

“融”观中国

在线培训，走快更要走稳

——“新媒体与知识传播”系列报道之三

本报记者 卢泽华

目前，全国技能人才总量已逾2亿人。技能人才更新知识需要培训，培养新的技能人才也需要培训。职业技能培训，成为提高就业质量和收入水平的重要途径之一。

伴随新媒体蓬勃发展，职业技能培训的部分场景从线下“搬”到了线上，在线培训行业迎来加速发展期。在线培训内容丰富、

形式灵活、学费低廉、选择面广，受到社会广泛欢迎；但也因存在虚假宣传、过度承诺、质量低下、维权困难等现象，引发网友讨论。

让新媒体、新技术切实提升职业技能培训效能，就必须引导在线培训行业规范有序发展，助其行稳致远。



▲ 江西省樟树市义成镇中心小学的音乐培训现场。
周亮摄(人民视觉)
▶ 在山东省荣成市中创创业孵化基地，经过培训的妇女“创客”们开始进行电商直播。李君信摄(人民视觉)



新媒视点

在线培训须注重长远效益

方正

一节“网上课堂”，数十万名学员同时听课；偏远山区的学生，能聆听北京、上海等一线城市的名师讲授；通过网课，许多没有基础的“小白”变成各个领域的“技术大拿”……信息技术在教育培训领域的应用，打破了时空限制，促进了在线培训行业的兴起。

这是中国经济快速发展发展的结果。技能人才是支撑中国制造、中国创造的重要基础，对推动高质量发展具有重要作用。随着国家各项事业加快推进，技能人才尤其是高技能人才在总量、结构、培养、使用等方面，与实际需要相比仍存在一定差距。数据显示，预计到2025年，仅制造业重点领域技能人才缺口就近3000万人。在这一背景下，加快技能人才培养，提升劳动者素质和技能，对于稳就业促增收具有重要意义。

如何加快技能人才培养？数字技术的应用是重要途径之一。随着移动互联网、大数据、人工智能等新兴技术的发展，教育培训行业迎来全新的发展机遇。教学内容的丰富供给、教学场景的灵活多样、教学方式的生动有趣，使在线培训受到越来越多人的青睐。

需要注意的是，在线培训在蓬勃发展的同时，仍面临着不容忽视的瓶颈与短板。例如，成体系的在线培训课程开发通常需要专业团队支撑，必须投入较多的时间、人力与资源。这决定了大多数企业或教育机构制作的线上培训课程，要么价格昂贵，超过一般网民的支付能力，要么仅面向本单位的内部成员。而社会上小型零散的在线培训机构或个人录制的课程，虽数量众多，价格低廉，但质量良莠不齐，且功利色彩浓厚，往往过于聚焦“考证”等短期效益。更有甚者，少数在线培训机构抓住学员追求“短平快”教育效果的心理，通过夸大宣传诱导消费。凡此种种，都违背了教育培训的初衷——传授技术，提升能力，培养对社会有用的人。

随着在线培训行业不断发展，越来越多的机构和学员开始意识到，在线培训应该回归教育的基本价值，关注长远效益，助力打造一个更加清朗、更有温度的在线培训行业。做到这些，需要各领域握指成拳、共同发力。

广大网民要树立正确的教育观，避免盲目跟风、互相攀比、“零基础高成就”“考级速成”等心理。须知，“速成”“高效”明显违背了教育规律，既不利于知识和技术的获取，也不利于能力的提升，反而容易陷入个别培训机构虚假宣传的“套路”。同时，网民还要增强对在线培训机构的鉴别力，理性选择真正符合自身需求、有助于自身成长的在线培训内容。

教育工作者应该注重教育本身的价值，防止将在线培训窄化为考证应试型教育。在课程规划上，深入体察各领域人才的需求和供给情况，从顺应发展趋势、促进行业长远发展的角度探索和创新线上课程开发；在教学方式上，围绕学、教、考、评、管等培训全流程，深度赋能各培训环节，构建系统化、全场景的智慧培训模式；在技术应用上，借力大数据、智能算法等，提升在线培训的精准度，逐步实现一人一方案、一人一场景的智慧化培训模式。

