

# 城市高铁新区户外广告设施布局研究

## ——以赣州市高铁新区户外广告设施规划为例

文 / 彭海文 赣州市国土空间调查规划研究中心

林 萍 赣州市国土空间调查规划研究中心

**摘要：**高铁新区是现代城市发展中重要战略区域，是交通枢纽，更是城市拓展和能级提升的重要引擎，是传递时代信息，促进城市商业繁荣，突出城市形象特色的重要区域。户外广告设施作为高铁新区新名片中重要展示窗口，是城市形象展示的重要组成部分，对市容市貌具有深刻影响，为城市发展带来巨大社会效益和经济效益。研究构建城市高铁新区户外广告设施布局体系有助于提高户外广告设施布局科学性、合理性，为城市高铁新区户外广告设施设置和管理提供参考依据。本文以赣州市高铁新区户外广告设施规划为例，构建“宏观定结构、中观控要素、微观重实施”的多层级布局体系，将户外广告设置与城市建设紧密结合，促进城市商业繁荣，突出城市形象特色，以期望为城市高铁新区户外广告设施布局建设及发展走上标准化、规范化、科学化道路提供相关思路。

**关键词：**城市高铁新区；户外广告设施；布局研究

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2025.23.012

### 引言

高铁新区是新型城镇化战略与高铁战略结合的微观产物<sup>[1]</sup>。在全国“四纵四横”主要高铁网上，约70-100个的高铁新区正在规划和建设中<sup>[2]</sup>。高铁新区作为区域经济增长极和产业转型升级的引擎，是重塑城市门户形象，打造现代化、高品质的城市新名片。户外广告设施成为这张新名片的重要展示窗口，随着经济建设的迅猛发展，对城市整体形象的构成有着非常重要的影响<sup>[3]</sup>。但户外广告设施设置仍存在诸多问题，例如在商业价值高的繁华区域，各类广告在形式、色调、规格上缺乏统筹规划，影响城市容貌；以及个别不雅的商业性广告影响城市窗口形象，局部地段的大型立柱式广告设置存在影响交通和行人的安全性隐患等。本文以赣州市高铁新区户外广告设施规划为例，深入分析高铁新区户外广告设施布局现状及问题，规划构建“宏观定结构、中观控要素、微观重实施”多层级布局体系，为城市高铁新区户外广告设施布局建设及发展走上标准化、规范化、科学化道路提供借鉴。

#### 一、赣州市高铁新区概况

赣州市高铁新区位于中心城区经开区内，东临西城片区，南有大广高速，北靠黄金机场。具体范围东至虎笑岭路、思源路，南临章江、上犹江，西接大广高速，北到黄金机场、岗边大道，面积约24.19平方公里。

#### 二、赣州高铁新区户外广告设施布局情况及存在问题

##### （一）户外广告界定

本文所指的户外广告，是指在户外独立或借助建筑（构）筑物设置的、向公众显示商业、服务信息的商业性广告，宣传及教育的公益广告，分别为建筑依附型广告设施、公共设施上的户外广告设施和地面上的户外广告设施。

##### （二）布局情况

现状户外广告设施布局数量少、种类少，在凤岗镇区的朝阳西路、朝阳东路、凤岗南街、新竹路等主要道路两侧设置了大量墙面广告和店招牌，在黄金机场入口广场设置了两个大型高立柱式户外广告设施，在开发建设地段及西站东广场布置了少量的临时广告和公益广告。

##### （三）存在问题

通过分析发现问题包括：一是户外广告设置杂乱无序，缺乏规划的有效指引，表现为户外广告牌高低不一，参差不齐等；二是户外广告设置位置不合理、比例不协调，例如墙面广告设置位置不合理，且广告版面篇幅与墙面的比例不协调。三是公益广告比例小，达不到户外广告设置技术规范的比例要求。

