

“在网上买了很多课程,自己看过的却没几个”

知识付费真能学到知识吗



知乎Live、喜马拉雅听书、豆瓣写作营、混沌大学……近年来,各类知识付费平台如雨后春笋般涌现。用户从起初的质疑、不习惯,到如今乖乖上缴钱包。知识付费产业快速发展的原因是什么?用户交了钱,就真的能学到知识吗?

只要“有才”,都能分一杯羹

“我在微博上买过摄影师开的线上摄影课,还买过英语阅读、背单词的线上课程。”北京市民小黄告诉记者,现在知识付费的形式越来越多样,产品类型越来越丰富,自己在这方面的支出也越来越多。

从知乎Live、喜马拉雅听书、荔枝FM,到财新树立付费墙,近年来知识付费已经从起初的线上课程扩展到各个领域,受众覆盖面越来越广。无论你是想学习新的专业知识,重新捡起英语能力,还是想听听故事、看看新闻打

发时间,都可以找到相应的付费产品。除了用户获益,各类内容提供者也获得了发展机会。无论是学者、公司管理者还是小众音乐人,只要有才,都能在知识付费领域分一杯羹。

日前,艾瑞咨询发布《2018年中国在线知识付费市场研究报告》(以下简称《报告》)显示,知识付费产业规模也将进一步扩张,预计到2020年将达到235亿元。

节奏难啃“大部头”

知识付费为何能在中国迅速发展?知识付费,即将知识商品化,但知识商品化其实并非刚刚兴起。

华东政法大学教授王迁认为,如果不把知识付费的范围仅限于知乎、喜马拉雅,每个学者或许都参与过。“我们为什么在学校里领取工资,就是因为传播了知识,我们的工资就是对我们创造和传播知识的报酬,它是普遍存在的,只是我们当时没有用‘知识付费’这个名词而已。”

专家指出,知识付费的兴起,也离不开人们日益增长的“知识焦虑”。互联网的普及加快了人们生活的步伐,碎片化的阅读习惯令那些“大部头”书籍变得难以以下咽。“你今年读了几本书?”已经成为人们最害怕听到的问题之一。而知识付费的出现,正好能够缓解人们的焦虑,弥补心灵上的空虚。

用优质内容化解知识焦虑

然而,知识付费真的能学到知识

吗?“现在的线上课程都可以回看,比如我新买的写作课程,每星期五晚上8时直播,如果我临时有事赶不上直播,也可以周末看课程回放。”小黄说。

很多付费用户表示,买了很多课程,但是真正看过的却没几个。“感觉钱交了,知识就是我的了。课放在账户里,有效期很长,就更懒得去看了。”

“像我之前买的英语阅读课,看了3篇之后就再也点开了。平时工作太忙,根本没时间看,下了班之后又太累,更不想点开学习了。”在北京做程序员的小林说。

知识付费用户规模看似庞大,但其中不乏付了费而没有享受服务的用户。“知识付费似乎已经成了一种商品交易,我交钱买的与其说是知识,不如说是一种心理安慰。”小黄说。

《报告》显示,2018年中国在线知识付费产品平均复购率仅为30%。由此可见,有很多用户在购买过一次知识付费型产品后,并没有在同一平台或同一知识领域再次购买产品。

专家指出,当前知识付费平台发展迅速,推出了各种吸引用户的套餐,引进各类网络大咖建立流量基础。然而,与快速增长的平台相比,内容供应方却仍处于早期发展阶段。为用户提供高质量的知识服务,真正解决用户的知识焦虑,才是知识付费产业发展的方向。

(来源:人民日报海外网)



@微语录

@八月渝郎相忆否:难过的日子,不是挺过去的,而是要迈过去的,是要唱着歌和不开心的事说再见的。

@苏岑:有些人就是看不惯你努力的样子,总会想方设法干扰你。多数人都是懒散的,他们觉得那才是常态,而一个努力向上的人,身上的光芒会让庸人恐惧。所以想想看,奋斗者是最孤独的,你必得隔绝身边一些扰耳的声音,才能心无旁骛地去成功。

@小羊爱吃酱肘子:别想过去那些事了,往前走走吧,那些过往都只是你脚步踩出的烟尘扬起照在地上的影子,它们总有消散的一天,不要停下脚步,此刻和未来的人生才是你真正的人生。要知道,你的脚迈向何方,比你身后的烟尘在地上形成什么样形状的影子重要太多。

@李尚龙:无论你有没有钱,都应该每年努力去一个陌生的地方,出不了国可以出个省,出不了省至少走出自己的城市和村庄。有时候,见识比知识重要,跨出舒适区,外面的世界更大。

(来源:新浪微博)

@微趣图



晒着太阳吃竹笋,心情舒畅唱首歌。(来源:新浪微博)

@微笑话

@大哥王振华:“我……我真的撑不下去了。”她啜泣着把脸埋进了双手,我拍着她的肩膀鼓励她:“你一定要撑下去啊!难道你忘了开始时我俩一起许下的誓言了么?这可是300元一个人的自助餐啊!”

