

“清理”一台电视机 搅动多条利益链

本报记者 张靖超 北京报道

以前看电视,只要一个遥控器,按下按钮,就会出现直播画面;但如今要拿两个遥控切换使用,开机后想进入直播频道,不仅要等待漫长的开机广告,操作步骤也较为复杂。此外,通过电视机观看部分节目需要额外收费,但在提醒用户收费的同时,却将部分免费服务内容

新规将提升用户体验

广电总局表示,到今年年底,要在全国范围内实现“开机看直播、收费包压减50%、提升消费透明度”的目标任务。

今年8月21日,广电总局就联合工业和信息化部、国家市场监督管理总局等单位在北京召开治理电视“套娃”收费和操作复杂工作动员部署会。会议要求在今年年底前,开展试点工作和专项整治,电视“套娃”收费现象得到明显改观。在此之后,监管部门动作不断,尤其进入11月后,更是多次发文通报工作进展,明确行业规范。

首先是11月3日,广电总局在治理电视“套娃”收费和操作复杂试点工作总结暨全国推广工作部署推进会上,通报了工作进展情况和成效。广电总局表示:“经过两个多月的大力推进,电视‘套娃’收费和操作复杂问题得到有效整治,人民群众获得感、满意度大幅提升。治理电视‘套娃’收费方面,7家试点单位1.29亿有线电视、IPTV、互联网电视终端完成整改,收费包压减50%以上,最高达79%,收费行为更加规范透明。治理电视操作复杂方面,全国范围内80%的有线电视终端、85%的IPTV终端已实现开机看直播。开机及广告时长得到规范,除老旧机顶盒外,有线电视和IPTV机顶盒开机时长(含广告)均减少到不超过35秒。同时,免费内容供给也在逐步增加,全国20家省级有线电视网络推广开设‘重温经典’免费专区。中国消费者协会开展的用户满意度调查显示,八成以上消费者认为电视操作更加便利了,看直播更简单了;七成以上消费者感

容层次“遮盖”。以上种种乱象已经被用户诟病已久,但這些乱象正在被清理中。

11月27日,国家广播电视总局(以下简称“广电总局”)发布了《有线电视业务技术要求》《IPTV业务技术要求》《互联网电视业务技术要求》等三项标准文件,要求自发布之日起实施。《中国经营报》记者翻阅上

到收费项目减少,收看免费内容更容易了。通过专项治理工作,还拉动了用户回流、行业发展,收视率呈现明显提升态势,实现社会效益和经济效益双丰收。”

在此次会议上,广电总局再次重申:“到今年年底,要在全国范围内实现‘开机看直播、收费包压减50%、提升消费透明度’的目标任务,使全国范围内电视‘套娃’收费和操作复杂现象得到显著改观。”

到11月10日,广电总局再次发文,宣布与工业和信息化部、国家市场监督管理总局、中国消费者协会开展电视收看“明白卡”提示工作。自2023年11月起,各电视机生产厂商要将制作完成的电视收看“明白卡”装入电视机包装箱内的说明材料中,同时在电商销售页面、线下实体销售和厂商入户安装电视机过程中,将“明白卡”内容向用户明确展示,并告知用户只有开通有线电视或IPTV方可收看电视直播频道节目。

记者注意到,“明白卡”主要有两点内容,一是告知用户“只有开通有线电视或IPTV才能收看电视直播频道节目”,二是指导用户如何一开机就能直接收看直播电视频道并进行切换。

在最新发布的三项标准文件中,广电总局要求有线电视终端与IPTV终端,包含开机画面在内的开机时间不得超过35秒,互联网电视宜小于3秒,不得超过5秒;

述文件,发现针对开机时间、播放窗口、用户界面模式、页面切换时间、付费提示、免费业务入口专区、开机显示呈现等多个方面进行了详细规定,直指上述乱象。

一位长视频平台的人士向记者表示,近几个月,广电总局一直加强治理电视“套娃”收费和操作复杂的问题,相信今后会改善广大用户观看电视时的体验。同

时,由于电视“套娃”收费和操作复杂的问题涉及广播电视台、有线网络公司运营商、电信运营商、IPTV(交互式网络电视)集成播控平台、互联网电视集成播控平台、电视机生产厂商、内容提供方等多方利益,监管部门并未采用“一刀切”的方式禁止广告、内容收费等商业行为,这也让上述各方都留有正常、合规开展业务的余地。



