控制在 20—25 米，其余路段广告间距宜控制在 20—30 米。

◆ 墙面广告的设置要求：

重点区域内多层公共建筑以及高层建筑裙房部分允许设置墙面广告，墙面广告比例、位置应从整体立面统一考虑，要求以字体广告为主，图片为辅，广告底色与其所依附的建筑物色彩要协调，尽量采用与建筑物同一色系的色彩，鼓励使用异形、实体的户外广告，除节日外，墙面广告禁止遮挡窗户。此外禁止十层或≥30 米以上建筑物墙面长期设置任何墙面广告。

◆ 门面招牌广告的设置要求：

门面招牌广告的设置，应符合《江门市招牌设置规范指引》（征求意见稿）的要求。

内容限于标明招牌设置人的名称、字号、标识；

历史文化保护区、历史建筑核心保护范围等重点区域以及城市主要道路两侧的招牌应当统一规划，体现特有的文化或者风格特色；

多个单位共用一个场所或者一个建筑物内有多个单位的，设置招牌应当由该场所、建筑物的所有权人或者管理人统一规划，规范制作；

大型建筑物的不同朝向上有多个出入口的，可以在每个出入口设置一处户外招牌，设置风格应当统一；

同一建筑相邻门店的墙面户外招牌，底线应当整齐划一，高度与厚度应当统一；同一建筑相邻门店的立式户外招牌，其形式、体量和高度应当保持一致；

不得多层设置，应当在一层门檐以上、二层窗檐以下设置；

不得设置悬挂式招牌；

应符合招牌设置规范规定的其他要求。

2）站场地区

主要包括城际轻轨站、汽车客运站等节点，该区域是人流密集的门户地段，户外广告设置的优劣，直接影响到城市的外部形象，因此要求广告应当从建设现代化文明城市的要求出发，外观新颖，设计有创意，色彩画面震撼人心，给人印象深刻，能够体现地方特色，以提高城市形象。

站场地区的户外广告不得干扰交通安全，原则上采用静态广告，限制闪光、电动户外广告的设置。允许设置与环境协调的大型广告设施，控制设置墙面广告，除建筑设计中包含的墙面广告，不得长期设置其它的墙面广告。允许设置立杆等设置在道路上的户外广告，在一段区域内，形式内容保持一致，以竖式窄幅为主，禁止设置跨街广告牌。此外，车站广场鼓励使用雕塑小品、建筑小品类广告，灯箱广告，以及宣传地方产业发展、知名品牌、投资环境的公益广告，鼓励设置新媒体广告。

表 5.3 展示区户外广告设置要求一览表

广告设置区域	路面广告设置要求	沿路建筑后退形成的小广场、街心绿地广告设置要求	沿路建筑广告设置要求		备注
			建筑墙面	建筑招牌	
重要道路	可设置大型立杆式、排式落地户外广告以及依附候车亭设置的广告	——	——	——	优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式
商业区	可设置立杆式、落地式的密度相对较大的独立型灯箱广告，竖式窄幅为主	允许设置高度<6 米，牌面<6M^2 的独立式广告，但广告不宜贴着人行道设置。应设置在广场另外的三条边界上	多层公建以及高层建筑裙房部分允许设置墙面广告，广告形式以立招、字体广告为主，图片为辅。禁止遮挡窗户	一店一牌，可设置橱窗广告，同一建筑上，户外广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向招牌为主；同一楼多单位的统一在大楼入口处设置	优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式
车站、港口地区	允许设置尺度相对稍大的独立型灯箱广告，竖式窄幅为主	允许设置与环境协调的尺度相对稍大的灯箱广告	控制设置墙面广告	可设置橱窗广告，广告应协调统一，广告形式以横向招牌为主	静态广告，限制闪光、电动户外广告；宜设置新媒体广告形式

注：重点区域户外广告具体设置的通用规定与不同类型户外广告控制要求等内容详见第十一章《户外广告规划控制导则》。另外，考虑到重点展示区的广告作为江门市区对外宣传的一个重要媒介，因此应对广告内容有一定的要求，规划建议不宜设置内容低俗，影响江门市区整体城市形象的广告，如一些妇科、男性泌尿科等专科门诊类医院的广告。

5.4 户外广告设置严控区规划要求

该区域要求相对安静，不能在声、光等方面造成干扰，不宜设置户外广告，特殊情况下经批准可设置少量公益性、商业性广告。

5.4.1 设置总体要求：

1）此区域鼓励设置使用新工艺、新材料制作户外广告，鼓励使用有独特设计的实体或异形的户外广告，控制使用低工艺、粗制作的户外广告。

2）建议在此严格控制区局部重点地区可以设置户外广告的夜景照明，其它区域，除底层商铺必要的广告照明外，不得设置任何针对楼体或有可能影响到居住的夜景灯光，严格控制使用大面积泛光照明。

3）此区域设置门面招牌原则上实行一店一牌、一楼一牌、多单位一牌。

4）禁止设置大型电子屏、投影广告、立柱式广告、大型支架广告。

5.4.2 严控区域户外广告设置规划：

1）单位招牌可在门口集中设置（如有多个招牌，可在门口并排设置）。严禁设置夜景照明。

2）纯居住建筑禁止设置广告、商住混合建筑居住部分禁止设置广告。广告设置提倡亮化。

3）工厂、非商业公共建筑及居住区除必要门面招牌外，严格控制设置任何依附建筑物上的户外广告；纯商业建筑及商住混合建筑可适度设置依附建筑物上的墙面广告

5.5 户外广告设置禁设区规划要求

5.5.1 政府机关、军事机关、历史文化保护单位等公共设施场所

严禁设置任何大型户外广告；如有需要，只可在主楼建筑顶部设置表明单位名称的字体标识，禁止设置任何高立柱广告牌。单位招牌可在门口集中设置（如有多个招牌，可在门口并排设置）。

历史文化保护单位及划定保护范围内除自身招牌禁止设置任何户外广告。

5.5.2 城市公园、生态绿地、水系、风景区等绿化休闲设施

此区域原则上禁止设置任何商业户外广告，允许根据用地性质，经管理部门审批同意允许设置少量公益广告，宜采用小型设施设置，应突出宣传江门市区的城市魅力与城市特色，而且需对其选址及尺度严格审批，附加广告与背景场所的关系；另一方面从户外广告设置与城市景观风貌相结合考虑，经管理部门审批同意允许特定区域广告形式存在多样性。此外，鼓励设置合理的、有特色的夜景照明。

6 户外广告道路规划控制

城市主要道路是广告设置的延伸骨架，构筑了城市户外广告展示的主要平台，应设置相应的户外广告，以展示城市整体的城市商业气氛与广告文化。

规划范围内城市道路按照道路等级和户外广告设置基本特性，将江门市区规划道路划分为 40 米以上道路、24～40 米道路、24 米以下道路。控制 24 米以上道路两侧 10 米至 15 米为户外广告设置控制范围。

根据《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》（粤交法【2012】1633 号），本规划所称城市道路，不包括规划范围内的公路及其控制范围，即从公路沿线两侧边沟外缘算起，高速公路 80 米，国道 50 米，省道 30 米，县道 20 米，乡道 10 米以内的范围。

6.1 高速公路及快速路

根据《关于江门市区户外广告设置专项规划编制工作会议备忘》，江门市域范围内高速公路两侧广告设施由广东省直接规划和审批，本次规划高速公路两侧的户外广告设施布点须与省规划衔接；另一方面，江门市城区内国、省、县、乡道两侧户外广告设施布点纳入本次规划编制范围。

经过江门市区的高速公路及快速路包括：广中江高速、江鹤高速、中开高速（在建）、斗恩高速（规划）、西部沿海高速、银洲湖高速（规划）、江肇高速、江珠高速及佛江高速、江门大道、滨江大道、雅连路、华盛路、江侨路、迎宾大道、会港大道、新中公路、沙堆至罗坑公路、S385（省道）、S271（省道）、S270（省道）。

建议高速公路两侧户外广告布点与本规划相协调。

快速路两侧户外广告以大型立杆式广告为主，规划建议经过蓬江区（不含荷塘、杜阮）、江海区及新会区会城街道的快速路大型立杆式广告底边距地大于 12 米，总高度不大于 22 米，纵向间距大于 1500 米；经过各镇的快速路大型立杆式广告底边距地大于 12 米，总高度不大于 22 米，纵向间距大于 2500 米。

6.2 40 米以上道路（含 40 米）

40 米以上道路主要是城市交通干道，包括城市快速路和城市主干路，是城市户外广告主要集中通道。规划要求道路两侧户外广告以大、中型立杆式广告为主，其中大型立杆式广告大小、间距按公路标准加以控制（底边距地大于 12 米，纵向间距大于 1000 米），中型立杆式广告底边距地不得小于 3 米，纵向间距宜控制在 300 米以上（控制间距的确定详见章节“7.1.2 车辆行驶特征分析”）。

道路的慢车道可适量设置部分灯箱广告，间距宜控制在 30 米以上。

沿路建筑广告设置不宜过多，体量可适度加大。

6.3 24～40 米道路

24～40 米道路为城市一般干道，主要为城市次干路。户外广告设施类型主要包括墙面广告、立柱广告牌、碑式广告等。户外广告设施以中型灯箱广告为主（主要设置在建筑后退用地范围内，中型广告底边距地不得小于 3 米），纵向间距宜控制在 50 米以上；可在人行道、道路绿化分隔带设置路名牌灯箱广告；在不妨碍交通安全及城市景观的前提下，可在商业设施相对集中、主要道路交叉口等地段，适度设置以公益广告为主体的大型广告，如在施工地或须遮挡用地的沿街面可设置相对新颖的大型板块式广告，在与城市干路交叉口处，在不妨碍交通安全的区域设大型立柱式广告等；此外，依据江门市各职能部门的实际需求以及参考珠三角周边城市的经验，要求沿线公益广告比例不得低于 30%。

在同一条道路原则上只准设置一种规格的公交候车亭广告设施和路名牌灯箱广告设施，而且要求其广告内容、形式需与周边用地功能相协调。沿路附设于商业建筑的招牌、广告不能遮挡建筑形体，尺寸不宜过大，数量宜适中，避免碎散的感觉。

6.4 24 米以下道路（含 24 米）

24 米以下道路主要为城市支路。户外广告设施类型适宜采取尺度相对小巧的小型立杆式或路名牌灯箱广告，以体现周边生活或商业区相对和谐、宁静的风格，广告设施间距宜控制在 30 米以上，广告设施形式及色彩应与周围建筑相协调，不能设置对居民生活、交通安全等造成干扰的广告。

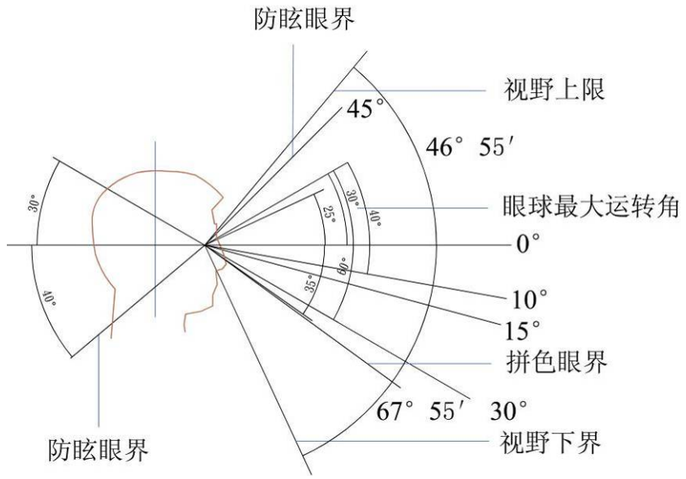
商业设施相对集中的主要道路交叉口可以适度设置户外广告设施的夜景照明。

7　50 平方米以上户外广告的设置规划

规划中所指的大型广告主要包括依附建筑屋顶设置的大型排板式广告，以及独立设置、体量较大的大型排板块式、大型落地高杆式、排式、门式构架型等体量较大的户外广告。

这一类广告一般具有幅面大、体积大等特点，往往对城市空间布局、景观风貌、道路交通等影响较大，本次规划根据江门市实际管理的需要，重点对江门市区此类大型广告提出相应设置要求。

