

# 基于城市形象建设下的户外广告规划

## ——以《聊城市户外广告设施专项规划》为例

边文赫

中国城市发展规划设计咨询有限公司

**摘要：**户外广告是构成城市形象的重要元素之一，是城市文化的有形体现。《聊城市户外广告设施专项规划》围绕着城市形象建设的角度，从“面、线、点”三个层面通过刚性控制与弹性引导相结合。不仅实现户外广告设施的规划全覆盖，还制定了符合聊城市地方管理的技术导则。避免了千城一面的户外广告形象，为聊城市打造一张专属的对外“名片”。

**关键词：**户外广告；城市形象；刚性控制；弹性引导

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2023.04.005

### 引言

户外广告作为一种传播媒介和手段已经深深融入城市生活的各个角落。作为城市形象的外在体现，布局合理、制作精良、展现城市文化底蕴的户外广告无疑成为城市之间发展和竞争的加分项。然而，如何围绕城市形象实施具体可落地的户外广告设施专项规划成为城市管理部门面临的难点。

聊城市于2021年开展了《聊城市户外广告设施专项规划》的编制工作，本规划强调以城市形象为核心，关注户外广告设施地规划和利用，通过专项规划、导则和实施建议为城市户外广告规划与管理提供了有力的抓手。

### 一、我国主要城市户外广告设施专项规划编制情况

随着新的行业标准《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）出台，标志着我国越来越重视城市的高质量发展，不断地提升城市地精细化管理水平。北京、上海、深圳、广州等主要城市结合最新标准修编了户外广告专项规划。

北京市编制的《北京市户外广告设施设置专项规划（2021年—2030年）》根据城市功能定位和空间结构布局，明确了商业户外广告设施三类设置区域的划分标准，确定了户外广告设施总量、类型及设置密度、面积上限等规划指标。为了衔接北京城市总体规划“一核一主一副、两轴多点一区”的市域空间结构，专项规划对首都功能核心区、中心城区、北京城市副城区、两轴地区、平原地区新城和生态涵养区等不同分区的户外广告设施的风格色彩、照明等，均明确了不同设置要求。

上海市2022年启动《上海市户外广告设施设置阵地规划》（修编）。原有规划通过对城市功能结构和空间环境的统筹考虑，按照展示区、控制区、禁设区来划分控制分区，并针对分区提出不同的控制要求。结合户外广告设施的空间布局，对于户外广告设施管理提出通则要求，包括“禁止性条款”和“控制性条款”两部分。修编的规划延续原有的控制手段，增加了具体实施方案，更便于城市管理者全面掌控城市户外广告设置情况。

深圳市编制的《深圳市户外广告设施设置专项规划（2021-2035）》从分区和分类两大方面对城市户外广告设施进行重新规划升级。其中分区体系由基础分区和特色地区共同组成，分类设置则是根据户外广告设施类型分为禁止、可设和鼓励类。对每个片区进行了详细的规划分区，便于下一层次的规划落实。

广州市编制的《广州市户外广告专项规划（2020-2025）》从空间布局 and 品质控制两个层面完善户外广告设置管理体系。同时对广州市各个城区的商业广告的布局详细到具体路段长度和位置，达到城市设计的深度。

以上主要城市的户外广告设施专项规划都是采用“规划+规范”的编制模式，注重城市总体层面上规划指引，从城市的风貌格局，区域功能和道路性质划分设置区域，对城市重点城区提出进一步详细的规划用以指导下一层级的规划。

### 二、基于城市形象的户外广告编制体系

#### （一）户外广告专项规划在实际编制中存在问题

户外广告设施专项规划的编制虽然有通用技术标准，相似的设置分区原则，但这些放之四海而皆准的规划内容直接后果是导致城市丧失自身特色。户外广告作为城市形象对外展示的载体，是宣传城市文化，提高城市竞争力的有效手段。只有加强城市形象的提炼和挖掘，蕴涵城市特色和文化编制的规划才是真正能够被地方认同，实现城市户外广告的良性发展。

