

春天风大是一种正常的自然现象。但城市的广告牌被刮掉惹祸就不正常了。前天晚上一块广告牌被刮落正中一男青年头部，则将这种不正常引发到一个更加值得关注的状态。目前这名男青年仍昏迷不醒，但广告牌的所有者、监管者应该清醒了：户外广告牌为何如此弱不禁风，它给市民造成的损失谁来赔。老百姓有充足的理由要求——走在马路上，不再担心飞来之祸。

编辑：刘海鹏

2013年4月2日 星期二
美编：晓莉 组版：韩舟

广告牌，你为何如此不禁刮

广告牌伤人损物再引关注，市民质疑安装方监管方失职

本报记者 王兴飞 宋磊 实习生 闫贊 张培培 陈娇娇



3月31日夜，济南历山东路和解放路交叉口一大型广告牌以及固定的墙体被风吹倒。
本报记者 宋磊 摄



由于瞬间最大风力达到8级，3月31日夜间，不少户外广告牌、商业牌匾在强风中纷纷坠地，甚至发生了致人重伤的事故。面对大风刮倒的广告牌带来的无妄之灾，不少市民都在忧虑：为什么户外广告牌、商业牌匾竟如此弱不禁风？

新闻现场 广告牌频被大风吹倒，惹祸不少

3月31日晚8点15分左右，济南历山东路与解放路交叉口附近一块大型公益广告牌被大风吹倒，固定该广告牌的墙体也连带倒塌，所幸未造成人员伤亡。

4月1日上午记者在现场看到，在广告牌和墙体倒

塌处，30多米长、3米多宽的大型广告牌的中间大部分倒在地上，被倒塌的砖墙墙体压住，广告牌的两头部分则倾斜在路边的路牌和树上。停在路边的一辆城管环卫车车头被一棵歪倒的树砸倒，一处路灯的灯箱上沿也被砸碎。

3月31日晚8点半左右，济南华山西路一家网吧的牌匾也在强风中坠落，一个女孩险被砸到。

1日上午9点，在历黄路北口，记者看到一块20多米、高3米左右的大型楼顶广告牌被强风吹歪，广告牌下，一辆霸占着整条非机动车道的大吊车正通过吊臂和钢索将歪倒的广告牌“扶正”。这处广告牌往东不远，一差不到4米多长的广告牌整个倒在楼顶上。

“幸好刮的是南风，要不然广告牌得整个砸到路面上来。”楼下商店的一名工作人员说。

“这个牌匾太重了，真要砸到了，那个女孩估计凶多吉少。”4月1日上午11点，记者来到位于华山西路东段的这处网吧时，老板孙女士心有余悸地告诉记者。

●相关新闻 网吧牌匾被刮落 险伤过路女孩

本报济南4月1日讯(记者 王兴飞 宋磊 实习生 闫贊) 3月31日晚，济南华山西路一家网吧的牌匾在强风中坠落，砸坏1辆电动车、1辆摩托车和多辆自行车，门口的两个大花盆也被砸得粉碎。更险的是一位女孩和坠落的牌匾仅一步之遥。

据孙女士介绍，牌匾被风刮落发生在3月31日晚上8点半。“听到门外砰的一声响后，我就往外赶，发现刚从网吧出门的一个女孩就站在坠落的牌匾旁，呆了一会儿后这个女孩子才大声尖叫着跑开了。”孙女士摇着头说，坠落的牌匾距离女孩前脚不到半米远，事发后三个成年男子一起才把牌匾拖开。

●相关链接 一般户外广告 许可不超三年

根据2011年3月1日起施行的《济南市户外广告设置管理条例》第十八条的规定，“户外广告设置许可期限最长不超过三年，但电子显示装置等造价较高的户外广告设施的设置许可期限可以适当延长，最长不超过五年。”

同时，该条例第二十八条对户外广告的设置与维护也做出了明确规定，“户外广告设置者应当定期对户外广告设施进行安全检查。户外广告设施达到设计使用年限时，户外广告设置者应当及时予以更新。对于设置期满二年的户外广告设施，户外广告设置者应当在每年6月1日前按照省《户外广告设施检验规范》组织进行安全检测，并向市城市管理行政主管部门提交检测报告；对检测不合格的户外广告设施，户外广告设置者应当立即整修或者拆除。”本报记者 王兴飞 宋磊

对广告牌的管理不能止于审批

相关部门以责任自负的理由，把出力不讨好的后续监管推给了企业，而缺乏责任心的企业又把这种风险转嫁给了市民，使得广告牌下的行走成了“生死有命”的冒险。

□本报评论员 崔滨

一场春季常见的大风，竟然吹倒多处广告牌，群众为之付出代价的不仅有财产，还有可能无法挽回的生命。市民不禁要问，扮靓城市、方便市民的广告牌何以成了不可捉摸的“杀手”？这究竟是天灾，还是人祸？广告牌的设置都有审

批程序和施工验收标准，但令人遗憾的是，审批程序走完、现场验收合格后，广告牌后续的安全维护和质量管理，转眼就成了“谁安装谁负责”。但可以想到，在没有管理部门后续监管介入的情况下，那些以营利为目的的企业，能有多大的责任心和使命感，去维护那些需要不断投入的城市广告牌呢？相

关部门以责任自负的理由，把出力不讨好的后续监管推给了企业，而缺乏责任心的企业又把这种风险转嫁给了市民，使得广告牌下的行走成了“生死有命”的冒险。所以，从管理的角度看，广告牌下的事故并非天灾，而是人祸。

从近期接连发生的事

患。只有以常态机制把安全责任明确到部门或个人，广告牌才能不再成为市民头顶上的“杀手”。这就需要管理部门主动转变作风，改进职能，由审批型政府向服务型政府转变，对广告牌的管理绝不能止于审批，而应该把重心放在安全监管上。比如对广告牌的定期检查，管理部门应该对企业施加一定的

强制措施，像重视室内消防一样重视户外广告。几乎每个城市的广告牌都多得数不胜数，管理起来确实很琐碎、很辛苦。管理部门是知难而上，还是“一推六二五”，关键在于有没有心系人民的责任心。打造安全城市，就应该在管理的细节上做耐心细致的工作，否则，今天出事的是广告牌，明天就可能是下水道、电线杆。