《东莞松山湖高新区户外广告控制性详细规划（2022-2027年）》政策解读

一、编制背景

为不断规范和加强东莞松山湖高新区户外广告设施设置管理，规范设置行为，根据《东莞市户外广告设施和招牌设置管理条例》的规定和《东莞市户外广告专项规划》、《东莞市户外广告设施和招牌设置技术规范》的要求，现制定了《东莞松山湖高新区户外广告控制性详细规划（2022-2027年）》（以下简称《规划》）。

二、起草依据

《中华人民共和国广告法》（2021）

《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》

《城市容貌标准（GB50449-2008）》

《城市市容和环境卫生管理条例》（2017）

《广东省公益广告促进和管理暂行办法》

《东莞市城市总体规划（2016-2030）》

《东莞市城市商业网点规划（2016-2025）》

《东莞市户外广告设施和招牌设置管理条例》

《东莞市户外广告专项规划（2020-2025）》

《东莞市户外广告设施和招牌设置技术规范》

三、主要内容

（一）框架。

《规划》分3个部分：1.愿景与契机；2.背景与理念；3.控制性详细规划

（二）内容。

1、服从专项规划：《东莞市户外广告专项》是户外广告设施设置的依据，户外广告的设置布局应遵照《东莞市户外广告专项》及上位规划进行设置。

2、突出地方特色：本次《规划》在充分结合东莞松山湖高新区的实际情况与地域特点的基础上分析户外广告禁设区、严控区、宜设区的区域，提出科学控制要求，明确户外广告设置的总体要求、空间布局等。

3、优化营商环境，提升服务水平：此次《规划》严格遵守国家和地方相关法律法规，坚持人民城市为人民的理念，通过规范户外广告设置，促进户外广告品质提升，全面优化城市整体环境品质，不断提高城市管理的精细化水平，真正做到“减量提质”。

4、实施的可操作性：针对存量广告，规划以“治理违规、提升存量、审慎新增”为原则，分别给出“拆除、保留、提升、新增”四类规划意见，依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》、《东莞市户外广告设施和招牌设置技术规范》等法规标准进行严格审查，违规的直接予以拆除，对于剩余存量广告则针对位置、类型、数量、属性、动态、材质、照明等提出控制指标。