



# 重庆两江新区户外广告设置详细规划 (鸳鸯等8个街道) (2022-2025年)

【 文 本 】

【 规 划 缩 图 】

重庆两江新区城市管理局

2024年2月

# 第一部分

## 文本

## 目 录

<b>第 1 章 总则</b> .....	<b>1</b>
第一条 编制目的 .....	1
第二条 指导思想 .....	1
第三条 规划范围 .....	1
第四条 规划年限 .....	1
第五条 规划对象 .....	1
第六条 规划依据 .....	1
第七条 强制性内容 .....	2
第八条 规划原则 .....	2
第九条 规划目标 .....	2
<b>第 2 章 规划布局</b> .....	<b>3</b>
第十条 规划户外广告类型 .....	3
第十一条 规划布局分区 .....	3
第十二条 规划结构 .....	3
第十三条 面积控制 .....	3
<b>第 3 章 规划引导</b> .....	<b>4</b>
第十四条 总体规划引导 .....	4
第十五条 各类型户外广告设施管控要求 .....	5
第十六条 展示区已建重要区域规划引导 .....	6
第十七条 展示区未建区域规划引导 .....	9
第十八条 控制区规划引导 .....	9
第十九条 公益广告设施设置规划引导 .....	9
<b>第 4 章 规划实施</b> .....	<b>10</b>
第二十条 地位和作用 .....	10
第二十一条 对户外广告整治实施工作的引导 .....	10
<b>第 5 章 附则</b> .....	<b>11</b>
第二十二条 文本生效 .....	11
第二十三条 文本修改 .....	11
第二十四条 用词说明 .....	11
<b>附表</b> .....	<b>12</b>

## 第1章 总则

### 第一条 编制目的

为全面落实市规划委员会暨市历史文化名城保护委员会第十二次会议精神，加快构建户外广告设置规划管理体系，进一步完善重庆两江新区户外广告设置管理依据，规范设置行为，提升设置品质，根据市城市提升行动工作部署，结合《重庆市中心城区户外广告设置总体规划（2021—2025年）》《重庆市城市管理局关于抓好户外广告设置详细规划编制工作的通知》及《重庆市城市管理局关于加快推进户外广告设置详细规划编制的工作通知》等要求，做到宏观上统筹设置密度、中观上控制设置点位、微观上引导设置形态，增强户外广告规划的科学性、前瞻性、可实施性，使重庆两江新区户外广告设置与城市环境风貌相适应，与地域历史文脉相融合，充分体现社会效益的同时，发挥经济作用，特编制本规划。

### 第二条 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神，全面贯彻落实习近平总书记关于“抓城市工作，一定要抓住城市管理和和服务这个重点，不断完善城市管理和和服务，彻底改变粗放型管理方式，让人民群众在城市生活得更方便、更舒心、更美好”的重要指示精神。深化落实习近平总书记关于推动长江经济带发展的重要指示以及对重庆提出的营造良好政治生态，坚持“两点”定位、“两地”“两高”目标，发挥“三个作用”和推动成渝地区双城经济圈建设等重要指示要求。不断加强城市精细化管理，提升社会治理能力，增强社会发展活力，展示“山水之城、美丽之地”的独特魅力，努力推动高质量发展、创造高品质生活。将两江新区打造为内陆开放门户和重庆智慧之城，成为高质量发展引领区和高品质生活示范区。

### 第三条 规划范围

重庆两江新区天宫殿、人和、大竹林、康美、礼嘉、金山、鸳鸯、翠云等 8 个街道，面积约 130 平方公里。区内兰海高速、沪渝高速、内环快速路、渝都大道、公交及轨道设施等区域设置的户外广告规划应从其各自的详细规划（或专项规划），不纳入本次规划编制范围。

### 第四条 规划年限

本次规划年限为 2022—2025 年。

### 第五条 规划对象

户外广告设施是指利用建（构）筑物、场地、设施、交通工具等设置的灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌、实物造型或其他形式向户外发布广告信息的设施。本次规划对象为户外商业广告设施和公益广告设施。

## 第六条 规划依据

- 1、《中华人民共和国民法典》（2020 年 5 月 28 日，十三届全国人大三次会议表决通过，国家主席令 45 号予以公布，自 2021 年 1 月 1 日起施行）；
- 2、《中华人民共和国城乡规划法》（2007 年 10 月 28 日第十届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过，国家主席令 74 号予以公布，根据 2019 年 4 月 23 日第十三届全国人民代表大会常务委员会第十次会议《关于修改〈中华人民共和国建筑法〉等八部法律的决定》第二次修正）；
- 3、《中华人民共和国广告法》（国家主席令 23 号予以公布，根据 2021 年 4 月 29 日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议《关于修改〈中华人民共和国道路交通安全法〉等八部法律的决定》第二次修正）；
- 4、《城市市容和环境卫生管理条例》（根据 2017 年 3 月 1 日国务院令 676 号发布的《国务院关于修改和废止部分行政法规的决定》修正）；
- 5、《城市容貌标准》GB50449-2008；
- 6、《城市户外广告和招牌设施技术标准》CJJ/T149-2021；
- 7、《城市夜景照明设计规范》JGJ/T163-2008；
- 8、《重庆市城乡规划条例》（2016 年 11 月 24 日重庆市第四届人民代表大会常务委员会第二十九次会议通过，根据 2019 年 9 月 26 日重庆市第五届人民代表大会常务委员会第十二次会议《关于修改〈重庆市土地房屋权属登记条例〉等五部地方性法规的决定》第二次修正）；
- 9、《重庆市市容环境卫生管理条例》（根据 2018 年 7 月 26 日重庆市第五届人民代表大会常务委员会第四次会议《关于修改〈重庆市城市房地产开发经营管理条例〉等二十五件地方性法规的决定》第二次修正）；
- 10、《重庆市户外广告管理条例》（根据 2022 年 9 月 28 日重庆市第五届人民代表大会常务委员会第三十七次会议《关于修改〈重庆市旅游条例〉等二十三件地方性法规的决定》第四次修正）；
- 11、《户外广告设置规范》（重庆市城市管理标准 CG028-2019）；
- 12、《重庆市中心城区户外广告设置总体规划（2021—2025 年）》；
- 13、《两江四岸整体规划和城市设计》；
- 14、《重庆市两江新区国土空间规划（2021—2035 年）》；
- 15、其他相关法律法规。

