收视率造假成产业 非法年捞40多亿元

为争夺世上最漂亮的女人海伦，古代的希腊英雄们大战十年，史称特洛伊战争。如今，也有这么一场战争正在你我的眼皮子底下爆发。12日，中国电视剧制作产业协会法务委员会发表声明，称向收视造假宣战。引爆这场战争的，是《美人私房菜》撤档事件。

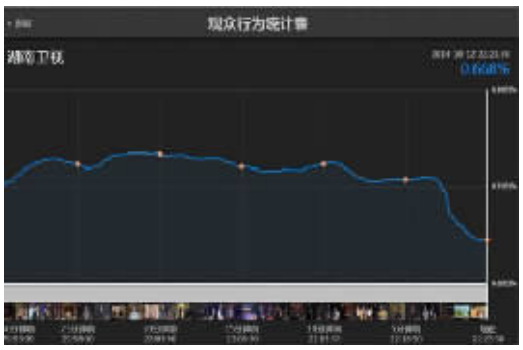
关注三湘都市报微信看E报。

“《美人私房菜》遭撤档” 收视率造假又被提

电视剧产业苦于假收视率久矣，但总是处于有心斩除毒瘤，无从着手治理的境地。电视剧管理部门也曾经要求各大卫视签署拒绝收视对赌的倡议书，但因为收视率是广告投放和结算的硬指标，假收视率从未远离电视行业。此次电视剧制作产业协会以决绝的方式决战假收视率，导火索就是《美人私房菜》撤档事件。

前几天，浙江卫视播出电视剧《美人私房菜》，由于制作方没有购买收视数据，结果这个一直排名前五的优质播出平台，短时间内掉到了第22名。浙江卫视不得不将该剧在黄金时段停播，换上新剧《北上广依然相信爱情》。这一事件在业内引起了轩然大波，收视率俨然成为评价中国电视剧优劣的唯一标准。收视率高不论真假就可以领奖杯、拿奖金，获得高收益、高赞誉，否则便一败涂地、一无是处。这更加夯实了“用心用钱去做戏、不如花钱买收视”的歪理。

据了解，目前在购买、播出电视剧过程中，普遍存在着收视率造假现象，一个组织严密、操作有序的“地下黑产业”已经形成。这只黑手牢牢把握着中国电视剧的播出数据，即使是内容积极、制作精良、艺术精湛的作品，也必须千方百计花高价去购买假收视率数据，以保障达到电视台要求的播出标准，否则就将面临停播、降价，甚至是颗粒无收的境地。整个制作业对此怨声载道、恨之入骨，但又无能为力、不得不屈从于此“逼良为娼”的局面。



中制协发声明 誓将打假常态化

12日，中制协法务委员会发表声明，分析了假收视率的由来和现状：收视率原本是为广告商向电视台投放广告服务的，并非电视节目优劣的评价标准，这也是国际通行规则。但是在我国，一些电视台广告部为争取广告资源，开始收视率造假行为；之后愈演愈烈，当电视剧成为所有卫视频道黄金时段的主打节目后，播出机构便强行要求在购剧合同中，将收视率与购片价格挂钩，引导制作机构去买收视率；国家新闻出版广电总局要求各电视台签署了禁止对赌公约后，播出机构迫于收视率对于广告收入的巨大压力不得不阳奉阴违，只要制作机构不承诺收视率保证便拒绝购片，逼迫制作机构继续花钱购买收视率。而制作机构由于每部剧要增加两三千万元的购买收视率成本，反过来又向电视台要高价，这种饮鸩止渴的恶性循环使得大多数电视台也不堪重负，难以为继。至今年下半年，已形成大面积、全方位塌陷的恶劣局面。

据了解，目前购买收视率的价格已攀升至每集30万至50万元人民币。以卫视频道每年播出1.3万集电视剧计，全年有40多亿元被这股黑势力非法窃取。更为恶劣的是，由于各卫视频道普遍要求购买收视率，造成“资源”紧缺，于是黑势力趁火打劫，在同一城市，同一时段，同时收取两三家制作机构的费用，导致许多公司花了钱也买不到收视率，不仅要遭到播出机构的停播、降价、欠款，还要承受数百万元甚至上千万元的经济损失。

每每指责收视造假，但次次并无太大成效，有分析认为，收视率造假的根源是利益而不是标准。一个显然的逻辑是，收视率的高低和广告费的高低直接对应。一档品牌综艺节目，一部热播的电视剧，其冠名费和广告费往往数以亿元计，而判断的金标准只有一个，那就是收视率。

如何解决？中制协表示会将收视打假常态化，定期向媒体公布相关信息。除此之外，还有两个老生常谈的方法，第一，建立科学的评价体系；第二，加强行业监管。方法大家都知道，但始终难以执行。正如2012年《大祠堂》出品人王建锋曾在收视率打假行动中提到：中国到底需要什么样的电视评价体系，是不是应该基于影响力、美誉度和传达率基础上的综合体系，至少建立在一个公平、透明、科学、独立的第三方机构上，而不仅仅是一场转瞬即逝的媒体风暴。

■来源：北京晨报