

附件1

綦江区中心城区户外广告设置  
详细规划（2024-2028年）  
（报批稿）文本

重庆市綦江区城市管理局

2023年12月



## 城乡规划编制资质证书

证书编号： 自资规甲字 22500521

证书等级： 甲级

单位名称： 重庆市风景园林规划研究院

承担业务范围： 业务范围不受限制



扫码登录“城乡规划编制单位公示系统”了解更多信息

统一社会信用代码： 91500112203506271X

有效期限：自2022年 03月 01日至 2022年 12月 31日

发证机关

2022年 03月 01日



中华人民共和国自然资源部印制

项目名称：重庆市綦江区户外广告设置详细规划（2024-2028年）

委托单位：重庆市綦江区城市管理局

编制单位：重庆市风景园林规划研究院

编制单位企（事）法人代码：150000000089

城乡规划编制资质证书等级：甲 级

城乡规划编制资质证书编号：自资规甲字 22500521

院 长：黄 建	正高级工程师
分管副院长：任荣志	正高级工程师
(总工)	注册城乡规划师、注册工程咨询师
副 总 工：樊崇玲	正高级工程师
所 长：郑正	正高级工程师
总 监：宋秋明	高级工程师
	注册规划师、一级风景园林师
项目总负责：肖阳	高级工程师
执行负责人：肖阳	高级工程师
项目编制人：刘阳	工程师
石渝丰	助理工程师
何宇琴	助理工程师
任高高	助理工程师
李佩玲	工程师

规划成果专用章：

编制完成时间： 2023 年 12 月

# 目 录

<b>第一章 总 则</b> .....	1
第一条 指导思想 .....	1
第二条 规划范围 .....	1
第三条 规划期限 .....	2
第四条 规划对象 .....	2
第五条 规划目标 .....	2
第六条 规划原则 .....	2
第七条 规划依据 .....	2
<b>第二章 规划布局</b> .....	4
第八条 户外广告建设类型规划 .....	4
第九条 布局分区 .....	6
第十条 布局思路 .....	7
第十一条 点位和面积控制 .....	7
<b>第三章 规划引导</b> .....	9
第十二条 各类户外广告管控要求 .....	9
第十三条 展示区规划引导 .....	12
第十四条 控制区规划引导 .....	16
第十五条 城市公交站台户外广告设置规划引导 .....	17
第十六条 公益广告设施设置规划引导 .....	18
<b>第四章 规划实施</b> .....	21

第十七条 地位和作用 .....	21
第十八条 对户外广告整治实施工作的引导 .....	21
第十九条 实施保障 .....	21
<b>第五章 附则 .....</b>	<b>23</b>
第二十条 成果组成 .....	23
第二十一条 规划生效 .....	23
第二十二条 规划修改与解释 .....	24

# 第一章 总 则

## 第一条 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神，深入落实习近平总书记对重庆提出的重要指示要求，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，积极融入和服务新发展格局，不断完善城市管理和服 务，彻底改变粗放型管理方式，让人民群众在城市生活得更方便、更舒心、更美好”的重要指示精神。深化落实习近平总书记关于推动长江经济带发展的重要指示以及对重庆提出的营造良好政治生态，坚持“两点”定位、“两地”“两高”目标，发挥“三个作用”和推动成渝地区双城经济圈建设等重要指示要求。融会贯通城市哲学、城市美学，演绎生命之美、生活之美、人文之美、产业之美，精打细磨、精耕细作，不断加强綦江区城市户外广告精细化管理，提升社会治理能力，增强社会发展活力，让城市更加干净整洁有序、山清水秀城美、宜居宜业宜游。

## 第二条 规划范围

本规划范围为重庆市綦江区城市规划区范围，总面积约 80.7 平方公里。核心区主要以通惠片区、文龙片区、古南片区、新盛街道片区、三江片区为主。

### **第三条 规划期限**

本规划期限为 2024—2028 年。

### **第四条 规划对象**

本规划所指的户外广告设施是指利用不同载体，以不同形式发布，具有户外可视性且面向公共空间的商业性或者公益性广告设施。具体包括墙体户外广告设施、楼顶户外广告设施、LED 电子显示屏、高立柱广告设施及落地式户外广告设施五类。

