

违法违规近乎“零风险”

收视率造假亟待“重典”整治

9 月 16 日下午，国家广播电视总局发布《总局就收视率问题展开调查》一文称，“针对收视率问题的舆情和反映，国家广电总局相关负责人表示，已采取相关措施，并会同有关方面抓紧开展调查，一经查实违法违规问题，必将严肃处理”。

广电总局提到的舆情，指的是导演、编剧郭靖宇 15 日发布的一篇文章。在文章中，郭靖宇曝光业内收视率造假黑幕，例如每集交 90 万元可买收视率等。

收视率造假已经不是新名词，那么，为何屡禁不止，谁在铤而走险？



资料图片

收视率问题已成行业毒瘤

9 月 15 日，导演郭靖宇公开发文揭露电视剧行业收视率造假问题。他称新作《娘道》播出前曾被某卫视要求购买收视率，否则不予播出。郭靖宇呼吁影视行业团结起来，彻底清除假收视率毒瘤。随后，王长田、陆川、赵立新等业内人士声援。

演员赵立新迅速转发这条微博，并提到自己出演的《天盛长歌》收视惨淡，“豆瓣喜提 8 分，收视惨淡成真；敢不俯首称臣，让你有冤难申”。

导演陆川也通过微博曝光黑幕，“曾经亲耳听到某导演朋友在电话里无奈地要求制片将每集 40 万元购买收视率的费用，打到某市电视台购片主任指定的公司。他跟

我说如果不按照电视台指定公司买收视率，将收不到电视台尾款。”

光线传媒有限公司总裁王长田更以亲身经历为例，直言：“2015 年初，因为不愿意参与收视率造假，光线愤而退出电视节目市场，当时多档节目在央视等播出，停播所有节目之痛苦记忆犹新。”

编剧李亚玲感叹说：“两年过去了，除了买收视的钱暴涨了一倍，从每集 50 万涨到了 100 万，什么都没改变。”

9 月 16 日，国家广播电视总局官网发布了相关消息。9 月 17 日，中国电视剧制作产业协会发布声明称，协会坚决拥护国家广电总局采取相关措施开展调查，对违法违规问题进行严肃处理。

日益畸形的收视率

收视率造假问题并非新闻。早在 2012 年，电视剧《大祠堂》的出品人王健锋就曾在微博上公开举报收视率造假。

2016 年 12 月，浙江卫视电视剧《美人私房菜》因制作方未向幕后黑手购买收视率，从全国收视前 5 名直接跌至 20 名开外，创浙江卫视建台 50 年来最低收视纪录。该剧终因“超低”收视率从黄金时段下架。此举引发当年中国电视剧制作产业协会向电视收视率造假的“黑势力”公开宣战。不过现今看来，收效有限。

直至今日，郭靖宇的控诉再次引发业内人士共鸣和支持。他揭露的内幕中，虚假收视率报价已飙升为单集 90 万元。编剧李亚玲称，最近两年买收视率费用暴涨一倍，从每集 50 万元涨到 100 万元。

多位业内人士表示，按国际通行规则，收视率原本是为广告商向电视台投放广告而服务，并非电视节目优劣评价标准。但在我国，一些电视台为争取广告资源，开启收视率造假，之后愈演愈烈。当电视剧成为卫视黄金时段主打节目后，不少电视台强行要求在购剧合同中，将收视率与购片价格挂钩，签订所谓“对赌”协议，客观“引

导”制作方购买收视率。

央视电视剧频道资深导演高赛向记者介绍，收视率如今已渗入电视领域各方面，不仅成为市场的晴雨表，也成为电视剧交易“依据”，且与从业人员业绩、收入、晋升和评比等直接挂钩，在电视业和从业人员的生存与发展中有着举足轻重的作用。因此，收视率造假将带来难以估量的负面影响。

中国传媒大学教授刘燕南指出，收视数据造假乱象，对数据的误用和滥用等做法，已严重影响收视率的信誉和电视剧市场健康。目前常见的造假方式有两种，一是污染样本户，二是篡改数据。前者主要指某些利益相关方采用不正当手段，寻找和接近原本应属保密态的样本户，通过贿赂、收买等方式影响样本对象的收视行为或记录行为。后者则属于调查方的问题，对后台数据进行篡改，人为加工。相比污染样本户，后者操作更直接，也更简单。

