

编辑你好：

我家住在呼市中海凯旋门小区，从入住小区开始，小区电梯里、公告栏中经常能看到各种广告，一个广告栏里常常张贴着几

份广告画报，内容有房地产、银行、保险公司、二手车等等。我偶然从网上看到一则消息，小区公共区域广告收入归全体业主所有，所以才想到要去物业公司咨询相关收入支出情况。但是

物业公司的工作人员却说需要有业主委员会代表才能查账。我想了解，小区的广告收入业主到底有没有知情权？
呼市读者李涛

记者调查

小区公共区域广告收入应该怎么花？

□本报记者 毛锴彦

近来，不少读者向记者反映，在小区的电梯里、门口处、道路两旁常见各种广告，这些广告是物业公司引入的，但对于广告收益归属业主还是归物业公司，多数业主都表示不太清楚。小区物业公司负责人则称，广告费属于公共收益，物业公司有权收取，会将这些费用用于小区门禁改造、增设长椅方便业主休闲等方面。那么，物业公司是否有权引入广告？引入广告前要不要征得业主同意？广告收益该归谁支配？对此，记者进行了采访。

在呼市金桥开发区某小区居住的高女士向记者反映，她想在小区的公告栏张贴一张房屋出租的广告，物业人员却告知需收费20元。这让高女士很费解，小区公告栏本来是为了便民的，可是物业却用来收费。她在小区业主群里讨论后，大伙发现多年来小区的楼宇、大门外侧面墙面的广告费用都是物业收取的。对此，有的居民认为，在小区投放广告应先找业主委员会，而不是物业服务公司。物业服务公司只是小区业主请来的，广告进小区必须先经过业主委员会的同意，所获得的收益也归全体业主所有，而不是由物业服务公司来支配。广告收入

的开支，经业主同意后，可以用于公共部分的维修。
据呼市物业管理办工作人员介绍，根据《中华人民共和国物权法》第72条和73条的有关规定，小区建筑区划内的公共场所、公共设施、入楼梯间、电梯间、户外墙面和绿地等，属于业主共有。根据《物权法》，小区业主的共有财产收益、公共场地的收益，都应该属于小区所有业主的公共收益，应该由业主共同享有、共同管理。这其中包括小区的外墙广告收益、停车费、公共地出租的租金、共有房屋出租的租金，也包括电梯广告收入等。
也就是说，物业公司在小区广告方面的收益应该向业主公布，并说明

该笔款项将作何用，即便是用于小区公共设施、绿化养护的花费，也应该将明细账进行公布。
内蒙古秀合律师事务所律师李月婷表示，《物权法》规定，业主对于建筑专有部分以外共有部分，享有权利，承担义务。建筑区划内的其他公共场所、公用设施和物业服务用房，属于业主共有。利用小区公共区域、共用设施设备设置广告和进行其他经营性活动的，应当在征得相关业主、业主大会同意，并征求物业服务企业的意见后，按照规定办理有关手续。所得收益属于全体业主所有，也可以按照业主大会的决定使用。小区的电梯、外墙都属于

于全体业主共同所有的部分，这部分区域的广告收益不应该由物业公司来收取，但是物业公司是受业主委托来进行小区的日常管理，如果物业公司收取了广告费，那么需向业主公示这部分费用的收入以及使用情况。李月婷说。
对此，也有业内人士分析，居民小区业主委员会的缺失也是导致小区公共区域广告收入使用不明确的一个重要原因。小区公共区域是否设置广告，每块广告牌的收益有多少，这些收益将用在哪儿都需要征得业主委员会的同意，但实际上，呼市的大部分居民小区都没有业主委员会，因此对于小区公共区域广告行为也就没有约束能

力，物业公司只能自己进行收取。不仅如此，很多小区的业主不按时定额的缴纳物业费，导致物业资金不足，因此不少物业公司只能将这部分收益用来弥补物业资金，例如电梯维护费、公共绿地维护费等。但是如果收益特别庞大，而这部分费用又没有作为小区公共维修基金，业主就应该向物业公司讨要说法了。
针对这样的情况，李月婷律师建议，业主可以成立业主委员会，由业主委员会对公共区域的广告经营行为进行监督，对于已经投放广告并产生的收益，业主委员会可以与物业公司进行协商，要求物业公司对这部分费用的收入、使用进行公示。

观点

□毛锴彦

物业公司认为小区广告收入是自己的，而绝大多数业主被蒙在鼓里，并不清楚自己对广告收益有支配权。另外，小区广告种类繁多，有的广告是公益性的，有的是商业性的，有的广告被放置于霓虹灯、液晶屏上，有的则被张贴在住宅墙上，或涂刷、悬挂在何处。这些都反映出小区广告管理方面的不规范。
我国广告法对广告主、广告经营者、广告发

