

深圳市户外广告设施设置专项规划文本

2020 年 6 月

目 录

第 1 章 总 则..... 2

 第 1.1 条 规划目的..... 2

 第 1.2 条 规划范围..... 2

 第 1.3 条 规划对象..... 2

 第 1.4 条 规划依据..... 2

 第 1.5 条 规划期限..... 2

 第 1.6 条 地位作用..... 3

第 2 章 规划目标与原则 4

 第 2.1 条 规划目标..... 4

 第 2.2 条 规划原则..... 4

第 3 章 分区规划 5

 第 3.1 条 分区定义..... 5

 第 3.2 条 规划分区..... 5

 第 3.3 条 管理要求..... 6

 第 3.4 条 设置要求..... 6

 第 3.5 条 特色地区附加要求..... 7

第 4 章 分类设置10

 第 4.1 条 分类定义.....10

 第 4.2 条 规划分类.....10

 第 4.3 条 分类要求.....10

第 5 章 公益性广告设置引导11

 第 5.1 条 设置原则.....11

 第 5.2 条 基本要求.....11

第 6 章 实施建议.....12

 第 6.1 条 完善技术体系.....12

 第 6.2 条 完善治理机制.....13

 第 6.3 条 创新治理模式.....13

 第 6.4 条 近期实施计划.....13

附表15

附图16

第1章 总 则

第1.1条 规划目的

遵循深圳市建设中国特色社会主义先行示范区的要求，为规范户外广告设置、提升设施品质、引导城市空间资源合理利用，以促进户外广告与城市市容景观和经济社会协同发展，提振城区活力，建构户外广告现代化治理体系为目的，遵照以人为本、精细高效的原则，编制《深圳市户外广告设施设置专项规划》（以下简称本规划）。

第1.2条 规划范围

规划范围覆盖深圳市福田、罗湖、盐田、南山、宝安、龙岗、龙华、坪山、光明、大鹏新区和深汕特别合作区。在上述范围内的户外广告设施设置活动均应执行本规划。

第1.3条 规划对象

本规划所指的户外广告设施，是指利用不同载体，以不同形式发布具有户外可视性且面向公共空间的商业性或者公益性广告的设施。具体包括以下 8 类：

- （1）墙体广告设施，是指依附于建（构）筑物外立面设置的广告设施（不含 LED 电子显示屏）；
- （2）LED 电子显示屏，是指以平板显示器为载体发布广告的设施；
- （3）公交候车亭广告设施，是指设置于公共汽车候车亭的广告设施，以灯箱为主要表现形式；
- （4）移动车身广告设施，是指以机动交通车辆车身为载体的广告设施；
- （5）工地围墙广告设施，是指以城市建筑、施工工地外围围蔽、遮挡物为载体的广告设施，以喷绘为主要表现形式；
- （6）立柱广告设施，是指以独立基柱作为支撑，高耸于道路两侧、机场、车站等人流较多场所的户外广告牌；
- （7）其他广告设施，包括招贴栏、布幅、气球、实物造型、楼体整体幕墙、景观灯光、全息投影、数字投影、无人机编组、互动广告设施等；

- （8）户外招牌，是指机关团体、企事业单位、个体工商户或其他组织在其办公或经营场所建（构）筑物外墙或建筑用地红线范围内，用于表明单位名称、字号、标识或建筑物名称的牌、匾等设施，主要包括店面招牌、建筑楼宇标识和机构名称标识（牌匾）。

第1.4条 规划依据

- （1）《中华人民共和国广告法》（中华人民共和国主席令第 22 号，2015）
- （2）《中华人民共和国城乡规划法》（中华人民共和国主席令第 74 号，2007 ）
- （3）《城市市容和环境卫生管理条例》（2017 第二次修订）
- （4）《城市容貌标准》（GB 50449-2008）
- （5）《深圳市城市总体规划（2010—2020）》
- （6）《深圳经济特区市容和环境卫生管理条例》（2018）
- （7）《深圳市户外广告设施管理办法》
- （8）《深圳市城市规划标准与准则》（2018）
- （9）《深圳市商业网点规划（2016—2020）》
- （10）《深圳市绿地系统规划修编（2014 - 2030）》
- （11）《深圳市城市照明专项规划》
- （12）《深圳市户外 LED 显示屏设置专项规划控制指引》（2016）
- （13）《前海深港现代服务业合作区综合规划》
- （14）《深圳湾超级总部基地城市设计优化》（2019）
- （15）《光明科学城空间规划纲要》（2019）
- （16）《深汕特别合作区总体规划（2017-2035 年）纲要》
- （17）已批准法定图则
- （18）其他与深圳市户外广告设施设置及管理活动相关的法律、法规

第1.5条 规划期限

本次规划期限为 2020 年～2035 年。其中近期为 2020 年～2025 年。

第1.6条 地位作用

本规划是深圳市辖区以及深汕特别合作区户外广告设施设置、管理的基本依据。

本规划自批准之日起，由深圳市城市管理和综合执法局负责组织实施。

第2章 规划目标与原则

第2.1条 规划目标

市容景观的秩序井然与城市商业的勃勃生机并存，坚持城市治理与服务营商并举、以“品质优异、市场接纳、特色彰显”为导向，鼓励创新创业，使深圳成为户外广告品质示范之城，成为具有全球影响力的户外广告创新创业之城，成为户外广告治理现代化的典范之城。

第2.2条 规划原则

（1） 公共利益优先原则

以深圳城市形象为优先，以人为本，以塑造安全、美观、舒适，有特色的市容环境作为优先，规范户外广告设置，保障社会公众权益；通过建立公开、公平的技术平台，推动深圳市户外广告行业良性、可持续发展。

（2） 提升品质活力原则

作为市容景观组成元素，通过规范户外广告，使其与深圳市城市定位和市容景观环境建设要求相契合；作为城市媒体元素，通过艺术化的设计和创意的发布方式，展现深圳展现“先锋城市、设计之都”的创意实力，点睛市容景观；作为城市活力元素，通过合理有序设置烘托商业氛围，促进街区活力的提升。

（3） 鼓励创新创业原则

鼓励新技术、新媒体、新材料的应用，鼓励艺术化设计的户外广告的应用，鼓励与环境融合的户外广告的应用，通过规范引导逐步形成高品质、精品化户外广告景观。

（4） 引导多元参与原则

本规划作为深圳市户外广告设置和管理的技术依据，面向政府、行业、市民等不同使用主体，统筹政府管理、公众参与及广告行业等相关各方的关切，搭建平台，引导公众和行业等多元主体参与。

第3章 分区规划

依据空间布局、景观风貌、用地功能等基本情况，配合城市建设发展进程，本规划按照活力展示、一般设置和禁止设置来实施分区规划，明确各分区的户外广告设施设置要求。针对城市特色地区通过区域个性化设置要求与规划分区要求叠加，共同作用。

第3.1条 分区定义

- (1)

活力展示区：为服务城市商业、促进经济发展、提振城区活力，允许集中、多样化设置户外广告设施的区域。主要包括罗湖“金三角”商业中心、华强北商贸区等国际级和市级商业中心、商贸区。
- (2)

一般设置区：在保护深圳多元城市风貌、建筑空间特色的基础上，为满足城市一般地区商业宣传、活力营造和公共宣传需求，允许适度设置户外广告设施的区域。活力展示区和禁止设置区以外的区域均纳入一般设置区管理。
- (3)

禁止设置区：为保护深圳特色景观、保护生态环境禁止设置户外广告设施（不含户外招牌）的区域。主要包括内伶仃-福田红树林自然保护区、铁岗-石岩湿地、田头山和大鹏半岛等自然保护区、梧桐山风景名胜区以及羊台山、凤凰山、塘朗山等森林公园、郊野公园等，以及特殊用地。

第3.2条 规划分区

本规划分区覆盖深圳市辖区及深汕特别合作区。分区及范围详见表1。

表 1 规划分区一览表

分区		范围	
活力展示区	活力展示区1 (合计3处)	罗湖区	罗湖“金三角”商业中心（红岭路、红宝路、宝安南路、解放路、人民公园路、红桂路、东门中心路、文锦路和深圳河围合区域）
		福田区	华强北商贸区（红荔路、上步中路、深南大道和华富路围合区域，以及深南大道南侧临街建筑）
		南山区	后海商业区（滨海大道、科苑南路、海德三道、登良路、东滨路、后海大道、创业路和南海大道围合区域）

	活力展示区2 (合计9处)	福田区	福田中心商业区（深南大道、彩田路、滨河大道和新洲路围合区域，不含深南大道南侧市民广场南广场及中轴线区域）
		罗湖区	水贝-布心黄金珠宝国际商贸区（文锦北路、布心路、翠竹路和田贝四路围合区域）
		南山区	深圳湾超级总部基地（深湾一路、白石二道、白石路、深湾三路、白石三道、深湾三路、滨海大道围合区域）
			前海商业区（桂湾一路、梦海大道、滨海大道和临海大道围合区域）
		宝安区	宝安中心商业区（裕安一路、新湖路和新南西路围合区域）
		龙岗区	龙岗中心商业区（龙岗立交、龙平东路、Y227、南联路、龙岗大道、龙城大道、鹏达路、碧新路、建新路和方兴路围合区域；龙城建设路、龙福路、龙城大道、龙翔大道围合区域；龙翔大道、吉祥路、龙岗大道、怡翠路南延线、龙岗河围合区域）
			深圳北站商务区（中梅路、民繁路、民旺路、民治大道、玉龙路和新区大道围合区域）
		龙华区	龙华商业区（布龙路、龙华和平路、东环一路、龙华大道和工业路围合区域）
	深汕特别合作区	中心组团	
活力展示区3		范围包括未列入活力展示区1和2的商贸功能区和商业中心以及各区的城区中心。 具体范围由各区组织编制的辖区户外广告设施设置控制性规划划定。	
一般设置区		活力展示区和禁止设置区以外的区域	
禁止设置区		“空间管制规划”中的禁建区	
		“建设用地布局规划”确定的特殊用地、生态控制区和水域用地	

① 注：深汕合作区正处于发展建设中，未来根据城区建设实际和法定图则在控制性规划中准确划定“活力展示区”的四至范围。

第3.3条 管理要求

- (1) 活力展示区应编制街区深度的“户外广告设施设置控制性规划方案”，覆盖整个区域，明确区域商业性、公益性广告设施设置的总量、点位及相关技术参数。
- (2) 一般设置区可根据各区实际，分区域编制“户外广告设施设置控制性规划方案”，但应实现主要商圈、商贸区和城市主要干道、重点区域全覆盖。
- (3) “户外广告设施设置控制性规划方案”依据本规划确定的规划分区方案、不同类型用地设置许可要求（详见附表1）和各区法定图则编制，商业性广告设施的点位选择应符合户外广告价值规律。
- (4) “户外广告设施设置控制性规划方案”编制时应遵守本规划及《深圳市户外广告设施设置指引》的各项要求。
- (5) 商业性广告设施应当有一定比例用于发布公益广告，发布比例不低于总量的20%。

第3.4条 设置要求

3.4.1 活力展示区

- (1) 鼓励户外广告的集中、多样化设置。以国际著名商业街区作为对标，打造具有深圳特色、活力丰富、特色鲜明的城市街区，营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围。
- (2) 本区域户外广告设施设置应从区域环境整体出发，运用城市设计的思想和技术手段合理规划区内户外广告。构建户外广告展示系统。
- (3) 地标性广告
 - ① 鼓励结合所处街区的建筑、环境特征设置地标性广告，打造城市亮点，展现深圳特色。
 - ② 地标性广告可以围绕独栋建筑以单个广告设施呈现，也可以是一个城市街区或空间节点，通过群组设置构建区域特色。
- (4) 鼓励创新、创意：
 - ① 鼓励新技术、新材料的运用；

