



本期解答律师
张玉龙
江苏帝伊律师事务所

晨报法律援助团
成员单位、江苏帝伊
律师事务所主任，清
华大学法律硕士。自
从事专职律师以来，
办理各类案件数百
件，现在重点办理民
商事案件。2011年6
月被徐州市司法局
评为2010年度徐州市
法律援助优秀律师。
江苏帝伊律师事务所
被徐州市司法局
评为2012年度法律援
助先进单位。



江苏帝伊律
师事务所是经江苏省司法厅批准设立的徐州市市区较早由个人设立的律师事务所，办公地点位于复兴北路金凯隆商务大厦912、913、914、915室，有律师和工作人员十余名、法律硕士3名。其中，律师事务所主任张玉龙获清华大学法
律硕士学位。联系电话：0516-83832509、13305212880（微信），网址：www.jsdylaw.com。

律师观点 仅供参考
本报记者 孟丽 整理

广告牌脱落砸伤人 责任谁来承担？



AI制图

案例 02 物业挪用公共收益 该返还业主吗？

某小区业主委员会与某物业公司签订《物业管理委托合同》，委托该物业公司对小区提供物业服务，并约定地面车位收入归全体业主所有，去除成本后，40%用于物业人员及管理开支，60%用于小区的公益事业。小区业主共有部分由物业公司代为管理（出租），房屋共用部位、共用设施设备、公共绿地及附属配套建筑和设施的小修、养护费用由物业公司承担，大中修、更新费用由小区公共维修基金承担。后物业公司未将公共收益中去除成本后的60%用于小区的公益事业，该小区业委会起诉物业公司返还两年小区公共收益20万余元。请问能得到支持吗？

以案说法

根据民法典及《物业管理条例》相关规定，业主委员会是业主大会的执行机构，依法根据业主大会的授权代表业主进行民事活动，有权就与物业管理有关的及全体业主公共利益的事宜向人民法院提起民事诉讼。案涉小区公共收益包含地面车位收入、广告收入、场地使用费、公共区域设立摊位的租金收益以及其他利用共有部分经营产生的收益等，物业公司应当严格按照合同约定，将去除成本后公共收益的60%用于小区的公益事业。业主作为小区共有部分的物权人，依法拥有对公共收益的知情权、监督权和共同管理权。物业服务企业应严格按照物业服务合同的约定对共有部分进行管理并及时、足额分配收益，与小区业主互利共赢。物业公司违反合同约定，未按要求使用公共收益，应当承担违约责任并向业主返还相应的不当得利。

案例 01

祝某在某幼儿托管机构门口等候孙子放学时，该幼儿托管机构及隔壁奶茶店的广告牌突然脱落砸中祝某，导致其髌骨骨折、左侧肘关节损伤。幼儿托管机构和奶茶店经营者夏某对祝某被脱落的广告牌砸伤的事实并无异议，但幼儿托管机构主张是奶茶店违规加装广告牌才导致广告牌整体脱落，其对祝某受伤并无过错；夏某则认为其加装的广告牌符合安全规定，广告牌脱落系幼儿托管机构未尽管理义务导致。请问责任如何分担？

以案说法

根据《中华人民共和国民法典》第一千二百五十三条规定，建筑物、构筑物或者其他设施及其搁置物、悬挂物发生脱落、坠落造成他人损害，所有人、管理人或者使用人不能证明自己没有过错的，应当承担侵权责任。幼儿托管机构、奶茶店作为各自店铺广告牌的所有人或管理人，未对各自所有或管理的广告牌进行定期检修维护，现两块广告牌同时脱落，两者均不能证明自身没有过错，故对广告牌的脱落存在共同管理过失，应对祝某的损失承担连带赔偿责任。广告牌的所有人、管理人、使用人应当切实履行安全注意、检修维护义务，采取有效的安全保障措施；同时，行人也应增强安全防范意识，在日常出行时注意观察周围环境，主动远离可能存在安全隐患的区域。

案例 03 公共管道堵塞反水，物业该担责吗？

许某在外地工作，家中平常无人居住。2025年8月，许某发现厨房下水道反水导致屋内物品被水浸泡，木地板、木门、衣柜等遭受不同程度的损坏。当日，许某向

物业公司反映情况，物业公司安排物业工作人员、保洁人员及第三方专业疏通人员上门处理。经检查，疏通人员表示反水原因为公共管道被堵所致。请问责任谁担？

以案说法

公共管道属于物业服务区域内的业主共有部分，物业公司作为物业服务人，应当对其进行日常管理和维护，对上下水管道、落水管等供排水系统的运行、保养及维修尽到审慎管理职责。许某屋内反水系公共管道堵塞所致，物业公司未尽到上述义务，存在过错，应当

承担主要责任。但屋内反水情况并非短时间造成，因案涉房屋长期无人居住，许某未能及时发现反水情况并告知物业公司，以致物业公司未能在第一时间知晓下水管道堵塞并及时疏通，许某对损失扩大亦应承担一定的责任。

案例

04 直播未达约定销量，服务费该退吗？

某食品公司与某传媒公司于2023年12月签订《直播产品推广协议》，约定由传媒公司为食品公司提供直播广告推广服务，服务内容包括4场混场直播，服务费用为1万元。协议1.6条款明确约定：“乙方（传媒公司）提供产品直播带货服务，确认收货销售额达到18万元，收取6%的带货佣金；确认收货销售额达到22万元，收取8%的带货佣金”，并在5.3违约责任条款中约定：“在合作期间若因乙方未完成合作内

容1.6条款，视为乙方违约，乙方应于3个工作日内退还甲方全部费用。”协议签订当日，食品公司向传媒公司支付了1万元服务费。此后，传媒公司虽完成了4场混场直播，但直播带来的销售额远未达到合同约定的保底标准。传媒公司辩称，合同中的销售额条款仅为阶梯式佣金比例约定，并非对保底销售额的承诺，且已在双方约定的时间内完成了本次服务。食品公司多次与传媒公司协商退款未果，请问如何处理？

以案说法

本案争议焦点在于《直播产品推广协议》1.6条款及5.3条款的性质认定。协议中5.3违约责任条款明确将“未完成合作内容1.6条款”作为违约退费的条件，因此，1.6条款中关于销售额的约定不仅是阶梯式佣金的计算方式，更是传媒公司对最低销售额的保证承诺。传媒公司虽完成了4场混场直播，但未达到协议约

定的销售额标准，未全面履行合同义务，构成违约，应依照协议5.3条款的约定退还全部服务费。提醒广大电商服务提供者，在签订合同时应谨慎承诺、诚信履约，避免因未达约定效果而承担违约责任；同时也提示商家，在合作中应明确约定业绩目标、佣金标准与违约责任，以便在发生纠纷时有效维护自身权益。