

台政字〔2021〕82号

**台儿庄区人民政府
关于印发《台儿庄区户外广告设施设置专项
规划（2021-2035年）》的通知**

各镇人民政府，运河街道办事处，区政府有关部门：

《台儿庄区户外广告设施设置专项规划（2021-2035年）》已经区政府同意，现印发给你们，请结合实际，认真抓好贯彻执行。

台儿庄区人民政府办公室

2021年11月17日

（此件公开发布）

台儿庄区户外广告设施设置专项规划 (2021-2035年)

前言

台儿庄中心城区既是台儿庄区居民日常休闲的场所，也是枣庄市的旅游名片。经过不断的建设发展，台儿庄城区的广告设置已有较大提升，但仍无法与我区经济社会发展的需要相匹配。因此，需在合理借鉴国内外先进经验基础上，对目前区属多处道路广告设置的规划定位、特色提升进行统筹安排，并制定相应的规划。提高台儿庄城区广告设施水平，提升安全保障能力，改善台儿庄城区道路展示品质，对于增强台儿庄居民幸福感，完善“城市品质”，提升台儿庄城市形象具有重要意义。

一、规划背景

1.1 规划背景

新管理办法实施

2020年10月1日，《枣庄市户外广告设施设置管理办法》开始实施，明确了枣庄市户外广告和招牌设施的设置、设计、制作、施工、验收、维护和检测的规定。通过编制高质量的地方标准，进一步规范户外广告和招牌设置，可以强化城市风貌控制，有利于提升城市的管理效率和精细化管理水平，更有利于展示城市形象。

规划体系变革

2019年5月28日，为贯彻落实《中共中央国务院关于建立

国土空间规划体系并监督实施的若干意见》，全面启动国土空间规划编制审批和实施管理工作。自然资源部印发《关于开展国土空间规划工作的通知》。要求各地不再新編和报批主体功能区规划、土地利用总体规划、城镇体系规划、城市(镇)总体规划、海洋功能区划等。已批准的规划期至 2020 年后的省级国土规划、城镇体系规划、主体功能区规划，城市(镇)总体规划，以及原省级空间规划试点和市县“多规合一”试点等，要按照新的规划编制要求，将既有规划成果融入新编制的同级国土空间规划中。

城市发展新阶段

中国共产党第十九次全国代表大会首次提出:中国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段。户外广告和招牌规划作为城市建设的关键和展现城市活力和魅力的重要手段，更应立足之区位，彰显特色，以高起点高水平高质量的规划设计引领城市高质量发展。

1.2 城市概况

台儿庄隶属于枣庄市，枣庄市位于山东省南部，属北温带季风气候，年平均气温 13.9 摄氏度，年降水量 815.8 毫米。地形北高南低，既属鲁中南低山丘陵地带，又属淮河水系流域。台儿庄是一座具有水乡风貌的河港商贸旅游城市。新开辟的运河观光线、月河游览线和台儿庄大战遗址参观线，景色迷人，别具特色，被山东省列入“一山、一泉、一圣人、一战”旅游南线，推向国际市场，为山东九大旅游圣地之一。

1.3 规划范围

依据《台儿庄区总体规划》，确定规划范围为南起运河北堤，北至台北路，西起台二路，东至鸿运路。

具体范围：

台儿庄城区主要纵向道路运河大道、兴中路、箭道路、东顺路及两侧的临街建筑立面、建筑退后红线内的户外广告、招牌。

台儿庄城区主要横向道路：长安路、文化路、金光路、华兴路及两侧的临街建筑立面、建筑退后红线内的户外广告、招牌。

台儿庄城区内重要节点：特色街区、河流景观节点、交通枢纽等。

1.4 规划依据

法律、法规及规范性文件

- 1、《中华人民共和国民法典》
- 2、《中华人民共和国广告法》
- 3、《中华人民共和国城乡规划法》
- 4、《城市市容和环境卫生管理条例》
- 5、《城市容貌标准》（GB 50449-2008）
- 6、《枣庄市城镇容貌和环境卫生管理办法》
- 7、《枣庄市户外广告设置管理办法》
- 8、《枣庄市城市规划管理技术规定》