- ② 鼓励采用多元的展示方式，鼓励景观化、场景化的广告展示方式；
- ③ 鼓励设置互动广告或采用互动性的广告内容，丰富市民体验，提升街区活力。
- (5) 户外招牌应与商业性广告统筹考虑，同一建筑载体应整体布局。
- (6) 活力展示区2的附加要求
 - ① 同一建筑载体，墙体广告（含户外招牌）的总面积应小于所附着墙面面积的40%；
 - ② 禁止在高层建筑的主体墙面，即高度超过24米的墙面部分，设置户外广告设施；创意类或经艺术化设计的广告设施，如确需利用高层建筑主体墙面方能实现的，应在统一规划设计的基础上，经专家论证和主管部门批准后方可设置。
- (7) 活力展示区3的附加要求
 - ① 同一建筑载体，墙体广告（含户外招牌）的总面积应小于所附着墙面面积的20%；
 - ② 禁止在高层建筑的主体墙面，即高度超过24米的墙面部分，设置户外广告设施。
 - ③ 严格管理垂直于建筑外墙的广告设施，仅限商业步行街或商业综合体内部设置（应用于店面招牌的小型竖招不在此列）。

3.4.2 一般设置区

- (1) 本区侧重在保护深圳多元城市风貌、建筑空间特色。户外广告设施设置应遵循区域环境整体有序，局部适度活力丰富的原则。突出“少而精”，侧重品质提升，鼓励通过多元参与、多种途径提升户外招牌品质和创意。
- (2) 鼓励创新、创意。鼓励新材料、新技术使用。
- (3) 同一建筑载体，墙体广告（含户外招牌）的总面积应小于所附着墙面面积的10%；
- (4) 严格管理垂直于建筑外墙的广告设施，除应用于店面招牌的小型竖招外，禁止在其他任何情况下设置此类广告设施。

3.4.3 禁止设置区

- (1) 禁止设置商业性广告设施；

- (2) 公益性广告设施遵照《深圳市公益广告促进和管理暂行办法》的规定，本类规划区范围内的公园和风景名胜区，可在其主要出入口附近设置 1-2 两处，但应结合景区入口整体布局、精心设计。
- (3) 户外招牌应与所处环境风貌特征相契合，以小型化、个性化、景观化的设计为主。鼓励结合景观环境一体化设计。

第3.5条 特色地区附加要求

3.5.1 特色地区范围

选择集中体现深圳城市特色风貌及城市形象的地区，如市民中心片区、深南大道等形象代表区域等，城市建设发展的重点区域——海深港现代服务业合作区、光明科学城，国际化街区以及宝安国际机场、火车站等城市窗口地区，纳入城市特色地区范围，根据区域特点制定针对性设置要求，强化区域特征，凸显城市特色。

表 2 特色地区范围一览表

类别		范围	
特色形象地区	形象代表区域和路段（1 个区域和 15 条道路沿线）	市民中心片区（益田路、红岭路、金田路、福田中心五路、福华路和福田中心四路围合区域，包括益田路道路西侧与金田路道路东侧临街建筑）	
		深南大道沿线（沿河路至宝安大道，不含与活力展示区重合区段）	
		北环大道沿线（深南大道至泥岗西路段）	
		沿河路-滨河大道-滨海大道沿线（爱国路至月亮湾大道）	
		盐田区	深盐路沿线（梧桐山隧道东侧出入口至东海道）
		南山区	南海大道沿线（深南大道至港湾大道）
		宝安区	宝安大道沿线（深南大道至广深公路）
		龙岗区	龙岗大道沿线（文锦北路至外环高速）
		龙华区	龙华大道沿线（梅观路至市界）
		坪山区	坪山大道沿线（横坪路至深汕公路）

		光明区	松白路沿线（公明田园路-星湖路）
		大鹏新区	葵坪路（Y270-金涌路）、金业路（Y270-惠深沿海高速）沿线
		深汕特别合作区	深汕大道、红海大道、科教大道沿线
	河流景观带	福田区	深圳河沿线
		罗湖区	布吉河、深圳河沿线
		南山区	大沙河、双界河沿线
		宝安区	西乡河、茅洲河沿线
		龙岗区	龙岗河沿线
		龙华区	观澜河沿线
		坪山区	坪山河沿线
		光明区	茅洲河沿线
	滨海旅游景观带	南山区	深圳湾生态旅游型海岸景观带
		大鹏新区	大鹏半岛生态旅游型海岸景观带
	重点区域	南山区	前海深港现代服务业合作区
		光明区	光明科学城
	国际化街区	福田区	香蜜湖街区、华强北街区、深港科技创新合作区（福田保税区）
		罗湖区	翠竹街区、东门街区、桂园街区
		盐田区	梅沙街区、海山街区
		南山区	蛇口街区、招商街区、粤海街区、桃源街区
		宝安区	宝安中心区、会展新城
		龙岗区	坂田街区
		龙华区	民治街区、观澜街区
		坪山区	坪山街区
		光明区	公明街区
		大鹏新区	大鹏街区

城市窗口	福田区	福田站、福田口岸、皇岗口岸
	罗湖区	深圳站、罗湖口岸、文锦渡口岸、莲塘口岸
	南山区	深圳西站、西丽站、深圳湾口岸、蛇口邮轮中心
	宝安区	宝安国际机场、福永码头、广深沿江高速和京港澳高速城市出入口区
	龙岗区	深圳东站、平湖站、武深高速和东部过境高速
	龙华区	深圳北站、珠三角环线高速城市出入口区
	坪山区	坪山站、沈海高速城市出入口区
	光明区	光明新城站
	大鹏新区	盐坝高速城市出入口区

注：① 形象代表路段管理范围包括道路及两侧临街用地和建筑界面。
② 河流景观带管理范围包括河流管理范围及两岸临河用地和建筑界面。
③ 国际化街区范围以相关规划确定的边界范围为准。

3.5.2 设置附加要求

（1） 城市形象路段（区域）

- ① 户外广告设置的高品质示范区。以建筑形象展示为主，营造干净素雅、简洁大气的城市形象；
- ② 商业性广告
 - 严格管理商业性广告设施，仅限商业建筑、混合功能建筑的商业部分设置；
 - 严格管理建筑底部近人空间户外广告设置的范围、类型、数量以及夜景效果；
 - 严格管理户外广告设施的动态，限制 LED 显示屏等动态广告设置。
- ③ 公益性广告设施应以景观小品、雕塑、艺术彩绘等富有设计感的展示方式为主；
- ④ 严格管理户外招牌的色彩，特别是建筑楼宇标识，限制使用红色作为主色；照明光色应以暖黄或中性白光为主，禁止使用彩光。
- ⑤ 进一步规范建筑楼宇标识的位置和规格尺寸。
- ⑥ 店面招牌应配合建筑立面或商业店面一体化设计。

（2） 河流景观带、滨海旅游景观带

- ① 侧重整体风貌、区域特色的塑造，通过建筑界面、空间环境整体塑造，对户外广告设施实施风格管理；
- ② 侧重建筑界面整饬、有序和近人空间的丰富多样性相结合；
 - 强化对建筑界面整体性的视觉管理，还原建筑形象，规范建筑楼宇标识，严格管控其色彩；
 - 建筑低层近人空间配合商业分布，通过适度多样化店面招牌和小型、互动化的商业性广告和橱窗广告打造高品质活力空间；
- ③ 商业性广告
 - 仅商业建筑及混合功能商业部分可设商业性广告；
 - 严格管理建筑下部近人空间广告设置范围、类型、数量以及夜景效果；
- ④ 户外招牌以具有文化内涵、地域特色的创意性设计为主，突出特色；鼓励地域化材料、元素的应用，鼓励艺术化、景观化设计。

（3） 前海深港现代服务业合作区

- ① 总体定位：户外广告先锋城区，创意创新示范区。
- ② 前海是深圳市户外广告风貌特色区域。应以先进国际中心区为标杆，塑造高水准的户外广告设置风貌，突出户外广告设置的整体性以及和金融合作功能为导向的适应性。
- ③ 积极推动新技术、新材料的应用，并结合城区景观环境特点，推动设计、设置管理理念和方式的创新，示范全市。

（4） 光明科学城

- ① 总体定位：遵照“‘绿色风、国际范、科技韵’，以山水环境为感知基调、公共空间为感知场所、建筑风貌为感知焦点，形成‘北林、中城、南谷’的差异化城市风貌”城区风貌特点，总体严格管理户外广告设施，以中部光明中心区围绕商业区、公共中心适度设置为主，严格管控设施品质。
- ② 户外广告设施设置应突出环境融合的主基调，鼓励结合各类不同空间环境设置小型化、景观化的户外广告设施。

（5） 国际化街区

① 总体定位：多元包容，品质示范；国际标准，中国特色。

② 店面招牌

- 结合街区特色细化各项设置标准，做到“一楼一标准”，“一店一特色”；
- 商业店铺应结合商业立面设计整体布局店面招牌；
- 店面招牌应包含英文，鼓励对其内容进行创意化设计。

③ 商业性广告

- 遵守所处规划分区的相关要求；
- 商业建筑底层应设置橱窗广告。
- 严格管理建筑楼宇标识的色彩，限制使用红色作为主色；照明光色应以暖黄或中性白光为主，禁止使用彩光。进一步规范建筑楼宇标识的位置和规格尺寸。

(6) 城市窗口

① 总体定位：户外广告设施应秉持“精品”路线，突出户外广告创意及发布品牌的精品化、突出广告与环境的视觉一体化，突出广告设施造型设计制作的艺术化。

② 重点打造宝安国际机场节点。

- 目标：打造为中国乃至全球“城市宣传、品牌宣传的高地；户外广告设施创意设计的高地和户外广告设施品质的高地”。
- 对标国际知名航空港和城市窗口地区，将户外广告设施作为空间要素协调周边环境，整体构建区域视觉秩序，全面提升区域环境品质和可识别性。
- 以机场航站楼外公共区域及进出该区域的主要道路沿线作为整体，根据场地、建筑的空间特征，统一布局户外广告，结合园林景观一体化设计。
- 户外广告设施应秉持“国际精品”标准，在设计和选材上体现深圳城市建设水平，展现设计之都的创意能力。
- 户外广告建议以国际一线品牌、本土知名品牌和国家、深圳的城市主题宣传等内容为主。
- 鼓励新技术、新材料的应用。

第4章 分类设置

第4.1条 分类定义

- (1) 禁止类：形式老旧落后，不符合城市定位和市容建设要求的，对景观有突出影响的户外广告设施类型。包括屋顶广告、窗户广告、大型支架式广告、立柱广告设施、桥体广告及气球、飞艇等空间广告等。
- (2) 控制类：户外广告设置中的主体类型，通过有效地规范、适度地设计可实现良好视觉品质，有利于烘托商业氛围的设施类型。包括墙体广告、LED 显示屏等。
- (3) 鼓励类：有利于进行艺术化表现，有利于创意创新的设施类型。包括橱窗广告、景观雕塑广告和新技术、新媒体等。

第4.2条 规划分类

依据《深圳市户外广告设施管理办法》和《深圳市户外广告设施设置指引》，结合行业发展情况和深圳实际，本规划按照禁止类、控制类和鼓励类规范各种类型广告设施。

表 3 分类索引表

分类	对象		说明
禁止类	屋顶广告		包括裙房屋顶
	窗户广告		窗户和观光电梯
	大型支架式广告		——
	立柱广告设施		——
	过街通道墙面广告		仅限统一规划的公益性广告
	桥体广告		包括人行天桥、立交桥等各类桥体
	工地围墙广告		仅限统一规划的公益性广告
	街道公共设施广告	灯杆、电杆广告	仅限要求的临时性公益宣传
		招贴栏广告	——
		其他公共设施广告	包括道路两侧和公共场所所设立的路名牌、垃圾桶、邮箱以及交通护栏、隔离栏、配电箱等交通和市政设施

