

厦门市户外广告设施设置总体规划 (2023-2035年)

公布稿

第一部分 规划文本

第一章 规划总则1

第二章 管控要素3

第三章 户外广告设施禁设区.....11

第四章 户外广告设施严控区.....12

第五章 户外广告设施特色区.....14

第六章 户外广告设施活力区.....19

第七章 户外公益广告设施.....22

第八章 临时户外广告设施.....25

第九章 电子媒介类户外广告设施.....28

第十章 规划实施.....33

附表1 总体管控分区范围检索表.....34

附表2-1 城乡用地分类与户外广告设施设置许可对照表.....35

附表2-2 城市建设用地分类与户外广告设施设置许可对照表.....36

第一章 规划总则

1.1 规划目的

为响应厦门城市发展战略，提升城市环境品质，促进城市户外广告设施与社会经济、城市环境协调发展，实现城市户外广告设施设置的规范管理，提升户外广告设施品质，优化城市环境景观，展示城市特色，依据相关法律、法规及规范，结合本市实际对《厦门市户外广告设施设置总体规划（2016-2020年）》进行修编，开展《厦门市户外广告设施设置总体规划（2023-2035年）》（以下简称本规划）工作。

1.2 规划依据

- (1) 《中华人民共和国城乡规划法》（2019年4月23日第二次修正）
- (2) 《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）
- (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》（GB50449-2008）
- (5) 《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南（试行）》 2020年
- (6) 《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011）
- (7) 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）
- (8) 《厦门经济特区户外广告设施设置管理办法》 2016年
- (9) 《厦门市市容环境卫生管理条例》 2008年
- (10) 《厦门市城市容貌标准》厦府办〔2018〕148号
- (11) 《厦门市户外公益广告设施设置管理指导意见》 2021年
- (12) 《厦门经济特区鼓浪屿世界文化遗产保护条例》 2019年
- (13) 《厦门市国土空间总体规划（2021-2035年）》（报批稿）
- (14) 《厦门市国土空间规划管理技术规定》（2021年版）
- (15) 《厦门市城市设计标准与准则》 2023年报批稿
- (16) 《厦门市户外广告及户外招牌设施设置技术规范》 2017年
- (17) 厦门市商业网点布局、综合交通、历史风貌保护、全域旅游、产业空间布局等相关专项规划
- (18) 其他与厦门市户外广告设施设置及管理活动相关的法律、法规、规划等

1.3 规划对象

本规划所称户外广告设施是指利用建（构）筑物、公共设施、城市道路和公共场地等的外部空间以各种形式（灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌等）向户外发布商业或公益广告信息的设施。

按载体分为附属式户外广告设施和独立式户外广告设施。

按性质分为户外商业广告设施和户外公益广告设施。

按规格分为大型户外广告设施和小型户外广告设施。

按时限分为非临时户外广告设施和临时户外广告设施。

本规划户外广告设施规划对象不包括移动式户外广告设施，商业店面及楼宇名称等户外招牌，以及结合LED夜景工程展示的广告等。

1.4 目标定位

以“国际都会、风尚厦门”为户外广告设施设置规划总体目标，将厦门打造成为户外广告设施设置的精细化治理典范之城、高品质设置先锋之城和新技术运用示范之城。

1.5 规划原则

（一）核心原则

少而精、少而优，规范有序、宽严有度。

（二）具体要求

一是彰显厦门城市特色，精细户外广告设施设置，秉承“少而优、少而精”原则，突出品质和质量，提升户外广告设施设置水准，同时全面禁止高立柱广告设施设置。

二是强化公共利益优先，保障社会公众权益、保护自然生态景观、维护宜居生活环境，规范有序引导户外广告设施设置。

三是响应户外广告需求，营造良好营商环境，因地制宜、差异化引导户外广告设施设置，做到空间分区布局精准、管控要求宽严有度，实现户外广告设施设置精细化管理。

1.6 范围期限

1.6.1 规划范围

厦门市域范围约1912平方公里，包括思明区、湖里区、海沧区、集美区、同安区和翔安区。其中陆域土地面积1579平方公里，海域面积333平方公里。

1.6.2 规划期限

2023—2035年，其中近期为2023—2025年、远期为2026—2035年。

1.7 规划效力

本规划为总规层面的专项规划，规划范围内的户外广告设施设置相关建设管理活动，必须遵守本规划的相关规定。

本规划未包括的内容应符合国家、福建省及厦门市的有关政策、法律、规范相关条款的规定。

确需调整规划中规定内容的，需依照相关规定程序进行。

第二章 管控思路

2.1 管控框架

主要构建形成“分区引导、分类管控、规范指引”多位一体、层级递进的户外广告设施设置管理技术体系框架。

（一）分区引导

规划依据国土空间总体规划确定的空间格局和全域规划分区，按照全域覆盖、分区管理的原则，划定明确禁设区、严控区、特色区和活力区等四类管控分区，其中禁设区为原则上禁止设置任何户外广告设施的区域；严控区为严格限制户外广告设施设置的区域；特色区为引导户外广告设施设置呈现特色的特殊区域；活力区为鼓励丰富户外广告设施设置的区域。

（二）分类管控

从类型限定、用地管控、建筑管控、指标管控等不同方面对户外广告设施设置管控分区进行分类引导，制定差异化的分区分类控制要求内容。

（三）规范指引

修编制定《厦门市户外广告设施设置导则（2023版）》，突出精准管理思维，制定负面清单，明确户外广告设施设置的各类禁止情形，重点针对附属于建构筑物、附属于街道家具公共设施、独立于公共场地等不同户外广告设施设置载体类型，提出总体性的管控通则，并从规定性要素和指导性要素两个方面提出设施设置具体细则。

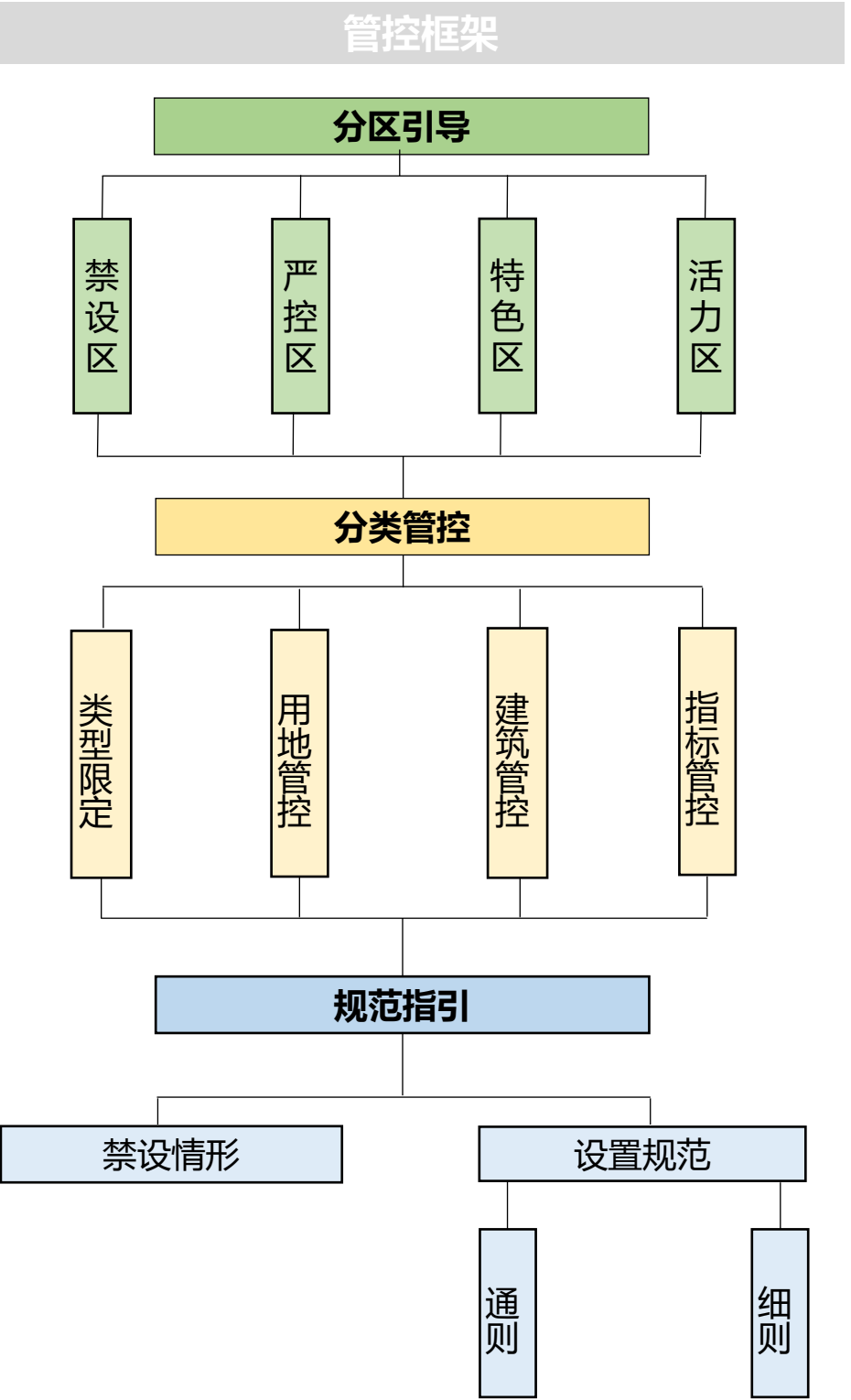


图2-1 户外广告设施管控体系框架图

2.2 类型限定

按“禁止类和规范类”两大类对户外广告设施设置位置、形式进行管控引导。布幅广告、道闸广告、张贴广告、小广告等按照《厦门市市容环境卫生管理条例》、《厦门市城市容貌标准》进行管理。

（一）禁止类

指设置类型和形式相对老旧落后，不符合城市发展定位和市容形象建设新要求的，对城市安全和景观风貌有不良影响的户外广告设施类型。主要包括屋顶广告、灯杆广告（临时广告除外）、高立柱广告等户外广告设施设置载体类型，以及利用报刊亭、信息栏、路名牌设置户外广告设施。

（二）规范类

指户外广告设施设置的常规主体类型，通过有效规范、合理设置，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。主要包括依附于墙体、围墙、骑楼设置的户外广告设施，依附于公交车站牌、候车亭、自动售货机、自行车棚等设置的户外广告设施，立杆式、底座式、大型落地式等独立式户外广告设施，以及展示牌、灯箱、橱窗、墙面立体、霓虹灯、单透贴膜、单体字组合、LED电子显示屏广告、投影、楼体整体幕墙、在建工地、互动体验、地标建筑等户外广告设施设置形式。

实物造型的独立式户外广告设施，设置主体应结合周边环境编制实施方案。

鼓励结合利用新技术、新形式、新材料进行户外广告设施设置，具体内容详见表2-1和表2-2。

表2-1 户外广告设施设置位置管控分类引导一览表

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	包括建筑裙房的屋顶。
		公共设施上的	灯杆广告	临时广告除外。
			报刊亭	
			信息栏	
			路名牌	
	独立式		高立柱广告	
规范类	附属式	建（构）筑物上的	平行于墙面设置的广告	
			垂直于墙面设置的广告	
			骑楼广告	
			围墙上设置的广告	原则上只允许发布公益广告（含文明厦门的相关风景宣传图片）。
		公共设施上的	公交车站牌	
			候车亭广告	
			自动售货机	
			自行车棚	
	独立式	立杆式广告	原则上城市道路人行道不宜设置。	
		底座式广告	宽度小于5m的人行道或面积小于50m²的广场（空地）不得设置。	
		大型落地式		

表2-2 户外广告设施设置形式管控分类引导一览表

分类	对象（按设置形式）		说明
禁止类	布幅广告		按照《厦门市市容环境卫生管理条例》、《厦门市城市容貌标准》进行管理。
规范类	展示牌（背板式）广告		
	灯箱广告		
	橱窗广告		
	墙面立体广告		
	霓虹灯广告		
	单透贴膜广告		
	楼体整体幕墙广告		
	单体字组合式广告		
	互动体验广告		
	地标建筑		
	在建工地		在建工地围挡原则上只允许设置公益广告（含文明厦门的相关风景宣传图片）。
	电子显示装置广告	LED电子显示屏广告（裸眼3D广告）	不应影响交通安全及居民日常生活。
	投影广告	数字投影广告	
其他	鼓励结合利用其他新技术、新材料、新形式进行户外广告设施设置，如LED机械动态屏、增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、混合现实（MR）、全息投影等。		

2.3 用地管控

依据城乡用地和城市建设用地分类，明确户外广告设施设置的准入地类。

表2-3 户外广告设施设置许可用地准入控制检索表

城乡用地类型		用地用海类型		备注
类别代码	类别名称	类别编码	类别名称	
A2	文化设施用地	0803	文化用地	
	A21		图书与展览用地	
	A22		文化活动用地	
A4	体育用地	0805	体育用地	
	A41		体育场馆用地	
B1	商业用地	0901	商业用地	
	B11		零售商业用地	
	B12		批发市场用地	
	B13		餐饮业用地	
	B14		旅馆用地	
B2	商务用地	0902	商务金融用地	
	B21			
	B22			
	B29			
B3	娱乐康体用地	0903	娱乐康体用地	
	B31		娱乐用地	
B9	其他服务设施用地	0904	其他服务设施用地	
M1	一类工业用地		一类工业用地	
W1	一类物流仓储用地		一类物流仓储用地	
S1	城市道路用地	1207	城镇道路用地	依附于道路内的城市家具、公交候车亭等公共设施及部分独立式户外广告设施。
S3	交通枢纽用地		对外交通场站用地	
G1	公园绿地	1401	公园绿地	
G3	广场用地	1403	广场用地	
H2	区域交通设施用地			
	H22	1202	公路用地	
	H24	1203	机场用地	内航站区
其他	混合有商业的各类用地			仅限商业部分，且集中式计容商业建筑面积在20000平方米以上。

