

## 文字目录

<b>一、规划概述 .....</b>	<b>2</b>
(一) 规划背景.....	2
(二) 规划区界定和规划对象.....	3
(三) 规划根据.....	3
(四) 规划指导思想和原则.....	4
<b>二、现实状况调查及评价 .....</b>	<b>5</b>
(一) 规划区空间现实状况.....	5
(二) 广告设置现实状况与评价.....	9
<b>三、户外广告功能定位及控制总则.....</b>	<b>15</b>
(一) 上位规划解读.....	15
(二) 功能定位分析.....	16
(三) 广告设置定位.....	17
(四) 空间景观分析与广告设置分段控制.....	18
(五) 户外广告设置通则.....	22
<b>四、户外广告和店招设置规划.....</b>	<b>28</b>
(一) 附属建筑户外广告和店招设置总量控制.....	28
(二) 附属建筑物立面户外广告和店招设置详细规划.....	29

(三) 开放空间户外广告和店招设置 .....	32
(四) 户外电子显示屏广告 .....	33
<b>五、规划实行措施 .....</b>	<b>34</b>
(一) 统一户外广告设置原则 .....	34
(二) 加强户外广告设计，保障设置品质 .....	34
(三) 健全户外广告设置审批与管理 .....	34
(四) 加强户外广告长期有效管理 .....	34

## **一、规划概述**

### **(一) 规划背景**

户外广告是由都市自然及人文诸元素共同构成的都市综合景象，即可视化形式信息的总和。伴随社会经济的迅速发展，都市户外广告已成为都市环境建设的一种重要构成部分，是一种都市政治文明和经济繁华的视觉显现，不仅具有商业价值，并且具有个性化特性和人文价值，可以精确地折射出都市的文明程度和文化特性，是打造特色都市的主力军之一。近年来，户外广告为推进杭州市经济社会发展发挥了积极作用，成为杭州都市文明的外在体现、塑造都市形象和推广都市品牌的重要平台。同步户外广告设置作为政府有关公共政策的重要构成部分，顺应目前社会主义市场经济的宏观环境，在投资主体和利益主体多元化背景下，寻求公共资源配置的公平化方式。

钱江路位于钱江新城，是一条年轻的新城道路。北连城东新城，南至城南复兴、之江地区，是都市东部重要的主干路之一，也是新城内最重要的南北向道路。钱江路是杭州都市东扩、沿江发展的浓缩窗口，见证了钱江新城的迅速发展，代表了杭州高原则、高品质的新城建设水平。

道路沿线有现实状况已经建成的市民中心、钱江新城管委会、杭州妇女活动中心等重要公共服务设施和凤凰城、望江商业、钱江国际、太和广场等多种商务写字楼写字楼，以及观音塘小区、新城国际、赞成林枫、滨江金色家园等多种住宅小区，道路两侧有相称数量的土地尚未开发，包括正在建设的上城区公建中心和一定数量的居住房产开发。钱江新城是杭州 CBD，市级行政办公、商务商贸的关键所在，因此钱江路将是展现杭州都市建设水平的最重要路段，其广告设置的好坏直接影响到杭州风景旅游都市的都市景观和品质之城的建设，对都市功能的正常发挥举足轻重。怎样合理设置广告，使其在发挥经济社会效应的同步，成为都市的一道亮丽的风景线，是本规划需要处理的主线问题。

为深入提高钱江路两侧户外广告设置品质，规范广告设置行为，实现打造生活品质之城，争创全国文明都市的目的，受杭州市都市管理委员会委托，根据已编制的《杭州市区户外广告设置总体规划》、《杭州市户外广告设置技术规定》、《杭州市户外广告和店招设置详细规划编制导则》（2023），编制本规划。

## （二）规划区界定和规划对象

### 1、规划区范围划定

本次规划路段起讫点为之江东路—钱江四桥，路段长 7.74 公里。

广告设置空间：由临街的建筑立面和道路绿化空间、建筑后退红线等街道开放空间，所围合的户外广告和店招设置的三维空间，是规划重点区域。交叉口建筑的此外一侧立面也应划入广告（店招）规划空间。本次规划户外广告设置空间范围面积约 166.19 万平方米。

