

# 创意广告 停车位上有只“大鞋子” 未经报批 最重或将面临行政处罚

近日,在申城的闹市街头,偶尔会看见一只硕大的红色“运动鞋”,“踏”在路边的停车位上,上面还带着某运动品牌的标识和宣传口号。这个惹眼的广告引起了不少市民的关注。但也不禁令人发问,这样做广告真的可以吗?记者昨天从市容管理部门了解到,由于该品牌的这个“大鞋子”户外广告设施并没有经过相关申报和审批,因此已经于昨天下午在襄阳北路淮海中路被取缔。

本报记者  
章涵意 柏可林



红色的大鞋子占据了一个车位。据停车收费员称,这双鞋子是按照汽车的停车收费价格收费的。

本报记者 丁嘉 摄

“大鞋子”多次现身闹市停车位  
“这种广告手法很有创意”

9月10日和9月12日,襄阳北路淮海中路路段的停车位中,一只巨大的运动鞋模型出现在私家车队列里,格外扎眼。

运动鞋模型表面上,印刷着某品牌的标识,引起路人围观。有人图新鲜,上前合影,也有人侧目而过。负责管理襄阳北路淮海中路段的停车收费员告诉记者,9月10日中午11点左右,一辆货车运载着这双“大鞋”来到这里,他们说要把鞋子放在这个停车位,我想,反正这个车位是空着的,他们要放就放吧,但停车费必须照收不误。”

按照停车收费牌的规定,此处的停车收费标准为第一个小时15元,之后每小时20元。收费员记得,9月10日那天,“大鞋子”在此处从中午一直逗留到下午6点,之后又被该品牌商家的货车运走了。在停车登记表中,收费员并未在车牌号一栏开天窗:“大鞋子”是被车运过来的,我填写的就是那辆车的车牌号。”

而在距离襄阳北路仅几条街之隔的思南路淮海中路,同样有人看见过这双“大鞋子”的身影。停车收费员告诉记者,上个周日“大鞋子”的确在此停留过,他们(商家)跟我“预约”过,本周

四和周六,它还会过来,已经跟我打过招呼了。”该路段的停车收费标准与襄阳北路相同,登记的车牌号同为运送货车的牌照。

当被问及广告模型占用停车位是否合理时,襄阳路上的收费员有些为难地说:“按道理是不行,但是既然它按停车费付钱,也没有道理不让他摆。”而思南路上的收费员则不以为然地说:“反正停车位空着,很少有人提出过异议。况且,这种广告手法很有创意啊!”收费员甚至表示,如果要投放广告,可以提前告知:“只要是我值班的那天,你上午打电话给我,下午我帮你留出车位就行。”

商家称为公益推广造势

“我们已经和城管沟通过”

记者从该品牌所属斯凯奇贸易(上海)有限公司了解到,这只“大鞋子”是公司为了推广本月22日的“无车日”活动进行的“公益推广”活动道具,按照1:15的比例用泡沫仿制了一只新款运动鞋。

“鞋子做成和轿车相似的大小,自9月8日也就是上周末开始放置在上海的几大繁华地段,引起路人和消费者注意,倡导用步行替代开车的环保理念。这个活动计划持续到16日,覆盖上海的15个市中心区域,有些在街头,有些在商场的地下停车

库,也会放置在一些合作商家门前的空地上进行推广。”公司公关经理王正茂向记者介绍。

王经理还告诉记者,这种营销手段在业内称为“游击式营销”,并且,占用停车位的“想法”也比一般传统的户外广告成本更低。“实质上,主要的宣传成本就是这只‘大鞋子’的制作费用,而放置在停车位上的花费其实真的很少。按照一天100元来计算,9天也只要1000元左右,对于一次宣传活动来说,几乎可以忽略不计。一般一天会摆放2到3个小时,在人流特别大的地段,例如襄阳路淮海路的这个停车位,可能就会多摆一会儿,到傍晚6点左右。营销的效果也算不错。”

王经理说,在地面的停车位上放置“大鞋子”已经与该区域的城管“沟通过”,并得到了允许,然后再与停车管理员进行协商,支付计时停车费用。而在商场停车库进行的宣传,则是直接与商场进行沟通,征得同意,并且也因为“商业化过重”等原因遭到过拒绝。

记者了解到,该品牌的“大鞋子”自上周末起的几天内至少已经出现在思南路淮海中路、襄阳北路淮海中路、华山路广元西路等多个繁华商业地段,操作方式基本雷同,也都没有遭到驱赶。

》管理

## 绿化市容部门:广告行为没有许可不可进行

昨天下午1点多,这只“大鞋子”又一次出现了襄阳北路近淮海中路路口的某个停车位上,周围并没有什么人看守,它像一辆车一样,停靠在一部黑色奥迪车的前方。然而,在几个小时之后,记者从徐汇城管部门处了解到,经过调查,这个品牌的“大鞋子”广告并未向绿化市容部门进行报批,因此已于下午3点左右遭到驱赶。