备注：1、表中有标示小类用地的应以小类类别为准；2、表中未包括的用地，原则上为禁止设置户外广告设施；3、表中用地与其他用地兼容设置，且符合城乡用地兼容性要求的，可相应设置；4、当现状用地与规划用地不一致时，以当时现状用地为准；5、各类城乡用地和城市建设用地户外广告设置许可对照表详见附表2-1和附表2-2。

2.4 建筑管控

依据民用建筑设计统一标准(GB 50352-2019) 使用功能的建筑分类, 按居住、公共和其他三大类, 具体明确建筑的户外广告设施设置许可情况, 详见表2-4。

表2-4 不同类型建筑户外广告设施设置控制一览表

建筑类别		说明	户外广告设施 设置许可	备注
居住建筑	住宅建筑	包括住宅、公寓、别墅等	×	
	宿舍建筑	包括单身宿舍、学生宿舍、职工宿舍等	×	
公共建筑	行政办公建筑	包括各级立法、司法、党委、政府办公楼, 事业、团体、社区办公楼	×	
	商务办公建筑	商务、企业总部等	○	
	科研建筑	包括实验楼、科研楼、设计楼等	×	
	教育建筑	包括托儿所、幼儿园、小学、中学、高等院校、职业学校、特殊教育学校等	×	
	文化建筑	包括剧院、电影院、图书馆、博物馆、档案馆、文化馆、展览馆、音乐厅、礼堂、会展中心等	○	
	商业建筑	包括百货公司、超级市场、菜市场、旅馆、饮食店、银行、邮局等	●	
	体育建筑	包括体育场、体育馆、游泳馆、健身房等	○	
	医疗建筑	包括综合医院、专科医院、康复中心、急救中心、疗养院等	×	
	交通建筑	包括汽车客运站、港口客运站、铁路旅客站、空港航站楼、地铁站等	○	
	司法建筑	包括法院、看守所、监狱等	×	
	纪念建筑	包括纪念碑、纪念馆、纪念塔、故居等	×	
	园林建筑	包括动物园、植物园、游乐场、旅游景点建筑、城市建筑小品等	×	
其他建筑	综合建筑	包括多功能综合大楼、商住楼、商务中心等	○	商业部分
	工业建筑	包括普通工业厂房和特殊工业厂房	○	
	仓储建筑	包括普通仓库、特殊仓库、保税区仓库、危险品仓库等	○	
	市政公用建筑	包括水厂、变电站、环卫所、调压站、泵站、垃圾处理厂等	×	
	特殊性质建筑	包括福利院、领事馆、宗教设施等。	×	
	军事建筑		×	
	文物古迹建筑	包括古遗址、古建筑、代表性建筑等	×	

注：●：允许 ○：限制 ×：禁止

2.5 指标管控

（一）总量控制指标体系

该类指标为规定性管控指标。

（1） 附属式户外广告

① 立面面积占比：建筑临城市道路或临山、滨水等城市景观界面的户外广告许可总面积=建筑物临城市道路或临山、滨水等城市景观界面立面面积×许可百分比。

② 单幅上限占比：同一建筑临城市道路或临山、滨水等城市景观界面户外广告单幅最大许可面积占该建筑临城市道路或临山、滨水等城市景观界面的户外广告许可总面积的比值上限（原则最大不得超过500m²）。

（2） 独立式户外广告

① 单体间距：独立式户外广告单体之间的设置距离。

② 单体面积：独立式户外广告单体允许设置的最大面积。

详见表2-5。

表2-5 户外广告设施总量控制指标体系

控制要素		控制指标
附属式（建构筑物）	户外广告许可设置总面积	立面面积占比
	单幅广告许可设置最大面积	单幅上限占比（原则最大不得超过500m²）
独立式（不含大型落地式）	两个单体广告之间的设置距离	单体间距下限
	单体广告许可设置最大面积	单体面积上限

备注：

- 1、附属公共设施设置的，根据公共设施统一设计的广告位进行控制。
- 2、大型落地式户外广告设施根据《厦门市户外广告设施设置导则（2023年版）》相关规定要求控制。

（二）品质控制指标体系

该类指标为建议性管控指标。

（1）广告画面

色彩彩度：户外广告主色允许采用的色彩彩度值。

（2）广告照明

平均亮度：为户外广告允许采用的平均亮度最大允许值。

广告光色：为户外广告允许采用的照明光源色温建议值。

照明方式：为户外广告允许采用的照明方式。

照明动态：为户外广告允许采用的动态最大值。

（3）广告新技术

为户外广告允许采用的新技术类型。

详见表2-6。

表2-6 户外广告设施品质控制指标体系

品质指标	类目细分	指标细项	
广告画面	彩度	C1 低彩度，彩度值≤6；C2 中彩度，彩度值≤10；C3 彩度不限。	
广告照明	平均亮度 （内透关、外投光）	E0天然暗环境区	广告面积≤0.5 m²，平均亮度≤50cd/m²；0.5 m²<广告面积≤2 m²，平均亮度≤40cd/m²；2 m²<广告面积≤10 m²，平均亮度≤30cd/m²；广告面积>10m²，不宜设置。
		E1 暗环境区	广告面积≤0.5 m²，平均亮度≤50cd/m²；0.5 m²<广告面积≤2 m²，平均亮度≤40cd/m²；2 m²<广告面积≤10 m²，平均亮度≤30cd/m²；广告面积>10m²，不宜设置。
		E2 低亮度环境区	广告面积≤0.5 m²，平均亮度≤400cd/m²；0.5 m²<广告面积≤2 m²，平均亮度≤300cd/m²；2 m²<广告面积≤10 m²，平均亮度≤250 d/m²；广告面积>10 m²，平均亮度≤150cd/m²。
		E3 中等亮度环境区	广告面积≤0.5 m²，平均亮度≤800cd/m²；0.5 m²<广告面积≤2 m²，平均亮度≤600cd/m²；2 m²<广告面积≤10 m²，平均亮度≤450 d/m²；广告面积>10 m²，平均亮度≤300cd/m²。
		E4 高亮度环境区	广告面积≤0.5 m²，平均亮度≤1000cd/m²；0.5 m²<广告面积≤2 m²，平均亮度≤800cd/m²；2 m²<广告面积≤10 m²，平均亮度≤600 d/m²；广告面积>10 m²，平均亮度≤400cd/m²。
	光色	K1 暖光，2200K-3000K；K2 中性，3000K-5000K；K3 冷光，5000K 以上；K4 彩光、K5 光色不限。	
	方式	F1 投光照明（外投光、内容投影等）；F2 内透光照明（灯箱、玻璃橱窗、艺术造型内透等）；F3 自发光照明（电子显示屏、光栅屏、光电玻璃屏等）。	
	动态	Q1 禁止动态；Q2 单一画面展示时间>3 分钟；Q3 单一画面展示时间>15 秒。	
广告新技术	T1 互动装置；T2 电子显示屏；T3 投影广告；T4 光电玻璃屏；T5 光栅屏；T6 其他。		

第三章 户外广告设施禁设区

3.1 禁设区定义

指原则上禁止设置任何户外广告设施的区域。自身户外广告设施设置需求弱，且设置会对自然生态环境、遗产保护、城市景观会产生严重不良影响的区域。

3.2 禁设区管控目标

保护自然生态环境、历史文化遗产及重要城市景观，避免户外广告设置对其造成负面影响。

3.3 禁设区管控原则

原则上禁止设置任何形式的户外广告（节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语除外）。

3.4 禁设区管控要求

- （1）涉及文明创建类，警示性、说明性等特殊标识标牌等，按相应的管理规定执行。
- （2）区内涉及的农业农村地区，有设置需求的，按照与景观风貌协调的标识标牌形式设置。
- （3）鼓浪屿上有公益性设置需求的，按照与景观风貌协调的标识标牌形式设置。
- （4）区内因城市特殊需求确需设置的，需经相关行政主管部门组织论证后，报市户外广告设施设置管理工作领导小组审议。

3.5 禁设区管控范围

具体详见表3-1禁设区范围检索表。

表3-1 禁设区管控范围检索表

管控类别	管控范围
生态保护类	① 生态保护区 ② 生态控制区 ③ 农田保护区 ④ 鼓浪屿-万石山风景名胜区一、二级保护区中的自然类区域
城镇、乡村及海洋的特殊发展区	① 城镇发展区中的特别用途区 ② 乡村发展区中的一般农田区及林业发展区 ③ 海洋发展区中的渔业发展区、交通运输用海区、游憩用海区、工矿通信用海区、特殊用海区、海洋预留区
文化遗产地	鼓浪屿世界文化遗产地
法律、法规、规章以及其他规定中禁止设置户外广告设施的区域	

第四章 户外广告设施严控区

4.1 严控区定义

指严格限制户外广告设施设置的区域。主要为以生活、生产、公共服务为主导功能的区域，以及历史文化、临山临水等独特性地段，户外广告设施设置对日常主导功能和景观环境会造成较大影响的城市大部分区域。

4.2 严控区管控目标

规范视觉秩序，注重品质提升，维护良好的生产生活环境。

4.3 严控区管控原则

户外广告设置实施严格管控，原则上减存量限增量，塑造良好、有序的城市景观环境。

4.4 严控区管控要求

- （1）用地准入：商业用地、混合有商业的各类用地（仅限商业部分，且集中式计容商业建筑面积大于等于20000平方米）、城市道路用地（仅限依附于道路内的城市家具、公交候车亭等公共设施及部分独立式户外广告设施）。
- （2）建筑准入：独立商业建筑、混合建筑的商业部分（集中式计容商业建筑面积大于等于20000平方米）。
- （3）类型准入：满足表2-1户外广告设施设置位置管控分类引导一览表和表2-2户外广告设施设置形式管控分类引导一览表要求。
- （4）规划设计：商业集聚地段，鼓励结合区段功能和空间特征统一布局户外广告设施，注重设施整体品质和创新创意。
- （5）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，不应影响居民生活及交通安全。
- （6）色彩控制：不得大面积采用高明度、高彩度色彩。

表4-1 严控区管控要求表

		具体管控要求
总量管控要求	附属式 （建构筑物）	立面面积占比：≤30%。
		单幅上限占比：50%（且原则最大不得超过200m²）。
	独立式 （不含大型落地式）	单体间距：≥80m。
		单体面积：≤6m²。
品质管控要求	广告画面	C1 低彩度C2 中彩度。
	广告照明	E2 低亮度环境区、E3 中等亮度环境区。
		F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发光照明。
		Q3 单一画面展示时间>15 秒。
		K1 暖光、K2 中性光、K3 冷光。
	广告新技术	T2 电子显示屏、T3 投影广告

4.5 严控区管控范围

除禁设区、特色区及活力区以外的大面积区域，包括：

- （1）以居住为主导功能的生活区域。
- （2）以工业、仓储物流为主导功能的生产区域。
- （3）军事机关、军事禁区及周边控制地带。
- （4）国家机关、文物保护单位、历史风貌建筑、风景名胜区、自然保护区、宗教场所、教育建筑等周边区域。

表4-2 严控区允许设置户外广告设施的部分商业综合体清单

		严控区内现状及在建主要商业综合体、专业市场清单
思明区	商业综合体	磐基莲花里、摩尔莲花、瑞景商业广场、加州商业广场、宝龙一城、软件园生活广场、悦享中心、禾祥鑫天地。
	专业市场	加州建材家居广场、溪岸路花鸟市场。
湖里区	商业综合体	闽南古镇、夏商国际商城、东百蔡塘广场、TBK商业中心、联发欣悦里、禹州禹悦天地、华永天地。
	专业市场	江头建材市场、新景建材市场、红星美凯龙厦门1号店、红星美凯龙全球自贸家居生活广场（含山姆会员商店）、东渡古玩城、马垄汽车交易市场、厦门（闽台）花卉产业高科技园、联发电子广场、吉家家世界。
海沧区	商业综合体	海沧天虹商场、乐海百货、西雅图购物中心、新阳新华都、新阳悦实广场、宏庭里商业中心、马銮湾SM广场。
	专业市场	东南红酒自贸直销中心、马青路4S店集中区、东埔玛瑙批发市场。
集美区	商业综合体	集美万达广场、尚柏奥特莱斯、银泰百货、新华都广场、灌口万达广场、杏林安居天元购物广场、杏林欣荣泰购物中心、万科里、集美龙湖天街、杏北购物广场、大学城商业街。
	专业市场	喜盈门建材家具市场、宝象红星美凯龙、灌口建材市场、菩成家居汇、白泉集贸市场、源香水产品批发市场、海西汽车城、杏林果蔬批发市场。
同安区	商业综合体	乐海城市广场、BRT西柯枢纽站、宝龙旭辉城、新景舜弘现代城、福佳斯商业广场、闽爱心购物广场。
	专业市场	同安建材园、源香食品交易中心、闽南果蔬批发市场。
翔安区	商业综合体	金海闽篮城市广场、马巷闽篮里、新店汇景广场、新店泰禾广场。
	专业市场	翔安汽车交易市场。

备注：本清单可结合具体现状实际和规划情况，根据严控区用地和建筑准入的相关商业规模标准，进行动态增补。

第五章 户外广告设施特色区

5.1 特色区定义

指引导户外广告设施设置特色呈现的特殊区域。主要为具有代表厦门城市特征形象的门户枢纽、交通节点和风貌特色片区等节点和区域，是彰显厦门高素质、高颜值的重要载体，户外广告设施设置对城市整体建设、城市特征形象、城市环境品质等方面有重要直观影响，需要进行高标准、高品质、高水平设置的特色区域。