### **第五条 规划目标**

本规划目标为：形象定位，彰显綦江区个性特色；规范设置，促进綦江区发展需求；创新提升，引领行业未来发展。

### **第六条 规划原则**

- (1) 安全经济、科学合理；
- (2) 协调统一、彰显特色；
- (3) 分区管理、重点控制；
- (4) 绿色创新、减量提质。

### **第七条 规划依据**

- (1) 《中华人民共和国民法典》；

- (2) 《中华人民共和国城乡规划法》（2019年修正）；
- (3) 《中华人民共和国广告法》（2018修正）；
- (4) 《城市市容和环境卫生管理条例》（2017修正）；
- (5) 《城市容貌标准》（GB50449-2008）；
- (6) 《城市户外广告和招牌设施技术标准》  
（CJJ/T149-2021）；
- (7) 《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）；
- (8) 《重庆市城乡规划条例》（2019修正）；
- (9) 《重庆市市容环境卫生管理条例》（2018修正）；
- (10) 《重庆市户外广告管理条例》（2022修正）；
- (11) 《户外广告设置规范 CG 028—2019》；
- (12) 《重庆市中心城区户外广告设置总体规划  
（2021-2025年）》；
- (13) 《重庆市城市管理局关于抓好户外广告设置详细  
规划编制工作的通知》（渝城管局〔2022〕30号）；
- (14) 《綦江区城区控制性详细规划整合》（2019年）；
- (15) 《重庆市綦江区国土空间分区规划(2021-2035)》；
- (16) 《重庆市户外公益广告发布响应管理制度》；
- (17) 其他相关法律法规。

## 第二章 规划布局

### 第八条 户外广告建设类型规划

规划按照禁止类、控制类和鼓励类规范各种类型广告设施。

(1) 禁止类：形式老旧落后，不符合綦江区城市定位和市容建设要求的，对景观有突出影响的户外广告设施类型。包括屋顶广告、窗户广告、大型支架式广告、立柱广告等。

(2) 控制类：户外广告设置中的主体类型，通过有效地规范、适度地设计可实现良好视觉品质，有利于烘托商业氛围的户外广告设施类型。包括墙体广告、LED 电子显示屏等。

(3) 鼓励类：艺术化表现的户外广告设施类型，创意创新的户外广告设施类型。包括橱窗广告、景观雕塑式广告和新技术、新媒体等。

表格 1 户外广告建设类型控制一览表

类型	内容	设置要求
鼓励类	橱窗广告	鼓励设置，可按实际需求设置
	景观雕塑式广告	
	新技术、新媒体。包括全息投影广告、数字投影广告、无人机编组广告、互动广告、LED 玻璃屏广告等。	

控制类	墙体广告	平行于建筑物外墙广告
		垂直于建筑物外墙广告
	小型独立支撑式广告	立杆型
		底座型
		实物造型
	LED 电子显示屏	
	楼体整体幕墙广告	
	单透贴膜广告	
禁止类	屋顶广告	包括裙房屋顶
	窗户广告	窗户和观光电梯
	立柱广告	中心城区以内禁止设置
	过街通道墙面广告	规划的公益性广告除外
	桥体广告	人行天桥桥体
	工地围墙广告	规划的公益性广告除外
	灯杆、电杆广告	仅限要求的临时性公益宣传
	招贴栏广告	
	其他公共设施广告	包括道路两侧的路名牌、垃圾桶、邮箱以及交通护栏、隔离栏、配电箱等交通和市政设施。

## 第九条 布局分区

本规划按照展示区、控制区和禁止设置区来实施分区规划，明确各分区的户外广告设施设置要求。

（1）展示区：指为服务商业经济发展、助推商业活力营造可以设置设施多样化户外广告设施的区域。主要包括商圈、商业集中等区域。

（2）控制区：指为服务城市公共功能和宣传需要，可以适度设置户外广告设施的区域。主要包括社区级商业中心、交通枢纽，展示区周边等区域。

（3）禁止设置区：指为保护城市历史风貌和公共空间环境品质、保护交通和公益设施安全、保护生态和居住环境禁止设置户外广告设施的区域，以及为保护城市整体环境品质需要禁止设置户外广告设施的区域。主要包括行政办公、教育科研、医疗卫生、文物古迹、居住（纯居住用地内，单独占地且面积大于10000平方米的商业建筑可以设置户外广告）、军事安保等用地，以及公共绿地（市政道路两侧保护绿地、高速公路出入口至城区连接干道两侧保护绿地除外）、工业仓储、市政设施及其廊道、城市车行道路（公交候车亭除外）、公路、生态廊道及水域等用地。