#### （二）解决问题的规划方法

##### 1. 构建城市形象体系

塑造城市形象需要把城市面貌、城市活动、城市理念三个方面共同进行统一塑造。城市面貌是城市形象的基础；城市活动是城市形象塑造系统中的行为部分；城

市理念是一个城市发展的生命力，也是城市管理者和城市居民对城市的共同理想，是城市形象的灵魂。这三部分内容上互相对应、相互吻合，形成一个统一的整体，才以真正的塑造城市形象。<sup>【1】</sup>遵循提取的聊城市城市形象，指导户外广告设施在特色表达、空间布局、色彩选择以及形式内容等方面地展现。

### 2. 户外广告设施控制全覆盖

对城市中户外广告从空间和设施上实施规划控制全覆盖。空间上按照“面、线、点”三个层面实现户外广告在城市总体空间的全覆盖。设施上对所有户外广告类型控制实现全覆盖，包含附着式、独立式和新技术式户外广告等，提高规划的实用性和针对性。

### 3. 规划与实施建议相结合

以往的户外广告设施规划的编制内容包括：户外广告设施设置的通用导则、户外广告空间控制及各个分区指引、重点分区的编制建议。本次专项规划围绕城市形象，根据总体的规划控制要求，选取城市中重要节点，依据空间和设施的控制要求开展详细设计作为实施建议，便于满足城市管理者的实际需求。

## 三、项目概况

### （一）聊城市发展概况

聊城市位于山东省西部，是冀鲁豫三省的交界城市；同时也是“大运河文化带”与“黄河生态经济带”两大国家战略唯一交汇城市；随着郑济高铁与京九高铁的贯通，两大国家级高铁经济走廊交汇于聊城。聊城迎来了前所未有的发展机遇，成为连接政治中心和北方经济中心的战略支点，实现了“北方经济金三角”的升级。

### （二）规划内容及方法探索

#### 1. 城市形象指导户外广告设施设置

上位规划对聊城市的城市理念概括为“魅力宜居水城”，城市面貌定位为“江北水城，运河古都”，可见聊城既有水的灵动，又包含了古都的厚重。作为山东省新旧动能转换的龙头城市，聊城的城市活动聚焦绿色创新，力求科技发展；因此总结聊城的形象定位为“古韵摩登，灵秀多彩”。户外广告设施的设置应与城市形象相符合，凸显城市独特。

“古韵”代表依托聊城历史文化名城的深厚底蕴，延续古都文化，塑造符合古都风貌的户外广告设施和招牌。通过创意表现凸显文化内涵与商业诉求，融合城市美学设计，塑造鲁风雅韵的城市文化魅力。“摩登”指的是户外广告设施和招牌需聚焦绿色创新，摒弃设施陈旧和工艺落后的材质，优先采用具有高科技、高信息量的新媒体广告和招牌形式。“灵秀”要求户外广告设施和招牌应形成布局合理、设置有序、管理规范，具有

聊城特色的“灵秀”新格局。“多彩”提取聊城独一无二的城市色彩，应用到户外广告设施和招牌设置。兼顾城市夜间亮化，激发城市多元活力场景，尽显聊城风貌。

### 2. 空间和设施全覆盖的规划方法

#### （1）空间布局控制

户外广告从“面、线、点”三个层面实现空间布局全覆盖，并结合城市风貌分区，构建聊城市特色化的户外广告体系。

“面的控制”：以《聊城市城市总体规划（2014-2030年）》确定的用地性质为基础，明确城市用地与户外广告设施的关系。划定聊城市户外广告设施的控制分区，分别是集中展示区、一般控制区、严格控制区和禁止设置区。在分区控制的基础上，结合《聊城市国土空间总体规划（2021-2035年）》分别在主城区和副城区划定的八个城市风貌区，提出每个风貌区内户外广告设施的控制要求和控制原则。

