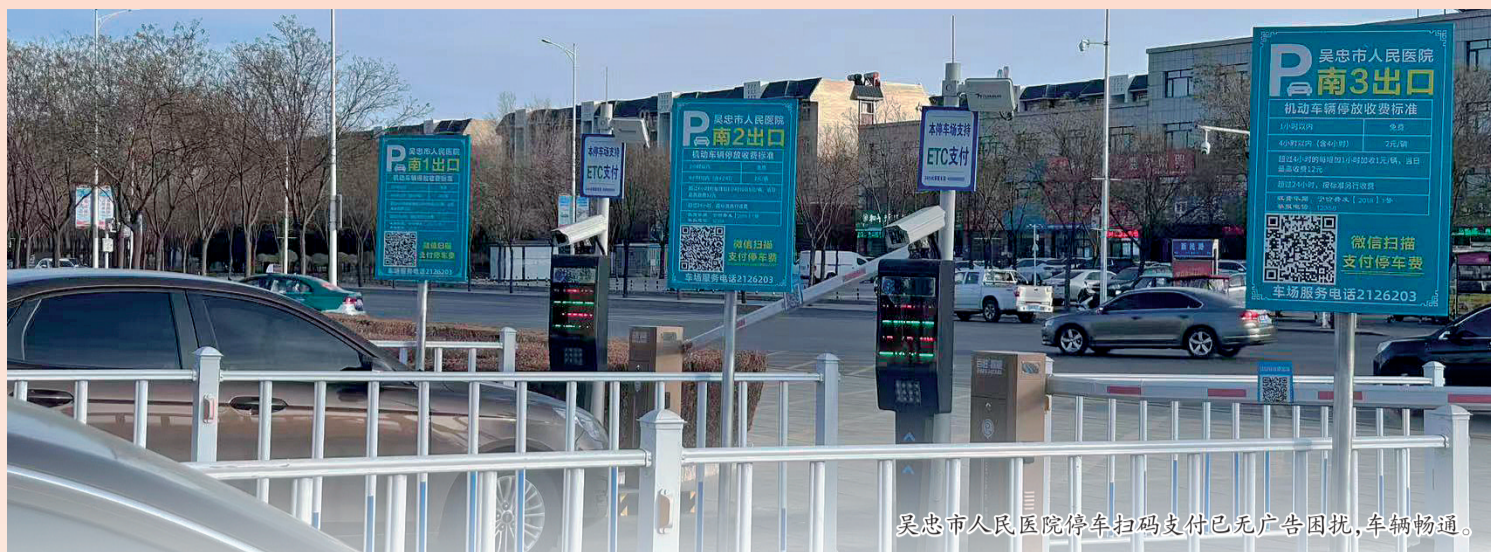


民生观察



吴忠市人民医院停车扫码支付已无广告困扰,车辆畅通。

# 别让停车扫码缴费“广告围城”

本报记者 冯荣 张丽坤



停车缴费本是城市出行的“小事一桩”，却因扫码缴费弹窗广告关闭标识隐蔽、误触跳转频繁，成为长期困扰广大车主的“堵心事”。小小二维码背后，连着民生大情怀，关乎城市治理温度。聚焦这一群众反映强烈的民生痛点，吴忠市以专项整治破局，以刚性监管立规，以长效机制固本，全力破解停车扫码缴费过程中的堵点问题。整治情况如何，让我们跟随记者实地探访。

## 1. 实地探访：乱象清零焕新貌 合规边界更明晰

春和景明，市区车流涌动，停车场作为城市交通的重要节点，秩序好坏直接影响群众出行体验。3月24日，记者先后前往吴忠东郊农产品批发市场、永昌菜市场、吴忠万达广场、林溪赋小区等人员密集场所的停车场，全程实操扫码缴费流程，实地察看整治成效，直观感受从“弹窗围城”到“清爽通行”的转变。

清晨时分，吴忠东郊农产品批发市场停车场车流不息，前来采购的市民络绎不绝。记者驾车驶入停车场，停放半小时后准备离场，用手机扫描缴费二维码，屏幕即刻跳转至缴费页面。停车时长、计费标准、应付金额等信息一目了然，界面简洁规整，没有任何弹窗广告影响缴费操作。从扫码、确认到支付完成，全程仅用10余秒，车辆顺畅驶离出口。

市区永昌菜市场周边停车场紧邻居民区，是市民买菜购物的高频停靠点。记者现场扫码测试发现，缴费界面仅保留核心缴费信息，无诱导链接、无强制捆绑、无延时弹窗，操作清晰便捷。

