

培训机构“卷款跑路”多发亟待整治

□新华社记者 冯松龄 尹思源

去年3月，多部门联合印发《校外培训机构财务管理暂行办法》(以下简称《办法》)，对校外培训机构预付费的资金监管提出明确要求，全面规范校外培训机构财务活动。记者梳理新华社“全民拍”后台发现，尽管《办法》已施行1年，但校外培训机构“卷款跑路”现象仍有发生，专家建议全面压实监管责任，给相关机构戴上“紧箍咒”。

机构“卷款跑路”消费者权益受损

浙江省杭州市的林先生为孩子在Isee灰姑娘(萧山万象汇校区)报了绘画课，今年年初，授课老师在还有60节课剩余时，以“有优惠”为由，让林先生再次充值一万余元之后，机构突然宣布课程停办，剩余课时可协调其他机构承接，但要补交一定数额费用。天眼查信息显示，Isee灰姑娘是爱心灰姑娘(北京)国际教育科技有限公司旗下品牌，拥有100多家芭蕾舞中心。

记者注意到Isee灰姑娘于去年8月3日通过官方微博发布声明称，受疫情影响，现金流持续亏损，公司截至2022年底“现金流负近千万，运营异

常艰难。”虽然Isee灰姑娘官方表示，将妥善安置付费学员，但员工和学员家长并不买账，普遍认为只是个说辞。不少家长质疑为何“明知现金流困难到要关店了，还在让家长续课”。

Isee灰姑娘学生家长刘女士向“全民拍”反映，自己给孩子在清河万象汇店购买的120节课价格高达两万元，然而课程还未上完机构便倒闭关停，剩余费用无法退回。记者随后多次致电该机构，电话内传出“您所拨打的电话未交电话费”的声音，无法接通。

3月19日，记者从国家企业信用信息系统上查询得知，爱心灰姑娘(北京)国际教育科技有限公司依然是在营(开业)状态，但被列入经营异常名录，原因是通过登记的住所或经营场所无法与企业取得联系。

而根据黑猫投诉数据统计，2023年2月28日至2024年2月29日，黑猫投诉平台共计收到关于教育培训的投诉188115单。其中11%的投诉涉及商家突然失联、跑路或倒闭问题，不少用户反馈的主要问题还包括课程质量差及课程虚假宣传。

预付式消费监管面临三重难题

2022年12月底，教育部等十三部门印发了《关于规范面向中小学生的非学科类校外培训的意见》，明确培训机构不得一次性收取或以充值、次卡等形式变相收取时间跨度超过3个月或60课时的费用，且不得超过5000

元。但不少机构仍未按要求落实。

记者调查发现，尽管对校外培训机构预付费的资金监管已有多项措施出台，但预付式消费监管仍面临多重难题。

一是签订合同暗藏玄机。“一些家长在付费以后，除了索要发票，并没有提出签订合同的要求。”一家教育机构的工作人员向记者透露，不签订合同，就使得部分家长在机构关闭后难以维权。即使签订了合同，但一些合同内容模糊，对于关键性课时费用、售后服务等没有明确规定，导致维权难。

二是商场租赁模式客观增加消费者维权难度。3月19日，记者致电Isee灰姑娘(萧山万象汇校区)座机无法接通。萧山万象汇商场客服人员告诉记者，该店半年前就已搬离，因为属于“逃户”，因此商场也无法与该商家取得联系，只能登记消费者信息。

三是消费者维权成本高。北京中彬律师事务所主任宋维强律师表示，一些家长的损失可能从几百元到上万元不等，但是因为精力不足、法律知识欠缺等原因，维权能力不足。“这些消费者往往因为诉讼流程过于繁琐、维权成本过高不得不放弃维权。”宋维强说。曾参与预付费服务维权的消费者也表示，担心事后追讨时间长，通过法律程序要耗费大量的时间和精力，追讨赔偿常常不了了之。

多管齐下整治教培乱象

针对当前教培机构存在的乱象，

2023年11月29日，教育部召开全国校外培训行政执法工作现场会，指出要严肃查处违法培训行为，特别是培训机构“退费难”“卷款跑路”行为，以执法的“冷刃”，让人民群众感受到被保护的“温暖”。

专家认为，解决教培乱象，不仅要完善相关法律法规，加强预付资金监管，还要畅通消费者维权渠道。

上海澄明则正(北京)律师事务所律师刘慧磊认为，一方面应加快国家层面预付费相关制度法规确立，加强监管部门对相关机构的审查评估。加强预付卡管理应“立法先行”弥补基础性短板，把无条件退费、返还余额、合同解释、预付费管理等关键要素纳入管理范畴。

