

# 南京市户外广告设施设置总体规划

OVERALL PLANNING OF OUTDOOR ADVERTISE FACILITIES IN NANJING

(2020-2035)

公众意见征询



2021年7月

# 前言

Foreword

为贯彻落实市委、市政府打造“创新名城、美丽古都”的发展目标，顺应新一轮南京市国土空间规划为建设“强富美高”新南京城市形象的全新要求，推动城市容貌环境建设精细化管理及城市户外广告高品质、高质量发展，修编《南京市户外广告设施设置总体规划（2020-2035）》。

# 目录

Content

## 1 规划概述

- 1.1 指导思想
- 1.2 规划定位
- 1.3 范围期限

## 2 规划目标

- 2.1 近期规划目标
- 2.2 远期规划目标

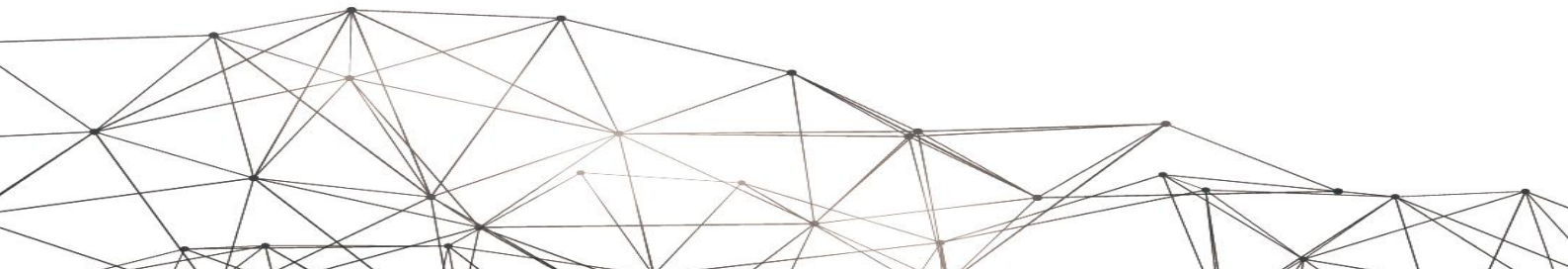
## 3 城市空间格局

## 4 边界分类控制引导

- 4.1 滨江风光带分类控制引导
- 4.2 道路交通边界分类控制引导

## 5 规划实施管理

- 5.1 规划实施管理控制相关规定
- 5.2 分期建设管理



# 规划概述

Planning Overview

1



## 1.1 指导思想

全面贯彻习近平总书记“城市治理是国家治理体系和治理能力现代化的重要内容”、“一流城市要有一流治理”的重要讲话，紧扣南京市“创新名城、美丽古都”的城市发展目标，结合南京市发展实际，融入共建“一带一路”、长江经济带发展、长三角区域一体化发展等重大国家战略，扎实搞好城市容貌环境建设管理工作，提升特大城市现代化治理水平。