5.2 特色区管控目标

融入区域景观环境特色，高水准设置户外广告设施，打造厦门城市宣传、品牌宣传高地。

5.3 特色区管控原则

原则上少而精，契合城市特色形象，注重平衡户外广告的可识别性与协调性，鼓励使用新技术、新材料，塑造景观特色，提升城市竞争力和形象传播力。

5.4 特色区管控要求

- (1) 用地准入：满足表2-3户外广告设施设置许可用地控制检索表要求。
- (2) 建筑准入：满足表2-4不同类型建筑户外广告设施设置控制一览表要求。
- (3) 类型准入：满足表2-1户外广告设施设置位置管控分类引导一览表和表2-2户外广告设施设置形式管控分类引导一览表要求。
- (4) 规划设计：应开展户外广告设施设置详细规划。在重要枢纽、通道周边设置户外广告设施时，不得影响通行引导等功能；应结合周边环境整体设计，以现代、简洁的景观化造型为主；适当加大户外广告设置密度及面积，提高公益广告比例。
- (5) 照明设计：机场、港口等门户区照明需满足机场、港口亮度的控制要求，不得与机场、港口等信号灯冲突，影响飞机起降和船舶起停航；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。
- (6) 色彩控制：鼓励通过多样化的色彩设计提升门户区域的可识别性。
- (7) 特色导向：

门户枢纽：凸显国际化特色，展示城市形象。

特色管控：新城中心强化现代化特色，展示城市活力，文创空间突出艺术化特色，展示城市文化。

历史风貌：强化品质、内涵，户外广告设施在形式、色彩、尺度等方面应与周边地段景观环境充分协调融合。

交通节点：宣传厦门特色文化、特色旅游资源、特色产业等，强化城市品牌影响力。

景观节点：鼓励结合绿化景观小品、公共艺术品设置公益广告，一处一精品，提升景观品质。

表5-1 特色区管控要求表

		具体管控要求
总量管控要求	附属式 (建构筑物)	立面面积占比：≤35%。
		单幅上限占比：100%（且原则最大不得超过300 m²）。
	独立式 (不含大型落地式)	单体间距：≥50m。
		单体面积：≤10m²。
品质管控要求	广告画面	C3彩度不限。
	广告照明	E3 中等亮度环境区。
		F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发光照明。
		Q3 单一画面展示时间>15 秒。
		K1 暖光、K2 中性光、K3 冷光。
	广告新技术	T1 互动装置 T2 电子显示屏 T3 投影广告 T4 光电玻璃屏 T5 光栅屏 T6 其他。

5.5 特色区管控范围

主要为枢纽门户区、特色管控区、重要交通节点和重要景观节点四类。具体管控范围如下表：

表5-2 特色区范围检索表

管控类别	管控范围
枢纽门户区	高崎机场门户区、大嶝机场门户区、邮轮母港门户区、鹭江道门户区、五通门户区、高崎渔港门户区、北站门户区、大嶝大桥门户区。
特色管控区	会展会议中心、滨北超级总部、中山路片区、沙坡尾片区、特区1980、大厦之门、海沧湾新城、马銮湾新城、大明广场、杏林湾营运中心、杏林老工业区、同安新城、美峰创谷、体育会展中心、大嶝小镇、澳头片区、东山片区。
重要交通节点	高速服务区、收费站及重要干道上的城市出入口节点区域。
重要景观节点	主要眺望点等城市重要景观节点。

表5-3 枢纽门户区范围检索表

	区属	名称	范围
枢纽门户区	思明区	鹭江道门户区	西堤南路、西堤南二路、鹭江道、厦禾路、现状支路、开元路、鹭江道、厦禾路、西堤路、西堤南三路、现状支路等道路围合区域。
	湖里区	高崎渔港门户区	长岸路、港兴二路、港中路、海岸线围合区域。
		邮轮母港门户区	东港南路、东渡路、东港北路、双狮西路、双狮山、牛头山、滨海岸线围合区域。
		高崎机场门户区	主要为现状T3、T4航站楼站前区域，包括翔远二路、翔云一路、T3航站楼、埭辽路、枋钟路等围合区域及高崎南八路、T4航站楼、环岛干道、高崎污水厂南侧边界、花屿东路、环岛东路等围合区域。
		五通门户区	环岛东路、五通码头岸线、现状支路等围合区域。
	集美区	北站门户区	包括厦门北站南北广场周边区域：圣岩路、岩通珩丰路、珩山街路、岩景路、圣果路、岩昌路、规划道路等道路围合区域及珩圣路、圣果路、珩源路、珩丰路、珩山街、天水路、集美北大道、沙厦高速等道路围合区域。
	翔安区	大嶝大桥门户区	蓬莱路、望嶝北路、滨海旅游路、滨海东大道、翔安东路等道路围合区域。
		大嶝机场门户区	规划大嶝机场西侧片区。

表5-4 特色管控区范围检索表

	区属	名称	范围
特色 管控 区	思明区	会展会议中心	会展路、展鸿南路、领事馆路、展鸿北路、展鸿路、吕岭路、环岛东路、会展南路等道路围合区域。
		滨北超级总部	湖滨中路、湖滨北路、湖滨东路、仙岳路围合区域。
		中山路片区	鹭江道、升平路、思明西路、思明东路、古城西路、中山路、新华路、古城东路、桥亭街、石顶路、镇海路、养元宫巷、定安路、泰山路、钓仔巷、水仙路等道路围合区域。
		沙坡尾片区	演武大桥、民族路、大学路、演武西路、演武路围合区域。
	湖里区	特区1980	东渡路、悦华路、华光路、兴隆路、华荣路、宜宾路、兴隆路围合区域。
		大厦之门	金高路、圆一路、金一路、环岛干道、滨海路、环岛干道、店里路等道路围合区域。
	海沧区	海沧湾新城	海沧大道、长屿路、滨湖路、东屿北路、东屿西路、滨湖路、岸线等围合区域。
		马銮湾新城	环湾西路、南湾路、马銮湾东路、滨州路、灌新路、芸兴路等道路围合区域。
	集美区	大明广场	立言路、滨水岸线、杏林湾路、诚毅中路、诚毅南路、诚毅西路等道路围合区域。
		杏林湾营运中心	诚毅东路、杏林湾路、桐林二路、立功路、环湾绿道、杏林湾路、瓦山东路围合区域。
		杏林老工业区	杏前路、杏林北路、杏林北二路、内林路、现状支路等道路围合区域。
	同安区	同安新城	智谷东五路、滨海西大道、智谷西四路、西柯街、西州路、滨水岸线围合区域。
		美峰创谷	滨海西大道、观涛路、滨海浪漫线、滨贤路等围合区域。
	翔安区	体育会展中心	第二东通道、滨海东大道、翔安隧道、海岸线围合区域。
		大嶝小镇	大嶝东路、大嶝中路、规划道路等围合区域。
		澳头片区	鸿翔西路、规划道路、新澳路、现状澳头村道等道路围合区域。
		东山片区	洪钟大道、金泉路、浦后路、鸿翔东路、翔安南路、规划支路、鸿翔北路等道路围合区域。

表5-5 重要交通节点类范围检索表

	区属	类别	名称
重要交通节点	海沧区	重要城市出入口	厦漳同城大道于市域出入口。
		高速收费站	厦门西收费站、海沧收费站。
		高速服务区	东孚服务区。
	集美区	高速收费站	杏林收费站、厦门收费站、厦门北收费站。
	同安区	高速收费站	同安莲花收费站、同安莲花北收费站、同安凤南收费站、同安收费站。
		高速服务区	龙掘东服务区、云埔服务区、凤南停车区。
	翔安区	重要城市出入口	翔安南路于市域出入口。
		高速收费站	翔安机场高速出口收费站、翔安收费站。

表5-6 重要景观节点类范围检索表

	区属	类别	名称
重要景观节点	海沧区	眺望节点	马銮湾集美岛南端节点、马銮湾半月岛。
	集美区	眺望节点	集美龙舟池。
	同安区	眺望节点	双溪节点、丙洲岛南节点、丙洲岛北节点。
	翔安区	眺望节点	东部滨海观节点、九溪湾节点。
	本岛	眺望节点	海湾公园节点、白鹭洲水上广场节点、牛头山公园节点、五缘湾湾底节点、厦门大桥海堤纪念公园节点。

第六章 户外广告设施活力区

6.1 活力区定义

指鼓励丰富户外广告设施设置的区域。商业活动最频繁多样、户外广告设施设置需求最旺盛，主要为具有传统活力底蕴和未来活力集聚，需要多样化设置户外广告设施的集中性商业区域和路段。

6.2 活力区管控目标

满足片区商业发展需求，突出活力、时尚、多元等特色，营造浓厚的商业氛围，打造一流的营商环境，促进经济发展、提升城市活力。

6.3 活力区管控原则

原则上优而精，参照国际化建设标准，高品质、多样化设置户外广告设施，鼓励使用新技术、新材料，集中体现城市活力及商业活动的多样性。

6.4 活力区管控要求

- (1) 用地准入：满足表2-3户外广告设施设置许可用地控制检索表要求。
- (2) 建筑准入：满足表2-4不同类型建筑户外广告设施设置控制一览表要求。
- (3) 类型准入：满足表2-1户外广告设施设置位置管控分类引导一览表和表2-2户外广告设施设置形式管控分类引导一览表要求。
- (4) 规划设计：应开展户外广告设施设置详细规划，从街区整体空间环境出发，鼓励户外广告设施的集中、多样化设置；鼓励设置实物广告、投影广告、互动式广告等新广告类型，积极运用景观化、艺术化、场景化的户外广告展示方式。
- (5) 照明设计：应进行日间和夜间专项形象设计，鼓励多种形式照明设置，不得造成光污染。
- (6) 色彩控制：结合片区现状建筑色彩对广告色彩进行统筹规划，注重整体协调性。
- (7) 活力街道：以沿街第一层界面为主，沿线符合用地和建筑准入要求的地块按活力区管控要求进行管控。
- (8) 特色导向：
 - 一区一特色：本岛营造多元包容的国际形象；海沧区展示时尚乐活的现代风情；集美区烘托浓厚人文的特色底蕴；同安区打造新旧融合的老城风韵；翔安区打造活力前沿的新城气象。
 - 一街一景观：结合活力街道现状、尺度、风貌特色对户外广告设施进行统筹考虑，营造城市商业气息的同时塑造独特的景观魅力。

表6-1 活力区管控要求表

		具体管控要求
总量管控要求	附属式 (构筑物)	立面面积占比：≤40%。
		单幅上限占比：100%（且原则最大不得超过500 m²）。
	独立式 (不含大型落地式)	单体间距：≥25m。
		单体面积：≤15m²。
品质管控要求	广告画面	C3 彩度不限。
	广告照明	E4 高等亮度环境区。
		F1 投光照明 F2 内透光照明 F3 自发光照明。
		Q3 单一画面展示时间>15 秒。
		K5 光色不限。
	广告新技术	T1 互动装置 T2 电子显示屏 T3 投影广告 T4 光电玻璃屏 T5 光栅屏 T6 其他。

6.5 活力区管控范围

包括活力片区及活力街道两大类。

表6-2 活力区范围检索表

	区属	类型	名称	范围
活力区	思明区、湖里区	活力片区	SM广场商圈	SM广场、兴山路、江头西路、江华路、现状支路、屿浦路、现状支路、西浦路等围合区域。
		活力街道	厦禾路-嘉禾路（火车站-SM广场段）	厦禾路-嘉禾路（火车站-SM广场段）两侧商业界面，长度约3.1公里。
	思明区	活力片区	火车站商圈	湖滨南路、凤屿路、站东二路、站南路、站南路、金榜路、厦禾路、金榜路等道路围合区域。
	湖里区	活力片区	万达商业中心	金山路、仙岳路、环岛干道、昭塘路、高林路、金钟路围合区域。
			五缘湾商业中心	云顶北路、 枋湖路、钟宅西二路、五缘湾岸线、枋湖南路、钟宅西三路、穆厝南路等道路围合区域。

续表6-2 活力区范围检索表

	区属	类型	名称	范围
活力区	海沧区	活力片区	阿罗海城市广场	滨湖北二路、湖岸北路、海沧湖、滨湖北三路围合区域。
			乐活岛片区	外湾南路、岸线、外湾南路、新景路、庚西二路、庚西路、外湾南二路、新美路、新垵北路、长乐路等道路围合区域。
		活力街道	东孚商业街一期	东孚商业街（过坂中路至东孚大道段）两侧商业界面，长度约640米。
	集美区	活力片区	世茂广场-万科云城-IOI MALL	杏林湾路、白石路、龙荷路、兑英中路、兑山西路、现状支路、滨水路、现状支路、滨水岸线等围合区域。
		活力街道	诚毅大街	诚毅大街两侧商业界面，长度约1300米。
			杏东路-杏西路	杏东路-杏西路（碑头路至宁海路段）两侧商业界面，长度约3800米。
			灌口老街	灌口老街（景湖北路至安仁大道）两侧商业界面，长度约420米。
	同安区、翔安区	活力片区	滨海东片区	滨州一路、舫山西路、现状支路、滨州一路、绿地边界围合区域。
	同安区	活力片区	同安旧城商业中心	新安路、镇西巷、城西路、舒安路、市场路、中山路、三秀路、县口路、南门路、双溪路等道路围合区域。
	翔安区	活力片区	彭厝北片区	马池中路、翔艺南路、规划支路、洪钟大道、肖厝南路、规划支路、肖厝东路、规划支路、蓬莱路等道路围合区域。
		活力街道	翔智路、翔信路、前浯路	翔智路、翔信路及前浯路（至马池中路）两侧商业界面，长度约1580米。
			新兴街	新兴街（洪钟路至文勤路）两侧商业界面，长度约1350米。
			马巷老街	马巷老街（马巷东路至五权路）两侧商业界面，长度约840米。

第七章 户外公益广告设施

7.1 户外公益广告设施定义

户外公益广告设施是指宣传习近平新时代中国特色社会主义思想、传播社会主义核心价值观、倡导良好道德风尚、促进公民文明素质和社会文明程度提高、维护国家和社会公共利益的非营利性非移动式户外广告设施。

