自动扣费、宣传不实、退款无门……

小心付费微短剧的“坑”

N 人民日报 法治日报
央视新闻 中国消费者报

2023年我国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%。预计2027年中国网络微短剧市场规模将超1000亿元。

微短剧爆火的同时，也出现不少收费乱象。有老人使用手机不熟练，在不知情下被扣费；有人开通了人脸识别快速付款，在解锁剧集时，一不小心花了几百块，被动成了会员；充值后才发现观看内容缩水，甚至根本没有宣传中的内容。而想要退费时，手续繁琐，耗时长，最后也不能全额退。

付费微短剧俨然正被一些心怀叵测的运营者变成与消费者斗智斗勇的“游戏”。

建隆/漫画

各种套路“爽”点多 微短剧上头刷不停

微短剧，即单集时长从几十秒到15分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的故事情节的网络影视作品。

有调查机构数据显示，70%的网络短剧用户群体是中低收入群体。今年23岁，在北京干餐厅服务员的刘明(化名)便是其中之一。

“解锁一集没多少钱，可一集又一集，细算下来，每个月都要为此花500元左右。而我每月的工资才4000多元。”刘明说，自己工资扣除房租还剩下不到2000元，却拿出将近四分之一“余粮”充值。

商业霸总与灰姑娘的甜宠之爱、当代绝望主妇的华丽蜕变、古代痛如刀割的深情虐恋……通勤路上、洗澡时、睡觉前，几乎所有碎片化的时间，刘明都会点开微短剧一顿刷，各种题材均有涉及。今年春节期间，刷微短剧，成为他每天睁眼干的第一件事，看够了再起床。

女主本是古代皇后，父亲保卫国家有功，却被皇帝下令处死，紧接着她也被黑衣人杀死，没想到死后却穿越到现代变成了豪门太太，开启勇闯娱乐圈、智斗坏人以及和男主相爱的故事——这是在甘肃定西的一个小县城里做美甲师的“90后”郑琳(化名)刷到的第一部微短剧。

“剧情俗套但看着确实很爽，一会儿狠狠打脸恶毒继母，一会儿又被亿万富豪各种宠，让人越看越精神。”郑琳说，如今她已刷过20多部微短剧，得出一套自己的剧情总结：很多微短剧的类型大同小异，要么穿越重生，要么复仇逆袭，中间夹杂一些恶毒继母、狠毒姐妹、甜宠闪婚之类的剧情。

沉迷其中的还有在北京送外卖的吕晨(化名)。过去半年，他刷了几十部微短剧。有时凌晨结束工作，躺在城中村的出租房里，他会用三四个小时把一部微短剧一口气看完，“一晚上能花掉五六十元，这一天就算‘白跑’了”。

让用户上瘾有套路 精准设置付费卡点

看完一部付费微短剧要花多少钱？

少则一二十元，一般六七十元，多的超百元。刘明举例说，一部100集的微短剧，每集时长一两分钟，前10集至15集免费，之后的剧集按照每集0.8元至1元的价格收费，则需要68元左右。

“真的不便宜，比看一部电影还贵。”刘明感叹道。

价格不菲，为何还有那么多人追逐付费？用多位受访者的话来说就是“真的很上头”。

记者随机浏览了市面上比较火爆的10部微短剧发现，平台通常设置前10集至15集为免费观看，并在收费的前一集结尾“卡”在剧情引人入胜的部分。用户想要继续观看，则需要进行充值，付费解锁方式有按集购买、一次性购买全剧、直接购买看剧小程序年卡3种。

不同的平台所使用的虚拟货币兑换规则不同，因此每部剧的价格也有所不同。以某平台微短剧《××攻略计划》为例，一集剧情需要150K币，最低充值39元，获得3900K币，大约可以看26集，看完全集大概需要充值88元。

刘明说，免费播放结束后，小程序自动跳转到付费页面，“刚看到要紧关头，忍不住要充值”。

吕晨说自己太能理解冲动付费的人了，因为一些微短剧“太鸡贼”，一集1分钟左右，总是结束于打脸、车祸、绑架等激起人多巴胺的精彩之处。免费结束要付费时，往往就是主角受伤、反杀、逆袭等命运反转的节点。

有多年剧本写作经验的小邹告诉记者，他曾经为了生计用半年时间集中撰写微短剧剧本。让用户“上瘾”是有套路的，“比如，女频受众最爱的题材是情感、甜宠和复仇，而男频最爱的则是赘婿、战神、逆袭，但万变不离其宗——爽感”。

曾在短视频代运营公司工作的刘女士直言——“量身定制”“付费卡点”目的之一，是要打造数据指标，“先让用户免费看，然后再‘卡点’收费。有的写剧本时就已经标记好了，告诉制作人到哪一集哪个部分可以‘付费卡点’，因为这时观众情绪已经达到顶峰，只要掐断，大概率会付费收看”。

付费后问题纠纷多 消费权益受到侵害

在微短剧所带来的短而爽的视觉冲击和情绪快感下，许多观众纷纷付费解锁。然而，不仅支出费用不低，付费开通后看不了、自动续费不提醒、小程序消失维权无门等问题也成为大家的吐槽点。

