

轻松月入过万？短剧推广是骗局！

消费者几千元费用“打水漂” 须警惕“先交费承诺高回报”广告利诱

“3·15”
国际消费者权益日

黑猫投诉平台数据显示，平台共受理“短剧推广”相关投诉共3493条。这些被投诉的机构套路高度一致：以轻松快速变现为诱饵，吸引学员付费报名参加训练课。一旦上钩，学员将面临机构中途跑路、课程内容货不对板、操作技能无法变现等风险，不但钱没赚到，到头来自己还把本赔了进去。

青年报见习记者 朱彬 首席记者 范彦萍

虚假宣传：号称月赚上万元，实则无法变现

近日，家住上海的邱先生反映，年前报名了上海梵音逸韵文化传媒有限公司（以下简称“梵音逸韵”）的“短剧推广”的项目。“我在快手上刷视频时，看到有人说不用出门在家就能赚钱的方法，一个月最少可以赚五六千元，做得好有十万元左右。自己年纪大了，没有生活来源，就想赚点生活费。”他向记者讲述报名时想法，由于赚钱心切，

没多考虑就付了2880元。“原本只想靠这个赚点钱，但报名之后发现，实际效果并没有那么好，甚至可以说完全没有流量。”这和他原本的预期并不相符，最初他以为只需要动动手发布视频就可以拿到钱，却不知道短剧推广的收益，一般以佣金形式返还，与视频点击量和引流付费的转化率息息相关。但邱先生推广的短剧视频，“根本没人看，

最多只有两位数的点赞量”。他认为梵音逸韵属于虚假宣传，并向售后人员说明情况，要求退款，但双方全程都是私域交流，报名并没有涉及签约合同等流程。对方以没有承诺收益证据为由，迟迟不肯退款。一气之下，邱先生将其投诉至12345市民服务热线；当地市场监督管理部门介入后，公司法人代表才同意退还三分之二的金额作为赔偿。

货不对板：名为短剧推广，实教起号开店

出于能再学门手艺赚点养老钱的想法，66岁的袁先生也被短剧培训课吸引。去年10月份，他在网上同样看到“拍短剧三天就能赚到几千元”的“种草”视频，便报名了上海彭乘教育科技有限公司的2880元短剧培训课，之后被课程老师拉进钉钉的VIP学习班。

说好的剪辑、推广短剧变成教你如何拍视频，以及开设抖音小店和抖音卖货。群里面的指导老师让他自己拍短视频发布，拍了1个多月30秒以内的短视频发布在视频号和快手账号上，结果根本没有人看。“拍视频谁不会，还要专门花这么多钱学吗？”袁先生说，他觉得机构不给视频推流，自己花钱只听了些课，明显是被“套路”了，但等到他意识到这一点时，已经联系不上报名老师，群内也无人回应。“一分钱没赚到，还把

自己的钱搭进去了。”记者试图联系袁先生所提供的机构报名老师和班主任的联系方式，但分别认证有彭乘教育的企业员工微信和认证有艾瑞雷悦传媒的企业员工微信均显示两名员工处于离职状态。企查查上显示，上海彭乘教育科技有限公司成立于2025年9月29日，因合同纠纷，被牵扯进民事司法案件，将于3月16日开庭。而上海艾瑞雷悦文化传媒有限公司也已在去年年底被依法注销营业执照。

中途跑路：利诱消费者，“套娃”式收钱后就消失

除了上述一次性付费享受授权的套路，部分短剧推广项目还有一环套一环的“套娃”式付费陷阱。69岁的王丽红，儿子生病在家，家里没人上班赚钱，她自己平时只能谋点碎活。无意间在

快手看到短剧推广的广告，想着“用手机推广短剧既可以在家照顾家人，又可以赚点生活费”，便跟着阳光短剧的快手账号学习。客服人员介绍，如果在自己的账号发布短剧视频，可以赚取佣金。但前提是短剧素材和课

程需要付费后才能获取。该公司多次向其收费，“第一笔花费了29.9元，第二笔998元，第三次要1000多元”，因后续一直索要费用担心是骗子，她便提出退款，但3天之后被直接拉黑。



短剧推广营销广告。



消费者付费截图。

本版均为受访者供图

【建议】

多方联动遏制乱象

当前市面上针对短剧推广的投诉为何频发？中国新闻文化促进会副会长陆先高评析说，“推广项目”精准瞄准老年人、无业人员等群体的赚钱焦虑，这类人群网络辨别能力较弱，又迫切想要寻找低门槛、居家可做的增收渠道，极易被“轻松变现、零门槛高收益”的噱头迷惑，成为不法分子实施骗局的对象。

