

广电总局出击收费“套娃”解套

让看电视不再难不再烦

电视“套娃”收费和操作复杂带来“看电视难、看电视烦”的问题，一度引发大量吐槽。昨天，国家广播电视总局联合多部门单位，在京召开治理电视“套娃”收费和操作复杂工作阶段性总结部署推进会，让“套娃”解套，让观众打开电视就能轻松找到心仪的节目。

去年3月14日，市场监管总局发布消费者投诉热点报告，“视频会员服务”问题被点名，明确超前点播、重复收费、插播广告、误购难退等套路繁多。电视操作复杂问题更是长期被诟病，主要表现在看电视直播难、遥控器多操作复杂、机顶盒与电视机分离连线多等三个方面突出问题。

中国家电网《2022国内市场适老化电视调研报告》显示，超过97%的用户使用智能电视时都遇到了不同形式的困难，其中“开机后不能直达想看的直播电视节目”“设备之间不知如何切换”“遥控器太多，不知用哪个”等已成为大部分用户特别是老年用户的痛点。

从去年8月到年底，治理电视“套娃”收费和操作复杂第一阶段工作实现了“开机看直播、收费包压减50%、提升消费透明度”的目标。

全国实现开机看直播的有线电视用户达到9249.5万、IPTV用户达到1.92亿，基本实现具备升级条件的终端全覆盖。有线电视和IPTV开机广告全面取消，有线电视和IPTV开机时长从治理前的最多118秒减少到不超过35秒。各类收费包大幅压减50%以上，单个终端由治理前最高的86个收费包压减到现在每个终端不多于6个收费包。收费免费内容都有显著标识，明显减少了用户的“套娃”感受。此外，有线电视、IPTV和互联网电视都加强了优质免费内容供给。1月15日，“重温经典”频道在全国7省份试播，2

月1日频道将面向全国播出。

“双治理”工作实施后，用户回流、收视增长情况明显。去年底，全国有线电视和IPTV缴费用户数较9月份分别净增78.47万、429.13万。收视率整体呈上升趋势，直播频道收视活跃度近4个月持续增长，累计涨幅约13.6%。中国消费者协会对治理工作开展第三方评估。评估结果显示，八成以上的消费者认为治理后免费内容更多、更好找，消费流程和内容更清晰。九成左右的消费者对电视操作复杂专项治理和深化客户服务给予肯定和积极评价。

驻京记者 赵玥（本报北京今日电）



86% IPTV用户直播频道看《繁花》

“上海治理”初见成效

记者昨天获悉，经过四个多月的合力推进，目前上海治理电视“套娃”收费和操作复杂第一阶段工作已经实现目标。上海百视通已完成上海地区518万IPTV用户电视界面的更新升级，上海地区IPTV电视用户基本实现开机即进入全屏频道直播，看电视，更方便，更舒心，更简单。

自去年8月21日，国家广播电视总局联合有关单位开展治理电视“套娃”收费和操作复杂工作，上海IPTV集成播控平台百视通迅速响应，联合三大运营商，快速推进治理电视“套娃”收费和操作复杂工作。更新升级后，上海地区IPTV用户、有线电视用户

打开电视机就能全屏观看电视直播频道并默认播放CCTV-1，随后即可随心所欲“调频道”：通过遥控器“上下”键可切换直播频道，按“菜单”键可查看节目单。在全屏播放状态下，IPTV用户可通过遥控器“返回”键返回交互主页中的“看电视”页，享受更多电视服务。

根据之前中国消费者协会展开的第三方调查，通过治理，八成以上消费者认为观看电视直播频道的便利性得到了提升，更多用户开始回归电视收看直播频道。近期，现象级电视剧《繁花》热播，数据显示，在IPTV平台观看《繁花》的用户中，有86%的用户通过电视直播频道观看，观看时长达1841万小时。这也从一个侧面体现自8月国家广播电视总局开展治理电视“套娃”收费和操作复杂工作以来，电视界面的更新升级真正方便了用户的操作，更多用户开始回归电视收看直播频道。