管理部门需加强战略布局、做好顶层设计，针对在线培训跨地域、跨行业、跨时空等鲜明特征，打通各地区、各部门、各领域线上培训课程的认证门槛。针对在线培训领域中的用户数据滥用、课程推销乱象，以及“退费难”“卷款跑路”“隐性收费”等违法违规商业行为，加快完善相关法律法规，有效避免在线培训领域出现的无序竞争。

无论新媒体技术如何迭代、培训模式如何嬗变，教育的本质不会变，那就是解决培养什么人、怎样培养人、为谁培养人等问题。各方共同努力，回归教育的本质与初心，在线培训才能更有温度，在线培训行业才能行稳致远。
(作者为浙江大学中国特色社会主义研究中心研究员)

优势

内容丰富，灵活便捷

短板

互动较少，良莠不齐

方向

加强规范，稳步发展

相机沿着水平方向左右横移，配合一套“推、拉、摇、甩”的运镜动作，最后把镜头落在了一颗露着翡翠色果瓢的猕猴桃上面，一段3分钟的水果推广短视频就完成了。

视频的拍摄者叫李爽。2018年大学毕业后，她回到家乡陕西西安创业，主营农产品种植和销售。开张伊始，经营并不顺利。“就拿猕猴桃来说吧，西安成规模的种植户有几万家，真正获得顾客关注的凤毛麟角。”李爽向记者讲述当年为打开销路付出的种种努力：开网店、发微信公众号、搞直播、做短视频……每天从早8时到晚10时，忙得脚打后脑勺，收效却一直不温不火。

问题出在哪里？李爽向朋友们请教。有人直言：“你的视频拍得太业余，吸引不了粉丝。”这点醒了李爽，应该学习一些拍摄技巧和制作技术。她想去报个培训班，但工作太忙，脱不开身。最后选择在网上报了一门视频拍摄“云课堂”。

“之前对线上培训有些疑虑，不过，这门课程报名费只有800元，比线下培训便宜很多，就试着报了个名。”李爽没想到，培训效果远超预期，“一共12个课时，有基础课程、操作视频，还有直播互动，既灵活，又实用。”运用学来的技能，李爽拍摄的视频质量迅速提升，利索的场景切换、鲜艳的色彩搭配、惬意的背景音乐，让短视频一下子有了大片质感。“大片”吸引大量粉丝，水果销量一年增长了5倍。

同李爽这些学员一样，培训教师群体也因在线培训的兴起获得了新的机遇。

郭翔是一名播音主持专业培训师，也是北京一家艺术培训机构的负责人。自从两年前把“课堂”搬到网上后，他的业务量迅速攀升。“播音主持行业应用范围很广，婚庆、年会、论坛等活动都需要主持人，培训市场空间巨大。”郭翔说，过去，学员们从全国各地来北京上课，不仅要支付高昂的学费，还要负担住宿和交通费用，让很多人望而却步。

2022年，郭翔开始试水在线培训。“我一方面录制网课，讲述发音标准、声带运用、气息训练等基础知识，另一方面通过直播和一对一连线，带学员练基本功、开集中答疑课等，学员数量增长了好几倍。”郭翔说。

目前，越来越多的课程正从线下走到线上，从语言学习到办公技巧，从美术设计到计算机编程，在线培训的内容更趋多样，形式更加灵活，为人们打开一扇自主学习的窗口。

这种现象得到国家有关部门的关注和支持。人力资源和社会保障部印发的《“技能中国行动”实施方案》提出，要加强数字技能培训，普及提升全民数字素养，大力推行“互联网+职业技能培训”，广泛开展新职业新业态新模式从业人员技能培训。

