



商务部办公厅发文要求全面取消二手车限迁政策

创新流通模式释放消费潜力

● 商务部梳理了当前商务领域促进汽车消费的主要工作任务和一些地方好的经验做法,形成了《商务领域促进汽车消费工作指引》和《地方促进汽车消费经验做法》

● 全面取消二手车限迁政策。除大气污染防治重点区域外,不得限制符合在用排放标准二手车迁入

● 对于拟恢复二手车限迁政策的地区,各地商务主管部门要向政策制定部门提出意见建议,并及时向当地人民政府和商务部报告

□ 本报记者 万静

今年2月,商务部办公厅发布《关于印发商务领域促进汽车消费工作指引和部分地区经验做法的通知》(以下简称《通知》)。该通知指出,商务部梳理了当前商务领域促进汽车消费的主要工作任务和一些地方好的经验做法,形成了《商务领域促进汽车消费工作指引》(以下简称《工作指引》)和《地方促进汽车消费经验做法》。

《工作指引》明确,全面取消二手车限迁政策。除大气污染防治重点区域外,不得限制符合在用排放标准二手车迁入。落实国家有关文件要求,进一步推动便利二手车异地转移。对于拟恢复二手车限迁政策的地区,各地商务主管部门要向政策制定部门提出意见建议,并及时向当地人民政府和商务部报告。

同时,还就扩大新车消费、发展二手车消费、促进汽车更新消费、培育汽车后市场等方面给出具体建议,为进一步激活汽车产业、二手车市场,保证我国汽车产业稳健增长,提供了关键的产业政策操作指引。

全面取消限迁政策 推动信息开放共享

汽车是消费市场的“顶梁柱”。随着汽车工业的持续高速发展和人民生活水平的逐年提高,我国已步入世界汽车生产和消费大国行列。数据显示,目前我国汽车保有量达到2.17亿辆,二手车市场潜力巨大。

“新政策的推行意味着将加速二手车在各区域间的流通,极大地推动市场交易量。”中国人民大学商法研究所所长、中国消费者协会副会长刘俊海认为,全面取消二手车限迁政策,可以极大提升二手车剩余价值的开发与利用,有助于形成全国统一、标准化、高效的二手车市场秩序。对于广大想要购买二手车的准车主来说,价格会更便宜,手续也更为简单。

《工作指引》要求,便利二手车交易。细化“跨省通办”配套举措,保障小型非营运二手车异地交易在转入地开具发票并办理转移登记手续政策落地落实。支持发展二手车经销业务,推动取消对二手车经销企业登记注册所的不合理限制。积极推动在具备条件的二手车交易市场,经销企业设立机动车登记服务站,完善配套服务,为消费者提供交易、纳税、登记、保险等“一站式”服务。

针对目前二手车流通市场中存在的保值率低、信息不透明以及管理无序等问题,《工作指引》也提出了规范要求,即推动二手车信息开放共享。各地可先行先试,建立跨部门合作机制,加强二手车信息互联互通和共享运用,完善信息披露制度。引导二手车经营主体以车窗表格形式在显著位置明示车辆相关信息,充分保障消费者知情权。鼓

政策理解存在分歧 解除限迁进展缓慢

地方对于取消限迁政策,为何如此“消极怠工”呢?刘俊海分析认为,环保政策

是其中一个重要原因。二手车限迁政策始于2008年,当时正在筹办奥运会的北京为了解决环境污染问题,对外地迁入的二手车设置了严格的环保标准。由于地缘关系,河北一直是北京二手车的流入地,其后也设置了二手车迁入门槛。2011年12月,因为空气污染、交通安全、车辆购置税等因素,河北省相关部门出台限迁政策,禁止国三标准以下、6年以上车龄的外地二手车进入本地市场。随后,上海、天津、山东、广东等省纷纷出台二手车限迁政策。

中国流通协会副秘书长罗磊认为,税收问题是地方考虑的重要因素。取消限迁会影响当地新车销量,间接影响新车上缴的税收。相对来说,二手车比新车价格更低或者价值更低。

《法治日报》记者调查发现,关于“允许实施限迁”车辆的标准,各地存在不同认识。地方政府理解上与三部委的文件要求不一致。对黄标车禁止迁入,理解上没有差异,但对于老旧车是否应限制迁入,地方政策与三部委的要求差异很大。三部委文件要求,对老旧车不得限迁,但地方政府认为“国八条”允许对老旧车限迁。