发布政务信息、服务信息等各类公共信息的设施，单位内部的宣传栏、利用夜景工程灯光秀发布公益广告的不属于本规划所称的户外公益广告设施。

7.2 户外公益广告设施管控目标

促进公益广告事业发展，满足户外公益广告设施设置需求，提升户外公益广告设施品质，规范日常管理。

7.3 户外公益广告设施管控原则

（一）安全

户外公益广告设施应当符合相关技术规范、道路交通安全以及公路、城市道路管理的法律法规和规定。

（二）有序

户外公益广告设施应符合户外广告设施总体规划布局，强化规范有序，有效促进公益广告设施的健康有序发展。

（三）环保

户外公益广告设施应采用低碳、绿色、环保的新技术、新材料、新工艺。

（四）品质

户外公益广告设施的形式、规格、材质、色彩等应当与城市空间的整体景观相协调，形式应当美观，与周边环境融合，不影响市容观瞻，不破坏园林绿化，定期维护更新，避免褪色、破损、被覆盖等情况，围挡、围墙原则上只设置公益广告，且版面宜协调、美观，不得随意张挂条幅、标语类公益广告设施。

7.4 户外公益广告设施管控要求

（一）规模要求

- （1）户外公益广告设施设置总量应不低于城市户外广告设施总量的20%。
- （2）公共设施上的户外广告设施发布公益广告的比例不少于30%。
- （3）户外商业广告设施应有20%以上的版面或时段用于发布公益广告。其中进出岛门户性通道的比例不少于30%，各市（区）商业广场、城市综合体等重点区域比例不少于30%，景点周边区域不少于40%，城市窗口、各类文化广场不少于50%。闲置户外广告设施应及时以公益广告内容补充画面。
- （4）在建工地设置围挡的按照相关规定执行，原则上只允许发布公益广告（含文明厦门的相关风景宣传图片）。
- （5）重大节庆活动期间和重要节点户外电子视屏、公交站名牌、工地出入口电子显示屏或宣传展板等要提高刊播公益广告频次和版面比例，一般应占日刊播量或区域总版面的三分之一以上比例。

（二）设置形式

- （1）鼓励艺术化、主题化的公益广告设计，运用新材料、新工艺，结合绿化环境与城市家具进行一体化景观设置。
- （2）结合城市品质提升，可利用各类公园、街角绿化和市政道路等，建设公益广告微景观。

（三）内容要求

应符合法律法规和社会主义核心价值观要求，以宣传厦门市历史文化、城市形象、社会公德等内容为主，避免单一重复或纯文字性广告，文字不能出现不规范内容和错别字，图文并茂，注重时效性，价值导向正确，文化品位良好，展示城市文化内涵。

（四）其他要求

- （1）遵循“统一规划，统一建设、统一管理”的原则，合理布局，落实点位，保证公益广告设施基本设置阵地的固定性与独立性。
- （2）经许可的户外公益广告设施，不得发布商业广告。
- （3）在街道、社区内设置户外公益广告设施，其照明形式不得影响居民的正常作息，避免对周边居民造成光污染。
- （4）户外商业广告设施空置期鼓励用于户外公益广告发布，当国家及省市举办重大公共活动时可临时协商使用户外商业广告设施用于户外公益广告发布。
- （5）根据文明城市创建相关要求规范设置，因文明城市创建需求而设置的户外公益广告设施应规范、有序、美观。
- （6）可参考依据相关设置要求，根据市区实际情况，开展市（区）公益广告专项实施规划，引导公益广告具体布局和规范设置。

7.5 户外公益广告设施设置引导

（一）重点区域

（1）空间范畴：主要包括区域通道、各区联系本岛的进出通道、环湾海岸、环湖内湾水岸等主要通道和滨水界面城市公共空间；城市交通枢纽、港口、机场、高速出入口等城市门户型节点；景区、公园、公共文化体育中心等公共场所；主要城市干道、步行商业街、活力片区等。

（2）设置引导：鼓励设置宣传城市文化、城市形象、城市核心价值、节庆活动及主题赛事等综合性的户外公益广告设施。

（二）其他区域

（1）户外广告设施禁设区，原则禁止设置户外公益广告设施。若确需设置的，须按相关审批程序要求报批，严格把关、从严管控。

（2）户外广告设施严控区，根据合理需求设置户外公益广告设施，但数量、尺寸、形式等应严格控制，建议采取独立式、LED滚动媒体牌、宣传橱窗等小型化的户外公益广告设施，不得采用夸张的手法增大尺度。

（3）户外广告设施活力区和特色区，鼓励设置户外公益广告设施，设置形式、规模应满足对应分区的管控要求，并与周边环境融合协调。

第八章 临时户外广告设施

8.1 临时户外广告设施定义与类型

（一）定义

因举办文化、旅游、体育、公益活动、重大节日、庆典活动或商品交易会、展销会等需要临时设置的户外广告设施。

（二）类型

- （1）文化、旅游、体育、公益活动等。
- （2）招商引资成功庆祝会、酒会、促销会等。
- （3）重大项目签约、落成仪式、开业庆典等。

8.2 临时户外广告设施管控目标

规范引导临时户外广告设施设置，提升临时户外广告设施品质和水平，为重要节日、重大活动营造安全、有序的城市环境。

8.3 临时户外广告设施设置要求

（一）一般要求

- （1）不得影响交通安全和干扰行人通行，不得妨碍无障碍设施使用，不得延伸扩展至机动车道上方设置。
- （2）设置张挂、张贴宣传品类临时户外广告设施不得影响或损毁其所依附的附着物，不得因其设置行为侵害相关利害关系人的利益（包括影响采光、通风或噪音扰民等）。
- （3）应确保自身结构安全，与地面连接应安全牢固。
- （4）严格按照许可时间、地点、位置、形式和内容等进行设置。随时做好看管、维护等安全防范工作，确保临时性广告设施设置安全。

（二）具体要求

（1）设置户外广告展牌设施应符合以下规定

- ①人行道宽度小于4米的不得设置。
- ②占地总面积不得大于所使用场地面积的三分之一。

（2）灯杆挂旗式广告设施必须按照“安全美观、不锈蚀、少磨损”要求设置，并符合以下规定

- ①不得在立交桥、高架桥、快速路道路灯杆，5米以下庭院灯上设置。
- ②灯杆上不宜设置硬质广告设施和私接电线电缆。
- ③广告设施的单面幅面宽度不应大于1.0米，高度不应大于2.4米，牌面底部距离人行道地面高度不应小于3米，距离车行道地面高度不应小于4.5米。
- ④每根杆体上不得设置多于2块。同一路段上只能在同一种灯杆上设置广告，单根灯杆上不得重叠设置。
- ⑤同一路段上的灯杆或电杆上设置的广告应统一方向设置，做到高度、规模、形状、位置一致，并与周围景观协调统一。
- ⑥不得在道路交叉口的首根灯杆上设置，且应满足路口圆角弧线及切线点外15米范围内不应设置的要求。
- ⑦背板式灯杆挂旗必须设计透风孔利于通风。

（3）设置贴膜式广告应符合下列规定

- ①不得影响建筑物采光通风的基本功能需求和消防安全。
- ②隐框玻璃幕墙不应设置贴膜广告。上刊、下刊不应造成玻璃松动、破损、划痕，拆除后不应留有残胶。
- ③依附于非建筑高层主体墙面或裙房部分的玻璃幕墙设置时，按其设置方式，应符合相应户外广告设施类别的管理要求。
- ④遇有市人民政府确定的重要节庆、重要活动、具有纪念意义的特殊事件等时，允许依附于高层建筑主体墙面玻璃幕墙设置，其他情况不得依附于高层建筑主体墙面玻璃幕墙或距离地面36m以上的建筑物墙面区域设置。

（4）设置楼宇整体幕墙广告应符合以下规定

- ①允许设置楼宇整体幕墙广告的建筑类型仅包括：商业、办公、工业建筑及综合建筑的商业部分。
- ②依附于建筑物设置的，应符合资源规划主管部门对该建筑物的规划控制要求。
- ③应具备调节显示亮度的功能装置，以便在主管部门认为有必要的情况下，及时、迅速调整广告设施显示亮度。
- ④禁止在城市景观照明熄灯时段开放。当设置位置靠近住宅区时，应适度调低点光源亮度，宜设置为静态展示广告，避免视频画面过于闪烁、跳跃。

（5）其他形式的临时广告设施设置要求、期限参考本章节规定。

8.4 临时户外广告设施设置引导

（1）临时户外广告设施原则上应在批准的临时活动举办场地内（用地红线范围内，以及建筑退让道路红线的区域）设置；经市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）临时性张挂、张贴的户外宣传品广告必须服从全市重大节庆活动保障要求，并按照《厦门市市容环境卫生管理条例》相关要求进行设置管理。

（3）楼宇整体幕墙广告仅限于市以上人民政府确定的区域、节日庆典和重大节庆活动设置。

8.5 临时户外广告设施设置期限

临时户外广告设施设置期限以《厦门经济特区户外广告设施设置管理办法》相关规定为准。

第九章 电子媒介类户外广告设施

9.1 屏显类户外广告设施

（一）定义

采用发光二极管（LED）、冷阴极管装置等具备发光显示功能并用于户外广告发布的设施，包括LED电子显示屏广告、LED透明屏广告、LED玻璃屏广告、户外LCD显示屏广告等。

（二）管控目标

顺应户外广告发展趋势，鼓励新技术、新材料运用，满足多样设置需求，提升屏显类户外广告设施品质，规范日常管理。

（三）管控原则

（1）安全性

不得影响公共交通、公共安全；不得影响市政公用设施的使用和市民日常生活。

（2）协调性

造型和画面必须与周边整体环境保持协调，注重视觉效果和整体效果的统一，强化视觉和谐。

（3）创新性

鼓励创新运用国内外最新的设置形式、技术手段和先进工艺等。

（四）管控要求

（1）基本要求

应符合相关法律法规、技术规范要求，同时与周围道路、建筑、景观协调融合，并满足本规划有关户外广告设施面积与品质控制要求。附属式设置的应与建筑结构和立面设计相结合，对于依托新建建筑物的应与建筑物进行一体化设计，并履行相应审查程序，在满足广告播放效果的同时，应确保显示屏关闭时不对建筑立面形象造成不利影响；独立式设置的应以公益性广告宣传为主；设置不应应对周边居住造成不利影响。

（2）空间引导

活力区鼓励设置，但应协调好与周边环境的关系，可采用动态展示；特色区允许设置，但应严格控制设置位置、尺寸和数量，可采用动态展示；严控区限制设置，仅允许依附于独立商业综合体的商业建筑部分进行设置，宜采用渐变式的画面切换方式。

同一路段或同一商业综合体地块，电子显示屏户外广告设施不应超过户外广告设施数量总数的20%，并应在详细规划中明确具体设置数量、尺寸和位置。

(3) 位置要求

高速路两侧100米和城市快速路两侧30米范围内、城市支路（22米及以下）两侧禁止设置电子显示装置广告设施。

①严格限制在有居住功能的建筑周边区域设置

正面朝向（ $-15^{\circ} \leq \text{角度} \leq 15^{\circ}$ ）有居住功能的建筑时，距离应大于等于200米。

主要朝向（ $15^{\circ} \leq \text{角度} \leq 60^{\circ}$ 、 $-60^{\circ} \leq \text{角度} \leq -15^{\circ}$ ）有居住功能的建筑时，距离应大于等于100米。

次要朝向（ $60^{\circ} \leq \text{角度} \leq 90^{\circ}$ 、 $-90^{\circ} \leq \text{角度} \leq -60^{\circ}$ ）有居住功能的建筑时，距离应大于等于50米。

其他临近有居住功能建筑设置的应调低户外广告设施表面亮度，以静态展示为主，避免广告画面的过度闪烁、跳跃对居民生活造成干扰。

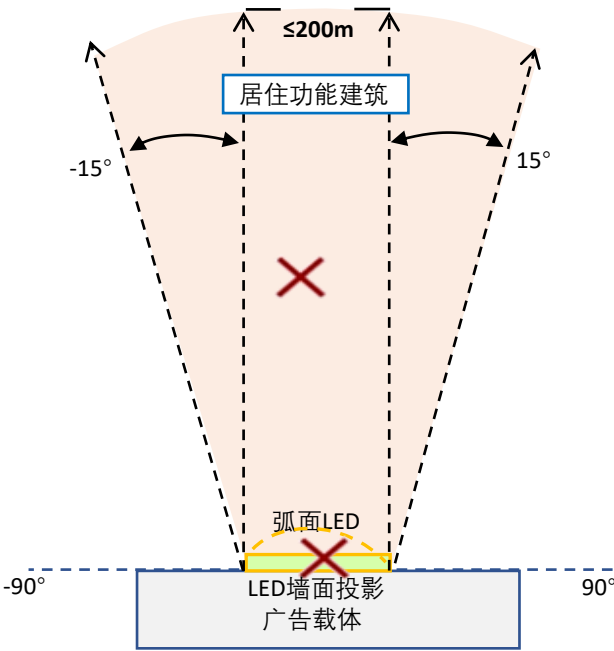


图9-1-1 LED 正面朝向（ $-15^{\circ} \leq \text{角度} \leq 15^{\circ}$ ）
临近居住功能建筑时的禁设范围示意

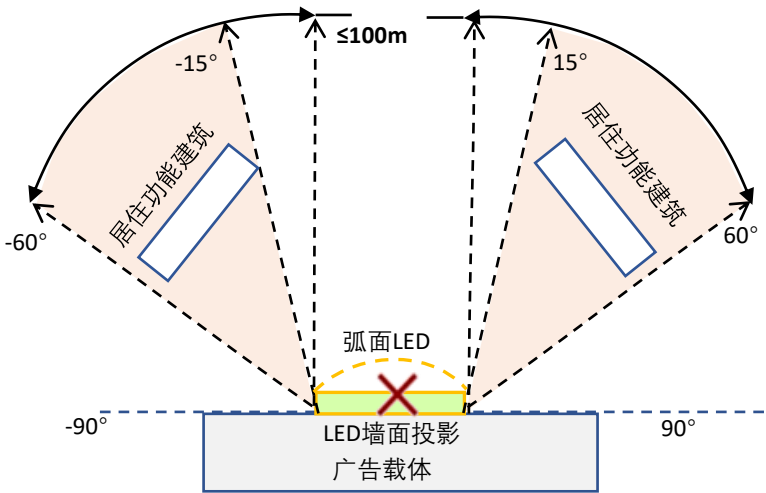


图9-1-2 LED主要朝向（ $15^{\circ} \leq \text{角度} \leq 60^{\circ}$ 、 $-60^{\circ} \leq \text{角度} \leq -15^{\circ}$ ）
临近居住功能建筑时的禁设范围示意

