

受访大学生曾在哪些领域知识付费

兴趣爱好类课程	46.54%
专业技能证书备考课程	39.75%
考研/考公/留学等升学辅导课程或资料	36.96%
付费阅读/音频	34.08%
职业技能培训	29.35%
付费答疑、咨询或一对一辅导	15.11%
知识社群/线上训练营	14.00%
其他	1.92%



超九成受访者曾遇付费知识产品“吃灰”，近八成受访者曾遇产品与服务质量问题——

受访大学生期待 在更规范的“知识市场”中“自我充电”

记者 刘俞希 毕若旭 实习生 贾明皓 王琪明

花几角钱买一份电子版真题,用几块钱换来学长精心整理的复习笔记,或者支付几十元购入保研面试经验包……数字化时代,通过互联网付费交易,从而获取知识资源的现象在大学生群体中并不罕见。海南大学的李博宁从高中开始为知识付费,在她的“知识账单”背后,既有对“学业刚需”的精准投入,也有对“闲置浪费”的反思,更藏着对知识付费市场规范的期待。

近日,中国青年报·中青校媒就大学生如何看待知识付费展开调查,共回收有效问卷4480份。调查显示,受访大学生对知识付费接受度高,消费动机多元,但也普遍面临“买了不学”、付费内容质量参差不齐、售后服务缺失等问题。超过八成受访大学生每月在知识付费上的支出占生活费比例不超过10%,体现出理性消费的特征。

为成长投资,为兴趣买单——受访大学生知识付费内容偏好与动机多元

细数自己的知识付费清单,中国海洋大学的梁思博曾为兴趣“买单”,也曾为提升竞争力购买线上课程。每一次为知识付费的背后,都是对自身需求的精准判断与对学习体验的执着追求。

“最开始接触知识付费是一时兴起。”梁思博回忆,她前阵子心血来潮想学习日语,便尝试使用了一款语言学习App。该平台的免费版限制了学习时间和内容,她难以按照自己的节奏推进。“如果想灵活调整学习计划,就得购买会员服务,获得无限学习时长和内容。”于是,她选择开通一个月的会员。“兴趣是起点,但不要继续,还是得看有没有实际需求。”

中青校媒调查显示,在受访大学生为知识付费的动机中,“提升学业成绩,辅助专业学习”占比最高(60.04%),“满足个人兴趣,丰富课余时间”(49.71%)和“为考证、考研等做准备”(45.76%)紧随其后。

相比兴趣类付费,梁思博对于线上雅思直播课的选择更具规划性。在对直播课程和直播课程时,她有着清晰的考量:“我不是自制力很强的人,录好的网课对我来说太‘单向’了——老师只管输出,我没法及时反馈,很容易变成‘一周热度’,被校内课程和生活琐事打断。”而一对多小班制直播课程的交互感和针对性,正是她最看重的优势,“老师会根据我的时间安排课程,每周在反馈答疑群里督促我完成作业,定期回访沟通还能及时发现我的薄弱点。录播网课可能要花3小时才能找到1小时有用的内容,但直播课程的沟通交互1小时就能精准补短板,反而更节约时间和金钱”。

除了学习,梁思博还为优质资讯买单——她购买了某资讯App的年度会员,“平时喜欢看它的深度文章和新年致辞,公众号上部分文章阅读受限,内容也偏向同质化,会员专属内容更优质”。一年200元的费用,折算到每天不到1元,“每次看不止一篇,算下来很值,相当于为高质量阅读买单”。

中青校媒调查显示,受访大学生知识付费内容类型广泛。其中,兴趣爱好类课程选择率最高(46.54%),其次是专业技能证书备考课程(39.75%)和考研、考公、留学辅导(36.96%)。此外,职业技能培训(29.35%),付费阅读、音频(34.08%),付费答疑、咨询或一对一辅导(15.11%),知识社群、线上训练营(14.00%)等也占有一定比例。

就读于湖南一所高校的苏韵购买的知识付费产品主要集中在英语学习资料、专业书籍的总结梳理资料、保研经验和资料包等。她坦言,信息差成为她付费的主要动力,尤其是研究生推免方面的资料和经验。这些电子版资料通常由培训机构和有一定经验的创作者出售,他们在社交媒体平台上发布产品简介和购买链接,资料售价一般很低,在几角、几元或几十元不等,内容可能涵盖个人经验、他们自己整理的笔记和一些经过梳理、归类的学习资料等。除此之外,苏韵有时还会购买一些专业教材的学习笔记和习题集,以便快速地学习教材里的内容。

踩过坑,避过雷——受访大学生在知识消费中陷真实困境

北京邮电大学的陈依经常参加专业竞赛,比赛资料和课程方面的支出在她的生活费中占比较高。尽管“阅书”无数,但由于在购买电子资料前无法预览全部内容,只能靠卖家发的几张截图“盲猜”,买来之后才发现有的资料内容冗杂、重点模糊。

苏韵也遇到过买到的学习资料“不值”的情况。有段时间,她对研究生推免面试格外焦虑,连着购买了不同卖家售卖的资料,结果拿到手一看,资料里的大部分内容都是类似的。“基本都来自同一个辅导机构,很多内容都是互相‘搬运’的。”

中青校媒调查中,26.96%的受访大学生出于“缓解对未来的焦虑”而购买知识付费产品。“身边有同学囤很多课,但我觉得没必要,除非是自己明确需要的,否则购买后利用率也不足。”李博宁坦言,自己虽未跟风囤课,却有“买了不学”的闲置情况——付费电子书是主要“吃灰品”,“买的时候觉得内容有用,但看了一部分就没有恒心保持下去,一方面是习惯纸质书的阅读体验,另一方面有些内容也没达到预期”。

