

解决电视购物行业乱象,加强对内容的监管是重点,强化品牌创新,实施“大媒体”战略是电视购物行业未来发展的关键

电视购物行业的危与机

■本报记者 王群

近日,国家广电总局对两家卫视因违规播出电视购物广告做出的处罚决定再度吸引了社会对电视购物行业的关注和思考。长时间以来,国内电视购物行业的发展一直在争议与期待之间徘徊。一方面,各种虚假、夸张的电视购物广告短片流窜电视,虽然国家相关部门屡屡叫停,但却始终“顽强存在”,消费者也备受其害。另一方面,近几年,国内电视购物行业又处于爆发式发展之中,销售业绩不断刷新,成为一种不可忽视的购物方式和商业形态,同时也为活跃市场、扩大内需和调整经济结构、壮大广播电视产业发挥着积极作用。

如何打造一个安全、快捷、高效的电视购物模式,在网络等新媒体的强势冲击下,中国电视购物行业如何更好发展,成为了行业关注的焦点。

电视购物乱象亟待整治

在去年年底,商务部、工业和信息化部等七部委曾联合发布了《关于开展电视购物专项整治工作的通知》,该通知决定,自2013年12月至2014年6月在全国集中开展电视购物专项整治。

1月7日,国家新闻出版广电总局下发的《关于给予新疆兵团卫视和四川卫视暂停商业广告播出处理的通报》指出,因新疆兵团卫视和四川卫视超时播出相关电视购物广告,广告时长均超过了20分钟,严重违反相关规定,对两家卫视做出暂停所有商业广告播出15天和7天的处罚决定,成为此次专项整治首批被治理对象。

据了解,目前国内的电视购物主要分两种方式进行,一种是电视台自身开办的电视购物频道,另外一种是电视购物短片,即一些厂家或代理商通过购买电视台广告时段投放电视购物短片,直接向电视观众销售商品。



2013年10月31日,某电视台的电视TV购物广告。 李胜利/东方IC

然而,近年来,一些电视购物短片广告始终存在虚假违法、内容庸俗、夸大宣传、误导消费等现象,“包治百病”、“神奇增高”、“快速减肥”、“攻破世界医学难题”等夸张、离奇的广告更是泛滥多年,令观众叫苦不迭,这不仅直接影响到了电视购物节目的声誉和形象,也给电视台的公信力造成损害,同时这也侵害了消费者的权益,引发电视观众的反感和不满。

记者在“315”消费电子投诉网站上发现,电视购物已经成为一种投诉占比很大的门类,从中看到各式各样的电视购物上当经历。

北京邮电大学教授、中国电视购物研究与发展中心主任曾静平告诉记者,“中国电视购物乱象主要是由卫视短片广告所造成,是个别电视机构过分追求更高效益所致。”

目前国内卫视短片广告的混乱已经对电视购物行业的信誉造成了损害,严重影响了行业的健康有序发展,国家相关部门加强对电

视购物乱象的整治力度非常必要。

必须狠抓内容真实

1月8日,国内贸易行业标准《媒体购物术语》、《电视购物诚信服务体系评价指南》的审定会在京召开,从电视购物诚信服务评价指标、方法、标准,填补了我国电视购物行业对当前诚信经营的评价体系的空白,这无疑对当前遭遇严重的信任危机的电视购物行业带来了新的希望。

事实上,早在2006年国家广电总局和国家工商总局曾发布禁令,要求各电视台对屡遭消费者投诉的瘦身、丰胸、增高、药品、医疗器械等五类商品的电视购物广告不予播出,但类似的电视购物广告却是屡禁不止。

2013年10月,国家广电总局下发《关于进一步加强卫视频道播出电视购物短片广告管理工作的通知》,要求自2014年1月1日

各卫视频道每天18点至24点时段内,不得播出电视购物短片广告,各卫视每天每小时播出电视购物短片广告不得超过1条(次),每条不得超过3分钟,每天播出同一款产品或同一内容的电视购物短片广告不得超过3次。不得使用“叫卖式”的夸张配音、语调、动作等;不得使用“矫形”、“塑形”、“透脂”、“甩脂”等宣传或变相宣传丰胸、减肥产品等。该规定在一定程度上对当前电视购物乱象起到了规范和警示作用,而此次遭受处罚的两家卫视在播出电视购物短片时长方面严重违反了这一规定。

但有业内人士表示,该项规定虽然可以对目前国内的电视购物短片混乱现状起到一定的遏制作用,但主要是针对全国卫视频道,而对国内数量众多的地地面频道播出类似广告如何处置,却没有涉及,而这些被“遗忘”的地面频道实则违规播出电视购物广告短片的重灾区。另有专家指出,该项规定虽然对卫视播出电视购物短片的时长和次数做出了限制,但“电视购物广告最大的问题不是播出的时长,也不是播出的次数,而是播出的内容”。

