

The background of the entire page is a light gray map of Ruian City, showing its geographical features, rivers, and urban layout. The map is semi-transparent, allowing the text to be clearly visible.

# 瑞安市城市**户外广告设施**设置专项规划修编 (2021-2035)

(规划文本、规划图纸)

报批成果

浙江嘉华建筑设计研究院有限公司

2022年07月

# 浙江省自然资源厅

浙自然资规划(2020)20052号

## 行政许可决定书

申请机构：浙江嘉华建筑设计研究院有限公司

你单位申请城乡规划编制单位资质（乙级、丙级）认定事项（新报、升级、延续、涉及名称地址法人的变更、涉及合并分立改制的变更、遗失补办、注销），经依法审查，基本符合《城乡规划编制单位资质认定（乙级及以下）告知书》要求，现依据《中华人民共和国行政许可法》第三十八条第一款及《城乡规划编制单位资质认定（乙级及以下）告知承诺实施办法（试行）》第六条第二款、第三款的规定：认定你单位城乡规划编制乙级资质【证书编号：浙自然资规划(2020)20052号，原证书编号：[浙]城规编(142088)】有效期延续至2024年12月31日。

资质认定部门出台新规定的按新规定执行。



## 瑞安市城市户外广告设施设置专项规划修编（2021-2035） （规划文本·规划图纸）

编制单位：浙江嘉华建筑设计研究院有限公司

规划资质：规划乙级 浙自然资规划[2020]20052号

协助单位：瑞安市综合行政执法局

审 定：郑 晓 冬 院长/高级工程师

审 核：董 林 飞 国家注册规划师/高级规划师/风景园林高工

项目负责：南 羽 高级规划师

参编人员：南 羽 高级规划师

周 陈 斌 城市规划师

黄 颖 异 助理工程师

周 招 俊 助理工程师

董 菲 菲 助理工程师

杨 文 豪 助理工程师

校对人员：张 自 中 高级规划师

李 欢 笑 城市规划师

# 第一部分 规划文本

## 目 录

第1章	规划总则	1
第2章	户外广告设施空间布局规划	2
第3章	户外广告设施分类设置规划	6
第4章	户外招牌设施空间布局规划	8
第5章	户外广告和招牌设施设置负面清单	9
第6章	特殊广告设施设置规划	10
第7章	实施建议	11
第8章	附则	12
附表1:	不同类型用地户外广告设施设置许可分类一览表	13
附件2:	户外广告和招牌设施分类表	14

## 第1章 规划总则

### 1.1 规划目的

为加强城市户外广告和招牌设施管理，规范户外广告和招牌设施设置，科学合理的利用城市空间资源，提升设施品质，展示城市文化，塑造城市形象，促进户外广告和招牌设施与城市市容景观及社会经济协同发展，依据相关法律、法规及规范，结合本市实际，修编《瑞安市城市户外广告设施设置专项规划（2021-2035）》（以下简称本规划）。

### 1.2 法律效力

本规划为专项规划，规划范围内的相关建设管理活动，必须遵守本规划的相关规定。任何更改本规划中规定的内容，需依照相关程序的规定进行。

本规划未包括的内容应符合国家、浙江省及温州市的有关政策、法律、规范相关条款的规定。

### 1.3 规划范围与期限

1) 规划范围：本规划范围包括瑞安市市域和中心城区两个层面。

市域层面为瑞安市行政管辖范围，中心城区层面包括安阳中心城区、滨海新区、塘下新区、江南新区四大城区范围。

2) 规划期限：本规划期限为2021年~2035年，其中近期为2021年~2025年。

### 1.4 规划目标

注重品质、鼓励创新、彰显特色，促进城市市容景观有序与商业活力并存，城市治理与服务营商并举。最终实现设置规范、管理有序，环境协调、品质优异的总体规划目标。

### 1.5 规划原则

规划应遵循“注重品质，彰显城市特色；注重协调，融入城市空间；注重美观，体现视觉艺术；注重创新，激发城市魅力；注重安全，消除可能隐患”的规划原则。

### 1.6 规划依据

1) 《中华人民共和国广告法》（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修正）

- 2) 《中华人民共和国城乡规划法》（2019年4月23日第二次修正）
- 3) 《城市市容和环境卫生管理条例》（2017年3月1日第二次修订）
- 4) 《城市容貌标准》（GB 50449-2008）
- 5) 《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011）
- 6) 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ149-2021）
- 7) 《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）
- 8) 《浙江省户外广告设施技术规范》（DB33/T 700—2020）
- 9) 《城市道路工程设计规范》（CJJ37-2012）（2016年版）
- 10) 《浙江省河道管理条例》浙人常[2011]70号
- 11) 《温州市市容和环境卫生管理条例》（2018年07月）
- 12) 《浙江省海塘建设管理条例》浙人常[2015]24号
- 13) 《温州市公路沿线非公路标志管理办法》温政发〔2012〕88号
- 14) 《浙江省城乡规划条例》（2010年8月）
- 15) 《瑞安市市域总体规划》（2006-2020）
- 16) 《瑞安市城市规划管理单元控制性详细规划》（2012-2020）
- 17) 《瑞安市户外广告设置专项规划(2012-2020)》
- 18) 已批复控制性详细规划和图则
- 19) 其他与瑞安市户外广告和招牌设施设置及管理活动相关的法律、法规、规划

### 1.7 概念及类型

(1) **户外广告设施：**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、投影或以其他方式向户外发布广告信息的设施。

(2) **户外招牌设施：**包括店招招牌设施、单位名称标识及建筑物名称标识。

1) **店招招牌设施：**指个体工商户在其经营场所建（构）筑物外立面或用地范围内设置的，用于表明其名称、字号、标识等内容的户外招牌设施。

2) **单位名称标识：**指机关团体、企事业单位或其他组织在其办公（服务）或经营场所建（构）筑物外立面或用地范围内设置的，用于表明其名称、字号、标识的户外招牌设施。

3) **建筑物名称标识：**指用于表明各类建筑物名称（含楼、大厦、公寓等）的户外招牌设施。

## 第2章 户外广告设施空间布局规划

### 2.1 规划构思

依据城市功能分区、用地类型及景观风貌特征，本规划划定“限制区、严控区、禁止区”三类规划分区，并在城市重点区域、重点路段划定“特殊管控区”，制定相应的管控要求。

### 2.2 分区定义

(1) **限制区**：为服务城市商业、促进经济发展、提升城区活力，允许适量集中、多样化设置户外广告设施的区域。包括一类限制区（市级商业商务中心区）、二类限制区（片区级商业集聚区，专业市场）、其他限制区（镇街、社区级商业集中地段）。

(2) **严控区**：为保护多元城市风貌与建筑空间特色，满足城市形象展示及一般地区商业宣传和活力营造需求，允许少量设置户外广告设施的区域。

(3) **禁止区**：为保护城市特色景观、生态环境及山水形象，禁止设置户外广告设施的区域。

### 2.3 分区规划

规划划定“限制区、严控区、禁止区”三类规划分区的范围，并将限制区细分为“4个一类限制区、10个二类限制区、若干个其他限制区”。

### 2.4 总体管理要求

1) 限制区应组织编制片区级的“户外广告设施控制性详细规划”，明确片区内各类户外广告设施的设置总量、点位及相关技术要求。

2) 一、二类限制区宜组织编制“户外广告设施修建性详细规划”，落实专项规划和控制性详细规划的相关要求，并对户外广告设施的具体形式、尺寸、材质、色彩、照明等要素进行深化引导，为户外广告设施的工程方案设计提供依据。

3) 严控区宜组织编制“户外广告设施控制性详细规划”，加强对该区域户外广告设施的规划管理。

4) “户外广告设施控制性详细规划”编制时应遵守本规划的相关要求。

### 2.5 分区设置要求

#### 2.5.1 限制区设置要求

##### 1) 总体设置要求

① 总体形象：提倡户外广告设施的集中、多样化设置。打造特征鲜明、活力、繁荣的商业街区形象。

② 规划设计：应从街区整体空间环境出发，运用城市设计理念和技术手段统筹规划设计，突出创新、创意。

③ 形式引导：积极引导实物造型、投影及柔性LED网格屏等新技术、新媒体户外广告类型的设置，运用景观化、艺术化、场景化的广告展示方式；不应设置布幅广告（有特殊规定的除外）。