## **第十条 布局思路**

根据广告设置布局分区的控制要求，本次规划结合实际情况，对户外广告提出三种规划措施：

（1）拆除：拆除交通视距三角形内、影响交通安全的广告；拆除道路绿化隔离带中的所有商业广告；拆除现状破损、权属不明确、严重影响城市景观、存在安全隐患的广告；逐步拆除现状未审批、逾越审批期限、违规设置的户外广告。

（2）整治：对于尚在审批期限内、版面陈旧、内容不符合本段定位、现状闲置、基础条件尚好的户外广告予以整治，广告形式、材质、内容均应符合规划要求，并增加夜景亮化。

（3）新增：根据城市各片区特色定位、视线分析、场所环境，规划在户外广告商业价值较大的区域，新增部分户外广告，通过对广告的控制和引导，提高城市形象，优化沿街界面市容市貌。

原则上，新增广告形式应统一，广告牌应采用统一装饰，装饰应多吸收地方传统建筑语言符号，广告色彩上应与周围建筑协调。

## **第十一条 点位和面积控制**

綦江区城区现状户外广告共 156 块，规模 12499.71 平方米。结合片区发展需求及户外广告设置相关要求，本次规

划新增户外广告 17 块，规模 2218.06 平方米。

规划至 2028 年，綦江区城区户外广告共 143 块户外广告，总规模约 10399.23 平方米。

在符合本规划控制分区要求的情况下，户外广告点位的设置应按照本规划的控制分区要求进行布置，具体点位的设置需报区城市管理局审批。

在不符合本规划控制分区要求的情况下，若需新增户外广告点位的，需单独对建设点位进行论证，通过区政府审议后报区城市管理局审批。

## 第三章 规划引导

### 第十二条 各类户外广告管控要求

#### 1.墙体户外广告设施

(1) 户外广告设施凸出墙面距离不应大于0.5米，且不应妨碍行人安全；

(2) 户外广告设施下端不应超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上端不应高于建筑物檐口底面或女儿墙顶面，左右不应凸出墙面的外轮廓线；或不超出屋顶构筑物的立面范围；

(3) 禁止在建筑物18层或55米以上墙面部分设置墙体广告；

(4) 禁止在建筑物屋顶凌空部分设置平行于建筑物外墙广告设施；禁止在建筑物层与层之间的窗间墙上设置平行于建筑物外墙广告设施；

(5) 禁止在骑楼外柱及外柱间设置平行于建筑物外墙广告设施；

(6) 除以下情况外，广告设施下端净空高度不应低于3米：

①广告设施的类型为橱窗广告；

②广告设施所依附的建筑退让用地红线的距离大于5米。

#### 2.楼顶户外广告设施

禁止设置楼顶户外广告设施。

### 3.LED 电子显示屏

(1) 对于新建建筑物，应与建筑物进行一体化设置，并履行相应审查程序；

(2) 落地式电子显示装置广告应以公益性广告宣传为主，仅允许在本规划划定的展示区和控制区范围内的公园与绿地广场以及城市窗口地区设置，并应严格控制设置数量；

(3) 严格限制在城市主要交通干道或者城市交通次干道交叉口附近设置；

(4) 禁止在熄灯时段开放；

(5) 当设置位置靠近住宅区时，应调低户外广告设施表面亮度，以静态展示为主，避免由于广告画面的过度闪烁、跳跃对居民生活造成干扰；

(6) 设置 LED 电子显示屏广告，还必须符合以下规定：

① 户外广告设施下沿距地面高度不应小于 5 米；

② 设置的电子显示装置广告应当符合城市照明管理的要求，以确保户外广告设施的位置、尺寸、亮度等符合周边环境的要求；

③ 应根据电子显示装置广告的观看距离、观看视角以及所处环境特点合理确定显示屏的显示精度，最低显示精度不应低于 P10；

④ 具备屏幕亮度调节的功能装置，能根据环境亮度的变化对其显示亮度进行动态调整。

#### 4.高立柱广告设施

(1) 严格按照相关要求控制，中心城区建成区范围内严禁设置高立柱户外广告设施；

(2) 大型高立柱户外广告设施牌面最大尺寸宜为 18 米×6 米，两块之间纵向最小间距 1000 米，广告下缘距地面不得小于 10 米。总高度不得大于 22 米；

