



“套娃式”收费把智能电视变成摆设 如此收费实在“吃相难看”

N都市快报 每日经济新闻
工人日报 武汉晚报

如果用一个词来形容目前的电视机,可能“大号显示器”再贴切不过了。
日前,演员李嘉明发布视频公开指责电视乱收费乱象,直呼“太恶心!”李嘉明直言,“以前打开电视就是电视,现在打开电视全是收费的,还有什么包月VIP。我买一个电视花大几千,完了我还看不了,每一个项目得单独收费,觉得特别恶心”。李嘉明还表示,“老百姓挣钱容易吗?我已经有三年没打开电视了”。
这番言论迅速冲上热搜,引起了广泛关注并获得网友的点赞。

“套娃式”会员收费 让消费者闹心

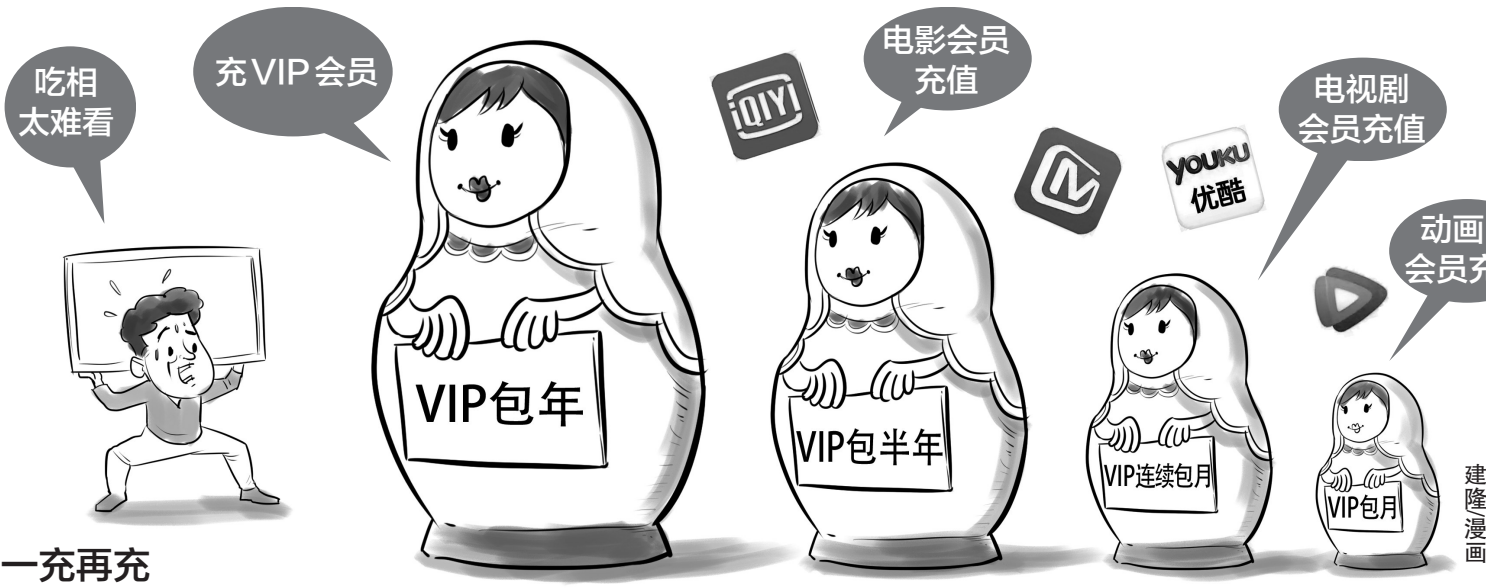
“套娃式”会员收费不仅影响消费体验,也会消耗消费者的信任,长此以往会动摇付费观看的根基,不利于行业良性发展。应加快制定相应的行业标准和规范,让会员收费更合理。同时,尊重消费者的感受,可探索建立多个用户端互相兼容的电视会员体系,并丰富视频资源内容,让消费者不再“套娃式充会员”。
——陕西学高律师事务所律师刘晶

智能电视 如何留人

电视厂商创新营收模式本无可厚非,竞争快速成长的消费细分市场也符合商业逻辑。但产品更新,应当充分考虑消费者使用习惯、社会承受能力。巧立名目从用户身上“薅羊毛”,无异于竭泽而渔。数据显示,当前电视机的日均开机率已经下降到不足30%。这其中固然有智能手机、平板电脑等移动终端争夺注意力的影响,但观看电视体验的降低、各种套路对消费者权益的侵犯,也是不争的事实。多屏时代,如何以更丰富的内容、更优质的体验留住屏幕前的观众、吸引更多用户,值得广大电视厂商思考。

在视频内容与服务承载变得日益多元的当下,智能电视操作越简便、功能越人性化,越能获得消费者的青睐。如今,随着居民消费不断升级,基于互联网平台的消费空间正持续拓展。学会倾听消费者的声音,不断提升电视产品对不同年龄阶段用户的友好度,才能更好满足人民对美好生活的需要,实现口碑和市场双丰收。

——“人民日报评论”
微信公号



一充再充 套娃式充会员没完没了

李嘉明的视频发布后,不少网友表示认同,纷纷评论道,“这个真的应该转发。现在电视没法看,全部都要钱”,“说出了全国人民的心声”。还有网友表示,“我为了看一部新电视剧充了连续包月的会员,充完会员后发现再想看综艺节目还得再充一个会员,如此收费实在吃相难看”。