	气球、飞艇等空间广告		——
	移动车身广告	其他车辆车身广告	包括除公交车、有轨电车等公共交通工具以外的机动车车身
	布幅广告		——
控制类	墙体广告	平行于建筑物外墙广告	——
		垂直于建筑物外墙广告	——
	小型独立支撑式广告	立杆型	——
		底座型	——
		实物造型	——
	LED 电子显示屏		——
	楼体整体幕墙广告		——
	单透贴膜广告		——
	公交候车亭广告		——
	移动车身广告	公共交通工具车身广告	公交车、有轨电车等公共交通工具
	船舶广告		——
	立体广告		——
	景观灯光广告		——
鼓励类	橱窗广告		——
	景观雕塑式广告		——
	新技术、新媒体		包括全息投影广告、数字投影广告、无人机编组广告、互动广告、LED 玻璃屏广告等

第4.3条 分类要求

控制类和鼓励类的户外广告设施应遵循《深圳市户外广告设施设置指引》的各项要求，规范设置。

第5章 公益性广告设置引导

第5.1条 设置原则

户外公益性广告设施即是城市宣传的重要媒介，也是展现政府和城市形象的重要载体，因此，公益性广告设施设置、设计的品质尤为重要。为有效提升公益性广告设施的整体品质，本规划提出如下设置原则：

（1）发布方式多元化

公益性广告应结合户外广告设施的规划布局，融入公益性内容发布；此外，鼓励积极开拓设置场景，采用多元化的发布方式，包括景观小品类、互动装置类的发布方式，以及利用景墙景栏、地面铺装等多种载体进行展示，通过亲人的设计、景观化、互动化的展示方式吸引公众，提升社会效益。

（2）融合环境一体化

公益性广告设施作为市容景观的有益装点，应结合城市环境特征、建筑风貌合理布局、妥善设置。做到形式协调，元素融入，与区域协调，与景观协调、与建筑协调；尺度融入、造型融入、画面融入。

（3）造型设计品质化

公益性广告，特别是单独设置的公益性广告，应注重设施的整体品质，包括设计的品质、材料工艺的品质以及安装维护的品质，在与环境协调的基础上，设施本身应具有良好的视觉效果。

（4）设置管理智慧化

鼓励公益性广告利用新科技、新材料、新工艺，使其从传统的单向传播逐渐过渡到与受众的双向互动，增强传播内容的多元性和互动感。同时公益性广告纳入户外广告管理系统，实施智慧化管理，提升管理效率。

第5.2条 基本要求

- （1）公益性广告设置应符合《深圳市公益广告促进和管理暂行办法》；
- （2）公益性广告应优先利用现有户外广告设施进行公益性内容发布；

- （3）优先利用公交候车亭等已有街道公共设施载体进行设置。公交候车亭公益性广告版面比例应符合《深圳市公交候车亭公益性广告管理暂行办法》的要求。
- （4）鼓励公益性广告进入社区，选择公园、广场等市民活动集中的区域设置；
- （5）可结合挡土墙、实体围墙等载体适度设计设置户外公益性广告设施。公益性广告的造型、表现方式应结合道路定位和墙体特征整体设计。
- （6）城区主干道沿线、公园景点入口处可以结合绿地景观，以“绿雕”的方式，利用植物素材进行公益性广告展示。
- （7）广告设施造型与内容设计应遵循图形设计的美学原则，使用合理的色彩搭配，避免与周围景观风貌冲突。
- （8）鼓励艺术化、主题化的公益设计作品。

第 6 章 实施建议

第6.1条 完善技术体系

构建户外广告设施设置专项规划、设置指引和负面清单三位一体的户外广告设施设置管理的技术体系。专项规划体系覆盖户外广告设施设置的宏观政策到微观点位、方案；设置指引从安全、规范、品质等设施设置的基本因素出发，制定设施规范性要求和技术指标，而负面清单则突出底线管理思维，明确户外广告设施设置的各类禁止情形。

户外广告设施设置专项规划体系由市级层面专项规划（本规划），到区级层面的户外广告设施设置控制性规划（以下简称控制性规划）和重、详细设计三个层次组成。控制性规划和详细设计工作主要内容和要求如下：

6.1.1 控制性规划

（1） 细化分区分类

各区结合城市建设管理的总体要求、城区特色对本规划确定户外广告设施的规划分区和分类设置进行细化。具体细化标准如下：

- ① 活力展示区：根据街区特点细化活力展示区的范围，但不能突破本规划确定的活力展示区边界；未纳入活力展示区 1 和 2 的区级商圈、商贸区和城区中心，各区可结合自身实际，选择纳入活力展示区 3 范围，实施区域环境的整体塑造。
- ② 一般设置区：结合各区实际，对形象代表路段（区域）、河流景观带、滨海旅游景观带等城市特色地区进行补充，但不得缩减；可根据实际，提炼在区域形象、景观风貌和城市管理等方面具有特色的路段和区域，纳入分区实施针对性管理。
- ③ 禁止设置区：可适当扩充范围，但不得缩减。
- ④ 城市发展进程中的新兴商业（活力）街区，通过控制性规划补充纳入户外广告规划分区体系。
- ⑤ 分类设置：禁止类可进行适当补充，但不得缩减；根据各区实际和行业发展情况，按照《深圳市户外广告设施管理办法》，可对本规划提出类型体系进行适当补充，但应严格按照本规划确定的分类思路划入相应管理类别，实施设

置管理。

（2） 规划对象和范围

- ① 应综合考虑商业性广告和户外招牌的不同属性而导致的管理方式差异，根据规划分区及分区细化的成果，结合各区实际合理确定规划对象和范围。
- ② 活力展示区：应覆盖全部区域，包括全部类型；针对单体建筑，建议不严格区分商业性广告、公益性广告、店面招牌、建筑楼宇标识等类型，而是根据建筑立面特点、商业分布特征等设置基础条件，总体规划设计、整体布局各类设施；
- ③ 一般设置区：可单独开展商业性广告空间布局规划，明确上述类型广告设施的空间布局、设置位置、设施类型及尺寸、照明等各项技术参数。作为户外广告设施载体的建筑或用地，应统筹确定户外招牌的设置位置和尺寸、照明等相关技术参数，实施整体规划、一体化布局。形象代表路段（区域）、河流景观带、滨海旅游景观带以及各区确定的特色路段和区域可编制户外招牌的控制性规划，提出区域特色，细化各类指标要求。

（3） 规划内容和基本要求

- ① 活力展示区：应突出强调区域环境的整体塑造，运用城市设计的思想，从区域空间视觉语境构建的角度思考户外广告的区域定位以及对不同城市空间的作用和表现方式，明确区域户外广告空间结构；确定空间布局规划方案，明确广告设施的具体位置、类型等中观信息；实施户外广告设施单体指标控制。构建户外广告设置规划指标体系，制定户外广告设施设置的各项指标要求；户外招牌一并纳入，统一实施指标控制。
- ② 一般设置区：确定空间布局规划方案，明确广告设施的具体位置、类型等中观信息；实施户外广告设施单体指标控制。构建户外广告设置规划指标体系，制定户外广告设施设置的各项指标要求；户外招牌一并纳入，统一实施指标控制。

6.1.2 详细设计

- （1） 建议实施“一地一方案”策略，即所有拟设置商业性广告的建筑或用地应单独制定详细设计方案，通过定制化设计提升品质，鼓励创意。
- （2） 详细设计以建筑或用地为单位开展，应整合建筑立面，户外广告（含户外招牌）、夜景照明等全部景观环境要素，实施一体化设计。方案设计应包括设计

效果图、方案说明、重要材料和技术细节以及经济技术指标等内容。

第6.2条 完善治理机制

6.1.3 建立部门-专家联审机制

建立部门-专家联审机制，组建包括主管部门、政府相关部门、行业协会、专家等成员构成的户外广告审查团队（其中专家成员建议占总人数的 50%），针对户外广告设计方案、新技术新媒体的应用等事项开展联合审查，监督户外广告规划设计方案的实施，处理户外广告争议事件以及动议、监督相关规范、技术标准编制。

6.1.4 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顾问小组，对深圳市户外广告方案的编制、实施、后期维护以及各种专业事项提供技术咨询，保障户外广告设置品质，推动行业水平提升。

6.1.5 完善协调审查机制，将新建建筑的户外广告纳入建筑方案审查

依托户外广告技术管理体系，建立建筑协同审批机制，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。针对新建建筑，进行先期控制，将广告要求纳入规划条件，实现与建筑同步设计、同步审批。实施前置管理。

6.1.6 完善户外广告设施设置培训机制

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置相关的城市美学、色彩学、城市规划、城市设计等相关知识。

表 4 户外广告设置培训对象及周期建议

类型	对象	周期
公开培训	社会公众	建议每年一次
管理人员培训	各级管理人员	建议每半年一次
行业内部培训	从业者	建议每半年一次

（1）建设数字化平台，实现全方位全时管控

依托智慧城市或数字城管平台构建户外广告的数字化管理平台和地理信息系统，实现公众的咨询监督、行业的查询、报审以及主管部门的审批、监督等全方位、全时管理。数字化管理平台建议整合户外广告设置现状、各层级规划设计方案、标准规范等设置、管理依据，向社会及各级管理部门公开，同时复合审批-备案系统及专家咨询、部门-专家联审系统，并将日常监督、检查情况等并纳入，形成从前端规范、方案公开到审批、备案到监督、检查的全流程的复合系统，同时开放相应接口方便公众监督。

第6.3条 创新治理模式

6.3.1 建立户外广告设施设置协定地区制度

针对有明确管理主体，自身治理能力较强、自律要求较高的区域可纳入户外广告设施设置协定地区。政府通过与管理主体签订协议的方式，引导管理主体实施区域自主管理，政府明确管理要求和标准，并赋予管理主体以自主权，以激发管理主体活力，打造高品质、有特色的城市街区。政府同时应给予必要的物质支持和技术支持。协定地区可通过政府筛选及区域自主报名等多种方式产生。

一般设置区范围内的创意产业园、科技园，博物馆、美术馆、图书馆、音乐厅等各类文化设施，以及国际化街区和其他日常管理较完善、管理成果显著的街区、社区建议可纳入协定地区实施管理。

6.3.2 建立户外广告设施设置指导地区制度

为了形成良好景观，维护市容市貌，政府可指定部分区域为户外广告指导地区，在此区域内规定广告形状、面积、色彩、创意等相关事项，并进行统一和指导。

一般设置区范围内的形象代表路段、河流景观带、滨海旅游景观带和各类绿地建议纳入指导地区实施管理，提升品质。

第6.4条 近期实施计划

户外广告设施设置作为市场主导的要素，受经济发展、城市建设、业主意愿等多种情况影响，因此建议采取政府引导，行业和业主主导的渐进式更新方式为主。从管理角度，建议近期优先对以下区域实施引导，鼓励行业和业主参与打造，提升品质。

