

内容决胜短视频“下半场”

本报记者 刘 晓



流量、提高用户粘性和用户活跃度的主要媒介渠道。“在上半场竞争中，抖音和快手成为短视频市场的两大阵营，但随着腾讯、阿里等巨头陆续进入视频领域，再加上升级后的秒拍，整个视频行业竞争会更加激烈，甚至有可能打破现有格局，整个行业重新洗牌。”

然而，短视频行业迅猛发展的同时，也遇到一系列瓶颈。其中，内容的低俗与侵权，成为制约短视频生存发展的掣肘。一些短视频平台为了流量及广告收入，纵容平台上出现良莠不齐的低俗内容。还有一些短视频平台缺乏版权意识，大量充斥着未经授权复制、表演、网络传播他人作品等侵权行为，影响了网络传播秩序。此外，产能不匹配、商业模式单一等问题，也在影响和困扰着短视频平台。

监管加强 行业降温

面对短视频乱象，今年以来，主管部门频出重拳，通过多种方式给短视频行业“降温”。与此同时，短视频领域也成为国家版权局今年集中整治的领域之一，侵权盗版多发态势有望得到遏制。

业内人士指出，相关部门对短视频的监管已经走向常态化和专业化。监管力度的加强，推动了短视频行业从野蛮生长转向规范化发展，促进平台对内容进行有效的审核和引导。在避免劣币驱逐良币的同时，也为合法合规的优质平台提供了更多的市场空间。

经过整顿，各大短视频平台均对监管和内容层面进行了升级。例如，秒拍全面加强了对内容的审核与监控，在优质内容存量以及运营等方面优势明显的前提下，进一步强化内容机制和编审监管。

短视频内容治理并非一日之功，也需要多方合力。日前发布的《中国网络社会治理研究报告》指出，一方面，短视频平台应回归内容为王，用价值观指导算法，让智能算法为优质的内容服

务。同时通过人工干预机器审核和算法推荐。另一方面，管理部门应加大监管力度，提高违法成本。此外，针对短视频平台未成年人用户较多的情况，应建立健全未成年人参与短视频创作的相关法律法规。

内容升级 深度融合

业内人士指出，随着监管加强，短视频增长红利阶段已经过去了，但用户对短视频的需求和活跃度并不会减少，随着5G时代的到来，用户分享和生产短视频的便捷度都将大幅提升，短视频发展的春天还将继续。

短视频领域竞争上半场，各大平台都以扩大用户规模为主要战略。从综合实力上来看，秒拍、抖音、快手三家不可小觑。中国社科院财经院互联网经济研究室主任李勇坚表示，在经过上一轮用户的爆发式增长之后，高质量的内容成为短视频平台下半场竞争的关键所在。此前，国家网信办有关负责人表示，要把弘扬社会主义核心价值观始终贯穿网络短视频内容的策划、制作、审核、推荐等过程中，积极传播正能量。鼓励传统主流媒体以及政府机构、企事业单位、人民团体、社会组织等大力开发视频资源，入驻主要网络短视频平台开办账号，或与平台合作开展可视化宣传活动和政策解读，扩大网络传播效果。

除了与政务结合之外，短视频还在同科普、消费等深度融合的过程中，创造出生活新方式和产业新风口。今年全国科普日期间，有的短视频平台联合中国科技馆等全国42家科技馆启动“全民科学挑战”线上活动，用轻松有趣的内容和形式拉近公众与科技的距离，激发公众对科技的热情。

专家指出，优质的内容需要技术和渠道来配合，短视频行业也同样如此。回归内容、回归原创，应当成为短视频平台的追求。

近日，我国个人大病求助互联网服务平台——爱心筹、轻松筹和水滴筹联合发布了《个人大病求助互联网服务平台自律倡议书》和《个人大病求助互联网服务平台自律公约》。倡议书和自律公约对各方主体都作出了要求：求助人对个人及家庭经济状况要真实、全面、客观地进行说明；平台应加强求助信息前置审核，建立失信筹款人黑名单等。此次发布倡议书和自律公约旨在净化互联网大病求助环境，规范平台运作，从而更好地为需要帮助的群体提供帮助。

