

不间断播放扰民、收益不透明、不征求业主意见就安装,小区电梯广告让居民烦恼——

电梯广告,如何真正实现多方共赢

广告“洗脑式播放”引不满

“每天上下班,一进电梯就被广告包围,眼睛没处看,耳朵没处躲。”家住西海岸新区星悦城31号楼的陈女士向记者抱怨。此前,她因电梯广告噪音扰民问题拨打了12345·青诉即办,社区协调物业联系厂家关闭了屏幕。“但消停没几天,声音又回来了,物业说与广告公司签了合同不能违约。经多次投诉,现在电梯广告屏幕依旧开着,但声音关掉了。”陈女士说。

记者走访多个小区发现,电梯广告以电子屏有声广告为主,屏幕上循环播放着服装、食品、电商促销、药品保健品等各类广告,每段广告时长5至15秒,部分小区的电梯广告屏音量较大,即使电梯门关闭,在外面也能清晰听到。

“不是反对电梯广告,而是希望能有选择权。”采访中有居民提出,希望电梯广告能播放一些实用信息。“我们并不排斥那些能提供实用信息的广告,例如小区停水停电通知、周边交通信息或本地文化活动预告等。”一位市民建议。

也有居民完全不接受电梯广告。家住市北区的退休人员刘先生认为,电梯属于业主共有空间,未经业主同意就安装设备投放广告,是对业主权益的侵犯。“我每天多次上下电梯,广告语反反复复,非常洗脑。”刘先生说,他曾联合几位业主向业委会提议拆除电梯广告播放设备,但因小区业主意见不一,不了了之。

电梯广告收益不透明也是居民反映比较集中的问题。根据《山东省物业服务收费管理办法》第三十九条规定,物业服务企业代为收取的物业共用部位、共用设施设备经营收入和车位场地使用费等收益,应当单独列账,独立核算,按季度将收支明细在物业管理区域的显著位置予以公示。公示时间不得少于一个月。

记者发现,部分小区公共收益信息过于笼统,只有公共收益总额,没有明细。有的物业公司公示的公共收益中,水站、车位服务管理费、电梯广告费等为0,居民质疑其真实性:“电梯里明明有播放的广告屏,怎么会没有收益?”

安装“先斩后奏”不合规

安装程序不规范也是居民反映电梯广告的问题之一。《物业管理条例》第五十四条规定,利用物业共用部位、共用设施设备进行经营的,应当在征得相关业主、业主大会、物业服务企业的同意后,按照规定办理有关手续。然而在现实操作中,这一条款并未很好地落实。

“没有任何通知,我们一回家,发现电梯里多了块大屏幕。”李沧区文昌路某小区业主李女士告诉记者,物业未经业主同意擅自安装广告屏,虽然物业管家之后告诉她,物业在公示栏公示了公共收益,业主可以登录青岛市物业智慧平台查看本小区的公共收益情况,但这种“先斩后奏”的做法让她难以接受。

记者调查发现,“先斩后奏”的模式背后有多种原因。在流程上,征求业主意见涉及大量沟通、意见汇总等烦琐环节,需要耗费时间和精力,部分物业公司既不愿承担流程成本,又急于广告变现,便跳过了法定的征求意见程序。另外,许多小区未成立业主委员会,缺乏



能够凝聚业主诉求、与物业公司平等对话的组织者,这使得物业公司在广告投放决策中掌握了绝对话语权。此外,部分物业公司对相关法规认识模糊,心存侥幸。

“物业公司也有苦衷。”一位不愿具名的物业经理坦言,“现在物业费调价困难,但人工、维护成本年年涨,电梯广告是比较稳定的收入来源,能补贴公共设施维修更新费用。有些项目是广告公司主动找上门,提成方案也不错,只是流程上‘急了一点’。”

监管存在“模糊地带”

记者查询发现,目前国家层面并未出台专门针对电梯广告音量和亮度、播放时间、收益公示细则的强制性统一标准,地方上虽有探索,但标准不一。《上海市电梯安全管理办

法》2023年修订时,曾考虑加入“轿厢内广告应当静音”的条款,但最终版本仅要求广告不得遮挡安全标志和应急联系方式,静音条款未保留。

监管标准缺失,管理就存在困难。广告公司通常有自己的“操作规范”。一位业内人士告诉记者,电梯广告音量通常会控制在“电梯外听不到”的程度,但没有具体的数值标准。有的广告公司会与物业公司协商,将广告音量、播放时间等事项约定在合同中。

