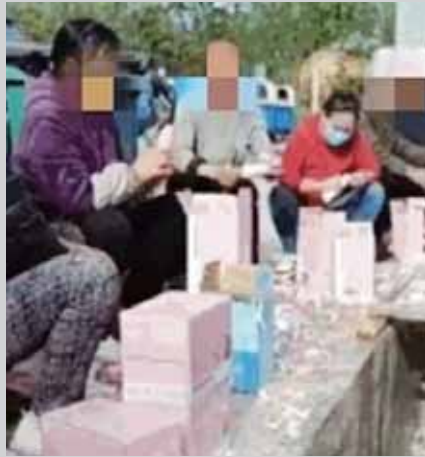


《青你3》被紧急叫停 疑因粉丝打投“倒牛奶”

疯狂倒奶的背后 选秀节目该冷静了



2021年4月29日,《反食品浪费法》正式实施。就在当天,一段粉丝雇佣工人,为某档偶像选秀节目打榜投票所购买的牛奶(实际为乳酸菌饮品)被工人拧下瓶盖后,直接倒入水沟的视频在网上流传。

5月4日晚,北京市广播电视局发文,责令爱奇艺暂停《青春有你》第三季后续节目录制。5月5日凌晨,爱奇艺回应表示“诚恳接受,坚决服从”。据悉,《青春有你》第三季原定将于5月8日进行总决赛直播。

同日,《青春有你3》选手余景天所属公司星宇悦乐通过微博发布退赛声明,称余景天因个人身体原因,无法继续参与相关工作,决定退出目前的节目录制。有网友爆料余景天父母开设的KTV存在非法经营问题,以及余景天本人存在双重国籍身份的情况。据了解,余景天为《青春有你3》的热门选手,曾在节目比赛、粉丝募集资金等平台排名第一。

“粉丝销量决定选手前程”

涉事饮品是《青春有你》的合作方,观众购买后可以为该选秀节目的选手投票,但投票需要扫二维码,而二维码在瓶盖内,开了瓶才能扫码投票。因而也有粉丝戏称投票的“票”是“奶票”。开了盖的酸奶喝不完,只能倒掉……原本只会出现在教科书的场景被如此荒谬地拉进了现实。

“奶票”是如今网络选秀的主要营销手段之一。广告金主以冠名、赞助、植入等形式对网络偶像选秀节目投放广告,节目则按广告量多少赋予品牌投票权重,例如“每买一瓶XX水/奶可以投2票”,买一箱则可以获得48次投票机会……以此实现品牌与选手的绑定。有时这种营销方式还会多品牌联动,比如每天要上节目播出平台给你喜欢的小哥哥投票,再去冠名商X水或X奶的旗舰店去买产品,然后再去节目的另一档广告投放商平台为你喜欢的选手点赞,让他获得更高的人气……

2018年——以《偶像练习生》为代表的

网络选秀元年,这种玩法曾创造了辉煌的战绩。数据显示,当时冠名这档节目的某水通过绑定粉丝投票量的方式,线上销售额翻了500倍。招揽热门选手入住的小X书平台品牌认知度提升了148%;一档植入该节目的P2P平台也宣布,节目整体的播出时间获得了159万的新用户的下载和安装,节目播出以后整个品牌的认知度提升了322%……

“《偶像练习生》之所以能为客户带来实实在在的销量,是因为粉丝的销量能决定选手的去留和排名情况,甚至是可以决定生死和前程的。”这档节目制作方的市场部高层曾经总结。

2019年之后,网络选秀全面崛起,金主与节目的联动更加紧密。据统计,三季《青春有你》四季《青春创造营》,品牌投放与IP授权合作客户平均20个/季,偶像选秀节目吸金能力之强可见一斑。

