

看电视为啥变得越来越复杂

电视机正变得越来越复杂，就连年轻人也直呼“搞不懂”。现在的智能电视机大多内嵌了多套不兼容的会员体系，哪怕充了一个会员、又充一个会员、再充一个会员，可能你仍然无法看到你想看的所有影视内容。



1 网友吐槽：给电视多次充值后 仍无法看所看内容

日前，有网友发视频痛骂，“现在的电视机到底是智能电视还是智障电视？要装宽带、还要装机顶盒，把这些都搞好能够看我也就认了，但是为什么这个要会员？那个要充值？”

记者注意到，与幼时回忆中“看哪个台调哪个台”的传统电视机不同，智能电视机已逐渐成为市场上的主流产品。

一方面，智能电视机仍承载着传

统电视机的功能，只要配备机顶盒，照样可以收看中央电视台和各大卫视等；另一方面，它还可以联网观看网络影视，但这也招致了许多吐槽。

比如，2022年9月，有网友在黑猫投诉平台上投诉称，酷开的电视会员种类多，宣传信息不明确，其小孩在观看动画片时弹出付费窗口，于是开了包年会员（218元），但仍无法观看，需要再开亲子会员，“（当

时）也没说影视会员不能看动画片，太坑了！”

目前，这一起投诉为“已完成”状态，但酷开方面的回复内容等被隐藏，无法查看处理措施。

记者发现，目前，大部分电视机品牌产品都内嵌了多套不兼容的视频体系，这也直接造成了消费者在多次充值会员后仍然无法观看所有想看的影视内容。

2 三大场景造就“套娃式充会员”

记者调查、总结发现，消费者之所以会产生诸如“我刚充了会员，怎么又要充会员”的感觉，主要是因为市场、行业结构导致有三种场景会发生在我们的生活中。

场景一：不同平台的会员充值

先来看电视机行业巨头海信视像（600060.SH）。财报显示，海信视像在2021年的电视产品（含激光电视）的零售额市场占有率为20.92%，蝉联全国第一。

而海信官方旗舰店的客服告诉记者，他们推出的不同型号电视机的内容方（影视方）不同。比如，海信55E3H电视机自带的内容方是爱奇艺，65E35H型号电视机自带的为优酷。

“如果您需要（其他APP平台）可以自己下载，用U盘在电脑上下载安装在电视机上。”海信客户服务中心的客服对记者说。

不仅仅是海信视像，记者了解到，如TCL等品牌的电视机产品也是如此：电视机有自带的内容方，但同时也支持用户自行下载其他APP平台进行安装。

从厂商的角度考虑，如果电视机能提供的网络影视内容越多，自然越能受到消费者的喜爱，但电视机厂商无力打通所有视频APP，只能将这些APP平台杂糅到一台电视机中。

简单来说，电视机正变得手机化。现在的电视机就像是一个大屏手机，可以安装不同的APP，用户

需要观看视频的时候，需要为每个APP单独充值会员，甚至付费点播。

假设，某用户的电视机内安装了A、B、C三款APP，该用户为了看电影《甲》在平台A充值了会员，而后又想看电影《乙》，但《乙》在B平台独家播放，所以需要再次充值会员。

场景二：同一平台的不同端口会员充值

在解答记者的问题时，多家电视机厂商的工作人员直接称呼内容方为“爱奇艺”“优酷”或“腾讯视频”，但事实上，这些APP平台都拥有自己的电视版本专属的名字。

据介绍，爱奇艺的电视版名为“（银河）奇异果TV”，优酷的电视名为“酷喵”，腾讯视频的电视版本名为“云视听（极光）”。

某电视机厂商的工作人员告诉记者，这些平台的手机端会员无法在电视端使用。

也就是说，哪怕你的账号拥有某平台的手机端会员，但在电视上登录该账号，仍然无法在电视上播放该平台的会员内容。

不仅如此，支持电视端会员的收费往往高于手机端会员。

以爱奇艺为例，其黄金VIP仅支持电脑、手机、平板三个端口使用，而白金VIP多加了电视端口。在没有折扣的情况下，黄金VIP是30元/月、78元/季、258元/年，而白金VIP是50元/月、128元/季、388元/年。

