

太仓市户外广告详细设置规划

(2024-2035)

规划文本

(规划公示稿)

太仓市城市管理局

二〇二四年十月

太仓市户外广告详细设置规划（2024-2035）

规划文本

目录

第一章 总则	1
第一条 规划目的	1
第二条 编制依据	1
第三条 指导思想	2
第四条 规划范围	2
第五条 规划期限	3
第六条 规划对象	3
第七条 规划原则	3
第八条 规划定位	3
第九条 规划目标	4
第二章 全域控制与引导	5
第三章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导	6
第十条 中心城区片区	6
第十一条 港城副中心片区	6
第十二条 沙溪片区	6
第十三条 浏河片区	6
第十四条 双凤片区	7
第十五条 璜泾片区	7
第四章 城市展示廊道户外广告设施设置分类控制与引导	8
第十六条 路段分段控制与引导	8
第十七条 路段分类控制与引导	9
第十八条 道路户外广告设施设置分类控制体系	10

第五章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导	12
第十九条 门户节点户外广告设施规划指引	12
第二十条 商业中心节点户外广告设施规划指引	13
第二十一条 乡村及其他节点户外广告设施规划指引	13
第六章 规划实施管理	15
第二十二条 体系建立	15
第二十三条 规划实施	15
第二十四条 管理培训	15
第二十五条 公共安全	16
第七章 近期建设规划	17
第二十六条 近期建设规划（2024-2028）	17
第二十七条 远期建设规划（2029-2035）	17
第二十八条 分期实施建议	17
第八章 附则	18
第二十九条 规划成果组成	18
第三十条 规划效力	18
第三十一条 规划审查审批程序	18
第三十二条 规划解释权	18
附表	18

第一章 总则

第一条 规划目的

为适应太仓市高质量发展要求，打造高品质城市环境，以“城市美学”理念引导户外广告设施设置，构建户外广告三级规划体系，落实板块要求，特制定本规划。

第二条 编制依据

● 国家相关法律法规政策文件——

- 1、《中华人民共和国城乡规划法》（2019年第二次修正）
- 2、《中华人民共和国广告法》（2021年修正）
- 3、《中华人民共和国消防法》（2021年第二次修正）
- 4、《城市市容和环境卫生管理条例》（2017年修正）
- 5、《公益广告促进和管理暂行办法》（2016年）
- 6、《中华人民共和国城市容貌标准》（2009年）
- 7、《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）
- 8、《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011）

● 地方相关法律法规政策文件——

- 1、《江苏省城市市容和环境卫生管理条例》（2023年修订）
- 2、《江苏省广告条例》（2019年修订）
- 3、《江苏省城市户外广告设施专项规划编制纲要（试行）》（苏建城管〔2015〕528号）
- 4、《江苏省城镇户外广告和店招牌设施设置技术规范》（DB32/T 4787-2024）
- 5、《苏州市城市市容和环境卫生管理条例》（2023年修订）
- 6、《苏州市户外广告设施管理办法》（2021年）
- 7、《苏州市区户外公益广告设置管理办法》（苏府〔2009〕69号）

- 8、《苏州市城乡容貌标准》（DB3205/T 1109-2024）
- 9、《苏州市户外广告和店招牌设施置技术规定（试行）》（苏城发〔2019〕94号）
- 10、《太仓市户外广告管理办法》（2013年）

● **相关规划及其他文件——**

- 1、《苏州市国土空间总体规划（2021-2035）》
- 2、《太仓市国土空间总体规划（2021-2035年）》
- 3、《苏州市户外广告设施设置专项规划（2022-2035）》
- 4、《太仓市主城区户外广告和店招牌设置专项规划（2011-2020）》
- 5、《苏州市户外广告设施设置分区详细规划编制纲要（试行）》
- 6、其他相关法律、法规、规范等文件

