

部分中老年人深陷微短剧

“爸妈上瘾!”“凌晨4点都不睡!”“激情充值!”网友晒账单:怎么劝啊

“没想到微短剧的受众竟然是我爸”,网友小舒在社交平台发文称,仅一顿饭工夫,父亲就为看微短剧“激情充值”了200元。

多名网友跟帖表示,他们的父母对微短剧上瘾,并为之投入高消费,而起初多是被刷屏的短视频所吸引,一旦点开,就被算法套牢,成为精准营销对象。

据媒体观察,在部分平台微短剧小程序付费解锁新的剧集时,勾选了“默认开启自动解锁下一集”的选项,而这一选项常被忽略。受访者父母中,有的2个月充值4000元,有的消费总额高达上万元……

这些数额多由9.9元、39.9元的小订单组成,且小程序不定时下架,全额追回难度较大。

送3800追剧券

¥59.9

5990币+3800券

超级会员

¥98/90天

低至每日1元起

全场剧集免费观看

默认开启自动解锁下一集

¥19.90元购买

剧场小程序充值页面

1 部分中老年人深陷微短剧 常被自动扣费

今年9月,小然收到银行卡扣款39.9元的短信,但自己并未消费,询问母亲得知,扣款来自微短剧付费。“一查账单发现,各种微短剧小程序扣费,数都数不清,今年少说花了七八千!”小然告诉记者,母亲对需要输入密码付款的订单较警惕,但这些订单有一半左右都是自动扣款。

网友嘟嘟称父亲“熬夜看到凌晨4点钟,2个月充值4000元”,是“中毒”了,她因此和父亲产生矛盾。另一网友表示理解,称“我爸每个月花几千,怎么劝都没用,自己在手机上乱点被扣费也不听”。

浏览社交平台发现,至少50名网友交流过父母的微短剧订单,1000元、5000元、2万元……他们晒出的金额颇为惊人。

记者随机进入部分微短剧小程序

查看,发现某些剧场等小程序充值页面上,均自动勾选了“默认开启自动解锁下一集”选项,且能够自动扣款。

据了解,中老年人对使用手机不熟练,在受到“解锁一集只需0.9元”诱导后,很难注意到“默认下一集自动解锁”的选项。子女们发现后,开始漫长的投诉之路,能追回的金额却聊胜于无。

小然通过投诉追回了约800元,她跟母亲达成一致,买视频平台年度会员或使用微短剧APP,不再使用小程序观看微短剧。而另一名网友小苏则没那么幸运,她表示找小程序客服几乎不起作用,在微信账单或12315进行投诉会有一定成功概率。但上千元总额都是由9.9元、39.9元等零碎的订单组成,订单太多投诉不过来,而且个别小程序“打一枪换一个地方”,对于已经下架的,只能作罢。

中老年人困在算法里 还被精准营销

在短视频平台上只要点击多次,相似内容就会被不断推荐,短视频APP一打开,就是大量微短剧视频,而一旦进入小程序付费,则又会被微短剧投放公司精准捕捉,成为重点投放用户。如此一来,就被算法套牢。

除了大数据瞄准,还有人工客服精准营销。网友小曹的母亲被微短剧客服拉进了20余个微信群,如“与梦××聊天群”“倾听××分享群”等,群里不断有人分享新鲜微短剧链接,推荐购买。

流量生意经下,“40岁以上”“三线城市”“爱刷剧情短视频”这几个标签成为微短剧公司投放的目标受众。微短剧发行人王小书接受媒体采访时表示,他所描绘的微短剧用户画像,一半用户在45岁以上。女频剧消费者多是中老年女性,喜欢虐恋和甜宠题材;男性用户则较喜欢逆袭、赘婿题材。

OST传媒微短剧制作负责人向记者解释,长时间使用短视频,受众已经形成对快节奏内容的需求习惯,有数据显示,短视频平台约有四分之一用户对剧情有强需求,覆盖年龄层很广。

国家广电总局已于2023年11月开始新一轮网络微短剧专项整治,短视频平台也在加大对第三方微短剧小程序广告投放和跳转的治理。“希望规范起来。”小然对记者说,“让爸妈花钱也花得安心。”

有微短剧小程序年费超千元 虚假优惠投诉多

网友发帖显示,微短剧的高额消费基本产生在小程序里。观众先被短视频平台上的切片视频吊起胃口,再进入微短剧小程序付费解锁。而市面上的微短剧成千上万,小程序也层出不穷,一集一集“解锁”仿佛无底洞。

“一集只要0.9元而已”,老陈今年54岁,向记者正经“安利”微短剧,“一部80集的微短剧也就几十元,不贵,花点钱增加知识面,了解新事物。”老陈的女儿却不买账,称“这80集也就60分钟长!”业内人士指出,年轻人已经培养起为长视频平台影视作品付费的习惯,并且擅长搜索网络资源,很难为微短剧持续付费,而中老年人更愿意为低门槛的线上娱乐付费。

记者整理各视频平台会员年费发现,如今,微短剧小程序价格普遍高于长视频平台。比如,腾讯视频会员年费198元,爱奇艺258元,而碧海剧场抖音小程序年

费392元,青禾剧场微信小程序365元。

还有部分小程序会员价格以月计算,拥有爆款微短剧《无双》的郁郁剧场每月99元,年费高达1188元;掌阅集团旗下的小米短剧小程序每月会员价268元,整年3216元,小程序内共有微短剧80部。

某大数据研究院于2023年12月对微短剧用户进行问卷调查,调查结果显示,在消费过程中五成用户遭遇虚假广告,充值时告知的优惠与实际情况不符;有四成用户在开通小程序全站会员后,观看其他剧集仍然需要付费;还有超过30%的用户为小程序充值后,该小程序随即下架,再也无法使用。北京雷腾律师事务所陈超律师建议,消费过程中注意保留消费凭证、宣传资料、聊天记录等相关材料,以便维权时使用,如果与商家协商不成,可以向市场监督管理局等监管部门投诉举报。

抖音、快手、微信治理微短剧

值得注意的是,近日,微信、抖音、快手三大短视频平台积极响应国家广播电视总局对网络微短剧行业生态的规范管理工作,接连出手封禁了大量违规发布微短剧的账号。

微信发布的《关于进一步规范小程序“微短剧”类内容的公告》以及《关于小程序“微短剧”类内容阶段性治理情况的公告》称,下架了部分违规微短剧剧目,并对相关违规小程序进行了处置。此外,快手共下架违规微短剧10余部,同时对发布违规内容的13个账号根据违规程度分别予以相应处罚。抖音此轮整治力度最大,近期累计下架违规微短剧119部,处置违规推广微短剧的抖音账号1188个。

(《钱江晚报》)