场景三：区分少儿内容的会员充值

上面两种场景都是基于电视机内存在不同体系的会员，但记者发现，有厂商正在试图打造聚合型平台，比如海信视像和小米集团（01810.HK）。

其中，海信视像旗下拥有品牌“聚好看”。聚好看官网显示，其内容生态覆盖100%热播剧、100%影视大片，正片总时长超过200万小时，涵盖爱奇艺、腾讯和优酷等平台优质内容。

而海信的相关工作人员用比较通俗的话向记者解释了聚好看的运营模式，“相当于聚好看是一个大APP，里面包含了优酷、奇异果、芒果这样。”

相比之下，小米自己打造的平台似乎已渐成体系。据国际在线2022年12月报道，小米电视影视会员（电视端）和小米影视会员（移动端）双端整合，品牌升级为小米影视VIP会员。

不过，记者发现，即便处于同一体系下，小米电视机的用户可能仍然需要充值两次。

除了小米影视VIP会员外，小米现在还推出了小米儿童成长VIP会员，可享受权益包括26万集动画片、2.7万首儿歌、3000部绘本以及4000部英语动画等。

假设一个家庭买了小米电视，且孩子有观看需求，每年花在小米电视上的充值费用约为697元，包括小米影视VIP会员年卡348元、小米儿童成长VIP会员349元（现均有折扣）。

3 记者观察：为啥要把电视复杂化？

记者回溯发现，2016年左右，在贾跃亭执掌下的乐视推出“生态补贴硬件”玩法，即以低于成本的价格将乐视超级电视卖给消费者，甚至推出过“买会员送硬件”的活动。

这一套玩法可以简单理解为：乐视超级电视亏钱，但通过“客厅营销”把钱赚回来。

2016年11月底，乐视超级电视在官方公众号宣布，超级电视的诞生

降低了使用智能电视的门槛，让900万家庭迈入大屏生态生活，并使智能电视全行业均价降幅超过30%。

多年过去，乐视的生态已经玩崩，但是这一套玩法似乎在电视机厂商中传了下来。

某电视机厂商的相关人士向记者确认，预装APP平台、开机广告、第三方会员抽成都是他们收入的一部分，但受访者表示其不清楚具体的抽

成费用等数据。

或许可以参照手机来回看电视机。据报道，给手机预装一款不可卸载软件一般收费在3元左右。

假设电视机的预装费用也能到3元/款，那么对于一家年出货量5000万台的电视机厂商来说，仅从一款APP平台上的获利或许就能达到1.5亿元。

本报综合消息

春节临近，订餐骗局频发

年终岁末，又到了各个商家冲业绩的关键时刻。如果你是餐饮店的老板，这个节骨眼儿突然接到大额的订餐单，是不是心里早已乐开了花。但是，再高兴也别犯迷糊，尤其是当顾客提出“先垫款、后结算”的要求时，一定要小心再小心。

因为这一次，骗子不再冒充“军警”人员到处“采购军需物资”，而是冒充“学校老师”“机关办事员”，先以订购“团体餐”为诱饵，再以代购“佛跳墙”等高价菜为幌子，诱骗当事人转账，然后就玩起了消失。

多家商户被骗损失数十万元

2022年11月29日，福建省上杭县古田派出所接到黄某报警，称自己被骗了近4万元。经查，黄某是一餐饮店老板，2022年11月28日，一位自称是某学校老师的林某加其微信，说学校举行大型活动需要订餐，黄某欣然同意。

此时，“林老师”提出一个要求，说菜品里面需要有“佛跳墙”这道菜。因“佛跳墙”烹制工艺繁琐、食材讲究，黄某不会制作，便欲拒绝。“林老师”提出了一个折中的办法，他向黄某推荐一名供货商的微信，说该供货商会制作“佛跳墙”，黄某可以向他订购，然后再与其他菜品一道送到学校。

黄某觉得这个主意不错，便添加了该供货商的微信，向其转账订购金3.8万元。可没想到，钱刚到账，这个“林老师”便与供货商一起将黄某拉黑，消失了。这时，黄某才反应过来自己被骗了，可为时已晚。

其实，早在2022年9月的开学季，冒充学校老师以订餐为由实施的“代购骗局”就屡见不鲜，而且诈骗手法更“专业”。仅一个多月，福建省福州市就有15户商家被骗60余万元，其中不乏大型知名餐饮店、面包店和汉堡店。