第三条 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻“科学化、精细化、智能化”和“像绣花一样管理城市”要求为引领，紧扣市政府确定的各项目标任务和重点工作，以“精管善治”为太仓城市管理新理念和新目标，推动城市管理得标准化、精细化和长效化，切实提升太仓市容市貌水平。

第四条 规划范围

本次规划范围为太仓全域辖区范围，即809.93平方公里，对重要门户空间、重要商业节点以及重要展示路段进行重点研究，并对除规划重点范围外纳入广告规划控制的部分乡村地区布点。其中：

重要门户空间：常熟和太仓交界、沿江公路沿线、沈海高速沿线、锡太高速与太仓市行政边界交叉口、沪宜高速与太仓西行政边界节点交叉口、S339沿线、G204与太仓南行政边界交叉口、沈海高速太仓南行政边界交叉口等。

重要商业节点：万达广场、南洋广场、天镜湖商业广场、东盛商业广场、中宝财富广场、五洋滨江广场、商贸中心、雅圣商业广场等。

重要展示路段：204国道、人民路、太沙路、岳鹿线、346国道、上海路、郑和路、339省道、新港路、双浮路、通港路这十一条主要道路。

第五条 规划期限

本次规划年限为 2024 年-2035 年。

第六条 规划对象

1、规划对象，本规划确定的户外广告设施，是指在城镇建成区内，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、实物造型或以其他形式向户外发布广告信息的设施。

2、规格尺度，包括设施的任一边边长超过 4 米，单面面积超过 10 平方大型广告设施或店招招牌。

表 1 户外广告设施规划对象

规划对象	规划要求
大型广告设施	a \geq 4m 或 S \geq 10 m ²
大型店招招牌	

注：1、a 指广告设施的任一边边长，S 指广告设施的单面面积，包括达到此规格的店招招牌。

第七条 规划原则

本次规划遵循一体化、艺术化、协调化三个基本原则。其中：

一体化原则：户外广告设施设置应融入建筑立面，统筹考虑，统一布局，一体化管理、一体化设计、一体化改造。

艺术化原则：户外广告设施布局、造型、内容等应符合城市美学原则，具有设计美感，鼓励艺术化、人文化以及创意的广告内容和形式。

协调化原则：户外广告设施应与周边区域定位职能、环境氛围、空间特征协调，满足城市风貌协调。

第八条 规划定位

根据太仓市的城市性质定位，提升“现代田园城、幸福金太仓”的城市形象，规划将太仓市户外广告设施设置的定位为：与“江南鱼米乡，魅力娄东城”的城

市特色文化空间景观及风貌相协调，塑造安全、环保、文明、协调、特色、创新的城市形象，营造美丽、有序、整洁的城市氛围。

第九条 规划目标

通过识别不同的太仓城市功能区域特色，营造出不同的城市空间氛围，打造“现代田园城”的高质量人居环境；根据当前国内外广告设置的特点和广告发展趋势，引进新形式、新媒介，展现“新太仓城市魅力”，实现“少而优、少而精、小而美”高品质广告格局的城市人居环境。

第二章 全域控制与引导

结合太仓国土空间规划要求，构建“二城、四镇、多廊、数点”的太仓市户外广告设施整体布局结构。其中：

“二城”：指的是包含科教新城、娄江新城在内的太仓城市主城区以及城市发展副中心港城片区；

“四镇”：指的是沙溪、浏河、双凤、璜泾等四个主要村镇。

“多廊”：指的是以 204 国道、人民路、太沙路、岳鹿线、346 国道、上海路、郑和路、339 省道、新港路、双浮路、通港路等代表主要展示廊道。

“数点”：指的是以门户节点、城市商业广场以及乡村地区散点布局的广告设施。

针对不同类型的城市特色空间，提出户外广告设施的总体引导和布局设置要求。

第三章 城市特色空间户外广告设施设置控制与引导

结合太仓城市整体城市特色空间认知，可分为城镇型和村镇型两类，六大片区。

第十条 中心城区片区

总体定位：太仓市域政治、经济以及文化主中心，。

设置要求：广告设施集中布局以城中片区、科教新城、娄江新城以及金仓湖的市级商业节点以及人民路、太沙路、岳鹿路、郑和路、新港路、204 国道以及 S339 省道等城市主要道路网为主。通过布局新媒体、新形式的户外广告设施，塑造高质量的太仓城市新形象，提升环境品质。

