

“9.9元试听”“免费体验精品课程”…… 部分低价体验课异化为“套路课”

“9.9元试听”“免费体验精品课程”——随着体验经济的兴起,类似的宣传语在不少培训商家广告中时常出现。从乐器课到瑜伽课,从短视频剪辑课到少儿英语课,各式各样的低价体验课程涌入消费者视野。然而,记者调查发现,一次充满期待的体验课可能“换来”骚扰营销电话、对课程质量的失望,甚至可能陷入费用纠纷。当消费者试图维护自身权益时,还可能面临维权成本不低的“拉锯”战。

低价体验课种类多

这些体验课种类繁多,包含体育健身、舞蹈、乐器、烘焙等领域,还有马术、美妆、DJ(唱片骑士,负责打碟的职业)等小众课程,价格高者上百元,低者29.9元乃至9.9元,甚至还有1元的优惠体验课。在商家这种低价体验课的营销手段下,不少人开始利用周末时间上起了兴趣班,体验各类课程。

9.9元体验课的出现,对于消费者来说体验感如何?记者在调查过程中随机采访了20名消费者,其中有半数受访者表示,有参与过9.9元体验课的类似活动,在休闲时间低价体验不同的课程,有助于丰富他们的业余生活。比如有受访消费者表示,参加过舞蹈类体验课,无论是在体验感还是服务上,感觉都不错,后续又继续购买课程学习。“体验感比想象

中好很多,上完课我就直接在门店购买了网球拍,准备继续学。”因在手机上观看网球比赛的视频,在北京上大学的陈雪萌生了学习网球的念头。她购买的体验课只需19.9元,时长为半小时,培训机构提供网球和球拍,教练根据具体情况制定课程计划。“我之前没有接触过网球,教练从最基础的握拍姿势、颠球练习开始教授,全程很有耐心,一直鼓励我,上完课还可以在场地里再练习一会儿。”陈雪说,体验课让她感觉自己有更多的可能性。

“有偿的体验课能筛选出部分真正有学习意向的学员。”北京市西城区某声乐培训机构负责人张女士告诉记者,机构之前的体验课程不收费,但会遇到预约却不来上课的情况,“即便是体验课,我们也要花费时间备课,预约了不来,浪

体验课比15节课还贵

并非所有体验课都能给消费者带来良好的体验感。记者调查发现,低价甚至免费的体验课,本应作为展示教学质量、搭建信任的窗口,却在部分机构中成为引导消费者落入套路的工具。

来自广东的消费者陈晨在某购物平台购买了一张瑜伽课体验券,但在体验课结束后,却被告知“上的是普拉提课程”,并被要求另付92元差价。在据理力争后,客服才说“看错了”,不再要求补还差价,“但后来门店多名工作人员将我‘围’住,要求‘写了好评才能走’”。

安徽的刘女士曾在某乐器培训机构咨询体验课,从线上咨询到线下确认,对方全程均未提及试听体验课程要收费。甚至当刘女士主动问及是否需要购买“试听券”时,对方的回答也仅是让她“先来上课”。但在体验课结束

后,刘女士被告知所上课程为“一对一私教课”,需支付780元。“团购价735元15节,这节体验课比15节课还贵!”刘女士对此十分愤慨。

“我质疑商家为何没有提前告知,但对方却说我在玩文字游戏。”更让刘女士哭笑不得的是,在双方为此争执的过程中,商家居然还建议她“报正式课程可抵扣此次费用”。“如果提前说明是付费课,我未必不会接受。”刘女士说,“到最后也不知道商家的收费标准,我对所谓的‘体验’失去了信任。”

除了费用,课程质量本身也容易“踩雷”。李飞是山西的一名声乐老师,他在一次以学员身份体验同行课程时发现,一些机构的体验课程里暗藏套路。课程一开始,机构老师用力弹钢琴致使琴音很高,迫使他只能大声唱歌

6节课换5名教练

在上完体验课后,商家的套路一般是推荐办卡,但办卡容易,退卡却面临各种困难。来自山东的张女士对此深有体会。

去年春季,张女士看到当地一家体育馆的“开学钜惠”活动,宣称“238元即可享受最高16+24课时羽毛球试听课”。考虑到价格划算,她果断通过活动页面添加了负责人的联系方式并付款给孩子报名。

