

离谱低价背后或许就是“割韭菜”

——“柳报维权哥”对短视频推广市场的走访调查(下)

○○全媒体记者

上篇报道中，一些广告传媒公司为博人眼球吸引流量，声称帮客户制作一条短视频仅需20元；记者调查发现，实际上他们不做单条短视频，打包价最低要5000元，而10万播放量是全部短视频的总量。花费低、传播效果好，还能拓宽客源渠道，对于许多想要踏足短视频领域的商家来说很有吸引力，但是20元真的能制作出一条短视频吗？像这样用超低价做出来的短视频，能达到商家想要的推广效果吗？大家怎样避免陷入低价视频制作的陷阱呢？

短视频做好不易，行业报价悬殊

在城中万达广场经营小吃店的老板王先生表示，如果只是花少量的钱就能在网上获得一定的推广、提高知名度，他愿意出这样一笔钱；但是如果一次性支付5000元钱，这样的广告投入超过了他的能力承受范围。

“20元的成本有可能制作出1条短视频。”广西生态工程职业技术学院数字

媒体技术专业专任教师韦泳光表示，如果制作短视频的人员有一个AI工作流，他只需要去拍摄一些素材，然后把素材放进AI工作流中，工作流会很快生成一大堆的短视频，包括包装、方案、配音，全部都能做出来。但是，如果客户想做出比较考究的宣传片、形象片，20元的制作费肯定是

不够的，因为制作者需要去踩点，写针对性的方案、策划，还要考虑怎么拍摄、怎么剪辑等问题，这必然会增加短视频的制作成本。

东环大道某广告传媒公司经理杨先生表示，目前在柳州，正规广告公司参与的，用手机拍摄、简易剪辑的基础型短视频的制作成本，在500元到3000元区

间，适合个人探店、简单的产品展示、生活记录等；而企业外宣、产品广告等专业型短视频的制作成本，在3000元到10000元区间，包含基础策划、拍摄、配音、剪辑等工作内容；更高端的定制型视频，比如剧情短片、高质量广告，其制作成本在1万元至5万元区间甚至更高。

商业运营需持续投入成本

有多年视频制作工作经验的市民李先生说，如果是个人出于爱好，用手机记录生活的短视频，不需要考虑成本问题。但新媒体账号的运营是一个长期持续的工作，需要不断地更新账号里的视频，这肯定需要花费大量的时间、精力、人力，才

可能获得好的流量和效果，这就需要一定的甚至较大的成本投入。

“新媒体账号运营，享受的服务内容越多，价格肯定会越高。”桂中大道一广告传媒公司总经理向才桂表示，一个正常的项目从立项策划到拍摄剪辑，再到发布

和维护，需要有专门的团队作支撑；项目后端流量的跟进分析、定向调整，需要有专人跟踪服务，这些都要算进成本，更好的服务通常价格也会更高，效果也会更好。

柳州市广告协会会长胡伟生认为，低价短视频制作

通常会同一行业批量输出相同方案，用AI模块剪辑代替基础人力投入，从而实现短视频制作边际成本的大幅降低，这种服务通常不会对视频广告的传播效果负责，更不会对客户的长期运营负责。

短视频代制作、代运营纠纷增多

近年来，随着网络流量经济的迅猛发展，许多商家和一些广告传媒公司合作，期望实现网上宣传推广、吸引线下客流、拓展客源等目标，但往往事与愿违，外地曾发生因短视频制作推广合作引发的

纠纷投诉案件。

2023年，湖南省双峰县的吴先生与长沙一家文化传媒公司签署了合作协议，花2万元委托其负责在抖音平台上运营和推广吴先生的店铺，但后来的推广引流表现和带货视频数

据不尽如人意，从而引发纠纷。2024年，在江苏省靖江市从事女装销售生意的陈女士计划在某短视频平台直播带货，委托刘某为其提供编剧、拍摄、剪辑、化妆、运营等服务，但是刘某迟迟未能提供合