会严重扰乱短剧行业的健康发展秩序——透支公众对短剧行业的信任，也让真正合规经营的从业者蒙受污名。

“从行业层面来看，这类骗局之所以会引不少人上当，和当下短剧行业的全民创作热潮有一定关联。”陆先高认为，短剧作为新兴的网络视听内容形态，确实催生了新的商业机会和就业可能。正因如此，许多人才误以为短剧风口下，遍地是赚钱机会，放松了警惕。不法分子趁机浑水摸鱼，借着“短剧推广”的幌子，收割那些想搭上行业快车的普通人。加之短剧行业准入门槛较低，部分违规机构注册时间短、经营隐蔽性强，甚至频繁更换公司名称、换壳经营，跑路成本极低，给日常监管和后续追责带来了不小难度。

这些短剧推广项目存在哪些法律风险？如何加强规范和管理？就上述问题，上海君澜律师事务所律师韦雨婷进行分析解读，短剧推广的营销内容属于互联网广告，按照《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关规定，教育、培训广告不得有明示或暗示培训效果的保证性承诺，不得对商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传，以此欺骗、误导消费者。

他表示，这样的乱象，显然不仅会侵害消费者合法权益，更

“互联网平台的相关主体行为涉嫌虚假宣传和合同诈骗。”她直接点明上述行为涉及的法律问题，并进一步提醒消费者，要警惕先交费，承诺高回报的模式，用户要尽量通过官方平台沟通，避免私域交流。互联网平台也应发挥把关作用，完善审核机制以及举报机制，标识相关广告信息，同时落实发布者实名制。

上海公布一批侵害消费者权益典型案例

青年报见习记者 张振宇

本报讯 3月15日是国际消费者权益日。上海市市场监管局从2025年查办的侵害消费者权益案件中，筛选并集中公布一批典型案例，以有效震慑不法经营者，督促经营者守法自律。

2025年1月，长宁区市场监管局根据消费者举报发现上海湘铭鸿餐饮有限公司自2024年9月起在店内推行扫码点餐，其小程序设定默认按照就餐人数搭售五常米饭（5元/位，米饭不限量），且位数仅可增加，无法删减；同时未以任何形式告知或者提示“未食用可退款”等规则，消费者只有在买单时主

动提出未食用米饭，该费用方可取消。案发后，当事人主动整改，设置了“五常米饭”删减选项。该行为违反了《上海市消费者权益保护条例》第三十七条的规定，侵害了消费者的自主选择权和知情权。鉴于当事人案发后主动整改，长宁区市场监管局依据《上海市消费者权益保护条例》第七十九条、《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条的规定，责令当事人改正并作出警告、罚款人民币5000元的行政处罚。

2025年6月，静安区市场监管局执法检查发现上海迪信电子通信技术有限公司在某电商平台销售手机时，在商品详情页

设置不合理售后条款：“无防伪签、密封条或一次性包装损毁的，视同防伪签损毁，不支持七日无理由退货。”经查实，当事人曾于2025年6月7日售出一款手机，消费者仅拆封原厂一次性塑料膜，未激活设备，申请退货退款时，当事人直接依据上述条款拒绝退货。该行为违反《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第六条、第七条规定。静安区市场监管局依据该办法第三十条及《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条，依法责令当事人停止违法行为，并处罚款人民币16000元。

2025年11月，宝山区市场监管局在处理消费者与上海市

宝山区靓闻美容美发店的消费纠纷过程中，发现在消费者未消费的情况下，商家为了减少退款金额，在消费者明确提出退款诉求后当天指使员工使用管理人员账号密码，虚构了多笔交易，擅自扣除消费者账户内余额。当事人程贻伟为上海市宝山区靓闻美容美发店的实际控制人，其通过虚构交易的方式，在没有提供服务的情况下擅自扣除消费者充值余额的行为，违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第五条的规定。根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十四条和《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条的规定，责令当事人改正违法行为，

并作出罚款人民币578656元的行政处罚。

商品房预售许可范围变更公示

我司开发的位于竹柏路503弄44、202号《宜浩康园》商品房项目，于2022年12月16日已取得商品房预售许可证（证号为自置临管房管（2022）第20220354号），其中幢号为10幢C-074-077、079-080、091-105、107-108、110-111、113-115、118-121、125-127、129-137、151、153-157、163-172的房屋尚未预订、预售及以任何其他方式销售，拟申请变更该预售许可范围，现按规定予以公示，公示期为15天，自2026年2月27日至2026年3月20日止。利害关系人有异议的，可在公示期届满前向原发证机关（中国（上海）自由贸易试验区临港新片区管理委员会）提出。
公示人：上海临港新片区投资控股集团（集团）有限公司