交通违章"随手拍"应用问题与推进路径研究

文/赵伊杨

1.引言

道路交通和人们的工作,生活有着密切的联系,良好的交通秩序为人们生活起居提供保障。但道路违规行为频频出现,却得不到及时监管,扰乱了公共交通秩序的同时,或引发严重拥堵和交通事故。在此背景下,交通违章"随手拍"作为互联网时代公众参与交通管理的产物,对及时制止交通违法行为起到较好的效果。"一本文以交通违章"随手拍"现实应用为视角,在明晰交通违章"随手拍"制度缘起的基础上,发现其在应用过程中存在诸多问题,如执法成本问题、举报应用流程问题、犯罪风险问题等。针对以上问题,提出相应的优化路径,包括多平台联动、规范举报流程、加强"双网"安全管理等,以期为交通违章"随手拍"制度推广应用提供借鉴意义。

2.交通违章"随手拍"的缘起

交通违章"随手拍"是为维护交通安全、督促驾驶员规范行使、弥补交通管理部门在交通执法中的不足,鼓励公民利用随身电子设备记录交通违法事实,利用网上平台对涉事违章违规车辆向交通管理部门依法进行举报。它的缘起可从下面三个方面论述。

2.1"两个盲区"取证难。由于交警资源的短缺,警力配置不到位,再加上执法人员对一些法律法规的理解错误,在城市中道路

交通中存在较多交警执法的空白区域和执法盲区。随着机动车和驾驶员数量的增多,交通管理部门的道路交通安全管理任务逐渐加大,在一些无交警执法的路段中,容易发展成车辆乱停乱放的场所,存在车辆受损、挤占道路空间、车辆停放纠纷等问题,成为危害城市公共秩序和社会文明的隐患。近年来,公安交通部门联合各部门投入大量资金用于道路交通视频监控设备中,但是从运行情况来看,主要停留在交通事故发生后的录像查询、违法取证等方面,使得监控视频呈现出利用率低的状况,而且难以发挥监控设备事前预防、事中取证和事后监督的功能³³。此外,道路交通监控设备也会受到障碍物、死角等因素影响,形成监控盲区,成为安全隐患的重要成因。

2.2"路、车、警"资源不平衡。随着社会经济和城镇化的快速发展,机动车、驾驶人数量和公路里程在不断增加,交通执法资源的有限性和群众日常出行间的矛盾不断加剧。根据国务院新闻办公室 2019 年 9 月 24 日召开的《交通强国建设纲要》新闻发布会公布的内容,截至 2018 年底,境内公路通车里程达 484.7万公里,是 1949 年的 60 倍,高速公路通车里程 14.3 万公里。另外,机动车和驾驶人员与警力的配置存在差异,据公安部统计,截至 2020 年全国机动车约有 3.72 亿辆,机动车驾驶人约有 4.18 亿人,全国有 70 个城市汽车数量超过 100 万辆,一般来说

要设定相应的激励机制。

4.社区电商问题解决措施

4.1 物业设置筛选机制,选择与信誉高的商户进行合作。物 业应对合作商家进行信用评级,终止与多次采取道德风险行为 的商家的合作。同时借助其与居委会等官方平台的纽带,寻找稳 定、诚信、有规模的商户合作,并努力建立适配与商户规模的物 流管理链和供应链,防止给居民带来货物时间与质量上的困扰。 研究同时引入数学建模的思维来解决信用评级问题[3].基于一定 的企业数据下,我们可以对不同企业(国营民营、产品种类、道德 风险行为记录、物流仓储情况等)建立关于企业信用评级(对其 量化)的多元回归模型,目标是通过权值 β ,求信用水平 γ i,其中 xi 代表参量值: $y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \cdots$ 如: x1: 企业规模, 等级分 为 0、1、2、3、4、5; x2: 产品种类, 定性变量不妨设 x2=1: 菜蔬; x2=0: 副食品。(β ₂参数表示保持其他变量不变情况下, 副食品 企业平均信用与菜蔬企业平均信用的差异)。还有掌握的仓储量 信息(计数)、是否有健康证明(定性)等等变量……另外,可能某 一类信息对我们评级没有影响(即 yi 的某项 $\beta = 0$)。例如:企业 开发的小程序的用户体验与其信用没有关联,因此此类信息不 影响我们决策。同时需要考虑几类企业之间的信用水平有无相 关性,还要对样本企业信用水平进行典型相关性分析。