据了解,“国八条”允许限制迁入的车辆有两类:一类是国家鼓励淘汰的车辆;另一类是国家要求淘汰的车辆。很多地方在落实“国八条”的文件中均明确指出,国家鼓励淘汰和要求淘汰的车辆分别指老旧车和黄标车。其理由是原环境保护部《关于明确国家鼓励淘汰和要求淘汰车辆标准促进二手车流通的通知》曾指出,国家鼓励淘汰和要求淘汰的车辆分别指老旧车和黄标车。原环境保护部等六部委《关于印发2014年黄标车及老旧车淘汰工作实施方案的通知》规定,黄标车是指排放标准低于国一排放标准的汽油车和国二排放标准的柴油车,原则上老旧车是指未达到国四排放标准的车辆。

但是,相关部委的文件却要求不对老旧车限制迁入。2016年12月29日,原环境保护部办公厅、商务部办公厅联合下发《关于加强二手车环保达标监管工作的通知》,要求“各地不得设定其他限制措施”,允许限迁的只包括“国家要求淘汰的车辆”。与“国八条”相比,少了“国家鼓励淘汰的车辆”。2017年3月,在商务部、公安部、原环境保护部“关于请提供取消二手车限迁政策落实情况”的函中,进一步明确取消二手车限迁政策的“除外”条款,只包括“国家要求淘汰的车辆”。但在实际执行当中,很多地方执行了“国八条”的标准,对达不到国四排放标准的老旧车同样禁止迁入。

对此,商务部市场建设司相关负责人回应称,取消二手车限迁政策的标准十分明确。对于在机动车环保定期检验和安全检验有效期内,并经转入地环保检验,符合转入地在用车排放标准要求的车辆,各地不得设

定其他限制措施(国家明确的大气污染防治重点区域和国家要求淘汰的车辆除外)。这里提到的在用车排放标准不是指转入地要求新车销售所需达到的排放标准,而是指本地区允许行驶车辆的排放标准。也就是说,凡是当地允许上路行驶的车辆,就必须允许迁入。

鼓励创新流通模式 促进线上线下融合

2018年以来,在商务部、原环境保护部等部委的有力推动下,解除二手车限迁政策的省市越来越多。

2020年4月,商务部对外披露,大气污染防治重点区域外的25个省市均已经明确取消二手车限迁政策,有关地区也取消了省内限迁。受益于取消限迁政策,二手车市场活跃度明显提升。2019年,二手车跨区转籍的比例比2015年提升了87个百分点。

但是打通各地二手车市场流通,落实解除二手车限迁政策的精神,并不能仅仅依靠取消废除政策文件,还需要完善相关的配套措施。比如二手车的价值评估,环保标准各地标准的统一等等,都揭示出落实国务院有关取消二手车限迁、打通各地方市场壁垒不是一蹴而就的事情。

《法治日报》记者注意到,《工作指引》提出要创新二手车流通模式。支持二手车交易市场改造升级,改善软硬件设施条件,建立先行赔付制度,提升信息化应用水平,促进规范化、规模化发展。加强二手车诚信体系建设与应用,完善二手车经营主体信用信息,提升信用监管效能,促进行业品牌化发展,引导二手车经营主体加快大数据、智能化等新技术应用,促进线上线下融合发展。

刘俊海分析认为,扩大消费是打通经济大循环的重要落脚点。而在消费的大盘子里,汽车消费占整个社会消费品零售总额超过十分之一,占GDP比重超过4%。这个数据仅仅是汽车消费,还未算前述的生产制造等一系列上下游产业。因此激活二手车流通市场意义巨大。除了取消二手车限迁政策文件以外,如何提高促进二手车流通的市场服务水平,也是政府主管部门需要考虑的问题。

罗磊认为,全面取消限迁有利于汽车市场的健康发展,增加流通,扩大范围,提高市场经济杠杆作用。新政策的推行,同样会推动新能源二手车市场建立更为完善的残值评估体系,既可以有效改善新能源汽车“转手就打折”的销售现状,也能增强消费者购买新能源汽车的信心。由此也将带动一批二手车经销商集团的出现,以及汽配、维修、保险等相关服务业的发展,对优化我国整体汽车市场结构起到利好作用。