@Brock:半夜,老婆猛地坐了起来。我被惊醒,急问:“怎么了?”老婆喘着粗气说:“我刚梦见你掉河里了,吓死我了。”我有些感动,柔声问:“然后呢?”“然后,我在岸上追着问你银行卡密码,你就是不说,把我给急醒了。”

@李知了:临睡前我问老婆:“洗手间的灯你没关吧,怎么这么亮?快去关上。”她说:“关了,肯定是外面工地上的光照进来的,不信你去看。”我还真就不信了,起床去看果然是她没关灯。我得意地说:“就知道是你没关!”她淡淡地说:“嗯,好吧。”

@阿青:“在吗?”“最近手头紧没有余钱,单身挺好不用介绍对象,工作太忙没时间见面,新婚快乐参加婚礼就算了感情没那么好礼金就不给了,没法帮你走后门,不办贷款已有保险,个人物品不外借。还有事吗?”(来源:新浪微博)



自动续费扣钱没商量

电商法之下消费“黑洞”为何仍在“吞”金?

近日,杭州刘女士收到某APP会员服务自动续费的通知短信。刘女士告诉记者,“买会员的时候根本没看到有自动续费的明确提示。”

电子商务法规定,电子商务经营者搭售商品或者服务,应当以显著方式提醒消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。然而,记者调查发现,不少APP在用户购买服务时,对于自动续费没有明确提示,有的甚至默认勾选。当用户想要取消自动续费时困难重重。

不少APP标识不明显,有的默认勾选

记者调查发现,多数APP在购买会员服务时都会设置多种选项,比如一个月、一季度、半年或者一年等,同时设置了自动续费选项,但一些APP自动续费没有明确提示,往往还默认勾选。

有的只要购买付费服务,就不经意被自动续费。记者下载了某手机办公软件,发现共有五款会员套餐,自上而下排列。置于界面最上端的套餐即可满足基本服务,记者直接勾选第一项购买。无意中向下翻看却发现,在界面的最底端,有一行浅灰色和蓝色的字提示:点击开通,表示同意并接受会员服务条款和连续包月服务条款。

有的默认勾选自动续费。刘女士后来仔细查看才发现,订购会员的系统界面上有很小的一行字:“到期后自

动续费,可随时取消”,并且已被默认勾选。“不仔细看根本不会注意到那行字,虽然钱不多,但这种默认勾选的行为让人气愤!”

用户想取消自动续费不易

电子商务法规定,经营者搭售商品或者服务,应当以显著方式提醒消费者注意。消费者权益保护法也规定,经营者在经营活动中使用格式条款的,应当以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容。

但记者调查发现,不少APP也没有“以显著方式”提示如何取消自动续费服务,用户想取消自动续费没那么便捷。

有的APP上找不到任何取消订购的提示。刘女士当时想马上关闭自动续费,可找遍软件界面,没有发现任何引导与操作说明。

记者打开该APP,在订购会员页面,既没看到相关消费协议,也没有任何有关退订服务的说明指示。通过在网上查询才了解到,用户需要主动咨询客服,才能够获得相关指引。记者具体操作发现,用户需要在APP中“我”那一栏中,点击右下角的“提问客服”,输入“如何关闭自动续费”,才会看到相关说明。

有的APP将退订方法隐藏在密密麻麻的说明中,很难找到。记者打开某办公软件会员特权订购界面最下方的

《连续包月服务条款》,看到的是密密麻麻的小字,而且界面无法通过手势操作放大字体,只隐约看见相关链接。记者电脑端登录后,才找到相关说明与引导。

涉嫌侵犯众多消费者权益

“收费容易取消难,说白了就是运营商想多挣钱。”浙江在校大学生小王说。

“自动续费既不合理也不合法。”浙江大学法学院副教授许建宇认为,一些手机应用通过默认勾选,强行要求用户同意自动续费等做法,违反了市场交易最基本、最重要的诚信原则,涉嫌侵犯消费者的知情权和公平交易权。

许建宇解释,电子商务法和消费者权益保护法都要求的“显著方式”一般包括使用粗体字、黑体字、彩色字体等,一些手机应用的经营者选择用格式条款进行说明,恰恰是采取了“最不显著”的提醒方式,使消费者落入了陷阱。

“我们已经接到了部分消费者关于自动续费的投诉,浙江省消保委正在相关调查,在全面了解情况后,将向社会发布调查报告,针对性提出消费建议。”浙江省消保委相关负责人表示。

(来源:新华社)