作为市区核心商圈，吴忠万达广场地下停车场以往是弹窗广告“重灾区”，各类电商、游戏、生活

服务广告轮番弹出，部分广告故意延迟显示关闭标识，车主必须等待数秒才能操作，极易造成出口拥堵。记者实地体验看到，如今付费界面清爽规范，支持多种支付方式自由选择，车主可自主完成缴费流程，无需与广告“周旋”，高峰时段通行秩序井然。

在市区林溪赋小区停车场，记者完整模拟居民日常停车缴费场景：车辆停放满半小时后扫码，界面布局合理有序，仅设置一项加1元无忧支付的可选服务，车主可自由切换普通支付模式，轻点屏幕即可直达支付环节，操作便捷顺畅。对比整治前“弹窗满天飞、关闭寻不见”的乱象，整改成效一目了然。

走访中记者发现，不少市民存在“出现弹窗广告即违规”的认知误区，吴忠市市场监督管理局执法人员马建国作出解读：“不少车主误认为弹窗广告一律违规，实际上合规弹窗广告受法律允许，但必须严守法规底线。依据《互联网广告管理办法》第十条规定，弹窗广告须显著标明关闭标识，确保一键关闭，严禁延迟关闭、二次跳转、强制观看等侵害消费者合法权益的行为。”

## 2. 群众心声：堵点疏通添便利 民生实事暖民心

停车扫码缴费弹窗广告整治成效究竟如何，车主最有发言权，群众口碑最具分量。记者先后前往吴忠市鑫鲜农副产品市场、利通区第二小学南门附近停车场、阳光瑞晨小区西门停车场、永昌庄园西门停车场，随机采访市民，大家结合亲身经历，诉说整治带来的真切变化，纷纷为这项民生实事点赞。

在吴忠市鑫鲜农副产品市场，买完果蔬的市民张燕霞正准备驾车离场，谈及整治前后的变化，她深有感触：“以前买菜，离场扫码就弹窗，关闭键藏在角落，点了好几次都关不掉，有时候堵在出口干着急，后面车一直按喇叭，心里特别烦躁。现在扫码直接缴费，页面干干净净，几秒钟就能搞定，出门买菜都觉得顺心多了。”

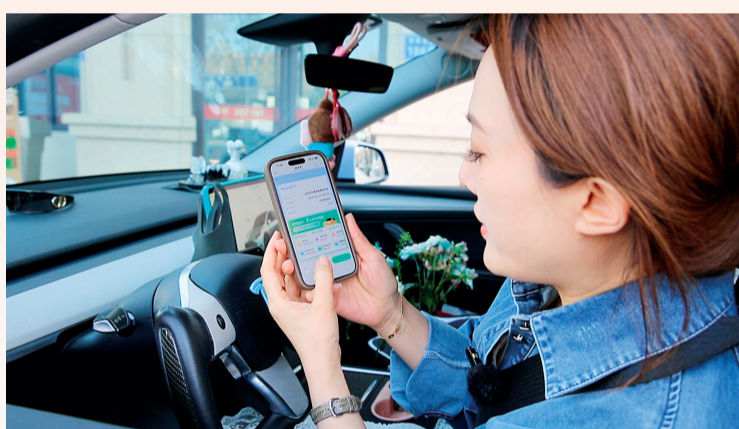
利通区第二小学南门附近停车场，上下时段车流密集，接送孩子的家长较多。市民杨晓娟每天准时来接孩子放学，说起停车扫码缴费的变化，她说：“放学时间就那么一会儿，人多、车多、时间紧，以前扫码缴费遇到弹窗广告，半天退不出来，后面排起长队，又急又尴尬，生怕耽误孩子时间。现在没有弹窗干扰，操作顺

畅多了。”

市区阳光瑞晨小区西门停车场，是小区居民日常出行的重要停靠点。业主周海涛说，作为常年开车上下班的市民，他对停车缴费弹窗广告深恶痛绝：“以前不仅弹窗广告多，还动不动就跳转陌生页面，浪费流量不说，还担心手机安全，有时候赶时间上班，越急越关不掉。现在整改之后，界面清爽简洁，没有乱七八糟的广告，回家停车、出门办事都不添堵。”

