

全集解锁设陷阱 推广兼职藏骗局

“野蛮生长”的微短剧何时能变“小而美”

■中国城市报记者 郑新钰

几分钟一集、30秒一次情节发展,开头吸睛、中间反转、结尾悬疑……近年来,微短剧以“短平快”的特点戳中大众碎片化娱乐需求“穴道”,迅速走红。

中国网络视听节目协会在《中国微短剧行业发展白皮书(2024)》中指出,微短剧用户规模在2024年6月达到5.76亿人,占整体网民的52.4%,呈稳步增长态势。

中国城市记者在近日的调查中发现,随着微短剧市场的火爆,一些不法分子嗅到了这一商机,企图通过各种套路从中牟取不正当利益,各种乱象层出不穷。

付不完的9.9元

来自陕西的王女士被父亲告知,其母亲近来的钱财支出异常频繁。王女士查看母亲的微信支付记录后发现,钱大多花在了微短剧充值上。

根据王女士母亲的陈述,她偶然刷到了一部微短剧,津津有味看到第10集后,界面弹出付费提示。本以为支付9.9元就能解锁全集,可没想到,充值金额换算成平台的“币”后,仅够观看几集,而整部剧有近100集。

“支付时,我也没注意到勾选了‘自动解锁下一集’。一集一集看下去,被扣款了都不知道。”王女士母亲说,一开始是充“币”,后来是买会员卡,不知不觉花了很多钱。

中国城市报记者搜索资料发现,像王女士母亲这样的老年消费者不在少数。在某博主评论区,众多网友晒出父母在微短剧上的消费订单,充值金额从几百元到数千元不等,最高的一年充值甚至达上万元。

“许多中老年人操作手机不熟练,容易忽略自动扣费的选项。每次充值金额较小,不易引起注意,待发现时已累计高额费用。投诉维权又因订单多、手续繁琐等原因困难重重。”王女士表示。

中国城市报记者尝试在几个平台付费观看短剧时发现,微短剧小程序价格普遍高于正规视频平台。观众先被短视频平台的“切片”视频吸引,再进入小程序付费解锁。小程序年费大多在300元以上,部分以月计算的小程序,年费甚至高达数千元——高额消费大多产生于此。

更令人气愤的是,部分商家拿到充值款后,可能“换了马甲”或直接下架视频,导致消费



微短剧成文娱消费新风口,付费乱象也频频出现,困扰着不少观众。中新社发 朱慧卿作

者钱财受损且维权困难。

去年10月,江苏省消费者权益保护委员会公布的微短剧领域问题消费调查结果显示,超过两成的消费者遭遇不明码标价问题。部分观看渠道虽然对单集所需虚拟币进行明示,但字体较小,且未明示全剧所需虚拟币总数,导致消费者尤其是老年消费者容易陷入反复充值、多次充值的套路。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为,微短剧付费属预付费,按消费者权益保护条例,预付费必须签订合同,明确退费相关事宜,包括退费条件、方式和计算标准。一旦出现节目问题或消费者想退费,应按合同执行。

华东政法大学韬奋新闻传播学院副教授陆新蕾发文表示,要治理微短剧平台的诱导消费乱象,有关部门要完善监管体系。现有的网络内容监管体系主要针对传统影视作品和广告,虽然历经完善,但监管依然存在一定的滞后性。

“需要在监管中强化平台责任,平台应该建立更加透明的付费机制,提供清晰的消费提示和便捷的退款渠道。建议平台统一收费标准,明确标注虚拟币与现金之间的兑换比例以及全剧所需虚拟币总数。”陆新蕾说。

以高佣为饵设推广骗局

小李最近接了一通电话,对方号称有一个网络兼职职工

作,只需简单剪辑推广短剧,就能轻松赚取高额佣金。小李本就对网络兼职有所关注,听到如此诱人的条件,便添加了对方微信。

加微信后,小李被拉进了一个有300余人的群。群中发有直播课链接,点进去一看,一位“老师”正在“授课”,她信誓旦旦地表示,其公司手握剧方的一级版权授权,实力雄厚。“学员”们只需用自己的短视频账号剪辑发布短剧片段,并挂上充值链接,就能坐等佣金入账。

按照这位“老师”的说法,推广佣金至少70%,最高可达90%,相当于只要一人充值10元,最少就有7元收入囊中,而且收益随时可提现,无任何手续费。不仅如此,“学员”还能升级为二级合作商,发展自己的“团员”,从“团员”的推广收益中抽成。这番说辞,让群里不少人动心,留言区满是点赞与咨询。

中国城市报记者经过小李“介绍”进群后,伪装成学员在直播课评论区互动,对高得离谱的佣金比例以及看似简单的操作流程提出了质疑,但被瞬间踢出了直播间并移出群聊;随后,试图和所谓的公司工作人员取得联系,发现也已被其拉黑。

中国城市报记者查阅资料发现,以短剧推广为名的诈骗案例已屡见不鲜。这些诈骗团伙分工明确,有负责发布虚假兼职信息的人员,会精准地在

对于自称是剧方一级合作商的推广公司,要求其提供相关合作证明文件,如合同、授权书等,并对其真实性进行确认;若对方无法提供或提供的文件模糊不清,很可能存在欺诈行为。

内容审核迎来新阶段

此前,微短剧因剧情俗套、缺乏营养,以及存在不良价值观引导而被频繁批评。

近日中国城市报记者搜索发现,目前播放的微短剧,不少剧名依旧包含“霸总”“豪门”“战神”等词语。这些剧集在剧情构建、角色设定、服装道具以及对话细节方面,彼此之间存在模仿和借鉴的现象。

“微短剧内容雷同、剧情缺乏逻辑、宣传低俗化,仅依赖情节冲突吸引观众付费观看。一些制作者为了快速获利,放弃原创性,一旦看到某个视频走红,便模仿其剧情、角色设定和情感高潮,迅速复制出新作品。”业内人士郭明亮指出,微短剧应传递积极的价值观,若仅追求刺激观众的“多巴胺需求”,通过猎奇、拜金、低俗手段,可能会触犯法律。

微短剧乱象里,内容侵权行为也十分常见。由于微短剧制作周期短、成本低,一些创作者未经许可就改编网络小说、抄袭影视剧情节,甚至直接盗用他人原创作品。

上海诚康律师事务所律师张大成建议,有效提升微短剧质量,政府部门应加强对短剧内容的审核和监管,及时下架违规内容;微短剧行业应建立健全行业自律机制,鼓励制作方和平台方自觉遵守行业规范,提高内容质量;可以通过各种渠道加强对公众的宣传教育,提高公众对微短剧内容质量的辨别能力,鼓励公众选择和推荐高质量的微短剧作品,形成良好的市场氛围。

针对微短剧乱象,监管部门和平台已频频出手,力求推动微短剧从“野蛮生长”转向“精品化发展”。

值得关注的是,2月,国家广播电视台总局发布《关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》,要求落实“分类分层审核”制度。根据微短剧行业发展实际,按照国产网络剧片分级监管、重点监管原则,对微短剧按三类分三个层级进行审核管理,以差异化、精准化管理优化审核流程、提高审核效率。此后不久,抖音、快手分别公布违规微短剧治理公告,上干部违规微短剧被下架。