



“小额高频”消费模式背后暗藏怎样的商业陷阱？

“上头”微短剧付费连环套调查

依法规范微短剧市场

□ 本报记者 赵 丽
□ 本报实习生 张雅婷

被“9.9元解锁全集”的广告吸引，湖南人高佳的父亲3年间为追剧累计充值3万余元；北京人郭航的母亲被数十个短剧小程序“围猎”，账单散落成数百笔小额支付难以追查；江苏人李晴的父亲观看某短剧时，每点击一集被自动扣款2元，直至银行卡流水出现“30元观影消费”才恍然大悟……

多名接受《法治日报》记者采访的微短剧消费者吐槽，“有些微短剧付费过程就像‘谍战剧’，处处都在玩心眼”“看个剧需要注意非常多的细节，看似商家全都明确告知，将选择权交给了用户，但是有很多环节需要细细考究，用户一不留神就会被绕进去”“广告写了9.9元解锁本剧全集，结果充完看了一半又要我充值，客服回复说充值是按集付费的”“49元买了30天会员看微短剧，过了两天就说我会员过期了”。

一些微短剧“小额高频”的消费模式背后，究竟暗藏怎样的商业陷阱？又是怎样将部分中老年人拖入充值漩涡的？记者对此进行了调查。

免费试看诱人入局 小额充值积沙成塔

“没想到平时很节俭的老人，却为各种微短剧花了3万多元。”提起微短剧，高佳十分沮丧。

高佳的父亲今年58岁，一开始以为9.9元就能解锁全部剧集，没想到看了三四集后，小程序又提示余额不足，要求继续充钱，一开始是充金币，后来是买短剧会员卡。“他说自己太想看后面的反转了，便不断地解锁新剧情，并且一部剧也就几十元，到最后他觉得自己只花了几百元。”

直到家里人浏览了父亲微信账单里3年内的花销才发现，“的确都是小额账单，最高不超过39.9元”。但计算下来，仅2024年就充了1.6万余元，3年竟花了3万多元，“零零碎碎地在不同小程序上充钱，全是各种某某视频的39.9元”。

郭航的母亲也有类似经历，自去年年底迷上微短剧后频繁充值，“本来说花300多元买了包年会员，以后就不用再花钱了。结果没几天又充钱，说包年不舍这个剧。没多久又看上一个新平台的剧，称跟老平台的内容不一样。几十个小程序，东花一笔、西花一笔，现在已经不给我看她的手机了。”郭航吐槽说。

曾在短视频代运营公司工作的刘女士直言，微短剧的核心是情绪反应和付费意向，为了吸引观众付费，平台一般会先让他们免费看，然后再“卡点”收费。“有的写剧本时就已标记好了，告诉制作人到哪一集哪个点可以‘付费卡点’，因为这样观众情绪已经达到顶峰，只要掐断，大概率会付费收看。”

记者了解到，目前小程序上的微短剧主要有两种收费形式，一种是充值虚拟货币，进行单集付费，每集价格从几毛至几元不等；另一种是直接充值会员，包括周卡、月卡、年卡等。以某短视频平台的小程序为例，一部不到百集的微短剧，免费试看15集后，后续为付费集数，需充值至少七八十元才能全部看完。

这简单的充值设计背后，实则套路重重。

高佳之所以注意到父亲账单的异常，要从他的微信群说起。去年12月，高佳操作父亲手机时发现，他加了二三十个专门分享微短剧的群，群里的短剧助理会不时地地发送一些短剧链接，而且为了吸引群成员点击，会把一些链接的封面设置成美女照片或其他猎奇的图片。

“一些短剧平台还会给父亲拉VIP会员多对一的专属对接群，他加了五六个这样的群，三四个人只为他一个人服务。”高佳说，这些专属群每日给他推送各种收费短视频，有部每集1分钟的短剧居然需要支付800虚拟币，按小程序的换算规则，相当于一集8元。

付费规则雾里看花 解锁全集暗藏猫腻

高佳发现，父亲主要是在短视频软件上看微短剧，但往往看不了几集就要收费了，如果想继续观看，则需跳转至小程序，充值付费也基本在小程序上完成。

“父亲的零钱包里有些零钱，而且开通了扫脸支付，虽然他知道充了钱，但不知道累计下来居然有这么大，再加上他不清楚虚拟币和现金之间的兑换比例，不了解所需支付的具体价格，也不知道收费规则，不知不觉间就花了3万多元。”高佳整理父亲的账单发现，他接触过的短剧小程序有120多个。