文化教育学者郭彛对记者表示，收视率赤裸裸的造假行为已严重影响影视文化产业全生态链，长此以往，对专注于内容质量和规范操作的原创作品将带来深层伤害。

黑色产业链背后的巨额利益

调查发现，尽管国家新闻出版广电总局禁止各电视台签署“对赌”公约，然而不少播出机构迫于收视率对广告收入的巨大压力仍“阳奉阴违”：制作方若不承诺收视率便拒绝购片，以此逼迫制作机构继续花钱购买收视率。而制作机构每部剧平均增加的两三千元购买收视率成本，反过来又会转嫁到电视台。这种恶性循环使多数电视台也不堪重负。

既然收视率造假问题屡被曝出并遭受抨击，那为何至今仍未彻底解决？业内人士表示，利益的驱动是首要问题。

造假背后的唯明星论怪圈

而对于收视率造假的根源，影视撰稿人胡鑫（化名）透露，电视台和广告商对收视率的盲目追逐，对那些能“扛收视”的明星主演的盲目追捧，甚至将收视率当作衡量节目质量和主演明星能力的唯一评判标准，而完全忽略了电视节目的品质本身，因而给制造假收视数据带来了极大的市场。

“目前拍摄的电视剧，想要卖到一线的卫视上星，就非得请某些

高赛对记者坦言，在资本和高额利润裹挟之下，收视率造假已形成一条分工明确的黑色产业链，拥有强大的利益驱动。

业内人士表示，一个组织严密、操作有序的“地下黑产业”已形成。在一些地方，即使作品内容制作精良，也必须千方百计花高价购买假收视率，以确保达到电视台要求的播出标准，否则将面临停播、降价，甚至赔本。

对此，中国电视剧制作产业协会法务委员会曾发表声明称，收视率造假问题在不少区域已形成“大面积、全方位塌陷”的恶劣局面。

大牌明星、当红‘小鲜肉’或者‘流量女明星’做主演不可，只有他们的剧，这些电视台才肯认，才肯收。”胡鑫说，而没有大牌明星、当红“小鲜肉”主演的电视剧，纵然剧情紧凑、高潮迭起，也不可能上一线卫视，只因电视台买片，看演员，不看剧情，“然而这些当红明星、流量‘鲜肉’中的一部分，根本就是靠网络包装炒作、水军营

销赢得了大量的粉丝拥趸，方才迅

速在网络一夜爆红”。胡鑫告诉记者，这样最直接的后果便是，上述一些“流量明星”拍出的所谓电视剧，除了他们的粉丝外，占收视主体的广大观众其实根本不可，收视率自然上不去，“而这样的真实收视率一旦广而告之，势必又会让广大公众洞悉这些‘流量明星’完全扛不了收视率，因此极大影响其商业价值。所以，制片方还必须将工作一步到位，再继续去购买虚假收视率。劣币驱逐良币，常年恶性竞争的结果，就是购买电视剧收视率的价格越来越离谱”。

王长田指出，部门不治之由屡

郭彛认为，数据造假对行业 and 产业的伤害是深远的。对多数专注于内容制作的人士而言，虚假数据让作品难以获得公正评价，导致优秀作品和人才“贬值”。这不仅将破坏正常的文化创作和传播规则，还可能产生错误的创作和价值导向，导致“劣币驱逐良币”的畸形生态。

在刘燕南看来，如果任由收视率领域中存在诸如污染样本户、篡改数据、数据寻租、歪曲解读、数据滥用等问题发展下去，不仅会损害电视台、广告商、节目制作商和数据生产者等相关各方的利益，也会严重影响电视传媒生态的健康，影响社会的诚信和公德意识，进而影响我国建设事业的良性发展。

速在网络一夜爆红”。

胡鑫告诉记者，这样最直接的后果便是，上述一些“流量明星”拍出的所谓电视剧，除了他们的粉丝外，占收视主体的广大观众其实根本不可，收视率自然上不去，“而这样的真实收视率一旦广而告之，势必又会让广大公众洞悉这些‘流量明星’完全扛不了收视率，因此极大影响其商业价值。所以，制片方还必须将工作一步到位，再继续去购买虚假收视率。劣币驱逐良币，常年恶性竞争的结果，就是购买电视剧收视率的价格越来越离谱”。