7.1　50 平方米以上户外广告时空关系分析



作为平面媒体的大型广告是通过视觉传达的艺术，是静态的，而其主要受众——车辆驾驶者和乘客是在连续、不断地变化位置的，是动态的。因此本规划拟从视觉分析和车辆行驶特征分析入手，探讨江门市大型广告设置与视觉效果的时空关系，为合理设置广告位提供依据。

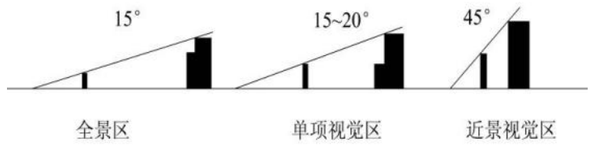
7.1.1 视觉分析

城市规划理论认为，有如磁场的存在，城乡景观也存在着视觉场，它可以分为强场、均衡场、弱场和虚场四种类型。

1）强场

视觉目标和视点距离在 30m 之内；视觉目标高度和视距之比等于或大于 1；视觉目标宽度与视距之比等于或大于 2。在这三个条件规定的限度内，一方面人们可以看清楚视觉目标的颜色、细部乃至材料的质地纹理和浮雕装饰，留下深刻的印象。但是另一方面却需要抬头过高和左顾右盼才能看见和感知视觉目标的体型，令人产生不舒适和被视觉目标逼迫的不愉快感觉，这个范围可称之为强场。

2）均衡场



视觉目标和视点距离在 30－300m 之间，视觉目标高度和视距之比在 1／2－l 之间；视觉目标宽度（长度）和视距之比在 l－2 之间。达到这三项条件规定的范围，人们可以在舒适的状态下看清楚视觉目标的整体形象和基本面貌，以及视觉目标与环境的关系，获得全面而清晰的印象，达到视觉目标与人均衡的状态。这个范围可称之为均衡场。

3）弱场

视觉目标和视点距离在300－600m之间；视觉目标高度与视距之比在1／4－l／2之间；视觉目标宽度与视距之比在 1／2－l 之间。在这三项条件范围内，只能看见视觉目标的大轮廓，虽然不会有任何不舒适的感觉，但对视觉目标和环境一般只能感受到淡薄的印象。这个范围可称之为弱场。

4）虚场

视觉目标和视点距离在 600m 之外；建筑高度和视距之比小 1／4；建筑宽度与视距之比小于 1／4。在这三项条件范围外，只能看见视觉目标的天际线（靠天空的衬托），较矮部分大都被遮挡。除非高度大大超过周围建筑，造型特别突出，颜色和周围环境对比特别强烈，一般恐怕很难引起人们的注意。所以称之为虚场。

综上所述，从干线等主要道路两侧大型广告的视觉效果来看，强场对视觉的吸引过强，不利于行车安全，而虚场又无法传达广告信息，视觉场应该处于均衡场和弱场较合理，则江门市区大型广告空间距离在 300－600 米之间较为适宜。

7.1.2 车辆行驶特征分析

大型广告的受众主要是途经车辆的驾驶者和乘客，其处于快速变化的动态之中，大型广告在记忆时间上的视觉效果是通过空间距离来保证的。

若以快速路设计车速 80km/h 计算，则每秒钟的车行距离为 22.2 米。如果按照受众短时记忆时间 10－15 秒计算，则转换为空间距离是 222－333 米，换言之，只有保证有以上足够的空间间隔距离，大型广告才能产生较好的宣传效果。

若以城市干道设计车速 60km/h 计算，则每秒钟的车行距离为 16.7 米。如果按照受众短时记忆时间 10－15 秒计算，则转换为空间距离是 167－250 米，

因此，综合考虑以上因素，原则上应当符合以下间距要求（公路服务区、停车区、收费站区除外）：

1、高速公路（快速路）单侧纵向间距不小于 2000 米，两侧相对纵向间距不小于 300 米，同时其距两侧边沟外缘（高速公路隔离栅栏）距离以大于 30 米左右为宜；

2、普通公路国道、省道单侧纵向间距不小于 1500 米，设中央分隔带公路的两侧相对纵向间距不小于 200 米；

3、县道、乡道单侧间距不小于 1000 米；

4、快速路两侧的大型广告对侧之间纵向的空间距离以 500 米为宜，而同侧之间纵向则按 1000 米控制；

5、规划认为城市主干路两侧的大型广告对侧之间纵向的空间距离以 500 米为宜，而同侧之间纵向则按 700 米控制。

表 7.1　视觉分析表

	视距 D（m）	仰视角α	建筑高度/视距 H/D	水平视角β	建筑宽度/视距 L/D	视觉状况	小气候状况
强场	D＜30	45°＜α	1＜H／D	90°＜β	2＜L／D	建筑空间氛围浓烈，可看清建筑的一切细部，留下深刻的印象。但需抬头摆首才能看到建筑的整体，有时有受到建筑紧逼（物逼人）的不舒适不愉快 的感觉	背光空间冬季可能处在建筑遮蔽阳光的阴影中热带、亚热带地区无问题，夏季反倒是有利条件，迎光空间夏季难免处在建筑反射太阳辐射热的范围内，可能受高层风的影响
均衡场	30<D<300	30°<α<45°	1/2<H/D<1	60°<β<90°	1<L/D<2	空间感觉适中，可以舒适地看清建筑的整体形象和基本面貌。可以感 受到建筑与所在环境的关系，获得全面而清晰的印象	背光空间冬季一般不在建筑遮挡阳光的阴影中，迎光空间夏季一般受建筑反射太阳辐射热的影响比较小，不受高层风的影响
弱场	300<D<600	15°<α<30°	1/4<H/D<1/2	30°<β<60°	1/2<L/D<2	空间开阔舒畅，只能看见建筑的大轮 廓以及建筑和环境的关系一般只能感受到淡薄 的印象	影响微弱
虚场	600<D	α<15°	H/D<1/4	β<30°	L/D<1/2	只能看见建筑天际线	几乎无影响