表 5 近期优先引导区域

分区	对象
活力展示区 1	罗湖“金三角”商业中心
	南山后海商业中心
一般设置区	形象代表路段
	滨海旅游景观带，侧重滨海旅游度假区
城市窗口	宝安国际机场

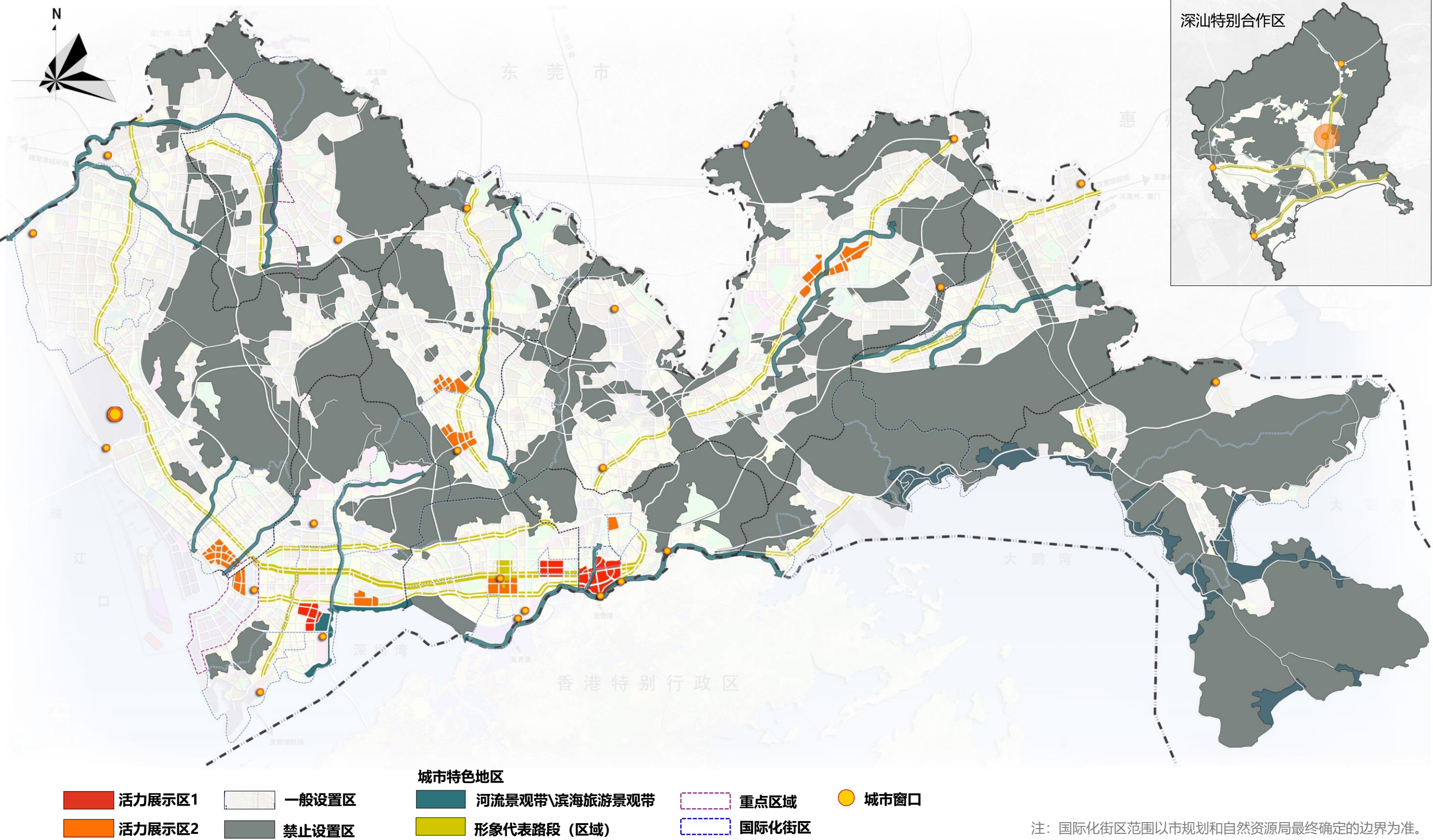
附表

附表 1 不同类型用地广告设施（不含户外招牌）设置许可要求一览表

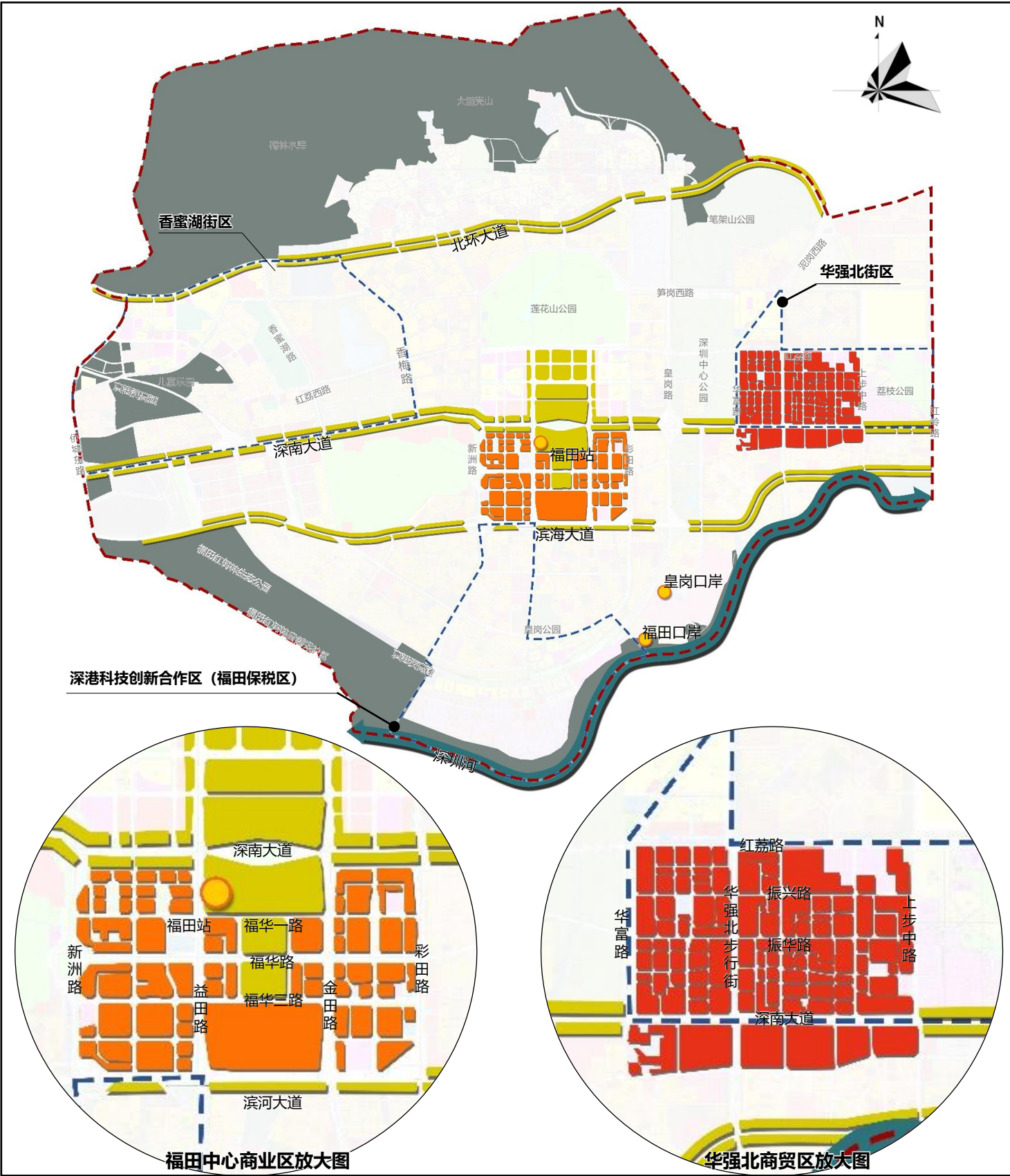
要求	用地名称	备注
允许设置	C1 商业用地	
	C5 游乐设施用地	
	GIC2 文体设施用地	仅限设置与其展览展示、各种活动相关的广告及公益性广告
	R2 二类居住用地	仅限活力展示区设置，且仅允许附着建筑山墙设置
	R3 三类居住用地	
	M0 新型产业用地	
	W0 物流用地	
	S 交通设施用地	仅限列入城市窗口的客运交通场站的户外公共区域以及高速公路交叉区域
	G1 公园绿地	仅限临时性商业宣传和公益性广告
	G4 广场用地	
禁止设置	R1 一类居住用地	
	R4 一类居住用地	
	GIC1 行政管理用地	
	GIC4 医疗卫生用地	
	GIC5 教育设施用地	
	GIC6 宗教用地	
	GIC7 社会福利用地	
	GIC8 文化遗产用地	
	GIC9 特殊用地	
	M1 工业用地	
	W1 仓储用地	
	U 公共设施用地	
	E 其他用地	

注：本表采用的用地分类标准与《深圳市城市规划标准与准则（2018）》一致。

规划分区总图



福田区规划分区详图



注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。

罗湖区规划分区详图

活力展示区

- 活力展示区1**
罗湖“金三角”商业中心，红岭路、红宝路、宝安南路、解放路、人民公园路、红桂路、东门中心路、文锦路和深圳河围合区域。
- 活力展示区2**
罗湖水贝-布心黄金珠宝国际商贸区，文锦北路、布心路、翠竹路和田贝四路围合区域。

一般设置区

- 活力展示区和禁止设置区以外的区域。

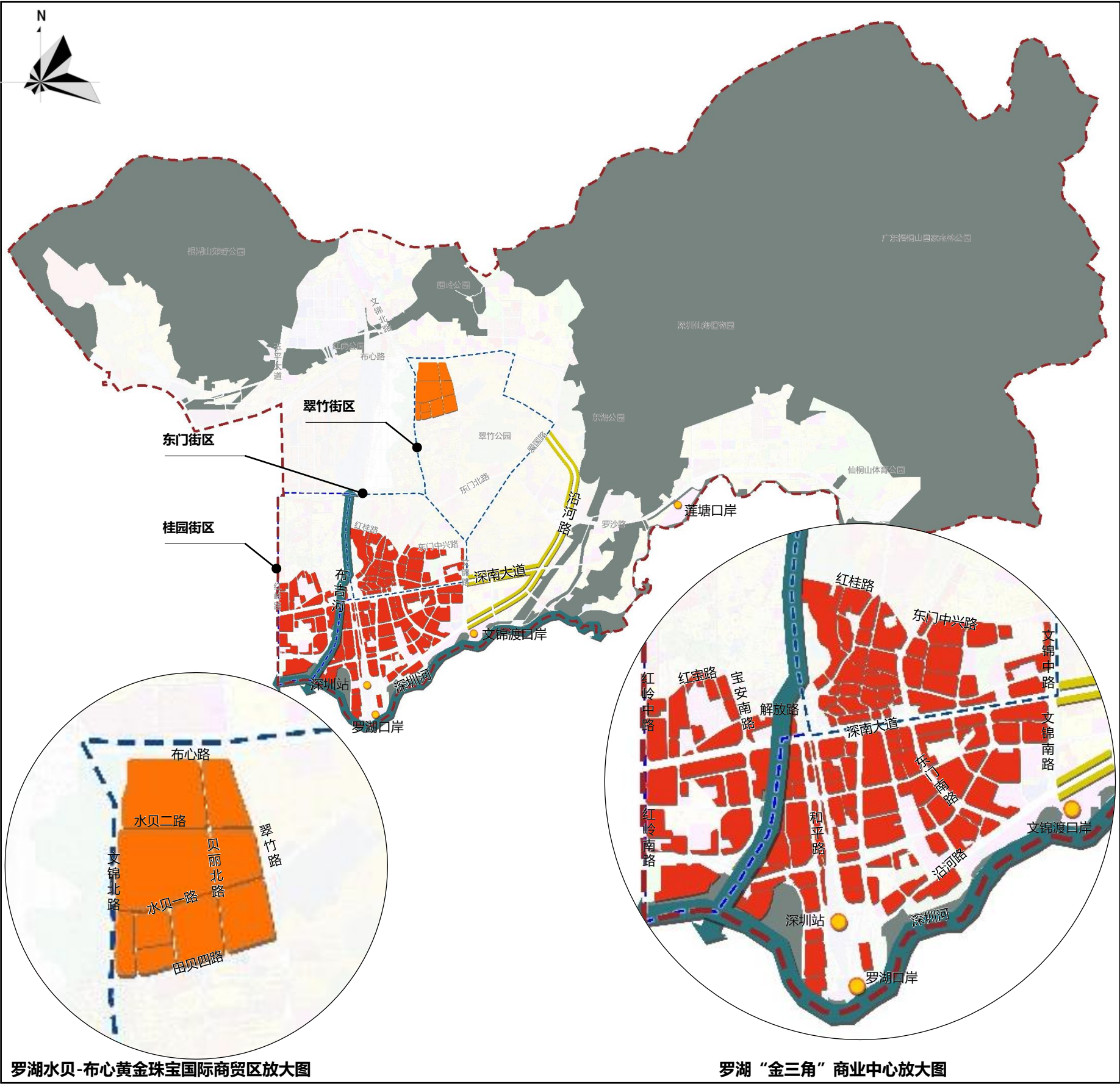
禁止设置区

- 包含银湖山郊野公园、深圳仙湖植物园、广东梧桐山国家森林公园等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