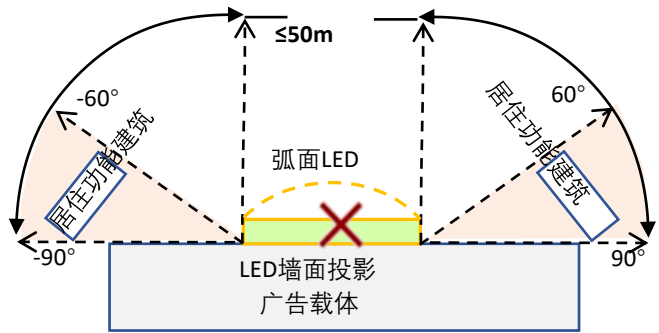


图9-1-3 LED次要朝向（ $60^{\circ} \leq \text{角度} \leq 90^{\circ}$ 、 $-90^{\circ} \leq \text{角度} \leq -60^{\circ}$ ）
临近居住功能建筑时的禁设范围示意

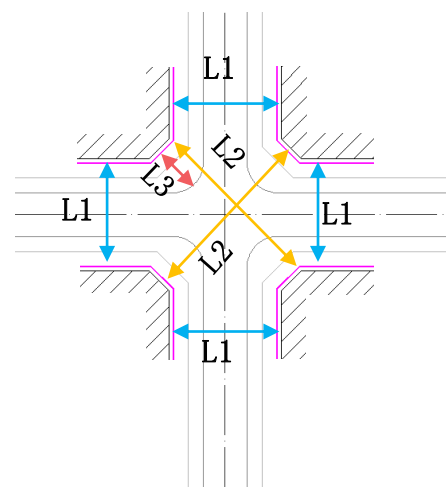


图9-2-1 交叉口形式一

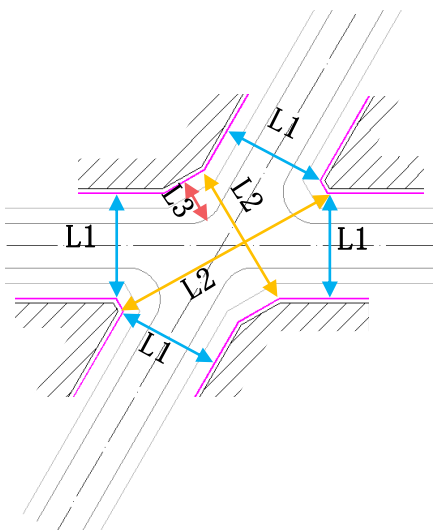


图9-2-2 交叉口形式二

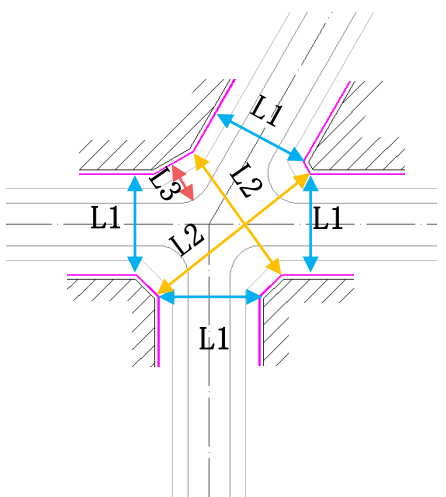


图9-2-3 交叉口形式三

②严格限制在城市主要干道沿线设置

基本要求：距离道路红线20米范围内限制设置。

设置大小：距离道路红线20米至100米范围内，设置面积不应大于200平方米；距离道路红线100米以上范围内，设置面积不应大于300平方米。

设置密度：同一路段设置面积小于200平方米时平均间距需大于等于300米、最小间距大于等于150米；设置面积大于200平方米小于300平方米时平均间距需大于等于500米、最小间距大于等于250米。不同面积相邻设置的，间距就高控制。

③严格限制在主、次干道交叉口节点设置

基本要求：应充分满足交通安全需求。交叉口相邻象限建筑间距小于50米或交叉口相对象限建筑间距小于70米时，禁止设置。

设置大小：交叉口相邻象限建筑间距大于等于50米小于80米且交叉口相对象限建筑间距大于等于70米时，单块设置面积小于等于100平方米，且距离交叉口转弯缘石线距离应大于等于20米；交叉口相邻象限建筑间距大于等于80米小于120米且交叉口相对象限建筑间距大于等于100米时，单块设置面积小于等于200平方米，且距离交叉口转弯缘石线距离应大于等于30米；交叉口相邻象限建筑间距大于等于120米且交叉口相对象限建筑间距大于等于150米时，单块设置面积小于等于300平方米，且距离交叉口转弯缘石线距离应大于等于40米。

设置密度：交叉口相邻象限建筑间距大于等于50米小于80米且交叉口相对象限建筑间距大于等于70米时，允许设置不多于1块；交叉口相邻象限建筑间距大于等于80米小于120米且交叉口相对象限建筑间距大于等于100米时，允许设置不多于2块；交叉口相邻象限建筑间距大于等于120米且交叉口相对象限建筑间距大于等于150米时，允许设置不多于3块。

确需超出以上相应距离和尺寸管控要求进行设置的，需经市户外广告设施设置管理工作领导小组审议。

表9-1 主、次干道交叉口LED设置管控要求表

建筑间距	设置数量	单块设置面积	设置要求	备注
$L1 < 50M$ 、 $L2 < 70M$	0	--	禁止设置	位置优先设置于交叉口中是独立商业综合体地块的象限和高等级道路口的象限，其次设置于退交叉口转弯缘石线距离（L3）最大的建筑。
$50M \leq L1 < 80M$ 、 $70M \leq L2$	不多于1块	$S \leq 100M^2$	$20M \leq L3$	
$80M \leq L1 < 120M$ 、 $100M \leq L2$	不多于2块	$S \leq 200M^2$	$30M \leq L3$	
$120M \leq L1$ 、 $150M \leq L2$	不多于3块	$S \leq 300M^2$	$40M \leq L3$	

备注：L1为交叉口相邻象限的建筑最近间距；L为交叉口相对象限的建筑最近间距；S为单块电子显示屏面积。

（4）画面要求

需满足《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）、《室外照明干扰光限制规范》（GB/T35626-2017）、《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）中有关光污染的限制要求，同时具备按日照强度变化调节显示亮度的功能。

不得大面积使用与交通信号灯近似的色彩，应以简洁画面为主。

应根据电子显示装置广告的观看距离、观看角度以及所处环境特点合理确定显示屏的显示精度，最低显示精度不应低于P10。

城市快速路、主干道两侧及第一排建（构）筑物立面且面向道路设置的，在道路交叉口及位于道路交叉口的建（构）筑物上设置的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7s。

屏显类户外广告除在商业步行街和商业街坊内，禁止播放声音。

（5）时限要求

屏显类户外广告最早开启时间应在7:00之后，最晚关闭时间为每日23:00。附属式屏显类夜间关闭时间应与所附属建筑物商业关闭时间保持一致；独立式屏显类如含便民信息查询、紧急信息发布等功能，可长时间点亮，但应降低亮度。

（6）管理要求

应严格管理其控制终端，安装配置相关智能播控平台，按要求开启和关闭户外电子显示屏。

应当符合《LED显示屏通用规范》（SJ/T 11141-2012）要求，采用先进技术和节能环保的优质材料，并由具备相应资质的专业单位负责显示屏的设计、制作和安装。

（五）裸眼3D类型的管控

（1）设置原则：少而精，优而美。

（2）设置区域：原则只允许在活力区和特色区设置。

（3）设施位置：城市重要商圈、大型综合交通枢纽、大型文化场馆、网红地标等城市门户性节点区域。

（4）设置数量：各行政区设置数量相对均衡。同一路段设置间距应大于3KM以上；同一路口只允许设置一块。

（5）设置指标：需满足屏显类户外广告设施的基本要求，依据建筑外立面、3D效果和周边环境确定，原则选址垂直90°的相邻外立面，并充分考虑与周边环境、空间尺度、观看视角的协调。

（6）设置管理：强化市区联动管理，由设置主体结合周边环境编制实施方案，按程序上报审批。

9.2 投影类户外广告设施

（一）定义

指利用投影设备，将文字、图案、影像等内容投射到建（构）筑物墙面、地面或其他空间载体上的户外广告形式。包括数字投影、全息投影及水幕投影等。

（二）管控要求

（1）基本要求

应符合相关法律法规、技术规范要求。严格限制地面投影广告，严格控制投影范围和发布时间，避免对投影区及背景区造成不利影响。

（2）设置要求

原则上只允许在活力区及特色区统一规划的建（构）筑物位置上设置，不应应对周边居民的正常生活环境产生不利影响。

（3）画面内容

应与建筑立面造型及建筑照明效果有机结合，以优美艺术画面、创意简洁图案等为主，注重画面留白，不得设置单一的黑体字内容。

（4）照明要求

需满足《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T 163-2008）、《室外照明干扰光限制规范》（GB/T35626-2017）、《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）中有关光污染的限制要求，同时应根据投射建筑面积及环境背景亮度，合理调节投影亮度，不得产生光污染。

（5）安全要求

应当保证投影设备的供配电安全，设计与环境相融合的电气装配室，不得裸露设置投影设备，避免产生安全隐患。不得在道路交叉口及居住区域周边设置投影广告，严格控制光线的投射角度和声音，避免对交通安全及生产生活产生影响。

第十章 规划实施

10.1 规划编制

依据总体规划和设置导则要求，针对重要区域和路段开展户外广告设施设置详细规划（见附表3. 户外广告设施详细规划编制路段清单），明确各类户外广告设施的设置总量、点位及相关技术要求，形成控制管理图则，落实总体规划的相关要求，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。

针对上位规划明确的重要敏感区域、地段、节点，以及详细规划未覆盖的特殊区域、地段、节点，组织开展户外广告设施设置实施方案，进行具体问题具体分析和规划引导，精准落实管控需求，为户外广告设施的工程方案设计提供依据。

10.2 其他

本规划由市自然资源和规划局、市城市管理行政执法局按各自职责负责解释，并组织实施。

附表1 管控分区范围检索表

管控分区	定义	管控原则	区域范围
禁设区	指原则上禁止设置任何户外广告设施的区域。主要包括生态保护类、城镇、乡村及海洋的特殊发展区、文化遗产地等城市自然生态人文景观敏感区域，是彰显厦门自然生态人文的本底性区域。自身户外广告设施设置需求弱，且设置会对自然生态环境、遗产保护、城市景观会产生严重不良影响的区域。	原则上禁止设置任何形式的户外广告（节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语除外）。	① 生态保护：生态保护区，生态控制区，农田保护区，鼓浪屿-万石山风景名胜区一、二级保护区中的自然类区域。 ② 城镇、乡村及海洋的特殊发展区：城镇发展区中的特别用途区、乡村发展区中的一般农田区及林业发展区、海洋发展区中的渔业发展区、交通运输用海区、游憩用海区、工矿通信用海区、特殊用海区、海洋预留区等。 ③ 文化遗产地：鼓浪屿世界文化遗产地 ④ 法律、法规、规章以及其他规定中禁止设置户外广告的区域。
严控区	指严格限制户外广告设施设置的区域。主要为以生活、生产、公共为主导功能的区域，以及历史文化、临山临水等独特性地段，户外广告设施设置对日常主导功能和景观环境会造成较大影响的城市大部分区域。	户外广告设置实施严格管控，原则上减存量限增量，塑造良好、有序的城市景观环境。	① 以居住为主导功能的生活区域。 ② 以工业、仓储物流为主导功能的生产区域。 ③ 军事机关、军事禁区及周边控制地带。 ④ 国家机关、文物保护单位、历史风貌建筑、风景名胜区、自然保护区、宗教场所、教育建筑等周边区域。
特色区	指引导户外广告设施设置特色呈现的特殊区域。主要为具有代表厦门城市特征形象的门户枢纽、交通节点和风貌特色片区等节点和区域，是彰显厦门高素质、高颜值的重要载体，户外广告设施设置对城市整体建设、城市特征形象、城市环境品质等方面有重要直观影响，需要进行高标准、高品质、高水平设置的特色区域。	原则上少而精，契合城市特色形象，注重平衡户外广告的可识别性与协调性，鼓励使用新技术、新材料，塑造景观特色，提升城市竞争力和形象传播力。	① 枢纽门户区：高崎机场门户区、大嶝机场门户区、邮轮母港门户区、鹭江道门户区、五通门户区、高崎渔港门户区、北站门户区、大嶝大桥门户区。 ② 特色管控区：中山路片区、会展会议中心、滨北超级总部、沙坡尾片区、特区1980、大厦之门、海沧湾新城、马銮湾新城、大明广场、杏林湾营运中心、杏林老工业区、同安新城、美峰创谷、体育会展中心、大嶝小镇、澳头片区、东山片区。 ③ 重要交通节点：高速服务区、收费站及重要干道上的城市出入口节点区域。 ④ 重要景观节点：主要眺望点等城市重要景观节点。
活力区	指鼓励丰富户外广告设施设置的区域。商业活动最频繁多样、户外广告设施设置需求最旺盛，主要为具有传统活力底蕴和未来具备活力集聚、需要集中、多样化设置户外广告设施的集中性商业区域和路段。	原则上优而精，参照国际化建设标准，高品质、精细化设置户外广告设施，鼓励使用新技术、新材料，集中体现城市活力及商业活动的多样性。	① 活力片区：SM广场商圈、火车站商圈、万达商业中心、五缘湾商业中心、阿罗海城市广场、乐活岛片区、世茂广场-万科云城、同安旧城商业中心、滨海东片区、彭厝北片区。 ② 活力街道：厦禾路-嘉禾路（火车站-SM广场段）、东孚商业街一期、诚毅大街、杏东路-杏西路、灌口老街、翔智路-翔信路-前厝路、新兴街、马巷老街等。