“线的控制”：当不同等级的道路（城市快速路、主干道、次干道、支路）及线性景观带与四类控制区（集中展示区，一般控制区，严格控制区，禁止设置区）产生交集，形成鼓励类、严控类、禁止类三种线性界面，并对界面两侧空间内的户外广告设施提出设置要求。

“点的控制”城市重要节点主要为三类，分别为景观节点、门户节点和商业节点。根据节点的特点制定针对性的设置要求，强化区域特征，凸显城市特色。

#### （2）设施设置控制

按照《城市户外广告和招牌设施技术标准》并结合聊城市发展情况，对现有的户外广告进行分类的同时明确哪类是禁止设置的、控制设置的和鼓励设置的。

表1 户外广告设施分类表

		禁止类	控制类	鼓励类
附属式 户外广告设施	建(构) 筑物	屋顶广告 窗户广告 门楣广告 建筑立柱广告	平行式广告 垂直外挑式广告 骑楼檐下广告 围墙围挡广告	橱窗广告
	公共设 施	电线杆广告 招贴栏广告 交通安全设施广 告	公交候车亭 公用电话亭广告 桥体广告 地下人行通道广告 灯杆广告	——
独立式 户外广告设施		大型高立柱式广 告	大型落地式广告 立杆式 底座式 实物造型广告	——
移动式 户外广告设施		——	船舶广告 空中移动广告 车辆广告	——
新技术 户外广告设施		——	——	投影广告 虚拟现实广告

聊城市户外广告设施的规划对于传统的户外广告规划设置分区及分类要素控制的方法进行针对性的调整。既遵照城市形象，同时按照城市风貌分区对于空间布局和设施设置提出控制要求，有效地展示城市不同片区户外广告的设置区别及联系，更具操作性和针对性，也实现了对户外广告设施从空间布局和设施类型的全覆盖的目标。

### 3. 展现城市特色的色彩指引

户外广告是城市色彩的组成部分之一，能够体现一座城市的气质和魅力，见证城市独有的历史记忆。从聊城历史、人文、地理、民俗等角度出发，经过现场调研，梳理和提取出城市的关键色谱与色域。聊城两大主色分别是红棕色系的暖色和蓝绿色系冷色，符合“古城”的稳重暖色和“水城”的清新冷色。

将城市发展看作一个动态变化过程，立足现今，向过去追索成因，关注现况成因，认识和把握城市发展的脉络与进程，提出符合学理的、符合城市发展规律的色彩图谱。古时聊城城区内传统建筑规制完整，色彩格局

明确有序。光岳楼红墙黑瓦，山陕会馆朱红暗褐，彩绘彩饰丰富。民居胡同灰瓦灰墙，整体呈现低调沉稳的暖色。近代古城周边的建筑广泛应用米色和金色的建筑材料，与古城相呼应。体量大、反射率高的玻璃，金属材料日趋增多。当代新城建设时广泛采用金属构件与淡蓝色的玻璃幕墙。城市色彩风貌，继续向新颖多变，时尚科技冷色方向发展，熠城彩市正在成为新建城区色彩风貌的趋势。

### 4. 制定具有聊城特色的户外广告技术导则

聊城市户外广告设施地技术导则与规划是相配套的。导则作为专项规划内容的补充，对规划中提出的户外广告分类制定了相应的尺寸、位置、材质和形式等要求。同时结合城市形象和风貌分区，对于各类户外广告设置位置、照明和材质做了相应规定，避免了导则通则化对城市广告控制出现千城一面的情况。此外考虑到市民设置户外广告的需求，增加易懂可操作的市民服务手册，从设置位置、风貌要求、设置负面清单、审批等全流程的指导。

