

## □评论员观察

济南拆除违规网红路牌也给商家提了个醒。文创要浪漫,也要守规矩。商家通过文创,提升知名度、吸引客流,无可厚非,但是一定要恪守法律的边界,不能只管营销,不惜扰乱公共秩序、影响城市管理。

# 违规网红路牌被拆,浪漫也要守规矩

## □评论员 朱文龙

“我在××很想你”“想你的风还是吹到了××”……

最近,一系列“浪漫风”网红路牌火了起来,一度掀起年轻人拍照“打卡”热潮。这样的路牌也出现在了济南,它们的命运受到了公众的关注。蓝底白字或绿底白字,外形酷似道路指示牌,配上“我爱济南,等风也等你”的文案,在社交媒体的加持下,这类网红路牌,吸引了众多年轻人争相打卡,而网红路牌带动的打卡流量,也让商家跟风模仿,纷纷定制路牌吸引客流。

对于这些网红路牌,济南市民政局给出的态度很明确:“具体问题具体分析。”简而言之,就是该拆的拆,该留的留。这一姿态值得赞赏,也是处理网红路牌问题的正确方式。

所谓该拆的拆,就是不给违规网红路牌

生存空间,全部拆除。道路路牌是一种指路工具,它标记的地理信息,不管是方位还是地名,都要尽可能做到精准、精确,因此路牌的设置有严格的标准和流程。

今年5月1日新修订实施的国务院《地名管理条例》明确规定,“任何单位和个人不得擅自设置、拆除、移动、涂改、遮挡、损毁地名标志。”具体到济南,一些网红路牌的外观设计与正规的路牌高度雷同,容易混淆路人的视线,属于“街头违建”。尽管这类路牌深受一些年轻人的喜爱,但济南城市管理部门还是依法进行了拆除。这种做法也是规范道路路牌、加强市容市貌管理的题中之义。

所谓该留的留,是指不搞“一刀切”。需要看到,除了设置在市政道路上的网红路牌外,济南还有一部分网红路牌设置在景区、商圈内。这些网红路牌拆除与否,要具体情况具体分析。如果只是将网红路牌设置在特定景点或商家店内,仅供游客拍照打卡,不

会对道路指引造成困扰,不存在安全隐患,这种情况可以视作一种纯粹的商业行为,是被允许的。

至于那些在没有经过相关部门审批,被商家放置在户外道路两侧且标有方位的网红路牌,显然是违规的,必须要拆除。对网红路牌分情况处理,可以最大限度避免误伤,体现济南内在的温情与文明。

从相关新闻的评论区来看,违规网红路牌被拆除后,“让不少市民网友感到唏嘘”。其实大可不必如此,诚然,一些违规的网红路牌为城市生活增添了不少趣味,契合很多人与城市互动的需求。但违法就是违法,不管以何种理由违法,都是不允许的。

济南拆除违规网红路牌也给商家提了个醒。文创要浪漫,也要守规矩。商家通过文创,提升知名度、吸引客流,无可厚非,但是一定要恪守法律的边界,不能只管营销,不惜扰乱公共秩序、影响城市管理。

## 郑州违停提示单风波“提示”了什么

## □评论员 王学钧

近日,一则消息在网上热传,说是郑州城管不到20天贴出了74万张违停提示单,车辆10分钟内未驶离将面临贴条处罚。出手如此之重,开单如此之多,让不少网友心生猜疑,跟帖发问:“莫非,相关部门在借此创收?”甚至有人帮着算起了账:如果按照某种惯例,每辆违停车罚款200元,开这么多单子可以带来多大“收益”。弄得郑州城管部门不得不赶忙发声“辟谣”。

原来,事情是这样的。8月1日起,郑州开展交警、城管违停联合执法工作。8月20日之前是联合执法宣传期,这段时间对违法停车行为以劝导为主,张贴《机动车违章停车提示单》,不上传公安交管平台,不实施处罚。宣传期过后,《机动车违章停车提示单》将按