(3) 不得在隧道体及隧道两端下沉地段两侧和桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上设置；

(4) 基座中心点距离道路边线、建（构）筑物的距离不得小于设施的整体高度；

(5) 鼓励采用景观雕塑式立柱户外广告设施。

#### 5.落地式户外广告设施

(1) 户外广告设施应与建筑及周边景观环境进行一体化设计、整体布局，鼓励在精心设计的基础上合并、合杆设置；

(2) 户外广告设施的高度应根据所处场地空间大小和毗邻建筑的体量确定，广告面积不宜超过 200 平方米，最大高度不应超过 7 米；

(3) 城市道路红线范围内及公共用地禁止设置此类商业性广告设施；

(4) 景观雕塑式广告设施应结合所处环境及周边景观整体布局、一体化设计，造型得当，尺度适宜；高度不超过

7 米的，按照本次规划分区的相关要求执行，高度超过 7 米或设置于道路红线、公共空间范围内的，其造型设计方案应单独报批，实施专项审查。

## **第十三条 展示区规划引导**

### **1.控制范围**

零售商业用地 B11、批发市场用地 B12。

### **2.控制目标**

集中体现城市的繁华景象和商业活动的多样性，促进人们的消费意识。

### **3.控制要点**

①鼓励设置知名品牌广告，提高广告档次，打造为全区广告设置的标杆；

②采用新材料、新技术，广告设置形式、色彩在考虑夜晚亮化的同时，还要保证白天的效果必须与建筑相协调统一；

③鼓励采用 LED、LCD、投影、橱窗、PVC、三面翻、电子滚动翻版、亚克力、钢化玻璃等新型材料，尽量避免使用户外写真、喷绘布等软质材料；

④广告招牌的图案效果、色彩搭配应当与市容环境和建筑风格相协调，并配套设置节能环保的夜景照明设施，突出夜景效果，并允许在适当的位置采用夸张尺度；

⑤广告设施不能影响建筑的整体造型，更不能影响建筑

的采光、日照及节能等功能。

#### 4.设置原则

##### (1) 广告要素创新、塑造城市标杆

使用现代化、时尚化元素，体现片区现代时尚，彰显城市魅力。

##### (2) 新材料新技术、体现现代风貌

鼓励采用 LED、LCD、投影、橱窗、PVC、三面翻、电子滚动翻板、亚克力、钢化玻璃等新型材料，尽量避免使用户外写真、喷绘布等软质材料。

##### (3) 色彩搭配协调、夜晚亮化统一

广告图案效果、色彩搭配应当与市容环境和建筑风格相协调，配套设置夜景照明设施，突出夜景效果，可在适当的位置采用夸张尺度。

##### (4) 注重整体协调、保证安全环保

广告设施不能影响建筑的整体造型，更不能影响建筑的采光、日照及节能等功能。

#### 5.设置要点

##### (1) 容量控制

附着于建筑物的户外广告面积应小于建筑立面可设区域总面积的 30%，外投影类广告、景观灯光类广告和隐形类 LED 设施除外。

##### (2) 位置控制

墙面设置区域控制在 18 层或 55 米以下，户外广告设施不宜凸出道路红线或用地红线，不应妨碍行人、车辆通行安全。

### （3）尺寸控制

电子显示装置类户外广告，面积不宜大于 300 平方米。

### （4）材质控制

采用安全性能高、耐久性好、维护成本低、节能环保的非易燃材料，禁止使用悬挂式布幔、喷绘布、背胶板、KT 板等低端的材质。

### （5）色彩控制

展示区广告色彩适当以“亮、跳、艳”的颜色为主，烘托商业气氛。

### （6）照明控制

户外广告的设施照明应符合《LED 显示屏干扰光评价要求》（GB/T36101-2018）《室外照明干扰光限制规范》（GB/T35626-2017）《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）等有关标准规范的要求。照明装置的布置与安装应保证安全，避免漏电、灯具脱落、电线裸露，照明设备应符合相关技术规定。相关发光照明及电动翻转装置等户外广告用电设施须设置电源开关及漏电保护装置，以便在台风、暴雨预警信号生效期间或其他必要的情况下，及时、迅速切断电源。