7.2 50 平方米以上户外广告具体设置

7.2.1 50 平方米以上户外广告整治建议

对现状自行设置的合理广告牌进行保留，不符合大型户外广告设置原则的广告牌建议限期拆除或回收。

（1）大型立柱广告牌

拆除过于密集、违法设置或协议到期的大型立柱广告牌：

（2）排式落地广告牌

- 从景观及安全角度考虑，跨街广告牌建议拆除。
- 位于华盛路与江沙路交叉口的排式广告牌对龙舟山造成视线阻挡，建议拆除。
- 拆除大泽镇过度密集的排式广告牌。

（3）墙身广告牌

规划建议拆除大泽镇过度密集的墙身广告牌，结合建筑主体立面对蓬江区商业建筑过度密集墙身广告牌进行改造设计，保留提升其余墙身广告牌。

图　墙身广告设施整改示意图 1（一体化设计）

图　墙身广告设施整改示意图 2（梳理杂乱墙面）

图　墙身广告设施整改示意图 3（结合夜景灯光）

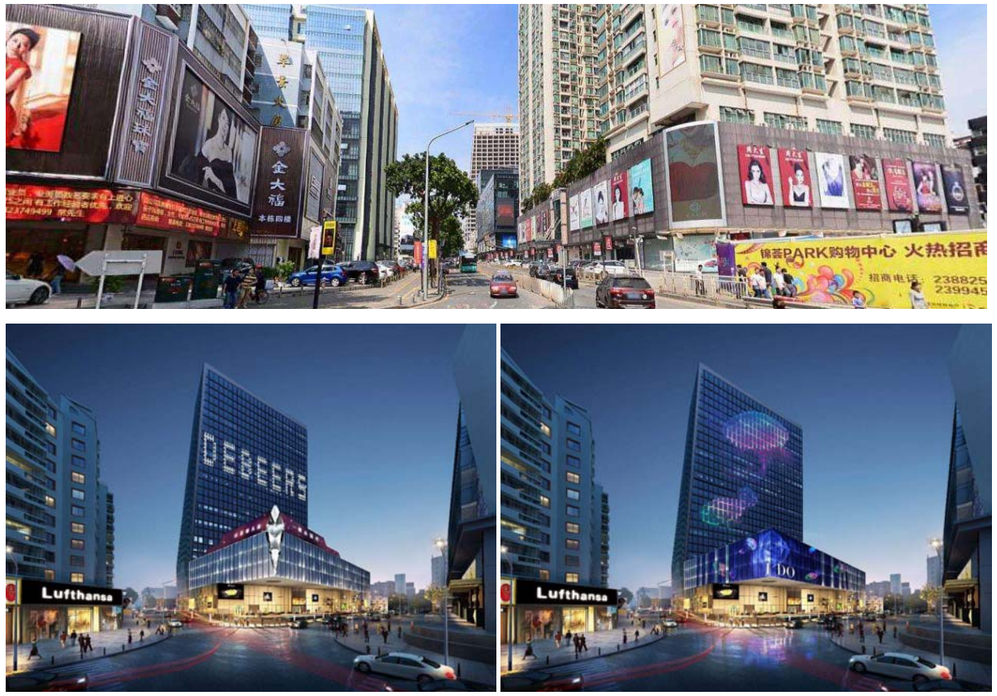


图　墙身广告设施整改示意图 4（墙身动态光幕）

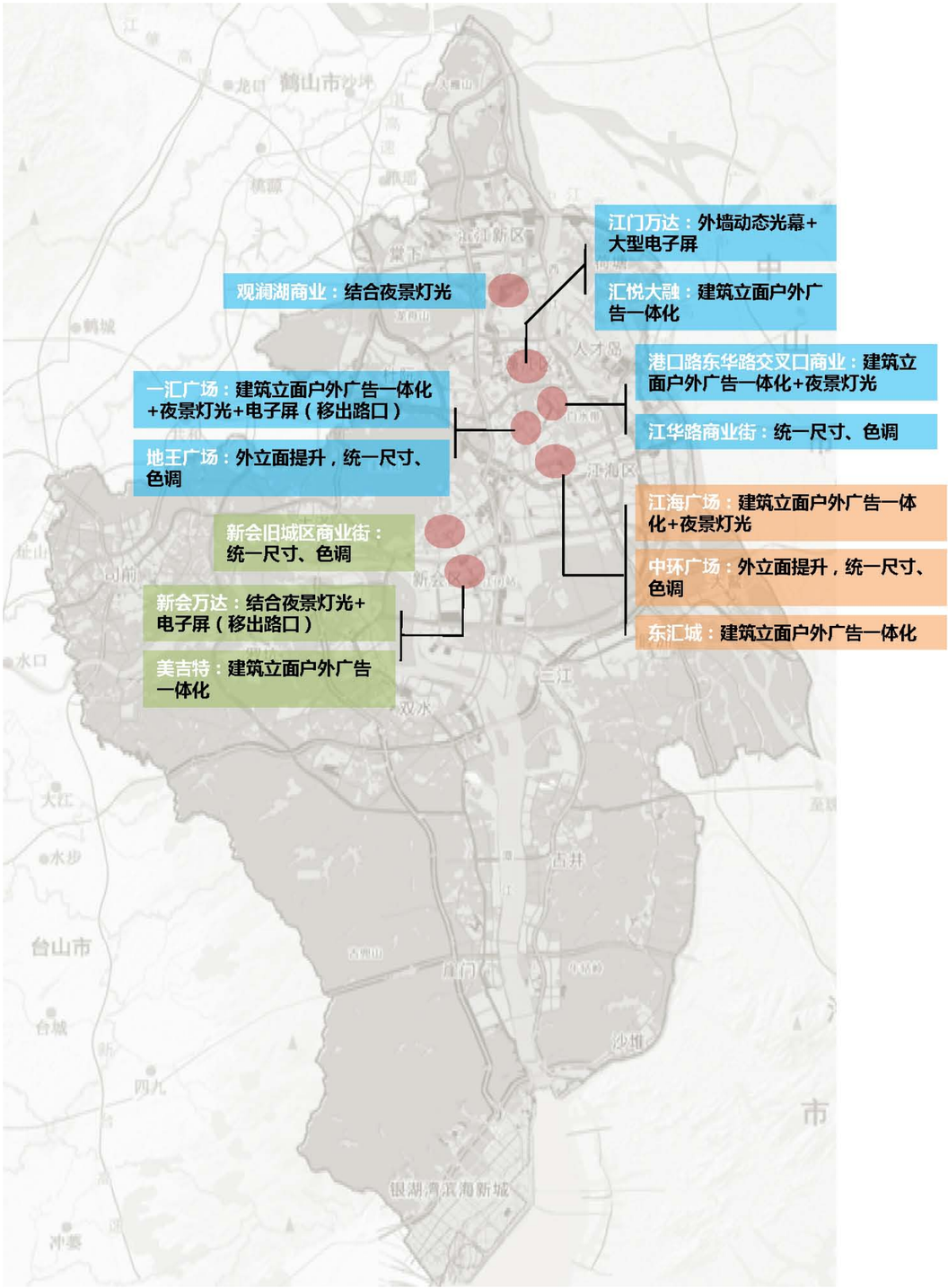


图　商业建筑外立面户外广告设置要求示意图

（4）大型屋顶广告牌

根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》，拆除违章屋顶广告牌。

（5）保留广告牌小计

规划共保留 286 块现有广告牌，包括：保留蓬江区 111 块现有广告牌；江海区 26 块现有广告牌；新会区会城街道 60 块现有广告牌；新会区各镇 89 块现有广告牌（注：详见“图 21 户外广告整治图”）。

表 7.1 江门市区户外广告牌整治数量统计一览表

分区	现有广告牌数量（块）	保留广告牌数量（块）	拆除广告牌数量（块）
蓬江区	180	111	69
江海区	48	26	22
新会区会城街道	112	60	52
新会区各镇	140	89	51
合计	**480**	**286**	**194**

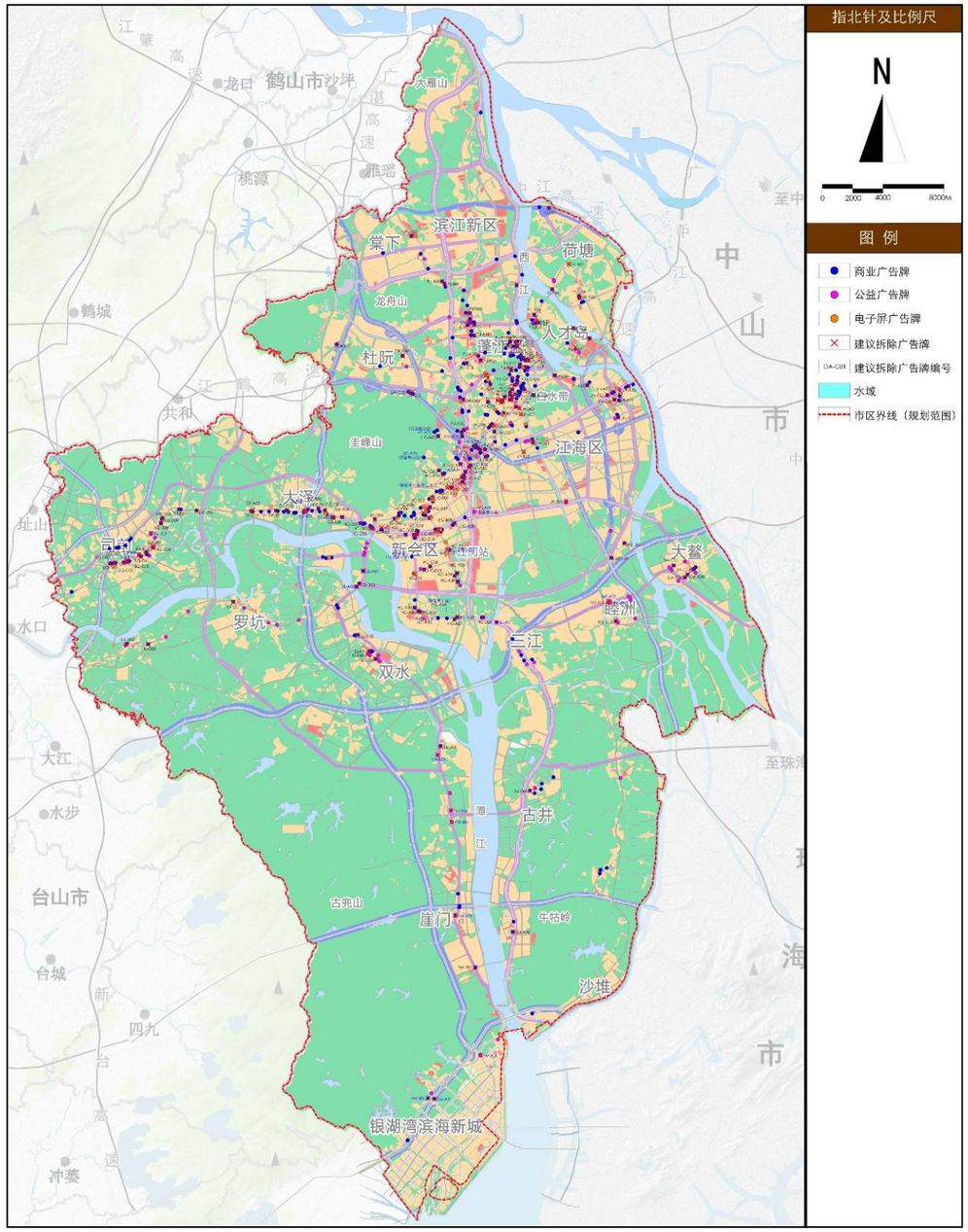


图　江门市区户外广告整治示意图

7.2.2　50 平方米以上户外广告新增建议

为符合江门市区管理要求，规划提出大型户外广告牌设置建议：

（1）两面立柱广告牌

主要沿高速公路、快速路新建大型立柱广告牌。

（2）三面立柱广告牌

主要在进入江门市区门户、过江大桥桥头、高速公路互通及出入口新建，建议设置为 100 平方以上广告牌，规格采用 6*18 平方米。

（3）落地排式广告牌

主要沿江门大道龙舟山隧道口、凤凰山隧道口、江门站隧道口附近新建，面积为 100 平方以下，规格 6*15 米，建议近期建设。

（4）墙身广告牌

为突出江门市区商业特色，规划建议在体育中心及附近、棠下组团、北部商业组团增加电子屏广告牌，共增加电子屏广告牌 4 个，近期建设。

（5）新增广告牌小计

总计新建立 50 平方米以上户外广告牌 66 个，包括：**蓬江区新增户外广告牌 25 块，江海区新增户外广告牌 9 块，新会区会城街道新增户外广告牌 3 块，新会区各镇新增户外广告牌 29 块。**

7.2.3　50 平方米以上户外广告牌数量统计

规划共保留现有 50 平方米以上户外广告牌 286 个，新建立 50 平方米以上户外广告牌 66 个，江门市区总体布置 50 平方米以上户外广告牌总数为 352 个（注：详见“图 22-27 新增户外广告布局图”）。

表 7.2 江门市区户外广告牌规划布点统计一览表

分区	规划广告牌总数量（块）	保留广告牌数量（块）	新增广告牌数量（块）
蓬江区	136	111	25
江海区	35	26	9
新会区会城街道	63	60	3
新会区各镇	118	89	29
合计	**352**	**286**	**66**

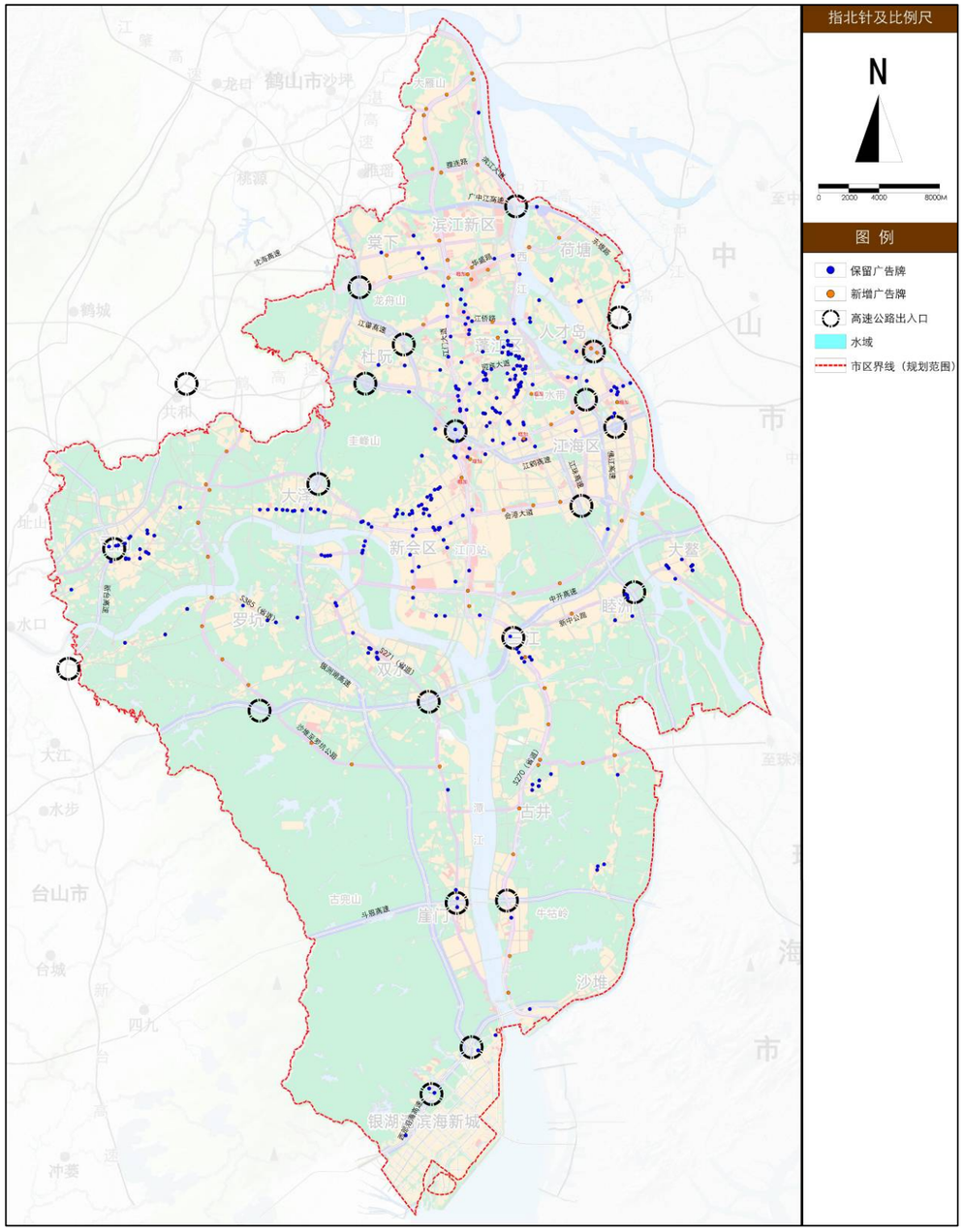


图　江门市区保留及新增户外广告示意图

8　50 平方米以下户外广告及招牌设置方案

8.1 交通站场广告规划

8.1.1 公交首末站广告设置规划

规划建议结合江门站综合客运枢纽、江门东站综合客运枢纽、滨江站综合客运枢纽、蓬江站综合客运枢纽、江门汽车总站客运枢纽、双水站枢纽、银洲湖枢纽、司前枢纽、江海站枢纽、江会（奇榜）枢纽、新会站枢纽、古井枢纽、大泽枢纽等站场周边用地设置非大型户外广告。