“正看到高潮部分它就跳到了付费页面，抓心挠肝想看后续情节，没忍住充值了第一个选项19.9元，没过多久就用完了，只能再充19.9元，就这么一个接一个，没想到花了大几百元，想想后悔死了。”在天津从事快递分拣工作的杨先生说，一些微短剧越看越“上头”，容易让人冲动消费。

郑琳说，她前不久遇到了充值虚假宣传，当时正看一部爽剧，演到关键时刻提示充值，页面显示69.9元可以看全集，结果充值后看到80多集又要收费，太坑了。

记者在某第三方投诉平台看到，关于微短剧的投诉超过了700条，包括虚假宣传、诱导消费、退费难等。

有消费者说：“广告写了9.9元解锁本剧全集，结果我充完看了一半又要我充值，客服回复说充值是按集付费的。”还有消费者投诉称：“49元买了30天会员看微短剧，过了两天就说我会员过期了。”

北京京都律师事务所律师徐莹分析，以0.9元解锁一集、9.9元解锁本剧全集等低价噱头吸引用户，而实际观看成本达到数十元乃至上百元，涉嫌虚假宣传；在小程序的付款页面穿插所谓福利充值广告，没有清楚详细的使用规则、用户须知或会员协议等，有的充值界面默认勾选“自动续费”，涉嫌侵害消费者知情权和自由选择权。

以短剧推广为噱头 “拉人头”骗培训费

据业内人士透露，微短剧的宣发推广主要依靠投流方。主播将微短剧切割成合适的素材，剪辑二创后投放到各类平台。当用户观看该视频并进入挂载的小程序，产生支付成功的订单且未退款时，主播便可以从中得到分成。

而这也让一些人有了借“推广”之名行投机之事的机会。

调查中，记者注意到，在一些微短剧的评论区，有不少诸如“剧情太精彩了，紧张又刺激”的评论，点开其中链接实则是一些微短剧的推广内容。

在某社交平台，记者以“短剧推广”为关键字进行搜索，看到不少关于“一天收益一千多”“短剧推广太香了”之类的帖子。记者随机选择一个帖子跟帖评论“求带”后，半小时内就收到了6条私信。

记者添加了其中3个人的联系方式，申请通过后收到的第一条信息，都是一张带有二维码和邀请码的图片，上面写着“2024年爆火副业项目”，并宣称“0投资0门槛，人人可做”。扫码后看到，这是一个名为“好省短剧”的APP，里面可以下载各种短剧的无水印视频。

下载成功后，对方告诉记者，由于记者的短视频账号未达1000粉丝数，所以前期需要先涨粉，并将记者拉进了“短剧暴富团队基础8群”，群里有480人。

通过3天观察，记者发现，该群内每天反复刷屏的信息都是涨粉方法、爆款短剧链接、发剧思路、出单数据以及各种爆单案例。记者点进发布该信息账号的朋友圈看到，有一条是她在“短剧暴富团队千粉群”中接连发了30多个拉新人奖励和出单奖励的红包。

在广西南宁做小买卖的王智(化名)为了增加收入曾做过3个月的微短剧推广，他告诉记者，这类群里，所谓免费带徒弟、开课等都是噱头，赚钱的方法其实就是“拉人头”，拉新人下载软件得奖励。他再三提醒记者，他自己就为了学习所谓微短剧推广技术，被骗走了培训费。

部门监管行业自律 推动微短剧精品化

据小邹向记者透露，当下，一些平台商家和短视频代运营公司，在出售现成的微短剧剧本。为了引流，有商家还会附上短视频平台的算法规则、引流涨粉和运营策略等资料。这些现成的剧本模板，通常缺乏文学性、思想性、逻辑性，更多是一种网文般的情绪爽感。甚至为了流量，出现了被相关部门认定为剧情低俗，台词、画面、情节涉及严重软色情的违规剧情。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁认为，一些微短剧依靠色情低俗、暴力血腥等内容博人眼球，会破坏平台良好生态，扰乱网络视听节目传播秩序。因此，加强监管是大势所趋。

国家广电总局此前公布针对网络微短剧治理的七大举措，包括加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》、研究推动网络微短剧APP和“小程序”纳入机构日常管理等。

实际上，就微短剧“精品化”，监管部门已经提供了指引方向。今年1月10日，国家广电总局发布开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知，鼓励“微短剧+文旅”融合促进消费，促进微短剧题材体裁创新。

“网络微短剧伴随短视频和直播出现，在制作成本、内容、主体和目的等方面，都与传统的影视剧不太一样。从互联网发展的角度来看，监管模式也要与时俱进，不仅要加强事前的内容审查，也要加强事中监管和事后管理。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说，加强对网络微短剧的内容监管至关重要，这既涉及未成年人权利保护，也涉及维护互联网传播秩序和其他相关主体的合法权利。建议在立法时明确，强化对内容的监管，既要清理低俗有害的内容，也要加强对高质量内容的推广。