## 第七条 强制性内容

本规划文本中黑体字和第二十四条中约定为“严格”及以上等级条款的为强制性内容。**强制性内容不得擅自修改，确需修改的，由两江新区城市管理部门组织论证，提出规划修改方案，按照原程序报审。**

## 第八条 规划原则

### 1、安全性原则

户外广告设施的设置首先应保障城市公共安全，不应影响车辆、行人通行安全，不应妨碍安全疏散、灭火救援、建筑消防排烟，不应影响建（构）筑物及设施等被依附载体的安全和使用功能，规划通过对户外广告设施设置位置、体量、形式等进行控制，强化规范管理。

### 2、融合性原则

户外广告设施的设置应当与城市的建筑、景观风貌相适应，突出城市特色，设施尺度、形式和风格应与周边环境相协调，并应注重夜晚景观效果，不应损害建（构）筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，不应影响建（构）筑物及设施等被依附载体的整体效果。

### 3、艺术性原则

户外广告设施的设置应当结合地域文化特色，强调户外广告设施的艺术性。

### 4、适配性原则

户外广告设施的设置须与所处区域的功能业态需求相适应，满足城市设计和相关规划的要求，不应妨碍他人生产经营或居民正常生活，不应影响他人对建（构）筑物或设施的合法使用，与城市公共宣传相配合，科学布局，合理发挥户外广告的传播效应。

### 5、绿色性原则

户外广告设施的设置应以保护环境与节约能源为前提，不破坏城市绿化和生态环境，宜采用新技术、新工艺、新材料、新设备和新产品，避免对环境造成声、光等污染。

### 6、创新性原则

户外广告设施的设置应重视形式与技术的创新，提升户外广告设施的艺术性与时代感。

### 7、正向性原则

户外广告内容应当真实、合法、健康，体现社会主义核心价值观，符合精神文明建设要求，符合《中华人民共和国广告法》等相关法律法规的规定。不得含有下列内容：违背社会公德和良好风尚的，惊扰社会公众的，损害未成年人身心健康的，法律、法规规定不得含有的其他内容。

## 第九条 规划目标

通过对两江新区户外广告进行预控与整治，优化提升城市风貌，塑造良好的城市界面，围绕分区规划“开放门户、智慧之城”两大主题，鼓励创新创意，将两江新区文化融入户外广告设置中，彰显城市魅力。

## 第2章 规划布局

### 第十条 规划户外广告类型

可以设置附属式户外广告、独立式户外广告和移动式户外广告。具体为墙面广告、围墙广告、电子显示装置类广告、独立式（立杆杆式户外广告设施、底座式户外广告、大型落地式广告）、创意广告等户外广告类型。

### 第十一条 规划布局分区

结合《重庆市中心城区户外广告设置总体规划（2021—2025 年）》，根据最新控制性详细规划，本次规划按照展示区、控制区和禁止设置区来划分广告设置布局分区。

1、展示区：指为服务商业经济发展可以设置多样化的户外广告设施的区域，助推商业活力营造。主要包括红星美凯龙、财富中心、星汇两江、江与城、协信星光天地、奥特莱斯、汽博中心、爱琴海、金科时代中心、聚信美、礼嘉等城市重点商业区域。面积约 2.28 平方公里。

区内允许设置多样化户外广告设施，鼓励设置创意广告和新型展示形式的户外广告设施。建筑附属广告设施总面积应小于所在墙面面积（允许设置户外广告的墙面区域）的 30%，墙面广告的设置区域控制在 18 层或 55 米以下。

2、控制区：指为服务城市公共功能和宣传需要，可以适度设置户外广告设施的区域。主要包括重庆北站、重庆涉外商务区、融创金贸时代、龙湖两江星悦荟、汉国金山中心、龙湖礼嘉天街、茂悦里等重要商圈和展示区周边区域以及社区级商业集中的区域，面积约 13.93 平方公里。

区内户外广告设施设置必须整体有序，建筑附属广告设施总面积应小于所在墙面面积（允许设置户外广告的墙面区域）的 15%，墙面广告设施的设置区域控制在 6 层或 30 米以下。

3、禁止设置区：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，以及为保护城市整体环境品质需要禁止设置户外广告设施的区域。主要包括政府行政办公、教育科研、医疗卫生、文物古迹、居住（纯居住用地内，单独占地且面积大于 10000 平方米的商业建筑可以设置户外广告）、军事安保等用地，以及公共绿地（市管道路两侧保护绿地、主城绕城高速公路及其以外的高速公路出入口至城区连接干道两侧保护绿地、快速路两侧宽度 20 米以上的保护绿地除外）、工业仓储、市政设施及其廊道、城市车行道路（公交候车亭除外）、公路、生态廊道及水域等用地，此外，嘉陵江沿岸头排地块面江区域为户外广告设施禁止设置区域。

现状已设置的违规广告，应根据《重庆市中心城区户外广告设置总体规划（2021—2025 年）》和本规划相关指引，编制户外广告设置整治实施方案，并于规划期末前逐步拆除。

### 第十二条 规划结构

结合城市空间及功能结构，整体形成“严控一带、突出两核、发展六廊多点”的户外广告布局结构。

一条控制带：嘉陵江滨江广告严管控制带。

两个展示核心：光环购物中心（面积：0.11 平方公里）、礼嘉片区商业中心（面积：0.75 平方公里）。

六条展示廊道：金开大道（长度：16.95 公里）、金州大道（长度：10.24 公里）、金渝大道（长度：12.48 公里）、金兴大道（长度：11.71 公里）、金山大道（长度：11.37 公里）、金通大道（长度：13.34 公里）。

