惊不惊喜？意不意外？

春运火车票低至8折

节前节后共64趟增开列车回程方向票价打折

据新华社电 记者19日从中国铁路总公司获悉，为进一步完善便民利民措施，做好2018年铁路春运工作，春运期间，铁路部门对部分增开列车回程方向进行票价折扣试点，在现行票价基础上实行8－9折优惠。

中铁总有关部门负责人介绍，由于春运具有单方向客流特点，部分列车去程客流集中但返程客流较少。根据2018年铁路春运增开列车开行方案及往年大数据分析，铁路部门对始发终到时刻相对较好的回程方向列车，在现行票价基础上最低实行8折优惠。此举既可为旅客出行提供更多的实惠和选择，又可充分利用回程方向运输资源，提升春运整体运输效率。

这位负责人说，此次回程方向部分列车试点票价打折，主要围绕京津、沪杭、广深3个地区始发终到的列车，节前节后分别选取了32趟列车实行打折优惠。

2月1日至2月15日 回程方向32趟列车打折

东北、成渝、合阜等地区始发，终到京津地区的12趟；成渝、河南、西安等地区始发，终到沪杭地区的11趟；成渝、湖南等地区始发，终到广深地区的9趟

2月16日至3月12日 回程方向32趟列车打折

京津地区始发，终到东北、成渝、合阜等方向11趟；沪杭地区始发，终到成渝、河南、西安等方向10趟；广深地区始发，终到成渝、湖南、南昌等方向11趟

铁路部门提示，旅客可通过中国铁路客户服务中心12306网站查询具体折扣车次相关信息，合理安排出行。

网易新闻近日上线知识竞答综艺直播节目

直播答题已集结十来个玩家

18日，网易新闻上线知识竞答综艺直播节目“网易大赢家”IOS版。至此，直播答题这个2018年新“风口”已集结花椒、映客等起码十来个玩家。据记者不完全统计，这些直播答题平台发放奖金总量已超过亿元。而平台在“烧钱”的同时也相继获得“金主爸爸”赞助。

新玩家涌入猛烧钱

16日，网易新闻宣布上线知识竞答综艺直播节目“网易大赢家”安卓版，正式加入全民竞答的队伍，用户升级最新版本网易新闻或者网易薄荷直播都可参与直播答题。而在18日，“网易大赢家”IOS版也上线。

试图后来居上的不只网易，还有趣店旗下的大白汽车，后者拟初期投入上亿元的答题直播频道“百万答人”。有意思的是，这两家企业数日前都还是直播答题平台的赞助商。至此，国内的直播答题平台不足一个月已集结了十来个重量级玩家。包括最早出炉的“冲顶大会”、奇虎360旗下花椒直播的“百万赢家”、映客旗下的“芝士超人”、今日头条旗下西瓜视频的“百万英雄”等。

据记者不完全统计，国内直播答题平台起码已经“撒币”超过亿元。据花椒直播方面透露，光是“百万赢家”，自从1月5日上线至1月16日，在其举办的115场直播就累计发放奖金达6591万元。

怎么变现？已有商业广告

直播答题如何才能在“撒币”后赚钱？那就是，它们陆续迎来了商业广告。

例如，1月9日，“百万赢家”迎来其第一个直播答题广告——美团专场，这也是直播答题领域第一个商业广告。随后，京东、华为等知名品牌也冠名植入“百万赢家”。此外，趣店与“芝士超人”，一加手机与“百万英雄”等，也达成了商业广告合作。

不过，作为一个门槛较低、对手密集的领域，玩家们不敢掉以轻心，试图早日构建市场壁垒。以芝士超人为例，已在全国进行院线贴片广告和楼宇广告投放，投放费用高达2亿多元。 羊晚

沪指昨盘中逼近3500点，走出四连阳行情

军工金融积极做多

昨日，在券商、石油石化等大盘股上涨的带动下，沪指小幅高开后大部分时间在平盘线上展开震荡，最高摸至3498.43点，逼近3500点整数关口，再创反弹新高。这也是沪指继开年十一连阳后，再次走出四连阳的行情。创业板指低开后反弹翻红，午后震荡下行翻绿。上证50和沪深300指数创新高后维持红盘震荡走势。两市成交量较前一日放量。

截至收盘，上证指数报3487.86点，涨0.38%；深证成指报11296.27点，跌0.21%；创业板指报1728.14点，跌0.57%；中小板指报7560.67点，涨0.14%。