## 1.2 规划定位

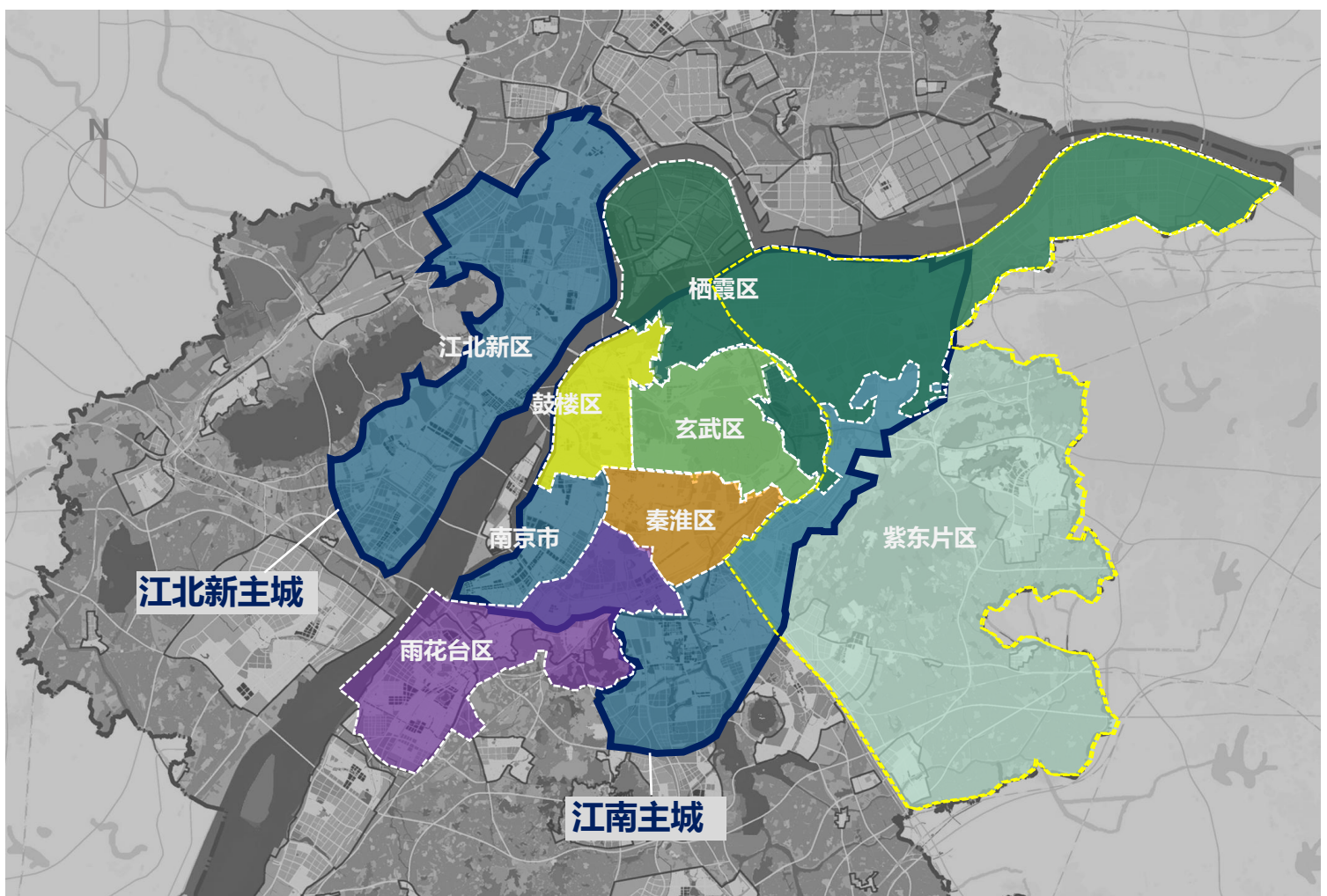
- “南京模式”城市空间资源管理、城市界面秩序控制、城市活力氛围营造的特色化规划管理体系
- 城市户外广告设施设置科学化、精细化、智能化管理规范
- 全省户外广告设施设置规划编制示范引领

## 1.3 范围期限

规划范围为南京市主城六区（玄武区、秦淮区、建邺区、鼓楼区、栖霞区、雨花台区）以及江北新区、紫东片区。规划管控范围覆盖《南京市国土空间总体规划（2020-2035）》（评审稿）规定的行政辖区范围。规划范围所涉及的高速公路及出入口，按照南京市政府批准的《南京市高速公路沿线广告设施规划》执行。

