

清华北大“门票”贵过环球影城

“如果两个学校全去的话，我们一家三口光进学校的花费就要快2000元，想来想去还是太贵了，不行就绕着学校走一圈吧。”这个暑假除了各大旅游景点一票难求，免费开放供游客参观的清华北大也被“黄牛党”盯上了，一家三口清北一圈2000元的价格甚至贵过了环球影城。

近日，记者走访调查发现，有“黄牛”在网上公开报价360元可进清华或者北大，甚至部分“黄牛”手中的预约名额被购买一空。“名校黄牛”层出不穷的背后，折射出的是对于大学校园公共服务属性的需求。解决乱象的关键在于如何有效构建学校秩序和社会秩序。

关于大学围墙是否合理，早已被“黄牛”突破的围墙，又应该如何重建再一次被提出。

无偿“官道”抢不上 有偿预约也火爆

一连蹲点三天，设置好了倒计时秒表，8点钟准时冲进预约界面，张恒除了见证清华、北大校园预约名额是如何秒没的，其他就剩反复填写预约信息。

张恒的儿子今年小升初考得不错，儿子去北京的一个愿望就是看看中国最好的高校。“谁还没个清北的梦。”就为了儿子这句话，也希望孩子树立一个未来的目标，张恒一家三口去北京旅游的行程单里，清北校园游是最早被计划的。除清北之外，故宫、颐和园、环球影城等北京的热门景区用张恒的话说，来都来了，也不能“免俗”。

“看新闻，做好了故宫门票不好抢的准备，也有了去环球影城排大队的预期，怎么也没想到进清华、北大是这次来北京旅游中最难突破的环节。”张恒无奈地说，故宫虽然火爆，但还有一日游“江湖救急”，环球影城人多，但早起点还能冲一冲，清北就不一样了，只能靠自己抢。

在连续三天抢预约受挫后，靠自己抢不到票的张恒动起了找黄牛的心思。在闲鱼等多个平台搜索之后，张恒还真找到了号称能帮忙预约进校的“黄牛”。“我问了几个自称有办法能帮忙约进学校的人，他们的报价都是300多元。如果两个学校全去的话，我们一家三口光进学校的花费就要快2000元，想来想去还是太贵了，不行就绕着学校走一圈吧。”张恒说。

对比北京其他景点来看，故宫官售门票为60元/张，颐和园全价联票同样为60元/张，另有一些博物馆基本为免费预约。用张恒的话来说，如果通过黄牛预约去了清北，这一趟的花销将超过环球影城一家三口的门票。“不是我们不愿意为中国顶尖学府买单，关键是环球影城的门票是官方定价、官方渠道，清北的官方渠道是免费的，这买单的钱也到不了学校手里。”

未开放前一二百元 开放后价格反而翻番

和张恒有着类似感受的游客不在少数。记者注意到，目前多个社交平台上均有多条涉及“清北预约抢票攻略”“有偿清北预约”的讨论。一名声称可帮忙预约进校参观的“黄牛”表示，进入清北的门票价格为单人单校360元。另一名“黄牛”价格稍低，收费标准为清华大学350元、北京大学320元。当被问及多人及儿童如何收费时，两名“黄牛”均表示，收费按人头算，不分儿童、成人，如果预订人数多可以便宜一些。

关于清北预约的黄牛追踪，记者早在今年4月便已经开始。当时的清北尚未全面开放预约，相关黄牛报价在100元—200元。当被问及多人及儿童如何收费时，两名“黄牛”均表示，收费按人头算，不分儿童、成人，如果预订人数多可以便宜一些。

让记者意想不到的是，尽管要价超300元，但清北参观名额仍是被争抢的紧俏货。相隔几日后，记者确定好日期找“黄牛”进行预约时，却被告知暑期预约名额已满，“清北预约都满了，所以链接下架了。”

记者尝试联系了另一名要价350元的“黄牛”。但同样仅隔半天，该“黄牛”就表示7月档期已约满，只剩8月名额。同时，该“黄牛”还表示，自己全年都能帮忙预约进校，但

价格会贵一些。“封顶500元，学校内部非常严。”而清华大学和北京大学此前发布的预约参观通知显示，清华大学暑期对外开放到8月6日，北京大学则表示，一般情况下，寒暑假、法定节假日及双休日期间均开放校园参观。

讲解两小时收费1000元 研学游爆炒清北概念

一名以“清北研学一日游”为卖点的卖家告诉记者，一趟一日游收费500元，但内容仅为带进学校参观。该卖家透露，除预约进校外，他还能提供校内一对一的学霸讲解，收费为两小时1000元。

