

《庆余年》被平台“火上浇油”VIP之外又设置VVIP

超前点播惹众怒

视频网站为何“吃相”难看



热播剧《庆余年》被播出平台“火上浇油”——本月12日腾讯和爱奇艺推出超前点播政策,即原本已付费的VIP会员再交50元可以在每周更新日领先非会员6集基础上再多看6集。

此举一出惹众怒,当日即被正在追剧的网友“怒”上了热搜,“交了会员费既要看‘专属广告’,还要高价点播,我们VIP的钱是大风刮来的吗?”

14日,《人民日报》官微也发表“人民锐评”,批评视频网站此举“吃相难看”,“VIP之外设置VVIP,额外掏钱才能享受超前点播,视频网站是在制造焦虑诱导用户消费”,呼吁有关部门对侵犯消费者权益的行为进行监管,同时直言视频平台这种运作“套路”实际上是“涸泽而渔、焚林而猎”。

截至记者发稿时,腾讯和爱奇艺两家《庆余年》播出平台均未对此事作出回应。

逾八成职场女性 出现过焦虑和抑郁状态

职场女性心理问题呈普遍化和年轻化趋势

随着经济社会的快速转型和生活节奏的加快,心理健康问题日益凸显,也越来越成为引人关注的公共卫生问题。近日,清华大学国际传播研究中心联合澳佳宝研究院在第十四届中国健康传播大会上发布了2019《中国职场女性心理健康绿皮书》,调研结果表明,约85%的职场女性在过去一年中曾出现过焦虑或抑郁的症状,其中约三成女性“时不时感到焦虑和抑郁”,7%的女性甚至表示自己“总是处于焦虑或抑郁状态”。

就最近三个月而言,约九成的职场女性均出现过一些不同程度的“负面”情感、心理和躯体症状。例如,近半数的职场女性表示自己在最近三个月中易怒、易着急,或者是感到烦乱或害怕;四成左右的职场女性则感觉自己有衰弱和疲乏感,或者闷闷不乐、情绪低沉;此外,还有超过三分之一的职场女性因头痛、颈痛、背痛而苦恼。

“996”“007”式的生活方式使人们的私人时间不断压缩,为了拥有自己的时间,熬夜成为了普遍性现象,但是充足的睡眠时间是心理健康的重要因素。《绿皮书》显示,10点之前入睡的职场女性中,表示过去一年里“状态一直不错、未出现心理问题”的人数达到25%,入睡越晚,比例越低。心理状态越好的职场女性,其睡眠质量也就越好。

电子设备带来便利的同时也带来了焦虑。《绿皮书》显示,在参与调查的1199名的职场女性中,近四成表示移动电子设备的使用让她们更加疲惫,并且对移动电子设备所承载的过量信息感到压迫;另有26%的女性会因朋友圈他人的光鲜而感到焦虑。另外,使用移动电子设备时间越长,出现

“是不是感到焦虑或抑郁”或“总是处于焦虑或抑郁状态中”的概率越大。

人口的加速流通和价值观念的多元化逐步改变了以大家庭为单位的传统生活方式,与陌生人合租或者独居逐渐成为年轻人的选择。而这种生活方式也导致了合租或独居一族中出现不同程度的心理健康问题的女性占比高达92%和87%,焦虑或者是抑郁状态的频数远远超过传统居住方式。

2019年的调研发现,职场女性心理问题的普遍化和年轻化趋势更加明显;在年轻一代的女性中,对自己的外貌和身材尤为在意,超过四成的受访者会感到压力;绝大多数职场女性会在孕育期出现抑郁状态,产后抑郁最为普遍;职场女性的心理问题会选择自我调节,较少寻求心理专业人士的帮助。

保证良好心理健康的基础就是拥有良好的生理健康。《绿皮书》显示,职场女性可以从均衡膳食,合理补充营养;保持适量的运动;规律生活,保证充足的睡眠三个方面来保持健康的体格。同时要有多个负面情绪的出口,可以及时给朋友,家人倾诉负面情绪,调整自己的状态;寻找自己感兴趣的东西,增添生活的平衡感和新鲜感;尽量找到适合自己宣泄情绪的方式。此外,必要的时候,可以找寻专业的心理工作者的帮助,精神科执业医师、心理治疗师、心理咨询师都是可以找寻帮忙的咨询人员。