其他法律、法规及规范性文件等。

参考文件、规划

- 1、《枣庄市城市总体规划（2011-2020年）》
- 2、《枣庄市国土空间总体规划（2011-2020年）》
- 3、《台儿庄城区用地规划》
- 4、《台儿庄区景观风貌规划》

其他相关参考文件、规划等

1.5 规划期限及地位作用

规划期限：

与国民经济和社会发展规划期限相对应，本次规划期限设定近期为 2025 年，远期为 2035 年。

地位作用：

本规划是枣庄市台儿庄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，由台儿庄区综合行政执法局负责组织实施。

1.6 规划对象

与《枣庄市户外广告设施管理办法》确定的规划对象保持一致。

户外广告：本规划所指的户外广告，以发布商业性或者公益性广告内容为目的，利用建筑物、构筑物、场地设置的霓虹灯、展示牌、电子显示装置、灯箱、实物造型以及其他形式的向户外空间发布广告设施。

招牌：本规划所指的招牌，是指企事业单位、个体工商户在自有或租赁的建（构）筑物外墙及建筑用地地界线范围内设

置的，用于表明单位名称或者建筑物名称的牌、匾等相关设施。

1.7 规划目标

提升城市视觉形象，促进户外广告业的有序发展

通过户外广告媒体的设计，改善原有建筑（建筑语言、立面材质等），与之形成整体造型语言，达到与其共生的效果；通过控制和引导广告内容的视觉品质，优化城市的整体视觉语境和视觉节奏，以提升城市整体形象。

推广高科技的户外广告设置技术

突破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。

营造有金融商务区的企业展示平台

充分利用户外广告城市活力性强、受众面广的特点，在满足城市功能需要的前提下，在重要景观区域和节点将户外广告与企业宣传结合设计，为文化和企业提供文化交流、企业展示平台。

二、现状研判

2.1 现状分析

老城区:户外广告最为集中的地区，在空间上，主要集中在交通要道、商业中心及各类职能中心。商业核心区以及城市外围的部分区域内，一些附着式的广告设施和招牌等仍然存在与建筑不协调、存在安全隐患、缺乏整体美等问题。一些住宅区的户外广告设施尺度较大，色彩与周围环境不协调，对人造成

的视觉冲击力很强，破坏了住宅的和谐与宁静的氛围，使户外广告设施在周围环境中显得十分突兀。

北部新区:处于新开发阶段，由于前期规划比较全面，北部新区户外广告设施设置较少，便已具有一定的风格特色。

西部开发区:主要设置一些企业性质广告宣传牌及厂区名牌等设施，没有一定的风格特色。

2.2 设计制作问题

位置设置不当

部分道路旁的巨大广告牌遮挡交通标志和公共指示标志，分散和干扰司机的注意力，影响行车安全，屋顶广告违规建设，影响景观视线和天际轮廓线，并存在安全隐患。

尺度设置不当

户外广告和招牌标识整体设置尺寸较大，视觉上给人造成压抑的感觉，且参差不齐，破坏了建筑里面与建筑空间的完整性。

风格设置不当

建筑物外立面的户外广告和招牌标识创意设计总体水平不高，缺乏特色和个性，形式过于单一，色彩跳脱未与周边建筑协调统一，缺乏系统理论指导，没有色彩规划。

材质设置不当

户外广告本身出现锈蚀剥落现象，严重影响观感，部分道路两侧建筑广告的霓虹灯影响居民的生活起居，还有一些广告的反光对居民和行人造成干扰。

制作设置不当

部分店面招牌标识牌框以类似复合地板的块体代替，牌框表面刷漆和建筑整体色调明显不协调；部分广告画面设计低劣、内容粗俗、色彩夸张，给人以机械、单调的视觉感受，成为污染城市视觉环境的首要因素。

2.3 违规设置问题

- 1、招牌标识设置“一店多招”、重复或层叠设置；
- 2、户外广告和招牌标识遮挡窗户、建筑物；
- 3、在建筑物（含裙楼）顶部（含屋顶水箱、其他构筑物等）部分、室外台阶、踏步等位置设置户外广告和招牌标识；
- 4、在建（构）筑物室内利用玻璃或透明物，如窗户、玻璃幕墙、观光电梯等设置户外广告和招牌标识；
- 5、交通指示牌用作广告等。