市区永昌庄园西门停车场紧邻校园与居民区，停放的车辆大部分都是接送学生的家长，早晚高峰通行压力很大。市民马丽说：“这里本来就车多拥挤，以前停车扫码缴费广告弹窗严重拖慢离场速度。现在一键缴费、快速通行，家长们不用在出口耽搁，孩子也能早点回家，整治真正解决了这一堵心事。”

多位网约车司机、配送师傅也向记者反映，以往跑运营时，在市区各个停车场频繁遭遇弹窗广告，严重影响接单效率。如今，扫码即付、快速离场。大家纷纷表示，专项整治不搞形式、不走过场，真正把群众的“烦心事”当成“心上事”，用实实在在的成效温暖民心。



在市区林溪赋小区停车场，记者体验停车扫码缴费流程。

## 3. 部门施策：刚性监管严执纪 长效管控固成效

停车扫码缴费弹窗广告，看似是市场经营行为，实则是一种经营乱象。吴忠市把群众呼声作为第一信号，以雷霆之势开展专项整治，以系统思维健全长效机制，全力守护群众合法权益。

吴忠市坚持问题导向，聚焦医院、商场、学校、农贸市场、住宅小区等停车矛盾突出区域，累计排查130余次停车场，精准排查出11家存在弹窗广告违规问题的经营主体，建立问题台账，实行销号管理，目前所有问题停车场已100%整改到位。同步强化停车价格监管，严厉打击未明码标价、擅自提价、重复计费等违法行为，推动全市公共场所停车场收费信息全面公开透明。专项行动开展以来，未再发生因停车收费不规范引发的有效投诉。

为从根本上规范行业秩序，吴忠市市场监督管理局组织市区主要经营性停车场负责人召开行政约谈会，集中宣讲《互联网广告管理办法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，明确经营主体责任义务，划清广告发布法律红线。出台硬性管理规范，要求所有扫码缴费停车场在出入口醒目位置，全面公示收费标准、计费方式、投诉举报电话，并在缴费二维码旁张贴应急服务电话，确保群众遇到技术难题、消费纠纷时，第一时间获得帮助，切实保障群众知情权、选择权、监督权。

与此同时，吴忠市市场监

管局将扫码缴费界面违法广告列为执法重点，明确刚性要求：合规弹窗广告必须显著标注关闭标识、实现一键关闭，严禁延迟关闭、二次跳转、强制观看、诱导下载等违法行为。针对整治短板与监管薄弱环节，吴忠市建立常态化巡查监管机制，加密巡查频次，强化动态管控，对拒不整改、屡犯的经营主体依法从严查处，形成强大震慑。并进一步畅通12315投诉举报渠道，实行接诉即办、快速处置、及时反馈，构建“排查—整改—复查—长效管控”的全链条闭环管理体系，推动停车服务规范从集中整治向常态长效转变，从“被动应对”向“主动治理”升级。

此次专项整治并非短暂的行动，而是旨在提升城市管理水平的长期举措。吴忠市市场监督管理局副局长杨文秀表示，将持续绷紧监管之弦，深化常态化巡查管控，实现市区经营性停车场监管全覆盖、无死角，严防弹窗广告乱象反弹回潮。同步拓宽群众监督渠道，优化投诉处置流程，确保车主诉求快接快处、限时办结，联动多部门开展联合执法，同步规范停车广告、收费、服务全链条，把停车缴费这件“小事”办实办好。与此同时，建立停车场经营信用评级机制，对合规经营主体公示褒扬，对违规主体纳入失信名单，倒逼行业自律，真正让广大市民停车放心、缴费舒心、出行安心。



在明珠花园小区停车场，执法人员检查停车扫码缴费内容。

### 新闻热线

0953—2012940  
wuzrb@163.com



吴忠网

### 这事帮您问了

#### 没签劳动合同 是否具有劳动关系

吴忠市民马先生询问：我与单位未签劳动合同，是否具有劳动关系？

吴忠市人力资源和社会保障局回复：用人单位自用工之日起即与劳动者建立劳动关系，建立劳动关系应当订立书面劳动合同。《关于确立劳动关系有关事项的通知》规定，用人单位招用劳动者未订立书面劳动合同，但同时具备下列情形的，劳动关系成立：

(一)用人单位和劳动者符合法律、法规规定的主体资格；  
(二)用人单位依法制定的各项劳动规章制度适用于劳动者，劳动者受用人单位的劳动管理，从事用人单位安排的有报酬的劳动；

