



近日,有关爱奇艺“纠错”的话题甚嚣尘上,让发酵很长一段时间来的视频会员权益话题似乎有了一个阶段性的胜利,在社交媒体上还有许多人更是将其冠上了“彻底服了”“认错了”等关键词进行传播,但事实果真如此吗?在为内容付费成为大趋势的前提下,爱奇艺修改部分付费用户权益这一动作是否如普通观众所愿,真正能够实现视频收看过程中的畅行无阻?现实情况并非如此。



资料图片

# 视频平台怂了? 先别高兴太早

## 优化会员服务有条件

我们不妨来仔细看一下这一则声明:针对会员投屏清晰度和登录设备数量的限制,爱奇艺为2023年2月20日仍处于订阅状态的爱奇艺黄金VIP会员,恢复720P和1080P清晰度的投屏服务,单月卡/季卡/年卡的会员可使用至本次订单结束;连续包月/包季/包年的会员,如后续不断订,可持续使用。在登录设备数量上,从2023年2月20日起,爱奇艺黄金、白金、星钻VIP会员可在5台设备上登录,不再限制登录设备种类,在同一时间播放的设备也不再限制种类。

可以看出,声明中提及的投屏清晰度优化只针对目前已付费用户,后续新会员用户并不能享受同样的服务。此外,针对用户反映的国内外限制HDMI连线播放功能双标、会员看专属广告等问题,爱奇艺并未做出改进。

实际上,各平台都对上述两个方面有所限制,而“封号”则是动不动就会被用上的管理手段。比如,优

酷表示,已于2022年12月20日更改会员登录规则,此举目的是为保护用户账号安全,打击黑灰产业,并且考虑到绝大多数用户的使用习惯,用户账号最多可同时登录3台设备。

腾讯视频表示,同一腾讯视频VIP账号只允许本人在最多5个设备上使用,同一时间同一腾讯视频VIP账号最多可在2个设备上观看。超级影视SVIP最多可在8个设备上使用,同一时间最多可在3个设备上观看(微信渠道只能同时登录1个账号)。超出上述范围使用的,一经系统核实将自动封禁该账号。

在投屏方面,优酷在去年也增加了限制,大屏幕投屏成为了专属会员功能。用户反映部分剧集在投屏过程中会提示“试看6分钟,升级酷喵VIP看全片”的字样。其用户协议中规定:“优酷VIP会员服务可在手机端、平板电脑端、电脑端使用,不可在电视端使用。”如果需要升级电视端会员,则需要开通488元一年的酷喵会员。

## 为内容买单切忌操之过急

综观近年来的视频会员权益之争,不过是付费之后的层层设限,让“花钱买内容”的预期大打折扣。其实这也很好理解,一方面,视频平台需要盈利,这就需要为不同的内容消费者定制不同的服务产品,如何确保消费基数呢?终端接口则是最好控制的手段之一;另一方面,作为用户,使用感受则多有不快,明明已经为内容付费了,为何还要限制端口观看呢?最简单的逻辑就是消费者花钱买了内容,难道在不同的端口,看到的是不一样的内容吗,为何让我多掏一份钱?

二者之间各有需求,沟壑如何填平?即便多有纷争,但也并不意味着不可调和的矛盾,业内人士认为,影视内容的产品本质是为用户提供感官上的情绪价值,但是,一旦获得相关情绪的前提是超过预期的渠道成本门槛,那么产品及其渠道的观感必将打些折扣。这是买卖双方的博弈,也是影视内容付费发展的必然过程。“经由这些年的发展,所有的消费者都已经逐渐认同了为内容付费这一规则,内容供

给的不断提升才是让消费者们心甘情愿掏钱的主要原因,比如年初《狂飙》的热播直接带动会员数量的‘狂飙’,这部剧是只有爱奇艺付费会员才能观看的内容,据统计,在不到两个月的时间内,VIP会员付费开通人数急剧增长,超过了腾讯视频和优酷视频。”