2.4 管理维护问题

- 1、户外广告和招牌标识出现结构性损伤、画面污损、字体残缺、灯光显示不完整等情况；
- 2、户外广告和招牌标识夜间亮度过高或照明关闭不及时，影响周边环境。

2.5 现状问题总结

与各城市景观要素不协调

户外广告与招牌标识是构成台儿庄中心城区景观环境体系中的关键组成部分，是城市中不可或缺的景观要素之一，其相应的规划设计应当与城市中整体的景观、建筑、交通、道路等

城市要素相互协调，从而共同搭建起富有秩序的城市视觉体系。

但通过对台儿庄中心城区范围内的主要商圈、景观风貌区、典型片区以及城市快速路、主干道沿线等不同地区的详细调研，从中发现现今台儿庄中心城区户外广告与景观、建筑、交通、道路等要素不甚协调，导致了城市市容环境体系的不完善，造成了城市视觉秩序的混乱。

布局缺乏控制

台儿庄中心城区户外广告缺少分区布局的控制规划，导致户外广告的整体空间布局呈现出资源配置不合理、疏密关系不恰当等情况。这种现象的存在导致了台儿庄中心城区户外广告对城市形象及景观风貌的不良影响日益加剧。

品质欠佳

部分区域招牌标识设施的品质不高,是台儿庄现状广告的突出问题。主要体现在材质差、色彩混乱、照明效果不佳、广告内容不适宜等方面。在“重数量、争体量、轻文化”的广告设置氛围中，不仅不能体现出台儿庄历史文化名城的魅力，也不能表现出台儿庄生态宜居现代特征，同时影响了整个台儿庄中心城区的整体形象品质。

特色不突出

中心城区街道街巷的招牌标识形式较为单一、雷同，缺乏创意，同质化极其严重。各功能区域缺少识别性，广告没有与片区的功能定位有机结合，失去了城市环境固有的特色和内涵，缺少应有的导向性。

台儿庄中心城区现状户外广告和招牌标识整体情况较优，但仍有部分地区店面招牌缺乏整体引导，影响了城市景观。

三、原则与目标

3.1 规划原则

- 1、协调性原则
- 2、适配性原则
- 3、安全性原则
- 4、景观性原则
- 5、视觉性原则
- 6、环保性原则

3.2 规划策略

策略一：依据台儿庄城区道路特点，明确各道路定位，实现特色发展；

策略二：提升户外广告设施水平，完善设施布局，实施广告设施更新换代；

策略三：合理引入新型、互动型广告设施，提升城市品味；

策略四：加强户外广告设施整治活动，提升环境品质；

策略五：规范城区各道路广告设施，做到有序、有度。

“面”的规划：主要依据不同建筑立面对其广告设施进行规划。

“线”的规划：主要目标对象为广告空间控制要求不同的路段、廊道，主要是不同等级和性质的道路。

“点”的规划：主要目标对象为典型的或具有代表性的节点，主要是交叉口、街头绿地、标志性建筑等。

3.3 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”为总目标，以“控住总量、突出重点、显出特色”为思路。鼓励创新创意，使台儿庄成为户外广告品质示范之城，成为具有影响力的户外广告创新创意之城，成为户外广告治理现代化的典范之城。

四、规划方案

4.1 户外广告分区规划

1、活力展示区

(1) 鼓励户外广告的集中、多样化设置。打造具有古城特色、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，展现古城特色。

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) 招牌标识应与商业性广告统筹考虑,同一建筑载体应整体布局。

(6) 附加要求

①同一建筑载体,墙体广告(含招牌标识)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。

2、一般设置区

(1) 本区侧重在保护台儿庄古城风貌、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、多种途径提升招牌标识品质和创意。

(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(含招牌标识)的总面积应小于所附着墙面面积的 15%;

(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、禁止设置区

(1) 禁止设置商业性广告设施；

(2) 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) 招牌标识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。