来自广东的宋文（化名）刚刚25岁就被查出患上结肠癌晚期，为了治病，他前期已经花了60多万元，而接下来还需要的80多万元让宋文无力承担。于是，他找到了某求助平台，最终筹集了65万元的治疗费用。像宋文一样通过平台获得帮助的例子不胜枚举。数据显示，到目前为止，这三家互联网大病求助平台筹款总额超过400亿元，惠及超360万人。

互联网大病求助无疑是个善举，让需要帮助的人得到更多的帮助。然而也有些投机分子，看准了平台审核机制的漏洞，利用人们的同情心，为自己骗取不义之财。净化互联网环境、规范相关操作，需要各方主体的共同努力。

首先，作为直接联系求助人和大众的平台，应当主动承担起信息审核的责任。确保平台上传播的信息真实、准确、客观。平台既需要在前期做好信息审核工作，也需要在后方建立失信黑名单，提高失信代价。

其次，正如倡议书所提，平台也应加强与其他社会公益组织的合作。一场大病对于普通中产家庭来说都是一场灾难，更何况对于本身就贫困的农村群众。相较之下，他们求助的渠道更窄，且互联网使用能力较弱，这些人得了大病之后很难联系到相关互联网求助平台。然而一些社会公益组织成立时间较长，已经深入到全国各地，与之合作可以令大病求助的触角伸得更长、更准。

同时，政府应加强对民众的思想教育，让其深刻地认识到大病求助的重要性与严肃性。个人大病求助互联网平台有自己的主体责任，作为民众也应承担相应的社会责任，不为平台添乱，不借机骗取不义之财。

此外，媒体也应在报道相关事件之前仔细核实。既不传播假消息，也不夸大事实借机炒作。媒体应主动进行社会监督，发挥舆论导向作用，对个人大病求助进行正面传播。

「互联网+大病救助」需各方努力

徐佩玉

短视频有多火？中国互联网信息中心（CNNIC）的数据显示，中国网络娱乐市场需求强烈，短视频应用迅速崛起，74.1%的网民使用短视频应用，以满足碎片化的娱乐需求。在中国网民数量已经超过8亿的背景之下，这意味着有近6亿网民爱看短视频。

在风起云涌的互联网行业，短视频俨然取代了直播，成为行业新宠。然而，历经资本涌入、巨头布局、出海提速等相似过程，短视频同样掉入了无序发展的“陷阱”。在监管升级、整改加速之后，短视频开始进入“下半场”。一夜爆红已成过去，优质内容或将成为发展的决定性因素。

资本汹涌 问题浮现

发展迅速的短视频，是中国互联网产业近年来的增长亮点。以阿里巴巴、腾讯、字节跳动等为代表的本土企业纷纷布局短视频，推动视频产业风起云

涌。有专业机构的研究报告显示，2017年短视频市场规模达57.3亿元，同比增长184%。预计2020年短视频市场规模将突破300亿元。

国家工业信息安全发展研究中心鑫海威情研究部主任吴月梅表示，与其它内容形式相比，短视频成为争夺用户

互联网大咖秀



达拉·科索罗萨西

低调的执行官

海外网 赵 宽

达拉·科索罗萨西是全球顶尖的“共享经济”公司优步（Uber）的首席执行官。2017年8月上任时，还很少有人听说过他的名字。达拉尽管有着令人羡慕的简历和家谱，却时刻保持低调。

达拉1969年出生于伊朗，成长在一个富裕的家庭。《财富》杂志曾评价他的家族可能是世界上最具“技术性”的家族。他们曾成立Alborz投资公司，这是一家多元化的企业集团。这也使得达拉的商业头脑从小便接受着熏陶。1978年伊朗革命后，他和家人移民到了美国。在美国，达拉继续着他的学业，在布朗大学修读了电子与工程专业。

在硅谷内部，达拉一直以来都很受欢迎和尊重。他的叔叔和兄长们都各自在IT领域或人工智能领域投资领航。达拉从2005年开始，带领在线旅游公司亿客行（Expedia）的业务扩展到全球60多个国家。在担任亿客行首席执行官期间，其酒店和旅行预订业务的总价值翻了兩番，税前收益增加了一倍以上。

了解达拉的人都说他把沉稳且低调的处事风格带到了优步。此外，他还特别关心员工的感受，尤其是面对重大的政治事件时，达拉甚至都要确保每一位员工尽可能不被旁落，且心理上得到支持。