特色地区

- 河流景观带**
布吉河、深圳河沿线，包含河流管理范围及两岸临河用地和建筑界面。
- 形象代表路段（区域）**
深南大道（红岭路至沿河路路段，不含与活力展示区重合区段）、沿河路（红岭路至爱国路路段，不含与活力展示区重合区段）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。
- 国际化街区**
翠竹街区、东门街区、桂园街区
- 城市窗口**
深圳站、罗湖口岸、文锦渡口岸、莲塘口岸

注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。



南山区规划分区详图

活力展示区

活力展示区1

南山后海商业区，滨海大道、科苑南路、海德三道、登良路、东滨路、后海大道、创业路和南海大道围合区域。

活力展示区2

南山前海商业区，桂湾一路、梦海大道、滨海大道和临海大道围合区域。
深圳湾超级总部基地，深湾一路、白石二道、白石路、深湾三路、白石三道、深湾三路、滨海大道围合区域。

一般設置区

活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含羊台山森林公园、塘朗山公园、月亮湾公园、南山公园、兴海公园、西丽水库、长岭皮水库等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

特色地区

河流景观带

大沙河、双界河沿线, 包含河流管理范围及两岸临河用地和建筑界面。

深圳湾生态旅游型海岸景观带

包含深圳湾公园、深圳人才公园、北湾鹭港、红树林滨海生态公园等滨海生态公园及景观带。

形象代表路段（区域）

北环大道（深南大道至侨城东路路段）、深南大道（宝安大道至侨城东路路段）、滨海大道（月亮湾大道至侨城东路路段，不含与活力展示区重合区段）、南海大道（深南大道至港湾大道）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。

重点区域 前海深港现代服务业合作区

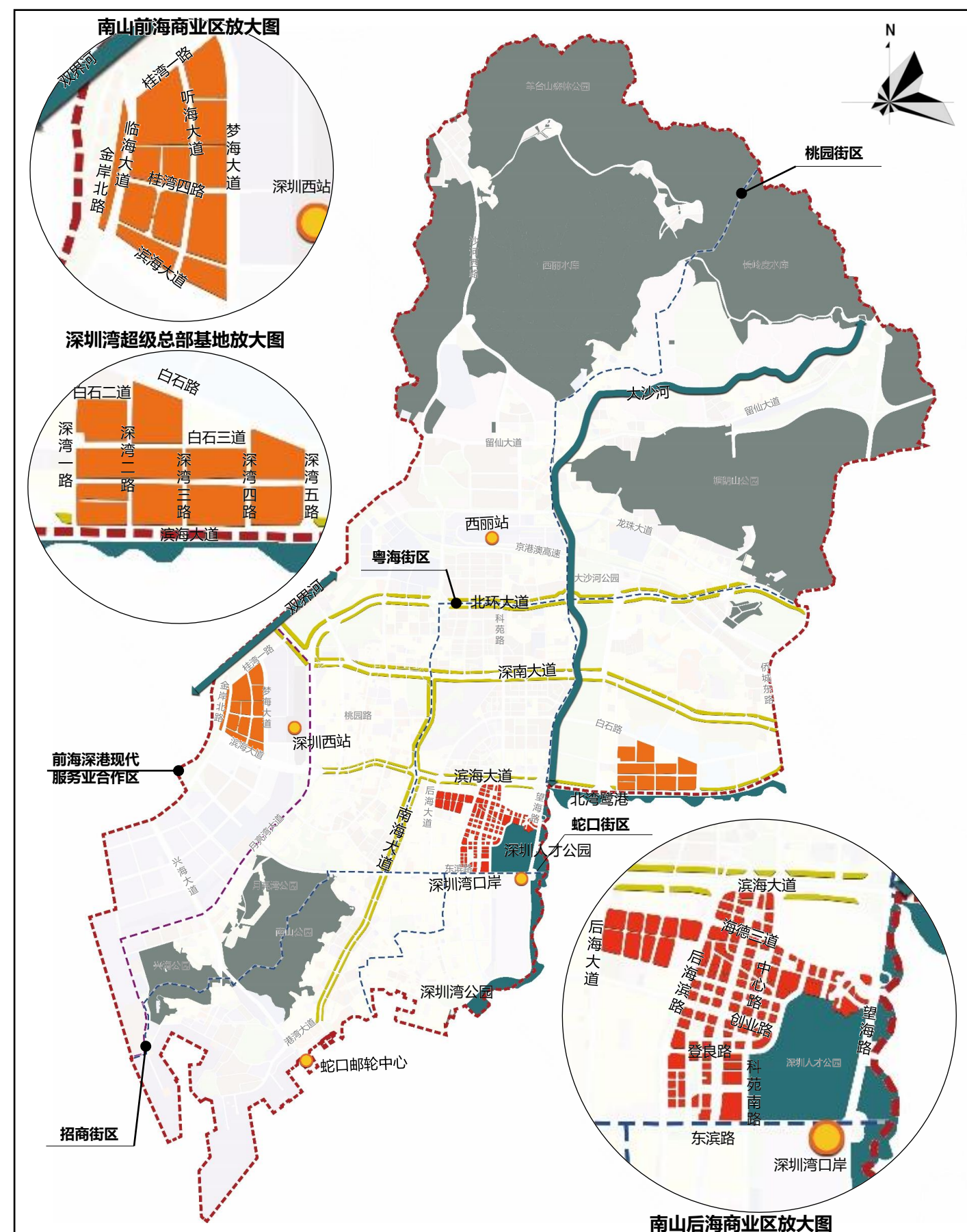
国际化街区

蛇口街区、招商街区、粤海街区、桃源街区

城市窗口

深圳西站、西丽站、深圳湾口岸、蛇口邮轮中心

注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。



盐田区规划分区详图

一般设置区

活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含梧桐山风景名胜区、梅沙尖、大陵谷等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

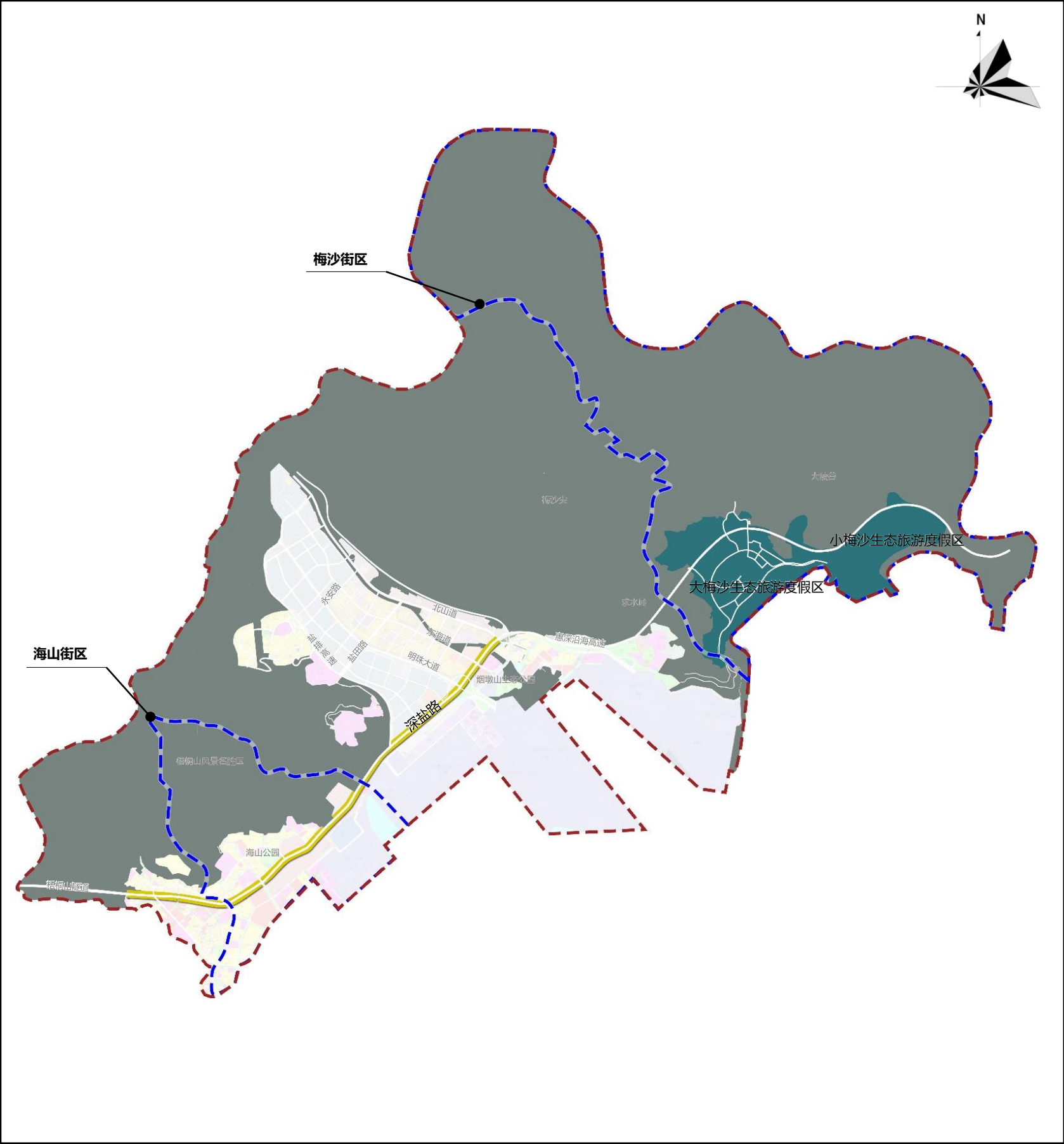
特色地区

大鹏半岛生态旅游型海岸景观带
包含大梅沙生态旅游度假区、小梅沙生态旅游度假区等旅游度假区。

形象代表路段（区域）
深盐路（梧桐山隧道东侧出入口至北山道路段）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。

国际化街区
梅沙街区、海山街区。

注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。



宝安区规划分区详图

活力展示区

活力展示区2
宝安中心商业区，广深沿江高速、裕安一路、新湖路 and 湖滨西路围合区域。

一般设置区

活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含凤凰山、马鞍山、羊台山森林公园、铁岗水库等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

