

Research on Optimization of Outdoor Advertising Approval Process in Central Urban Areas

Wei Hu

Sanmenxia City Comprehensive Service Guarantee Center, Sanmenxia, Henan, 472000, China

Abstract

Outdoor advertising serves as a crucial element in shaping the urban image of central city districts, while also functioning as a marketing tool for businesses and a means to diversify urban commercial landscapes. The simplicity of approval procedures and their rationality significantly impact market vitality and urban management efficiency. This study focuses on outdoor advertising approvals in central urban areas, identifies key challenges encountered in grassroots implementation, analyzes root causes of procedural issues, and proposes actionable recommendations to enhance regulatory effectiveness.

Keywords

central urban area; outdoor advertising; approval process; process optimization; government services

中心城区户外广告审批流程优化研究

胡伟

三门峡市城市综合服务保障中心, 中国·河南 三门峡 472000

摘要

户外广告是中心城区城市形象的一个重要方面,也是商家进行自身营销推广、丰富城市商业形态的一种方式,它的办理流程简便与否以及是否合理都会对市场主体活力及城市管理效率产生影响。本文以中心城区户外广告审批为切入点,在总结基层实际工作中遇到的问题基础上,从审批过程中存在的主要问题及其原因出发,提出切实可行的具体建议。

关键词

中心城区; 户外广告; 审批流程; 流程优化; 政务服务

1 引言

随着社会的发展,科技的进步,现代传媒的力量和作用也在不断增强,其中广告的影响更是不容小视。广告已经深深融入了人们的生活,打开电视,翻阅报纸杂志,逛街购物,随处可见广告的身影。在现代愈演愈烈的广告大战中,人们对广告用语也越来越看重。中心城区是城市人口、商业、文化的集中地,户外广告数量多、形式丰富,从小小的店铺招牌到巨大的落地灯箱,都是城市的形象窗口。而户外广告审批则是对广告进行合理布置、确保公共安全、维护良好秩序的重要手段,在这个过程中,如果程序不合理,则会大大降低商家办理业务的速度以及管理城市的水平^[1]。

2 中心城区户外广告审批流程现状及核心痛点

2.1 审批流程繁琐, 商户跑腿次数多

这是商户反映最突出的问题,大部分中心城区户外广

告审批仍然停留在“线下为主、线上为辅”,商户申请要携带很多材料,而且有的材料要求复杂、重复提交。例如,商户申请门头招牌审批除了要带营业执照、场地租赁合同外还要带广告设计图、安全说明等资料,在一些地方还需要提供第三方检测报告,这给商户带来诸多不便。另外,审批流程繁琐、衔接脱节,一项审批事项需经过多个部门依次办理,每个部门都有各自的规定和时间限制,一旦某一个环节出现问题就需要商户重新准备相关材料并多次跑腿,既影响商户正常营业又增加其负担。不少商户表示,办理一个简单的门头招牌审批往往需要跑三四次甚至更多次,费时又费力^[2]。

2.2 部门协同不畅, 权责划分不清晰

户外广告审批需要多个部门配合完成,但是目前存在着职责不清、跨部门协作缺乏、政策宣传不到位等问题,在实际操作中容易出现互相推诿、办理时间过长的现象,严重制约政府服务效能以及市场主体感受度。目前户外广告审批各环节职责分散在不同部门:城管局负责户外广告设置现场勘验(包括对设置点位安全性的检查)以及对设置标准合法性进行把关;自然资源和规划局负责审查广告设置是否符合

【作者简介】胡伟(1983-),男,中国河南浉池人,助理工程师,从事户外广告工程研究。

城市空间规划要求,在一定程度上也存在对于临街底商户外广告设置需求前瞻性考虑不够充分的情况;市场监管局根据《中华人民共和国广告法》对外卖广告发布内容合法性进行审查;行政审批服务局负责统一受理申请材料并作出最终行政许可决定。由于各科室之间缺乏常态化、闭环式沟通协作及信息共享,审批全过程未能有效衔接,一项审批业务需经过多个科室分别审核、一份申请资料要在多个科室之间来回传递。一方面,各科室对审批政策宣传不到位,事前一次性告知义务落实不到位,不同科室审批办理要求不一样、不清楚,经常有商户提供的材料满足城管局的要求但是不符合市场监管局或者自然资源和规划局的规定的情形发生,而且没有任何一个部门会对整个过程进行指导并明确相关标准,导致商户反复奔波、跑冤枉路;另一方面,一些审批事项涉及到不同部门职责交叉、权责不清的地方,一旦出现问题就容易出现互相推诿、无人负责的现象,不但大大延长了审批时间,还严重影响市场主体的感受度和满意度。