在保证照明效果的同时，必须对有照明户外广告设施的光源进行遮蔽，选择恰当的投射照明方式，避免由于过度照明、超范围照明等引发干扰光、眩光、混光、人工白昼等光污染。

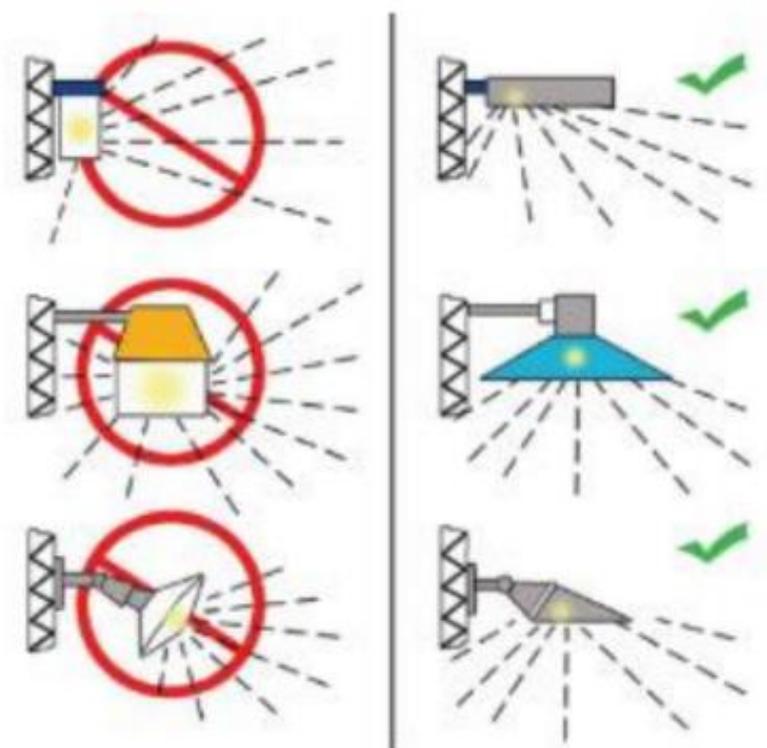


图 4 光源遮蔽方式

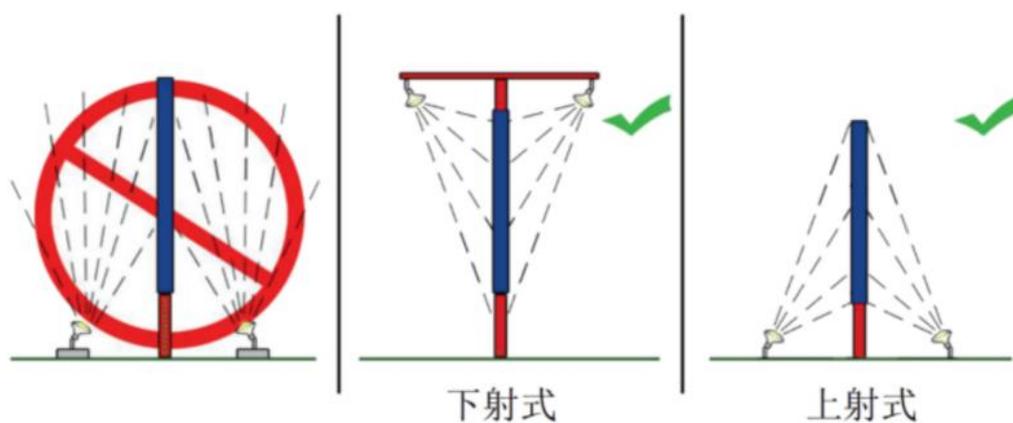


图 5 投射照明方式

### （7）动态控制

以静态广告为主，部分区域可结合实际需求，采用动态展示广告。

## 第十四条 控制区规划引导

控制区侧重在保护綦江区多元城市风貌、建筑空间特色。户外广告设施设置应遵循区域环境整体有序，局部适度活力丰富的原则。突出“少而精”，侧重品质提升，鼓励通过多元参与、多种途径提升户外招牌品质和创意。