8.1.2 公共汽车候车亭广告设置规划

建议公路、主次干路及重要支路现有立杆公交停靠站牌逐步改造为带广告牌设置的公交站候车亭。

另外建议新规划的公路、重要主次干路公交停靠站点建设为带广告牌设置的公共汽车候车亭形式，包括江门大道、滨江大道、雅连路、华盛路、江侨路、迎宾大道、会港大道、新中公路、沙堆至罗坑公路、S385（省道）、S271（省道）、S270（省道）等。

8.1.3 路名牌灯箱广告设置规划

路名牌灯箱广告一般在公路或交通要道两侧。

8.2 其他 50 平方米以下户外广告及招牌规划

碑式、实体等特殊招牌主要在蓬江区滨江新区商圈、蓬江区北新区商圈、江海区中环广场、胜利南路一带商圈、新会区会城街道美吉特广场、万达一带商圈等重点展示区设置。

图　公交候车亭户外广告提升示意图

图　路名牌灯箱广告示意图

9 公益广告布局规划

9.1 户外公益广告设置要求

户外广告应该重视公益性广告，多宣传江门市的山水城市特色以及侨乡文化品质，努力建设理想城市。

根据《广东省公益广告促进和管理暂行办法》（下称《办法》）及《关于进一步加强户外广告设置管理工作的通知》（江城管【2019】140 号），户外公益广告的设置发布应当安全、整齐，与周边环境相协调，户外公益广告专用设施，不得转为商用，并符合以下要求：

（一）江门各市（区）在闹市区、主干路、高速路口处等重要部位，设置若干广告面积不少于 100 平方米的大型户外广告公益广告专用设施。其中，蓬江区不少于 10 块，新会区不少于 8 块，其他各市（区）不少于 5 块。

（二）各市（区）商业广场、城市综合体等重点区域发布公益广告不少于 30%。

（三）镇街和村居在醒目位置设置一定数量的户外公益广告专用设施，镇（街）政府所在地沿途两个方向 800 米范围内至少设置 10 处公益广告（间隔 10 米以上为 1 处），并在各类基层宣传栏设置固定区域用于刊登（播）公益广告。

（四）全城城轨站（含高铁站）、汽车客运站、码头、高速公路服务区等各级各类场站应设置数量不少于 1 块、面积不少于 12 平方米的固定公益广告位。

（五）城乡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；属于商业设施建设项目的，公益广告发布比例不少于 50%。

（六）电子显示屏原则上保证每日 8:00 至 22:00 之间均衡刊播公益广告，公益广告数量不少于刊播广告总数量的 30%。非电子显示屏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。

（七）利用公共汽车候车厅设置的户外广告设施，每个站点应在显眼位置设置数量不少于 1 块的固定公益广告位。

（八）江门日报社阅报栏附属式户外广告设施发布公益广告的比例不少于 30%。

（九）全面启动路名牌改造，利用路牌灯箱设置附属式户外广告设施，发布公益广告的比例不少于 50%。

（十）结合城市品质提升，利用口袋公园、美丽街角、市政道路和公园改造，建设公益广告微景观。

（十一）户外公益广告设施的设置应当安全、规范，与周边环境相协调，发布的内容必须符合党的方针政策、国家法律、法规、规章以及社会主义精神文明和道德规范的要求。

（十二）利用户外广告设施发布公益宣传的部门，应于每年的 5 月和 11 月向市委宣传部提交本年度下半年和下一年度上半年的公益广告发布数量和时间安排计划；发布计划需要调整安排的，应当提前 1 个月提出申请，以便市宣传部门统筹协调安排。

9.2 户外公益广告布局规划

本次规划公益广告主要集中布局在以下区段：城市广场、风景旅游区（外围）、城市交界处、城市门户等。规划共设置公益户外广告牌 156 块（未含电子屏公益广告），占户外广告牌数量的 30%。

9.2.1 公益广告展示道路

江门市区公益广告展示道路包括：高速公路及快速路。

9.2.2 交通门户

江门市区交通门户主要包括过江大桥桥头、各高速公路互通及出入口等。建议结合交通门户设置江门市区标志性公益广告。

9.2.3 公共场所

江门市区公共场所包括旅游风景区（外围）、文物保护区（外围）、体育中心周边、商业广场、城市综合体等等。

9.2.4 公益广告设置要求

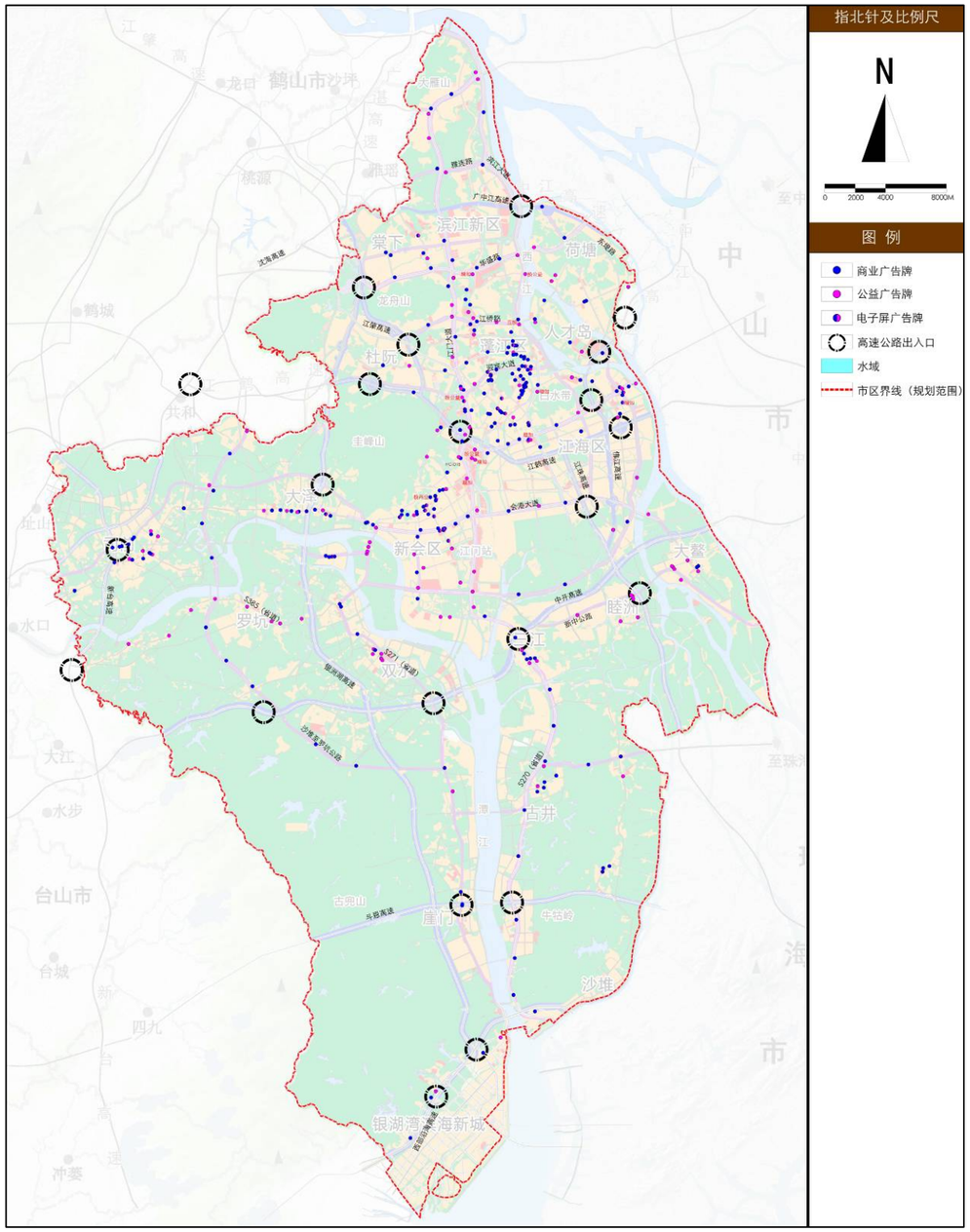
公益广告应尽可能利用商业广告牌位空置档期设置。

公益广告以宣传江门市历史文化、城市形象、社会公德、社会主义核心价值观等内容为主，应该以电子屏等设计新颖的新媒体广告形式为主，流动播报以满足社会及各部门需求，且保证公益性广告比例在总量的 30%以上（其中围墙广告中公益广告比例不低于 50%）。

表 9.1 江门市区 50 平方米以上户外公益广告牌规划一览表

分区	大型户外广告牌总量（块）	商业广告牌（块）	公益广告牌（块）	公益广告牌占户外广告总数比例（%）
蓬江区	136	95	41	30
江海区	35	22	13	37
新会区会城	63	33	30	48
新会区各镇	118	71	47	40
合计	**352**	**221**	**131**	**37**

（注：本表涉及的仅做参考，排式及电子屏尺寸大小视现场情况定。）



10 户外广告照明强度规划

10.1 照明强度分区

江门市区将形成集中、基本、控制三个层次的夜景观照明强度分布形式。

集中景观照明区，主要分布于城市主要的商业及政治文化中心地带，包括展示区、政府办公区、综合体商圈。该区域城市生活丰富多样，是体现各片区城市形象的标志性区域。户外广告应以体现建筑造型、建筑立面景观为目的，户外广告在城市景观中宜以从属的姿态出现，并在城市夜景中起点缀照明作用。形式上使用各种广告及灯光形式在保证交通市政灯光照明的基础上，着力打造江门市夜景观，展现城市独特的特点，并应符合地区整体景观要求。户外招牌应配置夜间光源，采用 LED 灯、内透光式、光导纤维等节能环保光源，避免使用外打灯。

基本景观照明区，主要快速路沿线。包括江门大道、滨江大道、华盛路、五邑路、会港大道、新中公路等主要线路，在保证道路灯光照明的同时，要着重展示城市的形象及商业氛围。

控制景观照明区，主要居住区域包括各类居住区以及学校区域。控制照明区首要考虑的是保证居民、学生的夜休息，严格控制夜景观照明的数量及强度，防止光污染的产生。

10.2 照明强度、照度、亮度及色彩要求

户外广告照明要有合适的照度，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 10.1　户外广告和招牌灯光控制照度　　单位：勒克斯

		画面面积＜8 平方米	画面面积≥8 平方米
道路及人行道户外广告		200-400	200-600
建筑墙面户外广告	建筑高度在 24 米以下	——	300-1000
	建筑高度在 24 米以上	——	400-1200

