

“学霸”人设造假、1元低价引流……

# 暑期教辅教培线上营销套路多

伴随本学期接近尾声,教辅教培线上营销“大战”也进入到白热化阶段。连日来记者调查众多此类账号,发现通过AI演绎广告吸睛,打造虚假“学霸”人设,以低价甚至免费为诱饵等推广套路重重。而在话术氛围烘托下,家长钱包与孩子精力双双被“围猎”。

■据《北京晚报》



## 1 AI营销 批量生成视频营造焦虑

“二升三不能心软,再忙也要盯着孩子”“班主任不说,但家长一定要知道的真相”“刷到这个视频,说明老天都在帮你,没有计划的家长直接抄”……自从前段时间,家长陈女士点开了“XX语文学堂”视频号,便不断收到类似的推送。

这些账号名称中,多含有“XX老师”“XX伴读”等字样。出镜者要么一脸真诚,要么做痛心疾首状,以“过来人”家长、具有丰富经验的“老师”“专家”等姿态侃侃而谈,营造出“再不改变就来不及了”的紧迫感。继而镜头一转,聚焦到种种阅读、思维教辅材料上。

记者看到,这些AI视频场景设计颇为逼真,

有的是年轻人向大师请教“三年级最先淘汰什么样的孩子?”大师称,“普通家庭,因为拼的是信息差。”画面一转,一个小男孩痛哭流涕,“妈妈,不是我笨,而是没人告诉我,学的,不考,考的不学!”又或者,一些“小学霸”接受各种形式的采访,“数学没有考好的时候,妈妈只是让我每天坚持10分钟数学阅读”“成绩垫底的时候,妈妈给我买了XX,让我的成绩暴涨到100分”……

在一个父子聊起暑期语文学习安排的AI视频中,出现了大量“好孩子、学霸、太棒了”等评论,显然不少人将他们当作了真实的父子。还有的视频,人物声音和嘴型对不上,却没有进行AI提示标注。

## 2 低价引流 深夜仍打电话催促报名

除了以广告演绎吸睛,教辅教培营销另一类招数,则是打出低价,甚至“免费”“赠送”等字样,搭配资料领取、写作秘籍、高分宝典、公益课程等,组成各式各样的“诱饵”,引家长上钩。

家长刘先生称,刷到一篇公众号文章提及,B站上有不少不错的纪录片,推荐暑假给孩子看看。里面有一些纪录片他以往也看过,确实制作精良,便对该文章产生了信任,点击了末尾提及的“阅读课无偿分享”链接,添加了弹出的微信,“想着给孩子领取他们宣称的AI动画片就行。”

然而,与想象中“发个文件”的直爽不同,后续刘先生被拉到微信群里,还得填写一系列资料信息,并且再下载一个单独的App,让孩子完成相应测评。这样的繁琐令他直呼,“感觉被套路了!”

记者发现,这种低价引流加微信拉群获客的“一条龙”手段,早已是教辅教培行业的通用伎俩。家长往往忙了一通,资料没有领到一份,后续

电话却接个没完。而被“拽”到群里后,一些家长还会在机构话术烘托下,不知不觉落入营销陷阱。

视频平台上,记者刷到一则“学情诊断规划指导”广告,声称12节直播课仅1元钱。付费后扫码添加课程顾问,又根据她的指导下载了专门的App。连日来,该助教频频推送某班型考上了多少清北学子,出了多少省市状元等信息,并多次催促记者按时观看App内的直播,甚至临近深夜11点还打电话提醒报名。

与此同时,记者也被拉入微信群内,共三天的直播,当第一天结束时,该机构所谓“教务主任”即催促家长进行“预报名”,称先行报名者可享有诸多“特权”,如大额优惠券、升学规划指导课等等。并以“只有15个名额”“今晚只有2个名额”“明早最终商讨审核名单”等话术,不断营销紧俏氛围。该班型为网课形式,优惠后的报名费用超过万元。

## 3 人设造假 “避雷”为名暗藏销售链条

为避开推销套路,一些家长在社交平台上寻找高年级家长,尤其是“牛娃”爸妈的经验分享。殊不知,这里同样沦为教辅教培营销“重灾区”。

记者发现,相较视频平台上的“直给”,图文内容隐藏套路更深。还会使用诸如“回头看,庆幸给孩子教辅做减法”“几千块学习机,是我交过最冤的智商税”等表达,仿佛在为大伙儿做出提醒甚至“避雷”,以反其道而行之的方式获取信任。

在一个看上去像是孩子小名的账号中,博主将自己描述为“爱分享的俩娃妈,和孩子一同在路上”。作为“学霸”的姐姐每天作业不用催,考试后总有家长来咨询学习方法。博主的帖子中,每次都会提及某数理思维课,但因其账号中不时穿插生活感悟、居家美食等内容,“学霸俩娃妈”的人设一时难辨真假。