“我可以接受父亲为看短剧花39元购买某平台一个月的会员，问题是即使他买了会员，如果被引流至小程序观看，仍然要通过充值虚拟币付费观看，而虚拟币充值无上限，导致钱如流水。单是去年11月某一天，父亲就充值了5次每次3900K币（虚拟币，1元可以购买100个K币），当天累计支付近200元。这样的事情在过去3年内发生过很多次。”高佳说。

记者浏览多个短剧小程序发现，对比市场上几个主流的视频软件的会员定价，很多相关小程序的收费标准普遍更高。比如，消费者支付49.9元，可以成为几大长视频软件2个个月的会员，在短剧平台上却只能是7天会员，甚至是3天会员。

一些小程序的收费规则也很混乱。记者观看××剧场小程序的一部短剧，看到需要付费的剧集时，页面标注了单集需要66个“看点”（用户通



过小程序相应支付方式为账号充值后获得的虚拟币），但并没有提供虚拟币的购买选项，只显示“全场免费看”会员的付费选项，比如9.9一天会员、19.9一周会员、29.9一月会员、99.9一年会员。

记者用另一个账号观看该小程序的同一部短剧时，平台又给出了截然不同的收费标准：支付6.9元购买690“看点”，预计可观看后10集；支付19.9元购买1990+1990“看点”，预计可观看后60集；支付69.9元购买6990+6990“看点”，预计可观看后211集。会员价格也有了非常大的变动，变成29.9一天会员，58元一周会员、99元半年会员。

更隐蔽的是“解锁全集”的文字游戏。

记者查看某部短剧付费剧集集中跳出的充值页面，发现在页面下方有几行灰色的小号字样，其中一条内容为“购买解锁本剧全集：一次性解锁52集”，而实际上，每部短剧的付费集数并不相同，也就是说，虽说宣传解锁全集，但实际上限定了解锁的集数。

还有小程序提供“支付11.9元，一键解锁本剧全集”的选项，但不管短剧实际的付费集数是40集还是60集，都是相同的金额。

来自广东的林涵最近注意到，她85岁的外婆为追剧支付11.9元“买断”全集，却发现所谓“全集”仅含52集，剩余剧情需二次充值。

“一些小程序会推出各种充值会员活动，不同小程序的规则、价格都是不一样的。很多平台也会有整剧购买，单集购买的选项，但怎样整剧购买算优惠价，单集购买一集是多少钱，这些都很难搞清楚，甚至同一平台不同短剧收费都有差异。”林涵说，这些复杂的计算规则在她的仔细研究之下都难以捋清楚，更不用说老年人了。

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，近一成三的消费者反映包月、包年会员权益权益不清晰。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。此外，部分微短剧剧场未告知虚拟货币与现金之间的兑换比例，消费者无法准确了解所需支付价格。

自动续费连环扣款 平台玩转文字游戏

“因为想看微短剧被骗了100元。”在吉林工作的田雪说，自己去年用短剧软件时不仅遇到虚假宣传，还在不知情中被自动扣费4次共计100元。

“这件事发生在2024年12月，一天我在短视频软件中刷到一部短剧，被它的类型和内容吸引后，我根据指令点击下载了‘××爱刷’软件。”田雪告诉记者，下载软件后，她为了继续观看短剧，按照页面的引导支付了9.9元开通会员。但等她去搜索自己想看的短剧时却发现平台上没有，也没有其他感兴趣的剧，她便卸载了该软件。可3周后，田雪突然发现这个软件在20多天里自动扣款100元。