“线上培训最大的优势是缓解了工作和学习之间的矛盾。”郭翔说，参加职业技能培训的学员很多是企业在岗员工，线下学习常会跟工作时间冲突。线上学习则更为便捷，能够做到工作学习两不误。

在线培训内容丰富、成本低廉、形式灵活，但学员最看重的还是教学质量和学习效果。

随着在线培训市场规模的扩大，教学质量参差不齐的问题也开始显现。记者从几家大型在线培训平台上看到不少留言：“老师只是将线下课程录像直接传到网上，连黑板上的字都看不清”“课程缺乏设计，内容随意，听不出个头绪，提问也没人回复”“网课整个界面都是PPT，老师连个面都不露”……

“在线培训，不只是‘在线’这么简单，其落脚点还是要放在‘培训’上。无论培训形式如何变化，目的都是让学员以最短的时间、最好的效果学到知识。”郭翔拿他熟悉的艺术培训举例，播音、美术、声乐都是操作性很强的技能，线上教学缺少互动，更适合学习基础知识；线下教学则注重实操，线上和线下培训相结合，才能提高教学效率。当然，“线下”不一定面对面，可以用视频连线等方式进行指导。

除了教学质量问题，个别培训机构还利用在线培训不见面、可匿名等特点开展虚假广告、诱导消费等违规行为，扰乱行业秩序。

家住河北石家庄的李慧在一家广告公司工作，希望利用周末时间学习图片设计和排版技术。通过某短视频平台，她搜到了一家培训机构并取得联系。

“对方让我报一门标价3000元的钻石VIP课程，不仅提出‘包教包会’，还承诺帮助考取一些职业资格证书。我一听很划算，当时就转账了。”李慧说，没想到，交完学费后，对方只发来一套24课时的教学视频，其中多数内容都可在网上免费搜到。学完视频后，李慧总结了20多条不理解之处，希望培训机构提供教师连线指导服务，但过了一周也得不到回应，之前承诺的考证辅导就更别提了。“说好的‘包教包会’呢，学费一收就变脸了。但是为了3000元学费去维权，我也耗不起时间和精力，只能哑巴吃黄连。”李慧有些无奈。

记者调查发现，和李慧经历相似的网友有不少。他们多是奔着在线培训机构“考试保过”“精准押题”“包拿证书”“推荐工作”等宣传语才报名的，最后却只收到一张有头没尾的“空头支票”。

近日，广西消费者权益保护委员会发布了一份2023年在线技能教育培训行业消费调查报告，其中显示，在线培训行业大部分广告都以“免费或低价”“零基础学习”“快速获得技能或回报”等内容吸引消费者点击报名。行业存在虚假广告套路多且深、“先付费后听课”“预付式消费模式”风险大、培训协议存在霸王条款、培训机构官网平台收集个人信息、教学质量问题多，服务水平难保障等问题。

“在线培训市场竞争激烈，培训机构不诚信、互联网消费监管难、消费者缺乏防范意识等因素造成行业乱象频发。消费者十分期盼一个风清气正、安全放心的网络消费环境。”广西消委会秘书长唐楚尧说。

如何进一步规范在线培训行业，保护好消费者合法权益？

郭翔认为，在线培训行业之所以出现上述问题，很大程度上是因为“预付式模式”。作为一种商业营销模式，“预付式模式”被影视、餐饮、健身等行业广泛采用，也引起过不少纠纷。

“在线培训属于知识服务范畴，普遍采用先付费、后听课的模式。培训效果难以量化，且多数在线培训机构没有固定办公地点，学员又分布在天南海北，一旦出现问题，跨地区维权成本很高。种种因素叠加，就造成了少数培训机构收到钱后‘翻脸不认人’的情况。即使因课程质量、承诺不兑现等问题被学员找上门，培训机构大多也采用‘拖字诀’，消费者无力维权，往往不了了之。解决这个问题，需要制度和监管层面加强规范，从而实现在线培训行业的稳步发展。”郭翔表示。