曾静平教授同样指出,要确保电视购物的质量,就必须狠抓“内容真实”。事实上,单纯的限制电视购物短片的播放时间或次数于并不能触及到电视购物行业根本要害,如何加强对播出内容的监管才是重点。

而在这个过程中,电视媒体应当与相关部门通力合作,扮演好监管者的角色,提高电视购物准入门槛,建立严格审查责任追究制,加大对违法犯规行为的惩处力度,同时建立电视购物消费第三方支付或交纳消费维权保障金制度,形成全方位、立体化的监督,这对未来电视购物行业能否改善现状、迎来全新突破至关重要。

整合资源实施“大媒体”战略

近年来,随着国内网络购物的强势崛起以及电视受众的不断流失,电视购物市场也

受到了一定的冲击,但国内电视购物行业却在逆势中不断交出靓丽的成绩单。

2013年12月,由北京邮电大学电视购物研究与发展中心、央视索福瑞媒介研究(CSM)和浙江传媒学院联合编写的《中国电视购物发展报告》显示,2013年,中国电视购物销售总额已超过1000亿元,而在2008年,中国电视购物市场规模仅有约100亿元。

事实上,国内电视购物行业近几年增长势头迅猛,尤其是各专业电视购物频道的发展日趋完善,销售规模不断扩大,货品结构持续优化。另外,越来越多境外资本进入中国电视购物市场,一些国际化集团公司,也开始与中国电视购物企业合作。

但未来我国的电视购物仍有巨大的发展空间。据了解,在一些欧美国家,电视购物在社会消费品零售总额的占比能达到8%,有的国家甚至能达到10%以上,而我国仅有约1%,发展的潜力巨大。曾静平教授认为,未来品牌创新将成为中国电视购物的生命线,应该强化电视购物在中国广播电视品牌中的“副品牌”地位,将其放置于整个电视产业发展战略高度来考虑,同时应加强运营模式的创新,不断提升产品与服务的质量,建立完善的销售、物流和售后服务体系,形成销售通路拓展与品牌经营同步,传统渠道与直接销售并行,以电话营销为基础、以传统渠道为依托的销售模式。

另外,在全媒体时代,电视、网络一体化的发展趋势也为电视购物的未来发展提供了新的机遇,国内的电视购物行业应注重各类媒体资源的整合,强化媒体联动,实施“大媒体”战略,加强广播电视媒体、平面媒体、网络媒体、手机媒体等全面协作,形成立体化营销,以实现中国电视购物市场的真正腾飞。

2013年4季度中小企业发展指数为95.7

本报讯(记者王群)1月13日,中国中小企业协会发布数据显示,2013年4季度中国中小企业发展指数为95.7,比上季度上升2.4点,但仍处于景气临界值100以下,分行业指数为6升2降,预计中国中小企业发展指数的平稳态势将持续。

分行业指数数据显示,工业、建筑业、交通运输邮政仓储业、房地产业、批发零售业和社会服务业指数为94.8、99.3、87.8、107.7、95.1和99.3,分别上升2.5点、3.7点、3.9点、2.3点、3.6点和2.3点;信息传输计算机服务软件业和住宿餐饮业指数为94.2和81.9,均下降3.0点,而房地产业指数连续2个季度在景气临界值100以上,建筑业和社会服务业指数已接近景气临界值。

分析指出,目前企业对于预期经济走势进一步趋好的信心增强,在一定程度上促进了当期中小企业发展指数的上升。但是,从总体上看,经济增长的动力尚待加强,尽管多数分行业指数存在进一步上升的趋势,但还有一些分行业,特别是住宿餐饮业指数的下行压力较大,企业整体面临的一些困难特别是成本和资金的困难很难有大的改观,不能完全排除中小企业发展指数波动的可能性。

南方电网启动蓝色预警做好抗冰保电工作

本报讯(记者戴明阳)近日,南方地区有较大范围雨雪天气,且未来几天仍将持续低温雨雪冰冻天气。为此,南方电网公司于1月13日9时30分启动低温冰冻灾害蓝色预警,全力做好抗冰保电工作。目前覆冰线路未发生跳闸,电力供应平稳有序。

据悉,截至1月13日9时,全网所辖10千伏及以上线路覆冰148条。其中500千伏线路9条、220千伏线路28条、110千伏线路38条。中度覆冰的输电线路共18条(覆冰达0.3及以上),重度覆冰的输电线路共4条(覆冰达0.5及以上)。覆冰线路主要分布在云南昭通、曲靖、贵州安顺、毕节、六盘水等地。另外,1月12日南方电网公司系统共开展了6次直流融冰工作。