记者下载该软件发现，软件打开屏就自动弹出了新用户福利“全额返活动”的宣传页，内容是“0元订阅会员，下单立减99”，并有限的支付方式。

支付页面的订单信息显示：0元看剧，付款并开通后全额返还。

此时，真正的文字“陷阱”正在等待用户，重点就在于“付款并开通”这5个字。

记者成功支付9.9元后，软件紧接着弹出页面，写着“恭喜您成为周会员！您9.9元的返现机会待领取。您已

取消开通，默认不参与返现活动”，页面下方设置了显眼的黄色按钮“抓住机会，去开通”。

在点击黄色按钮选择继续“开通”后，记者进入“支付签约中心”，发现服务内容为“新用户福利自动续费”，服务详情为“商户每隔7天，自动从你的支付账户扣款29元进行续费”，点击“同意协议并开通自动续费”。

“不是按照字面理解”支付9.9元后商家就会返还。”田雪说，选择“开通”的也不是所谓的会员，而是“自动续费”。

此外，记者发现，上述软件在诱导用户支付的页面中，没有提到会员的使用期限是多久，支付结束后才显示购买的是“周会员”，因此田雪实际购买的是周会员而不是月会员。

江苏人方灿因为父亲通过短剧小程序累计充值近4万元而开始关注微短剧收费问题。他告诉记者，一些短剧以低价吸引用户付款，在对方支付时默认勾选续费选项，使用户在观看时自动续费，且后续剧集均以原价扣费；或者设置多种付费选项，混淆单集、全剧、平台的概念，“对于一些人来说，根本无法清晰计算自己追剧所花费的金额”。

经纬观

平台应统一微短剧收费标准严控诱导付费

□ 陆新蕾

随着数字娱乐产业的蓬勃发展，微短剧作为一种新兴的视听艺术形式，凭借其紧凑的剧情、有限的时长和贴近受众心理的内容，迅速吸引了大量观众。然而，随着市场的快速扩张，题材雷同、情节俗套、制作粗糙、诱导消费等一系列问题也逐渐浮出水面。其中短剧平台过度诱导消费的乱象不仅损害了消费者权益，也影响了行业的健康发展，尤其是对于不熟悉新媒体操作的老年群体来说，更是深受其害。

一般而言，微短剧平台普遍采用“前几集免费+后续付费”的模式来精准迎合用户的消费心理。免费剧集往往在情节高潮处中断，利用观众对剧情的好奇心和追更心理，故意在关键情节处设置付费门槛，迫使观众为了继续观看而付费。剧情设计是诱导付费的核心手段，微短剧往往采用“强冲突+快节奏”的叙事方式，“开场即高潮”，简单粗暴的“快传播”并不强调章节之间叙事的连贯性和美感，而是在每集结尾设置各种悬念。这种精心设计的心理操控实则利用了老年人的好奇心和情感投入，诱导其付费解锁。

部分平台除了设置付费解锁剧情，还有会员特权、广告植入等方式诱导观众消费。其中，一些消费者尤其是老年人因不熟悉电子支付和移动互联网环境，容易在微短剧的诱导下不知不觉地产生高额消费。他们可能在观看过程中不经意间点击付费按钮，或者在收到“解锁一集只需××元”等广告宣传的诱导后，未能注意到“默认下一集自动解锁”等选项，导致被反复扣费。同时，值得注意的是，一些年轻人上当一次就能识别的付费陷阱对于不少老年人而言，在其反复“踩坑”之后可能还没有意识到问题所在，等过一段时间发现账户余额大幅减少后方才意识到问题的严重性。

平台算法在诱导消费中也扮演着关键角色。各种微短剧小程序通过分析用户的观看习惯（如观看历史、点赞、评论、分享等）和付费行为生成用户画像和产品

标签，算法再结合大数据精准推送符合目标用户的各种相似类型的剧集，由此形成个性化的推荐，使不少用户尤其是老年用户不断沉浸在能痛击其“爽点”的推送内容中，不知不觉中产生依赖和沉迷，不断强化消费倾向，难以跳出付费循环。

除了内容推送，微短剧平台还会利用限时优惠、会员制度等手段，结合不同消费群体、年龄群体的观看习惯和消费能力，通过算法精准控制价格策略，诱导用户付费，设计出一系列难以抗拒的“付费诱导”机制。更有甚者，一些消费类平台的“杀熟”现象在一些微短剧平台也存在，即消费金额较大的“优质用户”往往后续购买剧集的价格反而更高。与此同时，一旦用户在某部剧中投入了大量时间和情感，他们便会陷入“沉没成本效应”。即使短剧的质量不高或剧情已经不再吸引他们，他们依然会由于之前的投入，继续观看并为之付费。这种心理机制也是平台能够通过算法继续诱导用户付费的重要原因之一。总之，算法的精准性和智能化程度往往会限制老年用户的自主决策能力。不少消费者尤其是老年人在享受“量身定制”内容的同时，难以意识到自己正在被平台诱导消费。

