

聚焦民生
助力消费

封面民生报告 > 3·15特别报道

单片付费观看、会员畅享高清 是消费陷阱还是平台套路？

视频平台发展势头方兴未艾,越来越多的电影走上先院后网的道路,单片付费也成为消费者观影新方式。然而,这种消费模式也引起不少人吐槽:在价格不菲的会员资格上,还有越来越多的付费内容;全价购买单片付费电影后,却不能享受最高清版本……

虽说单片付费的形式加强了知识产权保护,但各平台的付费形式没有规范的管理也是事实。

吐槽

成为付费会员后单片还要付费

“买了会员,却还有更多付费内容。”作为优酷会员,钟小姐表示,能接受合理付费,但平台却在付费会员基础上,一再增加收费内容,“这种改动是在已是会员的情况下新增的。”

钟小姐表示,虽然平台可能会在免责条款中提到会员权益可以更改,或者最终解释权归平台所有,但其实大多数用户“不会去看长篇大论的用户条款”。

除了认为会员叠加收费内容不合理外,钟小姐还认为7天的观看时限有些短,“单独收费影片只能看7天,本来想多看几遍,但7天时间一过,又得再次付费。”

记者查看社交媒体发现,观众对于单片付费的不满主要在于两点:购买会员后仍需单片付费观看;单片付费有观影期限,让人无法接受。

观众的不满并非毫无根据。

以优酷平台为例,该平台的“VIP会员”(电脑、手机端)连续包年价格为198元/年,连续包月价格为15元/月;“酷喵VIP会员”(电视、电脑、手机端)的连续包年价格为479元/年,连续包月价格为29元/月。不菲的会员价格,让消费者在使用体验充满了期待,但没想到的是,除了会员资格还要单片付费,自然是让人“气不打一处来”。

在多次经历单片付费后,钟小姐说,平台不断增加收费内容的行为,使她考虑不再续费会员,除非有想观看的内容,才会重新购买会员。

除此之外,平台逐利也罔顾消费者的权益。系列电影《蜘蛛侠》在腾讯视频平台可以凭借VIP会员资格观看,但在哔哩哔哩平台,则需要以3元/部的价格购买,或是开通“大会员”后,以1.5元/部的价格购买。

体验

想看最高清版本需会员叠加单片付费

2月,记者在爱奇艺平台以单片付费形式购买了电影《误杀2》,该电影的单片付费价格为12元,平台会员购买仅需6元。但记者购买后观影时发现,全价12元购买的影片无法享受最高清的版本,若想“畅享”最高清,还得购买平台会员。这一点,在影片购买前须知中却没有告知。

记者在购买影片时,购买界面出现了购买影片的价格12奇点(1奇点等于1元人民币)、购买会员后的优惠价6奇点、观看有效期等信息,却没有看到任何有关电影清晰度观看要求的提示,仅在购买后的观看界面调整清晰度时才能看到,“蓝光1080P”以及“帧绮映画4K”都需叠加会员资格才能观看。

3月11日,记者致电爱奇艺人工客服进行咨询,得到的回应是:一般情况下,购买影片会提示先购买会员。购买单片电影后,如果要“选择更高的清晰度”,确实需要“额外开通会员”,“具体以前端显示为准”。

以上情况并不局限于爱奇艺平台。讽刺的是,各大视频平台在招揽会员时,常常会以“高清4K”“杜比音效”等作为宣传手段,吸引更多人加入会员。但消费者购买线上观影资格时,平台却并没有做出明确提示。

相关作品 (6部)



蜘蛛侠



蜘蛛侠2



蜘蛛侠3



超凡蜘蛛侠



超凡蜘蛛侠2



蜘蛛侠:英雄归来

部分视频平台上,会员观看电影《蜘蛛侠》仍需额外付费。

律师观点

观影时间可作约定,但平台需特别说明

针对上述问题,四川明炬律师事务所律师王鹏超说,视频会员的权益和单片付费等内容,在律师群体中也多次引起讨论。

购买单片付费电影,平台要求购买者在规定时间内看完是否违法?王鹏超说,消费者在购买单片付费电影时,其实是与平台方形成了新的合同关系,平台方可以就相关条款进行约定。但过期则失效的条款属于对消费者权利有重大利害关系的条款,平台方应当对该条款实行特别说明义务。否则,可能会导致该条款无效,从而不对消费者产生法律效力。

