

中国网络视听节目服务协会

会员通讯

(2019 年第 6 期总第 141 期)

中国网络视听节目服务协会编

2019 年 4 月 22 日

要闻

国家广播电视总局召开全国 IPTV 建设管理工作会议

国家网信办组织网络短视频平台试点青少年防沉迷工作

会员资讯

腾讯视频出品《见字如面第三季》收官获好评

爱奇艺发布微剧付费分账合作模式

《了不起的匠人 4》4 月 2 日开播 携手国博做文创

bilibili 参展 Anime Japan 2019

国广东方携《零零后》、“穿越计划”亮相香港影视展

趣头条号推进“放心看计划”

行业资讯

第二十七届中国国际广播电视信息网络展览（CCBN2019）在京举行

中国广播电视网络有限公司与中信集团、阿里巴巴签署全国有线电视网络融合发展战略合作协议

康卡斯特将推出流媒体视频服务

Snapchat 将进入游戏和原创影视领域

专题

从“露露”事件看平台内容生态建设的漏洞和解决之道

●要闻

国家广播电视总局召开全国 IPTV 建设管理工作会议

3月27日，国家广播电视总局在北京召开全国IPTV建设管理工作会议。会议总结IPTV建设管理取得的成绩，分析存在的问题，进一步统一思想、提高认识，安排部署下一步工作任务，促进IPTV持续健康发展。中宣部副部长、国家广播电视总局局长聂辰席出席并讲话。

（本消息来自国家广播电视总局官网）

国家网信办组织网络短视频平台试点青少年防沉迷工作

3月28日，国家网信办指导组织“抖音”“快手”“火山小视频”等短视频平台试点上线青少年防沉迷系统。这是网络短视频领域首次尝试开展青少年防沉迷工作，对于呵护未成年人健康成长、行业履行社会责任、营造良好网络环境具有创新性意义。

（本消息来自中国网信网）

●会员资讯

腾讯视频出品《见字如面第三季》收官获好评

腾讯视频出品的阅读推广类栏目《见字如面第三季》于3月20日收官。较之前两季，本季节目将书信选择范围扩大至全球，书信作者也扩展至广泛的社会人群。第三季聚集了更广泛的话题，有宏观大局、科技前沿，也有平凡生活、人情往来，通过对人性、文化和价值观的多角度展现，传递坚韧执著、守信向善的处事态度。本季节目豆瓣评分达9.3分。

爱奇艺发布微剧付费分账合作模式

近日，爱奇艺对外发布专业短视频付费分账模式，面向社会各界征集优质剧情短视频内容的合作。本次合作主要针对单集4-10分钟的竖屏内容，爱奇艺将对收到的海量短视频内容进行A、B、C三个等级的评定划分，并以“会员付费+广告付费+招商”的分账模式与合作伙伴共享收益。秉持开放共享的合作机制，爱奇艺已面向网大、网剧、网综、动漫、纪录片、儿童、知识付费等领域推出付费分账模式，此番推出专业短视频合作计划，旨在挖掘和孵化更多优质专业短视频原创内容，并率先探索搭建专业短视频商业模式。

《了不起的匠人4》4月2日开播 携手国博做文创

由优酷联合知了青年文化出品的《了不起的匠人》第四

季，于4月2日起在优酷独家播出。本季延续前三季治愈系、现代化、年轻化的风格，并以“手艺新番，少年归来”为新主题，同一手艺两种表达，在继承传统和对传统的创新上，更加凸显不同时代的魅力。《了不起的匠人》还将联手阿里鱼，从全部四季《了不起的匠人》中选送优秀匠人，加入阿里鱼的“国博设计师联盟”，一方面支持包括国博在内的丰富文创IP的商业化开发，另一方面助力节目持续孵化匠人IP。

bilibili 参展 Anime Japan 2019

3月23日，Anime Japan2019在日本东京如期开展。这是日本动漫业界倾力打造的一大盛典，是全球规模最大的动画主题创意展览会之一。在本次展览上，bilibili设置了主题为“Hello, we are bilibili”的展位，并带来了众多国产动画和其他优质内容。bilibili也同期进行了展会直播，人气峰值超过100万。