### 三、赣州市高铁新区户外广告设施规划

##### （一）发展定位

规划结合赣州市城市总体发展定位，户外广告设置规范和高铁新区发展趋势，明确本规划发展定位为：展示现代化的城市风貌，传递赣州新时代文化气息。

##### （二）户外广告设施布局体系构建

规划采用“宏观—中观—微观”方法，构建了“宏观定结构、中观控要素、微观重实施”的多层级布局体系。宏观统筹整体片区，推动差异化设置，确定高铁新区户外广告设置的整体框架；中观以城市功能区域划分，引入区域形象识别系统理念，采取“分区分类”方法提出控制要求；微观落实控制要求，制定通则，细化实施管控，满足户外广告行政审批要求，成为高铁新区户外广告管理和建设的依据和支撑。

##### （三）户外广告设施空间结构布局

###### 1. 构建户外广告设置适宜性评价体系

规划建立系统的户外广告设施设置适宜性评价体系，评价要素选择对户外广告发展有动力和阻力作用各类

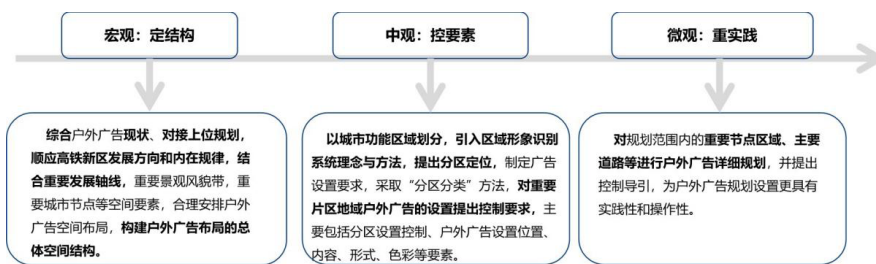


图 1 规划技术思路

因子，包括城市空间环境、城市景观要素和城市道路等级 3 个一级评价因子和城市功能分区、广场、道路交叉口、建筑载体高度、山丘、名木古树、河流、文化遗址、高速路、快速路、主干路、次干路、支路等 13 个二级评价因子，运用层次分析法（AHP）、专家打分法确定各因子的权重。通过适宜性评价结果得出：评价价值最高的区域包括以高铁为核心的商务区和其他商业区；评价价值较高的区域包括快速路、主干道和次干道红线外一定距离内的两侧区域；评价价值中等的区域包括高铁核心区外围、黄金机场、物流仓储、居住区等；评价价值低的区域包括河流两岸、绿地等；评价价值为零的区域包括道路红线范围内、山脚线内，河流内等。



图 2 户外广告设置适宜性评价分析图

## 2. 户外广告设施空间结构

根据适宜性评价结果，依据“面集中，线突出、点展示”的结构布局理念，规划形成“一核、四轴、五区、多点”的户外广告设施空间结构。

“一核”是以高铁西站为核心所形成的核心区域。户外广告设置应展现高铁新区现代化、富有活力的门户形象以及赣州城市发展、经济腾飞的新区印象，同时注意保护上犹江、章江两岸的自然风光和人文风光。

“四轴”包括飞翔大道和凤岗大道（对外形象展示轴）、机场大道—振兴大道和客家大道西延（内部综合景观轴）。对外形象展示轴承担着对外门户形象的展示功能，是高铁新区与其他城区内外联系的主要通道和对外窗口，应体现高铁新区现代化、经济发展的形象。内部综合景观轴，承担着连接各功能片区和重要节点的功能，应分区段分类设置户外广告。

“五区”为高铁核心商务区、空港物流区、现代仓储物流区、生态景观宜居区、现代风貌居住区。高铁核心商务区形象定位为“城市名片”，户外广告设置应展现商务办公、高端展贸、科研创新等现代化、科技化元素；空港物流区形象定位为集航空枢纽、物流仓储于一体的综合片区，户外广告需结合产业特色、空港联运高线复合的特色进行设置；现代仓储物流区形象定位为高铁枢纽物流中心，户外广告设置应体现产业特色和现代化、科技化气息；生态景观宜居区形象定位为环境空间宜人，生活气息浓郁的生活区，户外广告设置应展现生态、美观的风貌；现代风貌居住区形象定位为商业、景观、生活结合的居住区，户外广告设置须展现都市时尚、高效现代、温暖舒适的生活氛围。