多个展示节点：各街道内商业集中区域的广告节点。

### 第十三条 面积控制

到 2025 年，规划区户外广告面积总量上限为 24945 平方米。

按照户外广告性质：商业户外广告面积不超过 22450 平方米，公益户外广告面积不低于规划总量的 10%。

按照户外广告形式：附属式户外广告面积总量上限为 22545 平方米，独立式户外广告面积总量上限为 2400 平方米，规划独立式广告点位在不突破独立式广告面积总量的情况下，可根据城市建设发展合理适当调整点位位置，独立式户外广告涉及绿地的，设置前应征求绿地管理部门的意见。

按照户外广告控制分区：展示区户外广告面积总量上限为 18204 平方米。其中礼嘉片区 4208 平方米，鸳鸯片区 7182 平方米，大竹林片区 1221 平方米，人和片区 217 平方米，金山片区 4379 平方米，天宫殿片区 997 平方米。保证六大片区户外广告面积总量不变的前提下，各节点户外广告面积可视情况进行增减平衡，浮度不超过 20%。控制区户外广告面积总量上限为 4341 平方米。在不突破总量的前提下，展示区和控制区之间的总量也可以增减平衡，浮度不超过 20%。

具体数据详见附表 1（规划独立式和附属式户外广告设施面积统计表）、附表 2（规划各控制分区户外广告设施面积统计表）。

## 第3章 规划引导

### 第十四条 总体规划引导

#### 1、户外广告实施应满足以下禁止性内容

- 1) 禁止设置影响交通安全的户外广告，禁止利用交通安全设施、交通标志设置户外广告设施。
- 2) 禁止设置影响公共安全的户外广告设施。
- 3) 禁止设置妨碍居民正常生活的户外广告设施。
- 4) 禁止设置损害市容市貌或者建筑物形象的户外广告设施。
- 5) 禁止在政府行政办公、学校、文物古迹、历史建筑、名胜风景区、军事等特殊用地单位及其建筑控制地带设置户外广告设施。
- 6) 禁止采用布幅标语、彩旗、吊旗设置户外商业广告设施。
- 7) 禁止利用施工围挡设置户外广告设施。
- 8) 禁止在在建、改建楼盘外墙面设置户外商业广告设施。
- 9) 禁止利用城市绿地、行道树、亭棚伞、垃圾箱等各类公共设施设置户外广告设施。
- 10) 禁止在居住建筑（使用功能）上设置户外广告设施。
- 11) 禁止在建(构)筑物楼顶、女儿墙、阳台上设置户外广告设施。
- 12) 禁止在两江新区城市建设区内设置大型高立柱户外广告设施（单立柱 T 型牌广告）。
- 13) 除商业步行街和商业街坊内圈外，户外广告禁止播放声音。

#### 2、户外广告设施还应满足以下安全等其他内容要求

- 1) 照明方面的要求
  - A. 户外广告设施照明应符合国家现行标准《室外照明干扰光限制规范》GB/T 35626、《城市夜景照明设计规范》JGJ/T 163 的规定，应严格控制照明器具投射角度和照明亮度不应影响居民正常生活、交通安全及周边生态环境。
  - B. 采用外投光照明时，散射到户外广告表面外的溢散光不应超过 20%；外投光户外广告表面的亮度均匀度  $U_1(L_{min}/L_{max})$  不宜小于 0.6。
  - C. 内透光、外投光广告设施表面的平均亮度限值应符合附表 3 的规定；自发光、LED 显示屏等电子显示装置户外广告应符合附表 4 的规定。
  - D. 机动车道两侧和人行道两侧的 LED 显示屏广告不宜设置动态模式。

- E. 投影广告的投影光束不应影响行人、车辆通行安全和周边居民正常生活，不应投射在住宅门窗上。
  - F. 其他关于户外广告设施照明的要求参照《城市户外广告和招牌设施技术标准》CJJ/T149-2021 等相关技术规定中要求。
- 2) 建（构）筑物户外广告设施材料要求
 

户外广告设施的结构材料、面板材料、连接材料、电器件及照明器材应符合《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）等相关技术规定中的要求。
  - 3) 结构设计方面的要求
    - A. 在既有建(构)筑物上设置金属结构的户外广告设施，应对建(构)筑物结构安全进行评估，不应建(构)筑物结构安全构成威胁。
    - B. 户外广告设施的金属结构选型、布置和构造应便于制作、安装和维护。户外广告设施设计文件应明确设计工作年限。
    - C. 户外广告设施结构应按承载能力极限状态和正常使用极限状态进行设计。按承载能力极限状态设计时，应考虑荷载效应的基本组合；按正常使用极限状态设计时，应考虑荷载效应的标准组合。考虑地震作用时，应按地震作用效应和其他荷载效应的基本组合进行设计。
    - D. 按承载能力极限状态设计时，结构重要性系数应符合下列规定：
      - a. 设计工作年限为 20 年，取值不应小于 1.1。
      - b. 设计工作年限为 10 年，取值不应小于 1.0。
      - c. 设计工作年限为 5 年，取值不应小于 0.9。
    - E. 作用在户外广告设施结构上的荷载取值应符合现行国家标准《建筑结构荷载规范》GB 50009 规定，其中风荷载为主控荷载，风荷载标准值按基本风压取值。地震作用计算应按现行国家标准《建筑抗震设计规范》GB 50011 执行。
    - F. 其他关于户外广告设施结构设计的要求参照《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）等相关技术规定要求。
  - 4) 施工及验收方面的要求
    - A. 户外广告设施基础、混凝土结构施工、验收应符合设计要求和本标准的规定，并应符合现行国家标准《建筑地基基础工程施工质量验收标准》GB 50202、《混凝土结构工程施工质量验收规范》GB 50204 的规定。