接下来,南方电网公司将认真做好覆冰监测、人工观冰工作,根据线路覆冰情况及时开展融冰、除冰工作;做好现场安全管控、确保人身安全;做好应急发电车(机)等应急物资,应急队伍处于待命状态。

2013年全国彩票销售突破3000亿元

据新华社电(记者韩洁 立高)财政部14日发布数据显示,2013年,全国彩票销售突破3000亿元,比上年同期增长18.3%。

根据财政部最新发布的月度彩票销售数据,12月份,全国共销售彩票302.73亿元,同比增长34.72亿元,增长13%。其中,福利彩票机构销售176.34亿元,同比增长17.1%;体育彩票机构销售126.39亿元,同比增长7.7%。

1月至12月底,全国共销售彩票3093.25亿元,同比增加478.01亿元,增长18.3%。其中,福利彩票机构销售1765.28亿元,同比增长16.9%;体育彩票机构销售1327.97亿元,同比增长20.2%。

财政部表示,去年12月份彩票销售量增长较快,主要是由于部分省市调整和上市快速开奖结果、中福在线部分游戏扩大销售试点范围、彩票营销推广力度加大,乐透数字型、竞猜型、视频型彩票销售量增加较多。

分类型看,12月份,全国销售乐透数字型彩票205.9亿元,同比增长16.9%;竞猜型彩票销售33.43亿元,同比增长33%;即开型彩票销售35.55亿元,同比下降19.4%;视频型彩票销售27.84亿元,同比增长23.4%。12月份乐透数字型、竞猜型、即开型和视频型彩票销售量分别占彩票销售总量的68%、11.1%、11.7%、9.2%。

芬兰开发出危险路况预警系统

据新华社电(徐谦)芬兰技术研究中心最近研发出一种能监测路面湿滑及受损程度的系统,能够在第一时间向机动车驾驶员发出预警信号。

研究中心高级研究员特尔古耶夫向记者介绍说,这套系统包括3个组成部分:传感器、数据传输通道和服务器。传感器通过测量汽车运转状况,进行实时摩擦监测和分析,并通过数据传输通道将分析数据传送到服务器,再由服务器向驾驶员发出预警。

该系统可收集和保存信息,并依据这些信息制成湿滑或受损路段地图。通常情况下,驾驶员每次驾车刚上路时难以准确判断路况,而这套系统可以使驾驶员在开出几公里后就收到实时路况信息,从而为应对危险状况作准备。

据悉,这套系统适合所有品牌的汽车。目前,芬兰技术研究中心正在进行系统的商业化推广,预计两年内有望投入商业生产。

欧莱雅并购美即获批准

本报讯 据《第一财经日报》报道,中国日化市场最大一笔并购案获商务部批准,欧莱雅65亿港元并购美即。

2013年8月,欧莱雅集团击败另一潜在竞争对手,宣布收购美即。欧莱雅称,通过协议计划收购美即控股全部股份的建议获得美即董事会的支持,包括创始人余雨原等创始管理团队和机构在内,占公司总股本62.3%的六位主要股东已经承诺支持欧莱雅的建议。当时该交易还有待中国商务部的批准。

根据AC尼尔森的报告,美即品牌2012年在中国面膜市场的份额为26.4%,位于面膜行业第一的位置。欧莱雅的建议收购价为每股6.30港元,总价将达到65.38亿港元。该价格也相当于是欧莱雅2012年中国区销售额的一半,也是中国日化市场上最大的一笔并购。

欧莱雅内部相关人士表示,从定位来看,美即应该会放在欧莱雅的大众化化妆品部。欧莱雅全球四大业务部门(专业美发品、大众化妆品、高档化妆品、活性健康化妆品)中,销售额最大的是大众化妆品品类,达到2613.4亿欧元,在中国销售最好的大众化妆品品牌是巴黎欧莱雅和美宝莲。

(冬冬)

谁是下一个电信受骗者?

社会成员的广泛参与,特别是针对牵涉面广的电信诈骗,更应形成多部门防范打击的合力。其首要之义应多一份防范打击的责任感和主动性,少一些对发生在眼皮底下的诈骗和群众利益受损的漠然处之。

我们欣喜地看到,一些地方已经将阻止电信诈骗列为窗口单位的工作职责。在贵阳、包头和上海等地,银行将是否对疑似被诈骗的客户进行告知、劝阻作为对员工奖罚的一项举措,大量电信诈骗被终止在最后一刻。