### 1.引导原则

#### （1）严格控制、适度设置

可结合街区特色适当设置互动类型广告，同一栋建筑，广告总面积不应超过建筑立面可设户外广告区域总面积的15%；新建的大型商业购物中心（商业部分营业面积 $\geq 10$ 万平方米）结合建筑立面设计，合理预留广告位置，预留广告位面积不应超过该墙面总面积的50%。

#### （2）侧重品质提升

突出“少而精”，类型、展示方式不宜过多，不超过3种为宜，侧重设置品质和创意。

### 2.引导内容

#### （1）容量控制

附着于建筑物的户外广告面积应小于建筑立面可设区

域总面积的 15%，外投影类广告、景观灯光类广告和隐形类 LED 设施除外。

#### (2) 位置控制

墙面设置区域控制在 6 层或 30 米以下。

#### (3) 尺寸控制

大型落地式户外广告面积不宜大于 200 平方米。

#### (4) 材质控制

禁止使用悬挂式布幔、喷绘布、背胶板、KT 板等低端的材质。

#### (5) 色彩控制

控制区广告颜色应与所附建筑色系、街道环境色系协调，包边和支撑构件建议以深色调为主，便于识别。

#### (6) 照明控制

与展示区保持一致。

#### (7) 动态控制

控制区不宜采用动态展示广告。在采用动态展示广告时，宜采用渐变式的画面切换方式，降低对驾驶员的视觉刺激与混淆，避免影响道路交通安全。

### **第十五条 城市公交站台户外广告设置规划引导**

(1) 仅允许附着公交候车亭设置广告，其他站内设施禁止设置广告；

(2) 禁止在候车亭顶部架设广告设施；

(3) 广告设施设置不应影响公交候车亭识别、使用和车站人流疏散；

(4) 广告设施设置不应妨碍查询站点信息的识别和查询；

(5) 同一区域、同一街道相同类型的公交候车亭广告应统一规格和样式；

(6) 每个公交车站，仅允许设置 1 块户外广告，且单面广告画面的面积 $\leq 3$ 平方米；

(7) 允许根据实际需求添加旅游地图等城市公共导向信息。

## **第十六条 公益广告设施设置规划引导**

户外公益性广告设施既是城市宣传的重要媒介，也是展现政府和城市形象的重要载体，因此，公益性广告设施设置、设计的品质尤为重要。为有效提升公益性广告设施的整体品质，公益广告设施设置应遵循以下原则和基本要求。

### **1.设置原则**

(1) 发布方式多元化

公益性广告应结合户外广告设施的规划布局，融入公益性内容发布；此外，鼓励积极开拓设置场景，采用多元化的发布方式，包括景观小品类、互动装置类的发布方式，以及

利用景墙景栏、地面铺装等多种载体进行展示，通过亲人的设计，景观化、互动化的展示方式吸引公众，提升社会效益。

### （2）融合环境一体化

公益性广告设施作为市容景观的有益装点，应结合城市环境特征、建筑风貌合理布局、妥善设置。做到形式协调、元素融入，与区域协调、与景观协调、与建筑协调；尺度融入、造型融入、画面融入。

### （3）造型设计品质化

公益性广告，特别是单独设置的公益性广告，应注重设施的整体品质，包括设计的品质、材料工艺的品质以及安装维护的品质，在与环境协调的基础上，设施本身应具有良好的视觉效果。

### （4）设置管理智慧化

鼓励公益性广告利用新科技、新材料、新工艺，使其从传统的单向传播逐渐过渡到与受众的双向互动，增强传播内容的多元性和互动感。同时公益性广告纳入户外广告管理系统，实施智慧化管理，提升管理效率。