特色地区

- 河流景观带**
西乡河、茅洲河沿线，包含河流管理范围及两岸临河的用地和建筑界面。
- 形象代表路段（区域）**
宝安大道（深南大道至广深公路路段）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。
- 国际化街区**
沙井街区、福海街区、新安街区
- 城市窗口**
宝安国际机场、福永码头和京港澳高速、广深沿江高速的城市出入口区。

注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。



龙岗区规划分区详图

活力展示区

活力展示区2

龙岗商业中心，龙岗立交、龙平东路、Y227、南联路、龙岗大道、龙城大道、鹏达路、碧新路、建新路和方兴路围合区域；龙城建设路、龙福路、龙城大道、龙翔大道围合区域；龙翔大道、吉祥路、龙岗大道、怡翠路南延线、龙岗河围合区域。

一般设置区

活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含清林径森林公园、平湖生态园、银湖山郊野公园、电白采石场、嶂顶、炳坑水库等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

特色地区

河流景观带

龙岗河沿线，包含河流管理范围及两岸临河用地和建筑界面。

形象代表路段（区域）

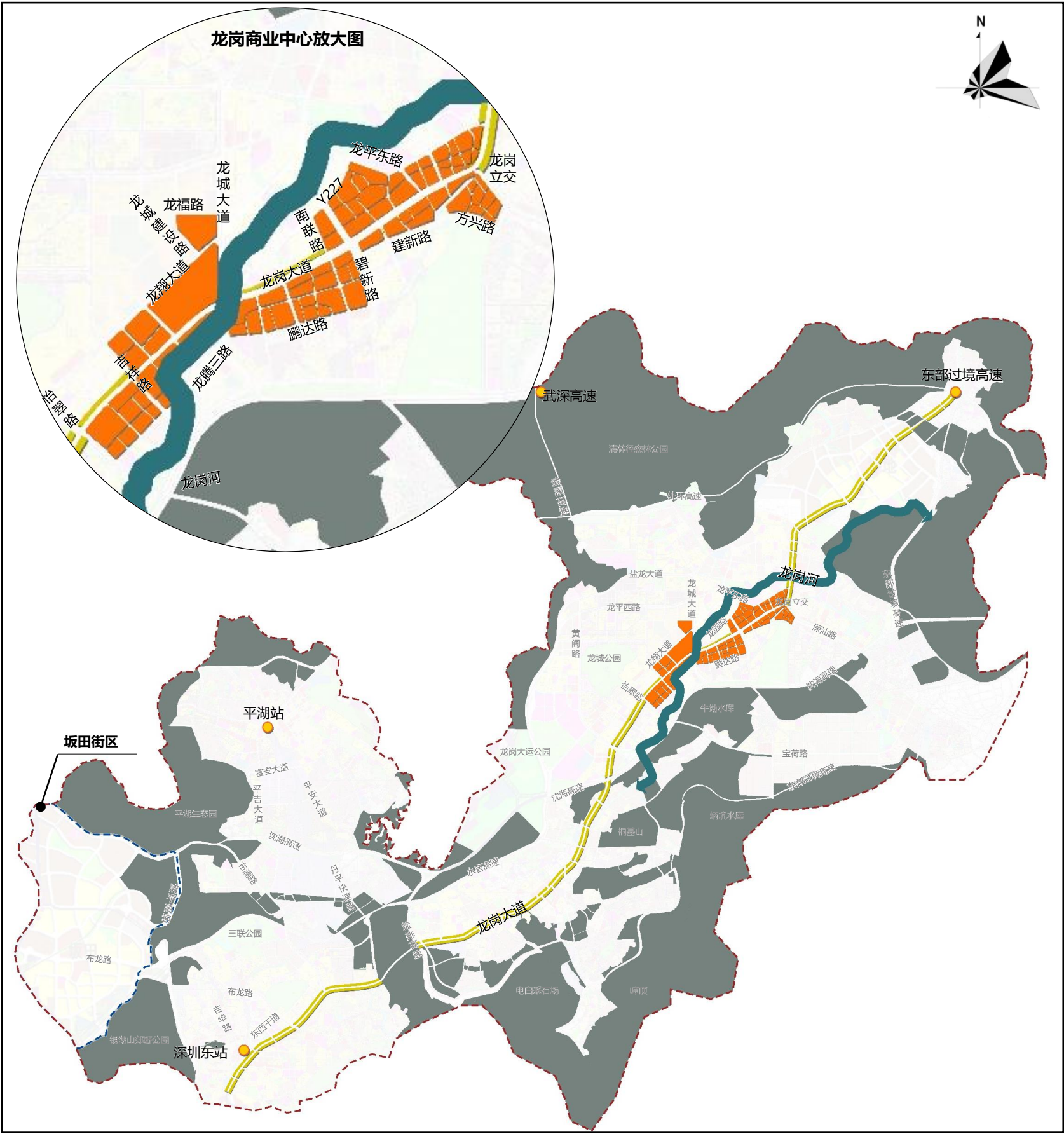
龙岗大道（文锦北路至外环高速路段）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。

国际化街区

坂田街区

城市窗口

深圳东站、平湖站和武深高速、东部过境高速的城市出入口区。



注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。

龙华区规划分区详图

活力展示区

活力展示区2

深圳北站商务区，中梅路、民繁路、民旺路、民治大道、玉龙路和新区大道围合区域。
龙华商业区，布龙路、龙园宝华路、东环一路、龙华大道和工业路围合区域。

一般设置区

活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含羊台山森林公园、九龙山花仙谷、老虎岩、梅林坳、观澜湖、茜坑水库等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

特色地区

河流景观带

观澜河沿线，包含河流管理范围及两岸临河用地和建筑界面。

形象代表路段（区域）

龙华大道（梅观路至市界路段）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。

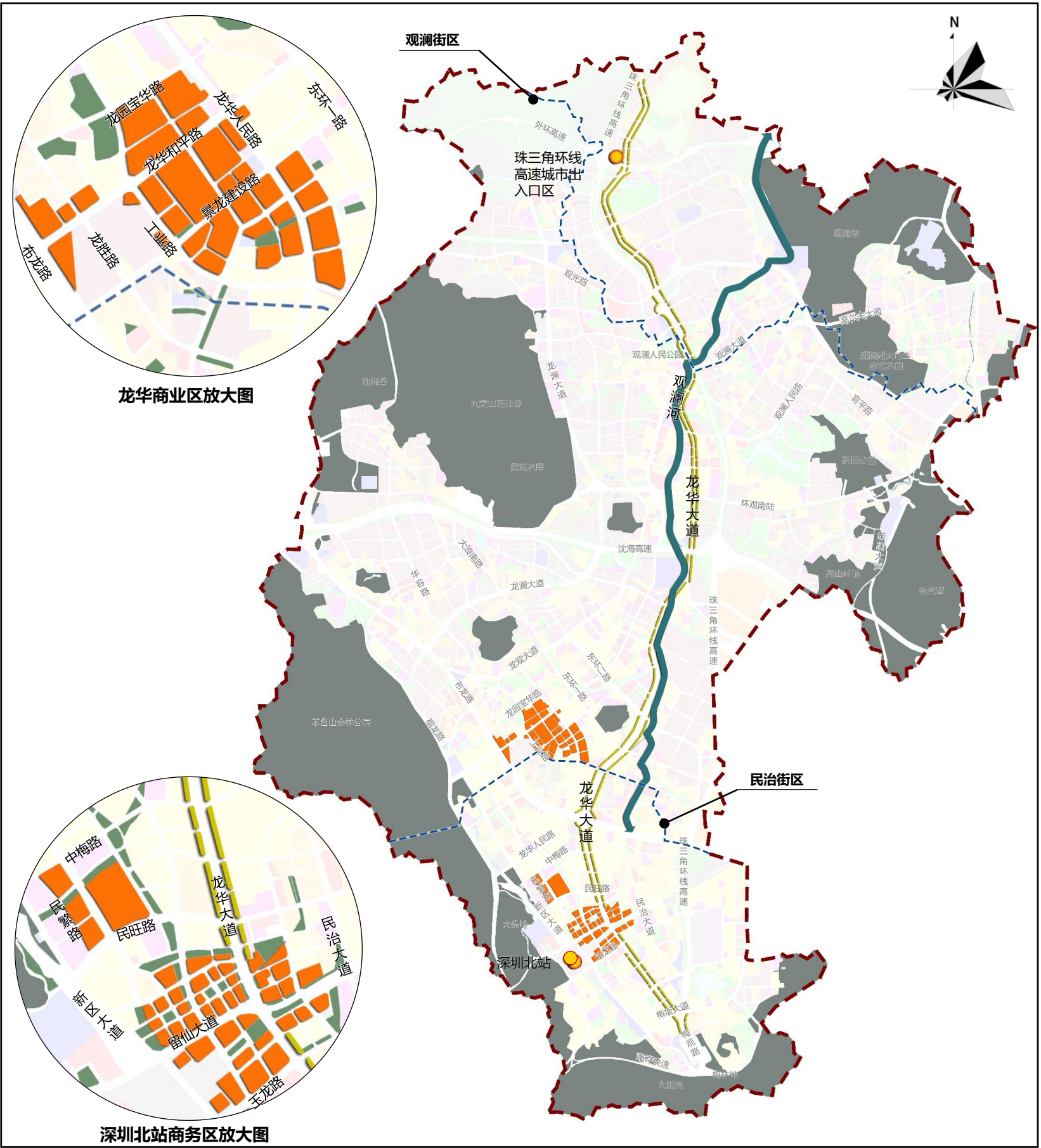
国际化街区

民治街区、观澜街区

城市窗口

深圳北站、珠三角环线高速的城市出入口区

注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。



坪山区规划分区详图

一般设置区

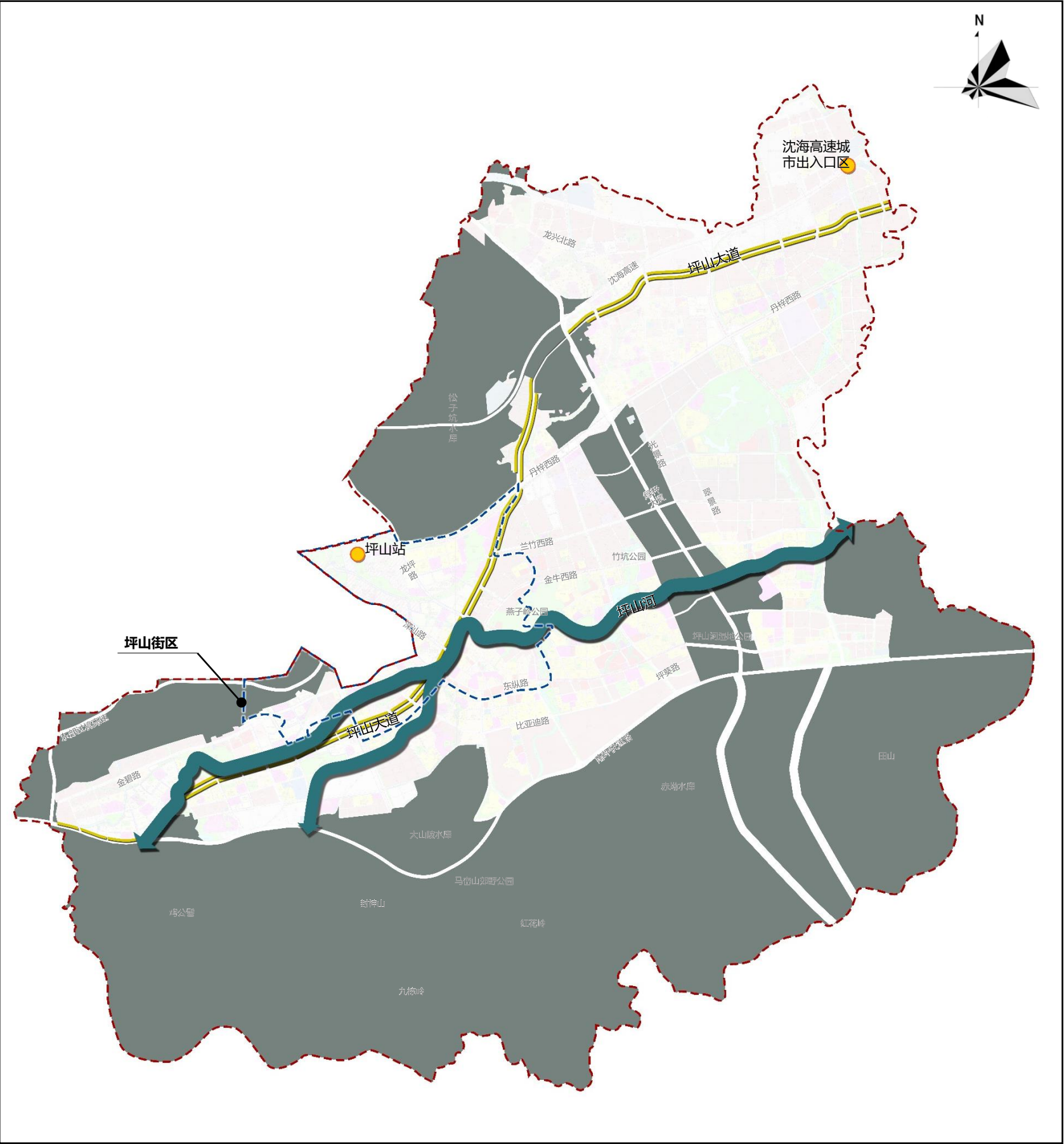
活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含鸡公髻、封神山、仔坑水库、大山陂水库等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