制图/高岳

定其他限制措施(国家明确的大气污染防治重点区域和国家要求淘汰的车辆除外)。这里提到的在用车排放标准不是指转入地要求新车销售所需达到的排放标准,而是指本地区允许行驶车辆的排放标准。也就是说,凡是当地允许上路行驶的车辆,就必须允许迁入。

部分政务短视频账号成了“僵尸账号” 专家建议

于推进政务新媒体健康有序发展的意见》就明确指出,各地开设政务新媒体“要立足工作职责,重点推动与群众日常生活密切相关的民生事项向政务新媒体延伸”。

为紧跟潮流,贴近网民,利用“短小精悍”的短视频进行交通普法宣传,山东潍坊交警于2018年3月注册官方短视频账号,至今已在6个专业短视频平台拥有官方账号,目前累计粉丝达300万人;自2020年10月在短视频平台创建“您举报我曝光”微话题以来,截至目前该板块阅读量已超过1亿次。

潍坊市公安局交通警察支队宣教科张国梁告诉《法治日报》记者,想做好一个政务短视频账号并不是那么容易。“拍摄好一部短视频主要包含策划、拍摄、剪辑、发布等环节,以我们拍摄的系列交通普法剧《马露莎的故事》为例,在平时的过程中就要注重对典型案例的征集,之后要编写剧本,对相关案例进行重新改编,用幽默、夸张的手法将违法案例展现出来。由于设备有限,为表现出多机位效果,一个动作、一句台词往往需要不同角度拍摄多次;为展示出更好的效果,还要在音效、背景音乐等剪辑方面下功夫。短视频发布前,还要邀请介绍部作品,才能让网友“驻足观看”;发布之后,还要注重评价反馈,吸取经验教训。”

张国梁特别提醒:“在短视频制作过程中还应注意对版权的保护,有些背景音乐需要购买后才能使用。”

这样花费心力的制作赢得了许多网友的喜爱,有网友表示,这和自己以往看过的普法视频很不一样,没有官方套话,很有代入感,从中学到很多道路交通安全知识。目前该合集在抖音平台播放量已累计近8000万次。

济南交警在抖音短视频平台粉丝量逾百万,交通查处短视频合集播放量超8000万次。

济南市公安局交通警察支队宣传处民警林西刚向《法治日报》记者介绍了他们制作“爆款”短视频的秘诀:“确定选题是我们最耗精力的地方。我们没有进行简单的短视频搬运,而是通过网络调研,结合当地热点与网友分享的素材或者违法线索等进行二次创作。短视频内容主要包括情景演绎,监控视频还原现场,交警暖心举动,网络上与之相关的热点事件等。在确定选题后,往往还要经历多次讨论,确定采用哪种形式展示效果最好,之后才会进行细化创作,最终成片。”

“真情实感的内容可观看性更高,更容易受到群众欢迎。通过第一视角记录画面并进行延伸加工创作,网友也能感同身受。”林西刚说。

在这样的努力下,去年6月11日,“济南交警云课堂”系列短视频中有12期节目被“学习强国”采用并推送,“济南交警云课堂”正逐渐成为济南交警宣传新名片。

立足职能找准定位 有效引导网络舆情

在朱巍看来,好的政务短视频账号包含的核心点和基本要素是对法律法规、政策的解读。“现在不管出台什么文件,老百姓是知道的,但他们很多人不明白这些和自己有什么关系。比如很多人说民法典是法律,我也不打官司,实际上民法存在于生活中的方方面面。因此许多政务短视频账号开始对民法法进行解读。”

高新认为,政务短视频对热点事件也应提高响应速度,及时公布事件真相,有效引导网络舆情,这些权威消息跑得越快,谣言就跑得越慢。除了政治引导外,生活中的大小事也都应当有正确观念上的引导。

那么,如何把已经“跑偏”的政务短视频账号“拉回正轨”?朱巍建议,应建立考核机制。这个机制不能单独看粉丝数量和传播影响力,而是应该综合考量。比如,在关键节点上有没有发布内容,相关短视频运营公司是不是“挂羊头卖狗肉”收钱不办事,有没有和群众互动的内容。

据了解,不论是潍坊交警还是济南交警,以及其他一些做得较好的政务短视频账号,在发布短视频进行普法宣传之余,还会分时段集中查看留言和咨询,筛选其中的重点问题进行解答,并利用短视频平台开展执法直播,积极与网友展开互动,答疑解惑。

