

网上中国

# 视频平台，提价更要提质

本报记者 李嘉宝

腾讯视频近日宣布，自4月20日零时起，腾讯视频VIP及超级影视VIP会员费上涨，涨价幅度在5元至20元之间。消息一出，不少网友说：“‘追剧’越来越贵了！”长视频平台会员费上涨已不是新鲜事。对于平台来说，涨价要与服务提升相匹配。从长远看，长视频平台要靠优质内容吸引用户，才能实现可持续发展。

## 平台会员费年年涨

记者发现，长视频平台会员费已经成为行业普遍现象。去年4月，腾讯视频就对VIP会员费进行过调整，所有会员费均有不同程度上涨。爱奇艺、芒果TV、咪咕视频也都在去年底至今年初的几个月中陆续提高会员费。

通过视频网站“追剧”“刷综艺”，已成为许多人娱乐消遣的重要方式，为了收看热门电视剧或综艺节目，很多人开通会员。根据《2021年中国网络视听发展研究报告》发布的数据，爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV、哔哩哔哩5家平台占到88.3%的市场份额。腾讯2021年年报显示，腾讯视频的付费会员数为1.24亿。

与此同时，长视频平台长期面临投入大、成本高的行业痛点。在版权价格和演员片酬等因素影响下，爱奇艺、优酷、腾讯视频等长视频平台前期投入巨大，在高运营成本及营收压力下，提高会员费成为眼下直接有效的办法。爱奇艺相关负责人表示，中国长视频行业已经进入新阶段，尤其注重追求减亏、盈利，而不是之前的追求市场份额与高速增长。

中国人民大学国际货币研究所研究员陈佳在接受本报记者采访时指出，长视频平台提高会员费，主要基于内外两方面因素：从外部看，一是平台面临着内容制作、人力、宣传推广等各方面成本的不断攀升；二是有些合作方调高价格，拉高了平台的版权成本；三是平台前期以高投入换取市场份额、打“价格战”的成本也在逐步回收。从内部看，目前一些长视频平台的企业发展规划不再一味强调价格竞争；在内部运营维护成本上升的情况下，平台方认为，累积多年的会员用户黏性足以支持适度涨价。

## 后续服务须跟上

针对近期会员费又上涨，腾讯视频的解释是“提供丰富的视听内容和超值的服务”。爱奇艺方面也曾声明，调整会员费的目的是“建立更加良性的产业生态，让优秀的内容生产者有所回报，最终为会员提供更多、更好的内容”。

面对长视频平台的轮番调价，一些网友在社交媒体上明确表示“不会续费”。不过，还有许多网友关注：价格涨了，服务“超值”了吗？

记者在某知名长视频平台上发现，VIP会员可参与一部热播电视剧的“抢先看”活动，但需邀请5位好友助力才能解锁最新剧集，且每位受邀者在活动期间还只能“助力”一次。不少VIP会员在评论区吐槽：“看剧还得拉人助力？”“我开会员有什么用？”

此前，有关长视频平台VIP会员“超前点播服务”“免广告待遇不副实”等话题屡引发热议。2021年10月，爱奇艺、优酷、腾讯视频相继宣布取消了VIP用户可花钱点播新剧集的“超前点播服务”。不过，据不少网友反映，会员费上涨并未带来实际用户体验的提升，开屏广告、额外付费、取消自动续费程序复杂等情况依然存在。

“目前，一些长视频平台在提供服务时还存在诸多问题，例如绑定套餐、霸王条款、频繁充值不受限、隐性广告植入等，严重影响用户体验，对其规范性监管治理任重道远。”陈佳指出。

还有观点认为，涨价可以，但“更多、更好的内容”仍需平台拿出行动。“内容如此普通，涨价却如此自信”“题材太单一”……种种质疑声音直指目前长视频平台优质内容



用户在观看平台视频内容。

图片来源于网络。

不足这一突出问题。青年剧作家、导演向凯认为，提高会员费不是一劳永逸的。若提价不提质，盲目炒作流量，只会造成会员用户的流失。

## 内容为王当坚持

会员费上涨后，长视频平台如何才能留住用户？业内人士指出，调整会员费能在一定程度上改善现阶段视频平台的生存困境。随着会员费这块收入的增长，视频平台或将拥有更强的造血能力和更多生产好内容的动力。用户是否愿意接受涨价，关键要看平台能否创造更多优质内容和提升用户体验。