第十一条 港城副中心片区

总体定位：太仓市域副中心、沿江先进制造业基地、临港现代物贸园区、滨江新兴港口城市。

设置要求：广告布局以五洋滨江广场等商业空间为主。对标国内外著名港区，打造活力十足、创意丰富、独具特色的港区副中心广告设施意向。鼓励设置与长江文化、港城风貌相协调、展现现代发展城市特色的实物造型广告、新媒体广告。

第十二条 沙溪片区

总体定位：中国历史文化名镇、新型产业基地。

设置要求：广告布局以溪亭商业中心、雅圣商业广场、苏杭时代等商业空间为主。以文化创意为主要特色，适应古镇氛围的户外广告设施布局结构。鼓励设置与古镇风貌相协调、展现古镇特色的实物造型广告、新媒体广告。

第十三条 浏河片区

总体定位：苏州历史文化名镇、临沪滨江的生态休闲和旅游度假城镇。

设置要求：广告设施布局以镇区商业生活广场和镇区主路为设置重点，其广告设施和类型可采用郑和下西洋主题为设计理念的造型，鼓励采用新媒体新材质。

第十四条 双凤片区

总体定位：生态产业和城乡服务城镇。

设置要求：广告布局以双凤集贸等商业节点为户外广告设置布置重点区域，打造广告和区域环境整体有序、提升局部区域活力的结构布局。

第十五条 璜泾片区

总体定位：沿江片区现代农业城镇。

设置要求：广告布局以星驰未来影城、璜泾农贸市场等商业节点为主要宜设区域，从农业产业小镇的区域环境特色出发，设计与环境一体化的户外广告设施。

表 2 全域广告控制分区引导

控制类型	分区
城镇型	中心城区片区
	港城副中心片区
镇村型	沙溪镇
	浏河镇
	双凤镇
	璜泾镇

第四章 城市展示廊道户外广告设施设置分类控制与引导

第十六条 路段分段控制与引导

依据太仓国土空间道路交通规划，结合道路等级以及其周边用地性质分类，综合研判形成集中展示路段、适量设置路段、控制设置路段以及禁止设置路段四类，并提出相关控制与引导措施。其中：

表 3 城市道路交通等级分类表

交通等级编号	交通等级类型
A	快速路
B	主干路
C	次干路
D	支路

表 4 城市道路周边性质分类表

用地性质编号	用地性质名称
I	行政办公用地 A1，文物古迹用地 A7，外事用地 A8，宗教用地 A9，殡葬设施用地 H3，特殊用地 H4
II	居住用地 R，医疗卫生用地 A5，教育科研设计用地 A3，文化设施用地 A2，社会福利用地 A6，公园绿地 G1，广场用地 G3，河流水域 E1
III	工业用地 M1、M2、M3，交通枢纽用地 S3，物流仓储用地 W，交通场站用地 S4，公用设施用地 U，体育用地 A4，防护绿地 G2，区域交通设施用地 H2，公用设施营业网点用地 B4
IV	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

表 5 户外广告设施设置路段分类控制体系表

控制类型	编号范围
集中展示路段	B—IV，C—IV，D—IV
适量设置路段	A—III，A—IV，B—III，C—III，D—III
控制设置路段	A—II，B—II，C—II，D—II
禁止设置路段	A—I，B—I，C—I，D—I