“每当我面临有压力的决定时，我都会理智地问下自己，‘达拉这时候会怎么办？’他是我所知道的最谦逊又最坚定的人之一。”达拉的堂兄曾这样评价他。

这就是达拉·科索罗萨西，一名成功的企业家，但他从不想留在聚光灯下。在偶尔受到的关注渐渐褪去之后，达拉会觉得舒了口气。

互联网生活 老人不缺席

海外网 李鹏宇

过去，人们出门前会检查有没有带钥匙，现在，出门前要先确认下带没带手机。随着互联网的普及，离开手机寸步难行。这一点对于伴着互联网长大的青年一代尤为明显，他们可以利用手机交流、消费、娱乐、学习，仿佛没有什么事情是手机解决不了的。而在很多人的印象中，老年人就不太能跟得上时代的步伐，在互联网领域长期处于边缘状态，成为后喻文化的常用注脚。

不过，日前中国多家电商平台发布的与老年人消费相关的大数据报告却勾勒出别样的景象，老年人的生活同样很“潮”，他们的消费内容超出很多人的想象。

走向消费升级

大数据显示，一些老年人购买智能手机、智能手表、单反相机等智能产品的热情跟青年群体不遑多让。相较于2017年，2018年60岁以上老年人使用移动支付的人数翻了一番，使用指纹支付或刷脸支付等人数增长了20%。此外，老年人也热衷于健身、美容、养生、旅游等方面的消费。

中国老龄科学研究中心今年上半年发布的蓝皮书则指出，老年人经济自偿状况持续向好，消费热点不断形成。例如老年旅游正逐渐受青睐，旅居养老、候鸟式养老的兴起极大地拓展了老年旅游的方式，老年旅游的比例逐年攀升。

过去有一种普遍的认识：老年人消费偏保守，年轻群体才是消费主力。而大数据则证明了现在老年人的消费观念正在发生变化，他们懂享受、爱生活，老年人消费额占居民消费总额的比重不断增长。因此，社会也要多去考虑老年人的需求需要，不断丰富老年人生活，推动走向消费升级。

挖掘消费潜力

当前，中国社会发展的一个显著趋势就是老龄化。根据联合国的数据，到2050年，全球除非洲以外所有地区60岁及以上人口将接近甚至超出1/3。其中中

国的老龄化速度比世界其他国家更快，老龄人口比世界其他国家更多。

根据2018年7月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2018年6月，中国网民规模达到8.02亿，其中60岁及以上网民占比5.1%。这一数据显示，今年上半年60岁及以上网民增长70多万，互联网继续向高龄人群渗透。

老年群体在扩大，老年网民规模也在扩大，这将带来新的发展机遇。近日多家高校科研机构联合发布的积极应对人口老龄化报告就明确提出了人口老龄化带来的五大发展机遇：创新发展机遇、协调发展机遇、绿色发展机遇、开放发展机遇、共享发展机遇。长远来看，老年市场将是一片消费的蓝海，“银发经济”方兴未艾。

下一阶段，需要考虑的是如何让现代科技更便利地服务老年群体。目前很多网络产品将目光集中在年轻人身上，忽视老年人的需要。事实上，人们不能把老年群体排除在互联网之外，让老年人被“数字技术鸿沟”抛弃。而是需要考虑到老年群体的特殊情况，要让互联网适应老年人的要求，这对于推进社会全面协调发展大有裨益。

加强消费保护

当一些老年人开始“试水”互联网，一些不法分子也盯上了他们。近



江苏大学志愿者在指导老年人上网浏览新闻。

石玉成摄(人民图片)

年来，涉及老年人的网络诈骗层出不穷。老年人正成为网络诈骗的“完美受害者”：空余时间多、辨识能力弱、网络安全知识不足，又大多不和子女同住。

要想解决这一问题，需要多方面共同努力。首先，老年人自身要提高安全上网意识，这时候需要子女亲友提供必要的帮助，对老人多一些耐心；其次，公安机关也要更加严厉地打击网络诈骗行为，并且经常组织针对老年人的诈骗

案例讲解活动，帮助他们了解其中的圈套。最后，企业也要积极参与进来，为老年群体提供人性化、便利化的服务，为其网络消费把好关。

总而言之，“银发经济”是一个可喜的变化。对于不断扩大的老年网民规模，全社会需要努力呵护其发展。切莫让互联网时代的老年群体因网络诈骗而停止融入“互联网+”时代。新科技的发展成果应与老年人共享，实现社会的全面发展。