电视“套娃”收费和操作复杂的问题涉及多方利益。

视觉中国/图

对于播放窗口,有线电视终端与IPTV终端的交互页面应在屏幕中设置直播频道播放窗口,窗口面积不应低于屏幕面积的40%;对于用户界面模式,有线电视终端、IPTV终端、互联网电视宜向老年、未成年等用户群体提供特定服务模式,并提供便捷切换入口;对于页面切换时间,有线电视终端、IPTV终端的所需时间不得大于两秒;在付费提示方面,要求有线电视终端、IPTV终端、互联网电视对于业务的订购或退订等相关操作,均在用户提示界面上提供明确的提示说明和流程操作说明,且

应提供确认付费或取消付费的明确操作步骤,不应设置“一键付费”相关操作,对于任何业务的定期或连续扣费,均应在扣费前明确主动提示用户;对于免费业务专区入口,以上三者的交互页面应设置显著、便捷的入口,从交互页面默认焦点到免费业务专区入口的操作次数不宜超过3次;对于开机显示呈现,则要求有线电视终端与IPTV终端应提供“开机进入全屏直播”和“开机进入突出直播频道的交互页面”两种开机模式选项,系统默认设置应为“开机进入全屏直播”。

利益格局如何重塑?

IPTV与OTT背后的产业链已经十分庞杂。

从最近一个月的密集发文来看,无论是“明白卡”,还是3项技术标准文件,都指向有线电视、IPTV、OTT(互联网电视)。其中,有线电视是传统的电视收看渠道,而IPTV与OTT作为近十年来迅速崛起的业态,背后的产业链已经十分庞杂。

记者从华经产业研究院了解到,IPTV行业的产业链条主要包括内容生产制作方、内容和服务提供方、集成播控平台、运营平台、传输渠道运营方和终端设备生产方。内容生产制作方只要包括中央及各省市广播电视台、版权内容生产者;内容和服务提供商有中央及各省市广播电视台、盛世骄阳与华视网聚等内容分销商;集成播控平台运营方则包括播控总平台“爱上电视”,以及取得业务许可的省级IPTV集成播控分平台,如芒果超媒;传输渠道运营方主要是三大电信运营商;终端设备生产方则是机顶盒厂家和电视机厂商。

OTT的产业链条则可以概括为内容产出方、牌照方、内容媒介。其中,内容产出方主要包括传统电视台和网络视频平台;牌照方主要是国广东方CIBN、银河互联网GITV、百视通BesTV、华数TV、南方传媒、芒果TV、未来电视(ICNTV)等传统广播电视机构;内容媒介则主要分为小米、海信、创维等电视机硬件厂商,和优酷、爱奇艺、腾讯视频、芒果TV等应用软件方。

这两大业态在收入方面,IPTV的收入来源已经从基础收视服务费,拓展到付费、广告、电商、应用等业务;OTT由于无法提供电视频道直播,则以广告和剧集、综艺、电影、音乐、游戏等内容产品为主要创收方式。

但值得注意的是,这些面向最终消费者的收费都会以不同比例进入到上游每一环节的相关公司的口袋中。“不单单是视频网站或电视厂商某一方的问题,其背后是

层层嵌套的各方利益群体之间的商业博弈。”国家电网总编吕盛华对于电视“套娃”收费和系统操作复杂的乱象这样说道。

根据QuestMobile方面的数据,截止到2023年8月,OTT应用的日均活跃为4292万,过去一年日均活跃稳定在4000万台以上,从用户接受度上看,四大头部视频平台依靠剧集、综艺处于第一梯队,云视听极光(腾讯视频)、银河奇异果(爱奇艺)、CIBN酷喵影视(优酷视频)、芒果TV(芒果TV)活跃设备量分别为1.16亿、1.11亿、0.92亿、0.9亿。在OTT内容媒介的广告收入方面,云视听极光、银河奇异果、CIBN酷喵影视、芒果TV分别获得收入5745.2万元、5384.4万元、4968.2万元、4409.5万元。

而对于智能电视的硬件设备商,QuestMobile指出,当前智能电视存量市场集中度仍较为分散,前3名的品牌份额合计不足50%,小米电视以超5000万台的活跃设备量居首位,其次则是传统国产品牌海信与创维电视。

而从广电总局制定的目标和三项技术标准文件的具体细节指向来看,影响最直接的是传统有线电视,和依靠系统层广告和内容广告赚取收入的硬件厂商、系统集成、付费内容提供商。其中,开机直接观看电视频道直播的硬性要求无疑让传统有线电视成为受益者之一。而限制开机时间、对播放窗口及开机页面呈现等作出明确要求,对于广大观众来说,会提升观看体验,但对于依靠广告赚取收入的公司而言,将面临营收压力。