### 2、规划对象

本规划控制的对象是户外广告和店招设施，包括：

- （1）运用建（构）筑物、场地、开放空间等载体设置的户外广告设施。
- （2）企事业单位和其他组织及个体工商户在其经营或者办公场所设置的店招、标识等户外招牌设施。

### **(三) 规划根据**

#### **1、法律、法规**

- (1) 《中华人民共和国城镇规划法》(2023 年 1 月)
- (2) 《中华人民共和国广告法》(1995 年 2 月)
- (3) 《浙江省户外广告设施技术规范》(2023)
- (4) 《杭州市城镇规划条例》(2023 年 10 月)
- (5) 《杭州市户外广告管理措施》(杭州市人民政府令 128 号)
- (6) 《杭州市都市市容和环境卫生管理条例》(2023 年)
- (7) 其他有关杭州市有关户外广告和店招管理的法规、条例、技术原则

#### **2、有关规划及文献**

- (1) 《杭州市都市总体规划(2023-2033 年)》(2023 年 2 月国务院批复)
- (2) 《杭州市区户外广告设置总体规划》(2023 年)
- (3) 《户外广告设置管理规范》(2023)
- (4) 《户外招牌设置管理规范》(2023)
- (5) 《杭州市区户外广告设置技术规范》(2023 年)
- (6) 《杭州市户外广告和店招设置详细规划编制导则》(2023 年)
- (7) 《杭州市都市户外电子广告屏规划与设计》(2023 年)
- (8) 《杭州市户外公益广告设置规划》(2023 年)

## **（9）有关分区规划及控制性详细规划等上位规划（四）规划指导思想和原则**

### **1、规划指导思想**

户外广告和招牌的设置规划应充足体现杭州深厚的历史文化底蕴和精致、友好、大气、开放的现代化都市气息，接轨国际，与“东方品质之城、幸福友好杭州”的定位相匹配。坚持品质提高与文化内涵相统一，整体规划与彰显特色相统一，总量控制与品质优化相统一的原则，以“总量控制、规范有序、形式多样、品质上乘、特色鲜明”为导向，构建杭州户外广告设置规划的新体系。

根据户外广告和店招设置自身的特点和规律，在符合广告总体规划控制规定及控制总量的前提下，针对钱江路已形成的公共服务、商务办公和品质居住功能，整体规划、合理布局，侧重于规划指导及规划控制，明确钱江路广告设置详细规划，作为此后户外广告设计、审批、管理的直接根据。

### **2、规划原则**

（1）都市美学原则。严格按照建筑美学、色彩美学等规定设置户外广告，户外广告的设置不得影响建筑轮廓线和建筑肌理以及建筑元素，与道路区域特点建筑物特色有机结合，与杭州精致友好的都市气质相吻合，体现杭城特色和品质。

（2）规范设置原则。在《杭州市区户外广告设置总体规划》、《杭州市区户外广告设置技术规范》、《杭州市户外广告和店招设置详细规划》的指导下，明确户外广告设置区域分类，设置原则、规定，合理、有序、规范设置。

（3）保证安全原则。户外广告设置不得影响都市公共交通安全，不得影响居民正常生活，不得影响建筑物正常使用功能。

（4）从严控制原则。立足宁少勿多，宁缺勿滥，打造精品的指导思想，控制户外广告设置数量，减少户外广告乱设带来的都市视觉污染。

(5) 可操作性原则。规划必须从实际出发，细分控制性和指导性要素，具有较强的可操作性，为后期的整改、审批和管理提供真实根据。

## 二、现实状况调查及评价

### (一) 规划区空间现实状况

#### 1、道路区位

钱江路平行于钱塘江岸和富春路，贯穿钱江新城南北，紧邻钱江新城关键区，是新城最重要的南北向主干道，承担新城对外联络和片区联络，路段路过江干区和上城区，穿越景芳三堡、钱江新城、近江、南星、复兴等规划管理单元，依次与之江东路、庆春东路、解放东路、清江路、婺江路、望江路、甬江路、姚江路、飞云江路等主次干路相交形成了一系列较为重要交叉口。