- B. 户外广告设施金属结构施工、验收应符合设计要求和本标准的规定，并应符合现行国家标准《钢结构工程施工质量验收标准》GB 50205、《铝合金结构工程施工质量验收规范》GB 50576 的规定。
- C. 户外广告设施电气照明和防雷施工、验收应符合设计要求和本标准的规定，并应符合现行国家标准《建筑电气照明装置施工与验收规范》GB 50617、《建筑物防雷工程施工与质量验收规范》GB 50601 的规定。
- D. 当户外广告设施施工质量不符合本标准规定时，应按下列规定处理：
- 经返修或更换构、配、件的检验批，应重新验收。
  - 经法定检测单位检测鉴定达到设计要求的检验批，应验收。
  - 经法定检测单位检测鉴定达不到设计要求，但经原设计单位核算认可满足结构安全和使用功能的检验批，可验收。
  - 经返修或加固处理后，能满足结构安全和使用功能要求时，可按处理技术方案和协商文件验收。
  - 通过返修或加固处理仍不能满足安全使用要求的，严禁验收。
- E. 其他关于户外广告设施施工及验收的要求参照《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）等相关技术规定要求。
- 5) 运营管理方面的要求
- 应加强户外广告设施的投放、保养、维修、安全检查、更换、拆除、信息管理等日常管理工作，并应制定灾害性天气应急预案。在气候环境突变时，必须加强对户外广告设施的检查，并采取安全防护措施。
  - 户外广告设施在设置期内，应每年进行安全检测。当发现户外广告设施有可能存在重大安全隐患时应进行安全检测。安全检测结果不符合规定的，应立即拆除或整改，整改后应重新进行安全检测。达到设计工作年限的，应予以拆除。
  - 应加强城市户外广告设施信息管理。信息化管理系统建设应符合现行行业标准《城市户外广告设施巡检监管信息系统》CJ/T 532 的规定。
  - 其他关于户外广告设施运行管理的要求参照《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）等相关技术规定要求。

## 第十五条 各类型户外广告设施管控要求

### 1、墙面广告设施

1) 平行于墙面设置的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 0.5 米；禁止在建筑物 18 层或 55 米以上墙面部分设置墙面广告设施；同一墙面上的广告总面积不应大于该墙外立面（可设广告墙面）面积的 30%；平行于建筑外墙的户外广告设施材质为喷绘广告时，单个面积不宜大于 100m<sup>2</sup>。

2) 同一建筑立面上连续设置的广告设施宜统一牌面位置、尺寸和间距；各类平行于建筑外墙广告设置不得改变建筑立面的构图关系，且不得遮挡建筑有特色的立面；位于街道转角的建筑，其转角处的户外广告应整体设计。

3) 垂直于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面，设置顶部高度不宜超过 24 米（从建筑±0.00 标高开始计算），广告设施最大高度不宜超过 9 米，最大外挑距离不应超过 2 米；广告设施设置应符合架空线安全要求，净距应符合规划要求。

4) 墙面设置的户外广告设施不宜突出道路红线或用地红线。当必须突破道路红线或用地红线时，应经过当地主管部门批准，并符合下列规定：当位于人行道上空时，3 米以下，不应突出；3 米及以上，突出的深度不应大于 0.6 米；当位于无人行道的路面上空时，4 米以下，不应突出；4 米及以上，突出的深度不应大于 0.6 米。

5) 非展示区内的墙面广告不得遮挡窗户或玻璃幕墙，展示区内商业零售建筑的玻璃幕墙上设置贴膜式户外广告设施的，必须满足建筑消防安全和采光通风的正常要求。

6) 严格控制传统风貌区、历史文化街区内的墙面广告，其中核心保护区和建设控制地带（区）内禁止设置墙面广告设施，风貌协调区内的墙面广告设施形式和色彩须与区内建筑风貌相协调。

7) 新建建筑设计方案，应当预留墙面广告设施的设置位置，应将其户外广告设施设置方案结合建筑立面设计一并报审。

### 2、围墙广告设施

1) 广告设施的体量要与围墙形式及所处环境整体协调，禁止在未预留广告位置的围墙上设置广告设施；户外广告设施不得影响围墙安全。

2) 透空围墙上不宜设置户外广告设施，历史街区的实体围墙不得设置户外广告。

3) 围墙广告设施不得超出围墙的顶部，宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面，广告设施突出墙面的距离不得超过 0.1 米，其突出墙面的部分不得妨碍行人的安全。

4) 户外广告设施不得影响围墙安全。同一路段同一风格围墙上，广告设施宜统一位置、尺寸和间距。

5) 施工围墙设置广告应采用喷绘、张贴等形式，不得突出墙面。

6) 施工围挡广告只能作为临时广告，只允许发布该地块建设项目的形象广告或公益广告，公益广告比例不得小于 30%，同时做到安全、简洁、美观，施工后必须及时拆除。

### 3、电子显示装置类广告设施

1) 电子显示装置类广告设施有小型电子显示屏广告设施、大型电子显示屏广告设施、隐形式显示屏广告设施、投影广告设施等类型，面积不宜大于 300 平方米。

2) 在车行道路沿线后退道路红线距离小于 25 米或面向来车方向区域设置的电子显示装置类广告设施不得播放连续活动画面，车行道路沿线禁止设置播放声音的电子显示装置类广告设施；禁止在建构筑物 2 层或 6 米以下、6 层 30 米以上墙面部分设置电子显示装置类广告设施。

3) 高速公路两侧 100 米内、城市快速路两侧及第一排建（构）筑物立面且面向道路设置的，以及在道路交叉口及位于道路交叉口的建（构）筑物面向道路设置的 LED 显示屏广告，应采用画面缓慢切换的刷屏形式，每帧画面停顿时间不应小于 7 秒。

4) 电子显示装置类广告设施不得对居民造成光污染和电磁辐射污染，开启时间不宜早于 7:00，关闭时间不宜晚于 22:00，重大节庆活动等特殊活动除外。

5) 电子显示装置类广告应具有亮度调节功能，设置在展示区的，LED 屏表面的平均夜间亮度不得超过  $1000\text{cd}/\text{m}^2$ ；设置在控制区的，夜间亮度不得超过  $800\text{cd}/\text{m}^2$ （LED 显示屏的平均夜间亮度限值指的是全白屏的值，动态广告的限制应为上述数值的 1/2）。