④ 内容控制：户外广告内容应提倡多样化，鼓励设置互动式户外广告设施或采用互动性的广告内容来丰富市民体验，提升街区活力，营造街区商业氛围。

⑤ 位置选择：提倡利用区域内的商业综合体、步行商业街、商业广场等核心商业地段进行集中展示设置。

⑥ 照明设计：区域内的户外广告设施应进行日间和夜间专项形象设计，提倡多形式照明的设置。

⑦ 色彩控制：在与区域环境相协调的基础上，为渲染城市商业氛围，可适当放宽对户外广告色彩幅度的控制。

##### 2) 一类限制区的附加要求

###### ① 类型设置附加要求

A、积极引导地标性户外广告的设置。可结合区域内的标志性建筑（群）或公共空间设置新技术、新媒体类型的地标性户外广告，打造城市亮点，构建区域特色。地标性户外广告可围绕单栋建筑以单个户外广告设施呈现，也可结合一个城市街区、一组建筑群或公共空间通过群组的方式进行设置。

B、可结合建筑物外墙面、景观构筑物设置不改变建（构）筑物立面形象的投影广告、VR广告、LED机械动态屏等户外广告设施，以提升街区活力，营造城市商业氛围。除城市商业综合体、步行商业街、大型商业广场内多层建筑物的玻璃幕墙和高层建筑裙楼的玻璃幕墙外，其他区域不应设置粘贴类户外广告设施。

C、可设置平行于墙面的户外广告设施；可结合玻璃幕墙设置投影广告、柔性LED网格屏和LED透明屏、LED玻璃屏户外广告设施；除城市商业综合体、步行商业街、大型商业广场外，其他区域不应设置垂直于墙面的户外广告设施和轻钢边框（框内无支架）喷绘布户外广告设施。

D、户外广告画面可进行静音动态展示，如播放静音动画、视频等媒体；在不影响居民生活的前提下，可在步行商业街、大型商业广场进行有声动态展示。

② 位置选择附加要求

A、平行于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑物外墙面和高层建筑的裙楼外墙面上；在高层建筑主楼36米以下外墙面设置的应严格执行本规划的规定，在36米-55米之间外墙面设置的户外广告设施应采用镂空文字、图案或灯箱广告形式；超高层建筑主楼外墙面上、高层建筑主楼55米以上外墙面不应设置户外广告设施（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。

B、垂直于墙面设置的户外广告设施（包括结构）上沿距离地面不应超过24米。

C、在满足安全通行的前提下，可结合城市商业综合体、步行商业街、大型商业广场、会展场所设置互动式、底座式、造型式或大型落地式户外广告设施。

D、合理设置附属于公共设施上的户外广告设施。

③ 尺寸控制附加要求

平行于墙面设置的户外广告设施，在建（构）筑物同一朝向墙面上的总面积不应大于该墙面面积的40%（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。

表1：限制区设置要求一览表

规划分区		范围	
限制区	一类限制区	安阳中心新区	瑞安安阳商圈（港瑞新玉海广场）
		瑞安滨海新区	瑞安外滩商圈（巾子山时尚休闲创享聚业项目、瑞丽外滩生活广场）
		塘下综合经济区	塘下中心城区商圈（塘下紫荆假日广场）
		瑞安江南新区	瑞安动车站商圈（江南新区综合体）
限制区	二类限制区	安阳中心新区	瑞祥新城商业区（吾悦广场、万松商务生活广场、中润商务广场）
		瑞安滨海新区	汀田街道商业区、莘塍街道商业区（新湖广场）、上望街道商业区、上望工业区商业区
		塘下综合经济区	塘河新城商业区、罗阳新城商业区
		瑞安江南新区	云周街道商业区、飞云街道商业集聚区（南滨江金茂双子塔）、南滨街道商业区

规划分区		范围	
限制区	其他限制区	安阳中心新区	城西滨江综合体、瑞安农副产品市场、瑞祥大道东侧商业集聚区
		瑞安滨海新区	瑞安市菜篮子批发交易市场、田园石文化广场
		塘下综合经济区	瑞安韩田五金城、上金商业集聚区、瑞安市国际汽摩配产业基地商业集聚区、
		瑞安江南新区	天贸商业广场、飞云沿江商业集聚区、南滨湿地上级集聚区
		其他镇集中商业区	高楼镇商业中心、马屿镇商业中心、陶山镇商业中心、湖岭镇商业中心、桐浦镇商业中心、曹村镇商业中心、平阳坑镇商业中心
		其他未列入一类和二类限制区的社区级商业集中地段、市场集聚点	

注：规划范围内局部地区正处于发展建设中，未来这部分地区应根据建设实际和国土空间详细规划内容，在户外广告设施控制性详细规划中准确划定“各分区”界限。

3) 二类限制区附加要求

① 类型设置附加要求

A、积极引导地标性户外广告的设置。引导结合区域内的标志性建筑设置新技术、新媒体类型的地标性户外广告，打造街区亮点，提升街区品位。

B、可结合建筑物外墙面上设置不改变建筑物立面形象的投影广告、VR广告、LED机械动态屏等户外广告设施。除城市商业综合体、大型商业广场、专业市场内多层建筑物的玻璃幕墙和高层建筑裙楼的玻璃幕墙外，其他区域不应设置粘贴类户外广告设施。

C、可设置平行于墙面的户外广告设施，可结合玻璃幕墙设置投影广告、柔性LED网格屏和LED透明屏广告；除城市商业综合体、大型商业广场、专业市场外，其他区域不应设置垂直于墙面的户外广告设施和轻钢边框（框内无支架）喷绘布户外广告设施。

D、户外广告画面可进行静音动态展示，如播放静音动画、视频等媒体。

② 位置选择附加要求

A、平行于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑物外墙面和高层建筑的裙楼外墙面上；在高层建筑主楼36米以下外墙面设置的户外广告设施应严格执行本规划的规定；超高层建筑主楼外墙面上、高层建筑主楼36米以上外墙面不应设置户外广告设施（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。

B、垂直于墙面设置的户外广告设施（包括结构）上沿距离地面不应超过18米。

C、在满足安全通行的前提下，可结合城市商业综合体、大型商业广场、专业市场、会展场所适量设置互动式、底座式、造型式和大型落地式户外广告设施。

D、适量设置附属于公共设施上的户外广告设施。

### ③ 尺寸控制附加要求

平行于墙面设置的户外广告设施，在建(构)筑物同一朝向墙面上的总面积不应大于该墙面面积的35%（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。

### 4) 其他限制区附加要求

#### ① 类型设置附加要求

A、可结合建筑物外墙面、玻璃幕墙适量设置数字投影、全息投影广告；可设置轻钢边框（框内无支架）的喷绘布户外广告设施；除城市大型商业广场内多层建筑物的玻璃幕墙和高层建筑裙楼的玻璃幕墙外，其他区域不应设置粘贴类户外广告设施。

B、可适量设置平行于墙面的户外广告设施，可结合玻璃幕墙设置柔性LED网格屏广告，除城市大型商业广场外，其他区域不应设置垂直于墙面的户外广告设施。

C、户外广告应进行静态画面展示，画面播放的速度应缓慢和连贯，不应采用闪烁和快速切换画面的展示方式。

#### ② 位置选择附加要求

A、平行于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑物外墙面和高层建筑的裙楼外墙面；在高层建筑主楼36米以下外墙面设置的户外广告设施应严格执行本规划的规定；超高层建筑主楼外墙面、高层建筑主楼36米以上外墙面不应设置户外广告设施（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。

B、垂直于墙面设置的户外广告设施（包括结构）上沿距离地面不应超过18米。

C、在满足安全通行的前提下，可结合大型商业广场、步行商业街适量设置互动式、底座式、造型式和大型落地式户外广告设施。

#### ③ 尺寸控制附加要求

平行于墙面设置的户外广告设施，在建(构)筑物同一朝向墙面上的总面积不应大于该墙面面积的30%（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。

