

平台企业规范、整改“靴子落地”

平台经济迎来健康发展新阶段

1月16日午后,微博公号“滴滴出行”发布消息称,一年多来,公司认真配合国家网络安全审查,严肃对待审查中发现的安全问题,进行了全面整改。经报网络安全审查办公室同意,即日起恢复“滴滴出行”的新用户注册。

这是近期连串平台经济利好消息的最新一则。在过去一个多月里,从蚂蚁集团完成增资扩股,到加快游戏版号放行,再加上去年年中时BOSS直聘、满帮等也完成全面整改并恢复新用户注册,可以说,我国政府为期两年的互联网巨头反垄断,以及网络安全调查等工作,正式告一段落了。而互联网企业尤其头部企业也将轻装上阵,在引领发展、创造就业、国际竞争中继续大显身手。 ■新快报记者 郑志辉

政策面频频释放信号

回首往昔,就能看到我国政府在对互联网及平台型巨头的规范、整顿,在沿着一条清晰的脉络分阶段、稳步推进。

首先,距离上一轮监管约有两年了,相关公司都已逐步做出了整改动作。包括腾讯对京东、美团的减持;腾讯取消其主导的虎牙与斗鱼合并;腾讯解除网络音乐独家版权;阿里、美团等停止二选一;蚂蚁集团把放贷业务拆分到“蚂蚁消金”等。

相应地,相关公司也已受到了应有的惩罚,包括阿里巴巴因涉嫌垄断产生的182.28亿元罚金,美团因涉嫌垄断产生的34.42亿元罚金,等等。在平台企业金融业务方面,自2020年11月以来,人民银行、银保监会、证监会等金融管理部门,先后数次约谈了包括蚂蚁集团、腾讯、度小满金融、京东金融、360数科等在内的共14家从事金融业务的网络平台企业。

进入2022年,政策面开始频频释放信号。2022年4月,中共中央政治局召开会议强调,要促进平台经济健康发展,完成平台经济专项整改,实施常态化监管,出台支持平台经济规范健康发展的具体措施。

6月29日,在经过近一年的整改后,BOSS直聘和满帮集团相继发布公告称,即日起恢复旗下产品的新用户注册,同时承诺公司将继续采取有效措施,切实保障平台设施安全 and 大数据安全,维护国家安全。

11月7日,国务院新闻办负责人在回答记者提问“中国现在是否已完成了对互联网平台企业的规范和整顿”时表示,对互联网平台企业,总体上秉持着促进发展与监管规范并行、政策引导和依法管理并举、社会效益和经济效益并重的理念,为互联网平台企业发展营造良好环境。

11月29日,360数科在港交所挂牌,完成二次上市工作。

12月17日,中央经济工作会议指出,“要大力发展数字经济,提升常态化监管水平,支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中中大显身手。”

12月30日,重庆银保监局官网显示,已经批复通过蚂蚁消费金融的增资方案。2023年1月7日,蚂蚁集团宣布调整股东上层结构,在不变动经济权益下,马云放弃公司控制权。

2023年1月13日,央行相关负责人在新闻发布会上透露,2020年11月以



来,金融管理部门指导督促蚂蚁集团等14家大型平台企业针对过去金融业务存在的无牌经营等突出问题扎实开展整改。目前,大多数问题已基本完成整改,大型平台企业合规经营、公平竞争,消费者保护意识明显增强,金融业务不断规范。

带来生机勃勃新气象

平台的治理、规范也为行业带来生机勃勃的新气象。以网约车行业为例,在此期间,行业二线玩家加速赛跑,新玩家不断涌入,资本也全力助力推动。曹操出行和T3出行等自营网约车企业不断加码补贴力度,进驻多城,同时寻求更多融资以扩大规模。而在滴滴自身,在当前这个时间节点恢复新用户注册,意味着滴滴可以把握住春运期间的

出行潮来追回业绩。

有投资人认为,中国最有价值的、活跃的打车用户群体,已经在滴滴扎根了;重新恢复新用户注册,是当前提振民营经济和民营企业信心的标志性、里程碑事件之一。

平台经济迈入新监管时代,伴随而来的是优化规则、明晰方向、稳定预期,同时,监管审查等相应的定义会更精确,操作细则会更明朗,以滴滴为代表的平台企业走过的监管合规之路,也为更多的平台企业提供了参考。