#### 2、历史和区域特色分析

钱江新城是杭州市政府在二十一世纪着力打造的都市新中心，2023年正式启动建设，标志着杭州正式迈入“跨江发展”，从“西湖时代”走向“钱塘江时代”，钱江新城将成为是未来杭州行政、经济、文化活动的中心，都市经济、旅游发展的新增长点，是开辟钱塘江时代，带动钱塘江两岸都市开发的动力引擎，杭州现代化大都市形象的标志。钱江新城代表了新世纪杭州大都市的形象和风貌，假如说“西湖时代”是“三面云山一面城”的都市格局，那么钱江新城，就是以钱塘江为依托的宽阔城宇，特点是现代时尚、大气开放。过去十年数年是钱江新城的迅速发展期，如今新城面貌基本成型。

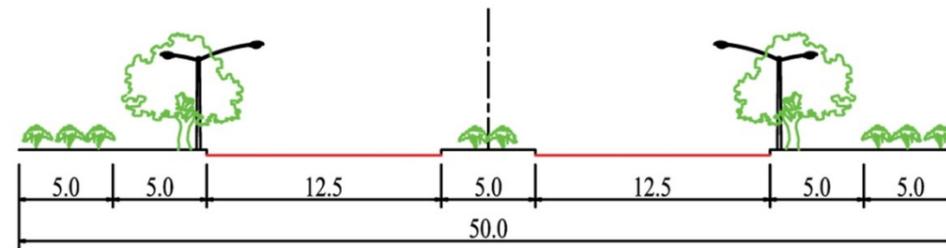
2023年包括钱江路在内的“二横九纵”新城框架道路建成，钱江路成为钱江新城最重要的南北向主干路。如今钱江路两侧建筑林立，功能日渐完善，伴随市民中心及多种商务办公、商品住宅的建成投用，钱江路对新城内部功能组织和对外联络的作用与日俱增。

2023 年，钱江路进行了道路整改，重点是进行绿化带和人行道的修整。

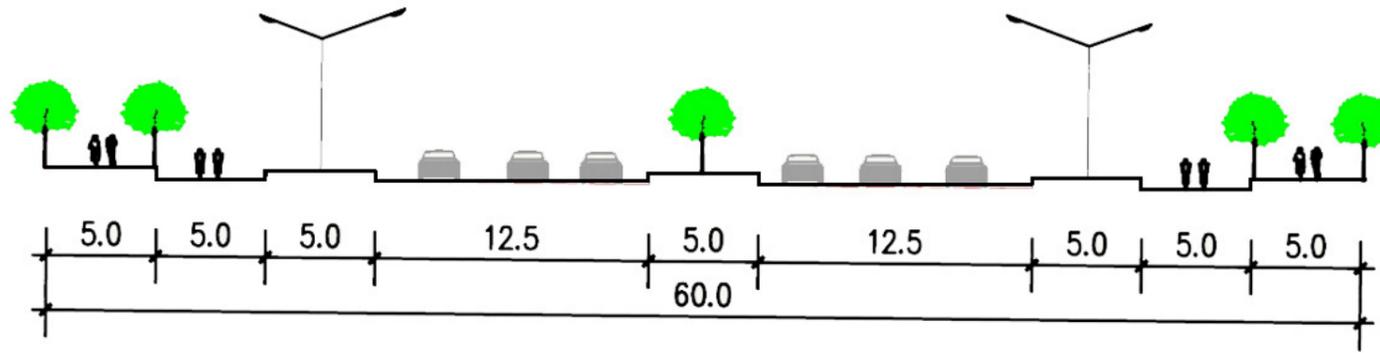
### 3、道路性质及断面

按都市道路划分等级，飞云江路以北钱江路为都市主干路，道路红线宽为 40-60 米，自北向南有 3 种规划道路断面形式，飞云江路以南为支路，道路红线宽度为 20-28 米。

