

“明星”当“名师”含金量几何

刘宗智 济南报道

“贩卖星光”还是寓教于乐

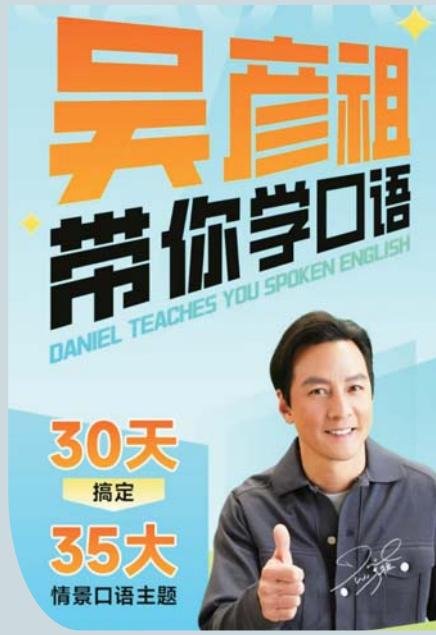
截至目前,吴彦祖在抖音账号“吴彦祖教英语”上共发布了4条英语教学视频,获得96.5万点赞量,其中一条“阿祖全英文买咖啡”的视频点赞量高达75.5万。而在小红书平台上,其同名账号获得点赞量25.4万。除此之外,第三方数据平台显示,吴彦祖此次推出的《吴彦祖带你学口语》英语课程,在高途App上线48小时内,销售额已突破200万元。

目前可供消费者购买的“吴彦祖教英语”相关课程,在雅识App和高途App上均有链接。高途App的产品介绍中显示,“吴彦祖带你学口语”分别推出了“2节课免费抢鲜版”和“84节课398元正式版”,课程时长在5分钟左右,由吴彦祖真人参与录制,搭配知识点讲解,运用语言识别AI技术“SR”实现口语对练互动,包含七大主题单元和35个高频对话场景;雅识App上,“吴彦祖带你学英语:90天变身流利口语达人”产品标价498元,共99讲。

高赞视频下,“早知道吴彦祖教英语,我当年就不该逃课”“很帅的英语”等“抖机灵”评论获得了大量网友的认可。与此同时,记者注意到,尽管不少粉丝对“阿祖”的颜值表示了充分肯定,但也有部分消费者质疑:“每节十分钟的课程其实只有五分钟是吴彦祖讲课,剩下的时间由其他老师讲解知识。而宣传的AI陪练,也只有语音对话的形式,并非视频对话,明星更像是让人购买课程的噱头。”

实际上,明星跨界教培并非偶然。在传统娱乐行业竞争加剧、个人IP商业化路径趋同的背

日前,演员吴彦祖在社交平台上开设“吴彦祖教英语”账号并推出相关口语课程,仅上线48小时销售额就破200万元,引发网友关注与热议。从歌手到演员,明星入局教培领域的现象已经屡见不鲜。当“名师”与“明星”的界限日渐模糊,我们需要追问:剥开流量外衣,明星光环下的教培产品,究竟能为学习者提供多少真实价值?



景下,教培行业已成为明星拓宽商业版图的新赛道。以吴彦祖为例,其英语课程的火爆逻辑清晰可见:他早年在美国成长的经历构成“专业背书”,演员身份带来的高知名度则成为流量入口。课程宣传中,“吴彦祖真人教学”“美式发音”等关键词精准切中粉丝对“偶像同款”的追逐心理。

“明星入局教培”早已有之

从明星摇身一变成为“名师”,吴彦祖并非首例。

在英语教学行列,尹子维早已是“前辈”。去年下半年,尹子维在抖音平台开设教学直播,他一改昔日港片中痞帅、冷感的荧

幕形象,在一面写满英文板书的白板面前当起了老师,当未婚妻徐冬冬大声地用东北口音把“prepare”喊成“撇儿片儿”时,尹子维仍面带笑容,一遍遍纠正发音。一个努力教,一个学不会,两者意外擦出“火花”,诙谐的直播效果逗乐了许多观众。与吴彦祖相比,尹子维的英语教学虽属娱乐性质,但也通过打赏、点赞等获得了一定的经济收益。

在语言训练领域中,2018年主持人张泉灵就瞄准语文赛道推出少年得到App,向5-15岁青少年提供知识付费、训练营、直播课等服务,其中“泉灵讲名著”课程新人售价9.9元,已有4.8万人学习;今年,主持人杨澜也在其直播间售卖299元语言课程《创造性社

交+3天幸福力闭门直播》,目前已售出1.2万件。

音乐培训领域,2015年歌手胡彦斌与两位音乐圈合伙人推出线上音乐教育平台“牛班”,并发展到线下;2018年歌手沙宝亮成立“全民歌星”艺术中心,推出线上App和线下课程。

表演培训领域,演员刘天池开设了“刘天池表演工坊”,包含大众戏剧表演台词班、演员组前试戏训练营、大众戏剧表演零基础班、专业镜前表演实战班等多种课程,收费从百元到数十万不等;郝蕾面向具备一定学习基础和经验的“行业新手”开设了“郝蕾·观照”表演班,其工作室曾回应网友收费标准,为“一期32+88+16=136课时,29800元”,平均每

课时219元。据悉,吴谨言、纪凌尘、何瑞贤等演员都曾上过郝蕾的表演课,此前金莎也在综艺中称想带男友一起上郝蕾的表演课。

莫让娱乐性消解专业性

这场跨界热潮的背后仍是明星IP的变现游戏,其实质是对粉丝经济的延伸——将观众对明星的喜爱、信任甚至崇拜,直接转化为教育产品的购买力。当明星的聚光灯照进课堂,第一课卖的往往不是知识,而是人设。

