

有效减少高速公路信访投诉的利器 – 短视频

黄中兵

重庆渝广梁忠高速公路有限公司 重庆 400713

摘要:近些年来,在“要想富,先修路”的国家大战略背景推动下,高速公路的发展如雨后春笋般蓬勃发展,诚然,高速公路的崛起,也给沿线地方经济的腾飞注入了一剂剂强针剂,可以说,高速公路所至的区县受益匪浅。在这利好的大形势下,一方面车方在享受高速公路带来的便利的同时,也在不断的挑我们工作上的弊端、管理上的问题。另一方面,也是在大的环境、大的背景下,各类宣传、自媒体的推波助澜下,车方的维权意识也在不断增强,有道理无道理都要说一说。而这种说一说,就逐渐的演变为信访或投诉。

关键词:高速公路;信访;投诉;短视频

作者简介:黄中兵(1971-),男,汉族,重庆市,本科,主要研究:政工方向。

一、高速公路信访现状剖析

(一) 信访投诉类型多样化

高速公路营运收费争议广泛涉及计费标准、收费里程、车型分类、收费设施准确性等多个方面。部分车方对货车计重收费时称重设备的精准度存疑,认为可能存在误差导致收费不合理;部分车方对不同路段收费标准的差异表示困惑,不清楚为何相同车型在相近路段收费有所不同;部分车方对收费站外移的合理性提出质疑,认为可能增加了其通行成本;还有部分车方对车型认定标准存在误解,比如对特种车辆、改装车辆的收费类别划分不清楚;部分车方对收费站外移的开放路段搞不清楚为什么还要收费,以为那是免费路段;部分车方对门架计费有疑问,认为准确度不够。或者是对高速公路通行的政策不够了解,认为自己的装载应该享受绿通政策;或者是认为我们收费人员的服务态度不好,比如没有对他微笑、说话声音太小、收费政策不熟悉等;或者是看到前方堵车了,也不管是车祸或者其他影响安全的事件,通通认为是我们高速公路管理方管理不善;或者在人车路环境几个因素下的车损,不考虑自身因素,只考虑受损单方理赔,如此种种,不胜枚举。

(二) 争议引发的不良影响

频繁的收费争议不仅加剧了车方与收费运营方之间的矛盾冲突,干扰了高速公路的正常通行秩序,还会引发大量的投诉与纠纷处理工作,造成人力、物力和时间成本的大量耗费。同时,这也会在一定程度上损害高速公路运营管理部门的形象和公信力,甚至可能引发社会舆论的负面关注,对行业的健康稳定发展产生不利影响。而这些所谓的信访或投诉中,能占据理由或属实的往往是很小的一部分,大多还是了解不深造成的。

(三) 信访呈逐年上升的趋势

以我司为例,2020 年信访案件为 5 件,2021 年上升为 11 件,增幅为 83%;2022 年为 14 件,增幅为 27%;2023 年为 29 件,增幅达 104%;2024 年为 34 件,增幅为 17%,上升趋势明显,投诉更是屡见不鲜。车方的主动监督维权是好事情,可以帮助我们改过工作。但从多样化的信访案件中不难看出,这些案件中暴露更多的是车方对高速公路管理的认知或认识有偏差,造成的很多信访案件或者投诉,其实完全可以不发生,或者能够有效规避,那么就需要高速公路管理行业建立一种主动宣传的机制,而当下,最有效的主动宣传方式就是短视频。

二、短视频宣传在减少收费争议中的独特优势

(一) 直观呈现,一目了然

为什么是短视频呢?因为短视频播放时间不长,观看时也不受时间和空间限制,容易看完整。画面也美观,内容更通俗易懂,是当下公众最乐于接受,喜闻乐见,也最容易在里面形成共鸣的媒体形式,比如抖音,比如快手,比如短视频号、微信等等,受众多,传播广,影响力大,也可以作为我们高速公路企业正向宣传与正面引导的法宝。

我们可以借助短视频直观的画面、动态的演示以及清晰的解说,将复杂的收费规则、计费流程、车型判别标准等内容生动地展示出来。例如,通过动画演示货车在计重收费时的称重过程、数据传输与计算方式,让车方能够直观地了解收费依据,避免因信息模糊而产生误解和争议。对于车型认定,可通过 3D 动画立体展示不同车型的外观特征、轴距、车长等参数,以及对应的收费档次,让车方清晰地知晓各类车型的收费类别。我们将隧道机电设施设备、功能通过短视频频解说的形式,可以正确引导车方在隧道内如何灭火、

