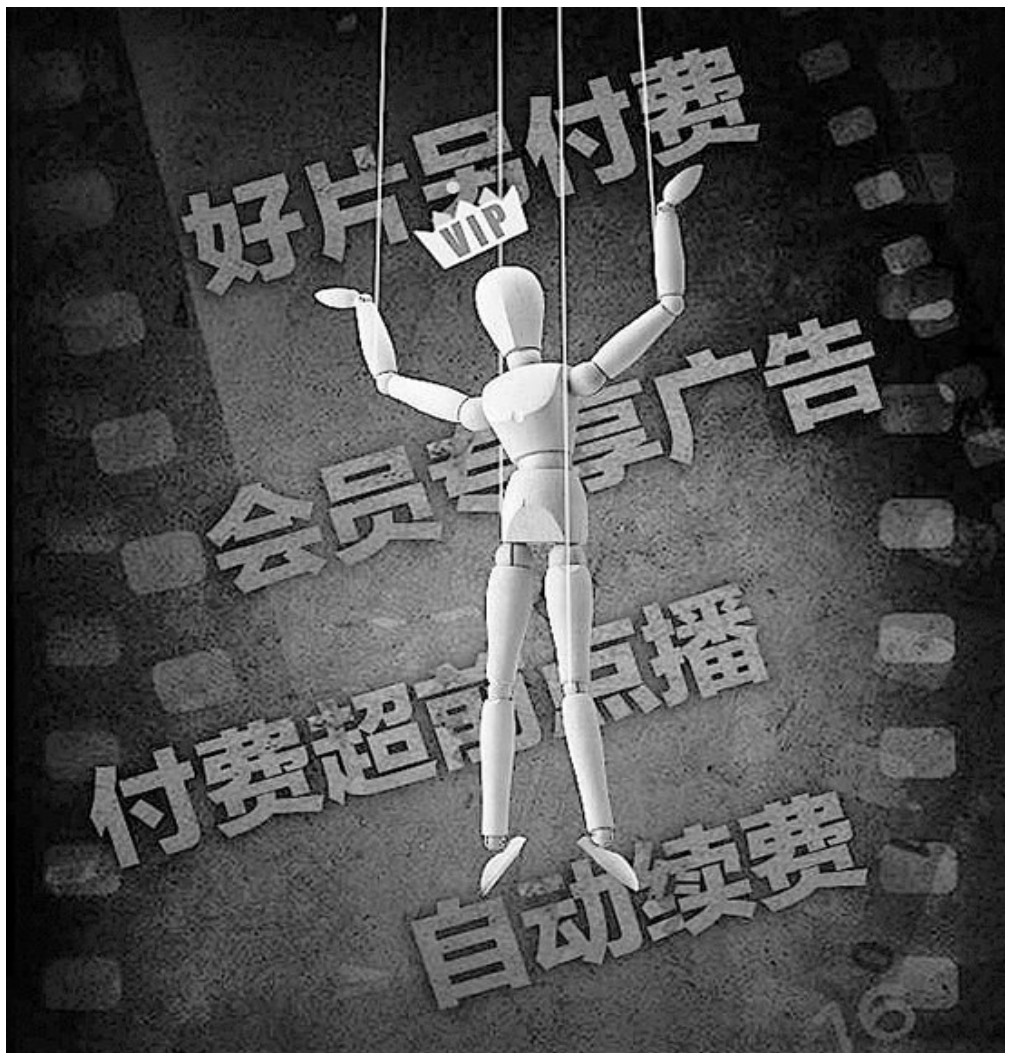
2019年12月17日 星期二
责任编辑 刘剑峰 美术编辑 周培骏

《庆余年》“超前点播”争议背后

平台之“困”不能凌驾商业之“度”

热播剧《庆余年》引发的“付费超前点播”，这些天引发了巨大的争议。视频平台方到底是在薅羊毛，还是在探索长久发展的模式？青年报记者16日也展开了调查。

青年报记者 陈宏



对于视频平台来说，商业行为无可厚非，而此次《庆余年》引发的巨大反弹也不容忽视。

1 《庆余年》到底是不是薅羊毛？

《庆余年》是张若昀、李沁、陈道明、吴刚、李小冉等人主演的一部古装剧，在如今古装剧相对较少的情况下，这种“有演技的流量明星”+“老戏骨”的搭配，保证了剧集的精彩度，成为了近期爆款。