同约定的相关服务内容，引发矛盾纠纷。2024年7月，山东省临清市的孟先生与吴先生的传媒工作室签订了在某平台运营的服务合同，但吴先生未能提供合同约定的服务，从而引发纠纷。

警惕“割韭菜”式服务

“低价短视频虽然可能在一定程度上扩大了新媒体广告客户群体，但也存在明显的‘割韭菜’现象。”胡伟生说，一旦运营方和合作方发生矛盾，双方的信任会立即崩塌，违约方会通过拉黑等手段切断联系，甚至删除全部历史内容，致使客户原始积累归零，还很难追究其违约责任。“割韭菜”式

的低价短视频制作行为因为交付标准模糊，会形成一种“将就”式的行业生态，进而加剧整个行业的恶性循环，放大“劣币驱逐良币”的现象，需要相关职能部门加强监管和引导。

广西仁清律师事务所律师蔡欣提醒，请人拍摄制作短视频要提防误导性承诺。视频平台的点击量

受平台算法、内容质量、受众兴趣等多重、复杂因素影响，很难保证可以获得具体、明确的播放量，或者说，短视频制作者当初的承诺可能很难得到保证。商家要小心视频制作方在诱导付费后失联，或者敷衍式交付低质量视频；要注意防范制作方以“点击量不达标需追加推广

费”“开通流量套餐”等理由要求消费者追加付款；更要注意提防制作方使用涉嫌侵权的音乐、图像等素材，那很有可能导致版权纠纷。

市场监督管理部门提醒，消费者如果和传媒广告公司发生矛盾纠纷，应尽快到相关部门投诉维权。

网言·爆料



柳报维权哥二维码 晚报微姐二维码 新播报二维码

欢迎市民拨打晚报热线

2821100

●扫描二维码添加关注或拨打热线参与更多话题讨论。

事件：4月1日，“柳报维权哥”微信公众号报道，近日，市民曾女士向“柳报维权哥”反映，3月18日，她在柳南区大润发·发到超市西环店，花46.8元购买了一箱某品牌牛奶。牛奶虽未过保质期，但她给1岁多的孩子饮用时，却发现味道发酸。事后她与超市协商，双方未能达成一致意见。最终在市场监管部门的调解下，纠纷得以解决。

网友热评：

最好吃双皮奶：我也遇到过两次，因为我都是倒出来加热再喝的，看到变质了，只能直接丢掉，没有去追究。

向日葵：奶制品鼓包发酸不是个例，还有喝出来塑料片、纸巾什么的。

群角飞扬：超市处理不积极。为什么此事跟超市关系不大？我在你这里买的牛奶，有问题肯定先找你啊。

阿牛：超市遇到问题不积极处理，非要消费者投诉才去协商，这是态度问题。

辣根小雪梨：我在某购物平台买食品礼盒，就是外包装有一点烂，我拍照本来想告诉平台以后注意包装及物流，没想到人家直接给我发新的，而且包装损坏的不用退回。这就是服务！看起来好像商家亏了，其实这时候就是商家公关的最好时机。自那以后，很多东西我都会在那个平台购买，因为我知道消费有保障。

事件：4月1日，“柳州1号”App报道，“发信息不回，我就觉得不对劲；到店一看，已经换成另外一家店了！”4月1日，市民楚女士向“柳报维权哥”反映，位于城中万达东街的“格调沙龙美发店”，今年2月才推销劝说她充值2000元，谁知仅仅过去一个多月，店铺就关门跑路了。她怀疑老板早有预谋。

网友热评：

用户867081：不要乱充值。

用户3635：不充钱、不办卡。

鸿：充值要谨慎。

甜椒：以后不敢预充值了。

倚剑钟心：这种店，没有办法惩治吗？

浅浅粟1：以后无论如何都不充值了。

（全媒体记者 赖柱武、“晚报微姐”整理）