规划期限为2020-2035年，规划目标年为2035年，近期目标年为2025年。

- 1、近期规划期限：2020-2025年
- 2、远期规划期限：2026-2035年



规划范围图

# 规划目标

Planning Goals

# 2



## 2.1 近期规划目标（2025年）

对标“十四五规划”，优化“南京模式”户外广告管理规范，合理利用和整合城市空间资源，保护自然和传统景观风貌，引领南京市户外广告设施设置规划发展方向。



## 2.2 远期规划目标（2035年）

围绕南京市“创新名城、美丽古都”的城市发展愿景，进一步优化和规范管理体系，打造高品位户外广告载体空间，塑造传统与现代、创新与活力共存的国际化滨江特色。





# 城市空间格局

Urban spatial pattern

3



### 3 城市空间格局

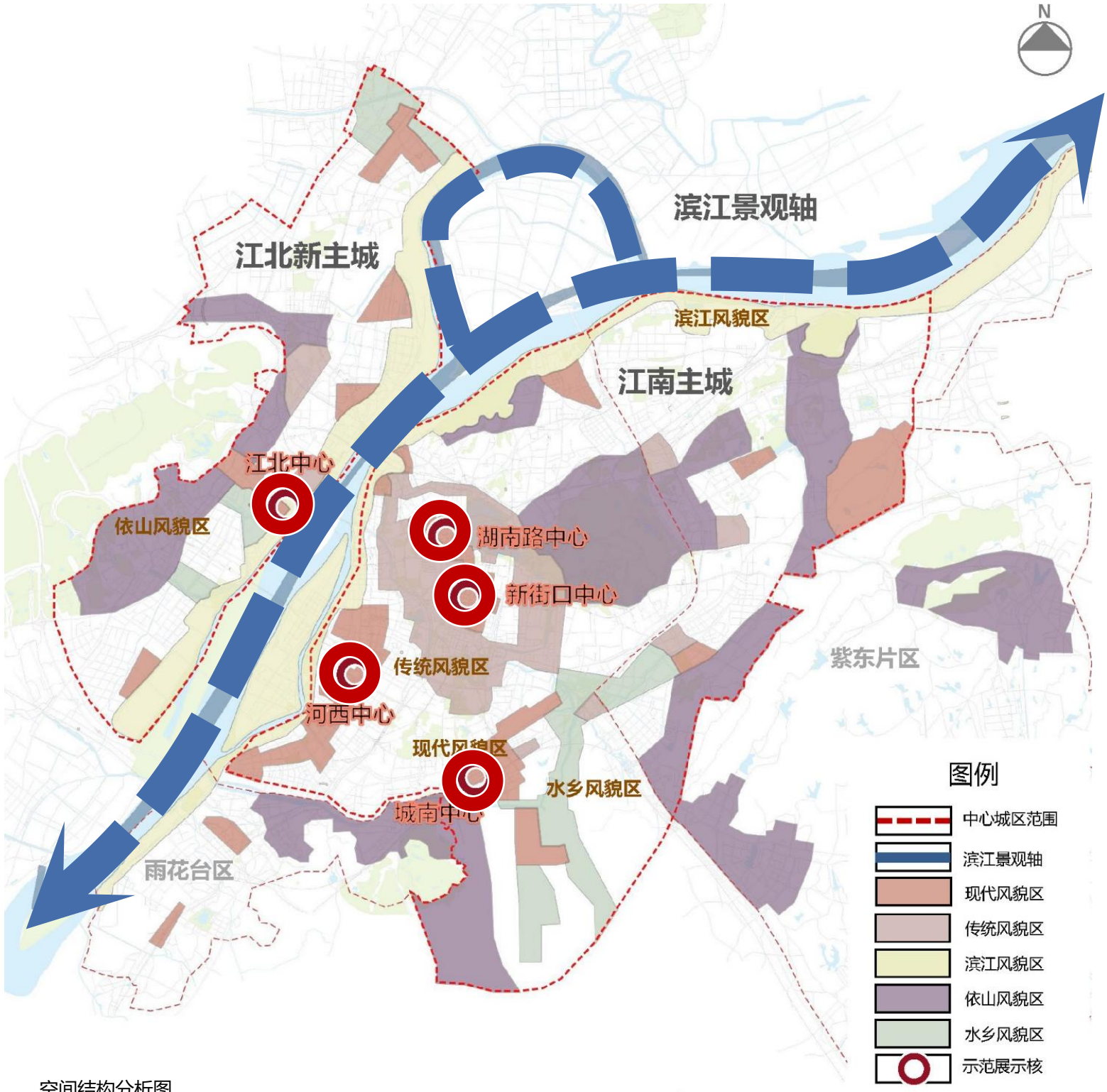
规划期内南京市中心城区城市空间将形成“**一轴、两城、五区、五核**”的城市空间结构。规划通过进一步控制南京中心城地区空间风貌，对各个类型风貌区的户外广告建设强度、类型、风格等进行控制引导，确保空间风貌的地方特征和历史特色。

- **一轴：** 滨江景观轴
- **两城：** 江南主城、江北新主城  
(一主一新，提升城市首位度)

