

15秒一个反转、30秒一个推进、最后10秒再留个悬念
工资四千多 花五百来刷剧 一看就停不下来

微短剧为何如此让人“上头”



微短剧是眼下网络视频的新风口。

收费之术—— 先让用户免费看 然后再“卡点”收费

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。

刘明便是其中之一，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。

“一集就个把分钟，剧情发展很快，我看了几集后就充了39.9元把它一口气看完了。”“90后”美甲师郑琳（化名）说。如今，已刷过20多部

微短剧的她得出一套自己的剧情总结：“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，她通常一集一集解锁，刚开始觉得也不贵，可一个不留神就花多了。

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”。

微短剧主要分为两类：一类是由长视频流媒体平台定制的短剧，它的特征是单集时长不超过15分钟，且集数比较少，购买会员就能完整观看，收益归平台，制作方只能拿制作费；另一种是近两年兴起的小程序短剧，诞生于短视频平台，收益来源为用户充值解锁集数，由小程序、制作方、推广方分成。其单集时长往往只有一两分钟，而集数可达100集以上。

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，则需要充值。

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”。

有多年剧本写作经验的小邹说，他曾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，“每集只有一两分钟，想抓住观众的注意力，就用简单粗暴的逆袭复仇‘轰炸’观众，让诸多观众欲罢不能。”小邹说，这也导致不少人一时看得爽，之后会感觉到莫名的空虚，因频繁设置矛盾冲突会让剧情的发展逻辑混乱，看后甚至怀疑“自己的智商”。

纠纷之苦—— 充斥虚假宣传 消费者权益受侵

在微短剧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。

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。

来自陕西的餐厅服务员胡妍妍（化名）就遇到了解锁后看不了的情况。前不久，她在某短视频平台刷微短剧，看了10集后需要充会员解锁，界面显示购买全集117元，购买永久会员198元。感觉后者比较划算，于是她充值了198元。

然而付款后，胡妍妍发现，正剧的微短剧剧集从充值前的“该剧已更新至99集”变成了“已更新至第10集”，剩下集数有待更新。胡妍妍感觉被骗，想联系客服反映

情况，但至今没有联系上。

在胡妍妍指引下，记者发现在短视频平台已搜索不到该剧小程序。

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。

有话要说—— 莫被困在微短剧的套路里

“人们缺什么，我们就造什么。”业界流传的这句话概括了“微短剧”的“流量密码”。

在忙碌的生活中，人们渴望在短时间内获得情感上的满足，微短剧通过讲述一个个引人入胜的“小”故事，让人在短暂的闲暇时光中得到情感共鸣。其快速切换的场景和紧凑的情节设计，让人看上两集就欲罢不能，

短时间内被“牵”着沉浸式体验不同的情感和人生。

在信息繁杂的当下，微短剧在制造话题的同时，也更容易将流行在网络上的话题“变现”，牢牢抓住大家“几分钟”的注意力，用碎片化时间给用户带来一次酣畅淋漓的情感冲击。

微短剧既满足了人们的需求，也反映出了社会的变化，同

时也带来了一些值得思考的问题。如一些微短剧为了吸引观众眼球，过于追求刺激和悬念，忽视了对社会发展的关注，缺乏对故事内涵的深入挖掘，更有甚者不惜打“擦边球”，追求快速消费和短期效益，“终日以流量为食”，极大扰乱了互联网秩序。

作为观众，我们在观看“微

短剧”时不妨多一些思考，多一点警惕，在享受“微短剧”带来的乐趣的同时，不要轻易沉浸在“微短剧”设置的“造梦空间”里。作为创作者，在追求创新创意时，要更加注重作品质量，不要被“热点”冲昏了头，逾越了艺术审美、法律和道德底线的红线。

据《法治日报》、《华商报》等

今年23岁，在北京干餐厅服务员的刘明（化名），每月工资4000多元，最近半年迷上了剧情紧凑的网络微短剧，并陷入了付费“连环套”和上瘾焦虑——明明觉得一些微短剧的剧情很俗套、表演生硬夸张，但“爽”点多，看完一集忍不住想看下一集，不知不觉花了好多钱。

“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。”刘明说。

而当下沉迷于网络微短剧的打工人何止刘明一人。

多位受访专家表示，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，应加强部门监管和行业自律，出台审核细则、标准，建立信用监管制度，把有问题的剧和相关制作单位等纳入“黑名单”，努力实现微短剧“精品化”。

15秒一个反转、30秒一个推进、最后10秒再留个悬念，“简单粗暴”微短剧，为何成为广大网友欲罢不能的“电子榨菜”？

敛财之道—— 以推广为噱头 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资方。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，主播便可从中分成。

而这也让一些人有了借“推广”之名行投机之事的機會。

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。

“交钱的都不要干，纯骗你当韭菜。”王智以“过来人”身份再三提醒记者，他自己就为了学习所谓微短剧推广技术，被骗走了培训费。