

# 2.65 亿学生在线上课 “公测期”后在线教育会继续火吗？

战疫  
· 粤企实录 · 创新求变  
策划: 林海利 孙璇  
统筹: 吴江 赵燕华

## 汽车及零部件类投诉 居2019年商品投诉首位



制图/潘刚

羊城晚报讯 记者张爱丽报道:汽车“飞”入寻常百姓家的同时,有关汽车消费中的投诉、维权也与日俱增,成为消费投诉的“重灾区”。中国消费者协会(以下简称“中消协”)近日发布的《2019年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,汽车及零部件、服装、食品、通信类产品、鞋类等居商品投诉前五位。其中,投诉排名第一的汽车及零部件类投诉案例达到34335件,同比去年激增25.1%。

据中消协介绍,汽车类投诉涉及汽车销售各个环节,除质量问题、购车合同争议、售后服务问题外,部分经营者还常常捆绑销售车险诱导消费者贷款。而天眼查专业版数据显示,我国汽车维修行业共有8万多家企业有过经营异常,且经营异常条数在2019年达到高峰,共37743条。另外,该行业共有2万多家企业有过8万多条行政处罚。具体来看,涉及“掺假”“虚

假宣传”“以假充真”等欺瞒的处罚条数有500多条。

天眼查专业版的数据还显示,若把经营范围限定在“汽车维修”,我国共注册51.1万家相关企业,其中个体工商户和有限责任公司各占比约一半。从注册时间来看,我国汽车维修行业的企业注册时间在过去10年中稳定在15%-25%之间,最高值出现在2017年,达25.4%。

值得注意的是,已有超10万家汽车维修企业注销、吊销和清算。也就是说,已有超过20%的企业退出汽车维修行业。从成立时间来看,13.19%的汽车维修企业成立于1年以内,62.52%的相关企业成立于5年以内。从注册资本来看,接近75%的汽车维修企业注册资本都在200万元以内。

## 一机难求 华为折叠屏手机Mate Xs被炒至六万元

羊城晚报讯 记者林曦、实习生李悦报道:从本月初正式在国内开售以来,华为新款折叠屏手机Mate Xs火爆态势依然不减。虽然已经在线开放抢购好几轮了,但仍旧呈现一开售就“秒没”的状态。有用户表示:页面一闪而过,下单键都没看到就售罄了。记者发现,在一些二手电商平台上,这款原价为16999元的手机被炒到4万元至6万元一台。这不得不让人想起,华为首款折叠屏手机Mate X去年被炒到8万多元的场景。甚至有用户调侃称,这是目前年度最佳“理财产品”了。

作为华为旗下新一代折叠屏手机,Mate Xs配置8英寸可折叠全面屏,首创鹰翼折叠设计。核心配置上,该款手机搭载

华为自主研发的麒麟990 5G芯片,所以备受关注。

有手机网站的商家告诉记者称,Mate Xs开售的头两次最为疯狂,几乎抢到就是赚到,产品在市面上的量很少,物以稀为贵,一倒手价格可轻松翻倍。有商家都是十几台设备同时在线抢购,有黄牛党甚至用类似“抢票软件”的程序抢购。

有行业人士称,造成“一机难求”的局面,或许在于这款手机工艺的复杂,产量目前不多,后续产能跟上了,估计会好很多,也不排除一些“黄牛”恶意囤货和炒作。

华为方面并未透露Mate Xs的备货数量。不过有消息称,华为方面也表示,正在集中力量加大Mate Xs的生产。

### 精细化运营时代将到来

实际上,在线教育行业在过去几年已有所沉淀。有关平台统计数据显示,2019年1月以来,在线教育行业尽管投资量在下降,但投资金额却更高。如掌门1对1、哒哒英语、作业盒子、火花思维、VIPKID等均获得数亿元人民币的投资。

艾媒咨询2月份发布的《2019-2020中国在线教育行业发展研究报告》则显示,中国在线教育市场规模及用户规模逐年增长,2019年中国在线教育市场规模达到4041亿元,预计2020年将达到4538亿元;2019年用户规模达到2.61亿人,2020年将达到3.09亿人。

对此,网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾指出,在此次疫情之中,在

线教育以其高效、强互动等特点吸引了越来越多的用户。与此同时,在线教育有大量学习数据,通过合理的处理分析,可以更加精准地了解并匹配学生的需求。

有观点认为,即将到来的2020年春季运营,对于在线教育无异于一场全方位的“大考”。获取流量只是第一步,谁能将新增流量有效转化,谁才可能在竞争中赢得一席之地。

艾媒咨询分析师认为,针对目标消费群体提供专业化的服务,对教研、教学和技术等多个细分维度进行深耕,才能更好地满足用户需求,提升用户体验。如今,在线教育的“下半场”已开启,机构应继续向精细化运营和专业化方向发展。

