

破除“唯流量”的行业顽疾

评价内容质量，一定的数字指标是必要的，但绝非唯一标准。走出“唯流量”的误区，努力供给更多更优质的内容产品，方能满足人们日益分众化、多元化的需要，也才能真正赢得市场

打开视频网站，数据攀比屡见不鲜，动辄上百亿的点击量被揶揄为“8亿网民不够用”；登录中介平台，刷量服务明码标价，粉丝量、点击量、播放量造假皆有路径。最近一段时间，有关流量作弊的话题持续引发讨论。当内容产业蓬勃发展催生可观的流量市场，如何规制乱象、构建良好的行业生态，成为亟待破解的现实课题。

衡量作品的传播效果，离不开必要的数据。从电视节目的收视率，到电影市场的票房数，再到网络内容的点击量……相关统计数字，为内容产业提供了重要的评价标尺，也有助于用户降低甄别和筛选的成本。尤其是在互联网的语境中，流量指标往往更加重要。然而，一旦“流量大于一切”成为突出倾向，难免会带来唯点击量、唯播放量的浮躁风气，甚至误导一些人为牟利而弄虚作假。在这种背景下，内容生产者为了获取流量、迎合市场，违背创作规律和初心，容易导致格调不高、低俗媚俗的作品充斥网络；流量造假等违法违规行径，也让市场出现“劣币驱逐良币”的现象。

现实中，流量与利益密不可分。“唯流量”，往往是内容生产者、平台、粉丝等各方推波助澜的结果。以平台方为例，随着影视剧发行模式的改变，视频网站的影响力越来越大；排行榜、点击量等营造出的“流量繁荣”，事关市场占有率、广告收入等红利。又比如一些所谓的“流量明星”“爆款IP”，雇水军、刷热搜、炒话题，目的也在于获得高价片酬、赚取热钱快钱。从日前宣判的全国首例视频网站刷流量案来看，分工合作、利用技术手段进行流量造假的行为，背后已经形成完整利益链。

确保内容产业在健康的轨道发展，重典治乱、对症下药是关键。前不久，国内某知名视频平台宣布关闭前台“播放量”显示，以

综合用户讨论度、互动量、多维度播放指标的内容热度代替，赢得人们点赞。但冰冻三尺非一日之寒，整治行业乱象，不仅需要行业自身痛定思痛、努力改进，也有赖于加强整治与监管。近年来，无论是开展电影市场专项治理，重拳打击不正当营销行为，还是多部门联合印发通知，要求坚持把社会效益放在第一位，坚决反对唯票房、唯收视率、唯点击量，破除“唯流量”的顽疾，不仅是社会共识，也成为鲜明的政策导向。

让违规者付出代价、通过治理升级规范市场秩序，是破解“唯流量是从”的重要环节。从行业长远发展的角度出发，还需要进一步思考，怎样才能建立健全更科学的评测机制，引导市场良性竞争。竞争是发展的催化剂，有竞争就有评价。评价内容质量，一定的数字指标是必要的，但绝非唯一标准。当务之急，是要从对流量的盲目崇拜中走出来，把以品质为核心的评价导向树起来。这些，还需要不断地探索和调试。遵循公平、公正、透明的原则，破立并举、完善机制，才是维护良好行业生态的治本之道。

内容产业勃兴的源泉，在于群众日益增长的精神文化需求。走出“唯流量”的误区，努力供给更多更优质的内容产品，方能满足人们日益分众化、多元化的需要，也才能真正赢得市场。随着治理力度的加大、行业规范的明确、平台监管的强化，我国内容产业必将迎来进一步发展，以更多精品力作标注时代。