6) 其他电子显示装置类户外广告设施要求参照《城市户外广告和招牌设施技术标准》CJJ/T149-2021。

### 4、立杆式户外广告设施

1) 广告设施设置位置不得影响行人通行，宽度小于 3 米的人行道不得设置立杆式户外广告设施。

2) 广告设施不得超出人行道路沿石外缘，且牌面外缘距人行道路沿石外缘不得小于 0.2 米。

3) 广告设施牌面（单面）面积不得大于 2 平方米，任意一边长度不得大于 2 米，厚度不得大于 0.3 米。

4) 广告设施牌面底部距离人行道地面的高度不得小于 3 米。

5) 沿主要商业街人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 25 米，沿其他道路人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 50 米。

### 5、底座式户外广告设施

1) 宽度小于 5 米的人行道或面积小于 50 平方米的广场（空地）不应设置底座式户外广告设施，设置广告设施后的人行通道净宽不应小于 3 米。

2) 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不应小于 0.4 米。

3) 底座式户外广告设施的总高度不得大于 2.4 米，宽度不得大于 1.5 米，高度应与宽度相协调。

4) 底座式户外广告设施牌面（单面）面积不得大于 2.5 平方米，厚度不得大于 0.5 米。

5) 沿主要商业街人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 25 米，沿其他道路人行道设置的户外广告设施纵向间距不应小于 50 米。

6) 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。

### 6、大型落地式广告设施

1) 除城市大中型广场和会展场所外（如体育中心、文化中心、会展中心、火车站等城市重要节点处），大型落地式户外广告不宜设置在城市中心区，可设置在机场、高速公路入口、郊区公路两侧。

2) 大型落地式户外广告设施应以景观化广告为主，需彰显城市个性特征，融入两江新区区域景观环境，以公共艺术的形式体现社会价值与商业价值。宜在体育中心、文化中心、会展中心、火车站、高速口等城市重要节点处设置，每处公共场所的设置数量不宜超过 3 个。

3) 大型落地式户外广告设施整体高度不宜大于 10 米，宽度不宜大于 30 米，广告面积不宜超过 200 平方米，宽度与高度协调适应，注重形式和美观性。

### 7、立体造型广告设施

1) 不应设置在城市道路红线范围内。

2) 应保障车辆、行人通行安全，并应与周边环境和空间尺度整体协调。

### 8、大型高立柱户外广告设施

严格控制大型高立柱户外广告设施，不再新增该类型户外广告设施。在本规划期限内拆除全部现状大型高立柱户外广告设施。

### 9、创意类广告设施

鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告，突破禁设与控制条款的，设置方案需经城市管理部门组织专家论证同意后，方可办理设置许可申请。

## 第十六条 展示区已建重要区域规划引导

### 1、鸳鸯片区——聚信美

1) 片区定位：聚信美片区是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围，整体规划上应秉承“减量提质”的总原则对片区广告做出控制。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

## 2) 规划引导：

规划布局：拆除 160 块，面积 5773.96 平方米；保留 31 块，面积 1779 平方米；保留（提档）17 块，面积 1570 平方米。

广告开放设置街道：家居世纪城与西部建材城内部为户外广告开放设置街道，在保证安全前提下允许设置较多的户外广告，应注重广告品质的提升，营造良好的商业氛围，注意与多层建筑立面风貌的协调。

广告适控设置街道：金开大道、翠渝路、龙展路是片区主要交通干道，沿街为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 2、鸳鸯片区——金科时代中心

1) 片区定位：金科时代中心是两江新区重要的商业服务片区，广告设置应聚焦如何体现“商务办公、商业服务”的定位特点，整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，以打造内陆国际金融中心重要组成部分为目标，塑造良好的城市界面。

## 2) 规划引导：

规划布局：拆除 14 块，面积 146.8 平方米；保留广告点位 33 块，保留面积 1763 平方米。保留（提档）广告点位 1 块，保留（提档）面积 136 平方米。

广告开放设置街道：金科中心龙韵路两侧与商业内街为户外广告开放设置街道，在保证安全前提下允许设置较多的户外广告，应注重广告品质的提升，营造良好的商业氛围，注意与多层建筑立面风貌的协调。

广告适控设置街道：金州大道、湖彩路是城市重要的交通干道，街道宽阔，沿街有大型商业建筑，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 3、鸳鸯片区——汽博中心

1) 片区定位：汽博中心是两江新区重要的大型专业市场，整体应体现“简洁明快、干净整洁”的广告氛围。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

## 2) 规划引导：

规划布局：拆除 84 块，面积 3515.15 平方米；保留广告点位 47 块，保留面积 1880 平方米；新增广告点位 1 块，面积 54 平方米。

广告开放设置街道：湖光街与园区内部街道沿线为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：金州大道、金童路是城市重要的交通干道，沿街有大型商业建筑，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 4、金山片区——爱琴海购物公园

1) 片区定位：爱琴海购物公园是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围。规划上应秉承“减量提质”的总原则对片区广告做出控制。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

## 2) 规划引导：

规划布局：拆除 67 块，面积 1862.96 平方米；保留广告点位 22 块，保留面积 954 平方米；保留（提档）广告点位 9 块，保留（提档）面积 432 平方米。

广告开放设置街道：万康路及购物公园商业内街为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：金开大道与金州大道是城市重要的交通干道，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

广告严控设置街道：龙安路紫檀庄园居住区沿线，为户外广告严控设置街道，严格控制户外广告设置。

## 5、金山片区——奥特莱斯

1) 片区定位：奥特莱斯是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

## 2) 规划引导：

规划布局：拆除 67 块，面积 1669.94 平方米；保留广告点位 24 块，保留面积 2037 平方米；保留（提档）广告点位 13 块，保留（提档）面积 956 平方米。

广告开放设置街道：曹汇丰路与商业街内部道路为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：奥特莱斯路、汇川路、汇流路、加工区（一路、二路、九路）是片区主要车行道路，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 6、人和片区——协信两江

1) 片区定位：协信两江是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

## 2) 规划引导：

规划布局：拆除 17 块，面积 86.65 平方米；保留 10 块，面积 183 平方米；保留（提档）2 块，面积 34 平方米。

广告开放设置街道：商业街内部道路为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：协信两江中心四周是城市道路，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 7、天宫殿片区——财富中心