“当电梯广告的音量超出合理范围,对居民造成持续噪声干扰时,即构成对居民生活环境权益的侵犯。业主有权要求物业公司、广告

公司或相关监管部门采取措施,保障小区的 environment 安宁。”宁夏宁人律师事务所律师王福非表示,电梯属于全体业主的共有部分,业主集体是解决广告安装和收益问题的最终决定者。应该通过业主投票,集体决定是否允许安装广告、设置严格的播放标准(如静音时段),以及规范广告收益的使用和分配。

电梯广告需要“立规矩”

近期,上海一名大学生购买“通用钥匙”关停上百块小区广告屏的事件引发热议。这场看似解气的行为背后,折射的是维权渠道不畅的无奈。如何破解困局,让电梯广告真正实现居民、物业公司、广告公司多方共赢,已成为一个亟待破解的管理难题。

记者了解到,江苏省地方标准 DB32/T5229—2025《电梯广告投放管理规范》今年11月30日实施,对电梯广告的内容、数量、公益投放等多方面作出明确规定,进一步保障电梯安全运行和公众合法权益。规范要求,住宅电梯广告数量不得多于3个,液晶显示屏仅限1个,噪音需控制在25分贝以内。电梯广告发布者应减少网络游戏、成人用品广告在住宅电梯中的投放频次。鼓励广告发布者在广告位空置期投放公益广告。

“如果通过协商无法解决争议,或物业公司、广告公司侵权行为明显,居民可以考虑采取司法途径,对物业公司或广告公司提起诉讼,要求法院裁决停止侵权(例如,要求拆除未经授权的设施)、赔偿损失或返还利用共有部分产生的广告收益。”王福非表示,在当前的司法实践中,无论是向市场监管部门投诉噪音扰民问题,还是通过业主大会争取权益,或是诉诸法院,居民往往面临部门间推诿、难以确定广告噪音的明确监管主体,以及法院裁判的法律依据不充分等困境,使得维权成本十分高昂。

“如果广告公司或物业公司在未经多数业主同意的情况下擅自安装、运营广告,那么其投放行为就侵犯了全体业主的共有权和收益权。”王福非建议,安装电梯广告必须履行法定程序,广告的安装和经营通常需要经过业主大会或全体业主的多数同意。合同关键条款,如广告音量上限、每日播放时段、屏幕亮度、收益分成比例等,应在协商阶段充分明确,并写入合同。

记者从青岛市物业服务保障中心获悉,目前,全市物业管理项目4784个,智慧物业平台已绑定1232家物业企业、4473个物业服务项目,全市开立业主共有资金账户2363个。业内人士建议,依托这一平台,要求物业公司将电梯广告收入细化录入,在小区显著位置与平台同步公示,对公示作假或拒不公示的物业公司采取扣分、降级等惩戒措施,让公共收益“晒在阳光下”。

“电梯广告也可以开辟一定比例时段或特定屏幕用于社区公益宣传,如发布停水停电通知、社区文化活动预告、反诈宣传、垃圾分类指引,甚至展示业主的摄影书画作品。这不仅能减少扰民现象,还能增强社区凝聚力。”青岛市物业管理协会秘书长李岩建议,可探索将公共收益定向用于业主关切的项目,如补充维修基金、改造儿童游乐设施、安装电动车充电桩等,让业主真切感受到“收益共享”。

城事·微观

纸轻公道在服务重民心

近日,一则“2页打印收费12元”的消息引发热议。住客在酒店紧急打印文件,本可成为酒店提供温暖服务的机会,却因远超市场价的打印费,让便利变成了“算计”。打印事小,关系民生这看似不起眼的“小问题”,实则是服务行业市场化进程中如何守住惠民底线的大课题。

酒店打印敢高价收费,背后是特定场景下的“需求刚性”。这种逻辑与高铁上的溢价盒饭如出一辙,都是利用消费者时间紧迫、选择有限的情境,将基础服务异化为利润来源。当“便利惠民”变成了“趁需收费”,便背离了服务民生的初衷。

打印服务连接着大众生活的关键节点:学生作业、旅客文件、市民办事材料……它已非单纯的市场服务,而是带有普惠性质的公共需求。当基础服务被不合理定价,不仅加重了群众负担,更在无形中为群众获取公共服务增设了门槛。

从更深层来看,此事触动了人们对“公平交易”的朴素认知。公众反感的往往不是付费,而是价格与价值间的巨大反差。公众警惕的不是市场服务,而是便民服务沦为资本逐利的工具。

诚然,酒店提供打印服务可能确有其特殊成本:设备专用、使用频次低、需专人维护,单次成本高于专业文印店,但利用用户的应急之“需”索取过高之“利”,便模糊了合理补偿与借机牟利的边界。关键不在于能否收费,而在于收费是否与所提供的价值相符。