在此次升级后的交互主页中，新闻和免费内容展示已做优化和重点推荐，百视通全新规划的免费专区提质提量，首页直达。升级后的免费专区节目量达10万小时，专区首行显著位置不断更新推荐当周精彩限免内容，用户可通过分类入口进入各类别筛选查找喜爱的免费节目。此外，百视通将原有的收费包进行缩减，优化至目前影视VIP、少儿、电竞、体育和音乐等几大类收费包，不再另设名义、名目增设小类。同时还增设了付费单片专区，集中呈现所有单片付费影片，并统一延长观看有效期至7天。这样一来，令人头疼的“选项”变少了，选择变得更容易了。同时，为了切实保障消费者权益，用户在之前订购的各类节目包权益保持不变。

本报记者 吴翔



在商场造一座书的园林

方所书店北京首店开幕开启文化远游

上个周末，方所书店在五棵松万达开出了北京首店。《庄子·外篇》里的“知北游”成了方所北京店开幕季的主题，既是中国哲人对于“人生天地间”的终极思考，也是方所对北方的探索和向文化多样性的远游。

共同生长

自2011年在广州创立第一家，方所已在

成都、青岛、西安、三亚设立多家直营门店。13年时间开出6家门店，相较于很多连锁书店来说，方所扩张的速度并不快。创始人毛继鸿希望打造一个共同生长的文化空间。

方所入口处的四根立柱采用无限符号的设计，使用的是30年以上的俄罗斯樟子松，通过工匠人的反复打磨和精巧设计，全榫卯结构扭转出知识的大门无限敞开的愿景。在这个从北方园林中抽丝剥茧设计出的美学空间里，中庭为开放式的，未来的讲座活动都将在这里展开。

书店四周是环绕式的美学空间，建筑本身的几何造型分隔，犹如园林的镂空之窗，让置身于商场中庭或其他楼层的顾客，都可以透视到书的风景。图书选品包含艺术设计与美育、文学生活、新思潮、ACG四大板块，还有原创设计品牌例外服饰展示区，以及小方所和展览空间。

开幕展览《书的内外》围绕艺术家徐冰作品《地书》为核心，

融合艺术家蒋华、何浩之经典力作，在过去、当下与未来中抽丝剥茧，通过对“书之内外”的集中呈现，探索阅读中“日用而不知”的部分，寻找另一种在阅读中体验生活的新方式。

知识传播

方所北游，也是回应毛继鸿1989年来到北京求学问道的那段经历。那些年，他在中央美院、北京电影学院等高校听了许多讲座，看了许多展览，“在北京，我看到了真正的知识分子。”因而，他也希望在方所，十年后会有一年轻人告诉他：“感谢你开了方所，因为我在这里遇到了那本书，遇到了那个作家，遇到了那个创作人，遇到了那个展览，让我改变了我的人生。”

当毛继鸿是设计师时，他希望自己的创作可以吸引观者的注意力，解决他内心的问号。当毛继鸿是书店从业者时，他希望书店成为他的作品，为读者带来想象力、灵感与感动。让他欣喜的是，去年1月至9月，方所盈利了。



2023年，方所的图书销售额同比增长45%，其中文学类图书销售额增长41%，ACG销售额同比增长165%，小方所销售额同比增长60%。

方所的每一次迈步，都带着许多话题。中华书局总编辑尹涛评价：“这背后体现的是一种文化的力量、思想的力量。”从方所诞生的第一天起，每天晨会，店员们都会共同读一首诗。在方所北京店开业的第一天，店员们共读了北大校园诗人戈麦的《天象》。

每一家方所的开业，都不是简单的复制，都对城市的在地文化进行了深入的探索。毛继鸿十几年前给方所的定义是文化的策源地，如今是公共文化空间的策划和运营机构，他希望方所是既有人文关怀又能盈利的品牌，“文化空间都要面临生存的问题，我要乐趣和价值共生”。

驻京记者 赵玥
(本报北京今日电)