平台应秉持“内容为王”理念，深入调研并精准定位市场需求，加大作品原创力度，提高内容质量；珍惜原创资源，加强技术保障，防止盗版、盗播、盗链等侵权行为；加强技术研发力

度，通过虚拟现实、弹幕等各类沉浸互动技术满足用户多维度观影需求。

专家认为，长视频行业属于人才密集型产业，影视创作人才是制约行业发展的重要因素之一。长期来看，需加强文化影视板块教育投入和基础设施建设，为优秀人才提供良好的创作环境和支持条件。此外，平台也应突出自身特色、走差异化发展道路，避免内容重复单一，这样才有利于防范用户流失的风险。

中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚说，从未来发展看，在涨价之后，平台应该做好的事情还有很多。一方面，如何控制成本尤其是内容制作成本，仍将是平台持续盈利的重点。另一方面，应发挥互联网平台的技术优势，利用大数据、人工智能等技术，制作更多符合用户需求的内容产品，为用户提供更优质更个性化的体验，这将是行业持续健康发展的重要途径。

很多经常出行的旅客在排队取票时都听到过这样的请求：“您好，拜托让我插队先取票，我的火车马上就要开了”。铁路客运电子客票推出以来，这样的请求越来越少了。乘客网上购票、刷身份证乘车，节省了出行时间。

交通运输部日前发布《关于做好道路客运电子客票推广普及有关工作的通知》，就下一步如何提高道路客运联网售票水平、普及电子客票进行了部署。电子客票指“无纸化客票”，与普通纸质车票具有同等使用效力，是旅客通过互联网或电子客票机等方式购票后，凭有效身份证件或乘车码即可乘车出行的一种无纸化出行方式。

无票乘车，电子出行。电子客票带来实实在在的便捷，旅客购票、检票、乘车流程一气呵成，不用提前半个小时甚至一个多小时跑到车站排队取票、验票上车。电子客票的使用提升了旅客出行体验，免去了旅客丢失、遗忘和排队取票的烦恼，还可以在网上一键退票，极大地提升了出行效率，是交通部门方便旅客出行的重要举措。与此同时，运输服务部门也节省了大量人力物力。

道路客运电子票的工作正在大力推进。今年初，国务院印发的《“十四五”现代综合交通运输体系发展规划》提出，“十四五”时期，提高道路客运联网售票水平，普及电子客票。到2025年，二级及以上道路客运站点的电子客票覆盖率达到99%、省际和城际客运线路的电子客票覆盖率达到80%。

电子客票的意义还在于环保。车票无纸化是必然趋势，纸质车票会逐步退出历史舞台。在2022年春运期间，全国共发送旅客超过10亿人次。有网友说，如果这10亿多张车票都是电子票，相当于多了一片树林。

专家认为，旅客用电子票出行，省时省力更省心。不可忽视的是，电子客票也会带来网络安全、数据安全和个人信息保护等方面的问题，交通部门要确保系统安全平稳运行，严防旅客个人信息等重要数据泄露。

# 电子客票便捷又环保

本报记者 王丕屹

截至去年底，中国在线办公用户规模达4.69亿

## “云办公”获得职场认可

本报记者 叶子

五’。现在，每周有一天需要去公司坐班，我反而很重视，有了一种上班的仪式感。”她说。

### 提升工作效率

中国互联网络信息中心发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年12月，在线办公用户规模达4.69亿，同比增长35.7%，成为用户规模增长最快的应用之一。

随着信息技术、数字经济的发展，云签约、云招标、云面试、云培训等云上协同实践正成为新趋势。线上办公得以实现和快速增长，少不了工具和平台的支持。刘女士表示，在协同办公平台上，当她作为新成员被拉入群组后，可以查看最近100条聊天记录，迅速了解关键背景信息。在电脑和手机端切换登录时，所有聊天信息也会同步，让沟通随时随地都有上下文。

