

[首页](#) >> [新闻传播学](#) >> [学术资讯](#)

## 探索网络视听付费模式

2020年02月21日 10:28 来源：人民日报 作者：陆绍阳

字号

打印 推荐

近年来，网络视听产业快速发展，内容生产和平台建设均取得长足进步。网络剧、网络电影、网络综艺、短视频等领域出现一批高质量作品。不久前，网络剧《庆余年》以较为精良的制作水准，成为一时“爆款”，但随着剧集热播，视频网站所采取的“超前点播”付费模式成为热点话题。

议论焦点在于，付费会员为何需要再付费才能“快人一步”观看热门剧？如果将本次讨论放入促进产业发展视野中，就会发现各种意见都是宝贵的“用户反馈”。从消费习惯看，我国网络视听内容付费模式近年才开始广泛推广，有一个摸索、改进、成熟的过程。因此，充分吸收各方意见，尽快形成一套内容制作方、平台运营方、用户都能普遍接受的商业模式，对网络视听产业健康发展意义重大。

内容建设是根本。从用户角度来看，愿意充值成为会员，是基于平台能够提供优质内容，用户收看到优质内容，才会觉得物有所值。对内容生产者来说，创造性劳动得到足够尊重和价值肯定，能够激发继续创作生产优质内容的积极性。制作方获得充足资金，有利于扩大再生产。对平台方来说，优质内容会吸引大量固定付费会员，通过收取会员费和进一步融资，可以投入较多人力、物力，根据用户“大数据”自制或订制内容，进一步提升服务水准。与其他文化行业类似，优质内容是网络视听产业盘活整个产业链的关键要素。

强调契约精神，强化规则意识，是网络视听产业健康发展必经之路。产业要壮大，必然需要一个好的商业模式支撑。各方都能获益，才是好的商业模式，而部分获益部分受损的“零和博弈”模式不会长久。《2019年中国网络视听发展研究报告》显示，截至2018年12月，中国网络视频用户（含短视频）规模达7.25亿，网络视频付费用户规模扩大，内容付费占比逐年提升。面对庞大消费人群和蓬勃发展趋势，当务之急是优化会员制度及内容付费规则：当前付费方式和付费标准是否合理？是不是最优选择？双方权责是否清晰明确？一旦达成契约，各方都要有规则意识，平台不能随意变更服务条款，不能“利”字当头，利用信息不对称叠加收费。否则，短期看是赚了钱，其实是冷了用户的心，伤害了平台公信力，不利于会员付费模式可持续发展，进而导致内容生产方缺少再生产资金支持，造成大众对网络视听优质内容的需求不能得到满足。失信行为最终损害的是网络视听产业的健康成长。契约精神是保障各方权益的伦理基础，尊重契约、遵守规则是建立良性行业生态、促进良性经济循环的重要前提。

提升综合思维能力，有助于从根本上解决好网络视听内容付费问题。客观来看，目前网络视听行业资金回收压力较大，这也是平台想出各种方式增加收入的背后压力所在，对此要综合考虑产业链各环节，尽可能压缩虚高成本。比如降低制作环节过高片酬，减少因平台竞争产生的高额网播费，压缩平台视频数据管理成本等。应该看到，近年来随着一系列有效规则措施落地，网络视听产业中不少问题得到有效解决。趁此趋势，网络视听行业要尊重用户反馈，在法律、规则的框架下进行综合治理，建立平衡、健康、可持续的行业新生态。

可以想见，随着5G的广泛应用，通过移动互联网观看视频将成为未来文艺消费的主要形态之一，这就需要平台方在兼顾文艺作品的公共性和商业性基础上，探索更加普惠、可

持续发展的付费模式。内容的好坏，交给观众来评判，商业模式的成功与否，交给市场和用户来检验。付费制度要在网络视听产业的发展过程中，向着不断提升人民群众精神文化生活获得感、幸福感的目标迈进。

（作者为北京大学新闻与传播学院院长）

## 作者简介

姓名：陆绍阳 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：[中国社会科学网](#) （责编：张赛）

## 相关文章