编辑 常蕾 美编 白杨 责校 池红云 电话:64101897 lyzx0405@126.com

50元多看6集曲终《庆余年》付费争议未散

腾讯、爱奇艺又修改了《庆余年》的追剧规则。12月18日早,"腾讯爱奇艺修改超前点播规 则"的话题直冲微博热搜榜第一。自12月16日19时59分,腾讯视频和爱奇艺此前针对网剧《庆 余年》发布的"50元一次性付费解锁多看6集"的限时优惠活动正式到期取消。接下来,VIP会员 可在提前观看6集的基础上,以每集3元的价格再多看6集。如此一来,追《庆余年》的成本到底 是上升还是下降了呢?

花钱

截至12月16日19时59分,近段时间以来 颇受争议的《庆余年》 50元一次性付费解锁 多看6集"事件告一段落。一时间,部分网友 欢呼雀跃,以为是平台最终难以抵抗住舆论 的压力,修改了超前点播的规则,停止收费。 但也有部分网友表示质疑"这下要是想看完 整部剧,怎么好像还得多花钱?难道是我数学 不好?"

北京商报记者对此算了一笔账,截至目 前共46集的《庆余年》,VIP会员已经更新到 25集, 若从26集开启超前点播, 按照每集3元 的价格进行点播,看完剩下的剧情共需花费 63元,相较于50元一次性付费超前点播,的确 贵了13元。

据腾讯视频和爱奇艺发布的信息显示, 自12月11日20时开始《庆余年》开启VIP超 前点播,VIP会员在更新日较普通用户抢先观 看6集的基础上,再多看6集。但观众若想获得 "超前点播"特权,需要以单集付费购买或是 一次性付费解锁的方式拿到这项特权。逐集 提前看需每集再额外付费3元,若要一次性解 锁实现更新日多看6集,则需缴纳50元。且据 腾讯视频显示,一次性解锁的50元定价为限 时折扣价,截止到12月16日19时59分之前。

对此,北京商报记者第一时间联系到涉 事平台方面,据其相关负责人透露,此次的确 是活动正常到期截止。

回应

千呼万唤始出来的《庆余年》,早在立项 之初便吸足了各界的眼球,上线之后在猫眼 全网热度榜上频频登顶单日热度值冠军,据 腾讯视频数据显示,截至12月18日10时17分, 该剧仅在腾讯视频的累计播放量便已达到 26.3亿次。

然而,让该剧自开播以来吸足眼球的还 有另外一个原因——超前点播收费模式。据 腾讯视频和爱奇艺发布的信息显示,自12月 11日20时开始《庆余年》将开启VIP超前点 播,从而使VIP会员在更新日较普通用户抢先 观看6集的基础上,再多看6集。但观众若想获 得 超前点播"特权,并非仅是满足付费购买 VIP会员这一项条件,还需要再次打开自己的 钱包,以单集付费购买或是一次性付费解锁 的方式拿到这项特权。此次超前点播的定价 并非是观众最初想象的每集一两元、一次性 解锁仅需一二十元,而是逐集提前看需每集 再额外付费3元,若要一次性解锁实现更新日 多看6集,则需缴纳50元。而这50元的收费,还 是限时优惠"。

12月17日,爱奇艺副总裁、自制剧开发 中心总经理戴莹公开回应表示: 爱奇艺的 初衷是想满足用户更多元的内容需求,但可 能没太做好。未来希望能更多考虑到用户的

《庆余年》超前点播争议时间线 ● 11月26日 影片上线,全剧共46集,VIP会员可多看6集 12月11日 超前点播开启,在VIP会员基础上,"50元一次 性付费解锁多看6集",或是"每集3元多看6集", 引发各方争议 . 12月16日 "50元一次性付费解锁多看6集"的限时 活动到期取消;"每集3元多看6集"的点 播方式不变 爱奇艺和腾讯方面回应超 前点播争议 普通用户可观看至19集; VIP 截至12月18日20:00 → 距离大结局可超前点播共21集 每集3元,共需63元,相较于50元

心理,做好排播的设计和告知工作。"腾讯视 频副总裁王娟也就此事公开回应表示"腾 讯视频对会员的告知、对他们的消费心理不 够体贴。这是我们的bug,是我们做得不好的

一次性付费超前点播贵了13元

博弈

实际上《庆余年》并不是首部采取付费 再付费的剧集,公开资料显示,此前、陈情令》

"十大文化创意产品"榜单

播出时也采用了类似模式,付费超前点播观 看大结局,除此以外《没有秘密的你》从前 有座灵剑山》等影视剧同样也加入到超前点 播的行列。

"此次《庆余年》的超前点播事件之所以 会引发如此强烈的质疑之声,关键还是在于 如今消费者购买VIP会员的价值正在逐渐变 低。"影视传媒行业分析师曾荣对此表示,对 于一些热门的头部内容产品来说, 观众购买 VIP会员是为了能够以最高性价比享受到最