注:表中数值中低值用于较暗环境（照度的单位是每平方米面积的流明（Lm）数，也叫做勒克斯）。

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。

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照明光源。

户外广告画面颜色总的效果为暖色调时用偏暖色光照明，为冷色调时用偏冷色光照明。

户外广告最大允许亮度应符合下表规定：

表 10.2 户外广告最大允许亮度控制表　　单位：坎德拉/㎡

广告被照面的面积（平方米）	最大允许亮度			
	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

10.3 电子显示屏户外广告照明要求

不得在交通信号灯、交通标志周围十米以内设置闪烁方式以及与交通信号灯颜色、切换频率相同的户外电子显示装置；

商业区夜间亮度值不得超过一千坎德拉/平方米，其他地区夜间亮度值不得超过四百坎德拉/平方米；

开启时间不得早于上午七时三十分，关闭时间不得超过晚上十时。遇重大节日或者重

要活动时，经城市管理主管部门批准可以适当调整，并向社会公布；

严控区内只能设置公共信息电子显示装置。

10.4 路名牌灯箱广告照明要求

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。

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。

为保证足够亮度，荧光灯管之间的距离应为灯管到面板距离的 2 倍左右。

灯箱广告画面亮度标准应符合表下表要求：

表 10.3 灯箱广告照明控制亮度 （坎德拉/平方米）

亮度	灯箱安装场所
70—350	一般建（构）筑物正立面的路名牌灯箱广告
250—500	商业区建（构）筑物上的路名牌灯箱广告
450—700	低亮度地段，即暗背景的路名牌灯箱广告
700—1000	一般商业区路名牌灯箱
1000—1400	高层建（构）筑物上方和闹市区的路名牌灯箱广告
1000—1700	重要交通枢纽场所的路名牌灯箱广告

10.5 外打灯户外广告照明要求

光源应采用寿命大于 10000 小时、显色指数大于 80 和发光效率大的光源。

应采用体积小、重量轻、造型优美、防腐蚀和耐候性好、灯具防护等级大于或等于 IP65（表示产品可以完全防止粉尘进入及可用水冲洗无任何伤害）的灯具。

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。投光广告照明亮度标准应符合下表要求：

表 10.4 投光广告照明控制亮度

广告牌表面反射率	推荐亮度（坎德拉/平方米）	
	亮环境	暗环境
低（p = 0.31）	100	50
高（p = 0.62）	100	50

10.6 光干扰控制要求

光干扰控制要求应符合下表规定：

表 10.5 户外广告照明光干扰控制

	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（勒克斯）	25	4	25	10	25	10	50	25
直接看到的发光体光强(坎德拉)	7500	1000	7500	2500	7500	2500	7500	2500

10.7 户外广告照明电路系统要求

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。

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。

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。

11 户外广告规划控制导则

规划从设置通用规定与不同类型户外广告设施控制要求两个方面对控制导则进行了阐述，其中：

设置通用规定——重点对禁止设置的户外广告设施提出相应的设置要求，此外对临时性、公益性等户外广告内容也提出相应要求。

不同类型户外广告控制要求——主要针对不同类型的户外广告设施提出规定性和指导性两大控制指标要求，要求城区户外广告设施设置除了符合前面各章节提出的具体要求与通用规定外，还应符合相应的指标体系要求和安全性要求。

11.1 户外广告设置通用规定

11.1.1 通用要求

凡在江门市区户外广告设置专项规划范围内进行的各项户外广告设施设置行为，均应符合专项规划的规划要求；并且原则上按下列要求进行设置：

1）符合城市规划要求和城市容貌标准，服从城市整体景观的要求，户外广告设施的设计风格、造型、色调、数量、体量、形式、位置、朝向、高度、材质应当与周围环境、建筑物协调一致；

2）户外广告用字应使用简体字、正楷字，禁止使用繁体字、异体字，外文字要规范，字体的高度及宽度不得超过底牌高宽的 2/3，中文在上，外文在下，中文字体大，外文字体小（国际、国内统一品牌连锁店、专卖店除外）；

3）配置夜景灯饰；

4）不对相邻单位或住户的通风、采光条件造成影响。

11.1.2 不同区位广告设置要求

户外广告设置原则上应根据所属区块性质按下列要求设置：

1）商业中心区：应展示现代商业文明，以 LED 幕墙、幕墙光电系统、投影广告等形式广告及立体广告为主，宜采用近人尺度；

2）对外交通道路、场站周边：着重宣传地方名优企业及特色产品，可采用喷绘、LED 幕墙、幕墙光电系统等广告形式，应突出夜间景观效果，广告尺度可适当放大；

3）重点街路两侧：应与周边环境协调一致，可采用喷绘广告及 LED 幕墙、幕墙光电系统等形式广告，在街道中部及建筑裙房以静态、暖色调为主，在路口处及高层顶部以动态、冷色调为主；

4）规划绿地周边：应按规划适当控制设置，以路名牌灯箱广告设施为主，应近人尺度，形式色彩淡雅别致与周边景观相协调，并不得破坏绿地的整体景观效果。

临江、河的重要地段如行政办公、文教、医疗卫生等公共设施用地、居住小区内将严格控制户外广告的设置，特殊情况下经批准可设置少量公益性、商业性广告（如：江门体育中心允许在用地范围内设置临时性户外广告，以满足大型活动的宣传需要，在体育中心设置的广告风格应与现代建筑风貌相协调，但体育中心场馆建筑主体不得依附设置户外广告）。

临江、河的规划商业区域经报批审查同意后可设置户外广告。

11.1.3 允许设置的规定

1）道路户外广告的设置规定

- ◆ 宽度小于 5 米的人行道不得设置实物造型广告设施，实物造型广告设施的宽度不得大于人行道宽度的四分之一，基底面积不宜大于 1 平方米。
- ◆ 同一路段上设置的广告、灯箱、标牌等尺寸、高低、方向、风格应统一。沿道路设置时，宜平行布置，并尽量少占用道路横断面的宽度（规划商业街除外）；
- ◆ 人行道上只限于公共汽车候车亭、路名牌设置户外广告（商业步行街除外）。

2）建筑立面户外广告的设置规定

- ● 新建建筑立面设置户外广告，须将其设置方案连同规划建筑立面设计方案一并报规划行政主管部门审定，除方案中预留的广告位外，其它墙身禁止设置户外广告。
- ● 进行改造的建筑立面原则上不再增设户外广告位，如确需设置，报审时须提供立面改造设计。
- ● 建筑立面设置的户外广告不得影响建筑采光、通风、消防等正常功能的使用。
- ● 平行于建筑外墙设置的广告设施原则上只能设置在建筑物三层窗台线以下,不得在建筑主体三层以上的层与层之间的窗间墙上设置；在建筑外墙设置广告严禁破坏建筑物主体的肌理和整体造型。

11.1.4 禁止设置的规定

1）利用或者遮挡市政公用设施、交通安全设施、消防安全设施、无障碍设施，妨害其正常使用的；

2）利用涵洞、立交桥、跨线桥、跨道路铁路桥、人行天桥和车行隧道的；

3）利用危房、违法建筑物与构筑物或者破坏建筑物、构筑物结构安全的；

4）在河道、防洪堤的安全防护范围的；

5）在各类地下管线、架空线和其他管线工程保护范围的；

6）利用行道树、绿化隔离带、绿篱或者损毁绿化，影响绿化景观的；

7）在经批准的设计方案中未规划广告位的居民住宅楼和商住楼楼顶、外立面；

8）在国家机关、人民团体、学校、医院、文物保护单位、风景名胜区等的建筑控制地带；

9）在市政道路红线范围内设置的，但利用公共汽车候车亭、路牌灯箱等设置的附属式户外广告除外；

10）其他需要禁止设置户外广告设施的情形。

11.1.5 临时性户外广告的设置

1）临时性户外广告的类别：

- 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。
- 房屋销售期间售楼部（临时构筑物）上设置的户外广告。

2）临时性户外广告的设置规定：

- 不得影响城市交通（如：不得设置横幅、条幅、气模、彩旗等临时性户外广告）。
- 不得影响城市公共设施的使用。
- 不得影响市民安全。
- 不得损害绿化植物、园林设施及影响绿化景观。
- 不得在特殊用地单位等控制地带设置临时性户外广告。
- 建筑施工场地施工期间所做广告只能反映与本建筑工程相关的信息或公益信息。

11.1.6 公益性户外广告的设置规定：

1）城市交通门户、进出口道路、体育中心、会展中心、商务区、公共活动中心等可设置长期公益性户外广告。

2）户外商业广告设施空置超过十五日的，设置人应当对全屏予以装饰，规划建议以公益性内容补充画面。

11.2 不同类型户外广告控制要求

11.2.1 广告类型与用地、建筑、道路兼容性的规定

对于不同类型的广告在不同性质的城市用地、不同类别建筑、不同等级的道路中设置情况不同，详见本章节后附表 11.1-11.5。

11.2.2 规定性要求

户外广告设施不应遮挡或影响交通信号灯、交通标志等交通设施的正常使用。

1）道路上独立设置的广告设施：

路名牌灯箱式广告设施：

- ◆ 底座和牌面外缘距人行道侧石不得小于 0.5 米，且不得大于 1.0 米；
- ◆ 底座和牌面的总高度不得大于 2.5 米，占地面积应≤1.0 平方米；
- ◆ 牌面（单面）面积不得大于 2.5 平方米，厚度不得大于 0.3 米；
- ◆ 设置广告牌的人行道宽度不小于 5 米；
- ◆ 道路红线宽度大于 30 米，广告设施间距大于 30 米；道路红线宽度小于 30 米，广告设施间距大于 20 米；
- ◆ 底座基础及锚固螺丝不得外露、高于人行道路面。

2）依附于公共汽车候车亭的户外广告

- ◆ 广告牌面不得设在公共汽车候车亭的顶部；

◆ 广告图幅不得超过公共汽车候车亭面积，建议广告牌面（单面）尺寸为 3.55 X 1.5 平方米（注：根据江门市公交公司提供的公交站台尺寸进行计算）；

◆ 保证候车亭广告牌总量的 30%或者将 30%的时间用于发布公益广告（若候车亭只有 1 块广告牌，则要求发布公益广告面积不少于 50%）；

◆ 广告牌不得与站点信息文字相冲突、相重叠，不得影响站点信息文字阅读。

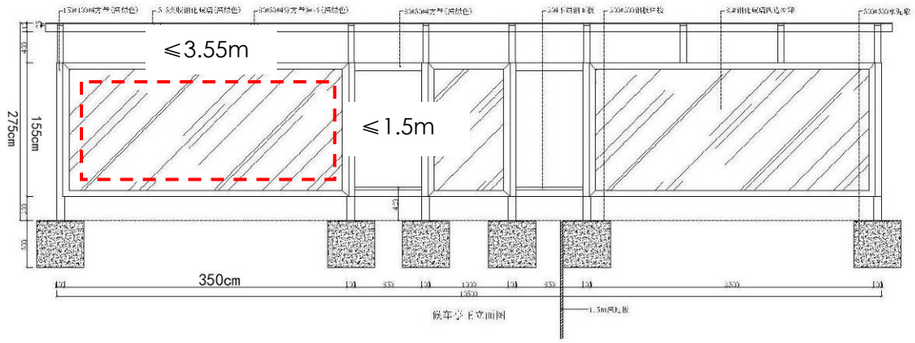


图 11.1　依附公交亭设置广告尺寸示意图

3）依附于建筑物设置的墙面广告

50 米以上高层建筑主体墙面（含山墙面）禁止设置大型实体广告，重点展示区内可适当放宽到 70 米以上，允许设置 LED 幕墙、幕墙光电系统、投影广告等类型广告，但须与建筑外立面相协调。建筑同一立面成组广告设置须规格、形式一致，集中布置；广告总面积不得大于所在墙面面积 1/3；单块广告面积不得超过 100 平方米；且不得影响建筑整体立面效果。依附建筑物的广告须征得业主同意。

◆ 在不影响交通与消防的前提下，广告下端距地面净高不得低于 3 米，并且不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙，左右不得突出墙面的外轮廓线；