4.2 规划思路

本次户外广告设施设置规划主要对“两个对象”进行控制：

1、城市空间：结合经济、环境、景观等因素对不同的空间进行控制。

2、户外广告设施：对不同类型的户外广告设置位置、大小、密度等进行控制。

“面”的控制层次：主要是城市各类功能区和城市用地

“线”的控制层次：主要目标对象为户外广告空间要求控制的不同路段、廊道，重点控制不同等级和性质的道路；

“点”的控制层次：主要目标对象为典型的或具有代表性的节点

(1) “面”的控制

西部开发区

西部开发区北至阿里山路，东至运河大道，南至运河北堤，西至闫浅干渠及彭楼村西界。西部开发区的主要用地性质为教育、休闲服务、公共服务以及居住用地。

这部分规划区域作为台儿庄的城市西部片区，处于城市西部功能布局的关键位置，是台儿庄城区西部片区重要组成部分，同时也是为台儿庄经济开发区提供城市服务职能的重要承载地，产城融合的功能区。

广告设施现状：根据现状调查，西部开发区的广告招牌分为：大型形象展示牌、企业指识牌、跨路标语牌等三大类。展现形式单一，设备设施老旧，缺乏工业区所具备的生机与活力。

工业厂房、仓储建筑：

特点：建筑性质单一。

控制导则：

(1)一般不得设置广告，但在主体厂房建筑上可设置企业标识。

(2)广告色彩应能够体现本土特色，选用与周围建筑和环境协调的色调。

(3)禁止在围栏上设置任何形式的广告。

(4)规模超过 5000 平方米的工业或仓储区，宜设置一处集中展示区，可设置宣传展板。

教育、休闲服务、公共服务及居住用地：

特点：以居住区为主，以教育和公共服务为配套

控制导则：

(1)沿街门市可设立门头招牌，门头广告色彩应能够体现本土特色，选用与周围建筑和环境协调的色调。使用材料不可过于低劣。

(2)禁止在围栏及两层以上沿街门市设置任何形式的广告。

(3)拆除与位置不符，与周边招牌不符的广告设施。使门头招牌控制在同一高度。

(4)居民区内不可设置商业广告，可在宣传栏内同一展示。

设计引导：可在宽阔空闲区内设置符合城市特象的形象招牌，从而提升区域形象。道路两侧不可私自设立广告灯箱，可提交方案于相关部门，设立即可展示广告内容，又可提升道路形象的灯箱路牌。

北部新区

北部新区位于长安路以北区域。随着城市发展战略的提出，加快城市的发展，打造集行政办公、商务、生活居住、旅游、文化、商业于一体的现代、生态、园林型新区，极具商业价值。

改造后的兰祺河将成为台儿庄的南北发展轴，政治经济沿兰祺河向两侧发展。台儿庄北部新区（行政文化中心）位于兰祺河西侧，台儿庄古城向北2公里。我们从可以政治中心乘船到古城。河西侧规划20米绿化带，东侧30米，小船、拱桥、流水，将成为台儿庄最美的城市景观轴。

范围：北部新区

特点：新中式建筑特色

控制导则：

(1)行政区与教育文化用地内不可设置业广告，可以设置用与地相关的特色形象雕塑小品。

(2)可设置导视牌与道路标识牌，在选用材料上要与周边建筑风格统一。

(3)禁止在围栏上设置任何形式的广告。

(4)居住区内可设置临时性的公益广告，不可设置商业性广告设施，

临时性广告要统一设置在宣传栏内。

老城区

根据老城区内各类市建设用地户外广告规划设置要求进行规划；

(一) 商业用地

规划区的商业用地主要分布于老城区及其外围，商业用地按规划分区性质为一般设置区。可相对集中设置商业广告，以形成良好的商业氛围，公益广告比例达到 15%。

老城区虽有部分属商业用地，但为保护具有台儿庄建筑特色的街区风貌，古城周围区域应划定为限制设置区，限制设置区的设置范围为古城周围的金光路（古城段）、华兴路、箭道路（古城段）、东顺路（古城段）。