### 2.5.2 严控区设置要求

1) 总体形象：户外广告设施应遵循各功能区环境整体有序，局部适度丰富、活力的原则，突出“少而精”的设置理念，注重品质提升。

2) 规划设计：在商业集中地段，可结合区段功能和空间特征统一布局户外广告设施，注重设施整体品质打造和创新、创意。

3) 照明设计：户外广告设施照明应优先选用节能、环保的新光源、新灯具，不应影响居民生活、行人及交通安全。

4) 色彩控制：应采用与所依附载体的主色调相呼应或接近的颜色，并与周边环境相协调。

#### 5) 类型设置要求

① 可结合建筑物外墙面、玻璃幕墙适量设置数字投影、全息投影广告；可设置轻钢边框（框内无支架）喷绘布户外广告设施，不应设置布幅广告。除商业、市场集中地段内多层建筑物的玻璃幕墙和高层建筑裙楼的玻璃幕墙外，其他区域不应设置粘贴类户外广告设施。

② 可结合玻璃幕墙设置柔性LED网格屏广告，除商业、市场集中地段外，其他区域不应设置垂直于墙面的户外广告设施。

③ 户外广告应进行静态画面展示，画面播放的速度应缓慢和连贯，不应采用闪烁和快速切换画面的形式。

#### 6) 位置选择要求

① 平行于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑物外墙面和高层建筑的裙楼外墙面；在高层建筑主楼36米以下外墙面设置的户外广告设施应严格执行本规划的规定；超高层建筑主楼外墙面、高层建筑主楼36米以上外墙面不应设置户外广告设施（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。

② 垂直于墙面设置的户外广告设施（包括结构）上沿距离地面不应超过18米。

#### 7) 尺寸控制要求

平行于墙面设置的户外广告设施，在建(构)筑物同一朝向墙面上的总面积不应大于该墙面面积的30%（投影类广告等不改变建（构）筑物立面结构与形象的户外广告设施除外）。



表2: 严控区设置要求一览表

规划分区	区域类型	区域名称
严控区	居住区	安阳居住区、玉海居住区、锦湖居住区等居住区
	行政区	瑞安安阳行政中心、瑞安市滨海行政中心
	医疗文化体育区	飞云公共服务中心、瑞安安阳公共服务中心、瑞安滨海公共服务中心、塘下公共服务中心
	历史文化街区	忠义街历史街区、西山历史街区、会文里历史街区、丰湖街历史街区
	水乡风貌带	塘河历史水乡风貌带
	工业物流区	塘下工业区、瑞安市国际汽摩配产业基地等

注: 规划范围内局部地区正处于发展建设中, 未来这部分地区应根据建设实际和国土空间详细规划内容, 在户外广告设施控制性详细规划中准确划定“各分区”界限。

### 2.5.3 禁止区设置要求

1) 不应设置户外广告设施。

2) 确需设置公益户外广告设施的, 经市容主管部门审批后, 可结合各类公园绿地及风景名胜区的主要出入口、开放性场所进行设置, 应注重整体布局, 精心设计, 并符合本规划的相关要求。

表3: 禁止区设置要求一览表

分区	范围	
禁止区	城市森林公园	万松公园、隆山公园、凤凰山公园、上埠公园
	城市综合公园	明镜公园、瑞安人民广场、玉海广场、瑞祥公园、林洋湿地公园
	风景名胜区	寨寮溪风景区、金鸡山旅游区、卧龙峡风景区、白岩山旅游区、集云山风景区、大罗山风景区、圣井山梅龙溪风景区
	专类公园	外滩体育公园、韩田国策主题公园
	其他范围包括未列入公益广告可设置区的禁止区。	

### 2.6 特殊管控区附加管控要求

#### 2.6.1 特殊管控区划定

本规划划定了城市特殊管控区, 包括城市迎宾形象路段、城市传统文化展示区、城市特色发展区域。该类区域在满足“三区”设置要求的基础上, 应附加满足特殊管控区的特殊管控要求。

表6: 特殊管控区分类及范围一览表

分区	范围		
特殊管控区	城市迎宾形象路段	瑞枫大道(瑞安东口——潘岱街道)、G322国道(南滨——仙降)G330国道(陶山——塘下)、滨海大道(塘下——南滨)、104国道(飞云——塘下)、塘下中心路(塘河新城-滨海大道)、温瑞大道(瑞安——温州)、江南大道	
		城市轨道线、高速公路	
	城市传统文化展示区	瑞安历史文化名城	北至万松西路, 南至外滩滨江大道, 西至西山, 东至商城大道
		塘河历史水乡风貌带	北至温州、南至瑞安滨江风貌带、东至中塘河
	特色发展重点区域	瑞安站前商贸区——侨贸小镇	北至云栖路, 东至甬台温高速公路, 南至火车站路, 西至万锦大道
		瑞安滨江特色风貌带	飞云江两岸: 飞云江五桥至开发区大道

#### 2.6.2 附加管控要求

##### (1) 城市迎宾形象路段

##### 1) 城市道路迎宾形象路段附加管控要求

① 形象要求: 打造城市户外广告设施的高品质示范带, 塑造高端、大气的城市迎宾形象。并应通过下步详细规划深化确定沿线具体控制要求。

② 规划要求: 鼓励结合城市迎宾形象路段的总体氛围营造要求, 统筹布局户外广告设施, 注重总体氛围营造, 鼓励创新、创意设计。

③ 类型要求: 鼓励设置地标性广告, 鼓励结合建筑物外墙面、玻璃幕墙设置投影广告、VR广告、LED机械动态屏等新技术、新媒体广告类型, 打造城市迎宾形象路段亮点。

##### 2) 高速公路迎宾形象路段附加管控要求

① 位置要求: 可结合高速出入口、互通口设置景观化、雕塑式的大型落地式公益户外广告设施, 塑造城市门户形象。

② 设计要求: 鼓励创新、创意, 打造城市窗口形象。

### 第3章 户外广告设施分类设置规划

#### 3) 城市轨道形象展示路段附加管控要求

- ① 位置要求：可结合站前广场、车站、转换空间、隧道、车厢设置户外广告设施。
- ② 类型要求：鼓励设置互动式和实物造型户外广告设施，加强乘客的体验感，提升站点活力和形象。

#### (2) 城市传统文化展示区附加管控要求

##### 1) 历史文化名城附加管控要求

- ① 形象要求：设置的户外广告设施应融入历史环境，体现历史文化街区特色。
- ② 形式要求：鼓励将历史环境要素与全息投影、透明LED玻璃屏等新技术户外广告形式相结合，追求精致、打造品质、体现古朴，展示传统文化。
- ③ 色彩要求：应融入历史环境，可适量点缀暖色，为历史街区添加活力。

##### 2) 主塘河历史水乡风貌带附加管控要求

- ① 形象要求：户外广告设施应追求精致、自然，打造滨水休闲氛围，展示水乡文化长廊形象及塘河民俗文化特点。
- ② 形式要求：应结合水乡建筑风貌，融入水乡传统元素，展示水乡风貌特色。
- ③ 照明要求：照明设计应结合塘河夜景进行整体考虑，营造夜游氛围。
- ④ 色彩要求：融入水乡自然风光和沿线建筑风貌。

#### (3) 城市特色发展区域附加管控要求

##### 1) 瑞安滨江特色风貌带附加管控要求

- ① 形象要求：依托区域整体景观环境和市民活动特征，设置的户外广告设施应融入自然、适宜亲近，注重景观性、互动性和视觉性。
- ② 形式要求：鼓励小品式、雕塑式、互动式户外广告设施的设置。

##### 2) 瑞安站前商务区

- ① 户外广告设施应秉持“精品”路线，以展示城市站前、窗口形象为核心，突出户外广告设施的创意性、造型设计及制作的艺术化、与环境的一体化，发布产品的品牌化。
- ② 以瑞安动车站铁路外城市公共区域及进出该区域的主要道路沿线为整体，根据场地、建筑的空间特征，统一布局户外广告设施。
- ③ 秉持“高质精品”标准，体现瑞安城市建设水平。鼓励新技术、新材料的应用，鼓励地标性户外广告设施的设置。

