

真烦人!追剧“套娃式VIP”广告仍扎堆

《庆余年2》热播,网友吐槽付费超前点播、广告太多 相关部门曾出拳整治,但收效甚微



扫码看视频

近日,让粉丝苦等5年的热播剧《庆余年》的续集《庆余年2》终于开播,剧中“笑梗”频上热搜,各项播放数据近期“断层”领先。不过,“充值VIP后,解锁SVIP还能抢先看1集”“五步一广告,十步一堆广告”,也让“套娃式”VIP充值再度引发网友热议。

追剧前,为了免去广告时间,许多剧友会选择先交钱成为会员,而现在成为会员甚至升级更高级别会员后,仍需要忍受广告;或是到了剧集最后的关头,还有另外付费的“超前点播”等着心痒痒的剧粉……5月22日,长沙市民徐女士向记者表示,这样的套路,许多网友和她一样都曾经不止一次。

■三湘都市报全媒体记者 叶竹

追更“费钱”?

VIP升级SVIP享受抢先看

“《庆余年》当年热播的时候,我也充值追了。”徐女士回忆,2019年底,腾讯和爱奇艺视频开通当时热播剧集《庆余年》的VIP超前点播模式,此举迅速在网上引起热议,“庆余年超前点播50元”的话题登上热搜。

尽管在2021年时,各大视频平台正式宣布取消“超前点播”的功能,但是显然并未真正停止“玩花样”。2022年,《梦华录》在腾讯视频首播,徐女士赶紧充值恢复“会籍”,不料最后却等来了“付费18元就能点映直通大结局”,想早点知道主角结局的徐女士,还是忍不住又充值18元提前解锁了最后几集。

2024年,《庆余年2》回归。该剧于5月16日在中央电视台电视剧频道首播,腾讯视频全网独播。在腾讯视频追剧的剧粉发现,充值VIP后,看到一定的集数就会被弹窗提醒“SVIP会员权益加码,每个VIP更新日可再抢先看1集正片”。这就意味着,已经在该平台中充值VIP的用户要想追到最新剧集,就必须额外再付费用从VIP升级到SVIP。

“这是‘付费点播大结局’的一次全新升级。”相关业内人士表示,“如果《庆余年2》‘不断更’的SVIP这条路走通了,市场反响也好的话,我相信后面的头部大戏都会用这种方式。不过也会带来一个负面的东西,变相涨价。大家会发觉,自己每个月的会员付费不断增加。”

三湘都市报记者注意到,腾讯视频中的SVIP,是该平台当前推出的会员等级中最高的一种,12个月的SVIP费用为308元,连续包年首年费用为288元,TV、手机、电脑、Pad全端通用。不过,就算刷剧充值SVIP满足了自己追更的心愿,却仍然逃不过剧集中广告的“袭击”。



广告真多?

“尊贵的”极光会员都不能跳过

以往,许多网友充值会员是为了免掉正片开始前的广告。“VIP用户是跳过广告,现在却把广告穿插在剧集里,跳都跳不过,剧组为了招商,侵犯的是VIP的权利。”有网友总结了《庆余年2》网播中的广告,播出的前5集(目前非会员也可观看)中,每一集都插入了9个广告,包括纯甄、汤臣倍健、百雀羚、TCL、度小满、东阿阿胶、京东、麦吉丽、起点等品牌。其中,纯甄为总冠名商。

许多会员对剧中插播数个广告十分不解,著名作家匪我思存就公开表示,“庆余年前面的广告真多!我是尊贵的极光会员(SVIP)都不能跳过。”也有部分网友认为,从资本角度考虑,“人家是剧王,广告商都来投,所以很正常。”根据灯塔专业版数据,截至5月23日下午,《庆余年2》正片累计播放量超过6.8亿,21日和22日两天的当日播放量都超1.1亿,将同期其他剧集甩在身后。

三湘都市报记者查看《腾讯视频系列会员服务协议》,其中显示“对于部分版权方或因其他原因有特殊要求的影片、电视剧、综艺、动漫、体育赛事等内容,仍可能会向您呈现广告或商业信息(包括为您提供不同类型的广告服务,或节目本身包含广告内容)”“部分广告可能无法关闭或消除”。同时,记者也注意到,《爱奇艺会员服务协议》《优酷系列会员服务协议》中,也有类似上述内容表述。

就在几天前,腾讯发布2024年第一季度财报。财报显示,腾讯视频发布多部热门自制电视剧和动画系列,如《繁花》《猎冰》及《完美世界 第四季》,带动平台付费会员数同比增长8%至1.16亿。

专家
说法

“套娃式”收费合理吗?

专家:要看平台有否尽告知义务

犹如套娃一般一步步升级自己的会员等级,动辄需要花费数十元会员月费追剧,却明显感觉能够享受到的权益在不断变少。视频网站如此收费究竟合不合理?

中国社会科学院大学互联网法治研究中心执行主任刘晓春认为,与此前的视频软件电视投屏需要额外收费一样,部分电影会员额外收费的做法是否涉嫌违法,关键要看消费者付费时,会员协议是否明确提示。如果协议中没有明确提到购买会员后无需再付任何费用,再涉及额外付费观看的话,整体上是可行的。

“消费者在购买会员VIP前一定要看清楚,明确哪些广告可以减少,时长缩短到多少。”消费者权益保护相关律师表示,同时也应当关注会员权益的相关条款有没有发生变化,视频网站制定的会员服务条款是否合理,平台有没有尽到告知义务等。

记者注意到,也有观点认为,尽管大众付费意识日渐增强,但视频平台对会员二次收费、收费过高等行为,容易将付费推上畸形的道路,甚至反向助推盗版横行。在保护原创、打击盗版时,还应该考虑正版的来源以及收费是否符合市场机制。有网友就曾向三湘都市报

记者表示,追完一部短剧每次要花费数十元甚至上百元,“难道真的只能投向盗版网站的‘怀抱’了吗?”

部门
行动

相关部门曾多次出拳整治 但消费“陷阱”仍在

对消费者普遍反映的视频平台“另付费超前点播”“剧内广告多”等现象,中国消费者协会提出,视频平台应明确会员享有的权益内容,不得为收取超前点播费用故意减慢视频更新节奏;《广播电视广告播出管理办法》第17条规定,“播出电视剧时,不得在每集(以四十五分钟计)中间以任何形式插播广告。”第18条规定,“除电影、电视剧剧场或者(栏)目冠名标识外,禁止播出任何形式的挂角广告。”有的视频平台甚至违反《广告法》第44条规定,推送无法一键关闭的弹出广告。由此,要保障会员广告特权,先要保证广告行为合法,杜绝违法推送,还消费者一个清朗的观影空间。

2023年8月,国家广播电视总局联合工业和信息化部、国家市场监督管理总局、中央广电总台、中国消费者协会等有关单位,曾召开治理电视“套娃”收费和操作复杂工作动员部署会,聚焦解决“收费包多、收费主体多、收费不透明”问题;今年5月,中国网络视听节目服务协会发文称,针对微短剧收费存在费用高、不透明、诱导付费、维权困难等问题,国家广电总局有关部门日前启动了专项治理,进一步加强规范管理,保障消费者合法权益,促进行业健康有序发展。

“成为会员后,还有广告,消费者容易误点且难以退出。”尽管多个视频平台曾因该问题被浙江省消保委约谈,然而,隐形的消费“陷阱”和“套娃”收费仍然在被广大消费者诟病,行业内定价规范和相关标准的制定一直处于模糊地带,始终难见将解决“套娃式VIP”真正落到实处的方法。