### 线上线下融合或成新方向

疫情给在线教育行业带来了巨大的用户红利,但在恢复正常线下教学后,在线教育该何去何从?记者了解到,此前甚至有教育界机构称,60%的线下教育企业会因疫情影响而关闭。对此,精锐教育创始人、董事长兼CEO张熙持不同观点,他反驳表示,一年内至少60%的在线教育公司会倒闭。疫情加速了线下教育机构的在线化,在线平台技术较成熟,最终教育比拼的还是教育产品和服务。线下领先优势加上快速学习能力,很容易平移为线上的领先者。

实际上,在线教育未来生态建设成了多方关注的话题,而

“线上线下融合发展”这一观点也得到不少专家、学者的认可。陈礼腾则认为,虽然在线教育不会完全取代传统教育,但是传统教育有很多部分和环节可以转移到在线教育上来,这有利于线下资源更合理的配置。而随着在线教育的不断发展成熟,未来的教育模式将呈现出线上线下融合的模式,教学环境更加完整。

“疫情对在线教育行业的发展产生深远的影响。”腾讯云副总裁、腾讯教育副总裁王涛表示,未来信息化和教育教学的融合将会加速,在线教育有望成为学校教育的有机组成部分。

## 汽车周刊



本版制图/王军

记者观察 赶云潮流 但也要接地气

走向云端,无疑是汽车行业在疫情面前寻得的最佳求生路径。然而,云卖车、云发布在形式和制作成本上优势明显,但想要在未来成为主流却并不容易。

云卖车和云发布,由于难以让观众和消费者隔着屏幕产生沉浸感和参与感,尤其是对于汽车这种非常需要亲身体验的产品,一个PPT以及照本宣科式的配置介绍很容易让人产生疲惫感,产品的亮点及技术的创新也就难以有效地传达给消费者。

因此,如何将线上发布和销售能更好地与产品相结合,在宣传形式上能结合热点,贴近消费者,将成汽车厂商不得不去思考的问题。

汽车产品传统的销售模式和发布模式给消费者带来的冲击体验和参与感,是当前线上无法解决和取代的。随着5G时代的到来,线上销售和发布或许会受到越来越多车商的选择,但其想成为主流,还有很长的路要走。

### “公测期”各显神通

线下教学暂停,给在线教育平台带来发展的契机。特殊时期下,各大互联网巨头、在线教育机构纷纷发力。如阿卡索、新东方在线、网易有道、VIPKID、掌门教育、学霸君、腾讯课堂等在线教育企业早在1月底就开启“赠课”活动,为各个年龄段的学生开通免费在线教育课堂。

而针对学校、教师上网课的培训准备也成为各家发力的重要领域。如腾讯教育特别推出了疫情专用的腾讯课堂“极速版”,最快10秒可生成老师的专属课堂;2月3日,腾讯空中课堂还针对深圳首批480所中小学6800多名教师展开专业的实践培训。

网易有道旗下AI开放平台——有道智云向全国中小学及培训机构提供免费的远程教学系统,截至2月

10日就接到全国超过2500所学校和机构的合作需求,覆盖学生数达200万。

钉钉则升级了在线课堂直播功能,支持直播、录播混合式创新教学模式。数据显示,截至3月11日,全国已有14万所学校、290万个班级在钉钉开课,覆盖全国30多个省份的1.2亿名学生,同时,全国350万人民教师在钉钉上当起了主播。为应对在线办公和在线上课的双重流量高峰,钉钉已连续在阿里云扩容10万多台云服务器。

值得一提的是,3月12日,字节跳动CEO张一鸣在全员信中表示,未来将思考和规划教育等新战略方向。3月13日,字节跳动高级副总裁陈林表示,字节跳动教育业务仍在持续招人,今年将会招聘超过一万人。

为应对因疫情导致的延期开学,在线教育成为全国中小学“抗疫”的最佳武器。“一个拥有2.65亿学生、1600万老师共同开展在线教学,这是历史上从未有过的重要教育事件。”3月14日-15日举办的未来在线教育云端论坛上,北京师范大学副校长、教育学部教授陈丽如是说。

疫情期间是在线教育的“公测期”,在线教育行业在涌入一大波用户之余,上网课体验性、互动性较弱的问题应如何解决?疫情过后的发展方向是在何方?如何在巨头林立的“战场”上突围而出?这些都是现在教育行业企业需要思考、解决的问题。

## 新车密集云发布 云上卖车展车

# 云模式这样改变车市

文/羊城晚报记者 张爱丽

### 云卖车成车商首选模式

栖于云上的汽车行业,打头阵的“云行为”无疑是“云销售”。据羊城晚报记者统计,特殊时期为方便用户看车购车,广汽集团、东风日产、东风启辰、长安福特、小鹏汽车、蔚来汽车、上汽集团、一汽丰田等品牌纷纷开拓线上汽车销售渠道。