沪深两市个股跌多涨少，上涨品种为1280只，下跌品种为1923只。

板块方面，银行、证券、国防军工、高送转、通用航空、自贸港、期货概念等表现活跃；细胞免疫治疗、钛白粉、草甘膦、白酒、家电、建筑节能等表现低迷。

国防军工昨日表现非常出色，占据行业涨幅榜首位。包括非银金融、银行在内的大金融板块表现抢眼，占据涨幅榜的前列；非银金融对应的主题行业里，券商涨幅居首。 综合

粉丝经济时代，粉丝的关注可以带来超高的身价、丰厚的回报，这也就成了整个演艺界不惜通过“刷流量”等手段博取眼球的内在动因。

近日被公认为重要“流量标签”“引流神器”的某社交网络平台，被曝花钱即可登上“热搜话题榜”，引发网络关注。

在影视领域，通过互联网手段雇用“水军”“刷流量”等方式进行“流量造假”，已经对诚信声誉、评价标准等行业基础因素构成严重破坏和干扰。

记者调查发现，目前“流量造假”的服务依然普遍存在，且十分易得。这使得影视制作方、播出平台、艺人、广告商等方面实施或默许“流量造假”的动机，非但没有消除，反而更趋强烈。 据新华每日电讯

一个点赞5毛，一条“精品评论”5元，明星雇水军，买热搜愈演愈烈

一掷百万“刷流量” 刷出“天价”片酬

一掷百万“刷流量”，真人“水军”成主流

2017年上半年，电视剧《孤芳不自赏》被指“买水军刷好评，做完后赖账”，大量“水军”在论坛刷屏“讨薪”。

据一些商户介绍，所谓“刷流量”，就是通过人工干预的手段（俗称“水军”）有偿增加对网站、网页、视频、社交媒体信息等各种对象的访问量、浏览量、点击量、回复量等。比如，通过“水军”刷高某网络播出平台上影视作品的观看量、某条微博的转评和点赞量等。

“当前，‘水军’分成技术型和人工型两种。”曾从事“水军”业务，现在一家大型网络公司从事技术工作的李华（化名）告诉记者，“技术型水军”通过写代码、开发软件等方法寻找网络平台漏洞，或通过自动化程序同时操控大量手机端、电脑端注册账号来实现“刷流量”的目的。

据调查，近年来，随着各类平台对自身技术系统与员工管理等多面实施“堵漏”，“技术型水军”由于操作难度上升、效果下降，已渐渐成为支流。李华说，现在业界主流是打出“真人刷流量”招牌的“人工型水军”。

据自己经营一家文化传播推广公司的吴女士介绍，与“技术型水军”相比，“人工型水军”的特点是“劳动力密集”——人多。一个“水军”公司通常能够调动成百上千甚至数万的真人“水军”。

因为是真人操作，这类“水军”较难被技术手段识别。特别受雇主青睐的，还有他们可以完成各种“定制版”的互动任务。而比起纯技术操作出来的点赞或评论，被称为“精品评论”的“手工制作”，价格要贵出五到十倍：一个普通点赞的平均价格是5毛，而一条“精品评论”目前至少是5元。

记者在与一名“水军”攀谈的过程中了解到，一些耳熟能详的影视界“流量鲜肉”“流量小花”常常在“刷流量”方面一掷千金。“常常一次就能有几十万、上百万的投入”。

平台卖榜标高价，明星买榜撑片酬

“刷流量”的行为之所以在影视剧作、艺人推广和广告代言等领域当中依然广泛存在，甚至愈演愈烈，究其原因，各方均陷在分食“刷流量”所形成的利益圈中，难以抽身。

“那些没有作品还总活跃在各种社交媒体上的‘流量担当’艺人，基本都是‘刷’出来的。”某知名艺人工作室负责新媒体推广的郭女士向记者透露了这个“业界规律”。

据记者多方求证，为了帮一些缺少作品的“流量”艺人维持“一线明星”的地位，其经纪公司或其本人只有靠不断增加在主流社交媒体平台的曝光率。某社交网络平台的“热搜榜”“实时榜”等，因其平台用户规模大而受到各方青睐。以“热搜榜”为例，业内惯例是向该网站缴纳数万元费用，平台即可将指定的内容上榜到5到10名的位置，并停留一段时间，如果不买到足够的“水军”来“刷榜”，“掉出去了就得重新买榜”。

而这笔买“水军”的费用是多少，一位艺人经纪说，一次买榜刷榜投入十几万到几十万非常正常。而这不过是维持一名“流量担当”最基础的日常工作。

然而，巨大的投入对于经纪公司和艺人来说，也意味着巨大的收入。以某作品不多但人气“火爆”的“流量小花”为例，多名影视界资深从业人员都向记者透露，她以“刷流量”为生是业内公开的秘密。但是该艺人一部电影的片酬是5000万元起步，一集电视剧的起步片酬则是500万元。

记者了解到，那些拥有“一线”“超一线”名号，却没有“流量”支撑的艺人，同比薪酬只有“流量担当”的1/3，甚至1/10。

据业内人士介绍，许多网络影视投资人的投资直接与某些“流量担当”绑定，要想获得投资，只能花天价去请这些艺人。不仅影视投资，广告主对于广告代言人及作品的“流量”往往也有要求。这成为他们选择广告代言人的核心指标。