

M

民声焦点

inshengjiaodian

电梯广告无处不在 收入该进谁的口袋?

上班走进写字楼电梯,下班走进小区电梯,抬头都有广告画面环绕,这样的场面你是否已经习以为常。近年来,随着高层办公场所和住宅楼的不不断涌现,电梯成了商家投放广告的绝佳选择之一。

但是,小区广告位租赁是否经过业主同意?租赁产生的费用又去哪里了呢?这些问题也引起了读者的关注。

见缝插针的小区广告

记者走访市区多个小区,发现电梯广告普遍存在,且针对性极强。在一些较新楼盘如梦城区万科瑞京城、龙文区锦绣碧湖等,电梯内多半是开发商的车位或开盘广告,以及一部分装修装饰公司广告。而在开发较早的市中心高层住宅小区如丽园君悦、家梦 0596 等,投放更多的是餐饮、健身、丽人类型等与生活息息相关的内内容。

“小区电梯广告太多了,什么形式、类型都有。”家住家梦 0596 的陈女士告诉记者,他们小区电梯里挂了一台播放视频的小电视,常播放的是酒类广告,两侧最常见的则是某医院的泌尿肾病科巨幅挂画。“虽然这上面的病症文字都是健康医疗内容,但遇到好奇心强的孩小孩追问,也未免让父母尴尬。”

家住乔安新华园的杨女士也有同样的担忧。“以前最常看到的就是男科或妇科广告,现在倒是少了一些。”她说,“有一些画面很久未见更新,不知道是不是管理方也已停止经营,褪色或破烂不堪也挺影响心情。”

“不止电梯,小区的围栏、地下室、汽车出入口也都是广告,能放的都放了。”市区华元北苑业主黄先生向记者表示,小区内广告几乎已经到了见缝插针的地步。他补充道,“不过电梯口也有播放反诈骗公益广告的视视频机,这倒是值得保留。”

一些物业公司则并不觉得设置电梯广告位需如此上纲上线。“小区内的商业广告对业主的生活、工作不

会有太大影响,有时还会提供有价值的建议,且目前暂未收到因为电梯广告问题向我们投诉的案例。”市区某物业业公司工作人员告诉记者,公司管辖的小区区内某些新楼栋悬挂的还是开发商自己的广告内容,并未产生收益。

有法可依的操作规范

无论有无收益,电梯挂上广告是否得先通过业主允许?若出现收益该归何处?围绕这些问题,记者找到专业法律人士了解咨询。

据了解,《中华人民共和国民法典》第二百七十一条规定,业主对建筑物内的住宅、经营性用房等专有部分享有所有权,对专有部分以外的共有部分享有共有和共同管理的权利。也就是说,想在公共部分设置广告位,法律规定是必须征得业主同意的。此外,依照《民法典》第二百七十八条第一款第八项及第二款规定,改变共有部分的用途或者利用共有部分从事经营活动,应当经参与表决专有部分面积四分之三以上的业主且参与表决人数四分之三以上的业主同意。

“如若小区电梯广告产生了收益,依据《民法典》第二百八十二条关于于业主共有部分产生收入的归属规定,建设单位、物业服务企业或者其他管理人等利用业主的共有部分产生的收入,在扣除合理成本之后,属于于业主共有。”福建履德律师事务所林惠敏律师表示。

律师的解答明晰了小区如若想利用公共部分设置广告的正规操作方式及后续收益的正确分配方式,她也提醒业主,如若对小区电梯擅自张贴广告的行为及产生的收益有异议,可以向物业了解情况行使知情权和监督权;也可向业委会反映情况,由业委会与物业沟通或者由业委会依法提起诉讼;如果小区没有业委会,业主也可向当地行政主管部门反映。

亟待归位的租赁收益

在人们对电梯广告司空见惯的



图为小区电梯内的广告

本报记者 李 林 摄

同时,电梯广告位租赁的管理和收入分配在许多地方仍处于灰色地带。广告商为电梯广告支付的费用归物业还是业主?小区物业在处理广告投放时是否经过业主同意?这部分收益是用来维护小区设施还是由物业自行支配?记者走访发现,这些问题业主们大多给不出答案。

“听说过小区广告位收益应该要分给业主,但好像没人真正提起或落实,邻居们好像也不怎么在意。”家住龙江明珠的沈女士说,很多时候都是业主群里有人分享此类信息时几个人出来聊一聊,过后就不了了之了。

“住了这么多年,我们没分到什么收益,也不知道这些收益都用到了哪里。听说得成立业主委员会或有人牵头跟物业交涉才有些可能。”华元北苑业主黄先生表示,成立业委会也不是说成就成的事,愿意牵头的人不多。

“依照《福建省物业管理条例》规定,公共收益收入及使用情况,应当

至少每季度在物业管理区域内醒目位置公布一次。”永鸿三湘城业委会主任孙先生告诉记者,“目前我们小区的电梯广告收入已经实现可用于公共设施维修、公共物品购买,今年年底也打算结算出部分用于抵扣业主们的物业费。”