附表2-1 城乡用地分类与户外广告设施设置许可对照表

注：●：允许 ○：限制 ×：禁止

用地代码			用地名称	用地说明	户外广告设施设置许可
大类	中类	小类			
H			建设用地	包括城乡居民点建设用地、区域交通设施用地、区域公用设施用地、特殊用地、采矿用地及其它建设用地等。	
	H1		城乡居民点建设用地	城市、镇、乡、村庄建设用地。	
		H11	城市建设用地	城市和县人民政府所在地镇内的居住用地、公共管理与公共服务用地、商业服务业设施用地、工业用地、物流仓储用地、交通设施用地、公用设施用地、绿地	见附表2-2城市建设用地分类与户外广告许可设置对照表。
		H12	镇建设用地	非县人民政府所在地镇的建设用地	×
		H13	乡建设用地	乡人民政府驻地的建设用地	×
		H14	村庄建设用地	农村居民点的建设用地	×
	H2		区域交通设施用地	铁路、公路、港口、机场和管道运输等区域交通运输及其附属设施用地，不包括中心城区的铁路客货客运站、公路长途客货客运站以及港口客运码头	
		H21	铁路用地	铁路编组站、线路等用地	×
		H22	公路用地	高速公路、国道、省道、县道和乡道用地及附属设施用地	○
		H23	港口用地	海港和河港的陆域部分，包括码头作业区、辅助生产区等用地	×
		H24	机场用地	民用及军民合用的机场用地，包括飞行区、航站区等用地	●
		H25	管道运输用地	运输煤炭、石油和天然气等地面管道运输用地	×
	H3		区域公用设施用地	为区域服务的公用设施用地，包括区域性能源设施、水工设施、通讯设施、殡葬设施、环卫设施、排水设施等用地	×
	H4		特殊用地	特殊性质的用地	
		H41	军事用地	专门用于军事目的的设施用地，不包括部队家属生活区和军民共用设施等用地	×
		H42	军事用地	监狱、拘留所、劳改场所和安全保卫设施等用地，不包括公安局用地	×
	H5		采矿用地	采矿、采石、采沙、盐田、砖瓦窑等地面生产用地及尾矿堆放地	×
	H9		其他建设用地	除以上之外的建设用地，包括边境口岸和风景名胜区、森林公园等的管理及服务设施等用地	×
E			非建设用地	水域、农林等非建设用地	
	E1		水域	河流、湖泊、水库、坑塘、沟渠、滩涂、冰川及永久积雪，不包括公园绿地及单位内的水域	
		E11	自然水域	河流、湖泊、滩涂、冰川及永久积雪	×
		E12	水库	人工拦截汇集而成的总库容不小于10万m³的水库正常蓄水位岸线所围成的水面	×
		E13	坑塘沟渠	蓄水量小于10万m³的坑塘水面和人工修建用于引、排、灌的渠道	×
	E2	H25	农林用地	耕地、园地、林地、牧草地、设施农用地、田坎、农村道路等用地	×
	E9		其他非建设用地	空闲地、盐碱地、沼泽地、沙地、裸地、不用于畜牧业的草地等用地	×

附表2-2 城市建设用地分类与户外广告设施设置许可对照表

注：●：允许 ○：限制 ×：禁止

用地代码			用地名称	用地说明	户外广告设置设施许可
大类	中类	小类			
R			居住用地	住宅和相应服务设施的用地	
	R1		一类居住用地	公用设施、交通设施和公共服务设施齐全、布局完整、环境良好的低层住区用地	
		R11	住宅用地	住宅建筑用地、住区内城市支路以下的道路、停车场及其社区附属绿地	×
		R12	服务设施用地	住区主要公共设施和服务设施用地，包括幼托、文化体育设施、商业金融、社区卫生服务站、公用设施等用地，不包括中小学用地	×
	R2		二类居住用地	公用设施、交通设施和公共服务设施较齐全、布局较完整、环境良好的多、中、高层住区用地	
		R20	保障性住宅用地	住宅建筑用地、住区内城市支路以下的道路、停车场及其社区附属绿地	×
		R21	住宅用地	住宅建筑用地、住区内城市支路以下的道路、停车场及其社区附属绿地	×
		R22	服务设施用地	住区主要公共设施和服务设施用地，包括幼托、文化体育设施、商业金融、社区卫生服务站、公用设施等用地，不包括中小学用地	×
	R3		三类居住用地	公用设施、交通设施不齐全，公共服务设施较欠缺，环境较差，需要加以改造的简陋住区用地，包括危房、棚户区、临时住宅等用地	
		R31	住宅用地	住宅建筑用地、住区内城市支路以下的道路、停车场及其社区附属绿地	×
		R32	服务设施用地	住区主要公共设施和服务设施用地，包括幼托、文化体育设施、商业金融、社区卫生服务站、公用设施等用地，不包括中小学用地	×
A			公共管理与公共服务用地	行政、文化、教育、体育、卫生等机构和设施的用地，不包括居住用地中的服务设施用地	
	A1		行政办公用地	党政机关、社会团体、事业单位等机构及其相关设施用地	×
	A2		文化设施用地	图书、展览等公共文化活动设施用地	
		A21	图书展览设施用地	公共图书馆、博物馆、科技馆、纪念馆、美术馆和展览馆、会展中心等设施用地	●
		A22	文化活动设施用地	综合文化活动中心、文化馆、青少年宫、儿童活动中心、老年活动中心等设施用地	●
	A3		教育科研用地	高等院校、中等专业学校、中学、小学、科研事业单位等用地，包括为学校配建的独立地段的学生生活用地	
		A31	高等院校用地	大学、学院、专科学校、研究生院、电视大学、党校、干部学校及其附属用地，包括军事院校用地	×
		A32	中等专业学校用地	中等专业学校、技工学校、职业学校等用地，不包括附属于普通中学内的职业高中用地	×
		A33	中小学用地	中学、小学用地	×
		A34	特殊教育用地	聋、哑、盲人学校及工读学校等用地	×
		A35	科研用地	科研事业单位用地	×

续附表2-2 城市建设用地分类与户外广告设施设置许可对照表

注：●：允许 ○：限制 ×：禁止

用地代码			用地名称	用地说明	户外广告设施设置许可
大类	中类	小类			
A	A4		体育用地	体育场馆和体育训练基地等用地，不包括学校等机构专用的体育设施用地	
		A41	体育场馆用地	室内外体育运动用地，包括体育场馆、游泳场馆、各类球场及其附属的业余体校等用地	●
		A42	体育训练用地	为各类体育运动专设的训练基地用地	×
	A5		医疗卫生用地	医疗、保健、卫生、防疫、康复和急救设施等用地	
		A51	医院用地	综合医院、专科医院、社区卫生服务中心等用地	×
		A52	卫生防疫用地	卫生防疫站、专科防治所、检验中心和动物检疫站等用地	×
		A53	特殊医疗用地	对环境有特殊要求的传染病、精神病等专科医院用地	×
		A59	其他医疗卫生用地	急救中心、血库等用地	×
	A6		社会福利设施用地	为社会提供福利和慈善服务的设施及其附属设施用地，包括福利院、养老院、孤儿院等用地	×
	A7		文物古迹用地	具有历史、艺术、科学价值且没有其他使用功能的建筑物、构筑物、遗址、墓葬等用地	×
	A8		外事用地	外国驻华使馆、领事馆、国际机构及其生活设施等用地	×
	A9		宗教设施用地	宗教活动场所用地	×
B			商业服务业设施用地	各类商业、商务、娱乐康体等设施用地，不包括居住用地中的服务设施用地以及公共管理与公共服务用地内的事业单位用地	
	B1		商业用地	各类商业经营活动及餐饮、旅馆等服务业用地	
		B11	零售商业用地	商铺、商场、超市、服装及小商品市场等用地	●
		B12	批发市场用地	以批发功能为主的市场用地	●
		B13	餐饮业用地	饭店、餐厅、酒吧等用地	●
		B14	旅馆用地	宾馆、旅馆、招待所、服务型公寓、度假村等用地	●
	B2		商务用地	金融、保险、证券、新闻出版、文艺团体等综合性办公用地	
		B21	金融保险业用地	银行及分理处、信用社、信托投资公司、证券期货交易所、保险公司，以及各类公司总部及综合性商务办公楼宇等用地	●
		B22	艺术传媒产业用地	音乐、美术、影视、广告、网络媒体等的制作及管理设施用地	●
		B29	其他商务设施用地	邮政、电信、工程咨询、技术服务、会计和法律服务以及其他中介服务等的办公用地	●
	B3		娱乐康体用地	各类娱乐、康体等设施用地	
		B31	娱乐用地	单独设置的剧院、音乐厅、电影院、歌舞厅、网吧以及绿地率小于65%的大型游乐等设施用地	●
		B32	康体用地	单独设置的高尔夫练习场、赛马场、溜冰场、跳伞场、摩托车场、射击场，以及水上运动的陆域部分等用地	×

续附表2-2 城市建设用地分类与户外广告设施设置许可对照表

注：●：允许 ○：限制 ×：禁止

用地代码			用地名称	用地说明	户外广告设施设置许可
大类	中类	小类			
B	B4		公用设施营业网点用地	零售加油、加气、电信、邮政等公用设施营业网点用地	
		B41	加油加气站用地	零售加油、加气以及液化石油气换瓶站用地	×
		B49	其他公用设施营业网点用地	电信、邮政、供水、燃气、供电、供热等其他公用设施营业网点用地	×
	B9		其他服务设施用地	业余学校、民营培训机构、私人诊所、宠物医院等其他服务设施用地	●
M			工业用地	工矿企业的生产车间、库房及其附属设施等用地，包括专用铁路、码头和附属道路、停车场等用地，不包括露天矿用地	
	M1		一类工业用地	对居住和公共环境基本无干扰、污染和安全隐患的工业用地	○
	M2		二类工业用地	对居住和公共环境有一定干扰、污染和安全隐患的工业用地	×
	M3		三类工业用地	对居住和公共环境有严重干扰、污染和安全隐患的工业用地(需布置绿化防护用地)	×
W			物流仓储用地	物资储备、中转、配送等用地，包括附属道路、停车场以及货运公司车队的站场等用地	
	W1		一类物流仓储用地	对居住和公共环境基本无干扰、污染和安全隐患的物流仓储用地	○
	W2		二类物流仓储用地	对居住和公共环境有一定干扰、污染和安全隐患的物流仓储用地	×
	W3		三类物流仓储用地	存放易燃、易爆和剧毒等危险品的专用物流仓储用地	×
S			道路与交通设施用地	城市道路、交通设施等用地，不包括居住用地、工业用地等内部的道路、停车场等用地	
	S1		城市道路用地	快速路、主干路、次干路和支路等用地，包括其交叉口用地	○
	S2		轨道交通线路用地	独立地段的城市轨道交通地面以上部分的线路、站点用地	×
	S3		交通枢纽用地	铁路客货站、公路长途客货站、港口客运码头、公交枢纽及其附属设施用地	●
	S4		交通场站用地	静态交通设施用地，不包括交通指挥中心、交通队用地	
		S41	公共交通场站用地	公共汽车、出租汽车、轨道交通(地面部分)的车辆段、地面站、首末站、停车场(库)、保养场等用地，以及轮渡、缆车、索道等的地面部分及其附属设施用地	×
		S42	社会停车场用地	公共使用的停车场和停车库用地，不包括其他各类用地配建的停车场(库)用地	×
	S9		其他交通设施用地	除以上之外的交通设施用地，包括教练场等用地	×

续附表2-2 城市建设用地分类与户外广告设施设置许可对照表

注：●：允许 ○：限制 ×：禁止

用地代码			用地名称	用地说明	户外广告设施设置许可
大类	中类	小类			
U			公用设施用地	供应、环境、安全等设施用地	
	U1		供应设施用地	供水、供电、供燃气和供热等设施用地	
		U11	供水用地	城市取水设施、水厂、加压站及其附属的构筑物用地，包括泵房和高位水池等用地	×
		U12	供电用地	变电站、配电所、高压塔基等用地，不包括各类发电设施用地	×
		U13	供燃气用地	分输站、门站、储气站、加气母站、液化石油气储配站、灌瓶站和地面输气管廊等用地	×
		U14	供热用地	集中供热锅炉房、热力站、换热站和地面输热管廊等用地	×
		U15	通信用地	邮政中心局、邮政支局、邮件处理中心等用地	×
		U16	广播电视用地	广播电视与通信系统的发射和接收设施等用地，包括发射塔、转播台、差转台、基站等用地	×
	U2		环境设施用地	雨水、污水、固体废物处理和环境保护设施及其附属设施用地	
		U21	排水用地	雨水泵站、污水泵站、污水处理、污泥处理厂等设施及其附属的构筑物用地，不包括排水河渠用地	×
		U22	环卫用地	生活垃圾、医疗垃圾、危险废物处理(置)，以及垃圾转运、公厕、车辆清洗、环卫车辆停放修理等设施用地	×
	U3		安全设施用地	消防、防洪等保卫城市安全的公用设施及其附属设施用地	
		U31	消防用地	消防站、消防通信及指挥训练中心等设施用地	×
		U32	防洪用地	防洪堤、排涝泵站、防洪枢纽、排洪沟渠等防洪设施用地	×
	U9		其他公用设施用地	除以上之外的公用设施用地，包括施工、养护、维修设施等用地	×
G			绿地与广场用地	公园绿地、防护绿地、广场等公共开放空间用地	
	G1		公园绿地	向公众开放，以游憩为主要功能，兼具生态、美化、防灾等作用的绿地	○
	G2		防护绿地	具有卫生、隔离和安全防护功能的绿地	×
	G3		广场用地	以游憩、纪念、集会和避险等功能为主的城市公共活动场地	●