特色地区

- 河流景观带**
坪山河沿线，包含河流管理范围及两岸临河用地和建筑界面。
- 形象代表路段（区域）**
坪山大道（横坪路至深汕公路路段）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。
- 国际化街区**
坪山街区
- 城市窗口**
坪山站和沈海高速的城市出入口区。



注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。

光明区规划分区详图

一般设置区

活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含大顶岭山林公园、公山、大牛牯山、公明水库、等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

特色地区

河流景观带
茅洲河沿线，包含河流管理范围及两岸临河用地和建筑界面。

形象代表路段（区域）
松白路（公明田园路至外环高速路段）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。

重点区域 光明科学城

国际化街区 公明街区

城市窗口
光明新城站



注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。

大鹏新区规划分区详图

一般设置区

活力展示区和禁止设置区以外的区域。

禁止设置区

包含大鹏半岛国家地质公园、观音山公园、大鹏坳、排牙山、罗屋田水库等生态控制区、森林公园、水源地保护区和特殊用地。

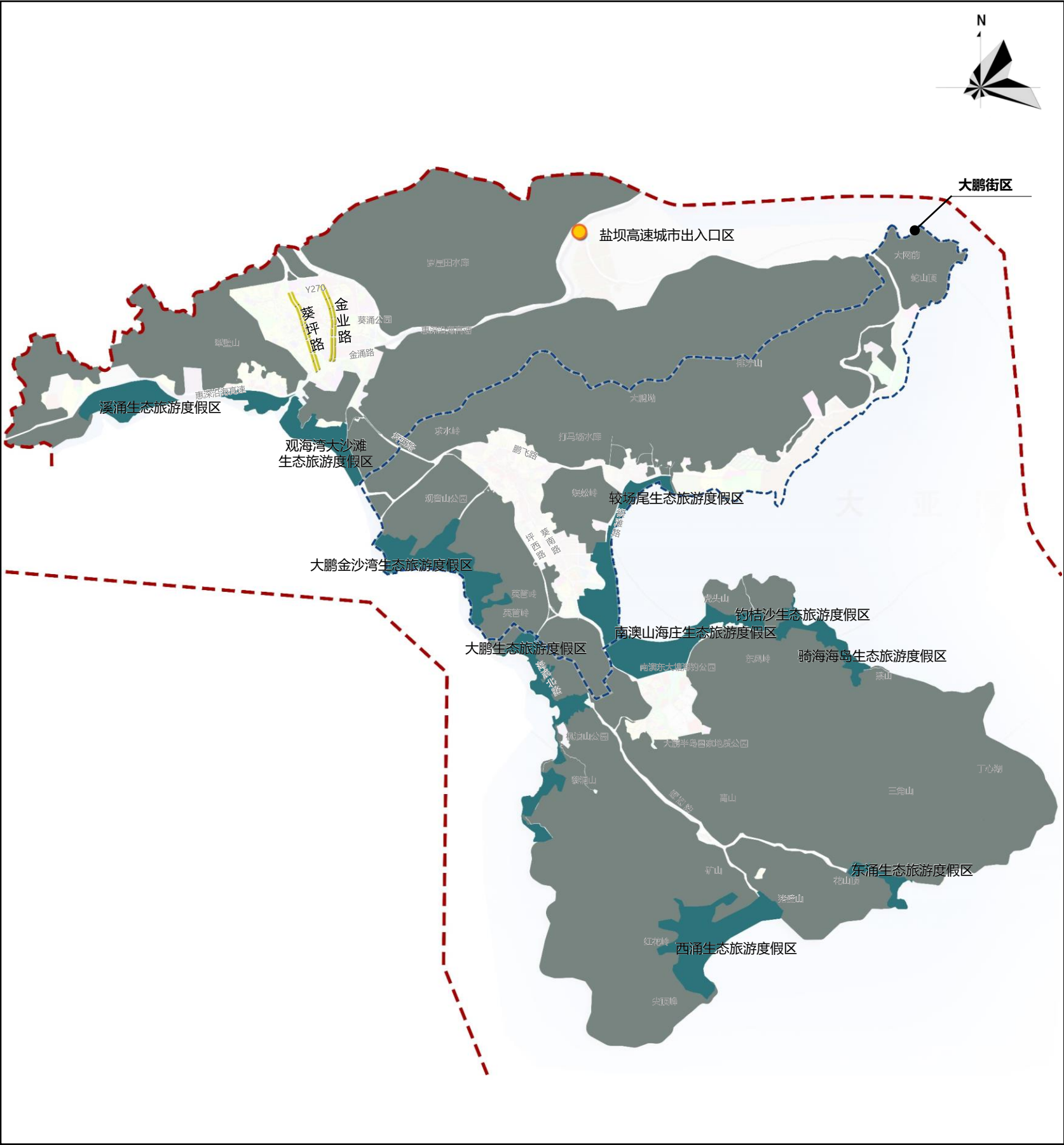
特色地区

大鹏半岛生态旅游型海岸景观带
包含溪涌生态旅游度假区、观海湾大沙滩生态旅游度假区、大鹏金沙湾生态旅游度假区、大鹏生态旅游度假区、较场尾生态旅游度假区、南澳山海庄生态旅游度假区等旅游度假区。