化解此类矛盾,需要寻求社会共识与多元共治。经营者应恪守公平诚信,基于合理成本明码标价,充分履行告知义务。在定价策略上,可探索区分“基础服务”与“增值服务”:对黑白打印、证件复印等民生高频需求,侧重普惠与可及性;对彩色输出、特殊装帧等个性化项目,则由市场调节。同时,通过行业规范引导、服务标准推广和消费信息透明化,提升消费者的选择能力与议价意识。最终,借助市场机制、行业自律与社会监督的合力,推动此类嵌入式服务在商业性与公共性之间找到健康、可持续的平衡点。

一纸虽轻,承载的却是民生的重量与期盼。唯有让基础服务真正回归便民、公平与合理,方能守住服务的初心。

读者来信·记者追访

狐狸是否该留山



■网友@Sky_拍摄的浮山森林公园狐狸视频截图。

近期,一只白色狐狸现身青岛浮山森林公园,引起广泛关注。许多市民都在公园偶遇过这只狐狸,它在林间悠然漫步、接受投喂,欢快玩耍以及与其他小动物和谐共处的视频也被网友发布到社交平台,小狐狸迅速成为“网红”。

对于这只不期而至的“山间精灵”,市民看法不一。有人认为它为城市公园增添了野趣,是人与自然和谐共生的美好体现,应该被保护起来,继续留在山上。也有人疑虑:它会不会咬人,是否携带病菌?随着气温逐渐降低,这只缺乏野外生存能力的狐狸如何过冬?它在山上能找到足够的食物吗?还有市民建议,为它搭建一个专门的栖息区域,配备必要的生活设施,安排专人投喂。

“这只狐狸是人工繁育的宠物彩狐,不是青岛本地物种,也没有野外生存能力,所以不适合外放。”青岛森林野生动物世界策划部部长李焕斌指出,这只狐狸现在在野外生存,不免会吃到腐烂的食物,容易携带致病细菌,且未经检查无法判断其是否携带病毒或寄生虫。考虑到会有人和动物交叉感染的风险,不建议市民近距离投喂和接触,最好由救助机构收留这只狐狸。

李焕斌介绍,青岛野生动物品种多为鸟类,如红隼、游隼以及猫头鹰等鸮类,每年春秋时节鸟类过境时,他们会收到很多市民发来的救助信息。“在救助过程中,我们发现有一些很少出现在本地的国家保护动物,如娃娃鱼、秃鹫,不排除有人非法饲养。大家应共同维护生态环境和动物权益,在饲养另类宠物前一定要做足功课,不要饲养国家保护动物;在野外发现被弃养动物时,不要随意投喂食物,更不要猎捕。”李焕斌说,青岛地区设有多个野生动物救助站,专门负责接收和治疗受伤或迷途的动物,市民可以及时向这些救助站报告。

“这只狐狸不是国家保护动物,不在市动物园救助范围内。目前,我们正在跟西海岸新区一家救助站沟通救助收留事宜,但由于抓捕困难,现在还没有进展。”市北区浮山保护管理分中心主任周晓斌介绍,浮山森林公园在狐狸经常出没的区域设置了提示语,提醒市民不要投喂和互动。

你问我答

充电车棚不够用 小区居民望扩建

民生在线网友:上合示范区龙湖上合壹号小区电动自行车较多,但充电车棚不够用,能增设充电车棚吗?

民生在线·帮办:胶州市九龙街道办事处工作人员回复,街道联系了龙湖上合壹号小区所属的海韵名邦社区居委会,居委会称,该网友提出的诉求涉及小区公共区域使用问题,建议居民先向小区物业公司提出申请,物业公司将结合小区实际情况与广大业主共同商讨扩建充电车棚事宜。如需协助,也可联系海韵名邦社区居委会,居委会将联合物业公司共同推进相关工作。

古镇口大学城建设进展如何

民生在线网友:古镇口大学城建设进展如何?

青岛市教育局:关于青岛市人民政府批复的《青岛西海岸新区国土空间分区规划(2021—2035年)》的意见中,明确了古镇口大学城及周边区域规划布局。目前,该区域正在推进中国海洋大学二期、中国石油大学(华东)软件学院建设。

急难愁盼 小邱帮办

连通城阳、即墨的荟城路有160米被“卡”住,周边居民盼了又盼——

跨区道路“梗阻”多年何时通?



■荟城路在城阳区、即墨区交界处断开。

果城阳段完成建设,即墨段将启动建设。

记者又从城阳区城阳街道了解到,与荟城路交汇的彰德路原为骆驼山一路。根据城阳区行政审批服务局2024年6月发布的关于荟城路(骆驼山一路至城阳区界)道路建设工程项目拟使用林地的公示,目前未施工的地块原为城阳街道仲村社区的一块林地,用于城市次干路建设,道路规划红线宽度40米、长约160米,主要建设为道路、雨水、污水、路