
四川教育消费调研报告（2016）

刘天宇^{*1}

【摘要】四川居民教育需求的多样化带动了四川教育产品与服务市场的快速发展，与之相应，四川居民教育消费水平得到较大提升，表现为居民教育消费总体增长、教育消费方式日趋多元、教育供给内容不断丰富等方面；与此同时，仍然面临着居民教育消费比例偏低、区域教育消费失衡、城乡居民教育消费差距加大等问题。为此，四川需从政府机构职能明晰化、教育消费引导实效化、教育消费布局均衡化、教育消费方式多样化、教育供给内容丰富化五个方面重新布局教育市场，让更多居民都能够消费教育并从中受益。

【关键词】教育 教育消费 四川

教育消费是指用于教育产品与服务领域的支出，公众教育消费状况是教育投资规模、投资方式以及制定教育政策的基础和出发点。近年来，国家教育改革的持续推进带动四川教育事业与产业持续发展。与之相应，日益提速的信息革命与社会竞争加剧等现实状况也促进了四川居民教育理念和消费模式的转型。研究四川教育消费现状及其今后的发展方向，既有助于掌握四川教育消费数量、格局，发现教育消费发展尚欠完善的地方，也有助于调整和重新布局教育消费市场，促进教育资源的充分利用，为推进四川“两个跨越”做出重要贡献。

一、四川教育消费发展现状

教育消费的两大领域为学校教育消费和社会教育消费。2014年四川启动并完成八项教育改革项目，涉及教育内容、教育评价、职业教育、民族地区教育、教育补助、体育教育、成果转化等若干领域，有力促进了学校教育的发展。在学校教育快速发展的同时，越来越多的社会公众意识到个人素质对其社会发展的重要性，并根据个人需要选择了相应的社会教育产品或者服务，旺盛的教育消费需求推动了四川社会教育的蓬勃发展。

（一）居民教育消费总体增长

当前，有关教育消费的数据多采用“教育文化娱乐服务支出”的统计口径，从可查询到的2014年四川部分城市教育文化娱乐服务支出数据可以看出，城镇居民人均教育文化娱乐服务支出总体呈现上涨势头，广安、宜宾、泸州等部分城市2014年教育文化娱乐服务支出攀升较为明显（见表1），个别城市即使在人均消费性支出有所下降的情况下，教育文化娱乐服务支出仍然在增加，如遂宁市在城镇居民人均消费性支出减少8.2%的情况下，人均教育文化娱乐服务支出仍保持了10.9%的增长。农村居民人均教育文化娱乐服务支出除攀枝花（同年攀枝花农村居民交通和通信支出增长58.4%，医疗保健支出增长51.7%）等个别城市外基本呈现上涨势头。以上表明，增加教育投入，提升教育水平已为大多数居民所重视，然而在个别地方，教育投入受医疗保健、交通通信等支出挤压的现象较为明显。

¹ *刘天宇，博士，成都中医药大学讲师，研究方向为教育学和体育学。

表 1 2014 年四川部分地区城镇、农村居民人均消费性支出与人均教育文化娱乐服务支出情况

单位：元，%

	城镇居民人均消费性支出	增长比例	城镇居民人均教育文化娱乐服务支出	增长比例	农村居民人均消费性支出	增长比例	农村居民人均教育文化娱乐服务支出	增长比例
自贡	—	—	1664	19.1	—	—	—	—
攀枝花	17506	5.8	2008	16.7	10835	27.8	516	-12.0
泸州	18132	8.2	1820	5.2	6856	13.3	359	27.4
遂宁	15295	-8.2	1765	10.9	—	—	—	—
宜宾	17484	8.1	—	4.7	6588	19.1	—	32.8
南充	—	—	1187	8.1	—	—	—	—
达州	14463	6.1	—	8	5785	14.8	—	5.1
广安	15985	16.9	1647	25.0	6003	26.3	372	44.1

资料来源：攀枝花、泸州、遂宁、宜宾、达州、广安数据来自于各地区 2014 年国民经济和社会发展统计公报，自贡数据来自于《2014 年度自贡市城乡一体化城镇住户调查情况分析》（据盐都商人网，<http://www.zgxys.com/htmls/20150318100429.html>），南充数据来自于《2014 年南充市城镇居民收入和消费情况简析》（据南充彩果网，<http://nccg.cn/article-1277-1.html>）。