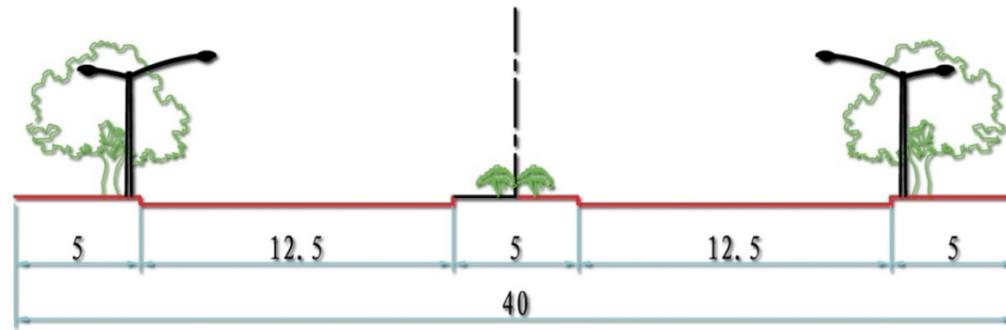
之江东路——庆春东路段为 50 米。



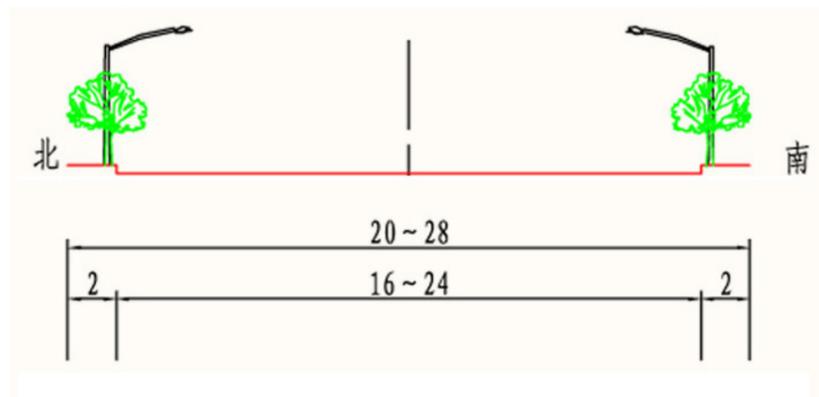
庆春东路—清江路：60 米。



望江路—飞云江路段为 40 米。



飞云江路—复兴立交桥段：20—28 米。



按地区控制性详细规划规定，钱江路两侧沿线规定控制 20 米绿化带，因此道路空间较为宽阔，新建建筑后退道路红线距离规范，人行街道空间宽阔。局部路段如近江花园和观音塘小区现实状况建筑后退红线较少，人行空间较为局促。

#### **4、交通状况**

钱江路北联航海路，南接中河高架、钱江四桥，是城东地区南北向重要交通干道之一，也是贯穿钱江新城最重要的都市干路。交通性功能突出，机动车通行量较大，常规车速在 40—60 公里/每小时，通过性交通和到达性交通量都较大。伴随沿线用地开发的不停增多，钱江路交通流量日渐增多，尤其是日间道路通行流量较大。

虽然钱江路机动车交通流量较大，但交通组织井然有序，机动车通行较为顺畅，且道路两侧和机动车隔离带绿化景观良好，行车视觉感受舒适。

#### **5、现实状况用地**

钱江路沿线用地重要行政办公、商务办公、居住用地为主，兼有公园绿地、市政配套等用地。

之江东路至庆春东段以品质居住为主，道路两侧基本为新建的高层居住小区，立面风格现代简洁，省武警总队汽车队以北地块和新城国际以北地块尚未建成，由于该路段建筑基本为新建，建筑后退道路空间较为宽阔。

庆春东路至清江路段以行政办公、商务办公、居住用地和公园为主，兼有少许市政配套设施。钱江路东侧规划为持续的行政商务办公设施用地，现已建成市民中心，其他待建。路西侧为市民公园和居住用地，居住用地基本以建成，解放东路以南段基本为上世纪末建设小区。市民公园在建中。

清江路至望江路段以行政办公、商务办公、居住功能为主，兼有少许服务配套设施。路东侧有近江嘉园、钱江苑等上世纪末建设的居住小区，规划有上城区公建中心，现已建成杭州妇女活动中心和阳光国际广场。路西侧规划为行政办公、商务办公和居住及配套设施用地，现已建成钱江新城管委会大楼、望江嘉园东苑和新建安顿住宅小区，士林华工和西湖味精厂尚未搬迁，规划改造为商务办公用地。