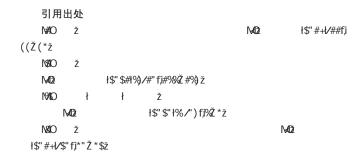
4.2 政府与物业、企业共建标准化平台。现有的电商平台多是企业自己搭建的如微信小程序等平台,各平台间差异较大且有些缺乏完善的法律体系。政府应出台统一的标准化平台,整合现有资源,邀请物业、企业入驻,规范化管理交易、物流、维权程序,一来进一步扩大交易规模,二来实现社区电商交易可控可管理的目标,避免出现布雷斯悖论的尴尬局面:在不合理的组织结

构下,增加平台资源反而使市场环境更加糟糕。在健全的法律保障的基础上,如有必要,政府可以对积极服务居民的物业公司、 具有契约精神的企业予以奖励或补贴。

4.3 对团长设立合理的激励与惩罚机制。过度依赖团长的模式会使社区电商不确定性增大,所以提高团长忠诚度是企业在社区运营的重点¹⁴。参与社区电商的企业要努力提高团长对企业的黏性,通过定期培训、为积极参与营销者给予额外奖励等方式,换取团长持续的高质量的服务;反之,对于滥竽充数的团长,平台也要给予其相应的怠惰惩罚。当社区电商发展步入平稳期时,企业可以通过在平台上添加好物推送等方式,增加社区居民对平台的黏度,逐步降低整个交易过程对团长的依赖。

5.总结

被疫情催熟的社区电商行业,其本质是 C2B 新零售。后疫情时代,社区电商要想取得持久的发展,不仅要做流量行业,更需要做温度行业、制度行业。它的生存不仅依赖对居民有高黏性的团长,稳定、专业的零售企业,更需要信誉机制、标准化机制与激励机制的介入,共同努力为社区居民提供低风险的稳定购物体验。 C



áÉ \\\ ceV ð"¶Ó\ 5fS¶á2Ó ù -V; : ®» à -0 (« ìd % öo òO ¿[> % OEd ÆJ x / ÅáÐ -0 ì

/ eþ#c¤ÿxǤ

c ¤ ~ 6 ™• . á É Â %2 ñ Ž A z m ™%s x Ö á : # c ¤ Q . Ú ™¶ ¿[Ì

/ eþ#c¤ÿ UÐx^

Ý þ#c¤ÿà•Š}'X > "ÝT]b: $\times A$ />½VÓ′f à Àx³Ì

ð; ® o\$y ¸F4ÌÝUÐ / eþ#c ¤ÿà•Œ o ¸F4 F1W" I ‰Â àžK à •´/ö¿ L ¶ ,^Ì - ‰Â Ø } x ⊚ Nê ð; :>,Æq¶ TAË4-ÿ Ëý´qï Ëj·•2ð; à