证据、缺乏权力手段、掀开盖子恐伤害电视行业、市场行为政府不便干预、利益集团太大扳不动等。

公益法律文化工作者姜宝对记者表示，针对收视率市场的法律规约和监管机制至今尚不健全，诉讼及问责的时间和人力成本过高，惩罚成本过低，均导致违法违规接近“零风险”。

在郭彛看来，当务之急，既要呼吁司法的强力介入以增强惩罚力度，也要倡导构建多种数据调查模式并存的科学评价体系，根本还是要引导整个产业生态回到关注原创内容本身。文化精神产品最终仍是内容为王，原创产品质量才是其赖以维系的生命线。

（综合自《工人日报》《法治日报》）

序号	车牌号	车型
366	/6/8/79	电动车
367	/6/8/81	电动车
368	/6/8/84	电动车
369	/6/8/86	电动车
370	/6/8/87	电动车
371	/6/8/88	电动车
372	/6/8/89	电动车
373	/6/8/90	电动车
374	/6/8/92	电动车
375	/6/8/93	轻摩
376	/6/8/94	电动车
377	/6/8/96	电动车
378	/6/8/97	轻摩
379	/6/8/98	电动车
380	/6/8/99	电动车
381	/6/8/100	电动车
382	/6/8/101	电动车
383	/6/8/102	电动车
384	/6/8/103	电动车
385	/6/8/104	轻摩
386	/6/9/3	电动车
387	/6/9/4	电动车
388	/6/9/5	电动车
389	/6/9/6	电动车
390	/6/9/7	电动车
391	/6/9/9	电动车
392	/6/9/10	电动车
393	/6/9/11	单车
394	/6/9/13	电动车
395	/6/9/15	电动车
396	/6/9/16	电动车
397	/6/9/17	电动车
398	/6/9/18	电动车
399	/6/9/19	电动车
400	/6/9/20	电动车
401	/6/9/21	电动车
402	/6/9/22	电动车
403	/6/9/24	电动车
404	/6/9/25	电动车
405	/6/9/26	电动车
406	/6/9/27	电动车
407	沪CAN847	轻摩
408	/6/9/29	电动车
409	/6/9/30	电动车
410	/6/9/32	电动车
411	沪XZ1852临	二轮
412	/6/9/34	电动车
413	/6/9/35	电动车
414	/6/9/36	电动车
415	/6/9/37	电动车
416	/6/9/38	电动车
417	/6/9/41	电动车
418	/6/9/42	电动车
419	/6/9/44	电动车
420	/6/9/45	电动车
421	/6/9/46	电动车
422	/6/9/47	电动车
423	/6/9/48	电动车
424	/6/9/49	电动车
425	/6/9/50	电动车
426	/6/9/51	电动车
427	/6/9/52	电动车
428	/6/9/53	电动车
429	/6/9/54	电动车
430	沪CWH359	轻摩
431	苏F1066U	二轮
432	/6/9/58	电动车
433	/6/9/59	电动车
434	/6/9/60	电动车
435	/6/9/62	电动车
436	/6/9/63	轻摩
437	/6/9/65	电动车
438	沪A9678J	二轮
439	/6/9/67	电动车
440	/6/9/69	电动车
441	/6/9/70	电动车
442	/6/9/71	电动车
443	/6/9/72	电动车
444	/6/9/74	电动车
445	/6/9/76	电动车
446	/6/9/77	电动车
447	/6/9/78	电动车
448	/6/10/2	电动车
449	/6/10/3	电动车
450	/6/10/4	电动车
451	/6/10/5	电动车
452	/6/10/6	电动车
453	/6/10/7	电动车
454	/6/10/9	电动车
455	/6/10/12	电动车
456	/6/10/14	电动车
457	/6/10/15	电动车
458	/6/10/16	电动车
459	/6/10/17	电动车
460	/6/10/18	电动车
461	/6/10/19	电动车
462	/6/10/20	电动车
463	/6/10/21	电动车
464	/6/10/25	电动车
465	/6/10/27	电动车
466	/6/10/28	电动车
467	/6/10/29	电动车
468	/6/10/30	电动车
469	/6/10/31	电动车
470	/6/10/32	电动车
471	/6/10/33	电动车
472	/6/10/35	电动车
473	/6/10/36	电动车
474	/6/10/39	电动车
475	/6/10/40	电动车
476	/6/10/42	电动车
477	/6/10/44	电动车
478	/6/10/45	电动车

（续转A4—B4中缝）