一场联合收割粉丝韭菜的乱局

偶像选秀背后的粉丝经济看起来像是“多赢”的游戏。平台推出选手供粉丝筛选,粉丝用钱和数据为选手投票(主要是钱),粉丝的投入决定了选手的含金量,平台通过钱这个试金石,测验出选手的大众接受度,以便为下一步的发展做好计划;钱也成了粉丝的“民意”,他们用真金白银决定了什么人能脱颖而出,能成为被大众看到的偶像;品牌则通过节目与粉丝发生关联,一方面他们喂养了偶像选秀,另一方面则通过粉丝收回成本,获得收益和品牌增值。

然而,这场游戏却最终演变成一场联合收割粉丝韭菜的乱局。为了让还没有作品的偶像花费大量钱财,粉丝私下“集资”推动偶像出道的情況已并不鲜见。集资的理由也是多种多样,购买周边、应援、做数据、证明偶像的粉丝购买力等等。虽然发展几年之后,圈外人对于网络选秀已经审美疲劳,但圈内人的狂热投入却丝毫不减。有人统计,2018年,某档选秀出道选手公开集资金额已超过4000万元。2020年,某档选秀集资总额则高

达8900万元,其中一位选手的粉丝集资总额就超过1498万元。

靠“雁过拔毛”,平台收入不菲

有鉴于此,2020年2月,发布的《网络综艺节目内容审核标准细则》明确规定:“节目中不得出现设置‘花钱买投票’环节,刻意引导、鼓励网民采取购物、充会员等物质化手段为选手投票、助力。”但从现实的角度看,并未杜绝节目组打擦边球。

“奶票”问题时至今日已经愈演愈烈,除了倒奶还导致了粉丝后援会之间的相互倾轧。比如选秀节目普遍在刚开始的阶段都是粉丝散投,也就是说我手上有十多票,但只能给自己的偶像投2票,那么余票怎么办?同一选秀甚至不同节目间(不同的节目,同一位金主广告商)的粉丝会发起换票,是很普遍的行为。结果每年投票截止后开票,都会发生几家后援会指责联盟中的另一家骗票——不仅没有如约帮其他选手投票,反而一部分账号偷偷投了自家。

“奶票”之外,还有诸多新玩法应运而生。比如主节目之外,大量开发衍生节目。主节目确实是不集资不买票的,但衍生节目,粉丝可以通过付费增加学员的数据值,为学员争取个人直播机会,以及在衍生综艺中争取额外的游戏权益。而且充值次数和金额都不设上限。有人统计,今年一档选秀节目的榜单刚刚发出十分钟,第一名充值的粉丝就大约投入了15万元。

节目之外,专业为粉丝打榜投票的交易平台也来分羹。3月14日,某平台针对两档选秀节目的四位人气选手展开限时battle(比拼),具体玩法是,四位选手的后援粉丝团需要在5小时之内比拼集资数额,凸显自己偶像的含金量。18时至23时,5小时中,其中某位选手的后援会集资金额344.53万元,排在首位,全部选手累计集资金额671万元。根据平台说明,粉丝团展示完实力之后,集资款可以直接在平台提现。不过请注意,提现是要收手续费的,“第一天到账收取1%手续费,第十天到账收取0.86%手续费,排队提现可免手续费,但要以具体排队时间为准”。而且“若单次提现100万元至200万元可申请大额提现,在第三天到账”。靠着手续费“雁过拔毛”,这种平台活得竟然不错。

那么,提现之后,这笔巨款流向何处?有的后援表示,将归还到粉丝端口,有的则表示会统一管理为偶像出道铺路,有的则卷款跑路。今年的某档选秀节目选手的后援会就曾发声,表示由于“过于信任数据站”,导致有人卷款21万元跑路。随后,除财务组外的后援会所有成员集体卸任,后援会官博暂时由经纪公司人员接手。

投票乱象、衍生节目“发电”、第三方的集资平台……这些都不在《网络综艺节目内容审核标准细则》的规定之外,可真的不违规吗?