**江南主城特色空间定位：** 保护老城地域文化特色、提升新区品质、多元繁华、宜居综合型户外广告发展空间

**江北新主城特色空间定位：** 高水平建设、高品质、低密度创新型户外广告发展空间

- **五区：** 现代风貌区、传统风貌区、滨江风貌区、依山风貌区、水乡风貌区
- **五核：** 新街口中心、江北中心、河西中心、城南中心、湖南路中心



空间结构分析图

图例

-  中心城区范围
-  滨江景观轴
-  现代风貌区
-  传统风貌区
-  滨江风貌区
-  依山风貌区
-  水乡风貌区
-  示范展示核

**禁设风貌区：**传统风貌区、依山风貌区、水乡风貌区（小尺度公益专用阵地及商业用地、商办混合用地的商业裙房部分除外）

**控制风貌区：**滨江风貌区

**展示风貌区：**现代风貌区

**特别展示区：**新街口中心、江北中心、河西中心、城南中心、湖南路中心

# 边界分类控制引导

Boundary classification control guidance

4



## 4.1 滨江风光带分类控制引导

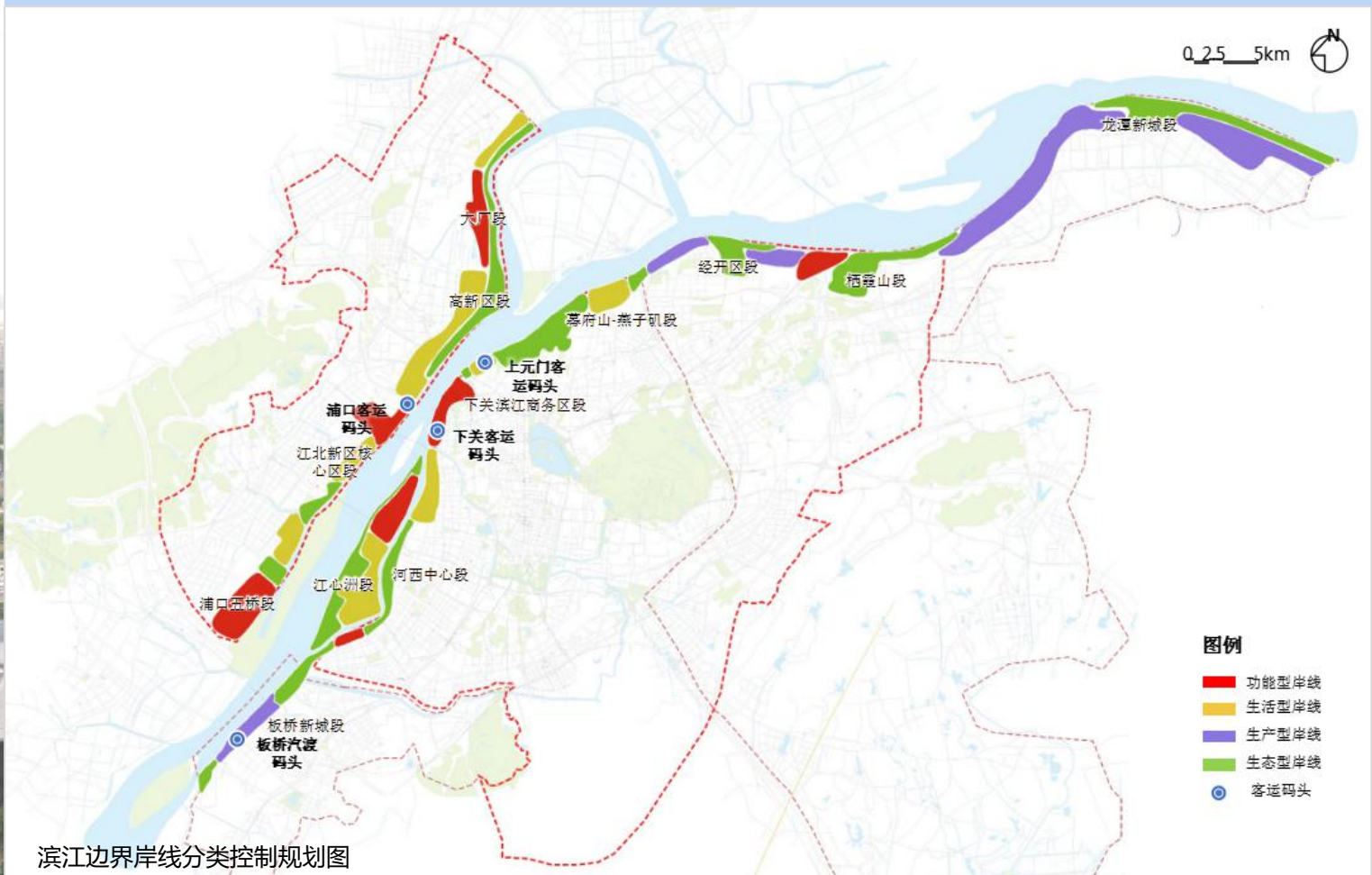
### 岸线分类：

**功能型岸线**——沿岸用地性质以商业、科技产业、服务设施为主的岸线段落，包括上元门客运码头、下关客运码头、浦口客运码头和板桥汽渡码头等服务节点。

**生活型岸线**——沿岸用地性质以居住为主的岸线段落。

**生产型岸线**——沿岸用地性质以港口、工业为主的岸线段落。

**生态型岸线**——沿岸用地性质以绿地为主，以及《南京市域滨江岸线利用详细规划（2014-2030年）》中明确为饮用水源地保护区的岸线段落。



结合南京滨江岸线功能分类，划分**滨江风貌禁设带**、**滨江风貌控制带**，并分别提出相关**禁止性**、**控制性**要求。

区域划分	岸线分类		岸线说明	控制要求
滨江风貌控制带	功能型岸线	商业服务业设施用地	能够提供居民商业娱乐活动的设施用地的岸线，其中以商业服务业设施用地、商业用地、零售商业用地、批发市场用地、餐饮用地、旅馆用地、商务设施用地、其他商务设施用地为主。	<ul style="list-style-type: none"> <li>定位：沉稳大气、风貌协调</li> <li>禁止性要求：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户外广告设施；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户外广告不得少于20%。</li> <li>控制性要求：该控制带设置户外广告设施必须以满足相关规定并通过第三方论证为前提。</li> </ul>