但同时,我们在调侃视频平台的会员制度好似“套娃”,不同等级权益不同,却也从侧面证明着平台内容的持续升级,并且用户群体在不断拓展。会员抢先看全集、超前点映,还有单集解锁等功能,无一不在彰显着视频平台对于内容供给的十足信心,比如“迷雾剧场”主打悬疑类型剧集,就将收视主力人群对准了男性观众,数据显示,男性在遇到喜爱的事物时,往往更容易痛快消费,而“迷雾剧场”正是基于男性用户诉求打造的类型集合,可见平台对于用户观察之深。这或许也为视频平台的会员制度提供了一个全新的思路:会员权益分级切忌操之过急,一刀切,如何建立起平台与用户的长久消费关系,才是内容付费双方的共赢之举。

观海新闻/青岛早报记者 周洁

## 娱论无限

### 套路里面没有明天

文/王学义

爱奇艺认错了。

认错,是因为遭到了舆论的暴击。用户的愤怒情绪不是一天出现的。早在去年,爱奇艺就因单片付费套路引发热议。用户全价12元购买的影片无法享受最高清的版本,要想“畅享”最高清,还得购买平台会员。把会员当韭菜,定向“收割”,引来了如潮水一般的差评。今年,爱奇艺又被曝光对投屏功能作出限制:之前黄金VIP会员支持4K投屏,现在只能选最低的480P清晰度,要想进行4K投屏,必须买白金VIP会员。

看着这些长视频平台不停地在“金”前面加定语,网友被彻底激怒了:“说好的VIP,结果后面还有WVIP、VWVIP……搞来搞去,VIP到底是个啥!”

认错,也因为此前的“嘴硬”。一位7年老用户在愤怒之余,将爱奇艺告上法庭,北京市互联网法院于1月29日立案。上海市消保委也介入发声,认为投屏是移动端用户正常的使用场景,消费者付了钱,在手机上看还是投屏看都是消费者的权利,平台在APP内限制消费者投屏的做法不合理,想用这种方法加收费用更不厚道。然而,爱奇艺的回应却是:“没有限制投屏,只是限制了清晰度”。这样的姿态,哪个不来气?

一天天过去,随着3.15临近,“嘴硬”的爱奇艺,终于认错了。

认错只是开始,重要的是改错。爱奇艺的这次认错,换来了一些肯定的声音。在其官微评论区,有网友说,“这个改变真是挺不错的,福利了用户”。但也有网友并不买账,认为这是在玩文字游戏。换句话说,就是悄悄往前走了十步,在遭到一顿乱棍后,又往回退了八步,剩下的两步死活不退了。用这样的方式让用户承认“既成事实”,算不算改错呢?

改错,也是需要能力的。爱奇艺有没有这个能力呢?一直以来,爱奇艺都面临一个难题,就是难以盈利。据统计,从2016年至2021年,爱奇艺总亏损高达394.49亿元,2022年一季度,虽然靠降本实现短暂盈利,但前三季度总共亏损了4.4亿元。对于一家企业来说,这是一件非常要命的事。

当然,面临这种困境的不光是爱奇艺,还有优酷、腾讯视频。也就是说,这是几乎所有长视频平台的通病。假如盈利问题解决不了,平台就会一直心慌慌。有的甚至把玩套路当成了“路径依赖”。

但是,套路里面是没有明天的。

对于消费者来说,真正具有吸引力的是平台上的剧集和综艺产品,而非平台品牌。一直以来存在问题是,烂剧、水剧太多,良心剧、爆款剧太少。今年春节前后,视频用户也算过了一个好年,爱奇艺的《狂飙》《平原上的摩西》,还是腾讯视频的《三体》,都质量上好。只是,这样的情况实在太少,甚至让用户有“撞大运”的感觉。而且,就在用户开心的时候,爱奇艺就玩了这么一个套路,难免让用户感觉胃部不适。如何让好剧成为常态,是爱奇艺等长视频平台需要解决的问题,这直接关系到企业今后的发展。

离开了产品质量谈市场、谈生存,从来都是伪命题。整天抱着“割韭菜”的心理,不仅没有出息,也不会有出路。