高新说,随着政务短视频账号的发展,老百姓认为它应当拥有的功能也将越来越多。虽然短视频平台可能无法像其他平台那样承载过多的功能,但政务短视频账号的发展,还是应当以人民为中心,这也是正确的政务新媒体考核导向。

紧跟潮流贴近网民 普法宣传受到青睐

早在2018年,国务院办公厅发布的《关

于推进政务新媒体健康有序发展的意见》就明确指出,各地开设政务新媒体“要立足工作职责,重点推动与群众日常生活密切相关的民生事项向政务新媒体延伸”。

为紧跟潮流,贴近网民,利用“短小精悍”的短视频进行交通普法宣传,山东潍坊交警于2018年3月注册官方短视频账号,至今已在6个专业短视频平台拥有官方账号,目前累计粉丝达300万人;自2020年10月在短视频平台创建“您举报我曝光”微话题以来,截至目前该板块阅读量已超过1亿次。

潍坊市公安局交通警察支队宣教科张国梁告诉《法治日报》记者,想做好一个政务短视频账号并不是那么容易。“拍摄好一部短视频主要包含策划、拍摄、剪辑、发布等环节,以我们拍摄的系列交通普法剧《马露莎的故事》为例,在平时的过程中就要注重对典型案例的征集,之后要编写剧本,对相关案例进行重新改编,用幽默、夸张的手法将违法案例展现出来。由于设备有限,为表现出多机位效果,一个动作、一句台词往往需要不同角度拍摄多次;为展示出更好的效果,还要在音效、背景音乐等剪辑方面下功夫。短视频发布前,还要邀请介绍部作品,才能让网友“驻足观看”;发布之后,还要注重评价反馈,吸取经验教训。”

张国梁特别提醒:“在短视频制作过程中还应注意对版权的保护,有些背景音乐需要购买后才能使用。”

这样花费心力的制作赢得了许多网友的喜爱,有网友表示,这和自己以往看过的普法视频很不一样,没有官方套话,很有代入感,从中学到很多道路交通安全知识。目前该合集在抖音平台播放量已累计近8000万次。

济南交警在抖音短视频平台粉丝量逾百万,交通查处短视频合集播放量超8000万次。

济南市公安局交通警察支队宣传处民警林西刚向《法治日报》记者介绍了他们制作“爆款”短视频的秘诀:“确定选题是我们最耗精力的地方。我们没有进行简单的短视频搬运,而是通过网络调研,结合当地热点与网友分享的素材或者违法线索等进行二次创作。短视频内容主要包括情景演绎,监控视频还原现场,交警暖心举动,网络上与之相关的热点事件等。在确定选题后,往往还要经历多次讨论,确定采用哪种形式展示效果最好,之后才会进行细化创作,最终成片。”

“真情实感的内容可观看性更高,更容易受到群众欢迎。通过第一视角记录画面并进行延伸加工创作,网友也能感同身受。”林西刚说。

在这样的努力下,去年6月11日,“济南交警云课堂”系列短视频中有12期节目被“学习强国”采用并推送,“济南交警云课堂”正逐渐成为济南交警宣传新名片。

立足职能找准定位 有效引导网络舆情

在朱巍看来,好的政务短视频账号包含的核心点和基本要素是对法律法规、政策的解读。“现在不管出台什么文件,老百姓是知道的,但他们很多人不明白这些和自己有什么关系。比如很多人说民法典是法律,我也不打官司,实际上民法存在于生活中的方方面面。因此许多政务短视频账号开始对民法法进行解读。”

高新认为,政务短视频对热点事件也应提高响应速度,及时公布事件真相,有效引导网络舆情,这些权威消息跑得越快,谣言就跑得越慢。除了政治引导外,生活中的大小事也都应当有正确观念上的引导。

那么,如何把已经“跑偏”的政务短视频账号“拉回正轨”?朱巍建议,应建立考核机制。这个机制不能单独看粉丝数量和传播影响力,而是应该综合考量。比如,在关键节点上有没有发布内容,相关短视频运营公司是不是“挂羊头卖狗肉”收钱不办事,有没有和群众互动的内容。