如今，在视频网站成为爆款，就有一个专用名词叫“加更”。不过瘾的观众求加更，而播出平台和剧集方，往往也就拿“加更”来做宣传手段。只不过，这一次《庆余年》的两个播出平台腾讯视频和爱奇艺，“加更”条件让观众有点反感。

一开始还挺正常：12月2日，《庆余年》首次宣布加更，从原有的每周二、三更新增至每周一、二、三晚进行更新，VIP会员比普通会员每周多看6集。

但后面的一次则引发了剧烈反弹：12月9日，《庆余年》宣布从12月11日开始，腾讯视频或爱奇艺的VIP用户可以用50元的价格“超前点播”，每周更新时比原有内容再多看6集，即比非会员每周多看12集，比VIP会员每周多看6集。

消息一出，叫好声戛然而止。很多观众认为这是“薅羊毛”。平时很爱追剧的陈小姐告诉记者：“《陈情令》的时候我就莫名其妙了，怎么VIP加钱就能提前看，为什么不直接一开始就卖全套？”齐小姐则直呼自己是“任人宰割的羔羊”，“内容付费、知识付费，很正常，但太多的额外付费让人体验感很差！”

确实，让普通观众不买账的，是在已经付费购买VIP会员、以为会享受全部权限的情况下，平台方会再增加现有VIP无法享受的权限。而随着《人民日报》评论“吃相不能太难看”之后，这样的不满情绪更多了。

在腾讯视频和爱奇艺的官方平台上，针对此事并没有官方回应，但记者获悉，他们私下正在多方沟通，表示这是正常的商业探索，希望能将这样的声音传达出来。

2 这种额外付费形式还有很多

其实，“付费加更”并不是《庆余年》首创，也不是视频平台首次这么做。此前《陈情令》即将大结局时，腾讯视频也推出了“付30元提前解锁6集大结局”的“升级包”，当时就在网络上引发过一阵风波。

当时网友吐槽的点是，先是显示6元一集点播，但进去之后，发现大结局那一集不单独卖，需要花30元买剩下全部未播的内容。不过，吐槽归吐槽，由于肖战和王一博当时的引流能力，还是有很多人选择了付费，最终腾讯视频凭借这个“提前解锁”，进账颇丰。

这也让这种方式被不少流量剧所采用，《陈情令》后的《明月照我心》《有秘密的你》《从前有座灵剑山》等多部作品也继续跟进，除了腾讯视频，爱奇艺也正式加入“升级包俱乐部”。

不过，直到此次《庆余年》的巨大争议出现，才会有不少观众发现，这些年视频网站在VIP会员制之后，新推出的付费项目还有不少，比如电影的点播。一些热门电影，此前是VIP可以免费观看，后来到平台每个月给会员几张点播券，发展至今，已经变成了单独付费点播。

由于院线电影本来就是要买票的，所以付费点播热门电影，倒是没有引发过太大的反弹。现在是原本觉得都是免费看的电视剧，也在一层一层“加钱”收看，不满情绪才广泛蔓延。

3 观众最担心的是没完没了

点燃最后“火药桶”的，是“升级包”的价格。电影的点播，一般是6元；《陈情令》的时候，说是30元，但在说法上，有个取巧之处，是每集6元。这次的《庆余年》，直接是50元看加更。

50元差不多是一杯半咖啡的价格，绝对值，其实也不算太高，为什么这次会如此被批评？它有一个前提，是各视频平台为了增加会员数，在双十一、双十二的时候已经将正常199元的会员价，降到了甚至99元，另外，和各大电商平台绑定的会员卡，还有很多福利。“我本来一年花99元可以看各种，现在一部剧让我早点看几集，就要50？”观众陈小姐还给记者晒出了她和她父亲的聊天记录，她父亲得知加钱后先是说“好的，加”，随后得知是50元后，说“那我再等等”。