小区广告经营也要遵纪守法

布者从事广告活动有一系列禁止性和强制性约束条款。这些条款包括对广告必须进行审查，但在小区投放广告，无论物业公司还是业主委员会或全体业主一般都没有资格和能力对广告内容的真实性、合法性、科学性等进行审查。而对小区内的各种广告媒介附着物的出让，到底谁是适合的出让主体，谁是代理主体，在小区内投放广告的合同内容应该怎样拟订、费用以何种标准支付、由谁决定、收益应当归谁支配、怎样支配等问题，有的法律没有规定，有的虽然有明确规定，但在实践中并未得到遵守。

针对这种情况，笔者建议，小区业主入住后，一旦条件成熟，应该尽快召开业主大会，成立业主委员会，由业主委员会对小区广告的引入、收益的分配等问题与物业公司交涉，一旦交涉不成，应以业主委员会的名义维权更具有正当性和可行性。在选聘物业公司时，要和物业公司对小区广告的引入、收益以及违约责任等进行明确的约定。一般来说，小区广告的收益可以约定用于公共开支，如用来补充住房维修基金，改善小区服务，也可用于冲抵物业管理费、公摊水电费，等等。此外，还可以从中提取

一部分作为报酬，用于奖励物业公司，激励物业公司提供更好的服务。
如果物业公司擅自引入广告或者将广告收益据为己有，业主或业主委员会可根据《物业管理条例》的规定向当地房地产行政主管部门举报，由房地产行政主管部门责令限期改正，给予警告并处以罚款。除举报外，还可以起诉物业公司。起诉的时候，最好以业主委员会的名义，因为经过备案的业主委员会具有诉讼主体资格，或者重新选聘其他物业公司。

鉴言

一条暖心备注 诠释尊重价值

送餐小哥：我没那么着急吃饭，送餐路上请安全第一。如果超时可提前按已送达，或与我联系。辛苦了，谢谢！网友@古典在微博中晒出了一张外卖订单，因订单中的备注十分暖心而受到网友关注。图片发出后，网友们纷纷为这份相互体谅点赞。

一个小小的暖心备注，想不到竟在网络上掀起大风浪，一经发出，阅读量迅速突破10万，可见网友们是多么拥戴正能量。正能量不分大小，不分强弱，人心向善的我们都会照单全收。所以，对这条暖心备注，不少网友表示瞬间感动了，纷纷留言，陌生人之间多一些问候和温暖，世界就会变得更好，理解让世界多了一些温暖，尊重让每一种劳动都具有价值。

由这条暖心备注，不由得想到鲁迅在其小说《一件小事》中写到车夫搀扶老女人走向巡警分驻所时，有一段精妙的心理描写：我这时突然感觉到一种异样的感觉，觉得他满身灰尘的后影，刹时高大了，而且愈走愈大，须仰视才见。而且他对于我，渐渐的又几乎变成一种威压，甚至要挤出皮袍下面藏着的小来。车夫的崇高映衬出作者的渺小。而网友@古典对待外卖小哥的暖心态度，何尝没有映衬出我们的渺小，何尝不让我们自惭形秽？因为我们在外卖订单备注里，恐怕往往都会备注“请尽快送餐”之类的催促话语。

事实上，外卖小哥更需要理解、体谅、包容和尊重。前不久，网络流传一则“外卖小哥送餐超时，电梯里急哭”的视频，那位外卖小哥因订单太多，电梯一层一层地停，而担心无法准时送达，着急地在电梯里面一边跺脚一边哭，据说最后仍遭到客户投诉。这样的新闻并不鲜见。不少消费者总会吐槽外卖送餐太慢、等待时间太长，可是，是否想到过外卖小哥风里来雨里去的艰辛？可曾被投诉还可能扣工资，甚至还可能丢饭碗？

对于消费者而言，非紧急情况下等一等外卖小哥安全送餐，其实也是具有一定文明素质的体现。送餐速度对于消费者固定重要，但外卖小哥的安全更加重要。正如一位评论人士所说，只有建立在安全前提下的“快送”，才有实际的价值。只有外卖小哥安全有保障，收入有保障，我们才能充分享受到外卖送餐的方便省事。

由外卖小哥说开去，我们每个人都应像网友@古典的暖心备注那样，发自内心的尊重所有一线劳动者。职业不分高低，劳动不分贵贱，每份平凡的职业都有一群不平凡的人在坚守，在为我们服务。尊重是人与人交往的必需礼仪，尊重是不同劳动群体进行文明对话的必要前提。（何勇海）

图观



公益团队献爱心

鸡年春节，通辽“随手公益”、通辽“轻松驿站爱心群”等慈善公益团队赴科尔沁区木里图镇敬老院慰问孤寡老人。志愿者们不仅为老人送来了生活用品，还帮着打扫卫生，为老人洗头、剪指甲、验光配镜等。此善举得到老人们由衷的赞许。图为志愿者为老人们验光配镜。李明宝 摄

