



华夏全媒体  
主管主办  
华夏日报社出版  
国际标准刊号  
ISSN2521-0289

### 编委会

江单 尹万塘 张华勇  
黄浩 李增勇 龚德贤  
张邦毛 许平安 董哲

顾问 | 邓飞 方智平  
李凌

社长兼总编辑 | 江单  
常务副总编辑 | 尹万塘

执行社长 | 黄浩  
副社长 | 李增勇 钱正云 龚德贤  
执行总编辑 | 张华勇  
副总编辑 | 朱文强 张存猛

采访中心  
主任 | 董哲 (兼)

编辑中心

主任 | 罗阳

评论新闻中心

主任 | 张颖

经济新闻新闻中心

主任 | 龙腾

区域新闻中心

主任 | 潘利求

文旅新闻中心

主任 | 许平安 (兼)

群众工作中心 (内参部)

主任 | 张学江

国际新闻中心

主任 | 黄浩 (兼)

融媒体中心

主任 | 罗明荣

新闻影像中心

主任 | 古风

品牌战略中心

主任 | 罗文

营商环境研究中心

主任 | 黄开堂

副刊编辑部 / 《思想者》编辑部

主任 | 唐吉民

思想者电台

主编 | 郭园

### 驻境外记者

驻澳门记者 | 王强

驻台北记者 | 黄昭蓉

驻东京记者 | 向建国

驻新加坡记者 | 毛周

驻新德里记者 | 黄朝

驻阿拉木图记者 | 周璐

驻耶路撒冷记者 | 贺友

驻加州记者 | 黄浩

驻开罗记者 | 吴志刚

驻莫斯科记者 | 朱可夫

驻奥斯陆记者 | 向建军

驻伦敦记者 | 邓联辉

驻巴黎记者 | 卢伟平

驻巴西利亚记者 | 尹志强

驻堪培拉记者 | 欧阳子

## 专治电视“套娃”收费，避免广告“搭车”植入

1月23日，国家广播电视总局联合工业和信息化部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、中央广播电视总台、中国消费者协会等有关部门单位，召开治理电视“套娃”收费和操作复杂工作阶段性总结部署推进会，同时部署了2024年治理工作重点任务。(1月24日央视财经)

此次广电总局的做法切实听到了老百姓的呼声，治理电视“套娃”收费和操作复杂，实现了开机广告减少、收费包压减、消费透明度提升等多方面的成效。这积极的改革举措不仅让用户享受更为便利和透明的电视服务，也为整个电视行业的规范化和可持续发展奠定了基础。

开机广告，是随着智能电视的启动而自动

播放的广告，这些广告通常在用户启动电视机时占据全屏幕，并具有强制性，即用户无法跳过、关闭或快进这些广告，必须观看直到结束。长期以来，智能电视的开机广告始终影响着用户体验，在人民网官方微博发起的“你能接受多长时间的电视广告”投票中，有约75%的投票者选择了“一秒钟都不想看广告”，可见电视开机广告对用户体验已经造成了非常负面的影响。

电视开机广告通过“搭车”植入的方式存在一个显著的问题，即广告内容的重复性。每次开机都呈现相同的广告，可能导致观众疲劳感，削弱广告的吸引力。频繁的重播可能使得广告信息难以留下深刻印象，反而让观众对其产生反感。开机广告往往

是提供电视节目信号转播的商家和电视机厂商的植入广告，然而，这些广告与即将播放的电视节目内容关系有限。观众期待无缝过渡到精彩的节目中，但被不相关的广告打断可能让这一体验受损。广告与节目不协调，可能导致广告效果降低，无法准确传达目标受众。

更值得我们注意的是，过多的开机广告，可能加速观众对电视节目的淡化。观众在开机时期望即刻进入精彩内容，而广告的干扰可能引起他们的不满。这种淡化效应可能导致观众失去对电视节目的热情，对广播电视行业和广告主而言都是一种不利因素，因为失去观众的关注，将直接影响广告的传播效果和电视节目的收视率。电视终端要回归服务本质，始

终坚持将用户体验置于首要位置。只有尊重用户观看习惯，积极回应用户关切，才能赢得用户信赖；只有聚焦核心功能，发挥自身优势，才能提升电视终端竞争力。

类似于电视广告植入的“搭车”收费现象还有很多，比如应用软件内购买，免费服务附加费用，免费游戏内购等等，这些搭车收费的社会现象，反映了商业领域的一种战略取向，即通过在原本免费或低成本服务中嵌入收费项目，来获取额外收入。

然而，这一战略也带来了一系列潜在问题，需要在全面的层面进行审慎考虑。比如我们要关注“透明度”问题，用户在使用服务或产品之前，应该能够清晰了解潜在的附加费用，以实现知情权的充

分行使。缺乏透明度可能导致用户对服务提供方的不信任，从而影响整个行业的声誉。同时，消费者权益必须受到充分保护。在嵌入收费项目时，服务提供商应确保用户在购买决策中具备足够的信息和选择权。过度依赖嵌入式收费可能引发用户的欺骗感，对服务或产品形成不良印象。政府与监管机构的介入是确保市场规范和公正的必要手段，以促进行业的健康发展。