## 2.基本要求

（1）公益性广告设置应符合《重庆市户外广告设置规范》；

（2）公益性广告应优先利用现有户外广告设施进行公益性内容发布；

(3) 鼓励公益性广告进入社区，选择公园、广场等市民活动集中的区域设置；

(4) 可结合挡土墙、实体围墙等载体适度设计设置户外公益性广告设施。公益性广告的造型、表现方式应结合道路定位和墙体特征整体设计；

(5) 城区主干道沿线、公园景点入口处可以结合绿地景观，以“绿雕”的方式，利用植物素材进行公益性广告展示；

(6) 广告设施造型与内容设计应遵循图形设计的美学原则，使用合理的色彩搭配，避免与周围景观风貌冲突；

(7) 鼓励艺术化、主题化的公益设计作品。

## 第四章 规划实施

### 第十七条 地位和作用

本规划是綦江区中心城区规划区范围内户外广告设施设置、管理的基本依据。

本规划自批准之日起，由綦江区城市管理局负责组织实施。

### 第十八条 对户外广告整治实施工作的引导

各单位和个人应严格按照规划内容，做好保留、整治、新增户外广告的具体实施以及日常管控工作，严格做到不规不设，对展示区及控制区内的违规广告同步编制户外广告整治实施方案，分步推进户外广告清理整治工作。

### 第十九条 实施保障

#### 1.完善治理机制

##### (1) 建立部门-专家联审机制

建立部门-专家联审机制，组建包括主管部门、政府相关部门、行业协会、专家等成员构成的户外广告审查团队，针对户外广告设计方案、新技术、新媒体的应用等事项开展联合审查，监督户外广告设计方案的实施，处理户外广告争议事件以及动议、监督相关规范、技术标准编制。

## （2）完善专家顾问机制

建立专家顾问机制，选择有实力的行业专家和专业技术团队成员组成户外广告顾问小组，对綦江区户外广告方案的编制、实施、后期维护以及各种专业事项提供技术咨询，保障户外广告设置品质，推动行业水平提升。

## （3）完善户外广告设施设置培训机制

建立户外广告设施设置培训机制，定期对社会公众、各级管理人员以及户外广告行业从业者展开培训。具体培训内容应包括相关政策法规的解读、户外广告创意与传播的基本知识以及与户外广告设置相关的城市美学、色彩学、城市规划、城市设计等相关知识。

## 2.创新治理模式

### （1）完善协调审查机制

建立建筑协同审批机制，将新建建筑的户外广告纳入建筑方案审查，统筹政府管理、公众参与及广告行业等相关各方的利益诉求。针对新建建筑，进行先期控制，将广告要求纳入规划条件，实现与建筑同步设计、同步审批，实施前置管理。

### （2）加强广告发布管理，畅通发布响应渠道

为进一步加强全市户外公益广告发布管理，畅通发布响应渠道，确保发布及时到位，按照《重庆市户外公益广告管理办法》等有关文件精神，制定重庆市户外公益广告发布响

应管理制度。按照重庆市户外公益广告发布响应管理制度制定三级响应预案。中央、市委安排部署的重大社会宣传任务，应启动一级响应；中央、市委安排部署的日常性社会宣传任务，应启动二级响应；一般性社会宣传任务，应启动三级响应。

### （3）加强日常监管，保持高压态势

加强日常执法监管，对新增违法广告坚决做到发现一处、拆除一处。同时与交警、各执法支队等建立执法联动机制，做到及时发现、及时查处、及时处置各类违法违规广告，始终对违法广告保持高压态势，逐步建立执法长效机制。

## 3.近期实施计划

户外广告设施设置作为市场主导的要素，受经济发展、城市建设、业主意愿等多种情况影响，因此建议采取政府引导，行业和业主主导的渐进式更新方式为主。

# 第五章 附则

## 第二十条 成果组成

本规划由文本、图纸、说明书组成。文本和图纸具有同等法律效力，两者同时使用，不可分割。

## 第二十一条 规划生效

本规划经綦江区人民政府批准后生效。

## **第二十二条 规划修改与解释**

本规划由重庆市綦江区城市管理局负责解释。单位和个人必须严格执行本规划确定的指导原则和控制要求，不得擅自更改。确需修改变更的，必须按规定程序报送审批。