

# “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想法。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，机构之前的体验课不收费，但会遇到预约却不上课的情况，“即便是体验课，我们也要花费时间备课，预约了不来，浪



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。”

## 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

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。

## 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课时羽毛球听课课”。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

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，在现场登记窗口排长队，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）