多层商业建筑户外广告设置规划：

1、本图适用于一层为商铺的低层商业建筑。

2、低层建筑应保持建筑本身小巧玲珑的建筑风格，户外广告设置应以小尺寸为主。

- 3、一个门店只能设置一个门头广告招牌。
- 4、店招必须做到不遮窗。高度控制在 0.7-1.5 米。
- 5、店面广告设置不得超过一层。

高层商业建筑户外广告设置规划

- 1、本图适用于多层商业建筑。
- 2、户外广告设置应注意立面造型，尺度不宜过大，禁止损害建筑使用功能。
- 3、三层以上不宜设置广告，外挑广告的距离、规格、大小应与建筑、周边环境相协调，色彩柔和明快。
- 4、广告位置只能设置在裙楼、底层部分，广告牌高度不得超过 6 米。
- 5、户外广告必须配置夜景光源。
- 6、建筑物顶部设置通透式标识（字体）性广告。

古典风格商业建筑户外广告设置规划

- 1、以保留其原有建筑的风格为主，不得在楼顶设置大型广告牌或广告字。
- 2、可设置与建筑色彩、形式协调的招牌或建筑标识。
- 3、一个门店只能设置一个门头广告招牌，按集中设置原则在建筑主入口设置招牌。
- 4、店招必须做到不遮窗。高度控制在 0.7-1.5 米。
- 5、局部配置夜景光源。

（二）居住用地户外广告划设置要求

规划区的居住用地是主要的用地类型，集中连片分布于城

区各处，居住用地为限制设置区，但不同区位的居住用地户外广告设置要求应有所区别：

1、长安路、文化路、金光路路段居住用地临街面现状多为商住用地，其临街面可划定为商业广告一般设置区；

2、运河大道、东顺路为城市主要入城口，规划为限制设置区，是宣传城市形象的重要节点，因此公益广告比例需达到 60% 以上；

3、其他居住用地，除配套为小区服务的商业建筑可设固定商业户外广告外，其余建筑禁止设置户外广告。

居民区户外广告规划设置要求

1、本图适用于单纯的住宅建筑群

2、12层以上的高层建筑禁止设置商业广告

3、大幅商业广告高度不超过2层，每个立面不得多于2个

4、住宅楼不得设置商业广告

5、注重天际轮廓线的塑造，广告位置宜设置在裙楼、底层等，主体建筑不宜设置墙面广告

（三）教育卫生用地户外广告规划设置要求

教育卫生用地按用地性质应划分为禁止设置区，规划允许在其建筑顶部安装镂空发光建筑标识。

（四）体育、绿化用地户外广告规划设置要求

体育、绿化用地按用地性质应划分为限制设置区。应严格控制广告的数量，广告设置应适度、疏密结合，与周围环境相协调，保护城市空间环境，体现高质量、高规格、高品位，采

用新技术、新工艺、新材料、新光源、新创意。

（五）行政办公、医疗等地户外广告规划设置要求

行政办公、医疗、市政公用设施用地、工业用地等按用地性质应划定为禁止设置区，禁止设置固定商业户外广告，一般也不允许设置户外公益广告，如确需设置，只能为临时性广告，必须定期拆除。规划允许在其建筑顶部安装镂空发光建筑标识。

（2）“线”的控制

按突出重点、兼顾一般的原则，确定把台儿庄城区按：一城、四纵、四横的特点进行控制。以台儿庄古城为核心，一般干道、地区和节点为衬景，达到重点突出，风格协调，特色鲜明的效果。利用一城四纵四横，推动区域整体发展。

一城：指的是台儿庄古城。

四纵：指由运河大道、兴中路、箭道路、东顺路构成的城市交通要道。

四横：指由长安路、文化路、金光路、华兴路构成的古韵形象街及民国风情街，突出城市文化特色和形象，突出热烈、繁荣的商业氛围。

民国风情街

街区位置：金光路与箭道路位于台儿庄古城北门入口沿街处，周围分布较多的居民区以及商业区，人流量较大。

建筑风格：金光路建筑立面形式多样，没有统一的建筑风格箭道路建筑风格以民国建筑风貌为主。

道路定位：金光路、箭道路是两条以民国建筑为主，现代

居民建筑为辅的两条交叉道路。根据现有街区特色，将金光路（兴中路-金光路-箭道路段）定位为“民国风情街”。

整治提升：金光路广告设施设置没有固定的风格特色，尺寸、材质等各方面设置杂乱无章，需要整治违建广告设施并统一风格。

箭道路后期新安置的广告设置没有与先统一风格，应保持原有的风格特色，对新建设施进行整改。

古韵文化街

道路位置：运河大道、兴中路、东顺路、华兴路是台儿庄城区的竖向重要交通要道，长安路、文化路是台儿庄城区的横向重要交通要道。是通往台儿庄城区的形象街道，是台儿庄的主要代表道路。