(三)劳动者提供的劳动是用人单位业务的组成部分。用人单位未与劳动者签订劳动合同，认定双方存在劳动关系时，可参照下列凭证：1.工资支付凭证或记录(职工工资发放花名册)、缴纳各项社会保险费的记录；2.用人单位向劳动者发放的“工作证”“服务证”等能够证明身份的证件；3.劳动者填写的用人单位招工招聘“登记表”“报名表”等招用记录；4.考勤记录；5.其他劳动者的证言等。其中，1、3、4项的有关凭证由用人单位负举证责任。

(跑腿记者 马佳欣)

#### 民族成份变更怎么办?

吴忠市民李女士询问：我家孩子需要变更民族成份，想了解一下需要准备哪些材料，以及办理流程是怎样的？

吴忠市委统战部回复：民族成份变更需符合相关规定，具体办理流程如下：

一、申请材料  
一是民族成份变更申请书(在线填报)。根据不同申请情形签署要求不同：依据生父(母)民族成份申请的，由直接抚养的一方签署；依据养父(母)民族成份申请的，由养父母共同签署；依据继父(母)民族成份申请的，由共同生活的生父(母)与继母(父)共同签署；公民已年满十六周岁的，需征求本人意见。

二是居民户口簿。需提交公民本人的居民户口簿，以及养(继)父(母)的居民户口簿、居民身份证。

三是婚姻关系(收养)证明。依据生父(母)民族成份申请的需提供离婚证明，依据继父(母)民族成份申请的需提供婚姻关系证明，依据养父(母)民族成份申请的需提供收养证明。

二、办理流程  
第一步是受理，由吴忠市政务服务中心窗口预审材料；第二步是审查，吴忠市委统战部民族工作科在6个工作日内提出意见并提交研究；第三步是决定，吴忠市委统战部在1个工作日内作出决定；第四步是送达，出具相关通知书并通知申请人领取或邮寄送达。

三、温馨提示  
此项业务不收取任何费用，支持网上办理和窗口办理，也可通过快递或代办方式提交申请材料，实现不见面办理；同时，办理民族成份变更需符合《关于中国公民确定民族成份的规定》的相关要求，提前准备好材料，可提高办理效率。

(跑腿记者 马佳欣)

### 以案说法

#### 网购二手商品 也能七天无理由退货吗?

案例：2025年3月，家住四川成都的区女士在某平台一家店铺花4500元买了一个二手手提包。交易过程中，客服对区女士说：“因为二手商品的特殊性，确认发货后非真假问题不退不换。”区女士回复：“好的。”很快，区女士收到了包，打开却发现这款包背带处有部分区域颜色与其他地方有些许不同，这让区女士对商品不太满意。她向店铺提出，要行使网购中的七天无理由退货权利，退货退款。店铺却回复此前已经告知区女士，箱包售出后非真假问题不退换，区女士当时也答应了，所以不给退。区女士见沟通无果，就以质量问题为由向平台投诉。被平台拒绝后，区女士又向广州互联网法院提起诉讼，要求行使七天无理由退货权利，退货退款。

根据消费者权益保护法，网购商品有七天无理由退货规则。除了法律所列明的特别商品外，对网购商品，只有同时符合“商品性质不宜退货”且“经消费者在购买时作出明确确认”两项要件的情形下，才可排除七天无理由退货的权利。但是，本案涉及的是二手商品，本身具有一定的特殊性，也适用七天无理由退货吗？

法官说法：法官认为，对二手商品的出售，应区分“个人闲置物品转让”与“以盈利为目的的销售”两种情形。

在个人闲置物品转让的情形中，交易属于偶发、非经营性的物品处置行为。卖出者与购买者并非法律意义上的经营者与消费者，双方是平等主体，并不需要对一方倾斜保护。因此，要依据民法典中关于合同的规定，仅在符合法定解除情形、作出事先约定的情况下，主张退货退款，不享有七天无理由退货权利。而与之相对，在以盈利为目的的销售情形中，销售行为在性质上属于法律上的经营行为。在经营者与消费者的关系中，应对消费者倾斜保护，对交易双方达成的约定，应依照消费者权益保护法的规定进行审查。

本案中，箱包店开设网络店铺，专门从事二手奢侈品销售，属于以盈利为目的的经营者，应依法保障消费者享有的权利。因此，不能仅因在销售时告知“不适用无理由退货”，就排除法定的七天无理由退货权利。综合以上，对区女士的退款请求，法院予以支持。来源：《人民日报》

民生无小事

枝叶总关情

宣传惠民举措 解读民生政策 传递百姓心声