然而,孩子的上课体验却让人失望。6节体验课换了5名教练,每个教练都从头开始教。特别是第六节课,机构直接把孩子安排到一个学员班级,孩子听不

懂指令,花费了时间却什么也没有学到。张女士多次向机构反映问题,却迟迟得不到解决。她要求按比例退费时,对方却称:“钱不是我们收的,你得找第三方。”

思虑再三,张女士决定通过诉讼进行维权。她在诉讼过程中发现,所谓的第三方,和该机构实际上是关联企业,他们是同一个法定代表人。然而,即使张女士通过相关部门联系该机构,对方也坚称“不退钱”。此外,宣传里提到的24课时,事实上需要消费者将广告转发至各大聊天群才可以获取。“但在试听课宣传时,机



费老师的精力和时间。”

“体验课收费之后,选择购课的学员反而多了。”张女士说,机构的体验课分为30元体验课和原价单次课两种,30元的体验课针对初学者,原价单次课适合有一定基础的学员,“不同的课程方式,满足不同人群的需求。”

从而“暴露问题”。“往好的方面说,是让你尽快暴露问题;但在我看来,这和部分健身私教一上来就让体验者做到力竭,然后说‘你身体太差’催促赶紧报课的套路如出一辙。”李飞说。

李飞还发现课程存在“注水”问题,45分钟的体验课,老师要么在展示技巧,要么在推销课程,要么在不顾学生理解进度的情况下过快推进。他作为专业人士能够理解老师的意思并跟上节奏,但换一名新手学生就很难。这种做法让他不免对课程质量产生怀疑:“如果体验课程都不愿意认真教,学员怎么能够相信正式课程的教学质量?”

“我购买美容方面的体验项目,本想在体验过程中放松一下,但商家却在体验课中进行产品推销,体验感瞬间变差。”受访者北京市民杨丽吐槽说。

构对此只字未提。”张女士说道。

历经3个月诉讼,法院判决机构退还张女士59.5元。虽然钱数不多,但张女士认为可以让更多人看到维权的可能性:“之前给孩子报过不少试听课,但有问题往往不了了之。”事后,张女士分享了她的维权经历,以让其他家长避开此类陷阱。

维权也让她发现了不少行业的套路:“比如,不少机构用‘第三方合作’来规避责任,用模糊的‘赠课’条款来吸引报名。”(应受访者要求,文中消费者为化名)

(据法治日报)

灵隐飞来峰景区

预约优化升级

“线上候补”功能 2月起上线

记者26日从杭州灵隐飞来峰景区获悉,自2025年12月该景区实行免票政策以来,预约整体运行平稳,但也出现部分游客“约而未到”、现场排队时间长等问题。为进一步公平分配景区资源、提升游客体验,景区将于2月1日起对预约机制进行系统优化,上线“线上候补”功能,同时取消现场登记排队。

“灵隐飞来峰景区向公众免费开放后,我们在实际运行中发现一些新现象。”杭州西湖风景名胜景区灵隐管理处党政办主任杨尚其介绍,比如,部分游客因担心约不上,采取“先约上再说”或同时锁定多日名额的做法;也有部分游客因未预约,在现场登记窗口排队长,导致现场等候时间长、体验感不佳。

为进一步优化景区公共资源分配,解决预约过程中游客反映的问题,景区自2月1日起,对现行的预约机制进行优化升级。一方面,针对目前现场登记人数较多、排队时间过长且对线上预约公平性造成冲击的情况,推出“线上候补”功能,同时取消现场登记排队;另一方面,调整退约截止时间,让可能闲置的预约名额释放更多,同时强化预约信用记录,新增了累计爽约限制,让预约机会更公平。值得提醒的是,70周岁(含)以上老年人及其他符合优待政策的人群无需预约的措施仍保持不变。

而原先承担现场排队登记的灵隐飞来峰景区综合服务中心、灵隐元境游客服务中心也进行了优化升级调整,为广大游客提供行李寄存、旅游咨询、人工协助、现场讲解、失物招领等服务。

灵隐飞来峰景区是杭州西湖最受欢迎的景点之一,年客流量超千万人次。此次优化是否意味着预约更难了?杨尚其说,通过“提早预约+线上候补+信用约束+及时放票”的组合机制,我们期望让真正有游览意愿的游客更公平、更高效地获取入园名额,减少“约而未到”的现象,提升整体预约成功率与游览体验。

(据新华社)