

网上中国

简化操作步骤,治理“套娃”收费

让“看电视”变得更简单

徐嘉伟 黄敏萍

进入直播页面步骤繁复、收费项目越来越多、节目开始前先看大段广告……曾经，电视是家庭娱乐的重要组成部分，近年来却因为各种问题引发用户不满，成为一些家庭客厅里的“吃灰”摆设。专家认为，随着智能时代不断演进，“看电视难、看电视烦”不应成为用户的困扰。有线电视、IPTV和互联网电视应把握好电视大屏的公共服务属性，切实提升用户看电视的满意度，推动广播电视和网络视听高质量发展。

体验不佳影响收视意愿

“以前电视虽然笨重、功能少，但给全家人带来了快乐。如今随着科技的发展，电视越来越轻薄，功能也更加完善，可‘看电视’这件事却有点变味。”家住北京市通州区的小黄说，过去几年，看电视的体验变得越来越差，打开电视，需要操作多次才能进入直播页面，在购买增值服务时还会面临收费项目多、收费花样百出等问题。



动室看电视。

几位老人在河北省石家庄市正定县塔元庄村敬老公寓的生活。

“电视机用起来繁琐”“家里老人根本不会操作，我们又不看电视，已经停了广电”“智能电视现在预装了各种无法卸载的APP，系统后台还经常偷偷安装各种APP”……在网络平台上以“智能电视乱象”为关键词进行搜索后发现，许多网友都有着相似的“吐槽”。

除了操作上的繁杂，影视资源不互通、跨屏重复收费、投屏画质不清晰等在线会员服务问题也层出不穷。今年初发布的《2022年全国消费组织受理投诉情况分析》提到，随着网络消费的发展，各类会员服务逐渐从线下向线上渗透，在线会员服务领域投诉较为集中的问题就包括智能电视平台“套娃式”收费以及视频平台会员服务

体验不佳。

前不久，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等有关单位，召开治理电视“套娃”收费和操作复杂问题专项行动部署会。会议要求，在前期充分调研摸清底数的基础上，按照“系统谋划、分步实施、先易后难、试点先行”的工作思路，综合考虑近中远3个阶段，制定专项实施方案。今年年底前，开展试点工作和专项整治，聚焦解决“收费包多、收费主体多、收费不透明”问题，电视“套娃”收费现象得到明显改善；大力改善用户开机看电视的体验，基本实现有线电视和IPTV开机即看直播视频。

“开机看直播”已先行试点

“开机看直播”，是本轮治理电视操作复杂的重点。有用户曾做过统计，开机后想进入直播频道，最多需要操作11步。在很多试点地区，“开机看直播”已经变成现实。

“基于极简电视系统，最新的4K超高清电视机可在7秒内从待机状态进入电视直播画面。”在位于北京市东城区的歌华有线全业务体验厅，歌华有线相关负责人介绍，按照国家广播电视总局有关部署，歌华有线加快推进落实“系统默认为开机进入

全屏直播”任务要求，于10月8日提前完成首批具备升级条件的510万台顶盒开机默认进入全屏直播升级部署。10月14日，歌华有线顺利完成剩余40万台老旧机顶盒的升级部署。

目前，全国多地广电系统积极推进“开机看直播”，小米电视、海信电视、创维电视等互联网电视也可通过设置信号源实现开机直达电视直播频道。截至10月16日，全国共有9000多万台有线电视和IPTV机顶盒实现了开机就能看到电视直播频道，到今年年底，预计全国将有80%的有线电视用户、85%的IPTV用户可以实现开机就看电视直播频道。

规范付费产品

“北京是本次治理电视‘套娃’收费和操作复杂双试点地区，歌华有线正在规范付费产品，不断优化用户订购体验。”歌华有线相关负责人介绍，目前歌华有线已缩减付费点，并在各收费产品支付页面显著位置设有“用户协议”及“订购信息”按钮，用户还可在“电视营业厅”查看所有付费节目信息及订购状态，做到“让用户订购更清晰，让消费更透明”。

在深圳，有线电视运营商天威视讯已于9月底完成电视界面升级，在电视首页常设“新闻荟萃”“免费专区”入口；在天津，新版有线电视交互主页对免费节目进行了分类推介，全新上线的“畅点”特色专区内的付费节目均采取单片付费、扫码付费方式，无捆绑、自动续交等隐形操作；吉林联通IPTV用户扫码订购连续包月产品时，手机端页面会提示用户开通自动扣费产品，点击开通按钮，会二次弹出自动续费提醒，用户点击同意后即可完成后续支付流程。

国家广播电视总局副局长杨国瑞表示，针对电视“套娃”收费问题，将分三个阶段全力推进治理工作：第一阶段，今年内逐步实现收费包压减40%，提升消费透明度。第二阶段，明年上半年规范电视运营和收费。第三阶段，明年底健全有线电视、IPTV、OTT三大业务体系长效管理机制，确保电视“套娃”收费问题“治得住、不反弹”。目前，歌华有线已经将14个收费包压减到5个，广东电信IPTV已经将原有10个影视类收费包压减为1个。预计到10月底，试点单位收费包将压减40%以上，11月至12月在全国范围内开展集中整治，整体压减收费包40%，电视“套娃”收费现象将得到显著改观。