在有关部门关注和消费者呼吁下，这种规范正加快实现。近日，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（以下简称《条例》）公布，并将于今年7月正式施行。《条例》专门关注了预付式消费场景下消费者合法权益的保护问题，强化了预付式消费经营者义务，明确规定了经营者按照约定退回押金和预付款等条款，弥补了现阶段下预付式消费的规则空白。

“近年来，预付式消费种种乱象成为老百姓的烦心事和放心消费的堵点，规范预付式消费也是这次《条例》立法的一个重点。”国家市场监督管理总局执法稽查局局长况旭表示，《条例》主要从3个方面进一步强化了经营者的义务：一是设立“书面合同”的义务。经营者应当与消费者订立书面合同，强化对经营者遵守承诺的约束，降低消费者维权时的举证难度。二是强化“按约履行”的义务。经营者应当按照与消费者约定提供商品或者服务。如果经营者没有按照约定提供，应当按照消费者要求履行约定或者退还预付款。三是明确“事中告知”的义务。经营者出现重大经营风险，应当停止收取预付款。

除了规范“预付式模式”，还有人呼吁，要建立一套完整健全的消费者评价机制，供消费者购买在线培训服务时参考。

“在线培训行业应当像电商平台一样，确立一套成熟的打分、评价、追评机制，并将分数和评论等信息完整展示在评论区等容易看见的地方。对于‘差评’较多的机构和个人，培训平台要及时处理，防止有更多消费者‘掉进坑里’。”李爽说。

唐楚尧认为，各地应及时出台分类监管意见和行业具体规范，完善在线培训机构的进入与退出机制，制定并推行在线培训行业合同示范文本，明确课程时效及退费等内容，保障消费者与机构之间的公平交易权。“我们还要加大信用惩戒和曝光典型案例力度，提高消费者的风险意识，对‘问题’机构形成有效的监督和制约，共同维护放心的消费环境。”唐楚尧说。

前沿动态

中国快递服务满意度创新高

本报北京电（记者韩鑫）记者日前在国家邮政局举行的2024年第二季度例行新闻发布会上获悉，2023年，快递服务满意度和时限准时率在行业高质量发展的大背景下，不仅有效恢复，而且得到较大提升，其中，快递服务公众满意度得分和72小时妥投率都创造历史最佳水平。

满意度调查结果显示，2023年快递服务公众满意度得分为84.3分，较2022年上升0.9分。涉及评价的5项二级指标满意度较2022年均有所上升。其中，受理、揽收、投递、售后、信息环节满意度得分分别为89.5分、88.7分、85.3分、76.3分、84.5分，同比分别上升0.4分、0.4分、0.9分、1.8分、0.8分。

快递时限测试结果显示，2023年全国重点地区快递服务全程时限为56.42小时，同比缩短2.40小时。72小时妥投率为80.97%，同比提升3.15个百分点。

据介绍，此次调查和测试由国家邮政局组织第三方机构进行，监测对象包括9家快递服务品牌，具体为：邮政速递、顺丰速运、中通快递、圆通速递、韵达速递、申通快递、京东快递、德邦快递和极兔速递。调查范围覆盖50个城市，包括各直辖市、省会城市和19个快递业务量较大的城市。

今年3月全国受理网络违法和不良信息举报1853.2万件

据新华社北京电 中央网信办举报中心日前公布的统计数据显示，3月，中央网信办举报中心指导全国各级网信举报工作部门、主要网站平台受理网民举报侵权、谣言等违法和不良信息1853.2万件，环比增长4.4%，同比增长10.9%。

其中，中央网信办举报中心受理举报41.5万件，各地网信举报工作部门受理举报103万件，全国主要网站平台受理举报1708.7万件。在全国主要网站平台受理的举报中，主要商业网站平台受理量占93.3%。

广大网民可通过12377举报电话、“网络举报”客户端等渠道积极参与网络综合治理，共同维护清朗网络空间。