;) 2 a / $\check{Z}\check{Z}$ - $\langle \ddot{Y}E\S \hat{I}\P' f I \dot{U} \cdot : \ddot{y} \hat{a} \cdot " \dot{U} \rangle$ $<\ddot{Y}$ Fæ $|<\ddot{Y}^*$ § $;^{\wedge}$ à fãJ‡® ò \ddot{A}^{\wedge} 4 Œ ËM·Ëøž mG / ĐÍË AË»ÙÜËËA $\ddot{\Box}$ 09±\>" àÝ þ--2¶´f *à•ç¤I qž!bœÙ- Ù5º ¤I¼[qžœÙ v¼;o 7ì* â» FÉd 7 ÿŽ »'Ë»PI 7±\ Ž»'qžx‹Œìçù.æ`%ù *¿Ê:ÿ ÿ?•]¬ àÝ qž Fs þ-Ì20 g $m \mid c \mid M \delta$; $a \cdot CEf / 9 \cdot * \S 1/4 [4 ° m D ¬ ¥ R]$ -ٜ!3xY)- •žÓ6- a⟨øЁM·-¦}Ì ^a Aþ\$©ÿ-0 øb¶ËùZÌ#Kþ © ÿ~6 & X / e * 0 ð;) e á • ÿ © ö ©p \$ © ÿ / Ì žà•ð; %%p) 0 ˉ¨Ë Qÿ» n¶s ± A / þ ö©÷ t T 8 K ÿ ö©À ©çĺ ²ã ÿ/à • à • œõ ™©¼¼[Ë) 0 ˉ¨ • à • F © P ™©¼K à• Q ž Ó œ õ 6 À M F ¶ Óp Æ o ÿì ¤ R ç à• œ õx ⟨B þ¶÷ ö©÷ Ë© ö©À © Ë »ð;) 0 ˉ¨ Ë Q » Ó Ôð; ÿe ^ F Ý %Œà • œ õà• ´: Œi QÚ⇔Ì] %6-•™¶Óð; øF\7 ë ÿ¼[ĐÍË "ĐÍË QĐÍ òÄ!3ÿà•¶Ë ö ¬Ìd0 %! ‰Â I\$`œõ" : f *à•¼[$\P \ddot{E} \grave{a} \% f \ddot{y} \P \ddot{E} \grave{u} Z \overset{a*}{\circ} 0 \acute{f} + \pounds b \# c \ddot{y}$ ϛ¶ËK: Đ\$yÌ

F¥

/!ÿS S]&XÌ<mark>\$</mark>

8zçìn JÖ• ž ö7å9

2 x b *

<> 9 , ÔŠ « Ö àŠ dǤ • B % > ë Ç 7 å
<≯Å s c * x Š - 0 z Ö V Ó o . Ü § å ≪ 0 - > ë Ç
/ ~ VMP % 0 * KDOLJJTTO

<>C, \P v ð Ž ò Jx" \tilde{A} » x ^ U Ð f Q \Leftrightarrow ~ x 3 Å x

<хи <хû J х / ! \ddot{y} / - 0 < > \ddot{N} \ddot{O} • \dot{z} \ddot{o} 7 å b \ddot{Y} ê

<> | ^ 3 à Ö • ± ã ê W Þ æ Z 7 Â Ù Ý C (f \$ y 4 ê W³ G } ê K ¦ úúú ™Ö • f à , R • < ê 7 W¼ • v ◆ Đ Š Ø ã >

<> ó = 7 Ü s ¢ ^ ò j © N # c ¤ / ô 0

$' \frac{1}{4}7 t$] " $| \cdot | \dot{z}$ ¶ 1 ~ 6 • B

2 R

1 - E

Ž žÃ, u`fÊμŽ

 $\label{eq:continuity} \check{Z} = 7 \; t \qquad] \;\; " \quad | \; \cdot \; \hat{l} \;\; \zeta \, \text{$\tt m$ \check{Z}}$ $\mbox{$\sf C$ \check{A} \check{z} } \qquad \mbox{}$

¶ 1 6 -

Ž žÃ, u6 T fʵŽ ½ ž , uì -½, u, ©/^Ý NN ¼\-, 6ÃSÝ NËŠÃSÝ N-ÍÓX . z Ýœg] œg] 3 N-6ÃSì - Ǽγμ* \$¹Ù 6Ì-6ÌÀ½ (yμί Ε΄ NN » ë - » ë - À 6 Ì " ½ × \ Ì , u ö ,- ['"ž9žÀÄ%ÃfOEÿ,uøÄ%ÃÌ6Tf´ Syµ/^¿4 NN u²c;rž,u`ŽÌ ½ ž ̽ ž / ÖtS÷t à ì½/ tÖ SÏž*% àÌ™±ž ìë½¼\ ÌcM n [| M? hPV·l ½ - #PÓxcõlž^ U—P x ÂMM Ì _ ¼Ž] ç Ì M?ž ,¬ \ • ½ † ‰n r?|±Ì -½ž , -½Óxc"•tÖS ÏžÊqk•M/àIž ‡Ók•IžP`ÓxÂM M $\overline{}$ ä» À b £ì ½ k•, ý - 3 × U [³× U ޳× U\$ ¦ NÌ N t ½ Á N E³ x U¦ N - N t ½ Á $N E^3 \times U^1 N^1$ Ìsž ÌÌsž \P^1 ' I* Ì àÙĐŒF Ó