“这意味着在一定程度上减少影响用户体验的广告位。”上述人士说,“在付费提示和免费服务专区入口方面,则意味着IPTV和OTT的内容服务提供商可能会面临付费用户减少的情况,但从另一角度来看,这也倒逼着大家提升内容产品的质量,而不是靠各种‘花招’来‘哄骗’用户付费。”

约60部影片同台角逐 贺岁档有望冲击50亿票房

本报记者 张靖超 北京报道

当地时间进入11月的末尾,电影行业正式进入贺岁档时间。

公开资料显示,在贺岁档的带动下,在首个周末(11月25日~26日),内地电影市场共报收3.16亿元,自国庆档后陷入持续低迷的大盘热度也终于有所回升。此外,据

待映影片类型丰富

多位业内人士告诉记者,贺岁档的时间范围一般是从11月最后一周开始,到12月底结束,其间包括了圣诞节、跨年夜、元旦档等特殊档期或节日。

贺岁档曾经是全年最多手可热的档期,2010年、2011年、2012年国产片票房冠军均在贺岁档上映,分别为《让子弹飞》《金陵十三钗》《人再囧途之泰囧》,2013年《西游·降魔篇》获得当年国产片票房冠军,此后全年票房冠军均产生于春节档、暑期档和国庆档。

“从历年11月24日—12月31日的票房走势来看,2017年以后贺岁档票房体量有一定下滑,不过也诞生了《送你一朵小红花》《误杀》《拆弹专家2》《叶问4:完结篇》《误杀2》《海王》《阿凡达:水之道》等多部票房破10亿元的爆款影片。”陈晋告诉记者,早期的贺岁档,主要是以冯小刚导演的《甲方乙方》《大腕》《非诚勿扰》等多部影片为代表的喜剧片,此后徐峥导演的喜剧片《人再囧途之泰囧》更是成为2012年最大黑马;2018年《地球最后的夜晚》开启了跨年档,情侣跨年的仪式感也成为观影潮流,情侣喜爱的爱情片、

《中国经营报》记者不完全统计,截止到11月29日,已有约60部影片定档2023年贺岁档。

作为电影市场一年中最后一个长档期,贺岁档包含了圣诞档、跨年档等小型档期,实力不容小觑。从过往的成绩来看,贺岁档多次实现超过40亿元的票房成绩,2017年更是达到56亿元,为历

史最佳成绩。此外,2020年至2022年的贺岁档分别实现41.66亿元、30.68亿元、16.48亿元的票房成绩。

灯塔专业版数据分析师陈晋表示,今年贺岁档影片阵容丰富且颇具实力,预计有望冲击50亿元票房,期待能诞生多部票房爆款。



作为电影市场一年中最后一个长档期,贺岁档不容小觑。

视觉中国/图

青春片自此也占据贺岁档一席之地,如《送你一朵小红花》《宠爱》《只有芸知道》《想见你》等,今年也有《一闪一闪亮晶晶》属于这一类型;悬疑片作为近年来票房爆款频出的类型,2019年贺岁档,悬疑片《误杀》横空出世斩获13亿元以上票房,其续作《误杀2》在2021年相同档期上映,也获得了11亿元以上的票房佳绩,今年也有《涉过愤怒的海》《三大队》等悬疑片;港片也是贺岁档的主要参与者之一,2020年12月24日上映的《拆弹专家2》斩获了13.14亿元票房,刷新港式动作犯罪片最高票房纪录,今年刘德华主演的两部犯罪悬疑影片《潜行》《金手指》都将在贺岁档上映。

在已定档今年贺岁档的影片中,国产片《涉过愤怒的海》《三大队》《潜行》《金手指》《一闪一闪亮晶晶》《年会不能停!》目前整体热度较高,进口片中则有《海王2:失落的王国》《拿破仑》《名侦探柯南:黑铁的鱼影》等。其中,《涉过愤怒的海》上映7天,累计票房已达到2.91亿元,连续5天的排片占比超过30%;《海王2》的前作《海王》曾在2018年贺岁档获得20亿元以上的高票房;《名侦探柯南:黑铁的鱼影》此前在日本的本土票房超138亿日元(约合人民币6.69亿元),大幅刷新柯南剧场版票房纪录。此外,还有《爱乐之城》等经典影片也将在今年贺岁档重映。