要治理微短剧平台的诱导消费乱象，首先需要有关部门完善监管体系。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，监管依然存在一定的滞后性。先前监管部门治理网络微短剧的举措虽涉及消费者权益保护，但重点在于内容和题材的审核与创新。如果说判断微短剧的剧情是否低俗、台词和画面打的擦边球是否合规等问题存在较大的弹性空间，那么涉嫌虚假宣传、诱导消费等损害消费者权益的问题则能够得到相对清晰的界定，应当优先进行更大力度的治理。因此，完善监管体系是当务之急。相关部门应该在现有基础上制定专门的微短剧管理规范，规定明晰且有可操作性，如要求平台有清晰统一的收费标准，明确标注虚拟币与现金之间的兑换比例，允许用户自主选择任意而非固定额度的虚拟币

短剧退费有路无门 维权通道形同虚设

更糟糕的是，稀里糊涂充完钱后，商家可能“换了马甲”或直接下架视频，导致消费者维权困难。

在过去的1个多月里，高佳一有时间就会处理微短剧退费的事，她主要在全国12315平台进行投诉。

“退费的过程很复杂。”她无奈地说，账单中涉及的相关小程序有几十个，要一一定位平台和所属的公司，将拍摄或者截取的图片上传至全国12315平台，还要讲清楚每家公司对应的情况和费用。

在退费过程中，高佳还有耗时耗力却无疾而终的经历，一是因为有些充值过的小程序难寻踪迹，二是因为并非所有投诉都能受理。

“我投诉时需要提供小程序上的交易明细，可其中不少涉及的小程序都更改过名字，去年上半年还有，现在再搜就搜不到了，找不到小程序就没有凭证。”高佳说，而且这些小程序所属的公司天南地北，各个省市的都有，由不同地区的市场监督管理部门负责，而针对同样的问题和情况，一些省市的市场监督管理部门受理，另一些则不予受理。

目前，高佳投诉了充值比较多的短剧平台，收到了少部分退款，“2024年共计花费1.6万余元，现在只收到了退还的三四千元”。

在维权过程中，消费者还遇到了“区别对待”。

来自云南的顾星在某短视频软件看微短剧时遭遇重复充值，“我想看的剧大约有60集，免费看了七八集后给出了‘解锁全集’的支付选项，于是我花了12元解锁全集，可当天支付后，我看了20集又看不了，平台让我继续充钱，再次购买全集还需要支付和第一次相同的费用。”

发现问题后，顾星立即联系该平台客服，要求退还全款或者解锁剩余剧集，隔天她就收到了退款。

但来自山东的王默就没这么幸运了，他在相同平台上购买了某部短剧的全集，过了两天就无法观看。向客服反映问题时，对方的回复是：为了保护创作者利益无法退还。

记者在某第三方投诉平台看到，关于微短剧的投诉超过上千条，其中退费难的投诉居多。

为了不让父亲再继续沉迷和充值，方灿只能手动删除父亲手机上添加的上百个小程序，但删的速度跟不上他添加的速度。“这些小程序无孔不入，网络文章、朋友圈的广告等，都很容易点进去，加上短视频平台也一直按照他的喜好推送，每天能接触短剧的渠道五花八门。”

林涵同样面临这样的难题。“账户没钱了没办法充值，但是短剧还是戒不掉。”林涵说，与外婆同龄的好友也会在群聊里转发各种各样的短剧节选，一不小心又会点入短剧小程序里观看。

无奈之下，林涵和方灿都选择将老人的手机设置成青少年模式，以限制消费额度。

“青少年模式确实能够禁用一些小程序，但我毕竟是个成年人，有些手机功能还是要用到的。”方灿觉得，用青少年模式来帮父亲戒掉短剧之瘾只是权宜之计，希望平台能够有更适合老人的防沉迷系统和支付模式。

（文中受访的微短剧消费者均为化名）
漫画/李晓军