



深陷微短剧的中老年人

“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。

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元！”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“我爸每个月花几千元，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。



有话就说

微短剧平台别给老人挖坑

陈江

没想到，一些人刚愁完下一代孩子沉迷游戏，又开始愁上一代的爹娘沉迷微短剧。

受访者父母中，有的俩月充值4000元，有的消费总额上万元。这些老年人起初多是被刷屏的短视频所吸引，后来就被算法套牢，成为精准营销对象。

当下，碎片化已经成为当下人们阅读的主要方式。微短剧正在成为各年龄层观众追捧的对象，吸引不少用户点击付费观看。

通常情况下，小程序剧的前几集是免费的。随着剧情的不断推进，之后的剧集则会收费。哪怕每集的收费不到1元钱，看完一部短剧往往需要花费几十元甚至上百元，算下来比看一部大制作电影价格还高。

在部分平台微短剧小程序充值页面上，均自动勾选了“默认开启自动解锁下一集”选项，并且能够自动扣款。

很多老年人使用手机不熟练，对这种诱导型消费毫无警觉。由于小程序会不定时下架，子女们发现后，不仅投诉之路漫长，能追回的金额也实在有限。

老年人对数字技术不熟悉，这是他们的痛点和弱点。当下互联网上的老玩家们精心研究老年人的喜好和焦虑，一边在内容上对老年人“洗脑”，精准推送形成“信息茧房”。另一边在小程序上对他们诱导消费，利用信息差、利用规则打擦边球，给老年网民挖下一道道数字深坑，这种手段和套路真是坑起人来没商量。

微短剧的付费陷阱，就是对老年人的一次数字“围猎”，好在广电总局已于2023年11月开启新一轮微短剧专项整治，希望借此能帮助老年人乐享更加美好的数字生活。

虚假优惠多

有网友发帖显示，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；掌阅集团旗下意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，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。

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xx聊天群”“倾听xx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。”

据《钱江晚报》