2.3 审批标准模糊,自由裁量空间大

目前,一些中心城区户外广告审批缺乏统一、明确的规定,在一定程度上赋予了基层工作人员较大的自由裁量权,也使商家在申请时无所适从。比如对于门头招牌尺寸、色彩以及材质等方面的要求,不同的街道、不同的审批人员有不同的理解和把握标准,商家根据一种规定设计出来的方案可能被另一个审批人员认为不符合要求而遭到拒绝,导致反复修改设计方案、延长审批时间等问题^[9]。(四)服务引导不足,商户办事难度大

大多数中心城区户外广告审批服务引导工作不到位,缺少有针对性、接地气的指导,造成商户在办理过程中由于不了解审批程序、不清楚所需资料而多跑冤枉路。一方面,审批政策宣传不足,许多商户不知道具体的审批程序、需要准备哪些材料以及办理时间等,只能盲目地到处打听;另一方面,缺少专职人员进行辅导,在商户提交材料时,无专人对其进行指导如何正确书写、补充相关材料,造成书写错误或者漏掉重要信息等情况经常发生,反复被退回重做。

3 中心城区户外广告审批流程存在问题的成因分析

3.1 制度设计滞后,适配性不足

目前,一些中心城区户外广告审批相关制度出台的时间比较早,在“放管服”改革背景下未能及时修订和完善,也没有结合中心城区商业发展、城市面貌改善的实际需要进行调整优化,造成制度规定与实际操作脱钩。例如有的制度仍然存在“重审批、轻服务”的问题,过分强调审批程序的完整性而忽略商户的感受以及效率的需求;有的制度对于审批条件、各部门职责的规定过于原则化,缺少可操作性,使得一线工作人员难以把握尺度同时也给商户办理带来困扰^[4]。

3.2 部门协同机制不健全,信息共享不畅

户外广告审批涉及多个部门,各部门属于不同管理体系,各有自己的工作程序以及信息系统等,缺少统一的协作方式及信息交换平台,造成各科室之间沟通成本较高、信息传递滞后。例如:城管局现场踏勘结果不能及时反馈至行政审批科,市场监督管理局对该项目提出的要求也不能提前通知到商家以及城管局,造成审批过程中反复核验、信息不对称等问题;另外,各部门职责不清,未明确各科室在审批过程中的责任分工,在出现问题后互相推委,无有效解决办法,也降低审批速度。

3.3 服务理念偏差,以商户为中心的意识不足

一些基层审批部门及人员仍然有“重管理、轻服务”的思想,把审批当作是“监管”,忽略商户的需求以及感受,在办理过程中只求程序上的合法合规,而不去主动服务、靠前服务,不去积极地给商户讲解、指导,而是在商户交来资料之后发现问题再让其补正,造成商户多次跑路;同时也有部分审批人员服务态度不好,对于审批的相关规定和程序介绍不清楚、不耐烦,也加大了商户办事的难度以及不满情绪。

3.4 监督考核机制不完善,约束力度不足

缺少健全的监督管理考核制度也是造成审批程序复杂、服务质量低下原因之一。目前一些中心城区对外部广告审批工作进行监督考核时更注重对办理业务量以及合法性要求,而忽略对其工作效率高低、商户满意程度等方面考量,使得一线工作人员缺少提高工作效率、改善服务态度积极性;同时对于在审批过程中出现互相推委拖延时间或者有令不行、有禁不止现象缺乏相应制约与惩罚措施,不利于促使相关部门及人员自觉改进工作方式方法以提高服务水平;而且缺少商户意见反映渠道,商户提出问题不能及时反馈到管理部门,使一些问题长期得不到解决。

4 中心城区户外广告审批流程优化的具体路径

4.1 简化审批流程,减少商户跑腿次数

围绕“减环节、减材料、减时限”,简化户外广告审批程序,使经营者少跑路、好办事。一方面精简审批环节,合并重复多余审批步骤,“受理—审查—勘验—审批—发证”的流程进行优化,对简单的门头招牌等小型户外广告实施“一窗受理、并联审核、限时办结”,取消不必要的审查环节,压缩办理时间;另一方面减少申请资料,梳理出需要提供的各种证明文件,在此基础上去掉重复提供或与业务无关的内容,实行“告知承诺制”,对于一些不需要实质审查的材料,商户只需出具书面承诺即可无需提供,而且实现材料电子化,商户可以网上提交材料而不用到现场办理。最后是缩短审批时限,规定每个环节办理的时间限制,实行“限时办结、超时默认”,保证简单事情即来即办,复杂事情在一定时间内办结,杜绝久拖不决现象发生。