#### 3.1 类型管制

参照《温州市户外广告和招牌设施设置规范》、行业标准《城市户外广告和招牌设施技术标准》CJJ/T149-2021及其他城市相关经验，结合行业发展和瑞安实际，本规划划定“禁止类、严控类和限制类”三类户外广告设施。

#### 3.2 类型定义

(1) **禁止类**：指不符合城市定位和市容建设新需求的，对城市安全、景观环境有负面影响的户外广告设施类型。包括屋顶广告、窗户广告、桥体广告等户外广告设施，以及布幅、气球、飞艇广告（临时广告除外）等户外广告形式。具体类型详见下表4、表5。

(2) **严控类**：指通过有效规范设置，可实现良好视觉品质，有利于烘托商业氛围的户外广告设施类型。包括附属墙面设置的广告、围墙上设置的广告、过街通道墙面广告、公交候车亭广告、立杆式广告、底座式广告、大型落地式广告等户外广告设施，以及灯箱广告、单透贴膜广告、彩绘广告、LED电子显示屏广告等户外广告形式。具体类型详见下表4、表5。

(3) **限制类**：指有利于进行艺术化表现及创新、创意展示的户外广告设施类型。包括实物造型广告、景观雕塑广告等户外广告设施，以及利用现代化技术展示的各种户外广告形式。具体类型详见下表4、表5。

表4：户外广告设施设置位置分类管制一览表：

分类	对象（按设置位置）		说明	
禁止类	附属式	建（构）筑物上的	屋顶广告	——
			窗户广告	——
		附属其他构筑物广告	——	
	公共设施上的	桥体广告	——	
		灯杆、电杆广告	灯杆临时公益广告除外	
	独立式	大型高立柱广告	城市建成区外的公路沿线除外	
	移动式	其他车辆车身广告	公共交通车身广告和货运车辆车身广告除外	
		船舶广告	——	
		空飘广告	临时广告除外	

续表4：户外广告设施设置位置分类管制一览表：

分类	对象（按设置位置）		说明	
严控类	附属式	建（构）筑物上的	平行于墙面设置的广告	在一类限制区内不应超过55米，其他控制区内不应超过36米
			垂直于墙面设置的广告	在一类限制区内不应超过24米，其他控制区内不应超过18米
		围墙上设置的广告	只准许发布该地块项目的形象广告或公益广告	
	公共设施上的	过街通道墙面广告	只准许附属于通道墙面平行设置	
		公交候车亭广告	---	
		其他城市家具广告设施	包括电话亭、报刊亭、宣传栏、充电桩等	
	独立式	立杆式广告	宽度小于3m的人行道不应设置	
		底座式广告	宽度小于3m的人行道或面积小于50m <sup>2</sup> 的广场（空地）不应设置。宽度小于5m的人行道不应垂直于人行道设置	
		大型落地式	---	
	移动式	车载广告	公共交通工具广告	---
货运车辆车身广告			---	
限制类	独立式	实物造型广告/景观雕塑广告	鼓励结合街道雕塑、景观小品设置	

表5：户外广告设施设置形式分类管制一览表：

分类	对象（按设置形式）		说明
禁止类	布幅广告		临时广告除外
	招贴栏广告		
	控制移动式广告	气球、飞艇广告	
	指示牌		
严控类	展示牌（背板式）广告		---
	单体字式广告		
	灯箱广告		
	单透贴膜广告		
	彩绘广告		

续表5：户外广告设施设置形式分类管制一览表：

分类	对象（按设置形式）		说明
严控类	电子显示装置广告	LED电子显示屏广告	---
		LCD显示屏广告	
	墙面立体广告		
	楼体整体幕墙广告		
	投影广告	数字投影广告	
	控制移动式广告		
	限制类	电子显示装置广告	
LED玻璃屏广告			
柔性LED网格屏广告			
LED机械动态屏广告			
裸眼3D广告			
增强现实（AR）广告			
虚拟现实（VR）广告			
混合现实（MR）广告			
投影广告		激光投影广告	
		全息投影广告	

## 第4章 户外招牌设施空间布局规划

对应户外广告设施“三区管控”范围，制定相应分区内的户外招牌设施设置要求。

### 4.1 限制区户外招牌设施设置要求

#### (1) 总体要求

限制区的户外招牌设施应遵守“总体协调、地段活跃、局部彰显”的设置原则，在确保安全的前提下，力求多样化设置、注重质量、营造活力。

#### (2) 店招招牌设施设置要求

1) 在总体协调的基础上，可适量设置多样化的店招招牌设施，鼓励创新、创意，引导高品质店招招牌设施的设置，打造街区整体品质。

2) 不应在6层以上建筑物外墙面设置，在城市商业综合体、专业市场、步行商业街等商业集中地段内3层及以上建筑物外墙面设置的，宜集中设置，其他区域在3层及以上建筑物外墙面设置的，应集中设置。

3) 除城市商业综合体、专业市场、步行商业街等商业集中地段外，其他区域不应设置垂直于墙面的店招招牌设施；可在有开敞空间的城市商业综合体、商务写字楼、专业市场等区域集中设置独立式店招招牌设施。

4) 应遵循“一店一招”原则，并不应叠加、重复设置。若存在下述情况的，可按下述规定设置。

① 底层营业场所存在多处临街门面的，可依附于经营范围内每侧临街面设置。底层营业面积小于 2000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面只准许设置 1 个；底层营业面积大于 2000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面设置的数量不应超过该营业场所单侧临街出入口的数量，且单侧临街面设置总量不应超过 2 个。

② 底层以上营业场所存在多处临街面的，可依附于经营范围内每侧临街面设置，上下层同时设置的店招招牌设施宜错位设置，并确保总体美观协调。营业面积小于 2000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面只准许设置 1 个；营业面积大于 2000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面设置的数量不应超过该营业场所单侧临街出入口的数量，若底层有独立门面或单独出入口的，可于底层门面或出入口处增设 1 个，但单侧临街面设置总量不应超过 2 个。

③ 本规划规定底层以上应集中设置的区域，应结合被设置建筑物外墙面造型合理选择位置，并确保建筑物外墙面美观协调。集中设置数量不应超过设置侧大楼出入口数量，且设置总量不应超过 2 个。

#### (3) 单位名称标识和建筑物名称标识

1) 在遵循“一单位一标识”的原则上，只准许在其自身经营范围的建筑物外墙面设置（集中设置的除外），若底层有单独出入口的，每个出入口可增设 1 个。

2) 不宜在 6 层以上建筑物外墙面设置，优先考虑在 3 层以下建筑物外墙面设置；在 3 层及以上建筑物外墙面设置的，应集中设置；不应设置垂直于墙面的单位名称标识。

3) 若 6 层以下建筑物外墙面确无条件设置，确需在 6 层以上设置的（仅允许 6 层以上为单业主的建筑），应按实体墙面、玻璃幕墙、屋顶的先后顺序依次选择设置，且每幢建筑物最多只准许设置 1 个，并不应与建筑物名称标识同设于建（构）筑物顶部（含裙楼）或墙面上。

#### (4) 建筑物名称标识设置要求

1) 可依附于建筑物底层主要出入口设置 1 个建筑物名称标识。

2) 除底层出入口建筑物名称标识外，在底层以上设置的，最多只准许设置 1 个，且宜设置在建筑物上部实体外墙面。若建筑物实体外墙面确无条件设置，需在建筑物顶部或玻璃幕墙上（包括 6 层以上）设置的，每幢建筑物最多只准许设置 1 个，且不应与单位名称标识同设于建（构）筑顶部（含裙楼）或玻璃幕墙上。

### 4.2 严控区户外招牌设施设置要求

#### (1) 总体要求

实行多样化、区段化设置，满足城市不同功能区、风貌区及文化地段的设置需求。

#### (2) 店招招牌设施设置要求

1) 不应在 6 层以上建筑物外墙面设置，优先考虑在 3 层以下建筑物外墙面设置；在 3 层及以上建筑物外墙面设置的，应集中设置。

2) 除步行商业街外，其他区域不应设置垂直于墙面的店招招牌设施；可在有开敞空间的商务写字楼、专业市场等区域集中设置独立式店招招牌设施。

3) 应遵循“一店一招”原则，并不应叠加、重复设置。若存在下述情况的，可按下述规定设置。

① 底层营业场所存在多处临街门面的，可依附于经营范围内每侧临街面设置。底层营业面积小于 5000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面只准许设置 1 个；底层营业面积大于 5000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面设置的数量不应超过该营业场所单侧临街出入口的数量，且单侧临街面设置总量不应超过 2 个。