此外，该卖家还提供与清北相关的校外研学产品。即在校园附近，清北学霸一对多的半日研学，收费标准为家长199元、孩子399元。当被问及预约渠道时，该卖家则表示，预约为团体预约，并称“门票太少了，他们帮客户买，所以才收钱”。

从官方认可的预约渠道来看，清华大学团队参观须通过“清华大学保卫部”网站进行预约，可预约未来14天参观，团队参观仅面向中小学生学习群体开放，预约主体为中小学或教育主

管部门。北京大学则强调，中小学和教育行政部门等预约团体入校，可提前与学校招生办、院系，或保卫部沟通，按流程办理。两所高校均未提及面向社会企业开放团体预约通道。

黄牛辩称“成本很高” 官方屡禁不止

目前，清北进校方式中被官方认可的预约进校渠道均为免费。除今年暑期面向公众开放的校园预约外，清北两所学校在此前就开放了校友、教职工和学生亲友的预约渠道。而活跃在网络平台上的清北“黄牛”又是通过何种方式帮助游客预约进校？

针对这一问题，多名“黄牛”均表示了缄默。一名黄牛隐晦地称“有自己的渠道”，并表示不方便透露。另一名“黄牛”则称超300元的定价并非自己要价高，而是“成本就很高”。

记者注意到，在多个社交平台上，不少游客直接留言，希望能找到在清北就读的学生帮忙预约进校参观，部分游客更是直接表示愿意为此付费。

据媒体报道，7月7日，北京大学保卫部

曾发布违规情况通报，称发现一支名为“狼爸部落”的校外研学团队，通过联系校内人员、借用账号在树洞平台发布预约求助信息等方式拆分预约，由多名校内师生预约入校。对此，北大的处理结果为，关闭组织人员物理学院博士生袁某兴的预约入校系统使用权限，不再恢复。同时暂停该团队校内人员的预约入校系统使用权限2个月。

今年刚从清华大学毕业的学子小蔡告诉记者，学校开放给在校学生的预约名额为每日3人次。“预约系统主要是开放给学生亲友进校。”小蔡说。清华大学此前发布的开放学生亲友入校通知显示，如有为无关人员预约或转借、转租账号为他人预约等情形，将按校纪校规进行处理处罚。

除了高校的内部处理，海淀警方也在暑期进行了面向“黄牛”的打击。公开信息显示，针对近期辖区相关高校开放校园参观出现的“有偿”带客入校、颐和园、圆明园等热门景点周边黑车揽客、无证导游、无照游商等问题，北京市公安局海淀分局已会同多部门严厉打击，依法行政拘留“黄牛”“黑导游”及无照游商等相关违法人员32名。 本报综合消息

谁在给劣质短视频加持流量？



互联网上，充斥着一些低质、病态的短视频，点赞评论流量还挺多。记者调查发现，这类或夸张恶搞，或打擦边球的短视频，从找素材到拍摄再到流量推广，都有一条产业链。

乱象 低俗短视频流量大

“吹牛大赛开始！”话音刚落，视频中几位打扮简朴、表情略拘谨的人开始一人一句，唱了起来。“我有好几家银行”“我能吃一斤砒霜”“我能救活武大郎”……伴随每个人的夸张演唱，画面背景音不时发出尖锐的哈哈大笑。这条标题文案为“有这么能吹吗”的搞笑短视频，已获得8万多点赞，5万多转发。

除了夸张恶搞，还有短视频内容打色情擦边球，色情低俗的短视频标题不堪入目。这些内容大多是围绕男女两性关系或生理特点展开，单个短视频多则点赞数千上万次，少则几十上百次。该账号目前为止发布了387条内容，获赞已近176万，粉丝达96万人。记者注意到，内容风格相似的账号，在该平台不止一个。

与夸张恶搞和擦边色情不同，有的短视频账号更是用“道理”或“理性”来制造焦虑，撩拨社会情绪。这类短视频，流量同样不少。

另一个平台中，打着“人性”旗号的博主，所发布的多个短视频，就制造着焦虑和争议。在一则点赞超7万次的短视频中，该博主说“你没钱，证明你自己无能”“无能你就应该被淘汰，你生什么孩子”；另一则视频中，该博主打出的标题是“怎样与父母和解，谁有钱听谁的”；而在一个获得近2万次转发的短视频中，他又直呼“世界上所有的套路，都是针对善良的穷人制定的”。