如何有序逃生。比如我们可以通过短视频、动画的方式还原事故成因，引导车方正确驾驶，合理避让，可以减少事故的发生。

（二）广泛传播，深入人心

借助互联网平台、社交媒体、高速公路沿线电子显示屏等多种渠道，短视频宣传能够实现广泛的传播覆盖。无论是即将驶入高速公路的车方，还是社会大众，都有机会接触（刷）到相关短视频信息，从而在更大范围内普及收费知识，提高公众对高速公路营运收费的认知度和理解度，从源头上减少争议的发生。特别是针对车型认定的宣传短视频，可通过精准推送至车方群体聚集的平台，甚至联系大型车企单位，上门宣传，确保相关信息能被更多有需求的人获取。

（三）增强信任，构建和谐

通过制作透明化、规范化的短视频，展示高速公路收费运营的全过程，包括收费设施的校准维护、数据的采集与管理、监督机制的运行等，能够增强车方对收费公正性的信任。当车方了解到收费过程是严谨且有监督保障的，就会减少无端猜疑和质疑，有助于构建和谐的收费关系。在车型认定方面，可展示车型分类的审核流程和监管机制，让车方明白车型认定是有严格标准和规范的，并非随意决定。比如，我们可以把称台是如何检测的、维护的，如何防止修改的？证件是什么样的？有效期如何？拍成短视频，打消车方对计量器的顾虑，主动配合过称。

三、针对性的短视频宣传策略

（一）制作系列解读短视频

针对常见的收费争议点，如车型分类标准、收费里程计算方法、特殊情况收费规定等，制作成系列解读短视频。每个短视频聚焦一个特定主题，详细讲解相关政策依据、实际操作流程和判别标准，并结合实际案例进行分析。“车型分类与收费标准详解”短视频：通过展示不同车型的外观特征、轴距、车长等参数，以及对应的收费档次，让车方清晰地知晓自己车辆的收费类别。例如，详细对比小型客车、中型客车、大型客车的外观差异和收费标准，同时介绍货车按载重和轴数分类的具体方法。“特种车辆车型认定与收费说明”短视频：针对救护车、消防车、工程抢险车等特种车辆，介绍其车型认定标准和相关收费优惠政策，结合实际案例说明在收费过程中如何识别和处理特种车辆。例如，我们对各类救援设备进行展示，对其工作原理进行介绍，对收费标准予以公开，对重庆推行的“一键救援平台”深度解读，可以提高透明度和加快救援时间。

（二）情景模拟再现短视频

拍摄一些情景模拟短视频，还原高速公路收费过程中可能出现的争议场景，并展示正确的处理方式。货车车型认定争议场景模拟：模拟一辆货车因改装导致外观与标准车型存在差异，收费员如何按照规定要求车方提供车辆行驶证等相关证件，依据证件信息进行车型认定，并解释收费标准。或者拍摄 ETC 车辆在通过收费站 ETC 专用通道出现故障，识别不了时，收费员如何通过手持应急机放行车辆等。通过这种情景再现的方式，让车方提前了解在类似情况下的处理流程，避免在实际发生时产生误解和争执。多轴车辆收费争议场景模拟：模拟一辆多轴货车车方对车辆轴数认定和收费金额存在异议，收费员如何使用专业设备对车辆轴数进行检测，并展示检测过程和数据，向车方解释收费依据，出具收费票据。

（三）设施设备展示短视频

制作关于高速公路收费设施设备的展示短视频，包括计重设备、ETC 系统、车牌识别系统等工作原理、日常维护校准过程以及精度保障措施。计重设备工作原理与校准展示短视频：以计重设备为例，短视频中展示其内部构造、传感器的工作方式、定期校准的标准流程以及如何通过技术手段确保称重数据的准确性。同时，介绍设备校准的监管机制，让车方了解到收费设施并非随意操作，而是有严格的技术规范和管理要求，从而增强对收费准确性的信心。车牌识别系统与车型匹配短视频：展示车牌识别系统如何快速准确地识别车辆车牌信息，并与车型数据库进行匹配，实现自动车型认定和收费。介绍系统的更新和维护流程，确保车型数据的准确性和及时性。

（四）政策解读与互动短视频

邀请行业管理专家、高速公路收费管理部门的专家或相关负责人参与短视频录制，对最新的收费政策进行解读，并设置互动环节，利用我们自身的“网红”员工进行现场直播或短视频发布。车型认定政策解读短视频：专家详细解读国家和地方关于车型分类的最新政策文件，包括政策的背景、目的和具体内容。针对车方关心的车型认定热点问题，如新能源汽车的车型分类、老旧车型的认定标准等，进行深入解答。互动问答短视频：在短视频中提出一些关于车型认定的常见问题，如“如何判断自己的车辆属于哪种车型分类”“改装车辆是否需要重新进行车型认定”等，然后由专家进行解答。包括七座车型如何判定？节日期间如何免费通行高速公路？重庆为什么要禁止摩托车上道问题等等。同时，也鼓励观众在短视频下方留言提问，定期整理并回复这些问题，制作成问答短视频续集。这样可以形成一个良好的互动交流平台，及时