集中展示路段：该区段主要位于城市商业中心等，该类型路段鼓励集中设置各类户外广告设施。

适量设置路段：除特殊规定外，户外广告设施设置无严格限制的区域，但其强度不得大于集中展示区段。

控制设置路段：此类区段原则上以公共设施附属广告为主。

禁止设置路段：该区域主要为政府管理机构以及特殊宗教等，此类区段禁止设置户外广告设施。

第十七条 路段分类控制与引导

依据太仓国土空间道路交通规划，结合道路等级以及使用性质，将全域道路分成商业办公型公路段、生活型路段、工业型路段、景观型路段以及交通型路段五类，并提出相关控制与引导措施。其中：

（1）商业办公型道路控制要求

①广告形式：以建筑附属户外广告、底座式户外广告及少量公共设施附属广告形式为主，鼓励智慧型、互动型等创新型户外广告设施形式。

②广告性质：体现城市活力商业氛围的商业广告。

③广告位置：结合商业商务建筑、人行空间及公共设施设置。

④广告照明：灯箱照明为主，大型广告以投光照明、发光字、LED屏和霓虹灯为主。

（2）生活型道路控制要求

①广告形式：以小型落地户外广告和公共设施附属户外广告形式为主。

②广告性质：鼓励融入一定比例公益广告。

③广告位置：结合人行空间及公共设施设置。

④广告照明：灯箱照明为主，不宜采用霓虹灯、电子显示屏等动态广告。

（3）工业型道路控制要求

①广告形式：宜采用大型户外广告设施（进行安全管控）。

②广告性质：与该区域的物流、仓储、工业产业等服务功能相协调的商业广告。

③广告位置：结合厂区建筑及周边场地进行设置。

④广告照明：以投光照明、发光字为主。

（4）景观型道路控制要求

①广告形式：鼓励采用独立式实物广告形式。

②广告性质：鼓励融入一定比例公益广告。

③广告位置：结合城市公园公共空间、公共设施设置。

④广告照明：以内发光照明为主，其余广告设置照明结合公共设施或景观照明，禁止强光、闪烁光。

（5）交通型道路控制要求

①广告形式：宜采用大型户外广告设施。

②广告性质：与该区域的物流、仓储、市场等服务功能相协调的商业广告。

③广告位置：结合厂区建筑及周边场地进行设置。

④广告照明：以投光照明、发光字为主。

第十八条 道路户外广告设施设置分类控制体系

综合道路等级和道路周边用地性质等因子叠加，提出道路交通边界户外广告设施管控强度，并提出分类控制与引导。

表 6 道路交通边界户外广告设施设置分类控制体系

广告类型	集中展示路段和 适量设置路段	控制设置路 段	禁止设置 路段	备注
建筑外墙附 属广告	●	●	○	满足墙面比例要求、画面要 求
建筑屋顶广 告	○	○	○	禁止设置
围墙广告	●	●	●	临时施工围墙可在一定时 间内设置项目相关广告及 公益广告，镂空围墙禁止设 置任何类型广告
桥身广告	○	○	○	禁止设置
电子屏广告	●	●	○	商业性节点、人车密集路 口、入口形象区域设置
公交站亭附 属广告	●	●	●	满足公益性广告设置要求
书报亭附属 广告	●	●	○	
公用电话亭 附属底座式 广告	●	●	○	
交通管理设 施附属广告	○	○	○	禁止设置
灯杆广告	●	○	○	允许在城市活动、节庆期

广告类型	集中展示路段和 适量设置路段	控制设置路 段	禁止设置 路段	备注
				间，一定时间内在部分区域 设置公益性的宣传广告
大型高立柱 户外广告	○	○	○	在城市建成区内应控制大 型高立柱户外广告设施 设置数量和位置，城市中心区 不应设置大型高立柱户外 广告设施
大型落地户 外广告	○	○	○	除城市大中型广场和会展 场所外，不宜设置在城市中心 区，可设置在机场、高速 公路入口及郊区公路两侧 等区域
底座式户外 广告	●	●	○	生活性道路和商业性道路 设置，路牌广告按本类广告 控制
立杆式户外 广告	●	●	○	限制设置规格尺寸和间距
跨街户外广 告	○	○	○	禁止设置
实物造型户 外广告	●	●	○	商业性节点、人车密集路 口、入口形象区域设置