建筑风格：建筑风格为白墙灰瓦的古典式建筑风格。

道路定位：运河大道、兴中路、东顺路、华兴路、长安路、文化路是台儿庄城区几条重要的交通道路，其建筑风格以白墙灰瓦的古典式建筑风格为主，具有鲜明的风格特色，充分展现了台儿庄城区的文化底蕴。因此将运河大道、兴中路、东顺路、华兴路、长安路、文化路定位为“古韵形象街”。

整治提升：运河大道、兴中路、东顺路、华兴路、长安路、文化路道路广告设施设置，风格单一、尺寸及布局设置不合理，影响城市景观。东顺路虽依着古城，具有其特色韵味的广告设施设置，但依然存在广告设施与建筑不协调、案例隐患大、缺乏整体美的特色。

上述道路应统一设置其风格，采用具有古韵味的木制材质，或有代表古城文化的特色元素，从而提升道路形象，展现台儿庄的古典韵味。

河岸主题公园

为了满足周边人群高强度的户外活动需求，利用场地的高差设计多个各具特色的广场空间。各类主题的小型公园节点，成为市民广场核心景点，跨越多层平台、广场，为月河注入新的城市活力。

法治主题公园：通过法治雕塑、法治宣传版面、法治标语等多种形式普及《民法典》，将法治知识融入到百姓的日常生活，创建寓教于乐、充满生气的法治阵地，为公园赋予了新的法治文化生命力。让广大群众真正体会到‘抬头见法、驻足学法、心中有法’，在全区营造了法治宣传浓厚氛围，让广大群众不断强化法治理念，进一步养成尊法、学法、守法、用法的良好行为习惯，实现法律素养的全面提升。

消防主题公园：公园内建有消防元素的雕塑造型、法律法规展板、互动娱乐设施、消防知识宣传栏及消防卡通形象主题的垃圾桶与座椅等设施。消防知识宣传栏涵盖内容丰富，简洁、通俗易懂，包括日常防火安全常识、消防器材使用方法、火灾逃生自救方法、常用消防安全标识等，让消防安全常识更加贴近百姓；互动娱乐模块以消防标识为主题，形象醒目、形式新颖，充分激发群众参与消防知识学习的热情；

(3) “点”的控制

“点”指的是台儿庄城区内的重要节点，通过对重要节点的控制，打造城市名片，提升城市形象。

交通节点

本规划将运河大道及东顺路南北入城路口设置为重要交通节点，以设置精神堡垒的方式展现城市形象，起到重要引导作用。

地方政府的精神堡垒就是建筑地标注，代表着一方水土的像往。尺寸不能小。一般在 15-25 米左右。

使用材质：建议木质与石材相结合，刚柔结合。

字体照明：使用发光字及立体雕刻字，与地方元素相结合。

河流景观节点

范围：森林公园、生态廊道、城市广场、运河湿地周围等范围。

特点：有保存较好的绿化景观，是城市居民休闲、娱乐等的集散地。

控制导则：

1、森林公园、生态廊道及广场等地不得设计商业性广告设置。

2、不得破坏绿地风格，小范围内设立景观雕塑小品，提升森林公园及城市广告的风貌，也可体现出城市特色，要与周围景观相融合。

3、本区域内的景观雕塑小品设立时，不得影响或妨碍到原

有的景观，且不得喧宾夺主。

特色景观节点应设立充分展现台儿庄特色的雕塑小品，提升景观节点的品质形象。

沿河休闲绿道

绿水青山就是金山银山,营造人与自然共生空间。城市公共空间的营造既要以人为本，更要遵循自然生态，力求绘制人与自然和谐共生的美好画卷。

人行走于绿道之间，一草一木、一个花池、一片铺装、一段道路都是景观设计的结果，比如路线的引导、植物的搭配、小品的组合、观景台的设置等，看似不着痕迹，设计却无处不在。