		公共服务设施用地	能够提供居民服务和使用的设施用地的岸线，其中以文化设施用地、科研用地为主。	
		交通枢纽用地	为满足跨江需求及长江游览观光服务的岸线，以港口客运码头为主。	
滨江风貌生活生产禁设带	生活型岸线	居住用地	以居住用地为主，能够为居民日常生活、休闲旅游提供服务的岸线。	<ul style="list-style-type: none"> <li>定位：温馨宜居、健康共融</li> <li>禁止性要求：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；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；禁止设置面向水域的公益性户外广告设施，设施高度不得高于20米，避免对航道和交通视线的干扰。</li> <li>控制性要求：该禁设带公益类户外广告设施设置必须以满足相关规定并通过第三方论证和公示为前提。公益户外广告设施的尺度、风格、色彩必须和滨江风貌相协调。</li> </ul>
	生产型岸线	港口用地	直接为工农业生产提供运输服务的岸线。	
		工业用地	临港工业岸线。	
其他岸线	预留用地	近期不具备开发条件或无开发利用需求的岸线。		
滨江风貌生态保护禁设带	生态岸线	饮用水源地保护区	为保护城市饮用水源地，根据相关规划、条例所界定的岸线范围。	<ul style="list-style-type: none"> <li>定位：生态优先，环境保护</li> <li>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。</li> </ul>
		公园绿地	在生态保护上具有重要意义，对维持岸线可持续利用具有重要功能的岸线，如具有水源涵养、湿地生态系统维护、生物多样性保护等重要生态功能的岸线，重要河势节点岸线，冲淤变化频繁的岸线等。	
		生态绿地		

## 4.2 道路交通边界分类控制引导

### 禁止设置路段

规划占比82.33%

路段范围：城市快速路和主干路周边用地性质为居住用地R、行政办公用地A1、教育科研设计用地A3、医疗卫生用地A5、社会福利用地A6、文物古迹用地A7、外事用地A8、宗教用地A9、公园绿地G1、广场用地G3、河流水域E1、殡葬设施用地H3、工业用地M1、M2、M3、物流仓储用地W、公用设施用地U、特殊用地H4的路段。

该路段范围禁止新建任何形式的商业户外广告设施（特殊情况需经过第三方论证）。

### 控制引导路段

规划占比12.22%

路段范围：城市快速路和主干路周边用地性质为文化设施用地A2、体育用地A4、防护绿地G2、交通枢纽用地S3、交通场站用地S4、区域交通设施用地H2、公用设施营业网点用地B4的路段。