望江路至飞云江路段以品质居住、生活配套、商业服务功能为主，兼容少许市政配套。路西侧

规划为居住和配套设施，其中姚江路以北路段基本为在建和待建地块，姚江路以南为建成的居住用地，包括凤凰南苑、北苑和师范大学第一附属小学。路东侧规划为居住和商务办公用地，除 20KV 侯潮变以南地块尚未建成外，其他今本建成。

飞云江路至复兴立交桥段以商业办公、商业服务为主，兼有居住和绿地公园。沿线用地已建成。

## （二）广告设置现实状况与评价

### 1、附属于建筑户外广告现实状况及分析

钱江路现实状况建筑附属广告数量以店招店牌为主，约占 51%，另一方面为墙面广告、LED 走字屏、建筑标识等，有少许附柱广告、屋顶广告、出挑式招牌、建筑贴膜广告和电子广告屏。记录各类广告数量如下。

附属于建筑户外广告现实状况记录表

单位：处

序号	广告名称	店招店牌	墙面广告	建筑标识	出挑式招牌	附柱广告	电子广告屏	LED 低显走字屏	屋顶广告	建筑贴膜广告	合计
1	之江东路——庆春东路段（西侧）	3	0	1	0	0	0	0	0	0	4
2	之江东路——庆春东路段（东侧）	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
3	庆春东路——解放东路段（西段）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	庆春东路——解放东路段（东段）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	解放东路段——清江路段（西段）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	解放东路段——清江路段（东段）	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
7	清江路——望江路段（西段）	10	3	0	0	0	0	0	0	0	13
8	清江路——望江路段（东段）	11	4	0	0	6	0	7	1	0	29
9	望江路——飞云江路段（西段）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	望江路——飞云江路段（东段）	6	3	0	1	0	1	1	1	1	14
11	飞云江路——复兴立交桥（西段）	9	5	5	0	0	0	3	1	0	23
12	飞云江路——复兴立交桥（东段）	10	0	0	0	0	0	2	2	0	14

13	总数 (处)	50	16	6	1	6	1	13	5	1	99
----	--------	----	----	---	---	---	---	----	---	---	----

### (1) 之江东路——庆春东路段

该路段住宅基本为近年新建高层和多层建筑，外观风格现代、简洁，无持续的沿街商业店铺，近仅局部有少许沿街商铺。

路段广告数量较少，钱潮路以北新建住宅小区沿路设有临时围墙广告。金基晓庐和钱江三苑局部住宅底层的商业配套设施设有店招广告。庆谐路钱江路交叉口盛世钱塘底商有遮挡二层窗户的商业广告，不规范。

之江东路——庆春东路段现实状况广告设置分析表

西侧			东侧		
序号	建筑名称或性质	现实状况广告	序号	建筑名称或性质	现实状况广告
W-1	待建地块	无	E-1	盛世钱塘花园	无
W-2	浙江省武警总队汽车站	建筑标识	E-2	盛世钱塘花园	底商处有少许遮挡窗户的商业店招
W-3~W-6	新建住宅	设有临时围墙广告	E-3	金基晓庐	有底层商业店招
W-7~W-9	钱江三苑	无	E-4、E-5	金基晓庐	无
W-10	钱江三苑	有底层商业店招	E-6	待建地块	无
			E-7、E-8	新城国际	无

### (2) 庆春东路——解放东路段

该路段建筑为新建高层，外观风格现代、简洁、大气、设计感强。沿线新建住宅友好嘉园南苑沿钱江路无底层商业。

路段现实状况建筑工地设有临时围挡广告，无建筑立面附属广告。

庆春东路——解放东路段现实状况广告设置分析表

西侧			东侧		
序号	建筑名称或性质	现实状况广告	序号	建筑名称或性质	现实状况广告
W-11~ W-19	友好嘉园南苑	无	E-10~ E-11	待建地块	临时工地围挡广告
W-20	市民公园	无	E-12	市民中心	无

### (3) 解放东路——清江路段

该路段建筑年代、风格多样，外观立面较为整洁。

该路段住宅无沿街商铺，无广告和店招。

解放东路——清江路段现实状况广告设置分析表

西侧			东侧		
序号	建筑名称或性质	现实状况广告	序号	建筑名称或性质	现实状况广告
W-21	新建住宅	无	E-13、E-14	电力局景芳变电所	无
W-22	配套设施	无	E-15~E-19	滨江都市之星	无
W-23	新建住宅	无			
W-24~W-29	观音塘小区、怡静坊	无			
W-30	杭州四季青中学	无			
W-31、W-32	居安坊	无			