宜设 不宜设

第五章 城市重要节点户外广告设施设置控制与引导

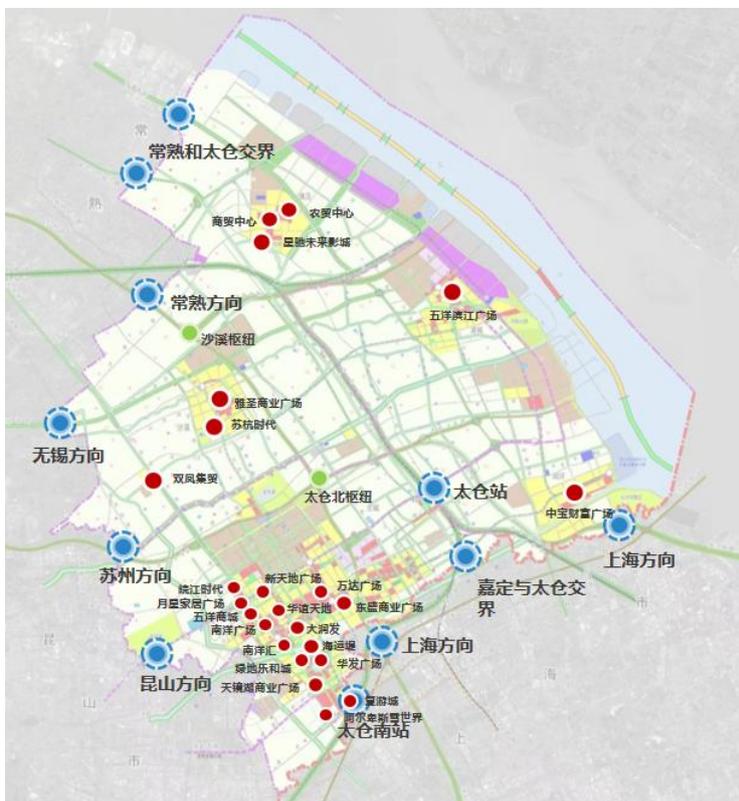
规划依据《太仓市国土空间总体规划（2021-2035年）》对于城市空间格局的规划，基于太仓市城市空间发展格局判断，将城市重要节点分为三大类：1、门户区域；2、商业中心；3、农林业及其他区域。

第十九条 门户节点户外广告设施规划指引

梳理太仓境内铁路、陆路、水路以及高铁站、汽车客运站、高速公路出入口、国道出入口区域，识别出9处门户节点和2处交通枢纽节点，其中门户节点包括常熟和太仓交界、沿江公路沿线、沈海高速沿线、锡太高速与太仓市行政边界交叉口、沪宜高速与太仓西行政边界节点交叉口、S339沿线、G204与太仓南行政边界交叉口、沈海高速太仓南行政边界交叉口等在内共9处；交通枢纽节点包括沙溪枢纽、太仓北枢纽两处节点。

门户节点可设置融合城市宣传及品牌宣传的实物造型广告，打造品牌，树立形象，使户外广告设施与城市门户的风貌特点相协调。成为城市景观名片，助力提升城市门户形象，凸显城市特色。

此外，严格要求枢纽户外广告设施设置的位置、大小、密度与色彩、照明等。不得采用与站场标识、交通导视色彩近似的色彩搭配及对比强烈的色彩；夜间不得使用强光、闪烁光，不得影响交通安全；亮度不得超过交通枢纽出入口亮度，不得与交通信号灯冲突。