1) 片区定位：财富中心是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

2) 规划引导：

规划布局：拆除广告点位 3 块，拆除面积 250.5 平方米；保留广告点位 20 块，保留面积 844 平方米。

广告开放设置街道：商业街内部道路为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：协信两江中心四周是城市道路，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

广告严控设置街道：龙安路紫檀庄园居住区沿线，为户外广告严控设置街道，严格控制户外广告设置。

## 8、天宫殿片区——红星美凯龙

1) 片区定位：红星美凯龙是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

2) 规划引导：

规划布局：拆除 23 块，面积 1388.3 平方米；保留广告点位 11 块，保留面积 128 平方米；保留（提档）广告点位 1 处，保留（提档）面积 25 平方米。

广告开放设置街道：商业街内部道路为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：红星美凯龙片区四周均是城市道路，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 9、大竹林片区——星汇两江艺术商业中心

1) 片区定位：星汇两江艺术商业中心是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

2) 规划引导：

规划布局：拆除 2 块，面积 78 平方米；保留 4 块，面积 458 平方米；保留（提档）1 块，面积 193 平方米。

广告开放设置街道：商业街内部道路为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：星汇两江艺术商业中心四周是城市道路，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 10、大竹林片区——江与城

1) 片区定位：江与城是两江新区重要的商业服务片区，整体应体现“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”的广告氛围。整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，打造浓厚的商业氛围、塑造良好的城市界面。

2) 规划引导：

规划布局：拆除 39 块，面积 554.3 平方米；保留广告点位 15 块，保留面积 487 平方米；保留（提档）广告点位 4 块，保留（提档）面积 83 平方米。

广告开放设置街道：商业街内部道路为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：星怡广场与乐方购物中心四周城市道路沿线为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

## 11、礼嘉片区

1) 片区定位：礼嘉片区是两江新区重要的商业服务片区，广告设置应聚焦如何体现“国际交往、创新智谷”的定位特点，整体广告氛围应彰显两江新区开放与智慧两大特色，以打造长江经济带绿色发展先行示范区为目标，塑造良好的城市界面。

2) 规划引导：

规划布局：保留 1 块，面积 108 平方米，规划预留 4100 平方米。

广告开放设置街道：片区东侧部分在建道路与商业街内部道路为户外广告开放设置街道，鼓励设置与城市空间环境相适应的创意广告等重要广告设施，以营造良好的城市风貌与商业氛围。

广告适控设置街道：其余主要车行道路沿线，为户外广告适控设置街道，应控制广告的数量，保证广告的品质。

广告严控设置街道：礼嘉智慧政务中心是两江新区重要形象展示窗口，其四周道路沿线，为户外广告严控设置街道，严格控制户外广告设置。

具体详见控制图则。

## 第十七条 展示区未建区域规划引导

结合相关规划，将展示区未建区域街道划分为广告开放设置街道、广告适控设置街道、广告严控设置街道，对广告类型、面积、色彩等要素提出分级控制要求，以指导下一步的广告设计。具体详见控制图则。

### 1、广告开放设置街道

包括商业中心区等区域，以“丰富多样、魅力时尚、活力繁华”为控制目标，未来规划建设大型商业建筑，在保证公共安全和规范的前提下，设置多种广告形式，鼓励设置创意类广告设施。

### 2、广告适控设置街道

包括重要企业办公区、重要干道等区域，以“韵律协调、有节有序、美观大方”为控制目标，适度控制户外广告数量和形式，注重广告设置品质。

### 3、广告严控设置街道

包括重大礼仪设施、生态敏感区等周边区域，以“庄重严肃、干净整洁、简洁明快”为控制目标，严格控制户外广告设置，只允许设置少量创意广告，宜设置公益广告。

## 第十八条 控制区规划引导

整体按照通则式管控，设计范式具体控制引导详见控制图则。

## 第十九条 公益广告设施设置规划引导

规划区内的户外公益广告设施优先安排、依法依规管理，其面积不低于总面积的 10%。公益广告应满足本规划中相关条款的控制要求，公益广告设施上不得发布商业广告。选取人流密集区域设置户外公益广告，扩大受众面。

## 第4章 规划实施

### 第二十条 地位和作用

本规划经重庆两江新区管理委员会批复后，是两江新区户外广告管理的法定性文件，是编制户外广告设施相关规划设计及户外广告设置的基本依据。区内的宣传、规划、建设、公安、交通、市场监管等有关行政部门应当按照各自的职责，协同城市管理主管部门做好规划区内户外广告控制管理工作。

### 第二十一条 对户外广告整治实施工作的引导

各类违规设置的户外广告设施，应根据《重庆市中心城区户外广告设置总体规划（2021—2025 年）》和本详细规划相关指引，做好户外广告整治实施方案编制工作。

## 第5章 附则

### 第二十二条 文本生效

本规划经批准后，从发布之日起实施。

### 第二十三条 文本修改

单位和个人必须严格执行规划确定的指导原则和控制要求，不得擅自更改。确需修改变更的，必须按规定程序报批审批。

### 第二十四条 用词说明

文本中其他条款对要求严格程度不同的用词说明如下：

**1、表示很严格，非这样做不可的：**

正面词采用“必须”，反面词采用“严禁”和“禁止”。

**2、表示严格，在正常情况下均应这样做的：**

正面词采用“应”，反面词采用“不应”和“不得”。

**3、表示允许稍有选择，在条件许可时首先应这样做的：**

正面词采用“宜”，反面词采用“不宜”。

**4、表示有选择，在一定条件下可以这样做的采用“可”。**

## 附表

附表 1 独立式和附属式户外广告设施面积统计表

广告类型		面积（平方米）
独立式广告		2400
附属式广告	展示区	18204
	控制区	4341
合计		24945

附表 2 规划各控制分区户外广告设施面积统计表

控制分区	片区名称	规划面积 (平方米)	已建城市区域规划 广告面积 (平方米)	未建城市区域 规划广告面积 (平方米)
展示区	礼嘉片区	4208	108	4100
	鸳鸯片区	7182	7182	---
	大竹林片区	1221	1221	---
	人和片区	217	217	---
	金山片区	4379	4379	---
	天宫殿片区	997	997	---
控制区	礼嘉片区	653	653	---
	鸳鸯片区	997	997	---
	大竹林片区	0	0	---
	人和片区	66	66	---
	金山片区	1104	1104	---
	天宫殿片区	1512	1512	---
	康美片区	9	9	---
合计		22545	18445	4100

