感谢主席，问候在场各位。

我方的持方是“见缝插针的广告是影视行业的助力”。

首先，我们先明确“见缝插针”是尽量地利用时间，空间和机会，在影视行业中，可以说广告都是见缝插针的，像平台在片头片尾的插入广告和影视内部的植入广告，因为它们都在利用所有的机会进行宣传。

健康良好的影视市场是：制片方获得投资，制作丰富影片，平台对影片进行播出，观众获得观影享受。因此，我们对“见缝插针”的广告是影视行业的助力或者阻碍的评判标准是，广告是否能让以上模式良好运转。

首先，广告支持制片方产出影片或者拍得更优秀。投资需要很多的条件和限制，当投资成本达不到预算成本，广告相对于其他方式更具有可行性。广告可以拓宽制片方的融资道路。《非正式会谈》这部综艺5季的平均评分高达9分，但第二季因为资金不足面临停播风险。而魅族手机的赞助，让停播的《非正式会谈》重新回归。另外，很多优秀影视如果没有广告，可能产出之后大不如前。像<ET>这部外星人电影的标杆之作，它有100万，也就是1/10的经费来自好时巧克力。试想失去这100万的经费，它需要在多少方面做出削减？这样的et也许可以在当时广受称赞，但他的特效和造型还能这么深入人心成为经典吗，它还能在40年后被广为称颂吗？少了广告资金，而让一些物资工程的缺失成为作品的败笔，是优质作品的极大浪费，是影视业发展的巨大阻碍。

其次，广告能维持平台运转。2020年，爱奇艺广告收益近70亿，占总收入四分之一，广告收入的削减必然会给它带来重创。Netflix是著名的无广告会员制播放平台。但它18年第四季度亏损近14亿美元，最后于19年决定引入广告来弥补亏损维持运转。可以说，对于平台方，植入广告是必然的选择，是支撑它们继续营业的必经之路。

最后，广告保障观众不花钱就能观影的选择。以国内为例，爱奇艺会员每月20元，但据爱奇艺的财报，会员人数不到20％。中国尚有六亿人月均收入不到1000元，他们难以支付会员费用。我们并不希望影视变成生活优渥的人才能享受的奢侈品，而是希望生活艰辛的人也能享受影视作品，不被高昂的会员费拒之门外。

综上，广告可以让制片完成或者更加精良，让平台维持运转，让更多观众享受。因此，我方坚定认为见缝插针的广告是影视行业的助力。