备注：当现状用地与规划用地不一致时，以现状用地为准。

第二部分 规划图集

- 01 户外广告设施总体分区规划图
- 02 户外广告设施禁设区规划图
- 03 户外广告设施严控区规划图
- 04 户外广告设施特色区规划图
- 05 户外广告设施活力区规划图
- 06 本岛户外广告设施总体分区规划图
- 07 海沧区户外广告设施总体分区规划图
- 08 集美区户外广告设施总体分区规划图
- 09 同安区户外广告设施总体分区规划图
- 10 翔安区户外广告设施总体分区规划图

户外广告设施
总体分区规划图

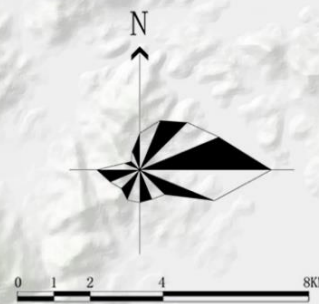
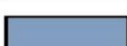


图 例

禁设区



禁设区



禁设区（水域）

严控区



严控区

特色区



门户枢纽



门户枢纽
（范围内居住用地禁设）



特色管控



特色管控
（范围内居住用地禁设）



重要交通节点



重要景观节点

活力区



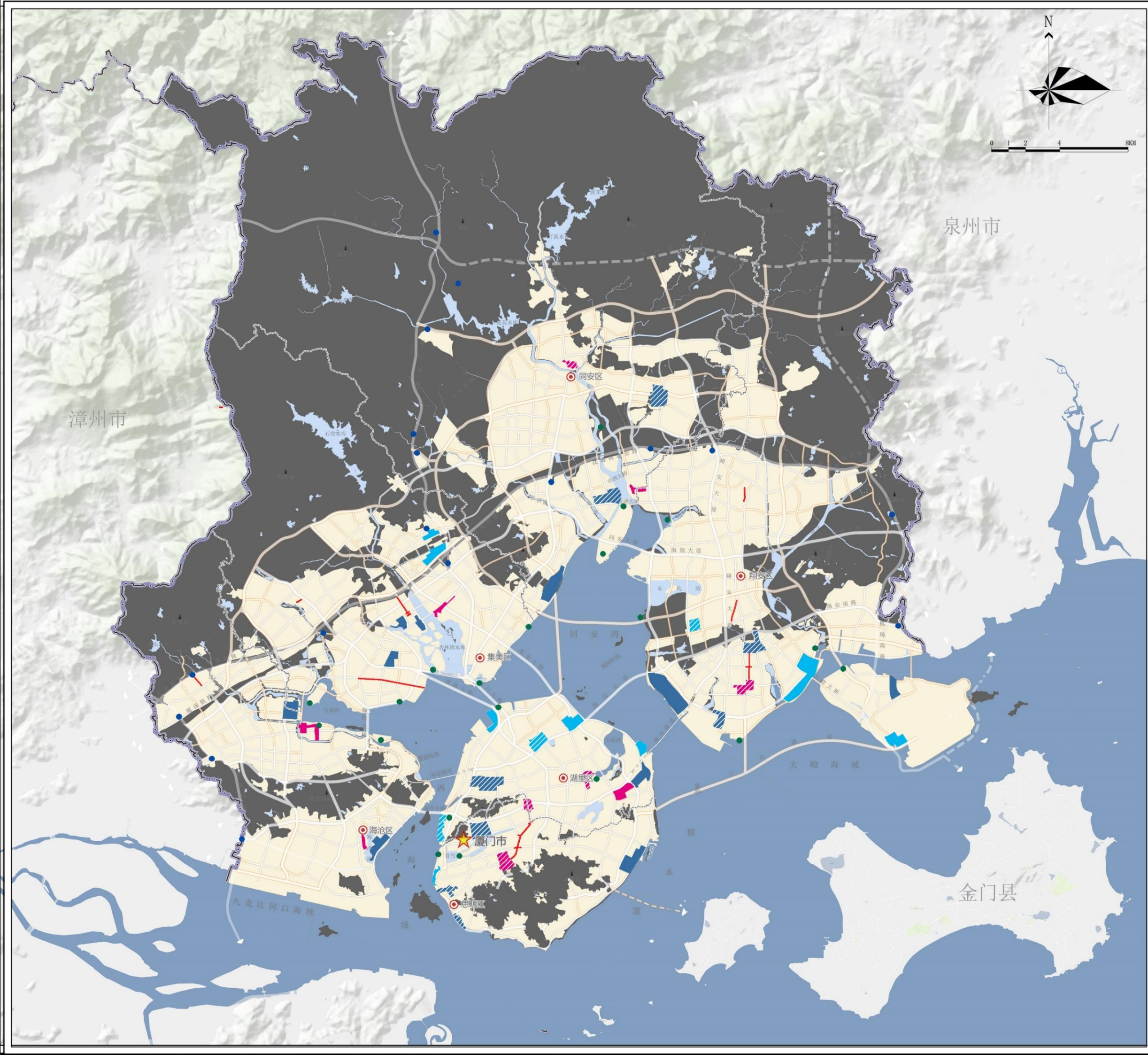
活力片区



活力片区
（范围内居住用地禁设）



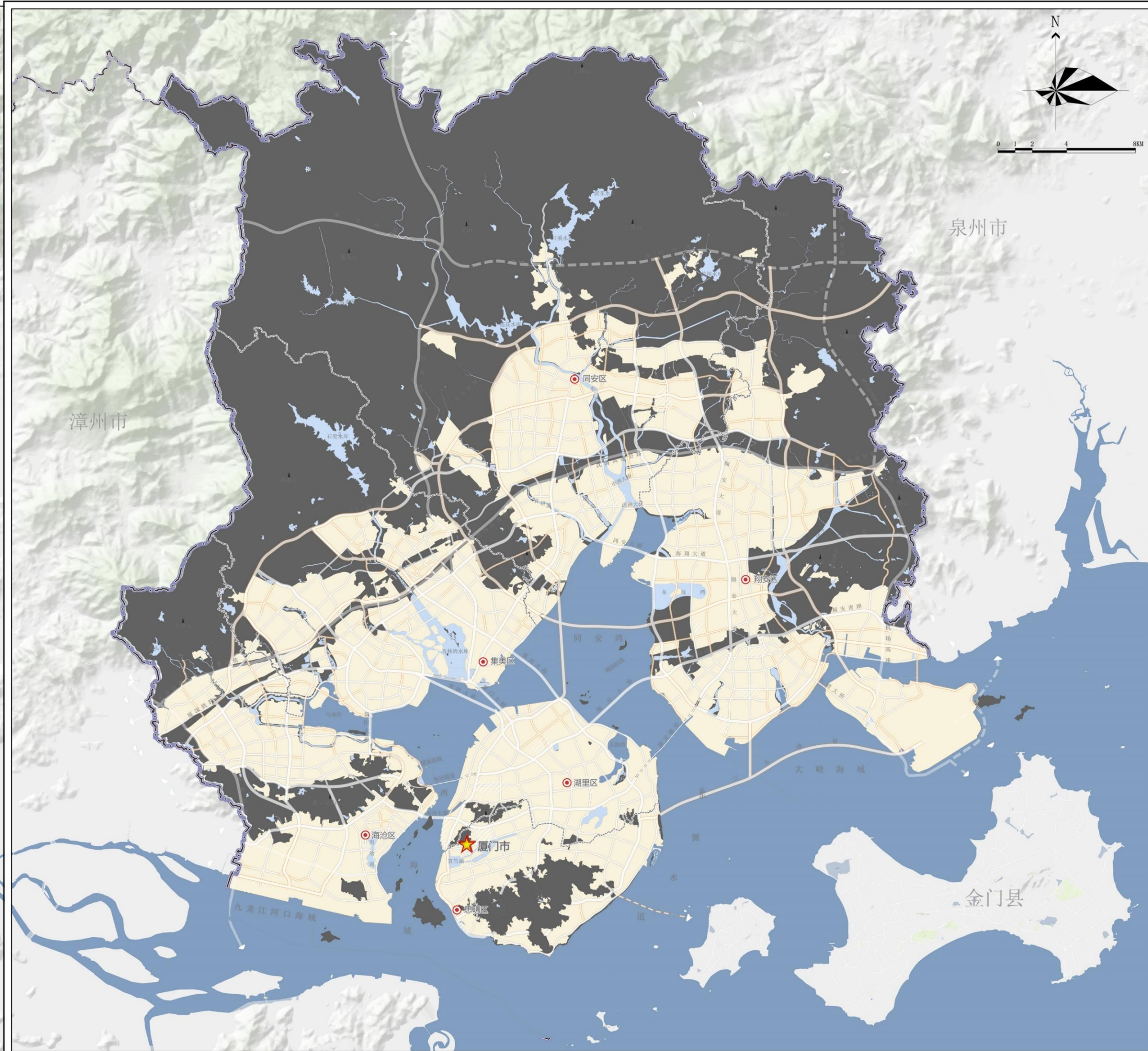
活力街道



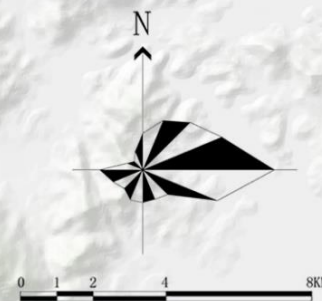
户外广告设施
禁设区规划图

图 例

- 禁设区
- 禁设区（水域）



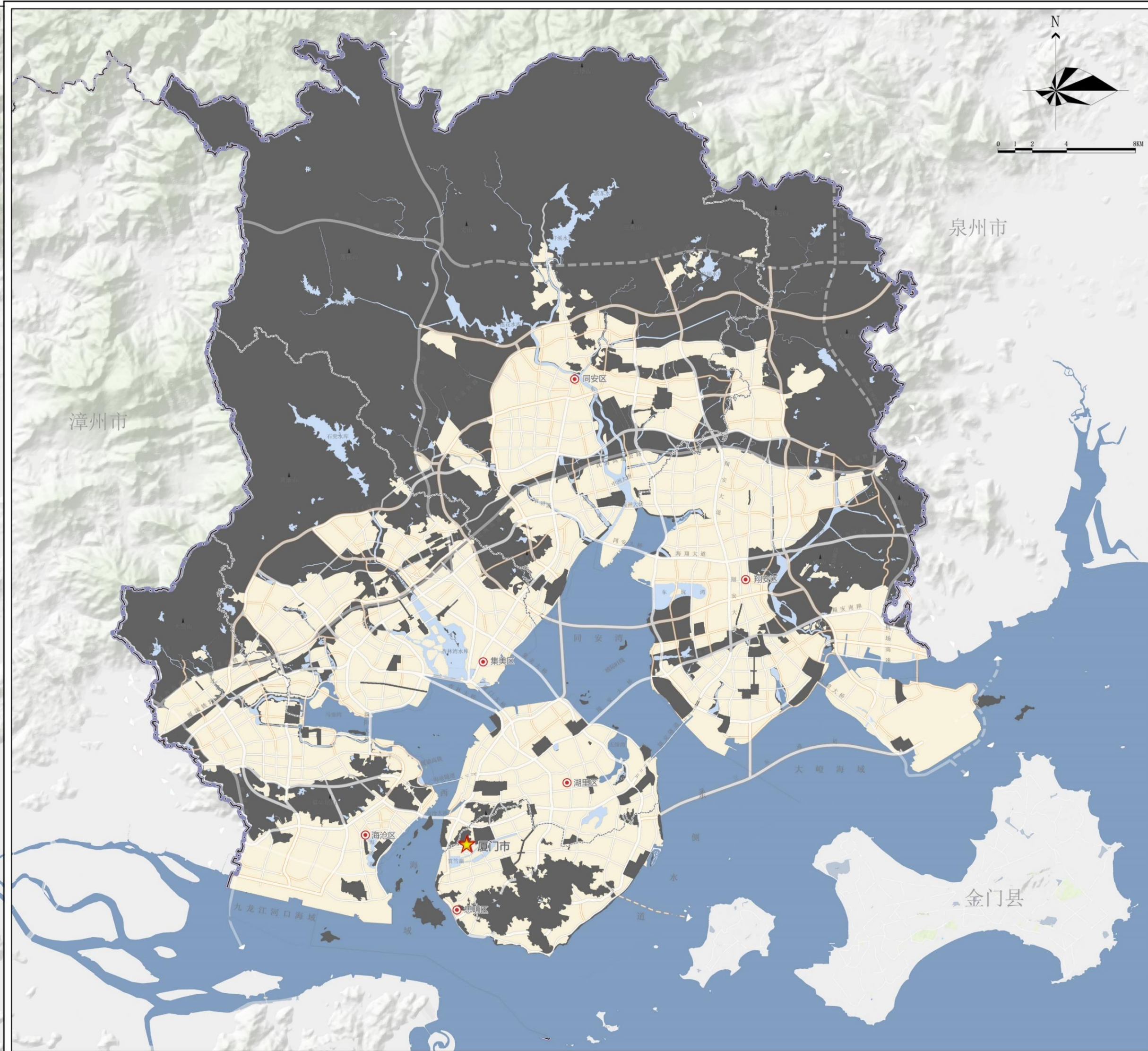
户外广告设施 严控区规划图



图例



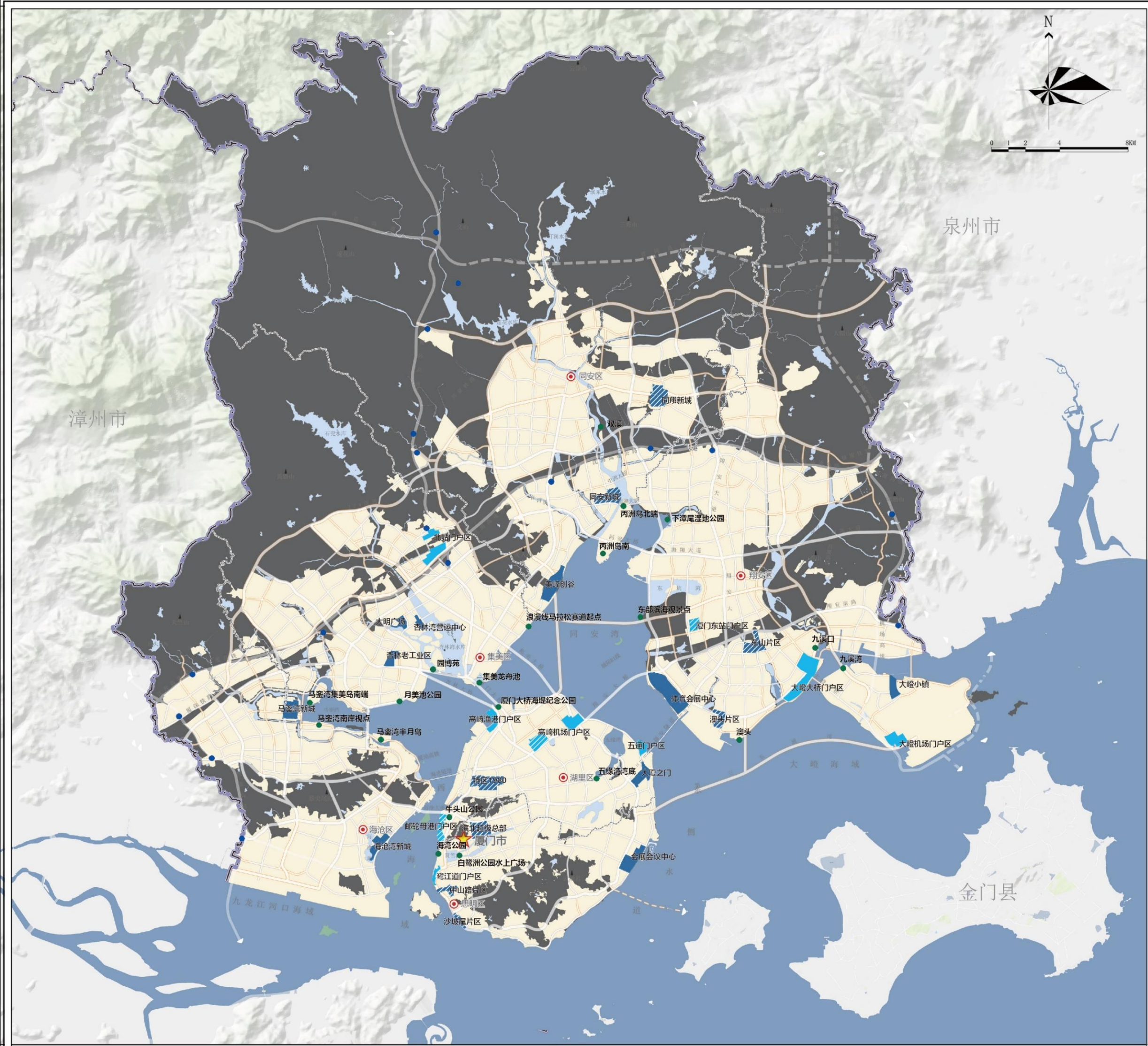
严控区



户外广告设施 特色区规划图

图 例

	门户枢纽
	门户枢纽 (范围内居住用地禁设)
	特色管控
	特色管控 (范围内居住用地禁设)
	重要交通节点
	重要景观节点