注：在不突破总量的前提下，展示区和控制区之间的总量可以增减平衡，浮度不超过 20%。

附表 3 内透光、外投光户外广告设施表面的平均亮度限值表

户外广告照明面积 S (m <sup>2</sup> )	不同环境区域平均亮度的限值 (cd/m <sup>2</sup> )			
	E0、E1 区	E2 区	E3 区	E4 区
S ≤ 0.5	50	400	800	1000
0.5 < S ≤ 2	40	300	600	800
2 < S ≤ 10	30	250	450	600
S > 10	不宜设置	150	300	400

注：E0 区位天然暗环境区，国家公园、自然保护区和天文台所在地区等；E1 区为暗环境区，无人居住的乡村地区等；E2 区为低亮度环境区，低密度乡村居住区等；E3 区为中等亮度环境区，城乡居住区和一般公共区等；E4 区为高亮度环境区，城镇中心和商业区等。

附表 4 电子显示装置户外广告设施表面的平均亮度限值表

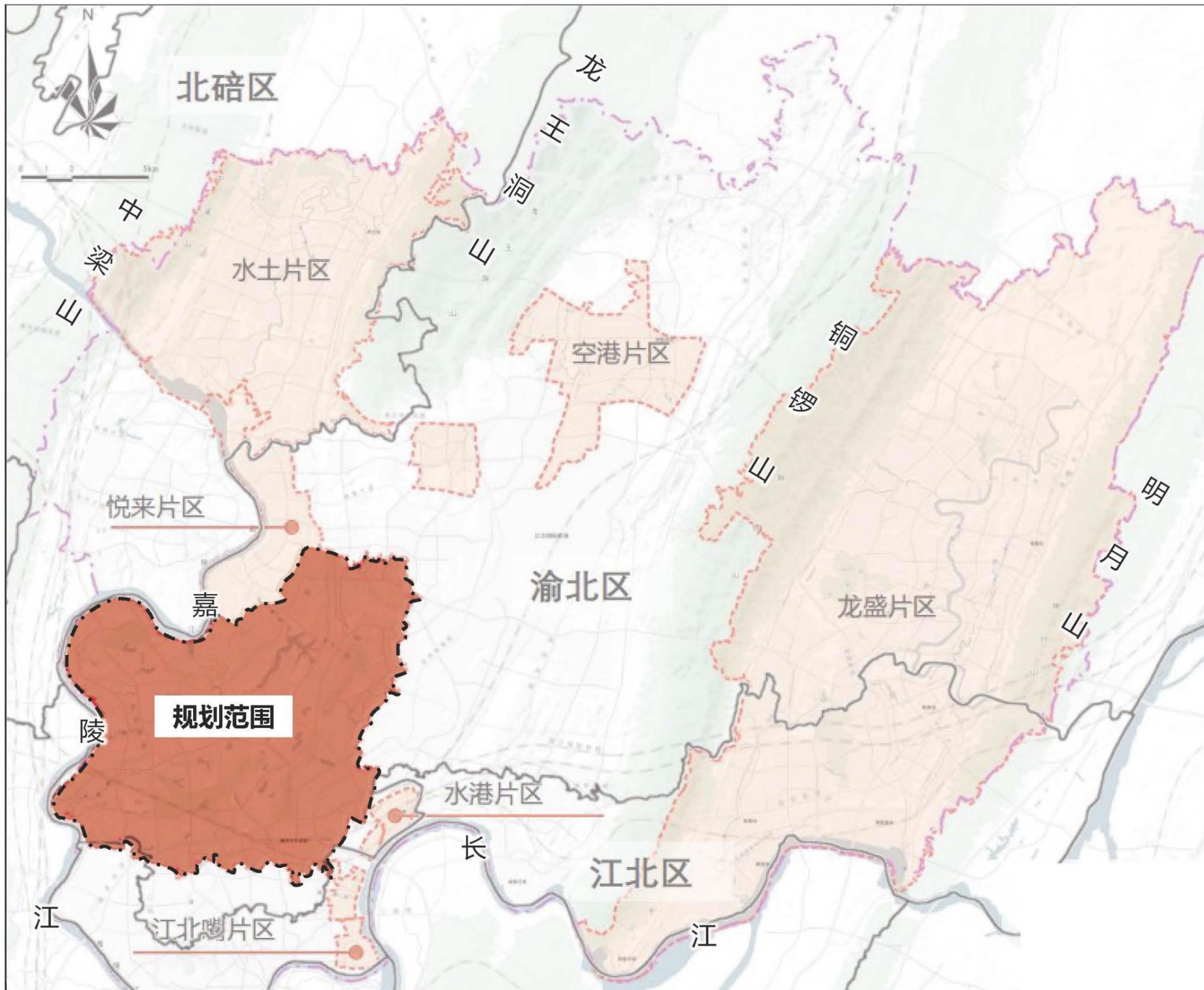
环境区域	E0、E1 区	E2 区	E3 区	E4 区
表面亮度的限制 (cd/m <sup>2</sup> )	不宜设置	400	800	1000

注：E0 区位天然暗环境区，国家公园、自然保护区和天文台所在地区等；E1 区为暗环境区，无人居住的乡村地区等；E2 区为低亮度环境区，低密度乡村居住区等；E3 区为中等亮度环境区，城乡居住区和一般公共区等；E4 区为高亮度环境区，城镇中心和商业区等。