在长安福特瀚福专卖店的直播专场中,主播正介绍新锐界ST的一系列配置,同时坐到车内为观众讲解,亲身试驾,观众通过弹幕可与主播实时互动,实现足不出户可直接看车,减少了奔走4S店的时间成本。据长安福特瀚福专卖店负责人透露,该店每周有7场直播,销售人员都有机会做主播。

小鹏汽车董事长何小鹏此前在接受羊城晚报记者采访时也表示,疫情让小鹏汽车拼命思考业务线上化方式,这次的事情就可能把小鹏自己的在线卖车业务给逼出来了。

记者采访发现,还有不少品牌销售人员通过微信、QQ等社交软件发布门店VR展厅。让用户足不出户也能体验真实的看车环境。而且线上留言后销售人员跟进速度很快。记者针对5个不同品牌的车型进行咨询,在半个小时内,5个品牌的4S点均有销售人员进行电话回访。

### 打开新品宣传发布新思路

“云销售”被解锁后,汽车业为避免按下暂停键,再次向“云发布会”进攻。按照每年的新车发布规律,2月份发布的新车数量,虽然总量比不上三四月份的新车潮,却标志着上半年北京/上海车展季的到来。然而,今年由于疫情影响,一些上市新车开始改为线上发布。

原定想要在2月14日“情人节”当天上市,讨个好彩头的吉利ICON,在经发布会延期之后,选择了在2月24日采用线上发布会宣告上市,由此拉开了今年“云发布会”的大幕。

紧跟其后,极星 Polestar以中国区直播的形式完成了Precept概念车在全球的首秀,全新路虎发现运动版、广汽丰田全新TNGA中型SUV威兰达、一汽奔腾T77 Pro、奇瑞全新瑞虎7、纯电动BMW i3等十多款车型也先后以云发布会的形式打开了汽车新品宣传发布新思路。

新技术方面,长安汽车L3级自动驾驶量产体验近日也在线上直播发布,长安汽车总裁朱华作为“首席体验官”,全程直播了23公里的道路实测。

应。广汽丰田一专卖店负责人向记者介绍,新政发布以来,该店平均每天留档人数超30批,周末更是达50批左右。

“汽车是刚需品,前两个月有需求的客户没出门,现在疫情形势好转很多,被延缓的需求释放出来了,加上有优惠政策,客流、成交量都上来了。”上述广汽丰田专卖店负责人解释称。

事实上,除了新车,广州二手车销售市场也正在回暖。3月14日,在广州大道南某二手车市场,一车商告诉记者:“我们也在尽可能地多给消费者一些让利,这周咨询看车的人明显增多了,我们卖出了3台车,这些车的车况都比较新,只有一到两年的车龄。”

在接受记者采访时,不少二手车商都

认为,压抑已久的二手车购车需求或将逐步释放,二手车交易有望迎来小阳春。

购车换车补贴优惠的大幅增加,是广州车市回暖的主要原因之一。根据广州市发布的提振汽车消费政策,今年3月至12月底,在使用环节对个人消费者购买新能源汽车给予每车1万元综合性补贴。同时,对置换或报废二手车购买“国六”标准新车,每辆给予3000元补助。记者梳理发现,为了响应政府的号召,推动车市经济发展,包括广汽丰田、广汽本田、广汽传祺、广汽新能源、东风日产、东风启辰及长安福特在内的不少车企也纷纷出台了相应的优惠方案,在政府补贴的基础上,使购车优惠再加码。羊城晚报记者 张爱丽

启辰2020年头等星愿的征集活动,现正在全国范围内陆续开展,征集当地在疫情期间的典型和代表性人物故事,并助力他们完成平凡的心愿。今天笔者就带大家一起去看看巾帼奋斗者鄧敏的战“疫”故事和她的平凡心愿!

鄧敏是中山大学附属第六医院大内科副主任,消化内科主任医师,2020年1月28日作为广东省援助湖北第二批医疗队队员来到了武汉汉口医院。

## 头等星愿 启辰星为你加V 广东医生鄧敏：

# 我们并不伟大,只是换个地方工作而已

只想为病人多做一点,就顾不得害怕了

鄧敏所在的医疗队对口支援的是武汉汉口医院,疫情爆发后,由于离华南海鲜市场比较近,该医院是武汉最先收治新冠肺炎三家定点医院之一。1月28日晚,鄧敏跟随团队来到武汉。那时正是疫情最严峻的时候。