“中国女性的劳动率为61.9%,位居全国第一,女性在家庭里的决策力高于男性。”澳佳宝研究院院长Lesley表示,关注职场女性心理健康是时代所需,趋势所在。

(据《工人日报》)

始作俑者

花30元超前看大结局 《陈情令》粉丝经济变现

今年暑期,腾讯视频独播的大热剧《陈情令》在播出临近尾声时,主演肖战和王一博的粉丝几何式增长,追剧热情已近沸点,腾讯视频“顺势”推出一集6元、总共30元超前点播大结局的全新销售政策。这是国内视频网站在VIP基础上再度对剧集观众超前收费的始作俑者,相当于电影频道的单片点播。

由于该剧走红方式的特殊性,这一新模式实际上是一种“粉丝经济”的变现。据媒体公开的数字,此次“试水”令腾讯视频获得7000万的新增营收。尝到甜头的视频网站此后纷纷效仿,《没有秘密的你》《从前有座灵剑山》等几部在平台上播出效果不错的剧集,在大结局时都推出了“超前点播”。

引发众怒

《庆余年》如法炮制 被骂上热搜引来批评

既然超前点播不是第一次,《庆余年》仅仅如法炮制为何被骂上热搜还招致《人民日报》官微点名批评?原因有二。

其一是收费高。《庆余

年》第一季一共46集,视频网站推出的超前点播收费标准是每集3元,“单价”看似比《陈情令》低,但是《陈情令》是在临近大结局时开始实行,总共只需多花30元。而《庆余年》从22集就开始额外收费,超前点播全剧需一次性付费50元——实际上每周仅比VIP领先6集,并非一次性解锁全剧。即12日开放超前点播后,VIP会员额外付费50元后仅多看了6集,花了高价,“超前”的期待并没有得到满足,消费体验差。再加上视频网站过去一直频频试探VIP会员的底线:一开始交会费是为了免广告骚扰,如今会员专属广告、中插小剧场、小窗广告花样百出,供会员“享用”,忍无可忍,只能一触而发。

其二,《陈情令》是暑期“爆款”,但它的题材特殊性在于,粉丝多为原著粉、颜粉、CP粉,跟普通观众之间有一定“壁垒”——即爱看《陈情令》的会喜欢到疯狂,而对该剧流行元素“不感冒”的观众群体看不下去。因此,这部剧超前点播,是试水也是一个愿打一个愿挨。而《庆余年》是一部更接近大众传播的剧集,同为IP小说,无论是热血少年成长打怪的故事内核,江湖朝堂风云际会,乃至陈道明、吴刚、辛芷蕾、田雨这样浑身是戏的配

角配置,都使这个亦正亦邪的故事从一开播就露出令人惊愕的野心,在零宣发的情况下靠口碑相传火了起来。它目前覆盖的观众阶层和群体类型显然比《陈情令》要丰富许多。总之《庆余年》的观众中很多是理性追剧,对超前点播这种商家生硬激发的消费模式,第一反应是反感、质疑。

生存困难

视频网站多背负巨亏 靠会员拉动入瓶预期

视频网站付费模式,经过多年的市场培养,事实上已经达到了很高的接受度。遇到好剧、好资源,视频网站为何不想着回馈付费的VIP,却老变着法子的“涸泽而渔、焚林而猎”?答案就是巨大的生存压力。

视频网站用天价版权费连年攻城略地抢占市场资源,至今优爱腾三巨头依旧没有一家实现盈利,常年背负着巨额亏损。与此同时,会员市场饱和,靠会员费拉动营收进入瓶预期。另外,蓬勃的短视频市场又严重挤压着长视频的广告收入。盈利遥遥无期,腹背受敌,最终令视频网站顾不得“吃相”,顾不得对观众的尊重,一再挑战大众的忍耐度。

(据《北京青年报》)