魔高一尺,道高一丈。当前电信诈骗已经从多人演绎组团忽悠,演变到人机交互、职业诈骗,集团化、专业化、智能化特点明显,迷惑性更强。这考验的是应对的智慧与制度。同时,需要加强顶层设计,明确有关单位应对电信诈骗的职责,加大问责力度。完善法律对犯罪的惩戒,提升公安部门跨省甚至跨国办案能力。

春节将至,电信诈骗案件进入高发期。期盼各条防线高效运转,各尽其责,社区、街道、村组多组织一些防范宣传,公安、电信和银行等部门多采取一些针对性举措,避免更多群众遭遇电信诈骗而失去过节的温暖。

(据新华社电)

相比,4K超高清画质更加生动逼真,8核极速处理器,快速存储各种应用、游戏及多媒体内容,大幅提升智能电视的影像处理速度和应用优化水平。而史上最小5键遥控器,专为热衷拇指操作的年轻人设计,简单便捷的操作体验让低头族能够抬起头健康娱乐。

软件方面,海尔模卡电视实现优酷inside,拥有业内最全免费视频资源,为电视用户提供最省钱的观看路径。全新设计的模卡极简UI设计将视频列表分类呈现在桌面,根据观看习惯自动推荐内容,最大限度缩短用户操作路径,使功能更丰富,而操作却更加简单,满足了年轻网络用户的差异化需求。

(东升)

北京首都机场安保公司获表彰

本报讯 1月3日,北京首都机场航空安保有限公司荣获了民航局集体二等功表彰。自2011年7月起,安保公司创造了连续30个月没有发生责任原因造成的不安全事件,连续26个月没有发生责任原因导致的航班延误,安保工作创佳绩。

据安保公司有关负责人介绍,首都机场作为“中国第一国门”,近年来始终保持快速发展的势头。2012年旅客吞吐量首次突破8000万人次,一跃成为全球第二大旅客吞吐量和全球第一大始发旅客量的国际大型枢纽机场。同时,随着国际空防安全形势日益严峻,作为“极具吸引力和影响力的重要基础设施

铁路从开售春运车票起售票超1.5亿张

增加134个窗口。在各站增设自动售票机

491台,自动取票机135台,安排流动售票车到建筑工地、大专院校及较大农贸市场附近,为返乡务工人员及学生提供购票服务。各单

位要根据客流情况保证高峰期时段,所有售

票窗口全部开放。

据了解,为服务好“老、幼、病、残、孕”等特殊重点旅客,今年春运南昌铁路局12306首次推出特殊重点旅客的预约服务,在原有南昌、福州、厦门等6个特殊重点旅客服务点基础上,新增九江、鹰潭等11个地市级车站服务点。

12306客服人员24小时接受电话预约,为南昌铁路局管内重点车站的特殊旅客,提供预约轮椅、担架、进出站帮扶、站车交接、信息通报等“一条龙”服务。此外,今年春运,该局12306客服中心还推出了“旅客遗失物品招领”、“列车正晚点信息查询”、“订送火车票”等多项便民利民

服务措施,为旅客出行提供便利。

此外,记者就网约车是否印名的有关情况向中国铁路总公司进行咨询。铁路部门表示,按照火车票实名制有关规定,火车票应打印旅客姓名和身份证件号码。由于中国人重名较多,核验实名制火车票最终依据为旅客的姓名、身份证件号码或其它有效证件号码。

铁路部门希望广大旅客配合,共同落实实名制有关规定,以切实维护广大旅客的切身利益和正常的旅行秩序。

铁路部门还提醒广大旅客,目前节前热

门方向、热门车次车票基本售罄,未买到火车

票的旅客请注意铁路的余票信息或者选择其他交通方式出行;已成功预订但尚未取票的旅客,请尽量提前办理取票手续,以免在取票高峰时取票不及,耽误行程。

铁路部门还提醒广大旅客,目前节前热

门方向、热门车次车票基本售罄,未买到火车

票的旅客请注意铁路的余票信息或者选择其他交通方式出行;已成功预订但尚未取票的旅客,请尽量提前办理取票手续,以免在取票高峰时取票不及,耽误行程。

分类型看,12月份,全国销售乐透数字型彩票205.9亿元,同比增长16.9%;竞猜型彩票销售33.43亿元,同比增长33%;即开型彩票销售35.55亿元,同比下降19.4%;视频型彩票销售27.84亿元,同比增长23.4%。12月份乐透数字型、竞猜型、即开型和视频型彩票销售量分别占彩票销售总量的68%、11.1%、11.7%、9.2%。



商场“马元素”喜迎新年

1月11日,北京,中国传统的农历马年越来越近,商场中橱窗装饰和商品纷纷用上“马”元素,喜迎马年。图为北京的商场一景。

阿静/CFP



玩具企业迎来情人节商机

1月10日,江苏省赣榆县经济开发区,一家企业工人在生产出口欧美