未来，我们有望看到更多的数字服务提供商关注用户体验，致力于提升服务质量。通过合作与监管的双重力量，我们有望实现一个更为公正、透明、用户友好的数字服务环境。

曹好婕

## 返程放空列车票有折扣，但折射的问题不能无视

针对近日有网友晒出的几十元低价火车票，记者致电12306铁路客户服务中心了解到，目前普速列车两折及以下折扣车票，主要是春运期间新增临客返程放空列车，这部分列车去程往往车票紧俏，返程则空座率较高，为充分利用运力资源，部分返程放空列车推出低折扣票价，满足不同旅客出行需求。(1月22日央视新闻)

春运期间部分返程列车票价有折扣，针对的是新增临客返程放空

列车。这部分列车去程“人满”，返程“人少”，票价打折为了“吸引”旅客多选择乘车，提高运力资源利用效率。然而票价打折的背后，折射的是区域发展不均衡问题。

区域发展不均衡，大量人口从欠发达地区流向发达地区。不仅春节前从发达地区“返乡”的人数太多，“返乡”发达地区的人数太少，而且春节后从欠发达地区“赶往”发达地区的人数同样太多，同时“回”欠发达地区的人数

一样太少。春运期间，为了保障出行，投入运力资源把旅客“接送到目的地”，返回的时候空座率较高，对运力资源是一种浪费，作为铁路部门，能做的就是返程放空列车票价打折，尽量提高运力资源利用效率。

从多年春运数据来看，新增临客列车返程人数远不能与去程比较，就算是国家为了民生，“无所谓”这点浪费，要是区域发展接近均衡，人口形成“双向流动”，即使去程车票

紧俏，返程空座率也会很低。如此充分利用运力资源，靠的是区域发展均衡。

春运期间放空列车票价有折扣，也反映出很多人并没有真正融入发展较好地区。虽然有的年轻人在发展较好地区安家置业，父母家人还在家乡，逢年过节还要赶回去，如果“全家”常年都在外，会不会选择春节“扎堆”往回赶？如果发达地区承载人口达到“上限”，均衡发展更为迫在眉睫。当然，当乡村人口越来越少，

乡村如何规划从而顺应趋势，当欠发达地区人口流向发达地区，如何让人口“双向流动”，考验“顶层设计”的智慧。

发展需要均衡，只有均衡才能更好解决发展中的“烦恼”。春运期间新增临客返程放空列车票价打折，甚至折扣率很高，大家不能“满足于此”，而是要正视折扣背后根源。

赵银春

## 化解女性如厕难题，还得是提供足够充足厕位

如厕话题看似不够文雅，却并非毫无探讨价值。最近看到《法治日报》做了关于女厕排队的调查报道——“厕位比例失调，一些女厕被占用，在景区、商场上女厕咋这么难”，再次引起舆论的关注。再次引起舆论的关注，在于它不是什么新鲜话题，女性如厕难，堪称存在几十年的“老大难问题”了。每次媒体报道这一话题，都能引发热议和很多人的共鸣，可见它确实是长期存在的痛点。女性如厕难问题，其实也是人道关怀与两性平权事业还不够

到位的表现。

我看到一条《北京青年报》在2004年的报道《女游客如厕须排队40分钟，内急女生闯进男厕所》：“成千上万的游客在玉渊潭公园赏花，公园内的厕所不够用，在每个厕所前都有二三十人排队等候，尤其是女厕所的坑位更是供不应求，有的女孩因为实在太着急了，竟闯进男厕所方便，还有的女孩憋得直哭，最后还是尿了裤子”——如此场景，就是女性权益未得到应有保障的现实呈现。

与无需排队的男厕

相比，在景区、商场、长途车站和高速公路服务区等地方，女厕总是大排长龙，短则等待三五分钟，长则等待一小时，实在令人难以接受。而且，这则20年前的“旧闻”，在今天还是能被当成“新闻”来看，因为相关问题并未得到解决。在节假日的旅游景区，类似的场景一再上演，有的上了新闻，得到了必要的关注，而更多情况并未进入公众视野，只让当事人承受了压力与烦恼。

或许很多人还记得，当年在城市公厕数量还很少的时候，肯德

基、麦当劳就是不少人内急时的“避难所”，能为路人提供免费、干净的洗手间。也正因此，在长途车站、景区、商场等地方的肯德基、麦当劳，本来就非常有限的厕位，就更加紧张了。女厕排长队的场景，更是频频出现。我之前就遇到过这样的尴尬：有内急难忍的女生，实在等不了很长的队伍，前面的人又不让她插队，无奈之下，她只好求我，帮忙看着门，她进男厕解决内急。可以说，“女生闯男厕”绝非耸人听闻的故事，如果不是憋到极限状态，实在没有

办法，也不会这样做。有同理心的男生，自然也不会拒绝。

当然，最好的化解尴尬的方法，还是提供足够充分的厕位，减少女厕排队的时间。相信随着基础设施条件的不断完善，以及人们愈发重视女性如厕难题，上述无奈都能渐渐化解。到那时，如厕问题才真的不值一提，自然也不必单独写文章探讨此事了。

黄西蒙