该路段范围应确保户外广告设施设置不妨碍公众的正常工作与生活，不影响区域的环境品质及风貌特色。

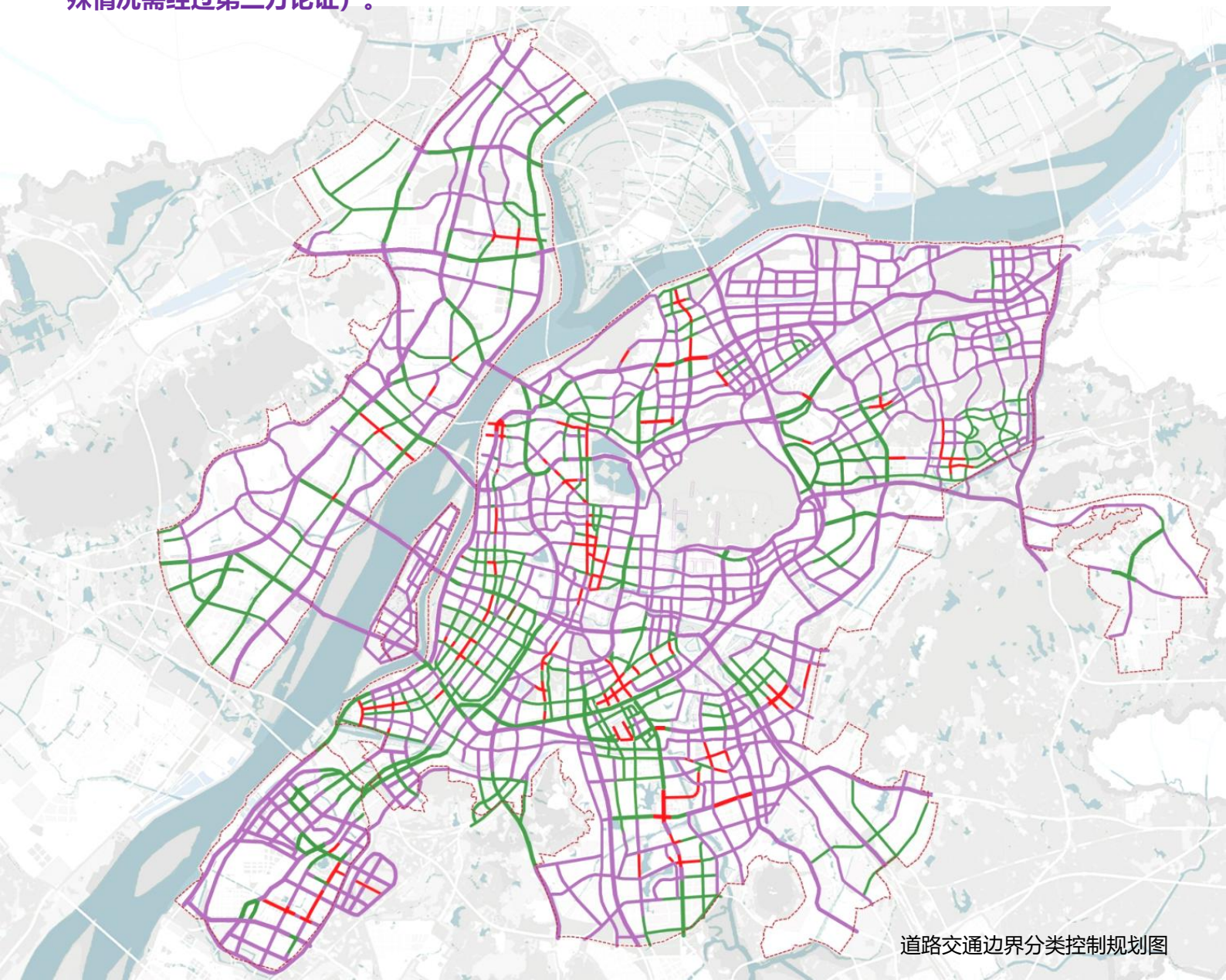
### 集中展示路段

规划占比5.45%

路段范围：城市主干路周边用地性质为商业金融用地B1、B2（含市场用地）、娱乐康体用地B3、其他服务设施用地B9的路段。

该路段范围允许设置多样化户外广告设施，鼓励多元、丰富的创意广告和新技术户外广告展示形式，打造高端商业地标、提升商业价值、体现城市繁荣。

集中展示路段 禁止设置路段 控制引导路段



道路交通边界分类控制规划图

# 规划实施管理

Planning and Implementation  
management

5





## 5.1 规划实施管理控制相关规定

以实现城市容貌环境建设精细化、现代化管理为目标，创建“南京模式”创新管理机制。

### 城市公共空间经营管理

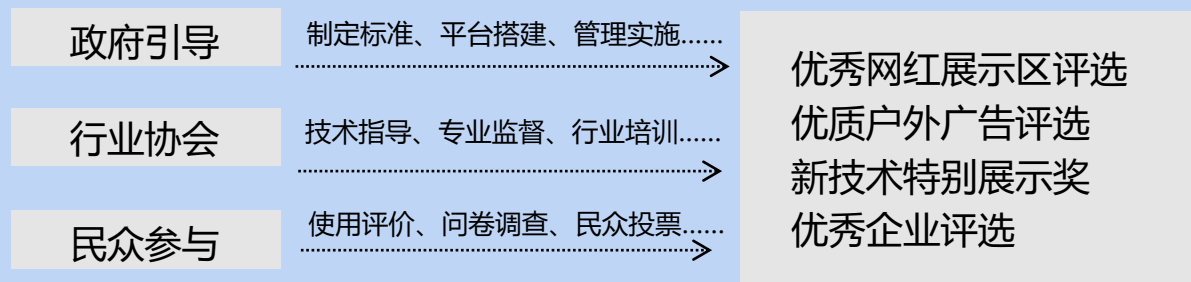
城市公共空间资源归属、城市公共空间资源使用权流程规范、城市公共空间资源许可经营保障。

### 规范管理措施

健全户外广告管理组织体系、制定出台户外广告管理办法、完善户外广告规范管理标准体系。

### 创建优质户外广告奖励机制

积极创建优质户外广告奖励机制平台，政府引导、行业协会支持、民众参与相结合，充分发挥户外广告的经济、文化和社会效益。通过开展丰富多元的行业培训、评选等活动，促进南京市城市户外广告的健康发展。



## 临时户外广告设施申请资料

- (一)临时户外广告设置申请表;
- (二)营业执照或其他证明主体资格合法有效的文件;
- (三)有关主管部门批准文件(庆典、促销活动除外);
- (四)临时户外广告设置形式、范围和期限的书面说明;
- (五)法律、法规、规章规定的其他材料。

.....

## 城市管理部门对临时申请资料审查

符合条件