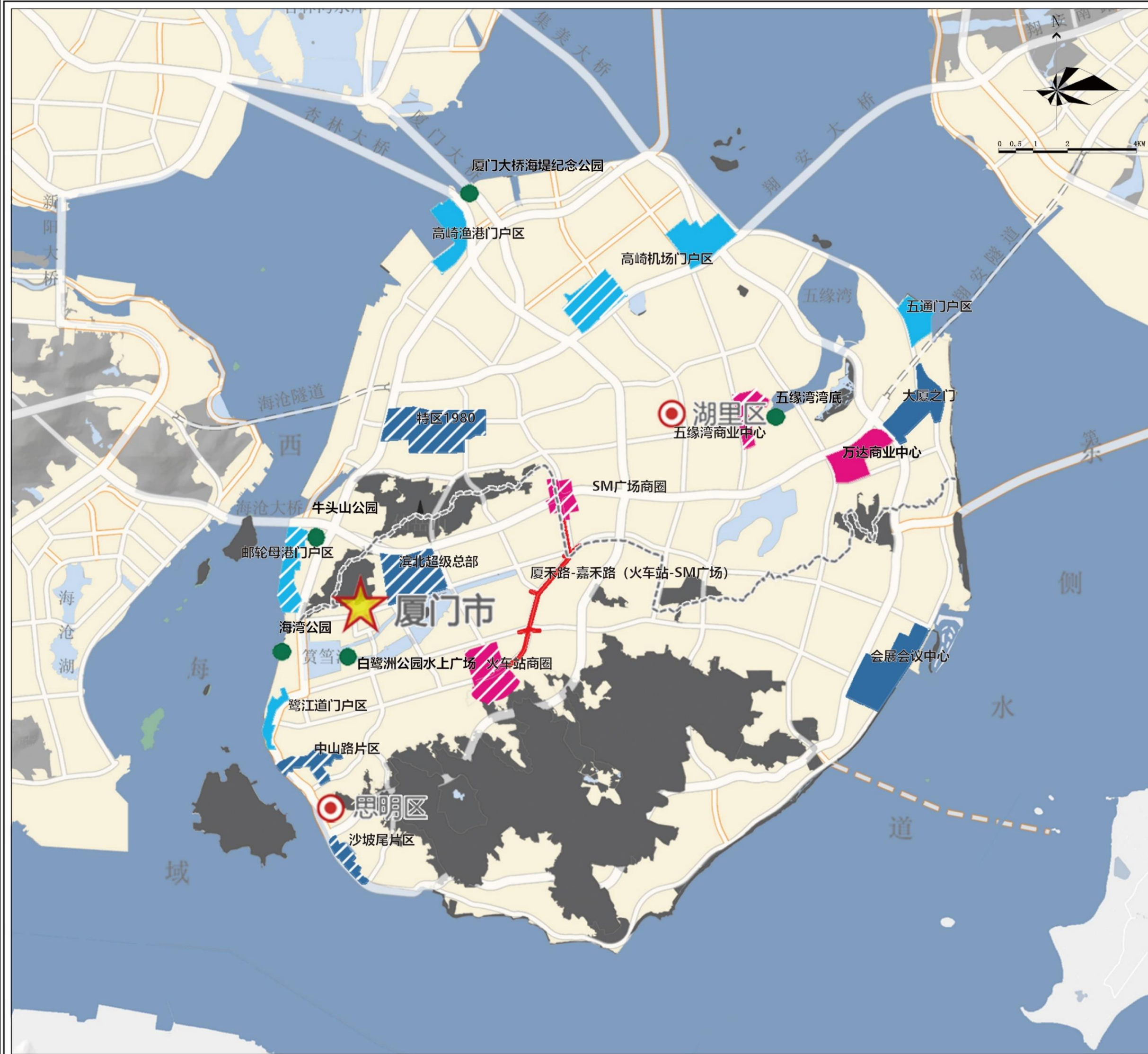
户外广告设施
活力区规划图

图 例

- 活力片区
- 活力片区
(范围内居住用地禁设)
- 活力街道



本岛户外广告设施
总体分区规划图



图例

禁设区



禁设区



禁设区 (水域)

严控区



严控区

特色区



门户枢纽



门户枢纽
(范围内居住用地禁设)



特色管控



特色管控
(范围内居住用地禁设)



重要景观节点

活力区



活力片区



活力片区
(范围内居住用地禁设)



活力街道

海沧区户外广告设施 总体分区规划图

图 例

禁设区



禁设区



禁设区（水域）

严控区



严控区

特色区



门户枢纽



门户枢纽
(范围内居住用地禁设)



特色管控



特色管控
(范围内居住用地禁设)



重要交通节点



重要景观节点

活力区



活力片区



活力街道



集美区户外广告设施
总体分区规划图

图 例

禁设区



禁设区



禁设区(水域)

严控区



严控区

特色区



门户枢纽



特色管控



重要交通节点



重要景观节点

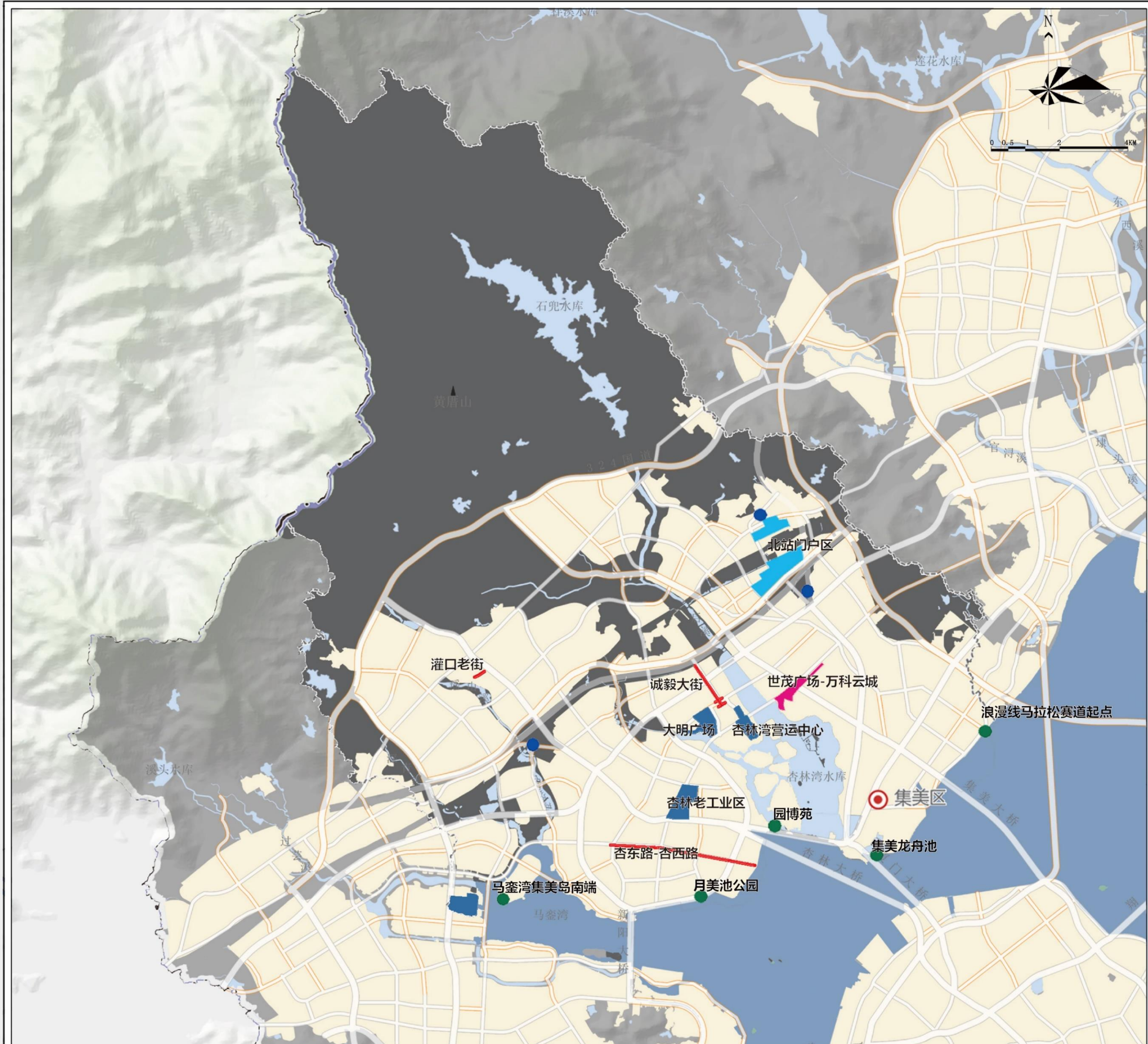
活力区



活力片区



活力街道



同安区户外广告设施 总体分区规划图

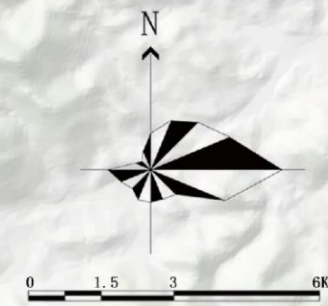


图 例

禁设区

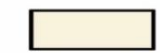


禁设区



禁设区（水域）

严控区



严控区

特色区



门户枢纽



门户枢纽
(范围内居住用地禁设)



特色管控



特色管控
(范围内居住用地禁设)



重要交通节点



重要景观节点

活力区



活力片区



活力片区
(范围内居住用地禁设)



活力街道