2022年中国数字音乐市场总规模约1554.9亿元

在线听歌，越来越有趣了

吴雪聪

的古风歌《雪中春信》，整个舞台利用虚拟技术，呈现出一片粉色的冰雪世界。

AI技术正在改变传统音乐创作。网易公司首席执行官丁磊认为，未来1至2年内人工智能可能会成为音乐行业标配。讯飞音乐首席科学家江源表示，AI大模型所具备的听觉、视觉、认知能力，可以有效助力词曲创作、音视频铃声制作等环节。

“以前听歌，我总是要把歌曲下载到本地，特别占内存；现在我都是在线听歌了，不会卡顿，音质也特别好。”古风歌曲爱好者王女士说。这一切得益于5G等数字技术的发展，上网资费下降、带宽条件改善以及PC终端的普及，使得流媒体在线听歌成为可能，人们的视听体验更加流畅。

不仅如此，数字技术还在改变歌曲的推广模式。过去，人们听的歌大同小异，总是头部唱片公司力推的几首热门金曲占据用户歌单。现在，打开几大音乐平台，“私人漫游”“猜你喜欢”等个性化推荐纷纷出现在首页，向不同用户定向推荐爵士、古典、民乐、流行等个性化品类。

版权保护不断加强

版权一直是中国数字音乐行业的痛点。在相关部门的努力下，更加开放的版权生态，不仅为用户提供了更多元的选择，也为数字音乐产业的良性竞争提供了政策支持。

在版权日益重要的今天，探索收费模式、改善版权环境渐成共识。数据显示，目前付费订阅已成为中国数字音乐的主要消费模式之一，2022年总体付费率约为13.9%，但相比发达市场，这一比例仍然偏低，还需进一步培育用户的付费习惯，促进版权保护可持续发展。

北京市文化娱乐法学会音乐法律专业委员会秘书长赵一洲表示，数字音乐版权还存在数据管理不透明、创作者收益分配机制僵化等关键问题，各方需一道努力，通过制度创新等手段，促进行业运行更加公平。

从CD到MP3、从下载到在线听、从线下演唱到在线live……听歌这件事正变得越来越有趣。随着数字技术的发展，人们音乐消费的渠道、方式和场景更趋多元。

视听场景多样化

借助数字技术的“翅膀”，人们的音乐消费走向“云端”。中国音像与数字出版协会数字音乐工作委员会近日发布的《中国数字音乐产业报告(2022)》显示，2022年中国数字音乐市场总规模约1554.9亿元，数字音乐用户数量已达8.48亿，占网民整体的79.5%。在线听歌、网络K歌、线上演唱会、音乐短视频……人们进行音乐消费的场景越来越多样。

最近，一条古筝翻奏的音乐短视频在网上火了。视频中，一名年轻的中国姑娘在法国巴黎埃菲尔铁塔下弹奏古筝，演绎中文流行歌曲。她一袭红衣，头戴朱钗，筝声动听，引得不少外国游客驻足欣赏。演奏者彭静旋是中国赴法留学生，同时也是一位拥有970多万抖音粉丝的音乐博主。

通过网络，越来越多像彭静旋一样的音乐爱好者走到台前。据了解，2022年中国音乐短视频生产数量超百亿，主要包括填词翻唱、曲风改编、MV混剪等多种类型，入驻短视频平台的音乐人数量超150万，乐器演奏活跃创作者超25万。

AI改变传统音乐创作

“忽如一夜，茫茫世界，次第花开，风换笑靥……”今年7月，首届中国数字音乐会在线上举办，数字人“苏小妹”演唱了一曲甜美



江苏省宿迁市宿豫区昆仑山路学校科技馆包含航天展示区、智能机器人区、创客区和科普VR体验馆四大功能区。图为昆仑山路学校组织小队在区科技馆学习科技知识，体验科技乐趣。 蔡亮摄(人民图片)

中国加快推进5G轻量化技术演进

据新华社北京电 工业和信息化部近日印发《关于推进5G轻量化(RedCap)技术演进和应用创新发展的通知》，提出到2025年，5G轻量化新产品、新模式不断涌现，融合应用规模上量，安全能力同步增强，打造完整产业体系。

5G网络具有高带宽、低时延等特点，5G轻量化(RedCap, Reduced Capability的缩写)技术简化了网络设备及终端设备的复杂度，降低了整体成本、能耗等，是5G实现人、机、物互联的重要基础，将在构建物联网新型基础设施、赋能传统产业转型升级、推动数字经济与实体经济深度融合等方面发挥作用。

工业和信息化部提出，到2025年，5G RedCap产业综合能力显著提升，标准持续演进，应用规模持续增长。全国县级以上城市实现5G RedCap规模覆盖。5G RedCap在工业、能源、物流、车联网、公共安全、智慧城市等领域的应用场景更加丰富。

此外，工业和信息化部还明确了推进标准制定、构建产业体系、加快网络能力升级等7个主要任务。

“我们将强化统筹协调，鼓励地方政府出台配套政策，支持5G轻量化网络建设、产业培育、应用创新、安全保障和生态构建。”工业和信息化部有关负责人表示。



在位于浙江省杭州市萧山区杭州国际博览中心的中国数字音乐谷，市民正观看机器人演奏数字音乐。 龙巍摄(人民图片)