“多点”指区域型交通场站、大型单体建设以及对外道路互通立交等。作为高铁片区的重要节点以及户外广告设置的重要展示点，包括高铁西站、黄金机场、会展中心、互通立交。

## （四）户外广告设施分区分类管控

### 1. 总体规划分区

规划分区分为集中设置区、控制设置区和禁止设置区。集中展示区分布在高铁新区核心商务区以及居住邻里中心，管理上适当弹性；控制设置区分布在高铁新区仓储物流区内、沿着高铁线路和主要交通性道路两侧区域、机场以及大型文化体育设施周边区域，对户外广告的位置、形式、色彩等方面进行一定的限制；禁止设置区分布在生态景观和现代风貌居住区内和核心区内行政办公区域。

### 2. 分类设置管控

规划集中展示区包括商业和商住用地，可设置建筑墙面广告、底座式广告等类型，禁止设置高立柱式户外广告；控制设置区分为 3 类，I 类包括图书展览、文体等用地，可设置建筑墙面广告，底座式广告等类型；II 类包括物流仓储、加油加气站等用地，可设置建筑墙面广告、围墙上广告等类型；III 类包括绿地、农林用地、铁路用地，可设置高立柱式商业广告；禁止设置区包括行政办公、居住、教育、市政设施、机场等用地以及水域，除个别可在活动期间设置临时性户外广告外，严格禁止设置户外广告。

## （五）户外广告设施设置通则及重要节点区域规划

### 1. 高铁新区户外广告设置的基本要求

具体包括：高层建筑玻璃幕墙上禁止设置户外广

告；上犹江一章江北岸100米范围内，池溪、社官背河等水系两侧20米范围内的各类绿地禁止设置商业户外广告；厦蓉高速、飞翔大道、机场大道等城市高速公路和快速路两侧及其交叉口30米范围内禁止设置户外广告；赣州黄金机场航站楼、高铁站房两侧各5米范围内不应设置户外广告；在机场周边区域禁止设置闪光广告，所有广告灯光不得对飞机飞行造成干扰以及户外广告设置高度不得超过机场规定的限高要求。

### 2. 规定了不得设置户外广告的其他情形

具体包括：利用城市桥梁和立交桥的；利用建筑玻璃窗、玻璃幕墙等遮挡建筑窗户，妨碍建筑采光的；延伸扩展至道路上方或者跨越道路的；有影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用情形的；妨碍无障碍设施使用的；妨碍生产和居民正常生活，损害城市容貌或者建筑物形象情形的。

### 3. 户外广告设置的具体要求

(1) 建筑依附型广告：平行于墙面设置的，宽度应与墙面相协调，四周不得超出墙面外轮廓线；高层建筑主楼墙面的广告，宜设置镂空文字及图案等形式；依附于多层建筑、裙房或附楼主体墙面的广告，在建筑同一立面成组广告设置须规格、形式一致，集中布置。

(2) 垂直于建（构）筑物外墙广告：外沿距建筑物的立面不得超过1.5米，且不得超过临路路面宽度的1/10，下沿距地面不得低于4.5米；垂直于建筑物主立面的户外广告，其上端不超过所依附建筑屋顶平台防护栏或屋顶女儿墙，且距地面不得超过24米。

(3) 围墙广告：建筑工地围墙广告，总高小于4米，牌面突出墙面距离小于0.2米。实体围墙墙面上的户外广告设施，突出墙面距离应小于0.1米，高度不得超出围墙高度，且上端距地面距离小于4米；空围墙上不得设置户外广告设施。