形象代表路段（区域）
葵坪路（Y270--金涌路）、金业路（Y270--惠深沿海高速）沿线，包含道路及两侧临街用地和建筑界面。

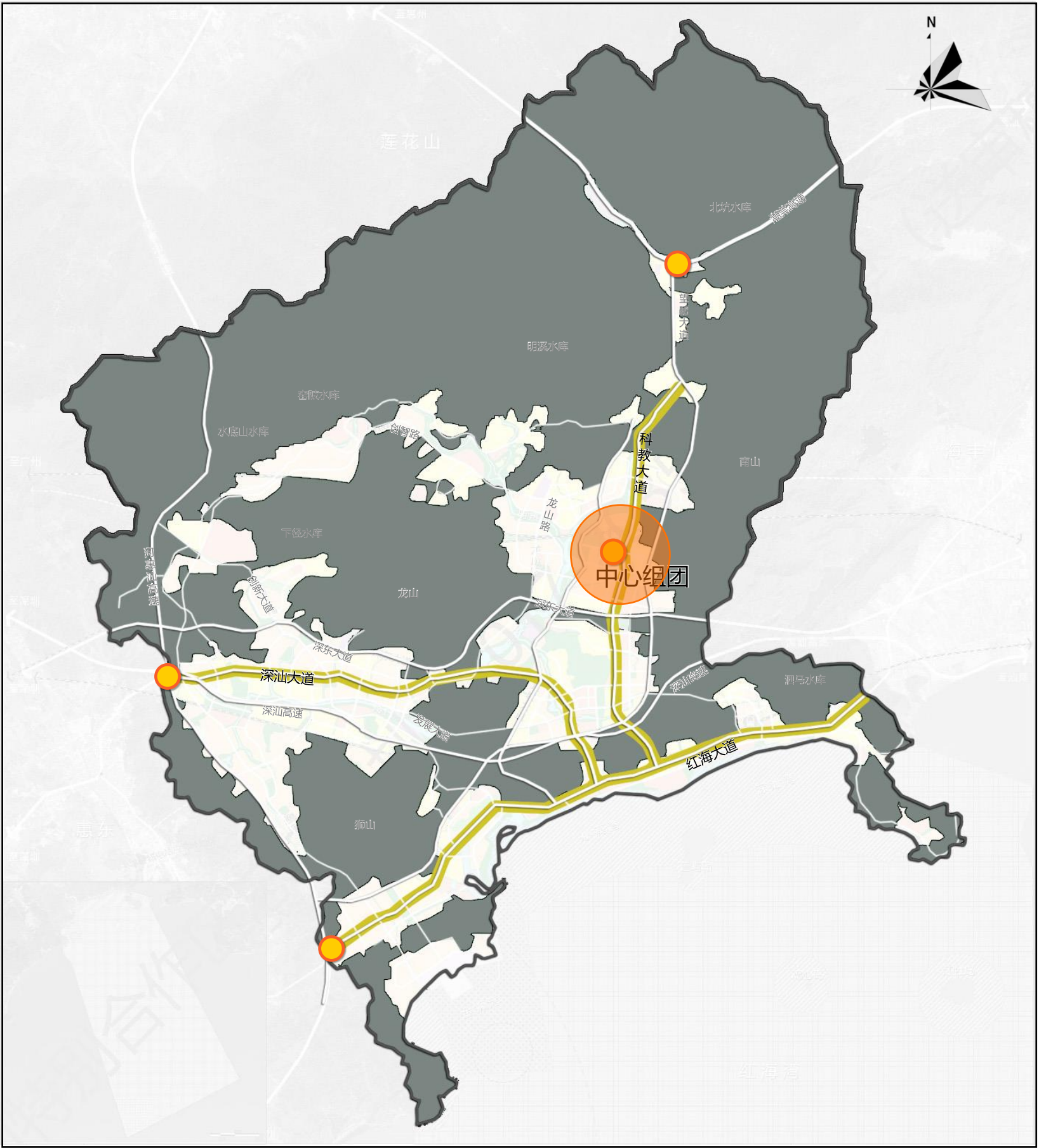
国际化街区
大鹏街区。

城市窗口
盐坝高速城市出入口区



注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。

深汕合作区规划分区详图



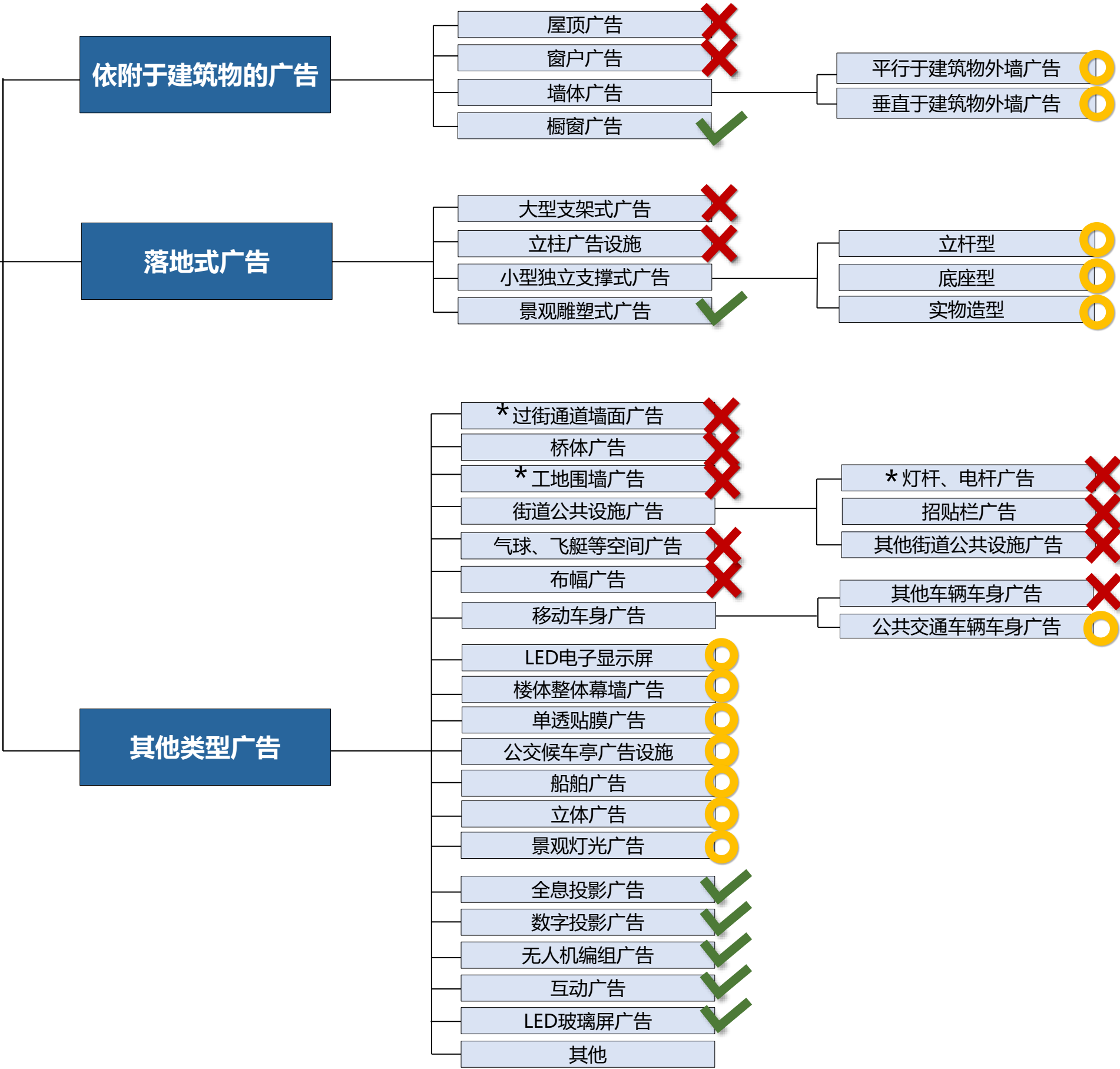
注：国际化街区范围以市规划和自然资源局最终确定的边界为准。

分类设置要求

户外广告

注：带*的设施类型，允许设置经统一规划的公益性广告或临时性公益广告。

- 禁设类
- 可设类
- 鼓励类



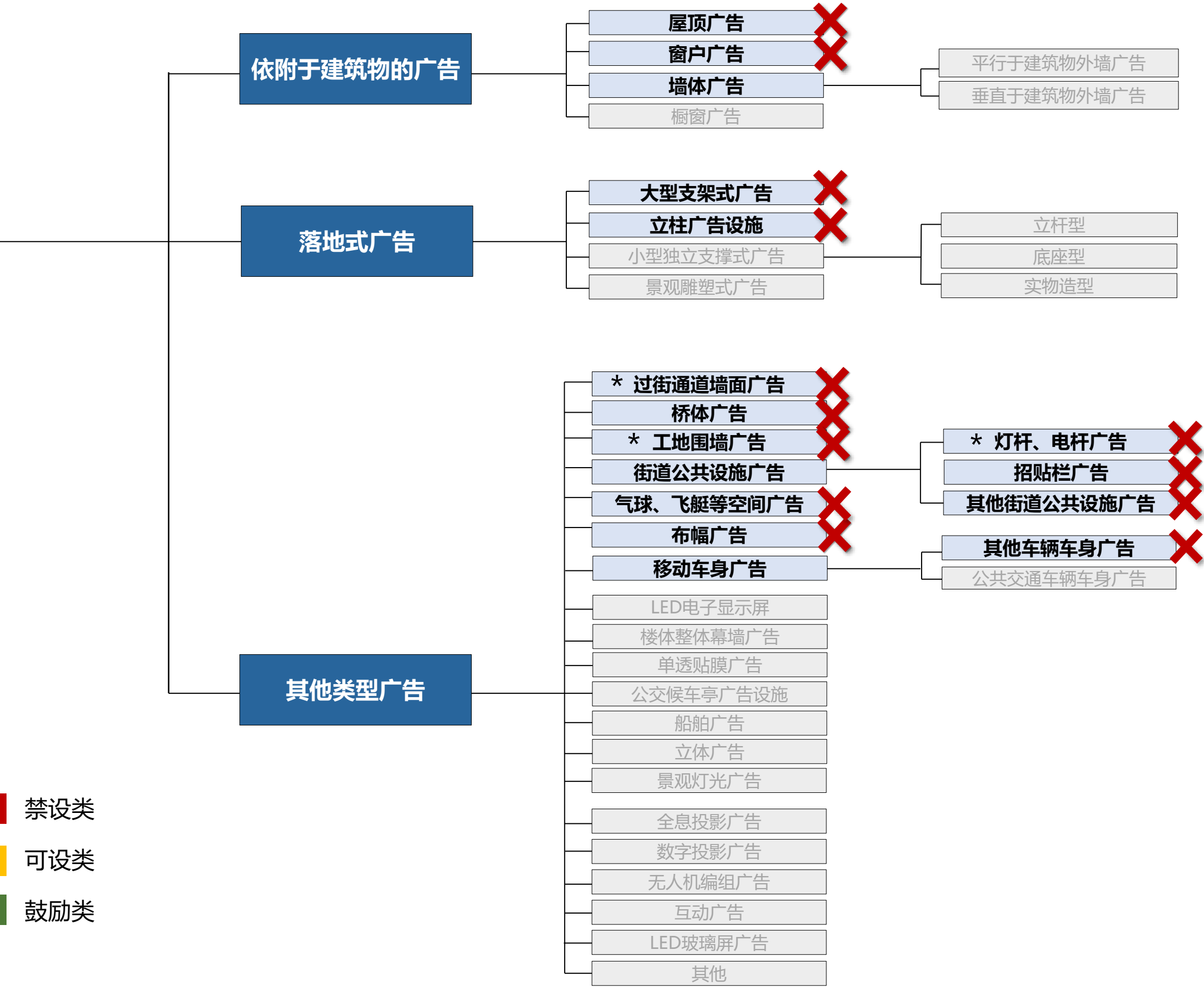
分类设置要求

——禁设类

户外广告

注：带*的设施类型，允许设置经统一规划的公益性广告或临时性公益广告。

- 禁设类
- 可设类
- 鼓励类

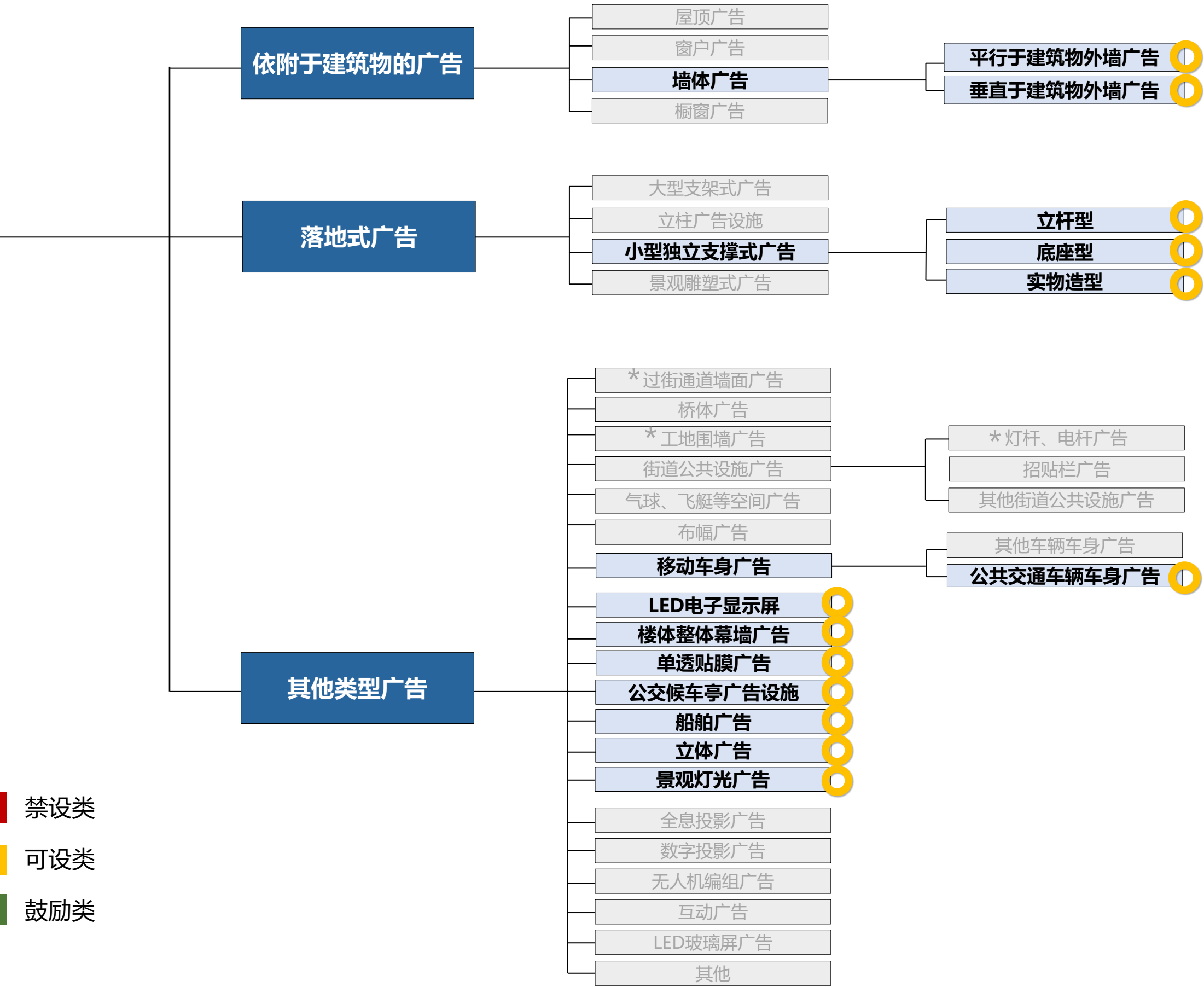


分类设置要求
——可设类

户外广告

注：带*的设施类型，允许设置经统一规划的公益性广告或临时性公益广告。

- 禁设类
- 可设类
- 鼓励类



分类设置要求
——鼓励类

户外广告

注：带*的设施类型，允许设置经统一规划的公益性广告或临时性公益广告。

- 禁设类
- 可设类
- 鼓励类

