附件

促进户外广告行业高质量发展十条措施

（征求意见稿）

为深入贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，全面落实市委、市政府关于推进高质量发展的工作部署，积极回应行业发展诉求，进一步提振市场预期和信心，在确保户外广告设施安全、品质的前提下，结合我市实际，制定以下措施：

一、优化户外广告设置高度管控。优化区内平行于建筑物外墙的户外广告（包括广告牌和结构）上沿离地面的距离，由≤50m调整为≤80m；严控区内平行于建筑物外墙的户外广告（包括广告牌和结构）上沿离地面的距离，由≤24m调整为≤50m。

二、优化户外广告设置容量。附着于建筑物的户外广告面积占所在建筑的立面投影面积，由优化区≤50%、严控区≤35%统一调整为≤80%。

三、放宽优化区范围外户外广告设置条件。在不影响人员密集场所人员逃生和灭火救援的前提下，支持商圈外大型商业综合体、专业批发市场、购物中心、商旅酒店、工业园区等商业建筑适当设置户外广告，建筑物商业面积由须≥10000㎡调整为≥3000㎡。

四、放宽户外电子显示屏广告设置条件。在优化区范围外设置户外电子显示屏广告，建筑物商业面积由须≥20000㎡调整为≥10000㎡。

五、增加严控区户外广告设置形式。在保障车辆、行人安全通行的前提下，严控区范围内，由禁止设置墙面立体（实物造型）广告和只能设置小型落地式户外公益广告调整为允许设置墙面立体（实物造型）广告和小型落地式户外广告，造型应与周边环境和空间尺寸整体协调。

六、增加大型落地式户外广告设置区域。大型落地式户外广告设置区域，由仅限设置在外围城区且为公益内容调整为允许在外围城区的城市门户、重要节点、主要通道等区域适当设置，造型应与公共艺术、城市景观进行一体化设计，整体高度应≤22m、单面牌面尺寸应≤7m×21m。

七、优化高架道路沿线户外广告设置。高架道路桥身投影线外侧16米内且桥面水平线以上范围（上下桥的匝道区域除外），由禁止设置户外广告调整为允许设置除电子显示屏广告形式以外的户外广告。

八、优化商业广告内容比例。各类户外广告发布商业内容的比例由不超过1/2、1/3等统一放宽至不超过80%。

九、缩短户外广告位置使用权公开出让公告期限。公开出让信息的公告期限，由不少于20个工作日调整为不少于10个工作日。

十、健全户外广告设置点位动态调整机制。在确保点位规划相对稳定、有效衔接的前提下，主动遵循市场运行规律，积极回应企业设置需求，按照实施方案编制流程、审批程序对户外广告设置点位实施动态调整。

本政策自印发之日起实施，试行期为3年；试行期间，国家法律、法规有新规定的，从其规定。