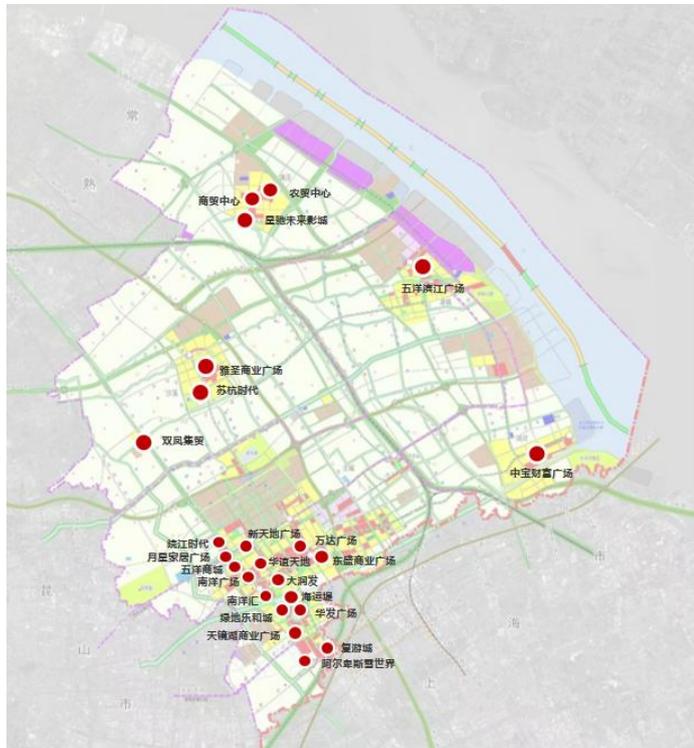


第二十条 商业中心节点户外广告设施规划指引

商业节点包括万达广场、南洋广场、天镜湖商业广场、东盛商业广场、中宝财富广场、五洋滨江广场、商贸中心、雅圣商业广场等在内共 24 处节点。

鼓励商业中心设置形式多样的户外广告设施，设置景观化、艺术化、场景化的户外广告设施，营造活力十足、特色鲜明的商业氛围。

严格要求户外广告设施设置的位置、大小、密度与色彩、照明等。鼓励新技术、新材料、高科技产品的应用，形成太仓标志性的户外广告设施景观。



第二十一条 乡村及其他节点户外广告设施规划指引

1、乡村地区

乡村型广告引导对象主要面向太仓美丽乡村和特色田园乡村，其中特色田园乡村：户外广告设置，应结合当地特色，与村庄田园风格保持协调，展示村庄特色，挖掘地方潜在资源，不影响村民生活为宜，达到广泛传播的效果。美丽乡村：广告应以控制为主，可沿道路节点设置部分展示村庄发展历程及良好风貌的公益宣传性广告。

2、文体、商务会展中心

文体、商务会展中心设置的广告应尽量简洁、大气、主题鲜明，通过采用现代化、国际化、精品化的表达形式，合理运用先进的技术，来演绎户外广告设施的时代感和艺术性，提升区域环境整体的品质。

B 代表性主体建筑上不允许设置其他任何形式的户外广告设施（除许可设置楼宇名称或采用霓虹灯、高清投影及新材料、新技术整体设计、用泛光照明显示建筑物的情况外）。广场内部广告建议为电子显示屏、投影等动态广告形式，便于及时更新内容。规范广告材料、制作规格，以及广告位置、高度等内容，精简信息量。