针对“最高清版本需叠加会员却无明显提示”的现象,王鹏超以“北京爱奇艺科技有限公司与吴声威网络服务合

同一案”为例进行解说。在该案中,法院对于爱奇艺平台在吴声威购买了VIP后,再增设VIP付费项目持否定态度。

王鹏超认为,如果消费者在购买单片时充分阅读了相关条款,并且没有发现“观看最高清版本需要另购买平台会员”条款,而平台方在后续又另行增设了消费者义务,依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条:“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。”以及第十六条“经营者向消费者提供商品或者服务,应当恪守社会公德,诚信经营,保障消费者的合法权益;不得设定不公平、不合理的交易条件,不得强制交易。”该条款可能不会被法院支持。

消费者不满多来自规则制定的不稳定不合理

从知识产权保护的角度来看,单片付费的形式确实能够吸引更多作品入驻平台,给消费者提供更多选择。四川明炬律师事务所知识产权业务部副部长、四川省律协知识产权(信息网络与高新技术)专业委员会副秘书长任思静说:“某种意义上,单片付费无疑是对知识保护的市场化体现,尤其是对视频类作品的价值体现。”

但任思静也提到,在知识产权保护和消费者权益之间,确实存在“短期难以平衡的现实问题”。她说,有调研报告显示,我国网民中,从未为网络内容付费的接近三分之二,意味着大部分人对内容付费等形式仍持保守态度。

任思静认为,消费者并非不能接受知识付费,“更多还是在于有些经营者规则制定的不稳定性以及不合理性,尤

其是一些行业龙头。”

“一个经营正版视频资源的平台或网站,除了常规成本的支出,还会承担一定数额的著作权许可使用费用。如果拿到的是独家许可的资源,作为经营者,支付的许可费用可能会更高。其实,这种模式会反向刺激创作者创作更多优秀作品,消费者也能有更多机会接触、体验到更好的影视作品。”任思静说。

知识付费是必然的趋势,知识产权保护更是重中之重,但知识付费并不应该成为平台的“摇钱树”。正如任思静律师所说,同样重要的还有“公认、公开、透明、规范化的行业付费规则、标准”,“特别是在某些服务的提供上,行业龙头应该有相应的社会责任,适当保障消费者福利。”

华西都市报·封面新闻记者 刘可欣

不支持7天无理由退货?

成都一网店 被处违法所得 6倍罚款

华西都市报讯(记者 吴冰清)既不是生鲜产品,又不是定制定做,为何不支持7天无理由退货?日前,在“春雷行动2022”执法行动中,成都市金堂县市场监督管理局就对一家“霸道”的商家进行了处罚。

该局执法人员通过网络监测发现,在某电子商务平台上,金堂县某宠物服饰厂网店商品页面上宣称“不支持7天无理由退货”。

随后,执法人员对该商家进行检查,发现该网店宣称“不支持7天无理由退货”的商品为“××××宠物服装”。经调查,该网店于2009年5月20日开设,自行进行日常运营、维护及商品发布。这个宣称“不支持7天无理由退货”的宠物服装,共销售了6件,销售额292元,违法所得154元。

“根据《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》规定,消费者定做的商品、鲜活易腐的商品、在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品以及交付的报纸、期刊等不适用七日无理由退货规定。”执法人员表示,该店售卖的宠物服饰不属于这些商品,网店不支持七日无理由退货的行为违反了《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第三条“网络商品销售者应当依法履行七日无理由退货义务”的规定,侵害了消费者的合法权益。

执法人员强调,《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》是保障《消费者权益保护法》七日无理由退货规定实施的细化性规章,二者组成了网络消费交易规则的“国法”。它的出台,最大程度地保护了消费者的权益,最大程度地束缚了商家的“家法游戏规则”,是健康网络消费市场的有力维护。但该网店商品页面公然宣称“不支持7天无理由退货”,是典型的网络商家的“家法”逾越消费者权益保护的“国法”的行为。

根据《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》、《消费者权益保护法》的相关规定,金堂县市场监管局对该网店作出处罚决定:没收违法所得154元,处以违法所得6倍的罚款924元,罚没款合计1078元。