“要解决商家跑路退费难问题，关键是要管住资金。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江建议，建立预付资金存管或担保、保险制度，确保消费者资金安全；建立健全预付卡发行企业备案制度，为消费者提供方便查询的预付卡备案查询服务系统；广泛推广预付卡消费合同示范文本等。

陈音江等专家建议，一方面，要进一步明确经营者和消费者的权利、责任、义务，避免出现问题后双方各执一词。另一方面，应加强事后救济，划清部门权责边界。“需多举措畅通维权渠道，进一步为消费者提供便利。”陈音江说。

新华社北京3月22日电

互联网如何激发经济社会向“新”力？ ——透视第53次《中国互联网络发展状况统计报告》

22日，中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第53次《中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示，截至2023年12月，我国网民规模达10.92亿人，互联网普及率达77.5%；网络基础设施建设持续加强，新型消费持续壮大，网络惠民走深走实，更多人共享互联网发展成果……

数据背后，我国10.92亿网民拥有哪些数字新生活？互联网如何激发经济社会向“新”力？

新型消费潜力迸发

报告指出，2023年，我国互联网应用持续发展，新型消费潜力迸发，数字经济持续发展，助推我国经济回升向好。

中国互联网络信息中心副主任张晓说，2023年，数字消费实现高质量发展。网络购物、电商直播等线上消费类应用依然延续了增长势头，用户规模均较2022年增长超6000万人。全年网上零售额达15.4万亿元，同比增长11%，连续11年稳居全球第一。

网购消费增势良好的同时，新消费增长点也在不断涌现。

报告称，以沉浸式旅游、文化旅游等为特点的文娱旅游正成为各地积极培育的消费增长点。截至2023年12月，在线旅行预订的用户规模达5.09亿人，较2022年12月增长8629万人，增长率为20.4%。

同时，国货“潮品”消费、绿色消费、智能产品消费等新消费增长点不断形成。中国国际电子商务研究中心

电商首席专家李鸣涛说，据统计，在网上购买过国货商品的用户，占网络购物总体用户的比例达58.3%；在网上购买过绿色产品的用户，占网络购物总体用户的比例达29.7%；购买过智能家电、可穿戴设备等智能产品的用户，占网络购物总体用户的比例达21.8%。

专家表示，不断涌现的网络消费新业态新模式新热点，正在成为我国消费升级的一种趋势潮流。

数字鸿沟持续弥合

“截至2023年12月，我国网民规模达10.92亿人，较2022年12月增长2480万人。农村网民规模达3.26亿人，较2022年12月增长1788万人。”中国互联网络信息中心主任、党委书记刘郁林说，我国持续加快信息化服务普及，缩小数字鸿沟，坚持在发展中保障和改善民生，让更多人共享互联网发展成果。

一方面，网络基础设施建设不断推进，城乡上网差距进一步缩小。报告称，我国农村网络基础设施建设纵深推进，各类应用场景不断丰富，推动农村互联网普及率稳步增长。截至2023年12月，城乡互联网普及率差异为16.8%，较2022年12月缩小4.4个百分点。

另一方面，数字技术的发展也使得公共服务更加便捷包容。

报告指出，2023年，我国网约车、互联网医疗用户规模增长明显，较2022年12月分别增长9057万人、5139

万人，增长率分别为20.7%、14.2%，智慧出行、智慧医疗等持续发展让网民数字生活更幸福。

“我国在线政务服务加速覆盖，在线政务服务用户规模达9.73亿人，同比增长超4700万人。全国一体化政务服务平台基本建成，数字政府顶层设计更加完善，体系框架更加成熟完备。”刘郁林说。

网络视频优质内容供给丰富

在中国网络视听节目服务协会副秘书长周结看来，网络视频行业是2023年中国互联网行业发展的一大亮点。

报告显示，截至2023年12月，我国网络视频用户规模达10.67亿人，较



新华社发 徐骏 作

2022年12月增长3613万人。

“新入网的2480万网民中，37.8%的人第一次上网时使用的是网络视频应用，较排名第二的即时通信高出21.7个百分点。”周结认为，作为对新网民最具吸引力的互联网应用，我国网络视频发展环境持续优化，内容供给不断丰富，推动行业发展迈上新台阶。

“过去一年，以微短剧为代表的网络视频内容蓬勃发展，实现‘量增质升’。”中国互联网络信息中心互联网发展研究部主任王常青说，网络视频平台也纷纷推出精品扶持计划，鼓励高质量微短剧创作，多部优质微短剧得到观众的认可。

新华社北京3月22日电