

在线教育市场维权成“老大难”问题

专家律师支招教你各个击破

随着在线教育风口的兴起,一大批在线教育平台迎来了发展的红利期。但在线教育火爆的背后,是消费者维权频频受阻的困局。

今年1月,中国消费者协会发布了“2020年十大消费维权舆情热点”。其中,在过去一年里,伴随着互联网消费热度的高涨,在线教育等“云上”消费维权较为突出。那么,对于在线教育领域频发的问题,消费者应该如何“避坑”?

专家说法: 强化行政监管势在必行

根据网经社“电数宝”电商大数据显示,2020年我国在线教育领域共发生111起融资,总金额超过539.3亿元,为近五年最高,总金额超过了过去四年(2016年-2019年)的融资总金额。

在线教育平台竞争进一步白热化。对此,网经社电子商务研究中心在线教育分析师陈礼腾表示,资本的疯狂介入,广告的夸张投放,公司野

蛮生长导致质量参差不齐。对于在线教育公司来说,只有打造高质量的教学内容以及完善的教育体系,才能走得长远。

对于在线教师资质造假、虚假宣传、解除合同退费难等行业乱象,中国消费者协会指出,一方面需要在线教育平台尽快从资本竞争中回归到教育本位,强化行业自律,为广大消费者提供优质服务;另一方面也需要有关部门进一步强化行政监管,联合消协等相关社会组织制定在线教育服务标准,夯实维权制度保障,规范在线教育市场发展。

律师支招: 消费者需综合研判 平台资质

在消费者层面,如果遇到在线教育机构虚假宣传,授课老师无资质,或者网课质量不高,机构破产倒闭跑路等问题,消费者又该如何应对?

针对这些问题,记者采访了北京市中闻律师事务所合伙人闫创。闫创表示,消费者如果遇到机构涉嫌虚假宣传

等行为,可以去市场监督管理局投诉并要求给予相应的处理。同时,消费者可以依据《民法典》的规定要求解除合同,并主张退回全部款项。

对于消费者去上课之后,发现网课质量不高,听课效果不佳,实现不了合同目的等情况,闫创表示,消费者可以依据《民法典》565条的规定,向机构及其工作人员发送解除合同通知书,并要求退课或者退费,并且保留相应的沟通证据。

此外,闫创指出,在线教育机构破产倒闭跑路,属机构违约。至于学费问题需找机构主张权利,如果机构跑路涉及的学员和学费较多,可以请求市场监督管理局或者到机构所在地派出所报案来主张相应的权利。闫创建议,在选择在线教育平台时,不要光看其广告宣传,还要求平台提供相应资料,查看教育平台公司的工商登记信息及是否有行政处罚、是否有大量的消费者教育合同纠纷诉讼等进行综合研判。

华西都市报-封面新闻记者 雷强

货拉拉公布整改进度: 上线行程录音功能 并试运行车载设备

3月11日,货拉拉发布最新整改进度:搬家及跟车订单上线全程录音功能;承载录像和信息采集功能的“安心拉”智能行驶记录仪,已开始长沙装车进行产品验证,试运行和优化后逐步向全国推广。

在APP内对司机进行线上操作指引后,作为搬家及跟车订单重要信息采集方式的“行程录音功能”已正式上线,功能覆盖平台全部车型,司机抵达装货地后即自动同步开启录音,行程中只要APP保持运行,录音即可持续,卸货完毕后录音结束并自动上传云端保存7天,对于疑问订单或纠纷订单,将适当延长保存时限。

与此同时,货拉拉自研的“安心拉”智能行驶记录仪已在长沙进行小规模装车试验。“安心拉”通过多路摄像头(驾驶室摄像头、路面摄像头、货厢摄像头)、定位系统等全方位采集车内环境和货物数据,获取更多订单内实

时信息,并且与货拉拉APP连通,与APP端的安全中心一起,为运输保驾护航。目前,货拉拉已在长沙装车试运行10台“安心拉”智能行驶记录仪,4月起,将陆续在上海、杭州、苏州等8个城市上线试运行1万台,7月开始在全国推广应用,预计将于年底覆盖同城业务50%订单。

货拉拉风控负责人朱怀宇介绍说,“安心拉”智能行驶记录仪有车内全方位录音录像、实时车辆定位及轨迹采集、隐藏式报警、语音提示四项功能,内置AI算法识别异常状态,驾驶室、车厢有异动均可实时提醒,保障客户、司机及货物安全。在安全事件处置方面,货拉拉也已完成安全处置标准流程升级,并在业务落地的180个城市与当地警方建立了信息通报专属通道,确保与平台相关的涉警信息可快速通畅流转。