2022年9月21日，泉州市一家知名面包店分店负责人陈先生接到一个陌生电话。对方自称是某中学的刘老师，称学校要搞活动，需要订购一些面包、饮料。第二天，“刘老师”又发来信息说，学校还想订购一批“佛跳墙”，但是因为“校长与出售佛跳墙的老板发生冲突”，想通过陈先生代为购买。“刘老师”还称，他会马上转钱过来，让陈先生不必担心。

想着帮客户也是举手之劳，陈先生便答应了。于是，他添加对方推荐的“佛跳墙”供货商微信，约定交易数量和交接时间。等到陈先生与供货商谈妥了，“刘老师”马上发来一张由“对公账户××中学”向其个人转账的转账截图，同时解释，对公账户转账延迟一小时才到账。于是，陈先生便打消了顾虑，分多次向“佛跳墙”供货商转账。每转完一次，“刘老师”就发微信说要增加数量。如此这般操作下来，陈先生前前后后共转了7次钱，金额有19.8万元之多。

在“刘老师”第8次提出要追加购买时，陈先生感觉不对劲，这才想起要确认对方的身份。他拨打该中学电话，查询是否有“刘老师”这个人，不出所料，对方答复自然是“没有”。

订餐诈骗套路明显有迹可循

据泉州市反诈骗中心分析，此类骗局的受骗对象主要是销售海鲜、肉禽、蔬菜的个体商户和饭店、食杂店、面包店等餐饮行业的经营者，骗子行骗的基本脉络可总结为以下几步：

首先，“顾客”抛出大额订单作诱饵。骗子会通过各种平台获取食品餐饮从业者的手机号、微信等信息，随后与之取得联系，以顾客身份要求生意合作。为了让受害人放松戒备，骗子多自称是学校、企业、机关等单位人员或负责人，表示要订购大量的“学生餐”“工作餐”“团体餐”，诱惑对方上钩。

第二步，要求商家代购指定菜品。取得受害人信任后，“顾客”会谎称还需要订购某些特定菜品（如多数餐饮企业无法提供的“佛跳墙”），并表示自己有低价的供货渠道，但因诸多原因不方便直接联系，需要受害人帮忙垫资代为采购。为了获得“大订单”或者赚取代购差价，很多商家会选择满足骗子的需求，积极进行联系。

第三步，“供货商”出场。此时，假顾客便会向商家推送一个虚假的供货商微信号，称该“供货商”可以快速提供价格低廉的产品。其实，这个“供货商”有可能是假顾客的同伙，也有可能就是其本人。

第四步，“顾客”与“供货商”联合诈骗。受害人信以为真后联系“供应商”，对方会要求“先款后货”或者提前缴纳订金的支付方式。等到受害人先行垫付“订金”或“货款”后，“顾客”又会以种种理由继续增加订购数量，并伪造转账记录稳住受害人。直到受害人察觉不对劲，“顾客”和“供货商”便会立即将其拉黑，令受害人遭受经济损失。

切勿为了“芝麻”丢了“西瓜”

通过分析此类骗局不难发现，骗子行骗的基本脉络很简单，之所以能多次得逞，主要是利用了商家急于获利的心理，用一点“甜头”就能获得对方的信任。

春节近在眼前，针对此类订餐骗局高发的情况，警方特别给出了防骗提示，希望商家能擦亮双眼，免遭经济损失。

首先，骗子可以从各种外卖平台或餐饮推荐平台轻易获取商家电话，所以当商家接到大额订单的陌生电话时，要保持清醒，多方核实对方的身份信息。

其次，包括学校在内的国家机关、政府部门、事业单位，其采购物资都有专业、规范的流程、渠道，任何学校、企事业单位均不会轻易通过微信、电话等方式与个体商户合作。

第三，如遇到对方要求“垫款采购、事后结算”的情况，一定要提高警惕，面对面核实对方的真实身份。在没有当面确认的情况下，即便看到转账截图却未实际到账，都不要先行垫付相关费用。如对方以各种理由不予见面，一定要立即停止交易，谨防上当受骗。

最后，一旦被骗，要保持冷静，及时拨打110报警，留存聊天、交易记录，配合公安机关开展相关工作。

本报综合消息