好的观看体验,而作为平台和投资方来说,一 年可能也就这几部剧集,能够实现利润最大 化, 然而实现利润最大化除了广告的部分之 外,自然也需要改变现有的收费模式,但这样 一来,消费者与平台、投资方之间就产生了利 益上的博弈。

在新元文智创始人刘德良看来; 50元 一次性付费解锁多看6集"或是"每集3元 再多看6集",是视频网站进行的新型营销 和收费模式尝试。目前视频面临较大的成 本压力,像优爱腾三大视频网站巨头都还 未实现盈利,亏损额也还在提高,因此,他 们想通过各种方式提高用户的付费率以及 付费的收入规模。只要没有损害消费者利 益或是存在欺诈行为,这就是一个正常的 商业行为。

就目前情况而言,大部分视频网站的收 人来源于广告费和用户付费,其中用户付费 主要的吸引力来源于网剧、电影等。对于网络 视频而言,它没有空间概念,只有时间概念, 所谓的 提前看",就是针对时间的盈利,通过 对时间的重新定义做成各种会员产品刺激用 户付费。

在从业者看来,视频网站在进行付费模 式的探索, 其中涉及到产品定价和产品组合 的问题,对于商家而言,定价不仅要体现产品 价值,还要考虑到如何刺激消费,同时,要在 产品设计时充分把握用户需求。从实际情况 来看,腾讯和爱奇艺的这次超前点播",至少 符合了一部分用户的需求。至于贵或便宜,对 于娱乐产品的消费而言不能简单地评论,而 且,目前也没有一个标准去评判价格贵或便 宜,但未来,随着视频网站产品形态的不断尝 试,应该能逐步探索出合适的盈利方式以及 收费标准。

北京商报沸点调查小组

广告



"2019北京文化消费品牌榜"上榜名单

(排名不分先后)

- 北京香山革命纪念地
- "书香中国·北京阅读季" 庆祝新中国成立70周年系列阅读活动
- 电影《我和我的祖国》
- 电影《决胜时刻》
- 电视剧《奔腾年代》
- 电视剧《光荣时代》
- 话剧《抉择》
- 歌剧《长征》
- 图书"中共中央北京香山革命历史丛书"

"十大文化消费地标"榜单

图书《北上》

- 798艺术区
- 北京天桥艺术中心
- 北京三里屯太古里
- 华熙LIVE・五棵松
- 首都博物馆
- 涵芬楼书店
- 乐多港奇幻乐园
- 朝阳大悦城
- 中国儿童剧场
- 潘家园旧货市场

- 自然博物馆恐龙系列拼插模型
 - '十大文化体育盛典"榜单
- 2019华夏幸福北京马拉松
- 2019年国际篮联篮球世界杯北京赛区比赛
- 2019中国网球公开赛

● 京珐《中国牛》

京扇子系列精品

● 故宫"瑞兽"系列产品

● 阿狸"中华神兽"系列

手机游戏《完美世界》

新连环画《紫禁城传奇》

木工系列古代智力玩具

董陶窑系列工艺品

● 纸创系列产品

- 第36届北京晚报百队杯足球赛
- 第九届浪琴表北京国际马术大师赛
- 2019北京国际长跑节
- 2019北京国际龙舟邀请赛
- 第十届北京国际山地徒步大会
- 2019沸雪北京国际雪联单板及自由式滑雪大跳台世界杯
- 北京市第十三届"和谐杯"乒乓球比赛系列活动

"十大文化旅游线路"榜单

- 北京非遗文化体验之旅
- "故宫以东"文化行旅
- "奥运之光"研学行
- 慕田峪历史文化之旅
- 景泰蓝艺术体验之旅
- 经典文化线路之旅
- 北京现代工业文化之旅
- 首都红色人文之旅
- 密云生态民俗文化之旅
- 青春纪念册之旅

'十大文化展演活动"榜单

- 2019北京国际设计周
- 第九届北京国际电影节
- 第二十六届北京国际图书博览会
- 2019北京时装周
- 2019艺术北京博览会
- 《巴黎圣母院》(音乐剧)
- 2019北演公司"北京新年演出系列"
- 第二届北京当代・艺术展
- 2019麦田音乐节
- "欢动北京"第八届国际青少年文化艺术交流周

北京惠民文化消费季组委会