华西都市报-封面新闻记者 雷强

唯品会春季特卖节: “运动减肥”和“生活品质”掀下单热潮

3月3日,唯品会正式盛大启幕春季特卖节,上千品牌好货低至一折,众多超值好物直降领券,一件立减,为消费者献上了一场极致性价比的购物狂欢节。目前,参与本次唯品会春季特卖的11大品类中,服饰穿戴类商品仍保持着主力军地位,女装、母婴用品、户外运动等三大品类稳居销量TOP3。整个3月,唯品会将持续为广大消费者带来超4000+大牌的超值好货,更多春季新款,尽在唯品会。

减肥热潮 催生春季消费热点 运动用品类持续受追捧

三月不减肥,六月徒伤悲,春季减肥成为网友热搜关键词。据唯品会春季特卖节的消费数据显示,户外运动多个品类同比增长超100%,其中最受欢迎的是骑行装备、游泳/潜水/水上运动装备、冰雪户外运动装备,同比分别增长332.30%、300.07%和266.66%。体育用品中,运动鞋需求量最大,安踏、阿迪达斯、李宁三大品牌销量高居榜首,其中回力运动鞋同比大幅增长1218.41%,李宁



特卖价 ¥377 ¥649 5.8折

券后价¥357

张钧甯同款adidas W.N.D.女士防...

券¥20 商家直营

运动鞋同比增长126.29%,国潮在唯品会春季特卖节中优势明显。

春季换装需求大 婴幼儿装占“80后”母 婴市场最大份额

女装作为唯品会主打品类,广受各年龄层欢迎。春季特卖一开售,许多品牌热门款式在数小时内即被一抢而空。其中,嬉皮少女的HIPPIE MISS的女下装、南极人女上装和森马女上装销量占据女装品类前三位。而经济独立的“80后”人群,作为社会的中流砥柱和家庭的中心骨,在给自己购



特卖价 ¥79 ¥359 2.2折

迪士尼联名儿童舞蹈防滑双人瑜伽垫
加厚加宽爬行垫宝宝游戏地垫

商家直营

物的同时,也不忘给小孩换新装。婴幼儿装最多出现在“80后”爸妈的购物车中,其中,真维斯的中大童装最受欢迎,销量同比增长超10倍。

美颜美妆 成95后精致小姐姐出 街必需

处在25岁阶段的95后更加注重个人形象,美妆产品消费力遥遥领先其他年龄段消费者。在这些精致的小姐姐的购物清单中,彩妆品消费名列前茅。根据唯品会春季特卖的消费数据显示,在彩妆品类中,完美日记唇妆、卡姿兰

底妆和完美日记眼妆产品最受消费者追捧,贡献了TOP3的订单数。此外,透真底妆产品暴涨205倍。

近年来,随着国货彩妆品牌的崛起,越来越多的国货品牌不仅在品质和销量上与美宝莲等海外大牌并驾齐驱,部分品牌更大有赶超之势。

地域消费 上海日家居消费势 头增长猛烈

此次春季特卖节,除用户消费趋势及喜好的明显变化,唯品会消费数据还展现出了地域消费的鲜明特征。数据显示,浙江、江苏、天津、广东、上海是奉献唯品会销量最多TOP5地区。其中,浙江地区冰雪户外相关运动用品销量居高不下,同比增长高达50%,成为爱运动的代表地区;上海地区,日家居消费势头较猛,销量同比上涨27.27%。广东比其他地区更早进入春夏季,换装需求促使广东用户女装消费量的提升更快。而湖北、青海、山东、安徽、广西、江苏等地的美妆订单量则遥遥领先。

唯品会坚持“品牌特卖”核心理念,持续为用户精选众

多优质好货,让用户买得超值。为了让消费者体验到更贴心、便捷的购物体验,唯品会全面升级会员体系,用户买满88元即享受顺丰包邮的服务。同时保障用户七天无理由退换货的需求,用户在唯品会购买的所有自营商品,退换货服务将统一由顺丰上门取件完成。此外,唯品会持续深化与顺丰合作,不断提升物流效率和配送服务质量,基本实现无盲点覆盖,越偏远的地区越加大物流配送力度,提升“最后一公里”的配送消费体验。

不仅如此,唯品会为优化用户体验,还加大对客服系统的升级,提供“退换一体”、“一键免费上门揽退”服务,进一步提升用户问题解决时效。另外,订单支付成功后十天内支持价格保护。唯品会还设置“按灯”规则,对客户多次投诉存在质量问题、描述不符和错发等问题的商品进行下架审查,并对相应产品质量、资质进行审核。审核无误后重新上架商品,让大家买得放心。

唯品会春季特卖节仍在继续,将持续放送好价好货好品牌,让消费者无需花大价钱,轻松畅快地买买买。

(广告)