

# 楼顶广告牌五花八门 影响城市容貌,还有坠落危险

本报记者 蔡杨洋 文/摄



户外广告和招牌,是繁华经济的一个象征,也是城市的独特风景线。不过,如果户外广告不按法律法规的规定来设置,不仅影响市容市貌,而且会带来很多安全隐患。

户外广告多而乱这个问题,在金沙湖以西区域比较突出。

金沙湖以西一带,大多是市场、商贸城、物流仓储基地以及工厂。经营户多,而且很多都做着相同或相近类似的生意。

如何在同类中脱颖而出?有一块抢眼的户外广告招牌,成了竞争项之一。于是,这里的户外广告牌越做越多,越做越大。

沿着中心路、月雅路、乔下线等主要道路转一圈,五花八门的广告牌足以让人眼花缭乱——低处,几根钢架支撑起“火锅”、“KTV”等红色广告字眼,高低大小各异,自成姿态,影响市貌。高处,有硕大的广告牌高悬屋顶,有的直接连在两幢房子之间,还有的甚至在广告牌上加设镂空字牌。

位于中心路西侧的一石材市场,在东侧大门的上面设一块广告牌,在朝北的房屋顶上再加一块广告牌,面积加起来超过一百平方米。

月雅路和九沙大道交叉口附近,户外广告招牌更是琳琅满目。有几幢房子很夸张,墙面上、楼顶上都有户外广告牌,只露出几扇窗户。

立在楼顶的广告牌虽然醒目,但真的很危险。实际上,很少有经营户会对户外广告牌进行日常维护。在经历长时间的风吹雨淋和日晒后,不少户外广告牌出现了钢架锈蚀、塑料硬化等问题,很容易掉落或被风刮落。

很多经营户喜欢把广告牌做大、立在高处,这对户外广告牌来说恰恰最危险的。高度越高、面积越大,户外广告牌越吃风,越容易被吹落。



## 开发区第三届青年歌手大赛决赛落幕 评委邀请选手参加《中国新歌声》

6月6日晚,开发区第三届青年歌手大赛的总决赛在计量大学嘉量礼堂举行。

参与角逐的14位选手们使出浑身解数,歌声或婉转悠扬,如潺潺流水;或高音迭起,如澎湃浪花;或忧郁低沉,如泣如诉。

绚丽变换的舞台背景,与歌声所传达的意境浑然天成。舞台上,间或配之以烟雾缭绕,似梦似幻。观众们挥舞着荧光棒,尖叫声伴着鼓劲声,气氛高涨。“光顾着一个劲儿地鼓掌,手都拍麻了。”张先生说。

台上选手在唱,台下观众们有时候忍不住随声附和,沉醉其中。选手们带来的

惊喜不断,观众们的欢呼声也不断,现场氛围愈发紧张和激烈。

经过四轮角逐,问丁元获得冠军。他获得评委极高的评价,评委之一的《浙江卫视》导演郭倩之当即表示,想邀请他去参加《中国新歌声》。“我特别喜欢你的歌声,打个比方,如果你是《王者荣耀》里的钟馗,我愿意一直被你的声音勾到死。”

比赛现场,郭倩之还向冷玮璐、裴阳组合发出邀请,她说希望能够带着他们去参加《中国新歌声》。“我很喜欢你们的歌声,听了就想去流浪。”郭倩之评价说。

本报记者 朱燕  
通讯员 钱慧慧/文 屠峰/摄

## 企业环境行为信用等级评价复评完成 两家企业被亮黄牌警示

每年,环保部门都要对企业的环境行为进行信用等级评价,以此促进企业持续改进环境行为、自觉履行环境保护法定义务和社会责任,约束和惩戒企业环境失信行为。

环保部门会按照规定的指标、方法和程序,对企业在遵守环保法律法规、执行污染物排放标准、环境质量管理、履行环保社会责任等方面的实际表现开展评价,从而确定信用等级。

企业环境信用分为环保诚信企业、环保良好企业、环保警示企业、环保不良企业四个等级,依次以绿牌、蓝牌、黄牌、红牌表示。据介绍,这个结果将纳入杭州市社会信用信息公共平台,与企业的相关扶持和鼓励性政策、限制性措施相结合。

今年5月,开发区环保局完成2016年度环境行为信用等级初评工作,并公示了

初评意见。根据《杭州市企业环境行为信用等级评价管理办法(试行)》规定,后续,环保局对59家一般重点企业开展了信用等级复评。另外,市控以上重点企业由杭州市环保局进行复评并在网站进行公示。

目前,59家一般企业的复评意见已经出炉,正在杭州经济技术开发区建设局网站上公示。59家企业中,2家获得黄牌、23家获得蓝牌、24家获得绿牌。在复评中被亮黄牌的,分别是杭州岛文机械有限公司、杭州皇冠制罐有限公司。

2017年6月14日之前,大家可以通过电话、书信、来访等形式反映问题。参评企业若对复评意见有异议的,可以在公示期间向开发区环保局提供书面情况说明、相关资料或证据进行申诉。

本报记者 蔡杨洋