### (4) 清江路——望江路段

该路段建筑年代、风格多样，局部路段工业建筑尚未拆迁，对道路景观整洁性有一定影响。

该路段广告数量多，以店招和商业广告为主。广告设置整体较为规范，多设于住宅底层商业，局部二层店招位置和尺寸不规范。

清江路——望江路段现实状况广告设置分析表

西侧			东侧		
序号	建筑名称或性质	现实状况广告	序号	建筑名称或性质	现实状况广告
W-33	住宅	无	E-20	商业建筑（待建）	无
W-34	上城区市容环境卫生局汽车场	建筑标识	E-21	钱塘名都	设有一层商业店招，广告材质品质较差，且一层立柱设有广告，数量偏多，品质不高
W-35	行政办公（待建）	无	E-22	富星苑	设有一层店招，广告材质品质较差，且一层立柱设有广告，广告颜色鲜艳突兀，品质不高
W-36	钱江新城管委会	设有商业店招	E-23	钱江苑	

					设有一层店招，颜色鲜艳突兀，店招上方设有支架形式镂空字体店招，位置不规范。
W-37	无线电厂写字楼	无	E-24	钱江苑	设有一层店招，店招尺度偏大，超过墙面合适位置，设置不够规范。
W-38、W-39	上城区环境卫生设施修建服务所、农居(拆建)	设有商业店招	E-25、E-26	近江家园九园	设有一层店招，尺度偏大、品质不高
W-40、W-41	西湖味精厂、士林化工(拆建)	无	E-27~E-29	近江家园八园	设有一层店招，尺度偏大、品质不高
W-42	日信国际(在建)	临时建筑设有商业店招	E-30	杭州妇女活动中心	无
W-43	住宅建筑(在建)	无	E-31	阳光国际广场	无
W-44	商业建筑(待建)	无	E-32	阳光国际广场	预留大型墙面商业广告位
W-45	望江嘉园东园	设有二层商业店招			
W-46	望江嘉园东园	设有二层商业店招			
W-47	望江嘉园东园	无			

#### (5) 望江路—姚江路段

该路段西侧建筑基本为待拆迁建筑，有临时围墙遮挡建筑工地。路段南侧建筑基本为新建高层住宅和商业建筑。建筑立面现代简洁，整洁美观。

该路段广告集中在望江路口的望江商业商务大楼，现为物美超市，设有墙面广告和店招。住宅无底层商业，无店招。

望江路—姚江路段现实状况广告设置分析表

西侧			东侧		
序号	建筑名称或性质	现实状况广告	序号	建筑名称或性质	现实状况广告
W-48	居住建筑(待建)	无	E-33	望江商业商务大楼(物美超市)	设有建筑标识和墙面广告，整体品质很好，建筑转角处墙面广告数量偏多，尺度过大
W-49	居住建筑(待建)	无	E-34~E-37	赞成林枫花园	无
			E-38	220KV 侯潮变	无

			E-39~ E-41	滨江金色家园	支路转角底商设有店招
--	--	--	------------	--------	------------

### (6) 姚江路——复兴立交桥段

该路段两侧用地已基本建成，建筑为近年新建，形式现代美观，除学校外，住宅和商业基本为高层建筑。

路段广告集中于飞云江路以南的商务商业集中区块。以店招广告和建筑标识为主，店招广告数量较多，局部略显杂乱。

姚江路——复兴立交桥段现实状况广告设置分析表

西侧			东侧		
序号	建筑名称或性质	现实状况广告	序号	建筑名称或性质	现实状况广告
W-50~ W-52	凤凰北苑	无	E-42	杭州市清河中学	设有屋顶建筑标识，不规范
W-53	凤凰北苑	有底商，尚未设店招	E-43~E-46	绿城春江花月	无
W-54	杭州师范大学第一附属小学	有建筑标识	E-47	赞成太和广场	店招广告设置精美，品质好
W-55~ W-57	凤凰南苑	无	E-48	钱江国际商务中心	设有 1-3 层店招和墙面建筑标识，店招风格协调，品质很好。屋顶设有大型屋顶商业广告，不规范。
W-58、W-59	凤凰城	设有二层店招店招上方设有规则的墙面商业广告。店招广告位置合理，形式风格差异大，协调性不够			
W-60	中国针织城	设有墙面建筑标识，三楼凸窗上方建筑标识位置不合理，形式不美观，墙面广告设置不规范合理。			