② 底层以上营业场所存在多处临街面的，可依附于经营范围内每侧临街面设置，上下层同时设置的店招招牌设施宜错位设置，并确保总体美观协调。营业面积小于 5000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面只准许设置 1 个；营业面积大于 5000 m<sup>2</sup> 的，单侧临街面设置的数量不应超过该营业场所单侧临街出入口的数量，若底层有独立门面或单独出入口的，可于底层门面或出入口处增设 1 个，但单侧临街面设置总量不应超过 2 个。

## 第5章 户外广告和招牌设施设置负面清单

### 5.1 户外广告设施设置负面清单

(1) 不应在国家机关、文物保护单位（文保点）、风景名胜区、中小学校及幼儿园等的建筑控制地带设置。

(2) 不应利用交通安全设施、交通标志设施进行设置

1) 不应利用交通信号设施、交通导向牌等交通安全及导向设施进行设置；

2) 不应利用路、桥名牌等交通标志牌进行设置；

3) 不应利用交通执勤岗设施、道路隔离设施、城市桥梁及护栏、高架轨道隔声窗（隔声墙）、道路及桥梁防撞墙与隔声窗（隔声墙）等交通安全设施进行设置（见图 B.2），不应利用公路、隧道管理口及防护坡进行设置。

(3) 不应影响交通安全设施、交通标志设施的使用

1) 不应跨越道路或延伸至道路机动车道、非机动车道上空占用公共交通空间进行设置（依附于跨街建筑物的除外）；

2) 不应在道路交叉口视距三角形范围内设置，不应在道路交叉口视距三角形两侧 30 m 范围内设置独立式户外广告设施；

3) 不应在除道路隔离栏外的交通安全设施、交通标志设施 10 m 范围内设置；

4) 不应在人行天桥落地扶梯、过街地道、过江（海）隧道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人流和车流出入口周边 10 m 范围内设置独立式户外广告设施；

5) 不应利用高速收费站（亭）设置。

(4) 不应影响公共安全

1) 不应在河道、防洪堤等水利工程的管理范围内设置；

2) 不应在各类地下管线、架空线及其它生命线工程安全保护范围内设置；

3) 不应在消防通道和消防场地内设置，不应妨碍安全疏散、灭火救援和建筑消防排烟；

4) 不应利用危房、违法建（构）筑物、在建建（构）筑物设置，不应在可能危及建（构）筑物和设施安全的位置设置。

(5) 不应妨碍生产和人民生活

1) 不应在住宅建筑及混合功能建筑的居住功能部分进行设置；

2) 不应在大量车流、人流集散的公共建筑出入口周边 5 m 范围内设置，不应在公交站牌、路名牌、出租车扬招牌、消防栓等设施周边 5 m 范围内设置独立式户外广告设施；

3) 不应播放声音（步行商业街、商业广场除外）；

③ 本规划规定底层以上应集中设置的区域，应结合被设置建筑物外墙造型合理选择位置，并确保建筑物外墙美观协调。集中设置数量不应超过设置侧大楼出入口数量，且设置总量不应超过 2 个。

#### (3) 单位名称标识和建筑物名称标识设置要求

严控区内单位名称标识和建筑物名称标识的设置，参照限制区内的相关要求执行。

### 4.3 禁止区户外招牌设施设置要求

(1) 位置要求：户外招牌设施主要结合相关配套设施、场所出入口进行设置，不应在 2 层以上建筑物外墙面和顶部设置店招招牌设施和单位名称标识。不应设置垂直于墙面的户外招牌设施和独立式户外招牌设施。

(2) 其他要求：户外招牌设施的尺度、风格、色彩应融入整体环境，并宜采用环保材料，防止破坏或污染环境。

### (6) 不应损害城市容貌或建(构)筑物形象

- 1) 不应在文物保护单位(文保点)、历史建筑上设置;
- 2) 不应在建(构)筑物顶部凌空(含裙楼及屋顶构筑物)设置;
- 3) 不应遮挡建筑门窗设置,不应在玻璃幕墙上设置带有可视构架的户外广告设施;
- 4) 不应在建筑物的雨棚、室外台阶、栏杆、扶手上设置;
- 5) 不应在毗邻建筑物之间的空间设置;不应在建筑物层与层之间的外墙面上设置;
- 6) 不应在骑楼檐下设置,不应在骑楼底层立柱面、毗邻立柱之间悬空设置;
- 7) 不应利用通透围墙、护栏设置;
- 8) 不应依附于行道树设置,不应在道路附属绿化中设置,不应损毁公共绿地及山体景观进行设置;
- 9) 不应在邮筒、废物箱、配电箱等公用设施上设置;
- 10) 不应设置大型高立柱户外广告设施;不应在高速、轨道沿线设置落地式户外广告设施。

## 5.2 户外招牌设施设置负面清单

- 1) 不应在用地红线范围以外的区域设置。
- 2) 不应利用危房、违法建(构)筑物、在建建(构)筑物设置,不应在可能危及建(构)筑物和设施安全的位置设置。
- 3) 不应影响建(构)筑物消防安全和采光、通风要求;不应妨碍他人生产经营或者居民正常生活;不应影响他人对建(构)筑物的合法使用。
- 4) 不应在居住建筑及混合功能建筑的居住功能部分设置(建筑物名称标识除外)。
- 5) 不应在建(构)筑物顶部凌空(含裙楼及屋顶构筑物)设置店招招牌设施。
- 6) 不应在建(构)筑物的玻璃幕墙上设置(无结构性户外招牌设施除外)。
- 7) 不应影响车辆、行人交通安全,不应影响航空安全,不应使用影响航空安全的光源。
- 8) 不应影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志正常使用。
- 9) 不应损毁公共绿地进行设置。
- 10) 不应在大量车流、人流集散的公共建筑出入口周边 5 m 范围内设置独立式户外招牌设施。
- 11) 不应使用动态视频或者音频等方式。

## 第6章 特殊广告设施设置规划

### 6.1 公益广告设置规划

#### (1) 规划原则

遵循“发布方式多元化、融合环境一体化、造型设计品质化、媒体形式个性化”的规划原则,促进公益广告设施的健康有序发展。

#### (2) 规划布局

结合迎宾形象界面、瓯江两岸沿线、塘河两岸沿岸风貌带等城市公共空间设置公益户外广告设施,宣传城市文化及城市形象;经批准允许结合城市主干道、步行商业街设置宣传城市文化、主题赛事及节庆活动等的临时公益广告设施。

#### (3) 设置要求

1) 公益广告设施应遵循“统一建设、统一管理”的原则,合理规划布局,落实设置点位,保证公益广告设施基本设置阵地的固定性与独立性。

2) 公益广告设置总量不应低于城市总户外广告总量的 20%。其中城市迎宾形象界面的比例不宜低于 30%,城市窗口、各类文化广场不宜低于 50%,公园内不应设置商业广告设施。

3) 当公益广告与商业广告在同一牌体上设置时,户外广告内容中公益宣传内容所占的面积或时间比例,一般不应低于 15%;牌体为电子显示屏时,一般不应低于 20-25%;景点周边区域的电子显示屏广告一般不应低于 30%。闲置户外广告设施应及时以公益广告内容补充画面。

### 6.2 临时广告设置规划

#### (1) 一般要求

1) 临时户外广告设施应在批准的临时活动举办场地内设置;经县(区)级以上人民政府批准的大型活动,具体设置范围结合活动方案确定。

2) 政府部门组织的大型活动,设置期限应与活动期限一致,最长不应超过 30 日。

3) 商家开业组织商品促销等活动设置的临时户外广告设施,时限不应超过 3 天;国家重大节假日期间设置的临时户外广告设施时限可与节假日时间一致。

4) 设置人应于设置期限届满之日起 2 日内自行拆除并恢复场地原状。

## (2) 规划布局

经批准可结合迎宾形象界面、城市主干道、步行商业街灯杆上设置临时户外广告设施；可结合飞云江两岸沿线等城市带状空间设置小品式临时户外广告设施；可在城市公园、广场及大型商业广场设置互动式和实物造型的临时户外广告设施。