不过,教育行业的特殊性恰恰在于,产品的核心价值取决于内容体系的科学性、教学方法的有效性和师资的专业性,而这些恰恰是多数明星难以直接提供的“硬实力”。尽管许多教培产品主打“明星教学”,但在实际运营中,课程研发与授课多由专业团队完成,明星更多扮演品牌代言人这一角色。教育不是快消品,明星的“贴牌”可以制造爆款,却难打造经典。当用户发现课程内容与明星关联度有限时,复购率和口碑极易滑坡。

更深层的矛盾在于,明星的流量属性与教育行业的长期主义存在天然冲突。明星授课往往依赖个人影响力,但这种影响力可能难以长期维持。一旦明星的热度下降或课程内容缺乏持续更新,教学效果可能会大打折扣。

短期来看,明星IP仍是教培市场的“流量密码”,但不应忽视的是,其中也暗含娱乐性消解专业性的危机。正如教育学家杜威所言:“教育不是为生活做准备,教育本身就是生活。”当明星们放下“立人设”的捷径,真正以教育者的姿态躬身入局时,这场跨界或许才能诞生更多值得期待的价值。

编辑:徐静 美编:陈明丽

兰陵县自然资源和规划局国有建设用地使用权挂牌出让公告

兰陵自然资规让告字[2025]3号

经兰陵县人民政府批准,兰陵县自然资源和规划局决定以挂牌方式出让1幅地块的国有建设用地使用权。现将有关事项公告如下:

一、挂牌出让地块的基本情况和规划指标要求

编号	土地位置	土地面积 (平方米)	土地用途	出让年限 (年)	规划指标要求			竞买 保证金 (万元)	挂牌 起始价 (万元)	增价幅度 (万元)
					容积率	建筑密度	绿地率			
兰陵-2025-04	兰陵县矿坑镇矿坑村	2909	消防用地	50	≥0.5≤3.0	≥25%	≥30%	88	88	2

注:1.该地块范围内的原有土地权利证书自本公告发布之日起废止。

二、申请人竞买资格要求

中华人民共和国境内外的法人、自然人和其他组织(法律法规政策另有规定及列入临沂市土地市场诚信体系黑名单的除外),均可申请参加。

三、竞买申请

本次挂牌出让的详细资料和具体要求,见挂牌出让文件。申请人可登录临沂市公共资源电子交易系统获取出让文件或向出让方咨询,并按出让文件要求和系统提示填写竞买申请书。

申请人拟在竞得土地后成立新

公司进行开发建设的,须在申请书中予以说明,并明确新公司的出资构成、成立时间等内容。

四、竞买保证金缴纳及报价时间

申请人缴纳竞买保证金的时间为2025年3月27日上午9时至2025年4月7日17时,逾期不予受理。

申请人足额缴纳竞买保证金并经交易系统确认后,方为具有报价资格的竞买人。申请人取得竞买资格后,必须在挂牌期内进行报价,否则无法竞得建设用地使用权。

五、挂牌时间、竞价方式

本次国有建设用地使用权挂牌出让实行网上交易(不接受其他方式的申请),按照价高者得原则确定竞得人。挂牌时间为2025年4月1日上

午9时至2025年4月10日上午9时。

挂牌时间截止时,如有多个竞买人报价,交易系统将转入询问期,询问有报价的竞买人是否愿意继续竞价,有竞买人表示愿意继续竞价的,询问期结束后直接进行网上限时竞价(如确有特殊原因致使无法直接进入网上限时竞价的,将在临沂市公共资源交易网发布公告,择期进行),确定竞得人。

六、资格审查

本次国有建设用地使用权挂牌出让实行竞买资格后置审查制度,竞得人应在网上交易系统向其发出《成交通知书》后3个工作日内,持下列材料到兰陵县自然资源和规划局进行资格审查,办理

《成交确认书》:

1.竞买申请书(自行登录系统下载打印并加盖印章);2.竞买资格确认书(自行登录系统下载打印并加盖印章);3.成交通知书(自行登录系统下载打印并加盖印章);4.营业执照副本及复印件;5.出价记录;6.法定代表人身份证明书;7.授权委托书;8.法定代表人(或代理人)身份证及复印件;9.法人公章;10.出让文件规定的其他材料。

七、其他需要公告的事项

(一)申请人应详细了解本次网上挂牌出让地块现状及所列条件,提交竞买申请即视同对本次网上挂牌出让地块现状及所列条件无异议并全面接受。

(二)本次国有建设用地使用权挂牌出让的事项如有变更,将发布变更公告,届时以变更公告为准。

八、注意事项

(一)申请人请在网页提示下使用网上交易系统,并慎重上传需提交的资料。如上传虚假或与竞买申请无关的资料扰乱网上交易活动的,申请人将被列入临沂市土地市场诚信体

系黑名单。

(二)竞得人在网上交易系统向其发出《成交通知书》后3个工作日内按照资格审查的要求提供有关材料。土地竞得人不按上述要求提供材料或提交虚假材料的,资格审核通过后应签订《成交确认书》而不签订的,撤销竞买资格,没收50%的竞买保证金(最高不超过起始价的20%),竞得结果无效,该宗国有建设用地使用权重新挂牌出让。

(三)参加限时竞价的竞买人需使用自备电脑登录交易系统参加限时竞价。为保证网上限时竞价的顺利进行,请按照《土地竞买人操作手册》要求设置网络环境。《操作手册》在临沂市公共资源交易网“办事指南”专栏,请认真阅读。

九、联系方式

兰陵县自然资源和规划局

地址:兰陵县城东苑新区东昇路5号

咨询电话:0539-5283067

临沂市公共资源交易系统技术支持电话:0539-8770063

兰陵县自然资源和规划局

2025年3月11日