“当下受众接受的以短视频为代表的信息服务，数量是暴增了，但质量是下降

的。”中国传媒大学新闻学院副院长、教授曹培鑫说，相比于色情擦边短视频，一些价值观扭曲的短视频危害更大。

刷量 一百多能买一万个赞

为什么擦边色情、恶搞低俗、制造焦虑的短视频，流量不少？多位商家透露，可以靠刷数据流量来赌一把平台推荐。

一名提供刷量服务的商家在收到链接后，表示可以对几个短视频平台的作品刷量，“10000个赞，150元至250元不等；评论10条3.5元。需求量大，还可以送转发量。”商家说，在他这里所有的刷流量数据，都是真人操作，一万个赞，需要48小时之内完成。

“我们是真人操作，用机器刷量便宜，但是对账号意义不大。”见记者有些犹豫，其表示这个价格是一手资源的价格，他下面的二级代理，同样的需求，价格会更高。当询问刷几万点赞能否冲一冲“10万+”的热度时，他直言没问题，但是全靠刷量，成本太高了。

另外一个给短视频提供刷流量服务的工作人员则称，目前工作室主要面向市面主流的几家平台，“播放、点赞、分享转发、粉丝，都是有的。”不仅有单个项目刷量的价格，还有更实惠的套餐价格。以推广引流一项的套餐价为例，仅需500元，就可以在短视频平台获得10000个赞、100万播放量、600次分享以及90个真人评论等等。

其实，在直接刷点赞、评论、转发等流量之外，有平台也推出了对作品投放加流或加热的项目。然而这样的项目，同样被一些商家瞄上，而衍生出所谓的“代投”生意。在电商网站上，就有多个商家提供着“代投”业务。其中一家宣称，“上热门，没效果全额退款”“本店承诺包多少赞和浏

览，粉丝或上热门一切以官方数据为准”。而当真正接洽时，商家表示，10元钱就可以保底15000次播放量和150个赞，“只包保底效果，其他一律不管。”

对于刷流量产业，已有专家警示，短视频行业背后有一个巨大的产业链，产业链分工也越来越细化。“你想红，就有人负责在前端捧；已经红了想要保持高流量，也会有中间环节的运作。”他说，不仅短视频的生产者，平台也在这个过程中追求盈利，这是短视频背后产业链的运作逻辑。

量产 全网都在“搬运视频”

短视频是如何快速生产的呢？调查发现，一些短视频背后，有产业链前端涌动的“造人设”生意，也有后端快速搬运的“量产”技术。这放大了短视频的同质化、劣质化。

“塑造独特人设定位、展示差异化风格，根据反馈不断优化。”一名短视频推广公司的工作人员表示，其背后有专业运营团队，能根据某人的情况量身策划，提前定脚本、定镜头。12800元的套餐中，就包含打造人设以及10万粉丝、150条视频策划剪辑、1000万次曝光量等。

调查发现，如此多的劣质短视频背后，还与一个因素相关——为了博流量，一些热门短视频可随意用技术“搬运”或低成本“量产”。

一名自媒体刘老师介绍，只要交费399元，就可以学习其所有技术，赚多个平台的流量费用。其中包括短视频平台，甚至可过审首发。“简单说，去别的平台搬别人的热门视频。通过技术二次剪辑处理，达到原创的效果。”他介绍说，此做法不用拍视频，也不用写文案，三到五分钟就可做一个视频，“全网都在搬运”。

“搬运”或“量产”的目的，正是因为有流量可图。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍介绍，不少劣质短视频有流量，是因为有争议。而之所以有很多同质化同类型的视频出现，甚至连文案都是抄袭的，“是因为某类型的视频一旦获取流量后，一些人或者经纪机构的关联账号就会效仿。发现它是符合算法推荐的，更多同质化、低质化的短视频就出来了。”

目前短视频平台的内部风险管理控制，仍是“底线风控”。比如，主播衣着是不是过于暴露、内容是否有脏话等。“技术上，他们完全可以做到，但主观上可能并不太想严格落实；同时，平台也希望爆款短视频带来充沛流量。”因此，对于劣质短视频的横行，光靠平台自律并不够。他呼吁，国家公共政策介入到管理中来，给予传统媒体更多帮扶，督促短视频平台启用更细致的管理规范。另一方面，短视频平台怎样在算法与推荐上细致甄别，未来也要做更细致的内控。 本报综合消息