国广东方携《零零后》、“穿越计划”亮相香港影视展

3月18日~3月21日，国广东方全资子公司东方国际亮相第二十三届香港国际影视展，并于3月19日举办“无界·无限可能”东方国际2019年项目推介会。作为本次香

港影展的主题活动之一，该推介会携纪录电影《零零后》、千年“穿越计划”首次与来自全球的影视制作、发行机构见面。《零零后》是中国首部连续12年跟踪“零零后”孩子成长的纪录电影。本片记录了中国国际化新一代的成长历程，绘制出一幅中国教育的真实画卷。“穿越计划”旨在以全国各地历史遗迹、人文资源为蓝本，以融媒体影视产品为载体进行IP产品孵化，再现中华五千年历史文化的辉煌成就。

趣头条号推进“放心看计划”

伴随国民健康意识的增强，对健康类资讯的阅读需求逐年走高。为给人民群众提供优质可信的放心看内容，“趣头条号”于2018年底推出“放心看计划”，从内容放心看、健康IP养成、谣言监测站、名医伴你行四方面精准出击，致力打造一个全新的、有价值的、可以放心看的大健康内容生态平台。自计划实施以来，趣头条大健康内容增速迅猛，日均页面浏览量较去年增长近80%。2019年趣头条号大健康平台内容全面升级，通过机器+人工双重审核把关，对涉低质内容的账号进行全面处理，被清理的健康类账号数量占总量的近20%。同时，趣头条发起健康科普、抵制谣言活动，#放心看计划#、#健康中国人#微博话题阅读过亿。

●行业资讯

第二十七届中国国际广播电视信息网络展览会 (CCBN2019) 在京举行

3月21日至23日，以“融合引领视界 智慧连接未来”为主题的第二十七届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2019）在北京举行。国家广播电视总局党组成员、副局长张宏森在大会上做了题为“立足新时代 展现新时代 推动广播电视高质量发展和创新性发展”的主题报告，全面总结和分析了广播电视行业所取得的成就、经验以及面临的问题。本届CCBN对2019年广播电视科技创新发展和行业趋势动态进行了全面展示，多方位、多角度呈现了我国广播电视科技领域取得的创新成果以及我国广播电视事业产业发展的创新趋势和开创性局面。

中国广播电视网络有限公司与中信集团、阿里巴巴签署全国 有线电视网络融合发展战略合作协议

2019年3月21日，全国有线电视网络融合发展战略合作签约活动在中国国际展览中心举行。中国广播电视网络有限公司与中国中信集团有限公司及阿里巴巴集团分别签署了战略合作框架协议。此次战略合作协议的签订，标志着有线电视网络“全国一网”融合发展向前迈进了重要一步。

康卡斯特将推出流媒体视频服务

美国最大有线电视公司康卡斯特于近期表示，该公司将推出一款名为 Xfinity Flex 的全新流媒体视频服务，瞄准那些更喜欢通过互联网观看节目的观众。Xfinity Flex 面向康卡斯特互联网用户独家推出，每月费用为 5 美元。康卡斯特是美国最大的有线电视公司，同时也是美国第二大互联网服务供应商，仅次于 AT&T。

Snapchat 将进入游戏和原创影视领域

据悉，移动聊天应用 Snapchat 的母公司 Snap 将于下月正式进入游戏和原创影视领域。Snap 正在开发代号为“科纳克项目”的游戏平台，并将推出由外部开发者为 Snapchat 研发的移动游戏。上述项目预计将在 4 月举行的第一届内容和合作大会上公布，届时还将公开 Snap 在原创影视方面的新动作。