1月4日晚,网友“小乖”发布了一条吐槽智能电视视频APP收费高的视频。“有没有人管管电视这个事啊?所有的东西都需要花钱,我花四五千块钱买个电视,要安宽带要安机顶盒。完了以后呢,你想看电影,连续包月是20元一个月;你想看电视剧,连续包月是29元,包半年是96元;孩子非得看的动画片是最贵的,39元一个月,半年包也是96元,但是三样不相通。再这样搞下去的话,以后大家都不买电视了。”

据人民网报道,“套娃式充会员”,是指尽管消费者在智能电视上充了一个又一个会员,还是很难想看什么就看什么。观众如果想自由自在地看电视,需要购买电视内置的会员+视频网站电影会员+电视剧会员+儿童会员……

这就好像俄罗斯套娃一样,打开一个后还有另一个等着你,并且你也不知道想看的节目还需要买几个会员才能看到。“一充再充”的“套娃式充会员”正把智能电视变成摆设。

据了解,目前在各大视频会员官网,爱奇艺白金VIP年费为388元(连续包年348元),腾讯视频超级影视VIP年费488元(连续包年348元),优酷酷喵会员年费488元(连续包年348元)。

不同于以往将售卖硬件作为主要盈利渠道,如今的电视厂商,将经营目光转向更分散的使用场景。除了日益变多的会员项目,各种商业广告也是见缝插针、无孔不入。

人民网财经研究院发布的《2021年智能电视开机广告调研报告》显示,近九成消费者家中的智能电视存在开机广告。想看电视,先要看完开机广告、机顶盒广告,之后呈现的菜单选择页面既花哨,又操作繁琐,目标节目往往难以找到,一不小心还会点到付费内容。尤其对于老年群体而言,这样的复杂操作,已严重影响到使用体验。

一台电视 十几个会员年费上千

最近,山东烟台一位妈妈在视频里吐槽智能电视的内容收费,如果都要看,每年光是会员费就高达600多元,最让她气愤的是,手机充了会员也不能和电视会员互通,投屏要再花一笔钱,“买个电视啥都不能看,想看个东西就要花钱,那我花钱买个电视干啥?”

装完宽带再装机顶盒,还要充会员,结果换个节目还是看不了。山东烟台妈妈的视频很快引发了网友的热议。智能电视“套娃式”的内容收费,再次引发吐槽。“所以我花几千块钱只是买了个显示屏?”“连看卫视频道都要会员,还不如以前的老式电视。”“明明充了会员,可是会员里还有超级会员、顶级会员,没完没了。”

有人给自家的电视算了笔账,光是平时手机上在看的三大视频网站,爱奇艺、优酷和腾讯视频,电视会员的年费都在250元左右。家里有孩子的还得再开个198元的少儿会员,“还有教育频道、音乐频道、K歌频道,看起来功能很多,其实都要单独收费,十几个会员加起来一年要上千块”。

当然这是比较极端的情况,为了让用户不必在各大视频网站和内容平台上频频花钱,一些电视厂商和主流平台合作打造了聚合型平台,只是在价格和服务上依然无法让用户满意。

海信视像旗下品牌“聚好看”,涵盖爱奇艺、华数、芒果、埋堆堆等平台海量内容。海信电视工作人员介绍,充值“聚好看”影视VIP年费598元,几个平台的会员内容都可以免费看,“一般家庭的观看需求基本满足,要看最近的热播剧,综艺都没问题。不过少儿频道还要单独再充儿童VIP”。

作为近几年智能电视的“销售冠军”,小米电视推出的小米电视影视会员,包含奇异果TV、酷喵影视、极光TV、芒果TV提供的部分会员资源。2022年12月16日,小米电视影视会员(电视端)和小米影视会员(移动端)整合升级为小米影视VIP会员,年卡348元。

小米影视VIP会员打通了电视和手机两屏的壁垒,但也有用户觉得这个制度对多台电视的家庭非常不友好。“客厅和卧室的两台电视不能同时看,问了客服说是同一时间点同类型终端只能有一台设备看VIP内容。”

智能电视 看片为什么越来越复杂

说起智能电视这套内容收费体系,最早还得从“卷王”乐视说起。从2012年起,乐视致力于打造“平台+内容+终端+应用”的生态系统,乐视超级电视在行业内异军突起。2015年底,贾跃亭执掌的乐视推出“生态补贴硬件”战略,即以低于成本的价格出售乐视超级电视,通过广告和内容服务付费再把钱赚回来。

如今市面上的智能电视,绝大多数预装了各种视频平台。用户在大屏端完成会员充值,电视厂商就能获得一定比例的分成。有营收和利润双增长的激励,智能电视里的视频平台越装越多,会员收费门类也越分越细,有的电视厂商还推出自家会员体系。

有业内人士透露,电视厂商制造硬件已经不挣钱了,现在利润的主要来源是预装APP平台、开机广告、第三方会员抽成等方面。

值得一提的是,大多数电视厂家本身不制作内容,所以只能和视频平台合作,而视频平台在提供相关内容的时候,不仅需要符合各项规定,还得考虑自身的营收需求。

以最受诟病的电视会员为例,一直以来消费者都在质疑,为什么买的视频APP会员无法在电视上直接使用。一方面,因为电视端的管理方是广电总局,多了一道牌照和审核要求。所以,优酷的电视端APP叫酷喵,爱奇艺叫银河奇异果,腾讯视频叫极光TV,都与手机端作了区分。这是客观原因。

但是,这些平台在电视会员的价格制定上有自主权,可以依据自身成本情况设置。一些平台针对电视大屏推出了清晰度更高的视频内容,借此收取更高的会员费用。一些平台为了彻底阻断手机和电视会员之间的联系,还推出了投屏费,刚好是电视会员与手机会员的差价,倒逼大屏用户花更多的钱买高阶会员。去年,优酷就因为这笔费用被送上了热搜。