### 2、公共开放空间户外广告和店招现实状况及分析

钱江路公共开放空间户外广告以公共设施附属广告和落地式店招和标识为主，有一处电子屏广告。公共设施附属广告设置形式规范合理，落地式店招和标识形式品质普遍很好。

序号	形式	载体	数量	备注
1	公共设施附属广告	公交站、公共自行车	37	
2	落地式广告		0	
3	落地式店招和标识		6	市民中心、赞成太和广场等
4	独立落地式电子屏广告		1	钱江国际商务中心一侧广场

### 3、整体评价

- 总体数量控制很好，与道路空间的尺度关系把握很好。
- 整个路段现实状况广告设置品质层次不齐，与钱江路所处钱江新城关键区的区位和功能不相符合。
- 广告设置类型不多，以店招和建筑标识为主，整体设置比较整洁，如望江家园住区段的沿街住宅底商的店招形式已通过统一设置。
- 从广告设置空间分布来看，距离和分布密度不均，局部地段过密，如飞云江路以南路段广告设置数偏多，局部路段由于沿线地块尚未建成，无广告位设置。大部分新建高品质住宅，由于钱江路过境交通功能较强，较少设沿街商业，因此店招数量很少。而较早建设的老居住小区，沿街商业持续，店招数量较多，重要集中在清江路至望江路段。
- 局部地段建筑附属广告设置有些杂乱，数量和尺度控制不严，品质不高，与钱江新城 CBD 高端定位不符。如凤凰城、钱塘名都、富星苑、钱江苑等建筑的附属广告。店招普遍存在尺度过大、颜色突兀、材质品质较差等问题。
- 清河中学、钱江国际商务中等少许建筑设有屋顶标志或广告，需整改。
- 钱江路南段有一定数量的现实状况未开发用地，目前尚未设置广告，需要提前对其广告的定位做出规划。

### 三、户外广告功能定位及控制总则

#### （一）上位规划解读

##### 1、《杭州市都市总体规划（2023—2035年）》

钱江路地处杭州市级公共新中心——钱江新城中央商务区，是杭州现代化都市形象的集中体现的区域。承担行政办公、金融贸易、会议展示、文化娱乐、旅游服务等功能，是区域性商务中心，未来上海 CBD 多级网络的构成部分。钱江路功能定位应结合其区位和特点，充足发挥杭城 CBD 的作用和地位，体现高品质、高原则的发展规定。

##### 2、《杭州主城区都市设计导则》

钱江新城集中体现了杭州都市发展实力和新城魅力，高档行政办公、商务商贸、品质居住集中，高度代表了杭州近年来的都市建设成就。呼应西湖精致婉约的人文气质，钱江新城集中展现的是现代时尚、大气开放的钱江文化。新城不仅是杭城重要 CBD 功能承载区域，也是杭州当地居民和外地游客又一娱乐旅游欣赏区，应强化功能整合，形成新城特色空间特点和肌理。

##### 3、《杭州市景芳单元控制性详细规划》、《杭州市钱江新城单元控制性详细规划》、《杭州市近江单元控制性详细规划》、《杭州市南星单元控制性详细规划》、《杭州市复兴单元控制性详细规划》修编

景芳单元是以凤起路、新塘路沿路的商业、办公，钱塘江、运河沿岸的休闲旅游、文化娱乐等产业为纽带的，配套设施完善的居住生活片区，是钱江新城重要的后方配套服务区。

钱江新城单元是长江三角洲南翼区域中心都市的中央商务区，杭州政治、经济、文化新中心，集金融贸易、行政办公、商业商务、信息会展、文化创意、旅游休闲、品质居住等功能为一体的都市中心区。

近江单元是杭州上城区以人居和公共服务为关键，兼有交通换乘、休闲游憩等多功能于一体的沿江高品质生活、办公区块。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/335340004243011240>