据了解,不论是潍坊交警还是济南交警,以及其他一些做得较好的政务短视频账号,在发布短视频进行普法宣传之余,还会分时段集中查看留言和咨询,筛选其中的重点问题进行解答,并利用短视频平台开展执法直播,积极与网友展开互动,答疑解惑。

高新说,随着政务短视频账号的发展,老百姓认为它应当拥有的功能也将越来越多。虽然短视频平台可能无法像其他平台那样承载过多的功能,但政务短视频账号的发展,还是应当以人民为中心,这也是正确的政务新媒体考核导向。

制图/高岳

□ 本报见习记者 张守坤
□ 本报记者 王阳

如前几年前的政务微博热、微信热,如今政府部门开通短视频账号已成为司空见惯的现象。中国互联网络信息中心发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年12月,各级政府共开通政务抖音号26098个,如果综合其他短视频数据,政务短视频账号的总数无疑更加庞大。

政府开通短视频账号,本意是为了丰富政务公开途径,通过接地气的方式拉近和群众的距离,是顺应时代潮流的做法,不少优秀政务短视频也广受群众好评。但《法治日报》记者发现,目前政务短视频账号中存在许多乱象,比如有些政务短视频账号为了涨粉一味蹭热点,发布和官方身份不符的内容;有些地方“一拥而上”,一个部门开好几个账号;还有些政务短视频账号自开通后就发布过几条消息,成为“僵尸账号”。

接受《法治日报》记者采访的专家认为,这些乱象不仅有损政府形象和公信力,还让政务短视频账号偏离了公共服务职能;政务短视频账号应以内容为王,坚持为民服务的本质要求,这样才能真正有影响力,受到群众真心喜爱。

政务短视频乱象多 直接损害政府形象

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为,政府开通政务短视频是顺应网络时代发展的表现,通过多种拍摄手段,用接地气的方式去普法、解读政策,应对突发事件等,能够让群众随时随地看到政府做了什么,拉近政府和老百姓之间的距离。

政府开通政务短视频账号的本意是好的,但《法治日报》记者在调查中发现,有些政务短视频已背离了设立初衷。

《法治日报》记者通过搜索多个短视频平台发现,一些基层政府虽然早在两年前就开通了政务短视频账号,但发布的内容寥寥无几,有些甚至自开通后就没有更新过任何动态,成了“僵尸账号”;有许多群众反映,在有些政务短视频账号留言后,从来没有得到过回复。有些账号粉丝数量上万,内容发布几个月后转发、评论、点赞数量仍然是0,点进去一看粉丝中大多数是“僵尸粉”。

与此同时,有些政务短视频账号则过于“活跃”,唯“流量”是举,一味追求热点,甚至连低俗、媚俗的内容也不放过;不标明视频来源,掐头去尾,用耸人听闻的标题或内容赚取点击量;在热门短视频内容下,还能时常看到官方号“卖惨”求粉。

朱巍认为,政务短视频账号代表政府的公信力,用这样的方式蹭热度,和官方视频号性质不符。

在采访中,江苏省某政府工作人员向《法治日报》记者反映,他们不允许工作人员拍摄任何有关的视频发布到网上,对是否开通政务短视频账号也是模棱两可,理由就是“传到网上怕出事”;还有某镇政府工作人员告诉《法治日报》记者,每天光处理手头工作时间都来不及,还要为应付检查去关注、宣传、运营短视频账号,小地方开通短视频账号又没人看,实在不知道这样做的意义何在。

《法治日报》记者以“短视频”为关键词在中国政府采购网上进行检索,发现从2020年9月4日到2021年3月5日,这半年时间就有涉及短视频拍摄、日常运营等采购项目近400条,其中价格多为几十万元。不过,其中已经开设很长时间的政务短视频账号,发布的内容依然是粗制滥造。

朱巍说,如果是找一些MCN(网红经济运作)机构负责短视频账号运营,几十万元的价格实际上并不算高,也属于政府采购的范围。关键是“花了钱要办事”,否则就是盲目建设,劳民伤财;对一些有能力、有时间也有必要通过短视频来公开消息、带动当地发展的政府来说,一味拒绝信息上网实际上是违反时代发展潮流、发展规律的表现。