## (3) 设置要求

1) 旗帜广告：旗帜广告不应采用硬质形式，不应影响交通、消防、市政安全，不应超出道路路缘石边线进行设置；依附于路灯杆的旗帜广告不应连杆设置。设置在同一路面上的旗帜广告，样式和规格应统一，并与相邻道路上的旗帜广告相协调。

2) 布幅广告：布幅广告设置不应影响周边城市容貌及环境景观，不应使用白底黑字；利用建（构）筑物同侧墙面并列设置多条的，其设置规格应统一，间距应均匀。

3) 充气装置广告：充气装置广告应固定于地面，有关固定装置应安全、牢靠，并隐蔽处理。

4) 桁架广告：设置的桁架广告不应影响行人通行，有关固定装置应安全、牢靠。

## 第7章 规划实施建议

### 7.1 完善规划体系

构建“空间布局规划、设施设置规范和负面清单”三位一体的规划管理体系。

空间布局规划由“宏观政策、中观定位、微观设计”三个层面组成完整的规划体系，即由“宏观层面的专项规划，中观层面的户外广告设施控制性详细规划，微观层面的户外广告设施修建性详细规划或工程方案设计”三个层次组成；设施设置规范从安全、规范、品质等基本设置要求出发，制定规范性条款和技术指标；负面清单则突出底线管理思维，明确各类户外广告和招牌设施不应设置的规定。

### 7.2 完善技术体系

#### (1) 完善专家顾问机制

建立专家顾问机制，选择有实力的行业专家和专业技术团队成员组成户外广告设施规划、设计顾问小组，对户外广告设施的规划编制、工程方案设计、实施、后期维护及各种专业事项提供技术咨询，保障户外广告设施设置的水准、档次、品质，推动行业水平提升。

#### (2) 完善协调审查机制

依托户外广告技术管理体系，建立协同审批机制，统筹政府管理、公众参与及广告行业等相关各方的利益诉求。针对相关部门编制的城市规划图则，应附加本规划确定的相关管控要求，对新建建筑实行先期导控，将户外广告设施设置要求纳入规划条件，实现与建筑同步设计、同步审批，实行前置管理。

#### (3) 完善培训学习机制

建立户外广告设施设置培训机制，定期对社会公众、各级管理人员以及户外广告行业从业者展开培训，以提高所有参与者的参与能力和参与水平。具体培训内容应包括相关政策法规的解读、户外广告创意与传播的基本知识以及与户外广告设施设置相关的城市美学、色彩学、国土空间规划、城市设计等相关知识。

### 7.3 完善管理体系

#### (1) 完善智库管理机制

依托智慧城市或数字城管平台，构建户外广告设施的数字化管理平台 and 地理信息系统，实现公众的咨询监督、行业的查询报审以及市容主管部门的审批、监督等的全方位

管理。数字化管理平台建议整合户外广告设施设置现状、各层级规划设计方案、标准规范等综合信息，并向社会及各级管理部门公开。

逐步搭建复合审批、备案系统，搭建专家咨询及部门、专家联审系统，将日常监督、检查管理程序一并纳入，形成从前端规范、方案公开、审批备案到监督检查的全流程系统，提高从业者的安全自检意识和安全感，落实设施建设或所有者的主体责任。

#### (2) 建立部门、专家联审机制

行政主管部门组织编制的控制性详细规划应组织相关部门、专家联审。联审批复后的规划成果作为户外广告设施设置审批的依据。

行政主管部门或其他部门组织编制的修建性详细规划，应组织相关部门、专家联审。联审批复后的规划成果作为户外广告设施工程方案设计的依据。

## 第8章 附则

- 8.1 本规划成果包括规划文本、规划图纸两部分，两者具有同等法律效力。
- 8.2 本规划文本中有下划线的条款为强制性规划内容。
- 8.3 本规划由瑞安市综合行政执法局负责解释。
- 8.4 本规划自瑞安市人民政府批复实施之日起生效。



附表1: 不同类型用地户外广告设施(不含户外招牌)设置许可分类一览表

要求	用地名称		备注
	《城市用地分类和规划建设用地标准》(GB50137-2011)	《浙江省国土空间规划分区分类指南》(修订试行)	
限制设置	B1 商业用地	0901 商业用地	限制区内
	B2 商务用地	0902 商务金融用地	
	B3 娱乐康体用地	0903 娱乐康体用地	
严控设置	B1 商业用地	0901 商业用地	严控区内
	B2 商务用地	0902 商务金融用地	
	B3 娱乐康体用地	0903 娱乐康体用地	
	B4 公用设施营业网点用地	0904 其他商业服务业用地	---
	B9 其他服务设施用地		---
	A2 文化设施用地	0803 文化用地	---
	A3 教育科研用地	0804 教育用地	中小学用地、特殊教育用地不应设置
	A4 体育用地	0805 体育用地	---
	A5 医疗卫生用地	0806 医疗卫生用地	---
	---	0802 科研用地	---
	A6 社会福利设施用地	0807 社会福利用地	仅限商业建筑可设
	R 居住用地	0701 城镇居住用地	
	M 工业用地	1001 工业用地	---
	W 仓储用地	11 仓储用地	---
	S3 交通枢纽用地	1206 城市轨道交通用地	---
	S4 交通场站用地	1208 交通场站用地	---
G3 广场用地	1403 广场用地	---	

要求	用地名称		备注
	《城市用地分类和规划建设用地标准》(GB50137-2011)	《浙江省国土空间规划分区分类指南》(修订试行)	
禁止设置	A1 行政办公用地	0801 机关团体用地	---
	A7 文物古迹用地	1504 文物古迹用地	---
	A8 外事用地	1502 使领馆用地	---
	A9 宗教设施用地	1503 宗教用地	---
	U 公用设施用地	13 公用设施用地	---
	G1 公园绿地	1401 公园绿地	---
	G2 防护绿地	1402 防护绿地	---
	H41 军事用地	1501 军事设施用地	---
	H9 其他特殊用地	1507 其他特殊用地	---

注: ①本表采用的用地分类标准与《城市用地分类和规划建设用地标准》(GB50137-2011)一致;

②本表用地分类标准衔接《浙江省国土空间规划分区分类指南》(修订试行)。

附件2：户外广告和招牌设施分类表

1：户外广告设施分类表

类别名称		类型
附属式	建（构） 筑物上 的	屋顶户外广告设施
		平行于墙面设置的户外广告设施
		垂直于墙面设置的户外广告设施
		围墙上设置的户外广告设施
	公共设施上 的	设置在道路两侧和公共场所的公交候车亭、充电桩、报刊亭、电话亭、信息栏、自动售货机、自行车棚等公共设施上的户外广告设施
独立式		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
		大型高立柱户外广告设施
		实物造型户外广告设施
移动式		利用车辆、船舶、空中移动设施（飞艇、无人驾驶自由气球）等可移动的特殊载体的表面设置的户外广告设施