3、城市公园及绿地

严格控制户外广告设施的设置，仅允许设置公益广告。

户外广告设施设置形式应根据不同节点区域属性，与周边景观有机融合，鼓励打造有品质、有设计的城市景观公益广告。

第六章 规划实施管理

第二十二条 体系建立

落实三级规划体系，构建太仓市户外广告设施的全域、全方位、全产业链的落地管理实施方案，助力太仓市户外广告设施健康有序发展，为太仓市市容市貌、经济发展提供帮助。

（1）城市管理部门对管理相对人下达技术要求，管理相对人提出具体实施方案，由行业管理部门和市场监督管理部门审批：行业管理部门负责全市各类户外广告设置点位板块，市场监督管理部门负责各类户外广告内容板块。城市管理部门批准方案后，该方案可依法依规实施，实施过程由城市管理部门监管；行业管理部门负责全是户外广告板块，管理交叉部分由资规局、市场监督管理局和交通部门共同负责。

（2）成立太仓市户外广告联审机制，成员由广告行业主管部门和行业协会成员组成，联络办公室设在城管局，根据规划成果标准对广告的点位和设置细节进行许可审查，符合标准的允许设置，不符合标准的退回。会议每半年召开一次，依具体情况而定。

第二十三条 规划实施

1、户外广告设施总体规划在管理中的应用：广告设置和管理的最高技术依据。

2、户外广告设施详细规划在管理中的应用：户外广告设施建设的技术标准；户外广告设施设置与管理的样板。

3、户外广告设施详细设计在管理中的应用：户外广告设施的建设方案；按图施工、监理、验收。

第二十四条 管理培训

针对社会公众、户外广告设施各级管理人员以及户外广告设施从业者开展定

期培训，解读户外广告设施相关的法律法规、技术文件、政策导向；学习户外广告设施传播的基本知识；学习户外广告设施设置相关的美学、色彩学、城市规划等知识。

第二十五条 公共安全

规划建议户外广告设施产权主体单位除加强日常维护监管外，还需完善风险管控，为设施安全购买第三方责任险，维护好社会公共安全。

第七章 近期建设规划

本规划分为近、远两期实施。其中，近期实施期限为2024-2028年，远期为2029-2035年。

第二十六条 近期建设规划（2024-2028）

1、规划先行：构建户外广告设施三级规划管控体系，在本市级专项规划指导下，实施各区级户外广告设施详细规划编制，为户外广告设施设置与管理提供有效指导依据。

2、依法治理：依据现状设施评估，继续加大拆除存有安全隐患和违法违规的户外广告设施力度，基本消除城市局部地区户外广告设施无序乱象。

3、打造亮点：完成重点区域、路段户外广告设施提升建设，并选取重要节点打造示范性户外广告设施阵地，强调创意和创新，塑造城市户外广告设施特色与亮点。

4、开展户外广告设施信息管理平台建设，构建智慧城市户外广告设施管理体系。

第二十七条 远期建设规划（2029-2035）

1、对太仓市户外广告设施进行市域范围内的全面治理与提升。

2、完善户外广告设施管理和规划实施制度，形成长效管控机制。

第二十八条 分期实施建议

1、对于设置期未满并不符合户外广告设施设置规划的违规户外广告设施应在设置期满时进行逐步拆除，对于设置其未满但对交通、人身安全有较大隐患的户外广告设施应予以拆除。

2、对于不符合户外广告设施设置规划的违规户外广告设施不再予以延长设置期或在期满时重新签订设置期。

3、对于重点区域的户外广告设施，应及早建立长效监控与动态更新机制。

第八章 附则

第二十九条 规划成果组成

本规划成果文件由规划文本、规划图件、规划说明书组成。规划文本和规划图件具有同等法律效力，两者同时使用，不可分割。

第三十条 规划效力

本规划经太仓市人民政府批准后即具有法律效力，太仓市域范围内从事户外广告设施设置详细规划编制及户外广告设施方案设计，以及户外广告设施的设置、经营、管理活动均需依照本规划实施。

第三十一条 规划审查审批程序

本规划报经太仓市人民政府批准后生效，是本市户外广告管理的法定性文件，也是实施户外广告设施设置的基本依据。

第三十二条 规划解释权

本规划由太仓市城市管理局负责解释。

附图