江苏警官学院治安管理学副教授高新告诉《法治日报》记者,政务短视频账号存在乱象背后成因很多,一些地方政府由于政绩观不正确,思想认识出现偏差,不顾实际需求,一味追求形式上的“高大上”,由于人手、财力、技术等条件不够,反而弄巧成拙;或者没有充分认识到政务新媒体的门面、名片和形象地位,发布不当内容,一定程度上影响了政务新媒体应有的传播力、引导力、影响力和公信力,直接损害政府形象,甚至引发网络舆情,影响社会和谐稳定。

紧跟潮流贴近网民 普法宣传受到青睐

早在2018年,国务院办公厅发布的《关

于推进政务新媒体健康有序发展的意见》就明确指出,各地开设政务新媒体“要立足工作职责,重点推动与群众日常生活密切相关的民生事项向政务新媒体延伸”。

为紧跟潮流,贴近网民,利用“短小精悍”的短视频进行交通普法宣传,山东潍坊交警于2018年3月注册官方短视频账号,至今已在6个专业短视频平台拥有官方账号,目前累计粉丝达300万人;自2020年10月在短视频平台创建“您举报我曝光”微话题以来,截至目前该板块阅读量已超过1亿次。

潍坊市公安局交通警察支队宣教科张国梁告诉《法治日报》记者,想做好一个政务短视频账号并不是那么容易。“拍摄好一部短视频主要包含策划、拍摄、剪辑、发布等环节,以我们拍摄的系列交通普法剧《马露莎的故事》为例,在平时的过程中就要注重对典型案例的征集,之后要编写剧本,对相关案例进行重新改编,用幽默、夸张的手法将违法案例展现出来。由于设备有限,为表现出多机位效果,一个动作、一句台词往往需要不同角度拍摄多次;为展示出更好的效果,还要在音效、背景音乐等剪辑方面下功夫。短视频发布前,还要邀请介绍部作品,才能让网友“驻足观看”;发布之后,还要注重评价反馈,吸取经验教训。”

张国梁特别提醒:“在短视频制作过程中还应注意对版权的保护,有些背景音乐需要购买后才能使用。”

这样花费心力的制作赢得了许多网友的喜爱,有网友表示,这和自己以往看过的普法视频很不一样,没有官方套话,很有代入感,从中学到很多道路交通安全知识。目前该合集在抖音平台播放量已累计近8000万次。

济南交警在抖音短视频平台粉丝量逾百万,交通查处短视频合集播放量超8000万次。

济南市公安局交通警察支队宣传处民警林西刚向《法治日报》记者介绍了他们制作“爆款”短视频的秘诀:“确定选题是我们最耗精力的地方。我们没有进行简单的短视频搬运,而是通过网络调研,结合当地热点与网友分享的素材或者违法线索等进行二次创作。短视频内容主要包括情景演绎,监控视频还原现场,交警暖心举动,网络上与之相关的热点事件等。在确定选题后,往往还要经历多次讨论,确定采用哪种形式展示效果最好,之后才会进行细化创作,最终成片。”

“真情实感的内容可观看性更高,更容易受到群众欢迎。通过第一视角记录画面并进行延伸加工创作,网友也能感同身受。”林西刚说。

在这样的努力下,去年6月11日,“济南交警云课堂”系列短视频中有12期节目被“学习强国”采用并推送,“济南交警云课堂”正逐渐成为济南交警宣传新名片。

立足职能找准定位 有效引导网络舆情

在朱巍看来,好的政务短视频账号包含的核心点和基本要素是对法律法规、政策的解读。“现在不管出台什么文件,老百姓是知道的,但他们很多人不明白这些和自己有什么关系。比如很多人说民法典是法律,我也不打官司,实际上民法存在于生活中的方方面面。因此许多政务短视频账号开始对民法法进行解读。”

高新认为,政务短视频对热点事件也应提高响应速度,及时公布事件真相,有效引导网络舆情,这些权威消息跑得越快,谣言就跑得越慢。除了政治引导外,生活中的大小事也都应当有正确观念上的引导。

那么,如何把已经“跑偏”的政务短视频账号“拉回正轨”?朱巍建议,应建立考核机制。这个机制不能单独看粉丝数量和传播影响力,而是应该综合考量。比如,在关键节点上有没有发布内容,相关短视频运营公司是不是“挂羊头卖狗肉”收钱不办事,有没有和群众互动的内容。

据了解,不论是潍坊交警还是济南交警,以及其他一些做得较好的政务短视频账号,在发布短视频进行普法宣传之余,还会分时段集中查看留言和咨询,筛选其中的重点问题进行解答,并利用短视频平台开展执法直播,积极与网友展开互动,答疑解惑。