徐汇区绿化和市容管理局王淳副局长在接受记者采访时表示,《上海市户外广告设施管理办法(市政府令56号)》规定的户外广告设施是指利用建筑物、构筑物、场地(以下统称阵地)设置的霓虹

灯、展示牌、电子显示装置、灯箱、实物造型以及其他形式的向户外空间发布广告的设施。

“这个‘大鞋子’显然也属于这个定义的范畴。也就是在放置户外广告设施之前就要向我们进行申请报批。”王副局长说,放置户外广告设施的场所被称为“阵地”,无论是放置在公共阵地还是商家自己管理的非公共阵地,都需要获得行政许可。这个“大鞋子”即便是支付了停车位的费用,也仅仅是获得了“阵地”的使用许可,但其广告行为却没有得到许可,因此仍旧是不可以进行的。如果是正规的审批流程,则应该向我们提供包括阵

地使用合同在内的相关材料。”

王淳副局长还特意强调,违规的话城管执法人员根据相关规定进行处罚或者执法,责令改正、拆除、暂扣,严重的可能面临行政处罚。

而至于所涉及的几个停车场是否可以用作广告用途,则需要参考《上海市户外广告设施设置阵地规划公示》中的划分要求。记者从该文件中查询发现,“大鞋子”曾经“招摇”过的徐家汇副中心和淮海中路商业街均属于“展示区”,即在满足安全、有序前提下,允许设置多样化户外广告设施,塑造繁荣、丰富城市景观的区域”,并未禁止户外广告设置。

》社会传真

## 金逸影城打人事件后续 当事人首次面对媒体: 我们的确有些冲动

本报讯 记者 章涵意 9月10日,本报曾经报道过一桩打架斗殴事件:市民顾小姐声称,自己和丈夫在金沙江路的金逸国际影城观看电影时,因为制止邻座一位迟到入场的男观众大声喧哗而遭到围殴。几天来,这起冲突事件引起了广泛关注,在微博上名为“饼干顾”的当事人顾小姐在第一时间向公众讲述了事件的全过程,并持续发布着声讨和控诉,但是冲突的另一方却始终保持着沉默。昨天,四名当事人首次面对媒体,讲述当时的事发经过。

冲突的另一方四人的头部、腰部有不同程度受伤,回忆起事发当天的经过,黄先生承认,当晚在电影开场后,自己和朋友进场迟到并发出声响,影响到周围观众的观影。

随后,坐在一旁的顾小姐就开始出言相劝。黄先生说:“她站起来,对着我们说,你们是不是没素质,你们是不是没有家教”,基本上把父母那一代全部都带进了。经过短暂争论,双方按捺怒火,相安无事地看完了电影。

但在退场过程中,顾小姐和丈夫说的一句话,让黄先生四人忍无可忍。“她和她老公是在指桑骂槐,嘴巴里不干不净的,类似于‘有没有素质’,来这种地方看电影的人都没什么素质,以后我带你去香港看。”接着,双方开始边走边吵,一直吵到地下车库,其间,顾小姐还说出过这样的话:“我爸是什么局长,我市里面有。”

顾小姐本人也承认,出于自我保护的确说过“我爸是局长”这样的话,但事实并非她当时说的那样。对于究竟谁先动手这个问题,双方仍旧各执一词。黄先生称,起先就是顾小姐先动手,“用矿泉水瓶子砸我的脸,我的眼镜都飞了。”黄先生说,其实现在回头想想,不论孰是孰非,他们都太冲动了。“她每次都咄咄逼人,并且激发我们的愤怒。所以我们确实有些冲动。”

目前警方正在对双方伤势进行鉴定。

## 5人欲垄断小区 敲墙生意致人重伤

本报讯 记者 卢燕 通讯员 蔡顺国 经过两年追逃,欲垄断小区敲墙打洞业务而寻衅滋事致人重伤的朱某等5人被抓获归案。日前,浦东新区检察院以涉嫌寻衅滋事罪对朱某等5人依法从快批捕。

2010年7月初的一天傍晚,在浦东一小区做装修生意的小杨下班走到小区门口时,一辆面包车突然停在他面前。车上下来多名年轻男子,手里拿着砍刀和木棍向小杨追砍。小杨见状转身就跑,而对方紧追不舍。小杨虽拼命逃跑,但一路上被砍到好几刀,坚持跑了几十米后最终被砍倒在地。他们对躺在地上的小杨实施围殴后,乘坐面包车逃离现场。经损伤伤残鉴定,被害人小杨已构成重伤。

案件告破后,浦东新区检察院第一时间派员提前介入,引导侦查取证。经审查,在该小区一期、二期长期从事敲墙打洞业务的朱某,在自己没有人手而想继续垄断三、四期业务的情况下,将三、四期业务私自转包给他人以牟取不正当利益。小杨得知该信息后,立即向物业经理反映。物业经理当着小杨面打电话训斥了朱某。朱某遂对小杨怀恨在心,就纠集多人实施报复伤害。

该案报捕后,浦东新区检察院加快审查节奏,依法从快对朱某等5人作出批捕决定,有力地打击了犯罪。