表内是夜间的数值，LED 显示屏指全白屏的值；动态广告夜间的限值应为表内数值的 1/2。

# 第二部分

## 规划缩图



图

--- 两江新区直管区

--- 规划范围

例

**规划范围：**

规划范围为重庆两江新区翠云、鸳鸯、金山、人和、天宫殿、大竹林、康庄、礼嘉等8个街道，西至嘉陵江、东至海尔路、北抵中央公园、南达新南路，面积约130平方公里。



- 图例**
- 现状附属式广告主要分布区
  - 现状独立式广告点位

**现状情况：**

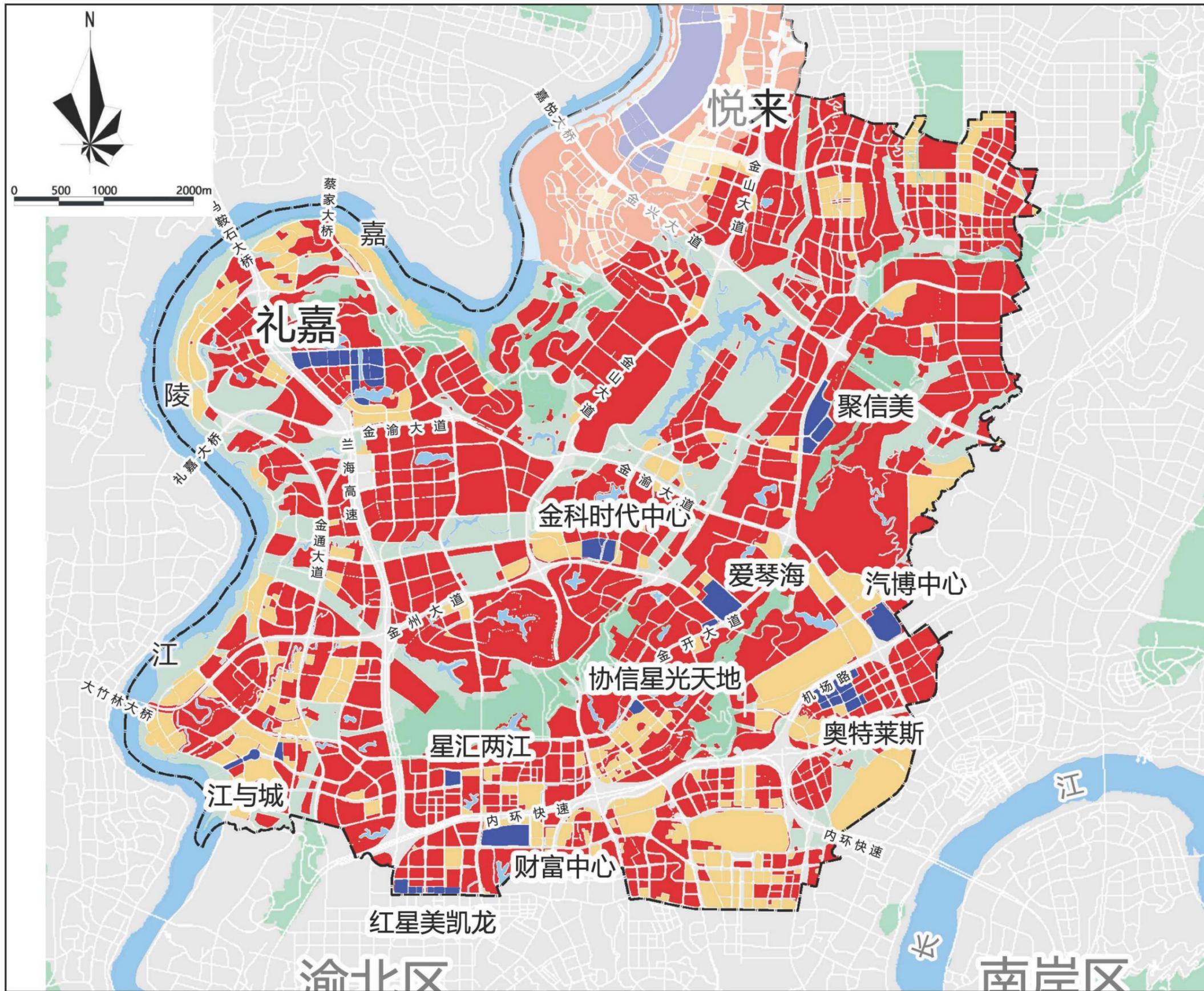
截止到2023年10月，规划区现状户外广告牌共计1033块，总面积约42916.27平方米。

其中：附属式广告1021块，总面积约41887.52平方米；独立式广告12块，总面积约1028.75平方米。

商业广告1019块，总面积约41646.52平方米；公益广告14块，总面积约1269.75平方米。（公益广告占比3%，不满足公益广告占总量10%的设置要求）

# 《两江新区户外广告设置详细规划（鸳鸯等8个街道）》（2022-2025年）

## 户外广告设置控制分区图



- 图例**
- 户外广告展示区
  - 户外广告控制区
  - 户外广告禁止设置区

规划区内户外广告展示区面积约2.28平方公里，为服务商业经济发展可以设置多样化的户外广告设施的区域，助推商业活力营造；

户外广告控制区面积约13.93平方公里，为服务城市公共功能和宣传需要，可以适度设置户外广告设施的区域，主要包括重要商圈、展示区周边区域以及社区级商业集中的区域等；

户外广告禁止设置区面积约49.46平方公里，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，以及为保护城市整体环境品质需要禁止设置户外广告设施的区域。

# 《两江新区户外广告设置详细规划（鸳鸯等8个街道）》（2022-2025年）

## 户外广告设置结构图



图例

-  滨江广告严管控制带
-  重要展示廊道
-  展示核心
-  展示节点

结合城市空间及功能结构，整体形成“严控一带、突出两核、发展六廊多点”的户外广告布局结构。

- 一带：**  
嘉陵江滨江广告严管控制带。
- 两核：**  
光环购物中心、礼嘉片区商业中心
- 六廊：**  
金开大道、金州大道、金渝大道、金兴大道、金山大道、金通大道。
- 多点：**  
各街道内商业集中区域的广告节点。