“虽然有些思想准备,但是汉口医院的条件比想象当中还要艰苦。面对未知的病毒,说不害怕是假的,但进入病区,只想为病人多做一点,就顾不得害怕了。”鄧敏回忆,医疗队负责的重症病区,共有76张病床,进入病区工作的医护人员动态分成几组来轮班。

因为都是重症病人,所以有时候抢救完这个,连换一口气的时间都没有就要接着抢救另外一个人。医护人员们还得穿着密不透风的防护服,来来回回地搬运一百多斤的氧气罐,通常一个班次要搬运20多瓶。

按规定,医生在隔离病房的工作时间是4至5个小时,但因为繁重的工作,加上穿脱防护服的时间,一般在防护服里的时间长达6至7小时。所以,下班后,只剩脱水虚脱的感觉。

给病人补给营养,这是我的专长

然而压力并不能压倒医护人员,大家还是不断想办法帮助患者。鄧敏透露:“对于新冠病毒的治疗,由于没有特效药,只能靠自身免疫力,所以,我想到了病人首先要保证营养,这才恢复得快啊。给病人补给营养,这是我的专长啊。”

由于医院肠外营养的药物不多,所以鄧敏想到给病人进行肠内营养的



头等星愿

启辰星为你加V!致敬身在战疫前线的医护人员,你是巾帼不让须眉的女英雄,也是才美貌并存的完美女神。但我们知道,当你脱下重重的防护服,也是一个需要被疼爱的平凡人。启辰星珍惜你的每一份小心愿,待你载誉归来,启辰星与你一起实现星愿。

补充。她拿出了自己带去的营养粉,冲调给病人喝。由于病人太多,医疗队的医护人员,都把自己的营养粉都贡献出来了,自发的放在病区里。“根本不知道这罐或者这袋营养粉是谁提供的,只要病人有需要,大家就用。”

事实证明,“营养”治疗对病人很有帮助。鄧敏终于觉得有了用武之地,她也听说有些医院现在也开始在派出一些消化内科或者营养专业的医生支援武汉了,她感觉很欣慰。

更令鄧敏感动的是,病房里这些重症的武汉病人,他们一旦好转,可以讲话了,说得最多的就是,“谢谢你们”“谢谢你们来”“好了带你们看樱花”……他们对驰援医疗队的感激和热情,给予了医疗队持续的动力。鄧敏说,在对抗疫情的战斗中,患者就是我们并肩作战的战友。

前段时间广受关注的“相濡以沫70载老夫妇”《医疗队日记:执子之

手,患难与共》,其中的老奶奶由鄧敏主管。入院时,老人的情况很不好,卧床,还有其他基础疾病,血氧最低的时候不到70,曾进入病危状态,后来经过医疗团队进行多学科诊治,个性化方案的调整,老人的情况渐渐好转。“可能老人对我的声音熟悉了,我每次查房,如果醒着,老人都会紧拉住我的手。”鄧敏说,这种掌心的温暖,即使在寒冷的雪夜,也总让人心里暖暖的。

鄧敏说:“其实,疫情对每个人来说都是一场历练,一次成长。”

疫情结束后,我想陪陪家人和孩子

回忆起当初的决定,鄧敏说还是想了挺多的,在疫情面前总得有医生要去,虽然自己的专业不是那么对口,但是作为内科的副主任,刚好在不久前,负责过医院发热门诊的建设,熟悉流程,熟悉一些防护措施。“所以无论从哪个角度来说,我觉得自己是一个再合适不过的人选。”

谈及对个人和家庭的考虑,作为两个孩子的母亲,她说:“并没有所谓‘舍小家顾大家’的说法,没想那么多,因为对我们来说不过是换了个工作地点。”

被问及疫情结束后最想做什么,鄧敏说:“先不靠安眠药的好好睡一觉,然后好好陪陪家人,希望全家一起聚餐,如果有时间的话也希望带孩子出去走走,到武汉看看樱花也很好。”

鄧敏是全国千万个医务人员中的一员,他们不顾个人安危,奋战在一线。他们舍小家,顾大家。确实没有哪一个国家的医务工作者能像我们国家的医务工作者一样鞠躬尽瘁,只为国泰民安。文/李斯睿 图/汤铭明

### 走马羊城

新冠肺炎疫情对车市的负面影响正在减弱。连日来,记者走访广州车市了解到,在政企联合提振汽车消费、购、换车补贴大增的情况,广州车市回暖迹象明显。

“昨天有47批次客户来店看车,比上周末增长了30%左右。”3月16日,东风本田一专卖店负责人告诉记者,广州发布提振消费政策后,公司第一时间通知了意向客户,并制定微信、抖音推文进行推广,吸引市民前来看车、买车,店内人流量为此不断增加。“近两周时间,我们卖车30多台。”该负责人表示,“而整个2月,我们只卖了20余台车。”

广汽丰田也感受到政策带来的效