●专题

从“露露”事件看平台内容生态建设的漏洞和解决之道

为推进平台优质内容建设，各大互联网平台纷纷发力。腾讯推出了“企鹅号”，百度推出了“百家号”，今日头条

推出了“头条号”。

近期，一篇《河南女孩露露给我上了一堂七万的课》引起了业内关注。尽管该事件的过程并不复杂，但其暴露出的一些问题，却值得行业认真思考。

一、事件背景

3月12日，一位名叫“三表”的网友在网上发布了一篇题为《河南女孩露露给我上了一堂七万的课》的文章。在这篇文章中，该网友详述了自己被一位网名叫“露露”的女孩盗取企鹅号的情况。“三表”表示，“露露”在盗取了自己的企鹅号后，使用该号发布了大量娱乐八卦类内容。尽管这些内容篇幅不大，单篇只有四、五百字，但由于发表频率很高，且内容聚焦明星八卦，因此阅读量很高，一两个月的收入能达到几万，这比他之前发布的科技、人文类文章所得的收入要高出许多。“三表”在文章结尾处调侃道，连他也忍不住要“加入”“露露”们的阵营中。

在该文章发布后不久，腾讯集团市场公关部总经理李航便对此文揭露的问题进行了回应，表示不存在“因为露露事件，内部反腐即将开始”一说。



腾讯李航Vincent
3-12 23:17 来自iPhone客户端

+关注

这两天收到了自媒体朋友反馈企鹅号盗号和补贴的疑问，以及“因为露露事件，腾讯开始反腐”的传言，这里做个说明：

1、2018年底，由于某知名第三方网站账号数据泄露，造成了不法分子对部分企鹅号进行撞库，少部分企鹅号被盗。企鹅号平台已经对已知的被盗账号进行了恢复，并成立专项全面排查可能存在风险的异常账户。同时，我们将全面提升企鹅号的安全机制，包括：1) 全面使用QQ/微信安全登录体系，逐步下线邮箱和手机登录；2) 严打盗号，封禁盗号者的所有收益并对情节严重者移交司法。

2、盗号的背后，我们注意到平台上存在的“做号集团”和严峻的洗稿问题，这也是目前行业普遍面临的难题。我们已经在筹备建立并计划近期推出“企鹅号原创专家委员会”，希望通过各领域意见领袖众议的模式探索打击洗稿的解决方案，推动版权保护。

3、企鹅号补贴规则是以文章流量乘以单价来计算。由于不同类别的文章存在用户偏好和流量的差异，所以在补贴上也存在较大的差距。同时，我们也不希望只以流量论英雄。我们在近期推出了TOP（优质内容出品）计划，就是希望通过对各领域的原创优质创作者有一定的分成倾斜，鼓励原创。目前覆盖范围还有限，接下来会逐步增加。

4、正直排在腾讯的价值观之首。腾讯对腐败等高压线问题从来都是发现一起严打一起，也在持续处理和公示触犯红线的案例，情节严重者还会移送司法机关。这是公司内审团队日常的工作，不存在“因为露露事件，内部反腐即将开始”一说。同时，欢迎大家随时举报！

腾讯集团市场公关部总经理李航对于该事件的回应

其后，疑似马化腾的个人账号发表了评论，表示说得很好，值得团队警醒，并打赏了 200 元。

“露露”事件本身并不复杂，事件前后也未引起太大的舆论风波，但我们仍不能小觑该事件背后所反映出的一个问题——做号。

二、内容平台上的“蛀虫”——做号团队

自“三表”发布露露事件后，不少用户都表示自己曾被盗过号，由此看来“露露事件”并非个案。“做号”已不仅局限于小范围的活动，而是发展出了团队规模，甚至还衍生

出了一条包含洗稿、账号交易、发布等环节的灰色链条。

更让人头疼的是，这些做号团队对各平台的内容补贴政策了如指掌，即使平台采取了较为严苛的审核措施，他们也是“上有政策，下有对策”。为了应对平台的诸多审核措施，做号团队也逐渐摸索出一些应对策略。