临时性审核登记表、户外广告电子信息检索系统公示。

不符合条件

不准予批准,书面说明理由。

政府投资、融资建设的公共设施、场地设置商业性户外广告

招标、拍卖等方式取得户外广告设置权。  
户外广告设置权招标、拍卖所得为政府财政收入。

1

### 编制计划方案

根据户外广告设施设置总体规划,研究制定阶段工作计划,明确市场化运作范围及具体对象。

2

### 公示

对计划出让的户外广告设施(阵地)及相关出让规定、程序等内容向社会进行公示。

3

### 组织出让

按照向社会公示的出让计划和相关办法,组织出让。

4

### 明确约定

依据出让市场管理办法,组织出让方和受让方及监督管理方,通过签订合同(协议)及其他有效约定方式,明确管理维护、安全等责任义务。

5

### 办理审批

根据审批相关规定及有关约定,办理审批手续。

6

### 实施监管

受让方按照审批决定,实施建设经营管理;监管方按有关规定落实相关监管措施。

## 5.2 分期建设管理

根据南京市城市户外广告设施设置近期规划目标和实际情况，结合南京市政府近五年城市建设计划，制定近期实施方案，确定近期实施重点项目，以点带动相关路段的户外广告设施设置水平的优化提升，带动整个区域户外广告设施设置的可持续发展。

- 1、针对各街道存量户外广告设施设置进行市场化规范管理；
- 2、严格控制城市滨江岸线、依山风貌区、传统风貌区的户外广告设施设置，拆除违规存量户外广告设施，保护自然和传统景观风貌；
- 3、积极推动特别展示区户外广告设施设置高品位、多元化发展，鼓励新技术、新媒体在特别展示区的创新运用，加强与智慧城市发展的融合度，打造南京市地标式精品，凸显城市亮点；
- 4、探索将户外广告设施设置与城市景观建设相融合的管理路径，与城市亮化建设相结合，对呈现可识别文字、图像符号，具有商业价值的亮化设施，进行商业化运作，实现景观亮化与户外广告的融合管理。