◆ 不宜在建筑物的层与层之间的窗间墙上设置；

◆ 广告牌面突出墙面距离不得超过 0.5 米，宽度与墙面相协调，并与相邻招牌店牌一致；且不得妨碍行人安全；

◆ 立体浮雕型广告突出墙面部分距离不得超过 1.5 米，突出部分下沿距地面垂直距离不得低于 4.5 米；

◆ 广告的外沿或下沿距 10 千伏高压导线净距离不得小于 1.5 米；

◆ 广告的外沿或下沿距低压导线净距离不得小于 1.0 米；

◆ 平行于建筑外墙的广告不得超过两块；

◆ 骑楼立柱面及立柱间不得设置任何形式的广告，不得对骑楼的天花板进行覆盖和遮挡。

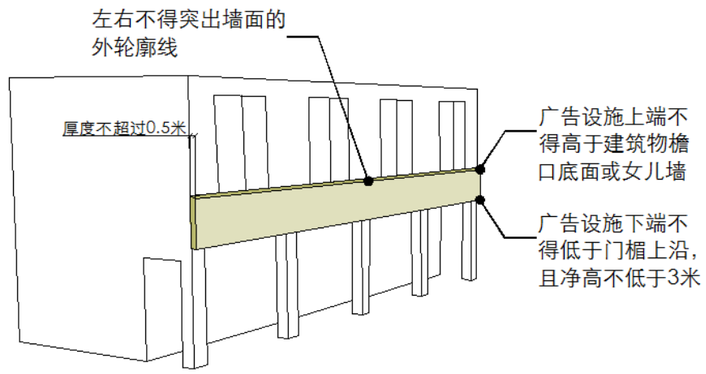


图 11.2　依附墙体设置广告尺寸示意图

4）户外电子屏广告

◆ 户外电子显示屏（公益性除外）只允许在本专项规划确定的户外广告展示区（路段）设置。

◆ 电子显示屏只允许在建（构）筑物高度不超过 24 米的主体墙面设置。

◆ 在城市主干路两侧（城市广场和步行街除外）设置户外电子显示屏的，不得播放活动画面，原则上每个固定画面的播放时间≥15 秒，画面切换应采取慢转换方式。不得在交通信号灯、交通标志周围十米以内设置闪烁方式以及与交通

信号灯颜色、切换频率相同的户外电子显示装置，确保交通安全。

◆ 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/㎡；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/㎡；户外电子显示屏应具备按照日照强度变化调节显示亮度的功能。并且显示屏的画面切换应再去慢转换方式。

◆ 户外广告 LED 显示屏的播放时间根据关注度采取有限度播放，播放时间统一为上午 7 时 30 分至晚上 22 时整。

5）大型独立式户外广告

城市中心区江门大道以东、江侨路以南、西江以西、江门河以北所围绕区域，除局部专业市场外，禁止设置大型独立的高杆广告。

（1）表 11.1 和表 11.2 的规定：广告高度应与周边建筑布局和绿化配置相协调，单块广告牌一般最大尺寸要求为：宽度 18 米，高度 6 米，广告总高度不得大于 20 米，具体设置根据广告牌的退界、场地标高、周边环境等由设计单位具体设计，但广告牌面与道路红线的水平距离不得小于 6 米，广告牌面顶部与路面标高不得大于 12 米。

表 11.1 高杆立柱广告牌设施牌面的最大尺寸

道路类别	广告设施牌面的最大尺寸（m）
主、次干路	5×15/6×15（100 平方以下）
快速路、高速公路	6×18（100 平方以上）

表 11.2 高杆立柱广告牌设施的最小纵向间距尺寸

道路类别	广告设施牌面间距（m）
次干路	500
主干路	1000
快速路、高速公路	1500~3000

（2）禁止设置于道路红线内；广告与地块内建筑物最小距离不得小于其高度的 2 倍，与道路红线的距离不得小于其自身高度，且与道路路幅边线的距离不得小于 15 米。

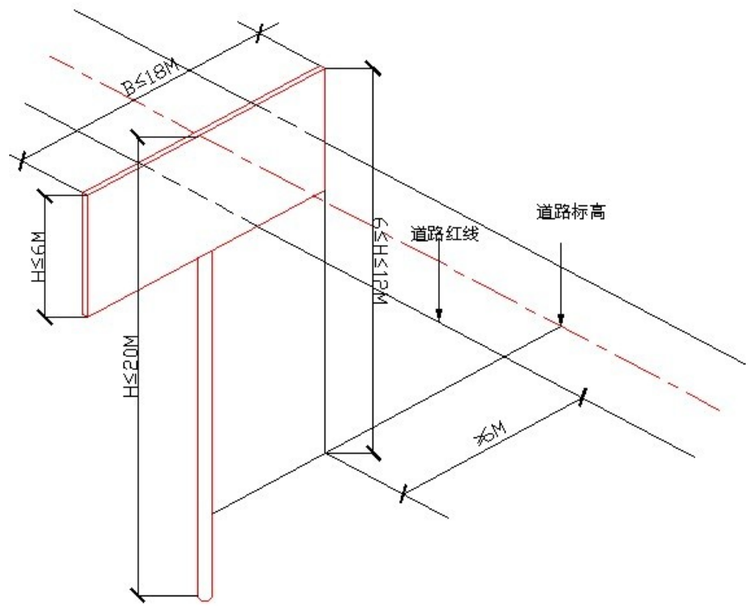


图 11.3 高杆立柱广告位置及尺寸示意图

(3) 沿城市道路同一路段内相互距离 1000m 以内的大型 T 型高杆户外广告牌的高度、方向（牌面垂直投影与道路夹角）、风格要一致。

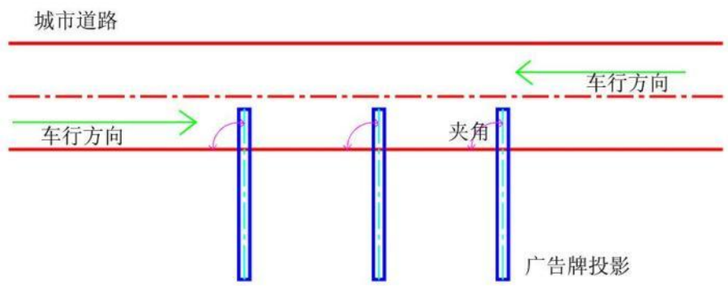


图 11.4 大型 T 型高杆户外广告牌相互关系示意图

(4) 道路交叉口的 T 型落地式户外广告牌（包括三面 T 型广告牌）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落地式户外

广告牌牌面方向以就近相互协调为原则。

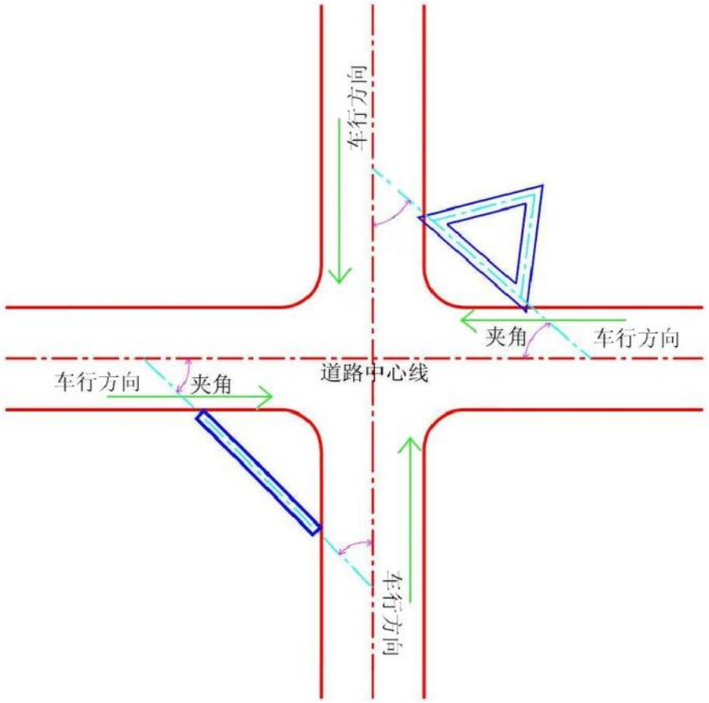


图 11.5　大型 T 型高杆户外广告牌与道路交叉口的位置关系示意图

（5）采用外打灯照明，亮灯时间从市区路灯点亮时起不得低于四小时；

（6）城市快速路和高速公路两侧禁止设置带有闪光霓虹灯，电子饰品的广告牌；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；**建议结合城市景观，推广应用新型材料、新型设计高杆广告设施，逐步更改为电子屏版面，提高大型独立户外广告设施艺术价值。**

图 11.6　电子屏版面立柱广告设施示意图

5）指示牌的设置标准

（1）单位的指示牌原则上不允许独立设置，确需设置的，经广告审批部门审批同意，在路口处设置综合型指示牌。

（2）指示牌应设置在人行道侧石内 0.2 至 0.5 米的范围内，街道长度小于 500 米的在其道路两头设置；长度大于 500 米的街道确需设置指示牌的，其纵向间距不小于 300 米。

（3）指示牌规格、色彩应分类统一，形式、图案应与城市景观协调，并保持整洁、完好。

6）其它广告设施的设置

利用船只、码头、趸船等水上各类交通设施设置的户外广告设施：广告设施高度不得大于 3.0 米，应尽量做成通透形式，以减少对江面景观的影响，且不得用于发布商业广告。

11.2.3 指导性要求

针对广告色彩、灯光、形式、材料、风格五个方面，规划提出五项指导性控制指标体系，即户外广告设置的景观美化要求。

1）广告色彩：

色彩控制原则——原则上不同的分区有各自的基本色，以强化分区特色及景观个性。

分区基本色控制——规划商业区以淡暖色系为基本色，强化商业氛围；市河沿线、城市新区、汽车站等，宜采用与周围建筑色彩一致的基本色，以淡冷色调为主。

广告板面色彩控制——大幅面广告宜采用与周围环境相一致的色系，小幅面广告采用与周围环境互补色系。

2）广告灯光：

用灯原则——广告灯光既要使宣传内容醒目吸引人，又要符合城市夜景灯光规划的统一要求，不能破环城市夜景总体效果。要求采用节能产品，节约能源。

光色及灯光形式控制——以商业为主的区域宜采用有动感的灯光，如闪烁霓虹灯，变换色彩及明暗的灯箱广告，总体以暖色调为主；公共游憩空间宜采用低照度冷色调灯光；居住区周围不能采用闪烁灯光广告；道路交叉口周围区域不得采用闪烁及高亮度红、黄、绿色灯光，避免干扰交通信号可视性。

照度控制——广告灯光应有合适的照度均匀度，一般照明情况下，照度均匀度应≥0.7。灯箱广告照明广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为 1.3－1.5 且不得大于 2。光源应采用寿命大于 8000h、显色指数大于 80 和发光效率大的光源。

3）广告形式：

鼓励使用科技含量高、信息量大的广告形式，如电子屏路名牌灯箱广告牌。在布局上，同一区域同一种形式的广告在外观上应相对统一，避免杂乱。商业密集区以墙身电子屏广告牌、路名牌灯箱广告等形式为主；城市道路以序列布置广告牌、路名牌灯箱广告设施为主，城市出入口以布置大型立杆式广告为主；公园绿地以布置路名牌灯箱广告设施为主。

4）广告材料：

要求广告用材结构牢固，符合安全要求；方便施工，经济合理；鼓励采用可再生材料，符合环保；材质外观符合审美要求，有一定艺术感，符合设计创意要求。

5）广告造型及风格：

广告外观造型要富有文化特质，个体设计应力求多样化和与众不同。既要做到引人瞩目，又要与周围环境融为一体。既要在整体上突出江门市区地方特色，又要使城市的不同区域形成各具个性的广告基本风格。传统街区及周围广告外观设计应多吸收地方传统建筑语言符号，形式上与周围建筑协调；商业区宜较多采用流行风格的广告形式；城市新区、开发区宜采用形式抽象简洁，造型新颖的广告。