年轻人“狂欢”的档期

灯塔专业版的数据显示,2014年—2022年,贺岁档的影片数均在50部以上,2019年时甚至达到93部;在观影人次方面,在疫情前均在1亿人次以上,2017年后达到1.67亿次,此后有所下降;但在放映场次上,2014年~2019年却持续走高,即使在疫情期间的2020年和2021年,放映场次均达到约1200万场。

但在传统认知中,每年12月是许多行业冲击年度业绩目标、总结全年工作的时间,也是学生群体准备公务员、研究生以及期末考试的最后阶段。这恰恰与贺岁档的时间高度重合。那么,贺岁档作为全年最后一个热门档期,谁又是主力观影人群?

陈晋告诉记者,贺岁档的年

轻观众(24岁及以下)相较于春节档、暑期档整体更突出,有不少情侣观众更乐意在圣诞、跨年夜结伴观影,“近年来电影市场整体年轻观众占比有一定下滑,我们希望贺岁档市场能够爆发强劲的活力,从而拉动年轻观众加速进场,这对电影行业可持续发展有重要意义”。

“贺岁档包含平安夜、圣诞节、跨年夜以及元旦假期的前几天,而这些节点往往是年轻情侣、学生们喜欢扎堆度过的时间,所以相比于春节档主要是家庭集体观影,暑期档多有大人带小孩观影的情况,贺岁档的年轻人其实更多一些。”一位院线公司人士说。

多位业内人士告诉记者,年轻观众是电影行业近年来主要争

取的群体,主要是年轻观众的消费潜力较大,如果能够让他们形成线下观影习惯,则能够让市场获得“新鲜血液”,进而保持市场活力。

不过,记者注意到,虽然贺岁档的年轻观众占比较多,且在观影人次、放映场次、定档影片数量等方面表现亮眼,但在上座率方面,自2015年开始便持续走低。灯塔专业版显示,2015年—2022年贺岁档的上座率分别为18.6%、13.9%、12.5%、9.6%、11.4%、7.7%、5.5%、3.9%。

与此同时,贺岁档的电影票价也处于持续“通胀”状态,2016年的平均票价为32.38元,此后一路上涨,至2022年贺岁档,已高达45.64元。

上市公司谁将得利

热门电影档期背后,往往聚集了数十家甚至上百家公司。从目前定档贺岁档的重点电影来看,每一部电影背后都有着数家出品方,除了传统的影视制作公司之外,互联网电影公司和新锐电影公司均在出品名单中现身。

老牌影视制作公司中,《刀尖》背后出品方主要为博纳影业(001330.SZ),继《无名》《别叫我“赌神”》《志愿军:雄军出击》以后,《刀尖》是博纳影业今年四季度的重点项目。此次贺岁档,除《刀尖》以外,博纳影业还联合英皇影业出品了《爆炸点》。

虽然博纳影业过去几年靠着布局主流电影而表现亮眼,但上市以来出品的电影大多表现平

平。今年上半年,博纳影业主投了《无名》和《别叫我“赌神”》,参投影片为两部:《风再起时》和《长空之王》,以上4部影片共计实现票房18.66亿元,占2023年上半年国产片总票房的9.36%。最新财报显示,博纳影业前三季度的营业收入为13.21亿元,同比下降25.59%;归母净利润为-2.36亿元,同比盈亏。

同为老牌影视巨头的万达影业(002739.SZ),这次也作为《三大队》的出品方之一参与贺岁档。今年前三季度,万达电影的收入为113.47亿元,同比增加46.98%;归属于上市公司股东的净利润约11.14亿元。万达此前上市以来出品的电影大多表现平

误,系列均取得了亮眼的票房成绩,此次《三大队》同样由陈思诚监制,也让外界对这部影片的票房表现充满期待。

此外,光线传媒(300251.SZ)作为《照明商店》的主控方也将加入贺岁档的“战局”。今年春节档,光线传媒主控的《深海》收获9.19亿元票房,《坚如磐石》以13.49亿元成为国庆档票房冠军。

除了上述两家传统行业龙头之外,猫眼(01896.HK)、淘票票两家公司以互联网票务起家的公司,已经成为电影发行领域的主力,两家公司均出现在《涉过愤怒的海》的出品方名单中;此外,爱奇艺影业出品的《热搜》《怒潮》《瞒天过海》也将在今年贺岁档上映。