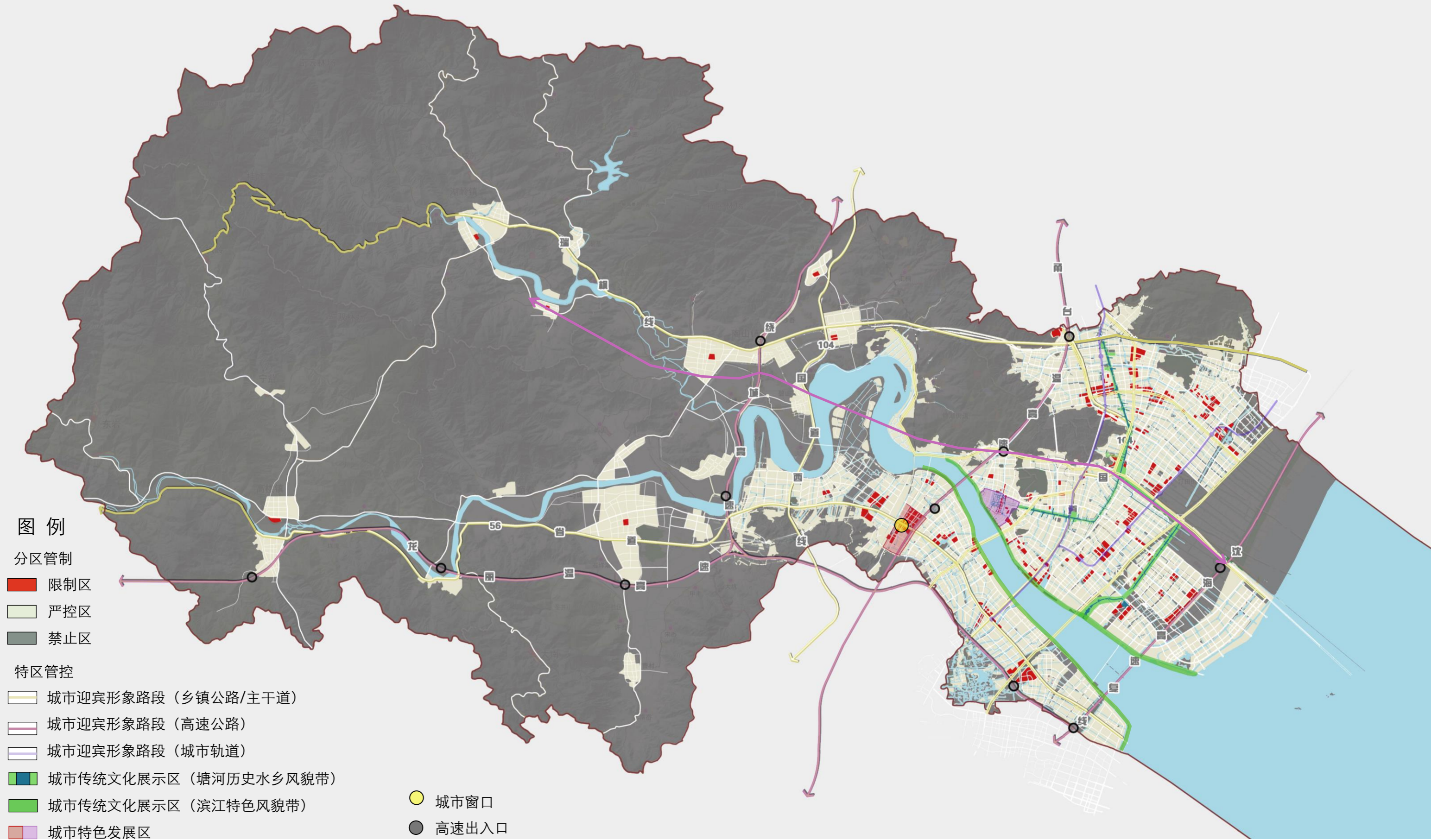
2：户外招牌设施分类表

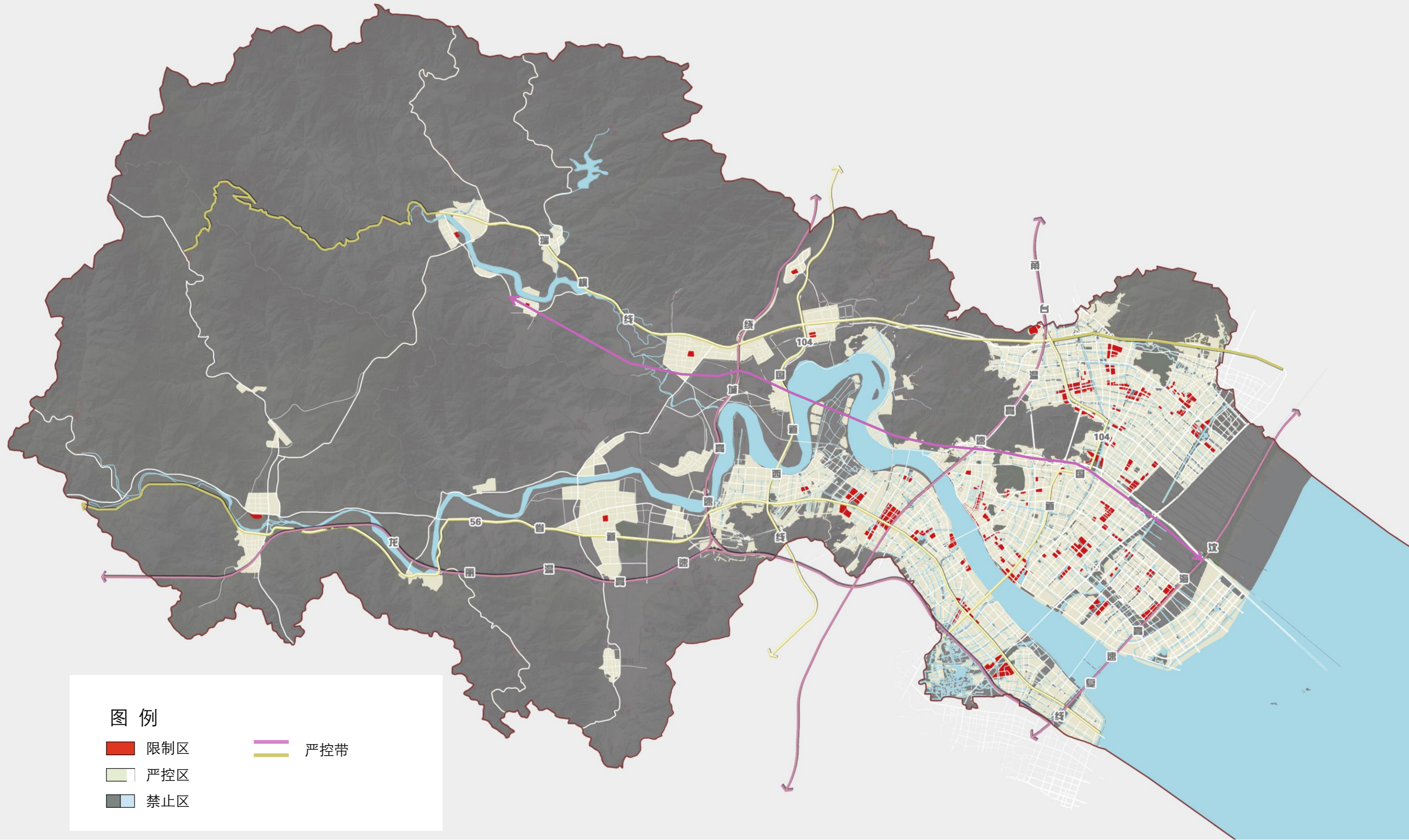
类别名称		类型	
店招招牌设施	附属式	建（构）筑物上 的	屋顶店招招牌设施
			平行于墙面设置的店招招牌设施
			垂直于墙面设置的店招招牌设施
	独立式		竖向独立式店招招牌设施
			横向独立式店招招牌设施
单位名称标识	附属式	建（构）筑物上 的	屋顶单位名称标识
			平行于墙面设置的单位名称标识
	独立式		竖向独立式单位名称标识
			横向独立式单位名称标识
建筑物名称标识	附属式		屋顶建筑物名称标识
			平行于墙面设置的建筑物名称标识
			出入口或雨棚建筑物名称标识

## 第二部分 规划图纸

## 图纸目录

- 1、瑞安市域户外广告设施总体规划图
- 2、瑞安市域户外广告设施分区规划图
- 3、瑞安市域户外广告设施特殊管控区规划图
- 4、瑞安市域户外广告设施限制区规划图
- 5、瑞安中心城区户外广告设施总体规划图