表 11.1　各类型广告与依附的建筑物兼容性表

大类	中类	小类	禁设区	严控区				展示区			
			所有建筑	一类展示建筑	二类展示建筑	三类展示建筑	四类展示建筑	一类展示建筑	二类展示建筑	三类展示建筑	四类展示建筑
依附于建筑物的广告	屋顶广告牌	看板广告	×	×	×	×	×	×	×	×	×
		外灯光照明或 LED 光源广告	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	墙面广告	看板广告	×	●	○	×	×	●	○	○	×
		外灯光照明或 LED 光源广告	×	●	○	×	×	●	○	×	×
		电子屏幕广告	×	×	×	×	×	●	○	×	×
注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。											

表 11.2　展示建筑分类表

建筑展示级别	建筑分类
一类展示建筑	经营性商业建筑（如商场、超市、门面等）、综合建筑商业经营部分、车站、码头等
二类展示建筑	商务办公建筑（如银行、保险、酒店、电信等）、企事业办公建筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑
三类展示建筑	医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施
四类展示建筑	行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、居住建筑、地标性建筑、特殊建筑（包括军事、外事、保安、宗教、文物古迹、历史文化保护单位等建筑）

表 11.3　落地式广告与展示用地兼容性表

大类	中类	小类	禁设区		严控区				展示区			
			一类展示用地	其他展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地	一类展示用地	二类展示用地	三类展示用地	四类展示用地
落地式广告	大型立柱广告牌	大型立柱广告牌	×	×	○	×	○	×	○	○	×	×
	小型独立支撑式广告	路名牌灯箱广告	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○
	其他独立广告		×	×	○	×	○	×	○	○	×	×
注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。												

表 11.4　户外广告展示用地分类表

用地展示级别	用地类别
一类展示用地	商业金融业设施用地（B）；体育用地（A4）；区域交通设施用地（H2）；道路与交通设施用地（S）；防护绿地（G2）
二类展示用地	文化设施用地（A2）；工业用地（M）；物流仓储用地（W）；公用设施用地（U）
三类展示用地	居住用地（R）；行政办公用地（A1）；教育科研用地（A3）；医疗卫生用地（A5）
四类展示用地	文物古迹用地（A7）；公园绿地（G1）；特殊用地（H4）；非建设用地（E）等

表 11.5　广告类型与道路分类兼容性表

分区	展示区				严控区				禁设区			
	屋顶广告牌	墙面广告	落地式广告	依附市政设施的广告	屋顶广告牌	墙面广告	落地式广告	依附市政设施的广告	屋顶广告牌	墙面广告	落地式广告	依附市政设施的广告
50 米以上道路	×	○	○	○	×	×	○	×	×	×	○	×
30～50 米道路	×	○	○	●	×	○	○	×	×	×	○	×
30 米以下道路	×	○	○	○	×	×	○	×	×	×	×	×
注：①●表示允许设置；○表示有条件允许设置；×表示不允许设置。 ②道路分类指道路红线范围内及两厢沿街建筑界面（一般控制两厢各 100 米范围内建筑立面及屋顶）。 ③依附市政设施的广告必须严格按照《户外广告设置技术规定》执行，进行整体规划设计，报市政府审批。												

12 户外广告设置技术要求

12.1 安全责任主体

广告设施的安全质量由广告设施设置申请人负责。

12.2 设计施工要求

12.2.1 广告设施应由具备建筑结构设计资质的单位进行设计，施工图纸应盖有设计出图章，并应由具备建筑、安装施工资质的企业按图制作安装施工，施工还应实行监理；

12.2.2 设置的广告设施，其荷载应按相关规定执行，基本风压应按 0.5KN/m²执行（其中公路两侧广告设施应满足 12 级及以上的抗风要求），考虑高度系数；

12.2.3 设置广告设施应根据其所处环境，采取适当的防雷措施，应按《建筑物防雷设计规范》（GB50057-2010）规定执行；

12.2.4 广告设施用电应为低压配电，一般采用三相五线制供电，必须确保接地和安全，应按《民用建筑电气设计规范》JGJ16-2008 规定执行。

12.3 安全检测要求

12.3.1 户外广告设施安全检测必须由已取得所有户外广告设施各分项检测项目计量认证的专业检测单位进行，检测人员必须具有相应检测项目职业资格证及登高架设作业证；

12.3.2 设置期内的户外广告设施产权单位必须每年向有关专业检测单位申报检测；

12.3.3 检测的时效：自户外广告设施正式起用（或循环检测周期的检测合格日）起计算；

12.3.4 经检测鉴定符合结构技术及安全标准的户外广告设施，方可转入下一循环的使用；

12.3.5 经安全检测不合格的户外广告设施，责令限期整改，整改后再向检测机构申请复检；

12.3.6 户外广告设施安全检测应包括：

1）根据原结构图纸及现场测试的实际结构尺寸，使用非线性有限元软件进行结构的强度、刚度及稳定性验算复核；

2）钢结构现场检测：整体垂直度，几何尺寸（迎风面积），钢材强度，钢材截面厚度，防腐层厚度，焊缝质量，螺钉（铆钉），连接螺栓（植筋），钢材锈蚀程度；

3）基础现场检测：基础配筋布置情况，地锚螺栓，基础混凝土强度，墙面结构强度；

4）电气现场检测：配电箱，灯具，导线连接安全性，防雷接地。

12.4 户外广告设施突击性维护检修

12.4.1 在大风季节，应对户外广告设施钢结构进行突击检修和维护保养，重点是结构强度、刚度和结构节点、连接焊缝、螺栓、地脚螺栓(锚栓)；

12.4.2 在大风季节，应对户外广告设施钢结构面板连接的牢固程度进行检修保养和加固处理，尤其是面板的螺钉（包括铆钉），材料的风化、锈蚀程度；薄膜结构的广告画面，应对其牢固度、风化、老化程度进行检修和加固，钢绳的绑扎应牢固可靠；

12.4.3 在大风雷雨季节和梅雨季节，应检查避雷设施和电器安全保险设置，保证安全、正常使用。

12.5 户外广告设施安全性强制要求

12.5.1 户外广告钢结构设计、制作、维护应符合《户外广告设施钢结构技术规程》（中国工程建设标准化协会标 CECS 148:2003），同时符合机械加工、电器安装、印刷美术等质量标准。

12.5.2 广告牌距 10 千伏高压导线垂直净距不得小于 2.2 米，水平净距不得小于 2 米。

12.5.3 广告牌距低压导线或电话线净距不得小于 0.5 米。

12.5.4 广告照明系统应可靠接地，灯具的绝缘等级大于或等于 I 级。对人体易接触到灯箱广告照明系统的供电回路应装设漏电电流动作保护，其漏电动作电流值在正常环境条件下为 30mA，在潮湿环境恶劣场所为 10mA。位置较高的大型外打灯广告构架与防雷装置的连接点不应少于两处；从配电盘引出的电线应穿钢管保护，钢管的一端与配电盘可导电部分相连，另一端与就近的防雷装置相连，钢管因连接设备而在中间断开时应设跨接线；在配电盘内，应在开关的电源侧与外露可导电部分之间装设过电压保护器。

12.5.5 设置在市区车行道上方的户外广告，其设施底部距地面高度不得低于 5.5 米。

12.5.6 市区内街道的消防通道距地面 4.5 米高度以内不得设置户外广告。所有的广告设施的设置必须符合国家有关的消防规范要求。

12.5.7 广告牌支架和箍夹宜采用不锈钢材质，并具有足够的强度。若采用易锈材料如铁质材料制作的，必须做好图层防锈措施。

12.5.8 在高层建筑楼顶设置广告必须全面达标，符合风荷载和屋面承载力技术指标，满足抗震构造要求。需由技术部门做安全鉴定报告，确保设置安全。高层（高度介于 50-100m 之间）建筑物原则上不得设置广告，但重点展示区可适当放宽到 70 米高度。

13 户外广告设置分期规划及实施建议

13.1 分期实施规划

根据城市土地开发情况，坚持可持续发展的原则，应结合城市建设进度规定设置年限。

在近期建设规划的基础上，针对新时期的城市定位、城市经济、产业、文化发展策略以及户外广告市场的发展情况等因素，规划确定根据《江门市区户外广告专项整治工作方案》、《关于进一步加强户外广告设置管理工作的通知》，近期江门市区户外广告设施以整治改造为主，逐步拆除违章违规广告、屋顶广告牌、更新陈旧或破损的广告、新建广告鼓励采用高科技、信息量大的广告形式，统一主要道路沿线商业招牌设置样式及规模。

建议**蓬江区滨江新区商圈、蓬江区北新区商圈、江海区中环广场一带商圈、新会区会城街道美吉特广场、万达一带商圈等重点地段、交通节点以及公交站场**为近期户外广告设施规划实施重点区域。

13.1.1 蓬江区滨江新区商圈

江侨路、华盛路、江门大道、滨江大道围合区域，以江门体育中心、观澜河周边商业、华盛路沿线为户外广告重点展示区域。

近期建议拆除江沙路与江侨路交叉口过密户外广告牌；

在华盛路与天沙河路交叉口新增三面立柱广告牌，统一设置体育中心、观澜河周边商业建筑物外立面户外广告，并新增电子屏广告牌。

13.1.2 蓬江区北新区商圈

江侨路、迎宾大道、江门大道、港口路围合区域，以万达（蓬江）商业中心、大融城（汇悦城）商业中心、奥园商业中心、益华商业中心为户外广告重点展示区域。

近期建议拆除建设路与江侨路交叉口过密户外广告牌；拆除白石大道、港口路、迎宾大道现状屋顶广告；拆除篁庄大道与丰乐交叉口电子屏广告牌。

结合建筑主体统一设置万达商业中心、大融城（汇悦城）商业中心、奥园商业中心、益华商业中心建筑物外立面户外广告，并建议万达商业中心结合绿地广场新增大型电子屏广告牌。

13.1.3 江海区中环广场一带商圈

东海路、五邑路、胜利南路、江门河围合区域，以中华广场商业体、江海广场商业体、东汇城商业体（在建）为户外广告重点展示区域。

近期建议拆除区域内现状屋顶广告；拆除东海路与新中大道交叉口（住建大厦）电子屏广告牌。

结合建筑主体统一设置中华广场商业体、江海广场商业体建筑物外立面户外广告，并建议东汇城商业体外墙广告根据相关规定进行统一建设。

13.1.4 新会区会城街道美吉特广场、万达一带商圈

新会大道、江门大道、今洲路、三和大道围合区域，以万达（新会）商业中心、美吉特广场商业体为户外广告重点展示区域。

近期建议从安全角度考虑，拆除四村立交隧道口广告牌；拆除区域内屋顶广告牌。

结合建筑主体统一设置万达（新会）商业中心、美吉特广场商业体建筑物外立面户外广告。

13.1.5 交通节点以及公交站场

江门城际轨道江门站、江门东站、江门汽车总站、新会汽车总站结合建筑主体统一设置户外广告牌。

建议公路、主次干路现有立杆公交停靠站牌改造为带广告牌设置的公交站候车亭，并按规定设置户外广告牌。

13.2 户外广告牌设置年限控制说明

户外广告设施设置年限须符合《江门市户外广告设施和招牌设置管理条例》规定。

13.2.1 大型户外广告（10 平方米以上）

1）立柱式户外广告设施为五年（建议管理部门对批准设置的立柱式户外广告设施进行电子编码标识，以便实时监管）；

2）电子显示装置户外广告设施为五年；

3）建筑物外立面户外广告设施为三年；

4）其他类型户外广告设施为一年。

大型户外广告设施设置期限不得超过设置人使用户外广告设施载体的期限。

大型户外广告设施设置期满需要续期的，应当在设置期限届满三十日前，向城市管理主管部门申请办理续期手续，每次续期不得超过一年，累计续期不得超过两次。

设置期限届满未续期的，大型户外广告设施设置人应当自设置期限届满后十日内拆除户外广告设施。

13.2.2 临时户外广告

临时性户外广告设施设置期限不得超过十日；大型活动可以申请延期，延期不得超过两次，每次不得超过五日。设置人应当在设置期满后三日内拆除临时性户外广告设施并恢复原状。

13.3 户外广告设施维护与监管

户外广告设施或者招牌设置人是户外广告设施或者招牌的维护管理责任人，应当加强日常维护管理，保持户外广告设施或者招牌的安全、整洁、完好、美观。

户外广告出现画面污损、褪色、字体残缺或者设施破损等影响市容市貌情形的，应当及时维修、更新，经维修不能排除安全隐患的，应当及时拆除。设置电子显示装置等设施的，应当保持画面显示完整；出现断亮、残损的，应当及时维护、更换，并在修复前停止使用。遇到台风、暴雨等恶劣天气，户外广告设施设置人应当及时采取加固、断电等安全防范措施。鼓励户外广告设施的设置人为户外广告设施购买安全责任保险。

