

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，可能面临维权成本不低的“拉锯”战。

低价体验课种类多

体验课种类繁多，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，无论是体验感还是服务上，感觉都不错，后续又继续购买课程学习。

“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

体验课并非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’”。

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”。

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？”

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。

2025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6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，却得不到解决。她要求按比例退费时，对方称：“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，对方仍坚称“不退钱”。

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。同时，这次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）

记者手记

在采访之初，由于接收到不少体验课“踩雷”的消费者提供的信息，我带着“必然有坑”的预设接触这个市场。调查中，我确实看到了部分商家的隐性收费与消费者“有苦难言”的遭遇，这些现象应该被曝光。

但当我在一家绘画机构上了一节9.9元的体验课后，一种更复杂的感受开始浮现。

上课的老师是一位20岁出头的女

孩。那节课上，她没有炫技，也没有营销，只是耐心、细致地为我讲解绘画步骤与色彩原理，偶尔还和我像朋友一样聊天。一个小时的课程，让我确实学到了不少知识。

我未曾预料的是，课程结束后，机构负责人将9.9元退还，说他们的体验课本来就是免费的。至于现在收费，是因为遇到了太多“报名但被放鸽子”的消费者，而机构老师每个星期的体验课程数量有限，因此才象征性地收费。

这让我联想到经济学中著名的“柠檬市场”理论，当信息不对称时，劣质商品便会驱逐优质商品。在体验课这一领域，过度的营销套路正在制造严重的信息污染——消费者因为无法分辨优劣，只能对所有机构保持警惕；而一些真正认真专注教育的人，反而因为“不够精明”而难以被看见，抑或也不得不被动卷入这一营销洪流。

问题的本身不在于“体验”，体验与尝试，本应是教育里最美好的部分。它为消费者打开一扇新的大门，也意味着双向选择的权利。一个健康的市场里，理应向充满热情的学习者与有匠心的教育者，更为高效和纯粹地“看见”对方。

揭示问题只是第一步，更重要的应是思考如何用信任的基石、透明的机制和有利的监管去维护这个市场的健康良性发展。这不仅需要行业形成共识，也需要作为消费者的我们，在谨慎的同时，仍然保有一份能识别真诚、支持优质内容的能力与意愿。在一个更为清朗的市场之下，“体验”或许可以重回连接的初衷。

（据《法治日报》记者/赵丽实习生/王艺霏）

隔空盗刷银行卡的黑锅，手机NFC不背

“手机NFC不用时千万要关闭”的话题最近登上社交媒体热搜榜，引发公众对NFC支付安全的热烈讨论。有网友担忧，开启NFC功能后，手机里绑定的银行卡会被不法分子隔空盗刷。那么，究竟什么是NFC？开启NFC功能真会让账户资金不翼而飞吗？我们该如何安全使用它？

短距离通信“小能手”

NFC是近场通信（Near Field Communication）的英文缩写，是一种工作频率为13.56兆赫兹的短距离高频无线通信技术。其特点是通信距离极短，搭载NFC模块的设备与另一台搭载NFC模块的设备或NFC标签在10厘米以内，才能建立有效连接并完成数据传输。超出这个距离，信号会快速衰减，通信随即中断。

“手机里的NFC模块，就

像一个小巧的读卡器加虚拟卡盒。它主要依靠3种模式为用户提供服务。”中国信通院数安智库专家曾令平介绍，卡模拟模式让手机变身实体卡片，使其成为虚拟交通卡或虚拟银行卡。读卡器模式使手机触碰带有电子名片、商品信息的NFC标签时，就能自动读取并保存内容。点对点模式支持两部具有NFC功能的手机通过“碰一碰”快速交换照片等信息，传输过程简单高效。

值得一提的是，当使用NFC进行资金交易、身份验证时，用户必须通过密码确认，才能完成操作。

事实上，NFC并非新技术，早已融入日常生活。从刷手机乘坐公交到门店付款时的“碰一碰”结算，这些习以为常的场景背后，都离不开NFC这个短距离通信“小能手”。

并非盗刷“帮凶”

随着NFC相关话题发酵，一些网友指出NFC会“参与”盗刷，给这项便捷的技术扣上了“帮凶”的帽子。“明明是造福百姓生活的技术，现在却沦为‘帮凶’，NFC很冤枉。”信息通信专家陈志刚说，梳理多起涉NFC诈骗案件可以发现，诈骗往往围绕一套精心编织的“剧本”展开，主要分为两大关键步骤。

第一步窃取核心信息。骗子通常会用极具迷惑性的话术，让受害者放下戒备。随后，骗子会引导受害者点击钓鱼链接、下载带有木马病毒的App，或诱导其开启手机屏幕共享功能，借此轻松获取受害者的银行卡号、身份证号以及手机号等信息。

第二步远程绑定与操控。拿到敏感信息后，骗子会将这些

信息绑定到自己的NFC手机电子钱包，生成“虚拟克隆卡”。同时，他们还可能通过屏幕共享功能远程操控受害者手机，诱导受害者开启NFC功能，并将实体银行卡贴近手机背面。而这个关键动作，往往被包装成“身份验证”“信息读取”的必要流程，让受害者在不知不觉中掉入陷阱。

陈志刚说，归根结底，NFC只是不法分子窃取信息后借助的一个工具，真正的漏洞不在技术，而在于用户的信息泄露和授权环节。

使用要点需牢记

那么，我们是否需要不用时关闭手机NFC功能呢？专家提示，这主要看使用频率。

如果日常通勤、消费需多次使用NFC功能，频繁开关反而影响使用体验。保持开启也无需过度担心，毕竟技术层面的“距离限制+授权验证”双保险，

已经大幅降低了风险。如果长时间不用NFC功能，那么关闭它可以做到万无一失，从源头上消除被利用的可能性。

相关专家表示，要想安全使用NFC，需记牢这三个要点。

第一，守住授权“红线”。无论是绑定银行卡还是支付，务必通过官方渠道操作，绝不向陌生人提供验证码、银行卡密码，更不要轻易开启屏幕共享功能。

第二，设置支付安全屏障。给手机钱包、支付软件设置独立密码或生物识别锁，同时合理设置免密支付额度，即便出现意外，也能将资金损失降到最低。

第三，警惕陌生“碰一碰”。在人多拥挤的场所，尽量将手机放在贴身口袋，避免被不法分子近距离触碰；遇到不明来源的NFC标签，不要随意用手机触碰识别。

（据《科技时报》记者/陈杰）