通过对未规划的河道沿岸进行绿色规划，设置为休闲绿道，使游客和居民漫步河岸，尽享古城迷人的风景。

口袋公园

范围：公园、绿地

特点：环境优美、绿地丰富

控制导则：

(1)一般不得设置商业性广告，可设置临时性公益广告。

(2)为了不影响口袋公园内整体环境，可对公园内部进行可视化的引导设置。

(3)禁止在围栏上设置任何形式的广告。

(4)口袋公园内可设置雕塑小品类设施，即能提升环境品质，又能代表当地传统文化。

根据口袋公园的设计理念，将生态、古典相融合，以表现古城韵味为目的。

设计运用灰色与木色相结合来体现设计简约、素雅，以展现古城的传统文化及风貌。

文化体育建筑节点

范围：体育场馆、图书馆、展览馆、广播电视台等。

特点：体育类建筑多显宽、广、大；图书馆、展览馆具有相应的功能要求；广播电视台很大程度上突出宣传作用。

控制导则：

(1)本区域内的户外广告设施，不得影响或妨碍到原有的景观，且不得喧宾夺主。

(2)体育场、图书馆、展览馆可以在该用地内的广场上设置具有文化特色或运动体育类的雕塑小品，从而提升认知度与宣传度。图书馆、展览馆在新建、改建、扩建时必须考虑在外立面上设置展示的广告设施位置，这些广告位所展示的广告必须与场馆性质相匹配，除宣传场馆的广告外，不得设置其他商业内容的广告。

(3)可适当发布一些展示、演出等临时性广告，但尺度、形态不能损害建筑形象。

城市窗口节点

范围：高铁站、汽车站站前广场等。

特点：城市流动人口集中，空间比较开放，是城市最为重要对外交通枢纽，也是城市的门户地带与展示城市形象的窗口。

控制导则：

(1)城市入口是城市流动人口最为集中的地点，宜采用大型电子、多层翻动的广告形式，但各类广告媒体设置不能喧宾夺主，应当服从

城市入口空间和建筑造型。

(2)广告内容应优先展示台儿庄品牌特色等相关内容。

(3)在该范围内的各个站点前应当设置一个并至少设置一个长宽为不小于 4 米 X6 米的户外公益广告设施，该设施应当位于突出的视觉关注点上，但一定要注意与城市入口景观元素的有效结合。

五、实施建议

5.1 规划手法

对现状广告进行详细调查，拍照编号、拼接成完整的街景立面，然后根据街景欲达到的效果、专项规划的指导原则、户外广告设计设置的技术管理规定，对已建户外广告逐一甄别，确定拆除、保留、改建等处理方式，并拟定规划要求。

以文化路北立面一段为例，对其道路进行编号、对应表格，规划主要指标（建筑立面）：广告允许设置的位置、尺寸、风格引导等。作为商家、广告商广告详细设计的依据。

5.2 完善治理机制

建立部门-专家联审机制

台儿庄区户外广告与户外标识管理涉及多个部门，应该建立联合监管、联合执法的模式。台儿庄区城市管理部门联合住

房和城乡建设管理、自然资源管理部门等负责户外广告与户外标识设施的设置、管理及协调工作；市场监管负责户外广告及标识的内容审查工作；公安、交通、公路、税务、自然资源等部门应各司其职、协调一致，协同确保本专项规划实施。

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，对台儿庄区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。

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。

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。

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。

5.3 创新治理模式

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。

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。

审批管理建议

严格控制户外广告在主要街道、大型广场、商业集中地段等公共场所的设置密度。户外广告设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，不得破坏载体的整体效果，其位置、形式、大小、色彩、图案必须与载体相协调。

在城市中设置户外广告、标语牌、画廊、橱窗等，应当内容健康、外型美观，并定期维修、油饰或者拆除。大型户外广告的设置必须征得城市人民政府市容环境卫生行政主管部门同意后，按照有关规定办理审批手续。