例如，平台对于优质内容，有一条要求就是内容需要是原创的。做号团队针对这条要求，会对搬运过来的原创内容进行“深度”洗稿。为了逃避算法和人工的筛查，这些做号团队不是简单对内容进行拼凑，而是使用一些专门用来洗稿的软件，将从别处搜集到的原创内容直接复制到软件上，系统会将这篇文章进行“包装”，替换上更接地气、更有网感的语言，甚至可以再插入一些图片，于是“洗稿”文摇身一变，就成了一篇“优秀”的X万+的“原创文”，而且还可以成功地骗过算法的审核。

洗稿只是第一步，为了维持活跃度，做号团队会在一天内用多个账户进行多次洗稿、多次更新，这些账号的活跃度比一般账号要高，而且他们善于利用一些抓眼球的标题和话题来吸引读者注意力，煽动情绪，因此这些账号发布的文章更容易获得高点击量，从而获得好的推荐位。尽管他们喜爱推送一些没有什么价值，甚至打擦边球的低俗内容，但因为这些内容本质上不能被归入暴力色情等违法违规的内容范畴，因此审核算法无法及时对这些内容进行识别标记和清

理。

三、如此做号为哪般？只因扶持资源太诱人

至此，我们能看出，做号也并非易事，需要对受众喜好、内容审核政策、平台算法策略、反盗号系统原理、人工编辑好恶等诸多方面有深入了解，同时还需要花费人力成本去盗号、洗稿、发布。

做号如此“辛苦”，所为哪般？

因为背后有巨大的利益吸引，而这些利益主要来自各平台推出的专门鼓励与扶持优质内容的计划资源。

不论是视频还是图文，互联网内容平台对于受众关注度都有着强烈的需求，因为用户的关注度是这些平台进行商业化的基础。为了获取更多关注度，就需要平台尽可能持续不断地推出好内容，也因此各大平台都对获取尽可能多的优质内容不遗余力。为了吸引更多创作者入驻，很多平台都推出了内容扶持计划，不惜砸下重金来扶持、吸引优质内容入驻，打造内容生态。

→ 企鹅号背后的腾讯拿出 100 亿元补贴企鹅号上的优秀作者，此外还有流量和产业资源的扶持；

→ 百家号也计划将 100 亿的利润完全分配给百家号作者；

→ 头条号推出“千人万元”计划、“礼遇计划”以及“青云计划”，都用巨额奖金来奖励排名靠前的内容创作者。

平台对优质内容扶持的初衷都是做大做强平台，但“露露”事件却让我们看到，平台的资源有时会在暗中进入这些靠低俗内容、“洗稿”起家的做号团队的腰包。当这些做号团队每多拿一分钱，就意味着那些真正在努力做内容的优秀创作者就少拿一分钱。原本该补贴给优秀内容创作者的资源却悄悄地流向了这些完全不尊重内容创作的假头部号，不免让人唏嘘。

四、为何做号会成功？多方原因起作用

平台推出内容补贴扶持计划的初衷是好的，但在执行过程中，却不可避免地产生了一些漏洞，而这些漏洞无意间就成了滋生“蛀虫”的“温床”。

首先是平台利用的算法技术本身还不够成熟。目前平台上采用的审核算法，大都是基于样本学习的，算法是否足够“聪明”，很大程度上要看算法学习所依赖的样本库是否包含了足够多的样本。这些样本基本都是由人来提供的。尽管平台会尽可能地保证样本库的实时更新，但面对海量的创作内容，人工很难及时抓取到所有有代表性的抄袭、低俗内容，放入样本库中供算法学习，因此也就让算法审核不可避免地会产生一些漏洞。