(4) 公共设施上的户外广告：依附于公交候车亭、电话亭，广告牌面单面宜小于5.5平方米，总高小于2.5米。依附于灯杆、电杆等的广告，广告牌面底部距离地面高度大于3米，外缘水平投影距人行道侧石大于0.2米，单侧宽度小于0.5米，牌面高度及厚度小于2米，每杆广告数量不超过2幅。

### 4. 重要节点区域及特殊类户外广告规划

#### (1) 重要节点区域户外广告详细规划

高铁站东广场：以户外广告设置适宜性评价为基础，对高铁站东广场周边的交通、视线进行分析，梳理出适合的广告布点及类型，并提出管控要求。

主要交通性道路：既要体现特有高铁新区经济特色，又要营造良好的城市景观<sup>[4]</sup>，包括快速路、城市主次干道，设置户外广告类型为大型高立柱式户外广告。规划设置10个高立柱式户外广告，其中三面形式4个，双面形式6个。

#### (2) 特殊类型户外广告详细规划

公益广告主要设置在重要交通性道路、城市开敞空

间和交通枢纽等区域。广告内容以城市精神文明建设、城市品牌和公共信息广告等为主，设置比例达到20%以上。

临时广告规划主要设置在交通性道路、生活性道路、施工围墙上等地方，内容以单位举办大型活动时与活动相关的主题和反映重要节假日及庆典活动主题为主。

### (六) 规划成效

自规划编制实施以来，有效指导了赣州市高铁新区户外广告设施的设置，以及公益广告、临时广告和高铁站东广场户外广告等建设，具体为：一是成为高铁新区户外广告设置和管理以及相关工作的依据与支撑。规范了高铁新区户外广告设置和管理，适应高铁新区户外广告需求增加的趋势，为户外广告设置和管理提供参考依据。二是明确了高铁新区户外广告设置分区及管控要求。以城市功能区域划分，引入区域形象识别系统理念与方法，采取“分区分类”方法，进行差异化的控制要求，有效指导了高铁新区户外广告设置，整治了户外广告设置位置不合理、比例不协调、公益广告比例小等问题。三是指导高铁站东广场户外广告详细规划，提升了广告的积极影响。高铁西站东广场的广告效益较高，综合安全需要、商业价值、公益宣传等多因素，保证人行、车行安全，按照控制要求对依附构筑物广告、建筑外包广告和临时广告等进行布局，使得户外广告的商业价值和公益价值得到充分体现。四是有效地推动公益广告的设置，规范了公益广告设置要求及比例，使得公益广告充分展现城市精神文明、城市品牌、城市标志、公共信息等内容，提升了城市品牌形象。

### 结语

随着现代交通系统升级，高铁新区成为整合交通、商业、商务、会展等服务于一体的城市新型功能区，是现代城市发展中重要战略区域，是重塑城市门户形象，打造现代化、高品质的城市新名片。户外广告设施作为高铁新区打造城市名片的主要展示窗口，是城市形象展示的重要组成部分，并带来巨大社会效益和经济效益。因此，深入分析高铁新区户外广告设施布局的现状及问题，研究构建城市高铁新区户外广告设施布局体系，有助于提高户外广告设施布局科学性、合理性，为城市高铁新区户外广告设施设置和管理提供参考依据。

### 参考文献

- [1] 史官清, 李银海, 林碧扬. 高铁新城对完善城镇体系的作用[J]. 沈阳大学学报(社会科学版), 2016, 18(3): 294-298.
- [2] 李伯牙, 郭婧. 70余座高铁新城在规划建设: 配套不足难聚集人气[N/OL]. 21世纪经济报道. 2015-11-21.
- [3] 孙平, 熊平秀, 潘莹璐. 城市户外广告设置理论与城市整体形象构成[J]. 江西社会科学. 2004, 第10期.
- [4] 张静, 陈武. 城市户外广告规划探索—以温州市城市户外广告设置规划为例[J]. 规划师, 2001(4): 53-55.