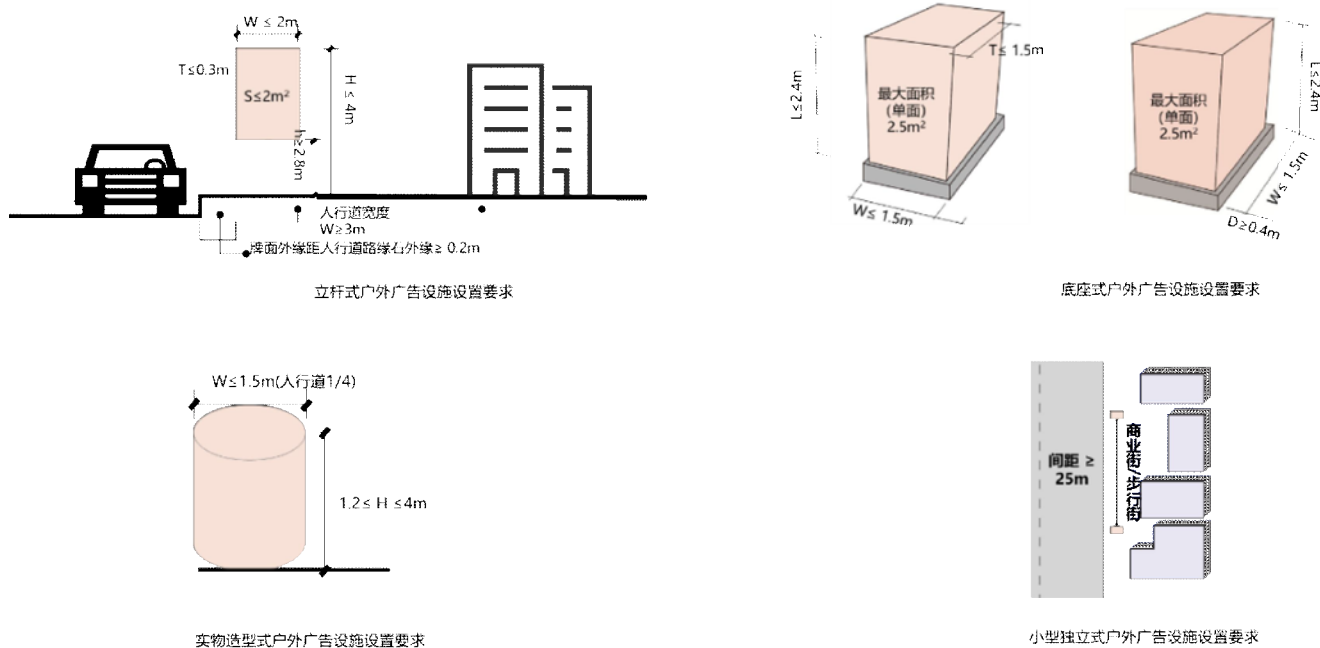


图1 广告设置导则示意（作者自绘）

## 四、结语

城市社会经济飞速发展的今天，城市的户外广告数量不断增多，成为越来越影响城市形象的外在景观。本文从城市形象建设的角度出发，提出城市户外广告建设的规范性要求，探索符合城市形象的户外广告规划的编制内容与方法，解决实际管理中的需求问题，让户外广告成为城市流动的风景线。

### 参考文献

[1] 张金花. 户外广告与城市形象建设[J]. 山西财经

大学学报, 2005 (10): 48-51.

[2] 杨一帆, 肖礼军, 伍敏. 从单幅广告管理走向场所整体协调——《苏州市市区户外广告设置专项规划》的技术探索[J]. 规划师, 2011 (3): 39-43.

[3] 廖炳英, 展映辉. 城市户外广告规划的可操作性途径探索——以攀枝花市户外广告规划为例[J]. 规划师, 2013 (7): 173-176.

[4] 刘桃良. 论户外广告对城市形象的塑造[J]. 广告研究, 2015 (4): 49-51.