解答车方的疑惑，增强政策的透明度和公信力，增加企业与车方的互信度。

四、多渠道的短视频投放与推广

（一）高速公路沿线渠道

我们可以在高速公路服务区、收费站广场等地的电子显示屏上循环播放我们自己制作的收费（争议最多）宣传短视频，特别是针对车型认定的相关短视频，可在货车流量较大的服务区和收费站重点播放。车方在休息、缴费等过程中可以随时观看，加深对车型认定知识的了解。在收费站发放印有短视频二维码的宣传卡片，卡片上注明短视频的主要内容，如“车型认定标准详解短视频，扫码即可观看”，方便车方扫码观看详细短视频内容，进一步获取信息。也可以形成多个短视频包，让车方选择自己感兴趣的内容进行观看，或者是在遇到类似的事情时，可以到里面查找参照。

（二）网络平台渠道

将制作好的短视频发布到各大短视频网站，如优酷、腾讯短视频、爱奇艺等，并在短视频标题和简介中合理设置关键词，如“高速公路车型认定标准”“货车车型分类短视频”等，方便车方搜索观看。还可以利用社交媒体平台，如微信公众号、微博、抖音、快手等载体进行推广传播。在微信公众号发布短视频链接和图文解读，结合车型认定的热点话题撰写文章，吸引用户关注；在微博上发起“车型认定知识问答”话题，鼓励用户参与讨论和分享短视频；在抖音上发布有趣、生动的车型认定短视频，利用平台的算法推荐机制扩大短视频的传播范围和影响力。

（三）与汽车相关平台合作

与汽车资讯网站、汽车论坛、车载导航系统等汽车相关平台合作，将收费宣传短视频嵌入到这些平台中。例如，在汽车资讯网站的高速公路出行板块、汽车论坛的交通出行讨论区投放短视频链接，或者与车载导航系统提供商合作，在导航地图的高速路段提示信息中加入短视频观看入口，让车方在出行前或行驶过程中能够便捷地获取收费宣传信息，特别是车型认定（国家/行业车型分类标准）的相关知识（轴数、车身长度、座位数、总质量）、ETC通行（办理、故障）、事故多发提醒、免费通行等内容。

五、效果评估与持续优化

（一）建立评估指标体系

设立多维度的效果评估指标，全面评估短视频宣传活动的效果。传播效果指标：短视频播放量、点赞数、评论数、分享数等，反映短视频在不同渠道的传播范围和影响力。认知度指标：车方对收费知识的知晓度提升情况，可通过问卷调查或线上测试等方式获取，

特别是针对车型认定知识的掌握程度。争议处理指标：收费争议数量的变化趋势，对比短视频宣传前后的信访、投诉数据，分析短视频宣传对减少收费争议的实际效果。

（二）定期分析与总结

定期对收集到的数据进行分析总结，了解短视频宣传策略的实施效果。例如：如果发现某个车型认定主题的短视频播放量低、评论数少，可能意味着该主题的内容或表现形式不够吸引人，需要分析是内容过于专业难懂，还是短视频制作不够生动有趣，进而进行调整优化。例如：如果收费争议数量没有明显下降，特别是涉及车型认定的争议仍然较多，可能需要进一步分析原因，是短视频宣传覆盖范围不足，还是宣传内容未能有效解决实际问题，从而针对性地制定改进措施，如扩大短视频投放渠道、优化短视频内容、增加续集等手段。

（三）持续优化与创新

根据效果评估和分析总结的结果，持续优化短视频宣传内容、形式和投放策略：不断尝试新的短视频制作技术和表现手法，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）技术在车型认定展示短视频中的应用，以及人工智能（AI）技术的合成运用，漫画、动画的引入，让车方能够更直观、更沉浸式地了解不同车型的特点和认定标准，提升短视频的趣味性和吸引力。根据车方反馈和社会热点话题，及时更新短视频宣传内容，确保其时效性和针对性。例如，随着新能源汽车的普及，及时制作关于新能源汽车车型认定、充（换）电站排列（饱和度）、收费政策的短视频，解答车方的疑问，从源头上减少因政策不了解而引发的信访投诉。

通过精心策划、制作并广泛传播具有针对性的短视频宣传内容，增加曝光量和透明度，我们高速公路营运收费管理部门能够有效地提升车方对收费政策和流程的理解与信任，从而显著减少收费争议的发生，有效减少信访、投诉，营造更加和谐有序的高速公路畅安舒美运营环境。

参考文献

- [1] 用心化解信访矛盾护航高速公路项目建设[EB/OL]. 中国日报网, 2024
- [2] 殷俊, 李骏. 短视频传播力提升策略研究[J]. 当代传播, 2023(4): 97-100.
- [3] 王强, 张悦. 短视频在铁路客运服务宣传中的应用研究[J]. 铁道运输与经济, 2024(7): 101-106