记者从市城市管理局获悉,自今年我市开展物业小区公共收益“点题整治”行动以来,全市各属地城管局通过联合街道办事处及社区居委会展开实地排查、委托会计师事务所进行专项审计等方式,已累计排查物业服务企业 346 家、物业小区 648 个,责令整改企业 182 家(涉及整改物业小区 339 个),累计整治物业小区公共收益金额达 6000.62 万元。下阶段,我市将继续对物业服务企业侵占住宅小区业主公共收益或公共收益收入、分配不公开等问题进行专项整治,纠正和查处一批物业服务企业,确保小区公共收益纳入专户管理,维护全体业主的合法权益。

■本报记者 李 伟

全快递包装法律法规和标准体系,积极支持和帮助企业升级改造、创新监管手段、提高绿色商品市场准入门槛、开展网购商品包装物减量化和再利用等;充分发挥消费者、新闻媒体、行业协会等的监督作用,广泛凝聚社会共识,构建人人有责、人人尽责的快递包装社会治理体系,有力有序推进快递包装绿色转型。

让包装“绿”起来,消费者也要积极行动起来,树立绿色消费、低碳消费的理念,改变快递包装随手扔的习惯。毕竟,对生态环境负责就是为自己的生存环境负责。

D

读者论坛

uzheluntan

让包装“绿”起来须多方动起来

■付 彪

“绿”起来,需多方动起来。

对包装生产企业来说,要以技术创新和模式创新驱动快递包装绿色转型,积极研发环保、耐用、可降解的新型包装材料,培育发展快递包装新业态,实现绿色生产与绿色消费良性循环。比如,有包装生产企业研发的

装箱,优先使用易折叠、易回收、可复用的包装箱。比如菜鸟联合天猫超市,整个仓库发货的包装 70% 不再用新包装,而是原包装或回收包装循环使用,并大力推行“绿色回箱计划”,其做法值得借鉴。

对政府有关部门来说,要建立健

抛撒与清理,一场美与丑的“较量”

■丁家发 文 杨 靖 画



11月6日12时22分,宁波鄞州百丈东路中兴路交叉口,一辆黑色轿车在左转弯道等待红灯时,驾驶位旁的车窗打开了,驾驶员随手把一只矿泉水瓶丢弃在路面上,而且,多次把手伸出车窗,将车内的垃圾一并扔出窗外,待到信号灯转为绿灯,驾驶员开车扬长而去。而一辆白色

小车就在前车丢垃圾的位置停下,车门打开,一位小姐姐探出大半个身子,伸手将前车丢下的所有垃圾收拢清理,然后拿到了自己车内……整件事的经过,也被路口的公共视频完整记录。

(11月13日《钱江晚报》) 一个打开车窗抛撒垃圾,一个

停车清理垃圾,在宁波鄞州百丈东路中兴路交叉口,上演了一场美与丑的较量。这场狭路相逢的较量,高下立现,交通违法行为的丑可谓完败。现代文明社会,需要更多这样的较量,才能将各种丑打得落花流水。这位小姐姐的美,树立了一个好的榜样。

驾驶机动车在途中抛撒垃圾的丑态,不仅是不文明行为,也是违反交法规的行为。这样的丑,必须予以谴责和遏制。事后,交警找到前车的驾驶员余某,对其不文明行为进行了批评教育。余某认识到了自己的错误,表示了歉意和后悔。最终,交警根据《道路交通安全法》规定,对余某驾驶机动车时向道路抛撒物品的违法行为处以 200 元罚款。既丢了面子,又受到了应有处罚,这名驾驶员为自己的丑行付出了代价,一点也不冤。

相比之下,后车司机小姐姐清理垃圾的美,就显得更为突出。这样的美,值得称赞和大力弘扬。她说,“这些垃圾留在路中央,环卫工人清理起来不是很方便,别的车子经过时也不安全,就随手清理了一下。只

是举手之劳而已。”其实,文明行为的美,就体现在平时的一言一行之中。后车司机小姐姐树立了一个好的榜样,无疑值得大家学习。让文明行为蔚然成风,需要更多这样的举手之劳。

现实生活中,面对一些丑陋的行为,不少人视而不见,或者不敢与之进行较量。这名小姐敢于出手,用自己的美与前车司机的丑进行一场较量。这场较量,弘扬了社会正义和正能量,也感动了网友,起到了很好的宣传教育作用。一方面,让公众知道驾车抛撒垃圾行为是交通违法行为,将受到罚款等处罚,从而遵守交法规;另一方面,教育和引导人们要敢于和不文明及违法行为进行较量,用美打败丑。

现代文明社会,需要更多举手之劳的美。期待越来越多的美与丑的较量,让丑行无处藏身,让我们的社会变得更加文明与和谐。

D

道听图说

aotingtushuo

S

声音

hengyin

让孩子们在自然教育中成长

■付 彪

随着“双减”政策的实施,中小学生学习课外时间得到释放,周末、节假日家长和学生将目光投向大自然,研学游、亲子游成为热点。

学校是大课堂,户外也是大课堂。但现在的孩子离自然越来越远,如何把自然教育和学科教育结合起来,将课本内容和现实结合起来,将孩子们学的知识活,让更多知识融会贯通,这对孩子的全面成长非常有意义。