中青校媒调查显示,逾九成受访大学生承认遇到过购买线上课程、资料后“吃灰”的情况;导致该现象的主要原因包括:自制力差、缺乏监督(59.71%)、课余时间不足(49.33%),以及课程内容与宣传不符(31.03%),体验感差(33.66%)等。

梁思博对知识付费中的“坑”非常警惕:“有些网课宣称‘效果显著’,其实是夸大宣传;还有成功学、理财课,明显带着促销和诱导性。”因此付费前她总会先明确退课规则,计算“踩坑成本”,“比如问清楚‘不满意怎么退钱’‘退多少’,如果机构说‘上了几节课就不能退’,我会慎重考虑,避免被动”。

中青校媒调查显示,受访大学生在知识付费消费中遇到过多种风险,课程内容质量差(42.46%)、虚假宣传(38.15%)、内容更新不及时(21.94%)、售后服务缺失或低效(20.04%)、“霸王条款”或高额违约金(19.55%)等问题时有发生。此外,还有少数受访大学生也曾遇到付费后机构跑路或服务终止、个人信息被泄露、退款不顺畅等情况。

就读于西交利物浦大学的刘佳明回忆起大二那年被培训机构推销金融风险管理师课程的经历,“他们宣传时说这是个‘小证’,比特许金融分析师容易考,我就心动了。”她花费32800元报名了某知名机构的线上“一条龙”服务,费用涵盖培训费、考试费和注册费。她以为自己选择了一条“捷径”,然而报名后才发现实际情况与宣传相去甚远。

“所谓的班主任基本上不督促学习,全靠自学。对我这种自制力差的人来说,效果真的很差。”面对全英文的金融风险管理课程,刘佳明感到力不从心。加之日常学业繁忙,她一次又一次地拖延学习,最终在考试中失利。“8000多元的考试费和注册费全都打了水漂,只退回来一小部分课程费。”更让她感到无奈的是,某些机构在合同中设置高额违约金,退费机制不透明。“签完之后才发现,退课要扣20%的违约金。”

聪明付费,理性选择——受访大学生期待更规范、更透明的知识市场

中青校媒调查显示,在为知识付费遇到问题时,57.54%的受访大学生会向平台或机构投诉并要求退款、赔偿,38.19%受访者选择在社交平台发布“避坑”信息,29.60%受访者会向消费者协会或市场监管部门投诉。

李博宁看来,当下的知识付费市场最需要改进的是内容质量管控:“平台应该审核课程是否真的对学习有帮助,是否通俗易懂,而不是让机构随意开课。”她期待线上课程能提供课后一对一差异化辅导,有问题时能找到教师或助教解答。此外,平台及时更新内容也很重要,“尤其是考研、考证、编程这些领域,知识点和政策变化快,内容不更新的话,学了也意义不大”。

梁思博希望知识付费市场能得到更规范的监管,“就像药监局监管药品质量一样,有专业监管团队负责课程质量认证,保障消费者权益”;她也期待平台能结合AI技术提升交互性,“让知识传递不再是单向输出,满足更多人对互动学习的需求”。

对知识付费市场的规范发展,中青校媒调查显示,受访大学生最期待的三大措施,是

建立统一的内容质量审核与评级机制(62.54%)、明确退款规则并简化流程(59.67%)、加强对机构和平台资质的监管(50.85%)。在购买策略上,64.44%的受访大学生认为充分利用试听、免费公开课是最有效的决策方式,参考第三方真实评价(56.43%)、制定明确的学习计划并严格执行(40.58%)、平台提供学习监督工具(40.38%)等也是有效的方式。

现在,陈依购买资料时逐渐摸出了一些门道,不再盲目追求“大全套”:先问同学有没有已经使用过的资源,或去B站看开源网课,“如果讲得好,附带的资料一般不会差”。此外,她还提到了一种更“轻”的知识付费形式——技术博客。她提到一款软件,“上面有一些工科相关的优质内容需要付费阅读。它不是录播课,更像是一种‘精准补强’”。

在选择线上直播课时,梁思博也会做足“功课”:先了解市面上直播课程的课时设置、价格区间,避开过低价格的“风险课”,再优先选择课后服务和答疑配套完善的,“能及时查漏补缺,还能增加和老师沟通的机会”。最终她选定的课程价格处于市场平均水平之上,“只要内容和效果值这个价,我就愿意为它付费”。

苏韵在“出手”时也更谨慎,她会根据产品简介,对卖家的基本信息等进行筛选,比如卖家的主页信息,是否有相似的背景和经历,报考的目标院校是否一致等。如果是从机构买资料,她也会选择耳熟能详的机构。

在苏韵看来,这些知识产品并不是“万能钥匙”,它们是“信息源”,而非“知识本身”,即便购买了这些产品,还是需要自己进行再梳理,才能让知识内化。她以大一时的一门课程为例,期末复习时,她到处搜集了很多资料,多到难以全部看完。于是她取各个资料的“交集”,把不同资料里总结得比较好的部分重新汇总,形成了一份自己的学习资料。“说到底,购买只是手段,最终目的是形成自己的经验和方法。”

苏韵同时也提醒,要警惕知识付费中的消费主义陷阱。“不要因为周围人买了,就跟风买自己根本不需要的东西。比如明明没时间健身,却因为焦虑购买健身博主的课程,这只是填补心理需求,并没有产生实际价值。”

“知识付费的核心是‘为值得的内容买单’。”梁思博说,无论是兴趣驱动还是需求导向,关键是先看清自己的需求,再判断内容是否匹配,“不被宣传裹挟,不盲目跟风,才能让知识付费真正成为成长的助力,而不是负担”。

(应受访者要求,文中苏韵为化名)
(来源:中国青年报)