高新说,随着政务短视频账号的发展,老百姓认为它应当拥有的功能也将越来越多。虽然短视频平台可能无法像其他平台那样承载过多的功能,但政务短视频账号的发展,还是应当以人民为中心,这也是正确的政务新媒体考核导向。

紧跟潮流贴近网民 普法宣传受到青睐

早在2018年,国务院办公厅发布的《关

于推进政务新媒体健康有序发展的意见》就明确指出,各地开设政务新媒体“要立足工作职责,重点推动与群众日常生活密切相关的民生事项向政务新媒体延伸”。

为紧跟潮流,贴近网民,利用“短小精悍”的短视频进行交通普法宣传,山东潍坊交警于2018年3月注册官方短视频账号,至今已在6个专业短视频平台拥有官方账号,目前累计粉丝达300万人;自2020年10月在短视频平台创建“您举报我曝光”微话题以来,截至目前该板块阅读量已超过1亿次。

潍坊市公安局交通警察支队宣教科张国梁告诉《法治日报》记者,想做好一个政务短视频账号并不是那么容易。“拍摄好一部短视频主要包含策划、拍摄、剪辑、发布等环节,以我们拍摄的系列交通普法剧《马露莎的故事》为例,在平时的过程中就要注重对典型案例的征集,之后要编写剧本,对相关案例进行重新改编,用幽默、夸张的手法将违法案例展现出来。由于设备有限,为表现出多机位效果,一个动作、一句台词往往需要不同角度拍摄多次;为展示出更好的效果,还要在音效、背景音乐等剪辑方面下功夫。短视频发布前,还要邀请介绍部作品,才能让网友“驻足观看”;发布之后,还要注重评价反馈,吸取经验教训。”

张国梁特别提醒:“在短视频制作过程中还应注意对版权的保护,有些背景音乐需要购买后才能使用。”

这样花费心力的制作赢得了许多网友的喜爱,有网友表示,这和自己以往看过的普法视频很不一样,没有官方套话,很有代入感,从中学到很多道路交通安全知识。目前该合集在抖音平台播放量已累计近8000万次。

济南交警在抖音短视频平台粉丝量逾百万,交通查处短视频合集播放量超8000万次。

济南市公安局交通警察支队宣传处民警林西刚向《法治日报》记者介绍了他们制作“爆款”短视频的秘诀:“确定选题是我们最耗精力的地方。我们没有进行简单的短视频搬运,而是通过网络调研,结合当地热点与网友分享的素材或者违法线索等进行二次创作。短视频内容主要包括情景演绎,监控视频还原现场,交警暖心举动,网络上与之相关的热点事件等。在确定选题后,往往还要经历多次讨论,确定采用哪种形式展示效果最好,之后才会进行细化创作,最终成片。”

“真情实感的内容可观看性更高,更容易受到群众欢迎。通过第一视角记录画面并进行延伸加工创作,网友也能感同身受。”林西刚说。

在这样的努力下,去年6月11日,“济南交警云课堂”系列短视频中有12期节目被“学习强国”采用并推送,“济南交警云课堂”正逐渐成为济南交警宣传新名片。

制图/高岳



▲ 3月18日,乌鲁木齐铁路公安局奎屯公安处安处站派出所党支部组织党员、青年民警前往奎屯市新时代文明实践中心,开展“学党史、增党性、争先锋”党史学习教育主题实践活动。 本报记者 潘从武 本报通讯员 王娜 摄

▲ 近日,贵州省纳雍县公安局交警大队组织曙光中学900多名师生参观体验交通安全宣传教育基地,提升师生安全出行、文明出行意识。 本报记者 王鹤霖 本报通讯员 张先举 摄



▲ 近日,江苏省宜兴市公安局交警大队开展专项整治行动,重点查处酒驾、醉驾等违法行为,净化辖区道路交通秩序。图为辅警陪同行人安全通过斑马线。 本报记者 王建军 本报通讯员 赵振伟 摄



▲ 近日,贵州省纳雍县公安局交警大队组织曙光中学900多名师生参观体验交通安全宣传教育基地,提升师生安全出行、文明出行意识。 本报记者 王鹤霖 本报通讯员 张先举 摄

感 念 党 恩