招牌设置人应当保持招牌的清洁、美观、完好，并确保其牢固、安全。招牌污渍明显、缺笔少划、残旧破损的，设置人应当及时修复、更换。

城市管理主管部门应当建立巡查、检查制度，督促户外广告设施和招牌设置人履行维护管理责任，采取有效措施排除安全隐患。城市管理主管部门与其他相关管理部门在户外广告设施和招牌监督管理中，应当互通信息，协作配合。镇人民政府、街道办事处发现违反户外广告设施和招牌设置管理规定的，应当及时向有关部门报告，并协助查处。

图　近期实施区域示意图

14 附则

14.1 术语释义

1、户外广告：指在户外独立或借助建（构）筑物设置的、向公众显示商业、服务信息的商业性广告，宣传及教育的公益广告（但不包括利用交通工具、气球及以其它形式在户外设置、绘制、悬挂、张贴的移动广告）。

2、落地式广告设施：指从地面而起以单个或多个柱体支撑、排架支撑（即立柱式、排架式）的广告看板、灯箱、显示屏（牌）、霓虹灯或其它造型广告以及指示牌。主要包括三类：立柱式广告、牌式广告、路名灯箱广告。

3、附着式广告设施：指附着于建（构）筑物及公共设施和交通工具设置的广告看板、灯箱、显示屏（牌）或其它造型广告。

4、屋顶广告牌：指任何设置在建筑屋顶或女儿墙上，或由建筑屋顶延伸出的立柱或其它支撑结构支撑的高度超出建筑屋顶平面 30 厘米的广告，包括喷绘看板、滚动看板、LED 光源等多种类型。

5、墙面广告：指平行或垂直建筑外墙的广告，包括喷绘看板、滚动看板、LED 光源、投影、电子屏幕等多种型。

6、平行于建筑物外墙广告：指通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上，且与外墙平行的广告。

7、垂直于建筑物外墙广告：指通过构架或构筑物依附于建筑外墙面、立柱面上，且与外墙垂直的广告。

8、大型立柱式广告：指利用地面为载体，通过独立支撑柱固定广告牌发布广告信息的大型户外空间广告，一般有两面或三面形式，也有四面形式、圆柱形式，面积一般大于 50 平方米（含 50 平方米）。

9、临时广告：主要指对施工场地进行遮挡或对破败环境进行遮挡的户外广告，一旦施工或清理完毕即行实施拆除。

10、依附广告的建筑物分类：按照依附建筑物的使用用途，建筑物可以分为四类：

一类建筑：经营性商业建筑（如商场、超市、门面等）、综合建筑商业经营部分、车站、码头等；

二类建筑：商务办公建筑（如银行、保险、酒店、电信等）、企事业办公建筑、文化娱乐建筑、科研办公建筑（如设计院所等）、工业与仓储建筑；

三类建筑：医院、教育建筑（如中小学、大学学校附属建筑）、体育场馆、市政设施；

四类建筑：行政办公建筑（省、市、区行政附属单位办公建筑）、居住建筑、地标性建筑、特殊建筑（包括军事、外事、保安、宗教、文物古迹、历史文化保护单位等建筑）。

11、户外广告展示区：指商业功能与行为密集的区域，主要包括城市的商业中心、次中心、港澳码头、车站地区、商业步行街、市场区等区域。

12、户外广告严控区：指城市风貌特色相对明显或居住功能相对集中的区域。主要包括城市的新建住宅区以及工业区等。

13、户外广告禁设区：主要指重要的城市公园、生态绿地、政府机关、军事机关、历史文化保护单位等场所的区域范围。

14、不雅内容广告：指产生不良影响内容的户外广告，如涉及治疗性传播疾病、性生活用品、过度暴露女性胴体、殡葬用品或服务等方面的户外广告。

14.2 尺寸、面积规定与释义

1、户外广告的高度（H）：包括牌面高度与附属设施高度两种。本标准如无特殊说明，一般广告高度指广告牌面的高度。

2、户外广告的净空高度（h）：可分为两种情况，当属于依附于建筑的户外广告时，其净空高度为牌面及其附属设施下沿到其支撑结构所处地面或屋面的最小距离；当属于独立式户外广告时，其净空高度是指广告牌面下沿到其支撑结构所处地面的最小距离。

3、户外广告宽度（W）：是指落地式户外广告牌面和其附属设施在水平方向的最大距离。

4、户外广告牌面厚度（B）：是指户外广告牌面在垂直于广告牌面方向上的最大距离。

5、户外广告牌面与建筑外立面的距离（d）：是指户外广告与建筑外立面在水平方向的最小距离。

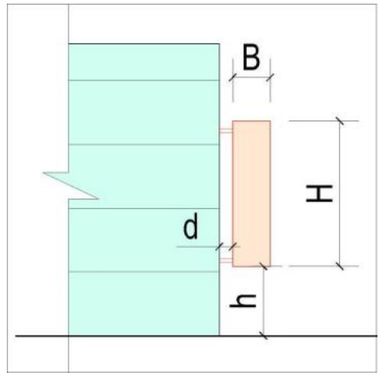
6、户外广告与道路路幅边线的距离（D）：是指户外广告与道路路幅边线在水平方向的最小距离。

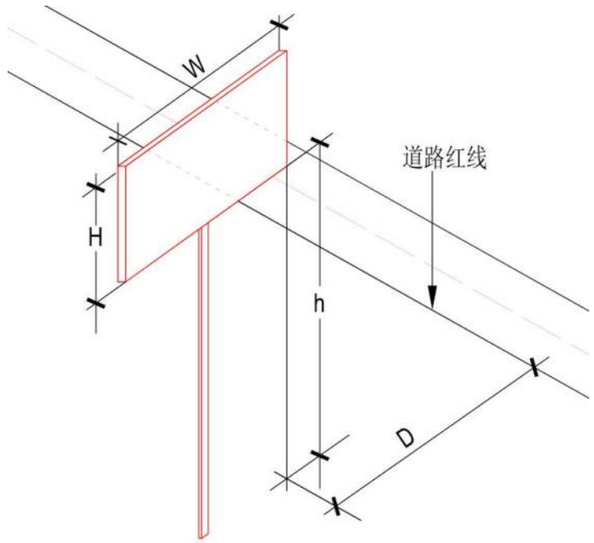
7、规则形状的户外广告面积：矩形牌面的户外广告，使用数学公式来计算其面积；非矩形牌面的户外广告，包括圆形、椭圆形、三角形、平行四边形，皆按照能围合该图形的最小矩形的面积来计算该广告面积。

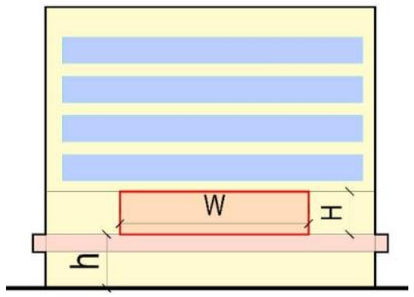
8、不规则形状的户外广告面积：外边缘为直边（少于或等于 8 边）的不规则形状的户外广告的面积，其面积按照其直边围合的图形面积计算，而外边缘为曲线或外边缘边数大于 8 的直边围合的不规则形户外广告，其面积按照能围合该不规则图形的最小矩形的面积计算。

9、大型户外广告牌指面积 50 平方米（含 50 平方米）以上广告牌，较大型悬挂外飘式广告灯箱指单面面积 3 平方米（含 3 平方米）以上广告灯箱。（《江门市区户外广告管理办法》）

广告尺寸释义：







14.3 用词说明

1、执行本指引条文时，对于要求严格的用词说明如下，以便执行中区别对待。

2、表示很严格，非这样做不可的用词：正面词采用**“必须”**；反面词采用**“严禁”**。

3、表示严格，在正常情况下均应这样做的用词：正面词采用**“应”**；反面词采用**“不应”**或**“不得”**。

4、表示允许稍有选择，在条件许可时首先这样做的用词：正面词采用**“宜”**或**“可”**；反面词采用**“不宜”**。

5、条文中指明应按其它有关标准、规范执行的写法为**“应按……执行”**或**“应符合……要求或规定”**，非必须按所指定的标准和规范执行的写法为**“可参照……执行”**。

6、条文中下列用词分别表示为以下关系：**“不得小于”**表示**“应大于或等于”**；**“不得低于”**表示**“应高于或等于”**；**“不得大于”**表示**“应小于或等于”**；**“不得超过”**表示**“应小（低）于或等于”**；**“不得高于”**表示**“应低于或等于”**。

14.4 广告制作相关技术规范

注：户外广告牌的制作内容比较广泛，根据不同类型的广告牌，其制作和材料规范包括：

1、GB/T70—1988 碳素结构钢；

2、GB/T1228—1991 钢结构用高强度大六角头螺栓；

3、GB/T1229—1991 钢结构用高强度大六角螺母；

4、GB/T1230—1991 钢结构用高强度垫圈；

5、GB/T1231—1991 钢结构用高强度大六角头螺栓、大六角螺母、垫圈技术；

6、GB/T1591—1995 低合金高强度结构钢；

7、GB/T3632—1995 钢结构用扭剪型高强度螺栓连接副；

8、GB/T3633—1995 钢结构用扭剪型高强度螺栓连接副 技术条件；

9、GB/T5117—1995 碳钢焊条；

10、GB/T5118—1995 低合金钢焊条；

11、GB/T5780—2000 六角头螺栓 C 级；

12、GB/T5782—2000 六角头螺栓；

13、GB/T14957—1994 熔化焊用钢丝；

14、GB50007—2011 建筑地基基础设计规范；

15、GB50009—2012 建筑结构荷载规范；

16、GB50010—2010 混凝土结构设计规范；

17、GB50011—2010 建筑抗震设计规范；

18、GB50017—2017 钢结构设计规范；

19、GB50018—2002 冷弯薄壁型钢结构技术规范；

20、GB50057—2010 建筑物防雷设计规范；

21、GB50204—2015 混凝土结构工程施工质量验收规范；

22、GB50205—2002 钢结构工程施工质量验收规范；

23、GB/T50328—2014 建设工程文件归档整理规范；

24、GBJ16—2014 建筑设计防火规范（附条文说明）（2018 年版）；

25、GBJ107—2010 混凝土强度检验评定标准；

26、GBJ135—2006 高耸结构设计规范；

27、JGJ94—2008 建筑桩基技术规范；

28、CECS28—2012 钢管混凝土结构设计与施工规程。

● 技术图纸

图纸目录

01 区域位置图

02 大型户外广告现状图

03~17 大型户外广告现状分图

18 江门市区总体规划图

19 道路系统规划图

20 户外广告设置分区图

21 户外广告整治规划图

22 新增户外广告布局总图

23~27 新增户外广告布局分图

28 户外广告规划布局总图

29~33 户外广告规划布局分图