记者梳理内容后还是发现了破绽:前几天还“读六年级”的大女儿,在去年的帖子里,却是“刚升入重点初中”;小女儿半年前就是三年级,这会儿又成了二年级。但这样的“时间错乱”,如果不是逐篇查看,确实很难察觉。在多个帖子下,都有家长询问“是哪家思维课”。记者也去页面下“求分享”,对方很快发来链接,是某网课的领取页面。点击链接后,很快便有机构课程顾问申请添加。

而就在同一个月,另一篇文章却提及,“孩子今年三升四,回头看才发现走了很多弯路。以为暑假就是让娃自由成长,结果浪费了好几个暑假的时间。”这些“感悟”归根结底,都是为了引出并售卖某阅读课程。对于这样的“迂回”,也有家长识破并表达反感,“一个暑假干一年的事儿?你们能不能消停会儿!”

## 鸡蛋价格冲高后回落 短暂回调还是趋势反转? 专家解读

■据央视网

一段时间以来,“鸡蛋价格上涨”相关话题引发广泛关注和讨论。农业农村部数据显示,从4月1日到6月18日,鸡蛋批发价从7.68元/公斤升到了10.5元/公斤,创近十年同期新高。不过退烧来得也很快,端午节假日一过,全国鸡蛋价格应声回落,比高点回落幅度超过一成。

专家表示,这波蛋价回落,其实很好理解。端午假期一过,商超和食品厂的采购量下滑。紧接着,全国大中小学陆续放暑假,学校食堂的集中采购需求也迅速缩水。再加上夏天蔬菜、猪肉等替代品价格本来就不贵,大家的选择多了,鸡蛋的日常消费自然被分流。

其次是天气的影响,南方全面进入梅雨季,又闷又热,鸡蛋特别容易坏。保鲜期一缩短,贸易商和养殖户谁也不敢多囤货,大家都采取“随采随用、低库存周转”的策略。为了赶紧把手里的鸡蛋卖出去,避免砸在手里变质,只能主动降价走货。

那么,这波回调是暂时的,还是大趋势的反转?专家表示,前阵子鸡蛋之所以贵,归根结底是鸡蛋产量少了。去年大部分时间,鸡蛋价格都在3元上下徘徊,产出一斤鸡蛋,仅饲料成本可能就要3元,这还没有算上鸡苗、人工等成本。养殖户亏了,所以提前把下蛋的老鸡给淘汰了,补栏也就是买小鸡的意愿也极低。

当前鸡蛋价格虽然有所回落,但是与产蛋成本相比,当前售价还是偏高的。养殖户开始普遍补栏,但产能的恢复还要时间,鸡苗到家后,也需要4个月的生长周期才能产蛋。当下新增补栏的蛋鸡预计会在三季度逐步投产,待产能充分释放,蛋价还会继续下行。

价格涨跌是市场的常态,面对当下的蛋价,专家提醒按需购买就好。对于养殖户来说,在利润面前也要保持一份冷静,只有顺应周期规律,做好成本控制和风险防范,才能有稳稳的收益。

## 夏季养生晒太阳有讲究

■据《洛阳晚报》

去户外晒太阳是不少老年人青睐的养生方式,60岁市民胡先生退休后坚持每日户外锻炼、日晒养生,时常裸露颈部、背部直对阳光。近期,他晒太阳后频繁出现头晕目眩、乏力的症状。养生为何变成伤身?

“夏季暑气较盛,人体阳气浮于体表。老年人群脏腑功能逐步减退,常见气阴不足、耐热能力下降等情况,长时间日晒会造成大量汗液外泄,不仅会造成水分流失,还可能伴随电解质流失,并进一步耗气伤津。”洛阳市第一人民医院陇海院区康复医学科副主任中医师柳洋说。

柳洋提醒,夏季中午前后暑热明显,紫外线较强,此时长时间暴晒,可能进一步加重机体气阴损耗,增加虚脱、中暑等风险。

夏季外出晒太阳应避开高温时段,可选择上午10点前、下午5点后;老年人单次日晒时长控制在20分钟至30分钟为宜,切勿长时间暴晒。日晒过程中可搭配慢走等轻度舒缓运动,避免高强度活动加重身体负担。

出汗较多或出现口渴、乏力等情况时,可适量饮用电解质水,或在医生、药师指导下使用口服补液盐,从而补充汗液中流失的电解质。高血压、肾脏疾病、心功能不全等人群补充电解质饮品或口服补液盐时,应遵医嘱。从中医养阴生津的角度,柳洋建议,市民可自制乌梅汤饮用,以少糖为宜;也可取麦冬、玉竹各10克煮水代茶饮,有助于养阴生津,缓解暑热带来的口干不适。