面对算法的漏洞，大部分平台都会采用人工审核的办法来帮助机器“查漏补缺”，但人工审核本身也存在一些问题。平台上每天都充斥着来自各个渠道的海量信息，再庞大的人

工审核队伍也难以完成对所有问题信息的及时主动抓取，有很多时候，平台都要依赖信息发布后所得到的反馈，才能逆向追踪到有问题的信息源，而这种机制本身就会产生一定的滞后性。此外，平台内部的审核人员在处理信息时，尤其是处理一些看上去“模棱两可”的低俗信息时，会偶尔出现判断失误的情况，于是一些低俗、不雅内容就成了“漏网之鱼”，甚至还可能因为流量高被推到好位置上，获得更大曝光。

除了这种非主观的失误，在主观上，人工审核有时也难以做到完全的公平公正。例如在此次“露露”事件中，据“三表”所述，做号团队与平台内部的工作人员之间存在利益勾结，共同“养号”的情况。尽管目前还没有哪家平台表示存在这种问题，但平台对于人工审核的流程设计是否真能做到避免这种情况的发生，也值得探讨。

也有人怀疑平台本身管控这些账号的动力不足。由于平台有盈利需求，对员工多有 KPI 考核的压力，而这些做号团队多会用八卦性的内容、煽动性的词语、情感性的基调吸引流量。平台的员工有时面对压力，会不自觉地纵容这些做号团队继续生存，因为有时只有采取这种“下策”才能保持一个“好看”的 KPI 业绩。

在“巨额补贴+有空子可钻”的双重作用之下，做号的灰色链条就此诞生了。如果长此以往下去，平台出钱却养活了大批做号团队，让原创作者逐渐流失，最后可能就会陷入

原创内容匮乏的境地。同时，做号团队对于平台扶持资源的抢占还会损害创作者对平台的信任度，“露露”事件暴露后不少人也表示对一些平台会觉得不够信任，这种“不信任”很可能会影响到平台未来的发展。

五、如何有效避免？要有源头“设计”意识

提出问题容易，但提出行之有效的具体解决办法却很难。对于做号团队吞噬补贴的问题，内容平台曾有过反击。2017年，百家号开启了大规模封号行动；2018年，头条号平台处罚了千余个违规账号；企鹅号成立反作弊团队；今日头条也曾与警方合作，抓获黑产团伙。不过，这类处罚都属于滞后性的“威慑”，威慑虽有用，但却无法从根本上解决问题。

要想根治这些平台的“蛀虫”，还要从源头开始。

首先要“堵”，也就是进一步完善现有的内容审核系统。一方面要加强算法的学习，另一方面，加强人工审核，要让人工审核机制也能不定期地“学习”，要对人工审核的标准、流程进行及时更新，尤其针对一些新发现的典型案例的特点，加强对审核机制的设计，对现有流程进行升级迭代，以不断提升对不良内容的识别能力。

其次就是“疏”，平台虽有盈利需求，但也要兼顾社会效益。重视社会效益不能仅仅停留在口号层面，而是要通过各种做法实际转化成平台的内在基因，例如在员工的KPI考

核中，要考虑除点击量以外的更多方面，如用户在页面停留的时间、是否点赞、评论的意见倾向等，要建立“全面素质考量算法”。让“社会效益优先”的观念切实体现在业务中，这样才能尽可能地杜绝“唯流量论”的情况发生。

“露露”事件让一度在暗处操作的做号团队们暴露在前台，也将内容平台背后的问题摆到了我们面前。如何应对这些问题，对平台来说会是一场不小的考验。但我们也清楚，只有打击掉这些平台的“蛀虫”，才能让扶持的资源流入到真正在做好内容的创作者手中，才能让平台的内容生态体系更健康、更具有发展活力，让整个网络视听空间更加清朗，充满正能量。

（执行编辑：余力）

（责任编辑：何紫薇）

（编辑：朱亚丽）

报：总局领导

送：总局相关司局

发：各会员单位