

充不完的会员、看不完的广告、

跌成白菜价也屡遭嫌弃，

想顺心看个电视
一年会员费上千元

“购买电视机时，导购向我极力推荐影视会员，说包含了多个平台的影视资源，有最新的电影和电视剧。”吕鹏吐槽说，“等买完电视机，装了宽带、有线，又充了一年影视会员后，发现很多大片、电视课堂还需要单独付费。孩子想看的动画、绘本，要办儿童成长会员；我们想看综艺节目，还要下载各种视频APP，再办会员，看什么都要花钱，那买智能电视机图个啥？”

类似的“套娃式”收费模式，在各大电视节目和视频屡见不鲜。据了解，目前市面上的品牌，小米、海信、创维、华为等品牌电视都有自己的会员体系。如果仅仅购买了电视，不相应购买会员，那就只能观看系统内少量相对陈旧或冷门的免费内容。

但购买了电视会员就能无障碍观看内容吗？互联网付费永无止境。开通电视会员只是一个开头，当你打开少儿频道或体育频道时，系统又会提示必须开通专门会员才能观看。

一些智能电视机品牌开始打造内容库，并建立付费会员体系。但对于未曾打通的视频平台，用户仍需单独下载及购买相应会员才能观看。并且，支持电视端观看的会员与手机端并不兼容，价格也比手机端的会员要高出许多。

吕鹏算了一笔账，开通电视的影视会员268元/年，儿童成长会员349元/年，“专区”菜单栏中的影视资源都来自于第三方平台，仅开通界面显示的5个第三方平台年度会员，加起来每年就要800多元，如果想看体育节目，还要再开通一个体育会员，价格348元/年。“仅仅一年的电视会员费，就要1800元左右，花的钱比买一

台新电视还多。”

近日有评测博主重新统计了电视无障碍观剧所需要花费的会员费，随着各大视频平台会员费用的上涨，如果智能电视用户想顺利观影，会员费已经从2022年的1305元上涨至1612元（爱奇艺星钻VIP428元/年、腾讯视频超级影视VIP348元/年、优酷酷喵VIP488元/年、芒果TV全屏会员348元/年）。

除了种类繁多复杂的会员收费，让市民李先生无法接受的是，他购买的电视会员年卡到期后，不仅无法观看奇异果TV，就连此前购买的优酷会员也无法继续使用了。而客服给出的回答是，必须开通电视影视会员，其他会员才能使用，“这不是变相地捆绑式消费吗？”

“开通了会员，却不知道能享受哪些服务，包含哪些版块的内容，页面上没有详细说明。”李先生告诉记者，他充值视频会员时，找了好久也没找到详细说明，最后在付款页面下方才发现一行小字写着“购买后即可观看VIP分类所有内容”。另一个视频平台的会员充值界面，点开“会员权益”栏，内容特权中显示了“院线新片”“独家综艺”“优质儿童内容”等内容。“可办了会员之后，我才发现想看的节目需要另付费。”李先生表示，平台应该用更直观明了的方式进行提示，让消费者都能明白并理解购买的是哪些内容和权限。

过去几年，智能电视收费乱象频频被观众吐槽。互联网电视带来的并不是开机即享的海量内容，反而是套娃式收费和层出不穷的套路，内置内容付费过度细分且体系复杂，不同系统、终端、APP，甚至电影、电视剧这两大内容类目都没有打通。

买电视易，看电视难。

大屏电视春节前跌成白菜价。小米

一款65英寸4K电视仅售1589元，TCL一款65英寸4K电视仅售1679元……趁着大降价，家住广州市番禺区市桥的市民吕鹏节前给家里换了台65英寸的大电视，可令他没想到的是，“看个电视太费劲了”。

许多网友也吐槽，如今的智能电视会员收费过高、需要开通各种会员才能观看完整剧集，而且“套娃式收费”让你防不胜防；同时，不仅开机广告无法跳过，视频播放前的广告、窗口广告、贴片广告接连不断；再者，一部智能电视机要配好几个遥控器，操作过于繁琐复杂。新快报记者调查发现，老年人不知如何使用、年轻人觉得麻烦不用，一堆糟心事正在使智能电视离人们的生活越来越远。

■新快报记者 陈学东

开机关机都是广告
超七成受访者“不能忍”

除了会员充值，开机广告同样是用户的吐槽点。

“每次开机都有开屏广告，时长从15秒到40秒不等，其他的广告更是多如牛毛，待机广告、贴片广告、视频穿插广告，就连关机也得一个广告送走你。”消费者刘女士告诉记者，前不久给父母换了一台智能电视机，没成想，孝敬爸妈的电视机成了“摆设”。“打开电视机，先弹出的是两个开机广告，按‘返回’键才能关闭。进入菜单选择页面后，占据醒目位置的是会员广告，而电视最基本的功能，藏在一个不起眼的小框里。稀里糊涂按来按去，想看的电视节目没出来，反倒可能按出付费内容。”刘女士说。

“每次打开电视就要看一段广告，关机的时候还要再来一遍，有时候点播个节目还要看广

告，切换频道时，还会自动弹出‘看电视会员，限时××元一年’等类似广告。本来想看电视，结果被漫长的商品广告‘迎头痛击’。”江苏无锡的丁雷表示，这让他十分反感。

实际上，2020年，中国电子视像行业协会组织就制定了团体标准《智能电视开机广告服务规范》，其中有“开机广告播放总时长不应超过30秒，本规范推荐广告时长在15秒以内为宜”的规定。广告法规定，利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。

虽早有规定，记者在调查中发现，智能电视的开机广告违规行为仍然十分普遍。不少智能电视的广告时长不仅超过30秒，而且并未在显

著位置提供关闭标志，甚至根本没有跳过或关闭标志。

而一些开机广告在提示用户按“返回键”等按钮关闭广告后，相关视频APP的会员充值、会员活动等广告又堂而皇之地占据整个页面，让人防不胜防，甚至用户开了会员，片头和片中还会有会员专属广告，总之，广告无处不在。

根据人民财经研究院发布的《2021年智能电视开机广告调研报告》，超过89.9%的被调查者表示家中的智能电视含有开机广告，86.09%的厂商没有设置开机广告的“一键取消或关闭按钮”，而72.73%的被调查者对开机广告表示“一秒都不能忍”。除此之外，还有视频播放前的广告、窗口广告、贴片广告等。这些广告，如果不购买会员，往往难以关闭或跳过。