



良莠不齐的体育直播，消费者该如何选择？

侵权问题频发，球迷观赛体验不佳；盈利渠道单一阻碍服务提升——

见习记者 汤仲国 本报记者 崔义刚

编者按：近年来，随着社会生活水平不断提高，老百姓在体育方面的消费也不断提升。不论是观看各类直播体育赛事，还是购买体育装备都成了时下体育爱好者们消费的方向。但面对让人眼花缭乱的体育直播平台 and 纷繁复杂的购买体育装备渠道，许多消费者着实吃了不少苦头，在3·15这个特殊的日子，本报对时下热门的两项体育消费项目进行了调查。



3.15
A

付费也难看得爽 体育直播乱象让球迷很堵心

随着新赛季中超大幕拉开，很多球迷开启了“看球模式”。不过，大连、重庆、北京（人和队）以及河北等几支队伍的球迷们很郁闷，由于版权方收缩电视直播版权等原因，他们无法在电视上收看自己队伍的比赛，只能借助网络。

其实，网络看球早已被广泛接受，但其中也存在很多问题。费晓明是浙江绿城球迷，平时有空就会去现场为球队加油助威，不能去现场就在家看杭州少儿频道的直播，很少选择网络直播：“网上看球是方便，但是直播开始前一两分钟的广告很讨厌。”

为了避免广告的“骚扰”，火箭球迷沈一龙开通了腾讯体育会员。但不管是

CCTV-5网络直播还是腾讯NBA，每次直播前都要看一段广告，令人厌烦。“腾讯拿下NBA转播权后，每天只提供一两场免费直播，还不一定是自己爱看的场次”，小沈说，为了支持火箭队，他只能购买每月30元的会员，而要“畅看”所有赛事，则要购买每月88元的高级会员，“感觉有点贵，一个赛季下来看球就要花五六百元。”

付费看体育直播价格偏高，还存在被“坑”的风险。万般无奈之下，很多球迷只能求助于“万能”的网络——寻求免费直播信号源。沈一龙就曾尝试过，但是“用户体验”非常差：“这种直播基本都是盗窃CCTV-5或者腾讯的信号，清晰度比较差。”

3.15
B

侵权不止、盈利渠道单一 体育直播提升服务面临阻碍

近年来，奥运会、欧洲杯、英超等世界顶级赛事的网络直播侵权问题频繁出现。一次针对欧洲杯预选赛点播监测的情况发现，共有100家网站对央视信号进行了“盗播”，27个APP存在本届赛事的点播视频。杭州人蔡辉曾做过网络足球主播，对于盗版直播，他告诉记者：“很多小平台都是卫星接收信号，只要接卫星天线就能播。也有国内视频会员分享，购买体育会员以后就可以以主播身份把直播分享出去。”

体育直播版权保护势在必行。毕业于中国计量大学知识产权专业、现从事司法工作的李强表示，网络信息传播权是著作权的一种，但由于当前《著作权》与《著作法》对体育赛事直播内容的性质及权属规制和认定都有偏颇，导致被侵

权单位的利益在很多情况下无法得到有效保障。

此外，体育直播的商业盈利渠道仍然比较单一。央视、腾讯体育、PPTV等主流体育赛事直播平台仍以视频广告、付费收看为主要营收手段。这遭到了球迷们的诟病，却也无可奈何。当年，乐视推出590元的“超级体育会员”，令很多球迷不满，但时任乐视体育首席内容官的刘建宏认为这是必由之路，球迷的切实支持是联赛成长的根基。

“理想是美好的，现实是骨感的。”乐视体育倒在了巨额版权费面前，体育直播的商业盈利问题依然存在。可以说，在天价赛事版权、运营成本的双重压力之下，体育网络直播平台如何探索出清晰、稳定、成熟的盈利模式还有待挖掘。

3.15
C

面对鱼龙混杂的直播市场 平台和消费者如何“和谐相处”？

要想给消费者提供更好的服务，体育直播平台必须首先保证自己的权益不受侵害。浙江传媒学院大学体育部讲师孟文光认为，针对体育直播的“盗版”问题，要完善体育直播内容的保护依据。他建议，在国家《信息网络传播权保护条例》的逐步完善下，为体育赛事直播内容的归属找到维权依据和支撑，“增加侵权成本，有效减少直播侵权事件的发生。”只有让平台“放心”，从业者们的相关权益才能得到保障，也才能将更多精力放在为体育迷们提供更好的直播服务方面。

反过来说，保护版权方的利益也离不开消费者的配合。李强建议，球迷们在观看直播时，能有地方台或央视的免费直播最好，如果没有，像腾讯体育、

PPTV等收费或者需要收看广告的平台，也应多给予理解，毕竟他们在购买版权、赛事包装等方面投入了大量资金。如果总是去搜盗版直播，对于平台和消费者来说是“双输”，形成“恶性循环”。反过来，消费者选择正规渠道多了，平台营收多起来，收费必然会有所下降，形成“共赢”的局面。

当然，在平台选择付费直播时，建议消费者“理性消费”，最好避免充值年费甚至数年，选择适当的球队、场次或者时长进行充值，以免类似于乐视体育突然“倒下”，会员权益难以维护这样的情况发生。一旦直播平台出现相关问题，要及时通过消费者协会维护自己的合法权益。

两鞋并排跑，安能辨其是真伪？

本报记者 周 斌 沈智钦

近年来，体育消费愈来愈热，随着“微商”、“海淘”的火热，网购运动鞋也成了许多年轻人的首选。面对网上高性价比的一波波运动鞋，在拍下之前谁都会心中有疑问的，如何确定店铺卖的是不是正品真鞋呢？然后说到运动鞋真假鉴定方法，确实难倒大批卖家。

记者在一些销量不错的网店中了解到，大部分店家支持专柜验货还有一些网络平台的鉴定，如毒APP、识货APP等。

先来看看网络平台鉴定的可行性。每个平台的鉴别费用在每双5到10元。鉴别师通过对鞋子全面的照片进行鉴别，光在毒APP一家平台等待鉴别师鉴定的鞋子达到了几千双之多。

但其中耐人寻味的是，每家鉴定平台拥有自己的商城，出售产品时会带有自己平台的鉴定吊牌。可简单搜索后发现，这些平台所出售的鉴定是正品的商品，若是再拿回来鉴定，可能会出现不一样的答案，因此这种“又当运动员又当裁判”的网络鉴别平台本身就存在着漏洞。

为了获取更有公信力的回答和求证是否存在专柜验货，记者向几家运动品牌的官方客服咨询了运动鞋真伪鉴别的方法。耐克、阿迪达斯两家品牌客服均给出了“所有产品没有防伪标识”的回应，阿迪达斯客服更是明确告诉记者：“我们也没有从产品本身出发的鉴别能力，鉴别真伪的话只能通过购买渠道判定，我们只能保证官方渠道销售正品的产品，其他渠道无法判断，并没有网上所说防伪鉴定办法。”也就是说，并不存在专柜验货这一种鉴别方法。

目前，各类品牌运动鞋的大小代工厂在中国鱼龙混杂，各类供货渠道也是数不胜数。官方授权的购买渠道是鉴别真伪的唯一标准，非官方授权渠道购买的产品想要知道是不是正品，也只能先与店家咨询进货订单号，再联系官方核实。

小编建议：在非授权渠道购买的情况下，务必留好与店家的聊天记录。在出现纠纷时及时向网络平台客服进行投诉。若平台方无法妥善处理，消费者可在杭州市消保委官网上进行网购投诉，若调解不成，可通过诉讼或仲裁途径解决。