让孩子从小接受自然教育,可以培养孩子爱护动植物、关心周围环境、珍惜自然资源的良好品质,能让孩子从各种生态体验和实践活动中学到许多平常学不到的知识。现实生活中,不少孩子分不清韭菜和麦苗,甚至不知道花生长在地里,这都是脱离自然、缺少必要的实践活动造成的。

让孩子从小接受自然教育,可以拓展“读万卷书,行万里路”的新内涵。当下,就近选择市中心的景区、博物馆、美术馆、文化馆等,成为周末亲子游的好去处;红色资源与

研学旅行相融合的主题内容也成为学生出游的主流选择,因为这些场景远远比书本教会他们的更生动。

让孩子们在自然教育中成长,需要开发更多元化的新产品、新题材。比如,有的研发了农业丰收体验产品,根据小学课文《落花生》设计了了解花生构造和种植、采摘、淘洗、晾晒等环节;有的研发了“沉浸式体验性”红色研学产品,将写生采风实践融入党史学习教育。正是凭借丰富的形式和积极的教育意义,赢得了家长和学生的喜爱。

今年 6 月,文化和旅游部发布《“十四五”文化产业发展规划》,提出要大力发展研学旅游,开发集文化体验、科技创新、知识普及、娱乐休闲、亲子互动于一体的新型研学旅游产品。“双减”之后,我们更应注重挖掘劳动及自然教育、红色研学、体育及非遗的潜力,更应充分认识到大自然巨大的教育力,多让我们的孩子走进大自然、亲近大自然——大自然的教育价值不比课堂教育逊色,甚至比课堂教育的价值还要广泛、持久、悠远。

对超速的电动自行车用法治“急刹”

■戴先任

新修订的《电动自行车安全技术规范》(下称“新国标”)规定,电动自行车时速不超过 25 公里,整车重量不超过 55 公斤、电池电压不超过 48 伏、带有脚踏骑行装置。但“新国标”已出台 3 年多,在一些地方,超标电动自行车依旧满街跑。

超标电动自行车长期以来都是城市马路上的“大杀手”,由此引发的致人伤亡交通事故不断。尤其是近年来,外卖、快递配送电动自行车导致的致人伤亡交通事故呈上升趋势。

对于这些问题的,一方面需要公安交管等相关部门要加大对上路电动自行车车的监管力度,对超标电动自行车,改装电动自行车要加

大查处与打击力度,对电动自行车要强化事前事中事后的全过程监管,坚决遏制非法改装电动自行车乱象。另一方面,快递企业、外卖企业也要能优化服务评价体系,不能用算法逼迫快递小哥、外卖小哥超速行驶,政府相关部门则要加强对企业规范治理。

据不完全统计,我国电动自行车的社会保有量约 3 亿辆,如果不能对其进行有效管理,就会让它们成为闯进城市破坏交通秩序的“野兽”。笔者认为,城市治理者要加强对电动自行车的管理,让“新国标”能够落到实处,对超标电动自行车,改装电动自行车要坚决打击,对超速的电动自行车用法治“急刹”,让城市交通更加安全有序。

莫让乡村游医忽悠百姓

■许贵元

笔者回农村老家,经常看到一些乡村游医,他们开着电动三轮车,车上挂着醒目的招牌,走乡串村、巡回在农村大街小巷,用“小喇叭”不停地喊叫:“专治疑难杂症、抽签算命、看手相、看阴阳宅、婚丧嫁娶、健康咨询!”车上还携带一些自制的药水、药丸、药面、膏贴,声称祖传秘方、专治百病、不灵不要钱等等。

有些好奇的农民群众还主动把他们请进家里“关门算命”。算一次命运至少 100 元或 200 元,抽一次幸运签一般 10 元 20 元,听了他们的胡诌八道后,有的喜出望外,有的垂头丧气。

乡村游医之所以在农村可以四处流窜、忽悠百姓、招摇撞骗、

骗取钱财,主要是农民法治意识和防范意识较差,崇尚封建迷信,这就使得乡村游医有机可乘,不同程度地干扰了风清气正的法治乡村建设。

笔者认为,这种现象必须依法依规进行治理。一是加大农村普法宣传和法治教育力度,引导农民群众破除封建迷信思想,相信科学、崇尚精神文明,树立正确的人生观,牢固树立社会主义核心价值观,自觉抵制封建迷信行为,维护村规民约,做到遵纪守法和依法维权;二是有关部门要深入农村开展巡回排查,采取必要措施和手段,取缔乡村游医,莫让农村沦为乡村游医的自由世界,为推进法治乡村建设、打造文明向上、健康安全、和谐稳定的美丽家园,营造良好的社会环境。

Y

有照为证

ouzhaoweizheng



昨天,周末的古城吸引了不少前来休闲娱乐的市民。记者在漳州古城文庙门口看到,有的市民闲坐于护城河石栏杆上。据记者目测,石栏杆高约两米,万一不小心跌下后果不堪设想。记者在此提醒市民,休闲也要注意安全,应选择适合放松休息的地方。

本报记者 李 林 摄