照程序进行上传、处罚。违停车辆有10分钟提醒期,10分钟内未驶离,车主将面临“贴条”处罚。也就是说,在联合执法宣传期,郑州城管贴出的违停提示单只有提醒注意的功能,不是对违停车辆开出的罚单。

这么“温馨”的一件事,为什么会遭受这么严重的猜疑,以至于酿出一场不小的舆论风波?这个问题值得深思。

公众的猜疑是有原因的。不到20天就贴出74万张违停提示单,执法力度远超寻常,容易引起人们注意。《机动车违章停车提示单》大都是贴给私家车的。粗略统计,郑州市私家车保有量约为300万辆。不到20天就贴出74万张违停提示单,意味着在不到20天的时间里,平均每四辆车就有一辆因违停被“提示”过。如果平时严格执法,这段时间的违章停车应该不会这么严重,这么反常。通常情

况下,城管贴出的违停提示单并不止于提示,还会被上传公安交警平台。上传之后,违停提示单会经由相关程序变身为违停处罚单。如果宣传不到位,即便执法部门已决定不上传违停提示单,不少人还是会习惯性地把违停提示单往罚款单上想。

公众猜疑的背后,有着更深刻的民意。一者,这些年,人们已对某些运动式治理心生厌倦,不愿相关部门一惊一乍地“积极作为”,更愿意这些部门能把功夫用到平常,和风细雨润物无声。二者,在不少地方财政状况欠佳的当下,人们对“罚款经济”尤为敏感,对各种涉及罚款的政策措施格外警惕,唯恐相关部门情急之下动作变形。只有看到这一点,相关部门才能真正理解这场风波的含义,汲取这场风波的教训。

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com

## □观点

## 高温干旱不是猎奇的温床

极端高温天气下,夸张渲染的谣言也在不断滋生。近日,一则“乐山大佛‘真身’全部露出”的消息登上热搜,随后乐山大佛景区管委会相关人员回应,所谓大佛“真身”就是佛头到佛脚,都是一直能看到的,是常态。此外,对于“西湖龙井茶树90%被晒干”的热搜,杭州市农业农村局经作处回应称,晒干的情况确实有,但说法夸张了,“西湖龙井茶产区大致有10%的茶园受干旱影响”。在如今全民关注高温干旱的前提下,对相关极端现象夸大渲染,炮制出不实信息到处传播,绝不是一件好事。要避免谣言频繁上演,我们普通人要不信谣不传谣,对于一些极端少见的“奇闻”,多做信息真伪的核实工作;而从官方层面看,既要加强信息的发布效率,用权威发布来减少夸大事实、博取眼球的谣言传播空间,同时还得加大对故意制造、传播谣言行为的打击力度。(熊志)

## 孩子护眼路上谁来打掉“拦路虎”

近日,中国青年报社社会调查中心联合问卷网发布的一项调查显示,社交平台是受访家长获取近视相关信息的主要渠道,83.6%的受访家长感到现在声称能“治愈近视”的虚假营销现象普遍,83.7%的受访家长认为近视防控虚假营销是儿童青少年护眼路上的一大“拦路虎”。家长一看到孩子近视,往往病急乱投医,容易相信一些商家似是而非的观点。为此,有关部门还应尽可能地普及这方面的常识,提醒家长相信科学,到正规医疗机构医治孩子的近视,最大程度压缩不法分子“消费”学生和家长的空间。相关部门要结合深化教育改革,让孩子培养良好的用眼习惯,出台防控儿童青少年近视实施方案,共同呵护好孩子的眼睛,让他们拥有一个光明的未来。(光明网)



扫码下载齐鲁壹点  
找记者 上壹点

编辑:武俊 组版:刘燕

“讲文明树新风”公益广告  
新时代美德健康生活方式

齐鲁晚报

低碳生活 绿建未来