除了最常见的远程会议，协同办公平台还推出了线上打卡、即时沟通、文档编辑、数据处理、工作群组、电子公章、电子签名、财务报销、移动审批等越来越细致入微的功能，支持员工、组织在工作中实现无缝连接、高效协同、加速创新。这些功能不仅应用于各企业，还渗透到各项政务服务中。

企业协作与管理平台飞书咨询副总裁袁凌梓接受本报采访时表示，好用的数字化工具首先可以促进办公效率提升，把人从简单低效的重复工作中解放出来，聚焦在更有价值的事情上。例如，以往开会可能时间冗长、无效信息多，用飞书平台则可以先写文档再开会，有效节省时间并且精确获取关键信息。其次，在信息和知识驱动创新的时代，提高信息的流

动效率非常重要，协同办公平台重塑了人们的沟通和协作模式，远程沟通、瞬间触达，有效提升了团队管理和人才管理的效能。而且，如今知识的生产和分发无处不在，用工具高效地管理知识、传播智慧，可以最大化将个人资产沉淀为组织智慧，形成新的知识管理模式。

### 跨区办公更多

目前，已经有很多“上班族”习惯于采用线上线下结合的混合办公模式。显然，在线办公带来的不仅仅是工作地点的转变，更意味着工作模式的变革，对公司管理方式、个人自我成长规划乃至配套工具设施都是新的考验。

钉钉副总裁、协同产品负责人傅徐军接受本报采访时表示，从企

业角度看，多数大中型企业会在至少2个地区设立办公室，这些跨地区、跨城市企业的日常沟通和协同，越来越趋于依靠协同办公软件或工具来完成，以提升办公效率，降低各类差旅费用。

“可以预见，从固定集中式的办公向移动式、多地点的办公转变，会是一个趋势。这种趋势对协同办公提出了更高要求，需要进一步提升信息的流转效率和质量，确保信息实时同步、信息对称、上下一致，最终体现在经营管理的效益提升上。”傅徐军说。

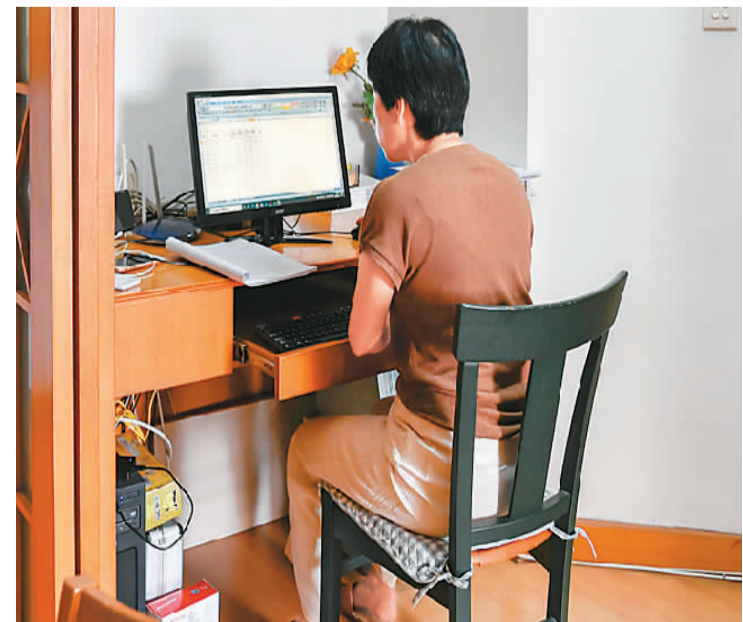
业内人士指出，未来，协同办公应用要做的，不仅仅是满足实时沟通的办公需求，借助大数据、云计算、人工智能等新技术，帮助更多组织实现智能化、数字化转型，将成为协同办公应用的目标。



## 科普展人气旺

宁夏科技馆航天科普展近日迎来参观热潮，不少市民前往体验。科普展运用多媒体等数字科技，让人了解航天知识，感受航天魅力。图为市民带着孩子观展。

袁宏彦摄（人民图片）



深圳市福田区明月花园小区的一位业主在家“云办公”。

储焱摄（新华社发）