据新华网

国家医保局会同财政部
印发《通知》要求

加快推进门诊费用
跨省直接结算

日前,国家医保局会同财政部印发《关于加快推进门诊费用跨省直接结算工作的通知》。通知要求2021年底前,各省份60%以上的县至少有1家普通门诊费用跨省联网医疗机构,各统筹地区基本实现普通门诊费用跨省直接结算。在2022年底前,每个县至少有1家定点医疗机构能够提供包括门诊费用在内的医疗费用跨省直接结算服务。

通知明确,2021年底前,对于高血压、糖尿病、恶性肿瘤门诊放化疗、尿毒症透析、器官移植术后抗排异治疗等5个群众需求大、各地普遍开展的门诊慢特病,每个省份至少有1个统筹地区实现相关治疗费用跨省直接结算。在2022年底前,基本实现上述5个主要门诊慢特病的相关治疗费用跨省直接结算统筹地区全覆盖,推进其他门诊慢特病的相关治疗费用跨省直接结算或线上零星报销。

目前,全国29个省份的219个统筹地区启动了普通门诊费用跨省直接结算。通知提出要扩大普通门诊费用跨省直接结算覆盖范围,确保2021年底前所有省份、所有统筹地区作为参保地和就医地双向开通,符合条件的职工医保和城乡居民医保参保人员能够在联网定点医疗机构实现普通门诊费用跨省直接结算。

通知要求,持续优化异地就医备案线上服务。已上线国家异地就医快速备案和已自助开通异地就医直接结算服务的省份,力争在2021年6月底前实现统筹地区全覆盖。未上线省份统筹推进系统改造和联调测试,尽快开通相关服务。2021年9月底前,全国所有统筹地区依托国家医保服务平台提供统一的线上备案服务。

下一步,将加强异地就医费用跨省直接结算预付金和清算资金管理。为提高跨省异地就医资金拨付办理效率,通知进一步明确了跨省异地就医费用申报、结算和清算的时限要求,并对省级医保部门、财政部门按期完成年度预付金额度调整、预付金紧急调增和月度清算资金拨付等工作提出明确要求。原则上,当月跨省异地就医结算费用应于次月20日前完成申报并纳入清算,清算时间延期最长不超过2个月;当年度跨省异地就医结算费用,最晚应于次年第一季度清算完毕;如确有特殊情况,需提前报备说明。

据新华社

出具不实、虚假检验检测报告或担刑责

根据有关法律规定,市场监管总局近日制修订《检验检测机构监督管理办法》《检验检测机构资质认定管理办法(修正案)》,明确检验检测机构及其人员应当对所出具的检验检测报告负责,并明确除依法承担行政法律责任外,还须依法承担民事、刑事法律责任。

这是市场监管总局认可检测司司长董乐群6日在新闻发布会上介绍的。《检验检测机构监督管理办法》统一违法情形的

判定尺度、明确实施处罚的法律依据。办法提出四种不实检验检测情形、五种虚假检验检测情形,明确了从业机构必须严守的行业底线。针对“出具不实检验检测报告”和“出具虚假检验检测报告”,办法明确严格按照法律、法规的规定实施罚款、没收违法所得直至撤销、吊销、取消检验检测资质或者证书。市场监管部门将对不实和虚假检验检测违法行为的行政处罚信息纳入

国家企业信用信息公示系统等信用平台,归集到企业名下,以推动实施失信联合惩戒。

《检验检测机构资质认定管理办法(修正案)》提出优化市场准入服务便利机构的具体措施:检验检测机构资质认定程序全面实行告知承诺程序;检验检测机构资质认定推行网上审批,有条件的市场监管部门可以颁发资质认定电子证书。资质认定许可整

体由80个工作日压缩至52个工作日;对上一许可周期内无违反市场监管法律、法规、规章行为的检验检测机构,可以采取书面审查方式予以延续资质认定证书有效期。

据统计,2020年,我国近4.9万家检验检测机构共出具检验检测报告近5.67亿份,这一市场规模约占全球检验检测市场20%。

据新华社