六、照明与动态

灯光夜景是展现城市休闲活力的最重要氛围元素，本项目主要存在以下突出问题：

活力商业街区以及重要节点缺乏夜间照明的广告设施。

主要高层建筑及重要建筑缺乏楼体照明，使楼体在夜间没有辨识度。

主要门户广场，夜晚有大量人群聚集的需求，现状照明过于单一，缺乏个性。

社区公园内部没有灯光，夜晚存在一定安全隐患，导致夜间使用率极低。

6.1 夜景照明策略

根据以上问题，在满足景观要求的前提下，对城市重要节点，例如：活力商业街区、重要建筑楼体、门户广场、景观桥、河流景观带、夜间步行区等节点适当设置一些高科技、创新型楼体灯、小品灯以及具有发光功能的广告设施。起到照明作用，另一方面提升城市形象。照明灯尽量选用高光效，利用系数高的灯具。照明线路的控制采用时空，光控等限制照明的方式，在功能性照明上分上下夜的时段控制。景观性照明分平时，大小节日等控制模式。

6.2 照明控制要求

1、户外广告和招牌标识照明已成为展示城市夜间形象的重要因素，要选用合适的光源光色和显色性，使光色与照度具有相当的比例，构筑、渲染出各种舒坦的色感环境氛围。

2、户外广告和招牌标识的照明方式、亮度、光色、动态应符合城市夜景照明规划的相关要求。

3、严格控制户外广告和招牌标识标识的光污染，在面对或邻近居住建筑、医院住院部等近似功能建筑，应符合《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）中对光污染的要求。

4、照明方式控制要求

户外广告和招牌标识的照明方式分为无照明、被动发光照明和自发光照明 3 种形式。

（1）户外广告被动发光照明分为：内置灯、背打灯、投射式；自发光照明分为：霓虹灯（禁止暴露发光灯管）、LED 显

示屏广告。

(2) 招牌标识被动发光照明分为：内置灯、背打灯、投射灯。

(3) 招牌标识禁止设置 LED 点光源、LED 显示屏等闪烁和动态光源；户外广告禁止使用闪烁的动态光源。

(4) 位于城市快速路、主干道沿线的 LED 显示屏户外广告禁止播放动态画面，必须采用静态刷屏方式，且每个固定画面的播放时间不应小于 15 秒。

5、照明亮度控制要求

户外广告和招牌标识的照明亮度应与所处区域的环境亮度相协调，避免形成过于强烈的亮度对比，且与建筑物的对比度应控制在 50% 以内，不超过环境亮度的 4 倍，同时不应超过右表的要求。

6、照明光色控制要求

(1) 应避免大面积的色彩对比，不应选择高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜；不宜采用红色光。

(2) 户外广告和招牌标识照明不应产生光污染及影响机动车的正常行驶。设置于交通信号灯、交通标志周围十米以内及背景空间内的，不得采用闪光方式和红、黄、绿三种颜色。

6.3 照明规划导则

传统的广告照明形式主要以喷绘灯箱、老式吸塑造灯箱、发光字、霓虹灯发光灯牌为主。其夜间展现的灯光效果虽然醒目、光线强烈、形式多样化，但是对古城的夜间环境也产生了

一定的影响，使游客或居民的旅游环境、居住环境产生负印象。

为了满足台儿庄古城城市夜景活力，提升夜间城市品质，满足游客及居民夜间聚集的需求，对古城内的户外照明设施进行更替。

在满足景观要求的前提下，对城市重要节点、活力商业街区等节点适当设置一些高科技、创新型楼体灯、小品灯以及具有发光功能的广告设施。建议如下：

①将老式商业户外楼体广告更换为 3D 裸眼 LED 显示屏。

②将商场楼体外墙上的各品牌户外发光字更换为户外品牌标识立牌。

③将街边的老式指路牌、标识牌更换为具有古城特色的夜间发光指示牌。

④将公交车亭的广告牌更换为互动式的 LED 显示屏。

七、公益性广告设置

7.1 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：

发布方式多元化

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。

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。

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。

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。

7.2 基本要求

(1) 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；

(2) 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《枣庄市公交候车亭公益性广告管理暂行办法》的要求。

(3) 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；

(4) 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。

(5) 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。

(6) 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。

(7) 鼓励艺术化、主题化的公益设计作品。