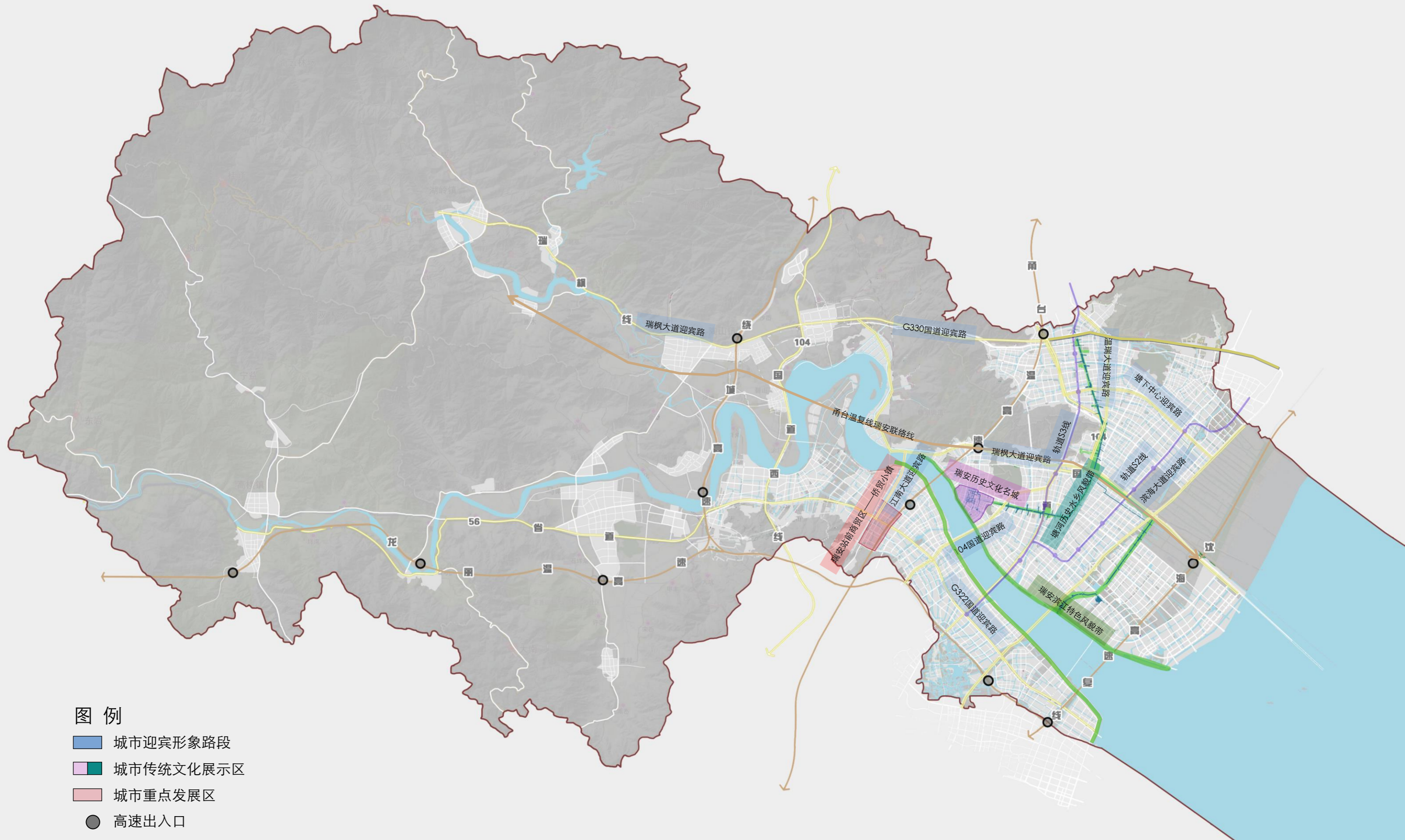
图例

限制区

严控区

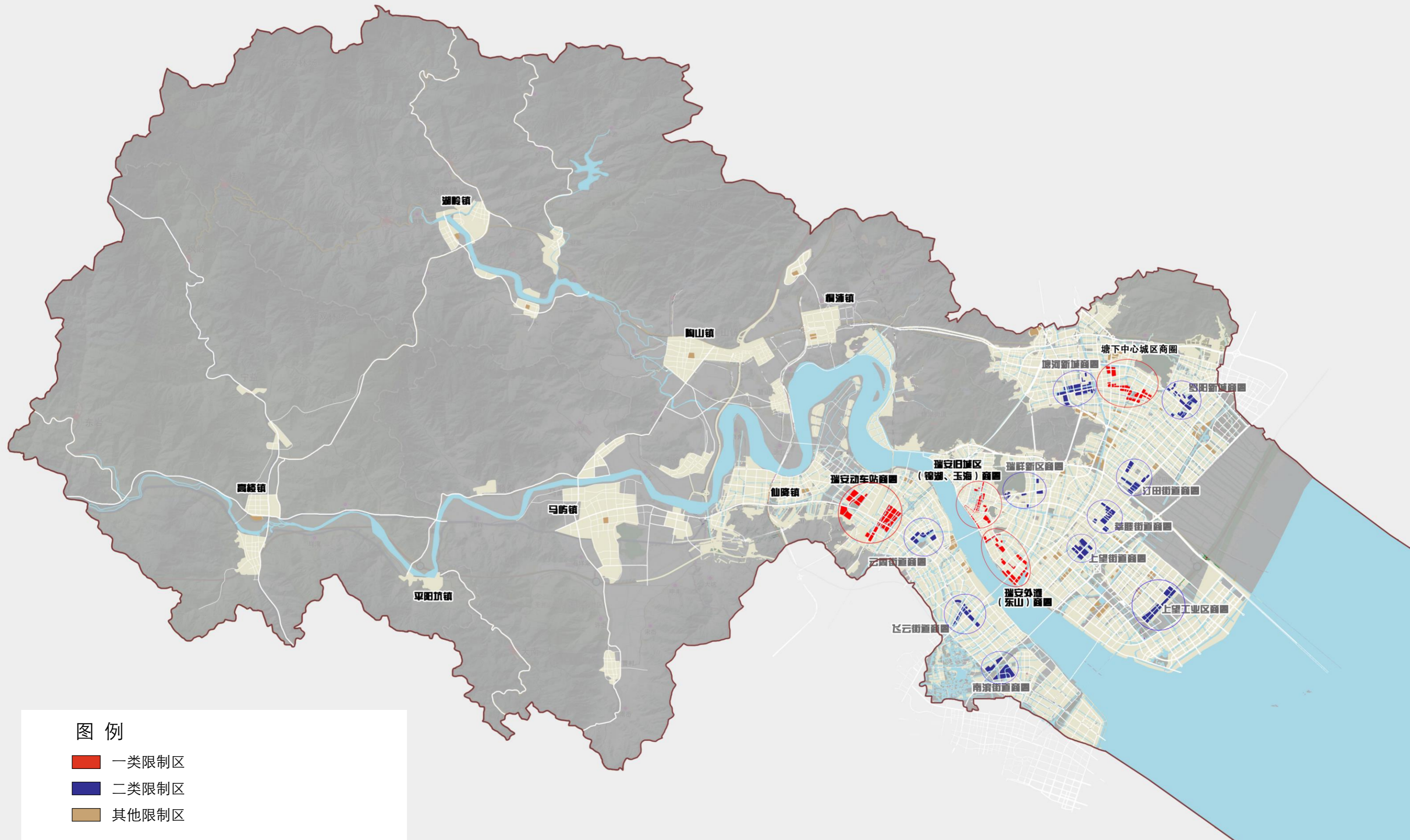
禁止区

严控带

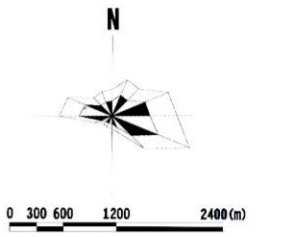


图例

- 城市迎宾形象路段
- 城市传统文化展示区
- 城市重点发展区
- 高速出入口







图例

分区管制

- 限制区
- 严控区
- 禁止区

特区管控

- 城市迎宾形象路段 (乡镇主要公路/主干道)
- 城市迎宾形象路段 (高速公路)
- 城市迎宾形象路段 (城市轨道)
- 城市传统文化展示区 (塘河历史水乡风貌带)
- 城市传统文化展示区 (滨江特色风貌带)
- 城市特色发展区

- 城市窗口
- 高速出入口