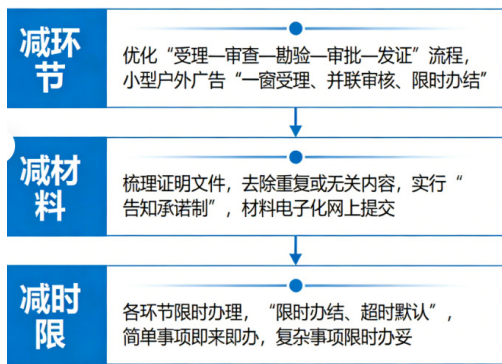


图 1 优化方案

4.2 健全协同机制，明确部门权责分工

打破部门壁垒，建立健全部门协同机制，实现信息共享、权责清晰、高效联动。一是厘清各部门职责，出台户外广告审批权责清单，明确城管、行政审批、规划等部门各自责任范围以及在审批过程中的配合与衔接要求，杜绝推诿扯皮现象发生；二是搭建信息共享平台，汇集各相关部门审批信息、踏勘信息、监管信息等数据资源，实现互联互通，减少重复提供相同资料或进行相同内容核验情况发生，使工作人员能够第一时间获取所需信息，提高工作效率；三是形成联合研判制度，在办理涉及多个部门复杂审批业务时，适时召开联席会议，共同研究解决遇到困难和问题，保障各项工作顺利开展。

4.3 细化审批标准，规范自由裁量空间

制定统一、具体、可操作的审批标准，压缩自由裁量权，使商户了解申请条件，使审批人员有章可循。一方面针对中心城区不同路段的城市景观、商业特色，设定不同的审批标准，防止“一刀切”，在繁华商圈可以适当放宽对广告大小及形式的要求，体现商业气息，在历史文化街区要严格限定广告的形式以及色彩，维护城市形象；另一方面细化审批标准细节，明确户外广告的大小、颜色、材质、安装地点等详细规定，编写简明易懂的办事指南，用图文结合的方式介绍给商家，使商家一目了然。

4.4 提升服务水平，增强商户办事体验

转变服务理念，以商户为本，注重服务指导，提高服务水平，使商户办事更方便、更舒适。一方面加大宣传力度，

在社区张贴公告，在商户座谈会上进行讲解，在微信公众号上发布信息等方式向商户介绍户外广告审批程序、所需资料以及办理时间等相关规定，让商户事先知晓相关规定，减少跑冤枉路；另一方面做好服务引导，在政务服务大厅设置户外广告审批咨询服务台，有专职人员指导商户准备材料、网上申报等事宜并回答商户提出问题，协助商户解决在办理过程中遇到困难。同时优化线上服务，简化线上审批平台操作步骤，开通在线答疑、进度查询、资料修改等功能，对于老年人等特殊人群提供上门代办服务，保证每一位商户都能够顺利完成审批业务。

4.5 完善监督考核，倒逼流程优化落地

建立和完善监督考核制度，加强对审批工作的监督检查制约，倒逼审批程序优化落实。一方面要健全考核体系，把审批时效、商户满意度、材料重复提供次数等列为重要考评内容，在审批单位及人员绩效考核中予以体现，促进员工自觉改进工作方式方法提高工作效率；另一方面要加强监督检查问责力度，经常性开展对外部广告审批情况进行督查，对于在办理过程中存在推三阻四、有令不行、有禁不止等问题及时处理相关责任人，保证审批程序依法依规有序进行。同时，要完善商户服务全链条管理模式，做到事前审查把关、事中监控巡查、事后回访评估的工作闭环。畅通商户意见表达渠道，在线评价、上门拜访等多种方式收集商户声音，及时解决并进行整改反馈，不断提高服务水平。

5 结论

中心城区户外广告审批流程优化，是落实“放管服”改革、改善营商环境、提高城市管理水平的有效手段，也是破解商户办事难、激发市场活力的客观需要。目前，中心城区户外广告审批流程还存在程序复杂、部门配合不到位、审批标准不清楚、办事效率低下等问题，其根源在于制度设计不合理、协作机制不健全、服务意识淡薄以及监督检查不到位。对此，应秉持“接地气、可操作、见成效”的理念，在精简审批环节、加强部门联动、明确审批标准、改进服务质量、强化监督考核等方面采取切实措施，真正改善政务服务，降低企业办事负担，促进户外广告管理与城市发展、商户需求相得益彰，使户外广告不仅成为商家展示自身形象的一个窗口，而且成为展现中心城区良好形象的一张名片。