点赞 新家风

一个孝顺女孩与奶奶的5年陪伴

孝，是中华民族重要的道德规范，也是中华民族重要的文化瑰宝。在呼和浩特市第二十七中学初三二年级，有这样一位命运多舛的孩子，她叫郑晓燕，在她刚出生时母亲就不幸离世，父亲无奈将幼小的晓燕留给了年迈的父母抚养，可晓燕的爷爷奶奶没有生活来源，只得靠拾荒补贴家用。在她10岁时，爷爷也去世了，只剩下奶奶与她相依为命。懂事的晓燕主动承担起照顾奶奶的责任，她说：我很珍惜和奶奶在一起的每时每刻，我要努力学习改变我和奶奶的生活，要陪奶奶安度晚年，让她快乐幸福。

晓燕奶奶年纪大，且体弱多病，由于常年劳累，关节炎越来越严重，手上脚上也生了严重的冻疮。家里无力负担奶奶的医药费，晓燕愁坏了。5年前，她打听到一个偏方，就是用冬天冻过的茄子杆煮水泡脚，能有效地治疗奶奶手上的冻疮，对关节炎也有遏制效果。她依稀看到了希望，只要可以将奶奶的冻疮治好，要她做什么都可以。
5年前的晓燕还是个小学生，年小体弱的她不顾天气寒冷，利用周末的时间骑着自行车到郊外寻找茄子地。人生地不熟，她走了很多冤枉路，但是她从来也没说过一句苦。功夫不负有心人，当晓燕在地里一株一株地将茄子杆挖出来时，她说自己忍不住热泪盈眶，即便双手已经磨起了泡，那时也激动的忘记了疼。她捧着几根茄子杆回家煮水为奶奶泡脚，这一泡就是5年。每年寒冬，晓燕总会到郊外给奶奶挖茄子

杆，这是她给自己定的一项重要任务。尤其冬天是冻疮高发季节，晓燕几乎天天煮好茄子杆水端给奶奶泡脚。日复一日，年复一年，在晓燕的细心照顾下，奶奶的手脚冻疮有了明显好转，关节炎也没有那么严重了。虽然奶奶身体好转了，出去拾荒时晓燕都要一起去，帮着奶奶拿东西，无论严寒还是酷暑。
郑晓燕在校品学兼优，在家孝老敬亲。一路走来，她说，她想感谢的人太多太多，感谢奶奶的陪伴、感谢所有帮助过她的人特别是给予她帮助的老师 and 同学们。而她的老师和同学则纷纷表示，是晓燕孝老爱亲的行为深深地感动着大家，小小年纪就能勇敢承担家庭重任，是大家学习的榜样。（侯玉刚）

民声快线

●2017年春节期间，包头博物馆推出了精心准备的以“雄鸡报晓天下春，博物馆里过大年”为主题的系列活动，活动天天不重样，丰富多彩的社教活动吸引了众多观众走进博物馆，一起共度文化中国年。博物馆三楼少儿活动区时时传来清脆爽朗的祝福语。孩子们通过参观展厅、观看视频，了解十二生肖的由来，利用自己丰富的想象力和创造力绘制色彩斑斓的生肖形象。一位家长表示，这个活动让孩子们运用自己的语言诠释了生肖的新意义，还锻炼了孩子们的行动力，且增强了他们的语言能力，办得很好。（吴艾霞）

●扎花、做花朵，不一会工夫，一朵朵美丽的丝网花就在大伙手中诞生了。兴安盟科右前旗额尔格图镇白音浩特嘎查脱贫搞得红火，20多名妇女在村民于秀英的带领下，正在认真地制作丝网花。春节期间，丝网花销路很好，不仅卖到了周边乡镇，沈阳、大连等地的人们纷纷订购。她们还借助互联网开起了自己的网店，实现了线上线下同时销售。收入的提高让她们企盼着下一个幸福年。（时秀霞 王凤芝）

●在2017年春节、元宵节文化庙会上的非物质文化遗产展区，呼和浩特市民不仅能看到精美绝伦的非物质文化遗产作品展示，还能亲上手体验制作，在感受传统文化魅力的同时，也为新春庙会增添了更多的乐趣。其中一位达斡尔族的刺绣艺术传承人表示，达族刺绣不论在色彩上还是在造型上都形成了自己的民族特色，希望通过这样的展示能有更多的人来学习、传承这些技艺。（李娟）

《读友》向您约稿

首先，祝各位读者朋友们新春快乐、万事如意。
《读友》的办报宗旨很明确：以报会友、沟通编读、通达民意。专栏有关社会热点的“记者调查”；有发表观点引导舆论的“观点”；有反应读者声音、表达基层企盼的“读者来信”；编读往来，还有关注基层的“读者沙龙”“民声快线”等专栏。

2017年我们会更多地刊发基层通讯员来稿，传递民声，通达民意，沟通民情。让我们携手努力，让我们成为贴心朋友。

来稿请寄 nmgrbtxy@163.com