平安证券首席经济学家钟正生前表示,这也意味着平台经济迎来新的发展阶段。平台经济是前期监管政策的重点关注对象,也是民营企业的重要组成部分,其在稳定就业中发挥着重要作用。

遭遇“套娃式充会员” 智能电视沦为客厅摆设

新快报讯 记者陈学东报道“现在只要想看电视,就得先付费,不然什么都看不了。”最近,有不少消费者表示,电视越来越没有底线了,不仅开机要先看90秒的开机广告,还有弹窗广告,观看自己感兴趣的内容,总是需要另外付费购买会员。

智能电视,以其出色的屏幕表现力,依托互联网的海量内容资源和可以自主选择观看内容的个性化优势,已经被越来越多的消费者作为必不可少的家电选择购买,可“一充再充”的“套娃式充会员”正加速把智能电视变成客厅摆设。

会员充了一个又一个

“套娃式充会员”,是指尽管消费者

在智能电视上充了一个又一个会员,还是很难想看什么就看什么。观众如果想知道自由自在地看电视,需要购买电视内置的会员+视频网站电影会员+电视剧会员+儿童会员……这就好像俄罗斯套娃一样,打开一个后还有另一个等着你,并且你也不知道想看的节目还需要买几个会员才能看到。

家住浙江的李蕾对此便深有同感,“年前刚花5000元左右买了电视,先花了1000块左右装宽带、装有线电视,结果想要看电影,得充腾讯的VIP,想看综艺,得充爱奇艺的VIP,家里的小孩想看动画片,还要充值动漫VIP,整个操作就很恶心。”

“开通了小米电视会员后,只能观看

部分影视剧,但要看其他剧和电影,还需再另外买会员。”消费者张强抱怨,他花了近300元的价格,却无法观看自己喜欢的内容。事实上,小米电视的会员体系较为简单,只有单会员产品,主要涵盖奇异果TV(爱奇艺)内容,如果用户想要观看其他平台的会员,则需要另外下载安装视频应用,同时购买该平台会员。

但让张强不解的是,当小米会员过期后,他不仅无法观看奇异果TV,就连此前购买的优酷、腾讯会员也无法使用。“客服给出的回答是,必须开通小米会员,其他会员才能使用,这种捆绑销售就很没有道理。”

类似小米电视这种“套娃式”的收费模式,在各大电视品牌中屡见不鲜。海信电视的会员体系分为单会员和组合会员两种,单会员则包含奇异果TV、芒果TV、华数、4K花园等平台,组合会员则是将上述单会员权益,统一纳入海信的内容平台聚好看影视VIP中,用户可以直接登录海信的账号进行购买及观看。但对于未曾打通极光TV(腾讯)、酷喵(优酷)等视频平台,用户仍需要单独下载及购买相应会员才能观看。

产业链中多方利益博弈

因此有不少消费者吐槽,视频平台们的多终端播放,并不能带给用户多少切实的权益,只是徒增价格。

在这场没有硝烟的战争中,电视品牌销售了终端产品,同时与视频平台联手,打造了更为“丰富”的内容平台;而视频平台则借由电视的渠道,售卖出更多的会员产品,只有用户面临着“套娃式”的消费体验,在一个又一个的VIP中无奈又愤怒。

造成“套娃式会员”体系的原因,是互联网电视产业链中多方的利益博弈。目前,在中国互联网电视服务行业实行许可准入制,只有拥有广电总局发放的“集成牌照”与“内容服务牌照”的机构,才能提供相关服务。

与此同时,不同的智能电视品牌也有自己的信息源,推荐比例也会根据与视频平台的合作关系而有所侧重,继而进行后续分成,这也是为何电视系统需要自己的会员体系,不仅要保证其内容生态的多样性,还要为之后的硬件产品打下内容根基。

有业内人士表示,如今的电视内容之所以会形成如此混乱、像俄罗斯套娃一样的收费逻辑,并不单单是视频网站或电视品牌某一方的问题,而是其背后层层嵌套的各方利益之间商业博弈的结果。所以要解决这个问题,也必然面临许多问题,需要各方齐心协力。



一起了解更多
3C 前沿资讯