

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：张语桐

学号：1600017842

学校院系：元培学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

“超前点播”的跨期价格歧视视角

中国的在线视频平台的是以基础平台服务免费加增值服务收费和第三方交叉补贴的商业模式运行的。与国外相比，其收取的会员价格非常低廉，在会员增速放缓的背景下，视频平台更是持续亏损，以爱奇艺 2019 年第三季度为例，净亏损达到 37 亿元，视频网站急需开发新的盈利点。“付费超前点播”作为免费加付费模式基础上再付费的探索，是当下视频平台所面临困境和压力的折射。

一般而言，购买了“付费超前点播”增值服务的会员用户，将比普通付费会员提前一周、比免费用户提前两周看到大结局。这个模式第一次出现在《陈情令》的排播上，据媒体估计收益超过 8000 万元，引起后来者纷纷效仿。随着《庆余年》的热播，更多观众第一次了解了这种模式，在舆论上引起了轩然大波。人民日报客户端曾发文《视频网站套路层出不穷，吃相太难看》，批评超前点播是对用户缺少起码的尊重，是对消费者权益的侵犯。尽管在伦理和法律上有着诸多争议，但是“超前点播”作为跨期价格歧视的实践在经济学上并无不妥。

从“超前点播”服务的需求方看：首先应当考虑到消费者的时间偏好，即行为主体总是偏好现在甚于将来，例如费雪在利率原理的阐释中认为，人本性上是缺乏耐心的，往往持有“所有现在财货优于当前财货的偏好”。其次，应当考虑消费者需求价格弹性的异质性特点，需求价格弹性小的消费者能接受更高的价格，其开通“超前点播”的边际效用大于边际成本，这时并不存在“对消费者权益的侵犯”，反而是理性决策下效用更优的结果。

从“超前点播”服务的供给方看：国内的网络视频平台是一个垄断竞争的市场，并且对于特定内容超前点播的边际成本为零，从经济学理论出发应当实行充分的价格歧视，通过将消费者剩余转化为生产者剩余的方式，减少无谓损失，以使经济更有效率，从而达到社会总福利的最大化。跨期价格歧视的实质类同于三级价格歧视的跨期版本，虽然并不适用于帕累托标准，且对社会福利的影响仍存在很多争议，应当其资源配置效率的改善进行具体分析，避免在管理与执法上“一刀切”否定。

在网络上对“超前付费”流行的经济学解读常常从“人们难以放弃沉没成本”这一角度出发，我觉得并不是非常贴切。首先，沉没成本作为以往发生的与当前决策无关的费用，并

不会参与到理性决策中。其次，如果从行为经济学的损失厌恶出发，也并不符合“付费超前点播”的语境，因为这里并没有涉及到实际损失，没有成本会被沉没，即使并不选择这项增值服务，消费者既不会失去原有内容的可用性，在一周之后也依旧能够获得相应的内容。此外，反对者经常持有的观点还有，“没有增加集数的变相提价涉嫌违反反垄断法”，这其实是对跨期时间偏好意义的忽视，并且从事该种价格歧视并没有产生排斥竞争的效果。网民们还关注的一点在于，这种“付费超前点播”的模式会不会变本加厉，在 VIP 和 VVIP 之后，会不会还有 VVVIP 的出现，依据边际效用递减的原理，这种担忧还是不太可能成真的。

今年，北京互联网法院对会员诉爱奇艺《庆余年》超前点播案进行了宣判称其构成违法及违约；与此同时，“超前点播”模式还是成为了业内的“标配”。一方面，消费者们在合同内容中寻找着漏洞宣泄自己对被“稀释”的权利的愤怒，他们并不按理性假设思考决策，然而诸如盗版的传播等为逃避价格歧视所付出的成本，都应当被考虑在社会的无谓损失之内。另一方面，平台方在影视寒冬中牢牢抓住了“超前点播”这一救命稻草，尽可能在用户感受上做出妥协，例如《庆余年》将 50 元直通大结局的描述被替换成 3 元抢先看一集。两全其美还有待未来进一步的磨合和调整，这更多是在公共传播学，而在经济学讨论之外了。■

WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)

成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ: 3049816538