对视频行业一直在深入观察的媒体人于小姐告诉记者，此次观众情绪的爆发，并非他们难以承受“点播”，而是体验感的降低。

她说，在视频网站跑马圈地的免费时代，买下VIP会员既可以免广告，又可以看特别的会员内容，“开玩笑说，就是有个尊贵身份”，但是，“现在即使有VIP，看广告你还是跑不了，暂停是广告，贴片是广告，剧集里还有内容定制广告，会员谈不上感觉受骗，但观感肯定是差了”。和广告一同出现的，是收费花样越来越多，价格越来越高，“原先的VIP权限变相缩水了”。

“更深层次的原因，是对视频网站VIP会员权益不断缩水的担心，他们怕的是没完没了的试探。”于小姐说。

记者16日下午也采访了优爱腾三大视频阵营中的一位不愿具名人士（记者注：下文以A先生代替），他表示：“这是对会员消费观念的一次冲击。如果说央视招标多了一个亿，就很正常，但现在视频网站要二次消费了，这个消费习惯还没养成，就很难受，就像当年收费模式刚出现时一样，这一点都不奇怪。”

4 视频网站的焦急情绪

站在视频网站的角度，这次“付费升级”一点都不奇怪。A先生给记者提供了一组数据，他说，“根据爱奇艺的财报，2018年他们大概亏损了90亿左右，优酷亏损规模和爱奇艺差不多，腾讯视频最高应该有150亿的亏损。”他特别强调，这组数据并非官方数据，也没有核实。但是，记者也查询到一些公开报道，优爱腾三家在2018年初一共做出了预亏180亿的预算，腾讯视频和优酷各80亿，爱奇艺30亿，可爱奇艺公布2018年第三季度财报时，已经亏损26亿，4个季度相加的话，差不多可以佐证A先生的话。

“2018年唯一报盈利的，应该是芒果TV，”A先生说，“他们跟三大视频平台不一样，他们背靠湖南卫视，在版权方面有天然优势——很多节目，湖南卫视都是象征性地给收了一个版权费，这是三家没法想象的。”

对视频网站来说，最大的投入是版权，即使现在自制节目多，制作费也高。“为什么最近的收费项目多？因为电视剧制作周期长，起码有两三年的周期。现在这批播出的爆款剧，都是两三年前买的，当时没有限薪限酬，版权价格非常高，今年的《庆余年》《长安十二时辰》等爆款，都是两三年前的项目。要消化如此高的版权费，视频网站是肯定赔钱的，压力巨大，所以必然会寻找新的增长点。”

记者发现了一个细节，以前三家视频网站还经常给客户、合作伙伴、媒体送会员卡，现在都少了，A先生说“因为大家都要考虑成本了”。并非腾讯视频的他，也很客观地看待了这家对手目前遇到的争议。“其实，腾讯视频目前最主要考虑的，还是出爆款，成本考核的重要程度，在三家里面是最弱的，也就是说，他们最肯咬牙花钱。”如此愿意烧钱的腾讯，都在考虑盈利问题，可见视频门户们的压力。

12月12日，2019上海网络视听产业周正式开幕，在开幕活动暨重大项目发布会上，爱奇艺首席内容官王晓晖发表了题为《焦虑到底要不要说出来？》的主题演讲。王晓晖坦承，视频平台正面临着结构的调整期，如何克服焦虑，如何更好地让网络视听行业迎来更快的高速增长期，是下一步需要考量的关键。

A先生坦率地说，三大视频平台都是经过大浪淘沙的商业平台，“让它们永无止境地赔钱，是不可能的，大家都有了共识，再这样赔下去，用不了几年就会倒掉，所以大家都放弃了低价恶性竞争，而是在积极寻找赢利点。”

他说，很多人喜欢举美国Netflix（奈飞）例子，“它们会员费其实更贵，一个月十几二十美金，一年100多美金，现在也一样在赔钱，而且随着苹果和迪士尼加入流媒体的竞争，它的生存压力同样巨大。国内国外都是一样，要竞争头部内容，代价很高，只能找赢利点。”

视频行业观察者于小姐认为，现在视频网站和观众的分歧，在于缺少“预防针”。“如果是一步一步征求同意，遇到的反弹可能会少很多，”她说，某家视频网站跟媒体在积极沟通，给出的说明文案中就强调用户可以在免费、付费、抢先看、局部看等多种模式上作出自己的选择，但这样的个性化选择方案，以简单的方式推出，就完全没起到正面作用。