（二）教育消费方式日趋多元

科技发展使得四川普通居民的教育消费方式发生了巨大变化，一是传统的学校教育正在引入慕课、微博等新的平台。2015 年 4 月，西南交通大学携手教育部国家精品开放课程项目组和网易倾力打造的 12 门高速铁路系列慕课在中国大学慕课（MOOC）平台整体上线。再如 2014 年成都市在新津开展了班级博客建设试点，并在班级微博的交流互动中，发现农村学校家长和城市学校家长存在显著差异，前者更加关注学生作业情况和教师指导信息，后者更重视学生生活体验信息。二是更多居民通过社区教育等途径或者刷卡消费等新的消费方式接受再教育。前者如，龙泉驿区在四川省率先建立了社区教育专业网站，为辖区居民创设良好的数字化学习环境，从而自然而然地将人们“拉上网”。截至 2015 年 10 月 10 日，“龙泉驿区社区教育”网站的学员数量已经达到 13.46 万，占全区户籍人口数量的 21.89%。后者如，成都社区大学与渤海银行合作推出成都市民终身学习卡，该卡集学习记录、学分累积、学习激励以及公共服务等功能于一体。终身学习卡既可方便成都市民线上、线下学习，也有助于社区教育办学机构的学员学习管理，可以让管理方及时准确地了解各类课堂市民参与情况及参与效果。三是在线网校、移动学习类 APP 等网络学习产品受到更多青睐。其中，在线网校中各类语言培训班、寒暑假培训班以及中小学辅导班等尤受关注，并在分布较为分散的地区的中小学生群体中达到较高使用率，在一定程度上弥补了教育资源分布不均的问题。另外，手机及 4G 网络普及也使得移动学习类 APP 在各类人群中都得到较多运用。如 2015 年 5 月成都市教育局正式开通“成都教育”移动 APP 应用平台。该平台除推送准确及时的通知公告信息外，还提供包括市民普遍关心的教育政策、教育动态、招考信息等，并内设在在线咨询、公开电话、征求意见、政策解读和学校简介等便民服务模块。此外，该平台基于成都市教育系统现有组织架构，新增了移动校园、班级空间等功能，打造了教育系统专有的、自上而下的全方位信息互动沟通平台，可覆盖全市 21 个区市县的学校，并可进一步承载教育教学移动端的应用需求。^①再如猿题库与四川省崇州市教育局在 2015 年 10 月达成教育信息化战略合作。崇州市全市初高中将借助这款软件来提升教学效率，全体老师和学生可利用手机来完成随堂测试、

课后作业等多项教学任务，并借助大数据技术来实现个性化教学与学习。^②

（三）教育供给内容不断丰富

公众兴趣爱好与关注领域的差异使得教育消费呈现个性化、多样化的新趋势，推动着教育产品和服务的持续完善。这主要体现在三个方面，一是教育产品覆盖范围不断扩大。社区学校开设课程日益丰富就是一例。仅 2014 年，青羊社区教育学院、各街道社区教育学校、精品社区教育工作站共 35 个“社区学习中心”开设市民免费课程近 260 门，11 个“学校学习中心”开设市民免费课程近 60 门，涵盖计算机、摄影、阳台园艺、烘焙、烹饪、健康养生、声乐、舞蹈、太极、京剧、书画、插花、木工、陶艺、布艺、剪纸等。^①同时，成都社区大学还联合四川省室内陈设设计协会精心打造了

“最成都·市民课堂”之家文化课堂，提供《好书分享之财富人生》《吉祥文化之家居风与水》《素食文化》等家文化主题课程与分享活动。二是越来越多的小众化教育产品和服务出现。针对残疾人，四川省残联与四川大学携手开设首届残疾人网络教育学历专门班，促成了网络教育与特殊教育的密切合作，2014 年 97 名专门班的学员获得了毕业证。针对妇女，四川省各级妇联依托“妇女之家”“妈妈家”等载体，以“新家园、新女性、新生活”为主题，在城市社区开办新女市民培训学校，促进其转变思想观念、改变生活习惯、增强城市生活技能，提高女市民素质。成都市青羊区苏坡街道中坝社区“妈妈家”开设的“母亲课堂”，每天都有各种培训和居民活动，2014 年共培训学员 5000 多人次，近 2 万人次居民参与各种社区活动。^③针对老年人，绵阳市图书馆为了让老年人更好地融入现代信息生活，开设了电脑培训班，受众年龄段在 52—85 岁，开设课程主要有电脑入门、智能手机应用和微信等。三是更多社会力量成为教育产品和服务提供方。2014 年四川省政府发布的向社会力量购买服务指导目录中，涉及教育的包括公共教育规划和政策研究、宣传服务、公共教育资讯收集与统计分析、公共教育基础设施管理与维护、公共教育成果质量评估、公共教育成果交流与推广、学生竞赛活动的组织和实施工作、公益性学前教育、公益性义务教育、支教助学与扶贫助困服务、政府委托的其他教育服务等内容，鼓励社会力量从多个方向进入教育领域。在政府引入社会力量的同时，四川部分教学机构也通过多种方式带动社会力量积极参与到教育领域中来。成都社区大学通过“微课程”评选活动，广泛征集蓉城市民在知识技能类、制作类、养生类、饮食类、休闲类等各种原创的“创意点子”，最终选出 50 门“最 IN 微课程”。这项活动从较大程度上调动了公众个人等微型社会资源，在激发更多公众参与社区教育的热情的同时，也丰富了公众教育的供给内容。

（四）基础教育收费标准明确

四川省较早就在义务教育阶段公办学校全面实施了“一费制”收费办法，之后省级相关部门又下发《关于进一步加强中小学教育收费管理的通知》、《“一费制”收费办法的补充通知》，在规范教育收费方面取得一定成效，并形成了较为明确的收费标准。这主要体现在三方面，一是全面清理。对越权设立的收费项目以及违规制定的收费标准进行了清理，废止与

² ① 肖锋：《成都市教育局“成都教育”移动 APP 应用平台上线》，2015，据四川在线，<http://sichuan.scol.com.cn/fffy/01505/10167976.html>。

② 梵松：《崇州与猿题库合作公立校首次大范围引入在线教育》，2015，据多知网，<http://www.duozhi.com/company/201510153913.shtml>。

³ ① 周波：《社区教育强调服务 260 门课程包罗万象》，《成都日报》2015 年 5 月 28 日，第 13 版。

② 郝勇：《实施“五大行动”助推四川妇女儿童事业创新发展》，《四川日报》2015 年 3 月 6 日，第 10 版。

修订了与国家教育收费政策不一致的规定。废止了学生在图书馆的查询费和电子阅览费、午休及课后管理费、自行车看管费等服务性收费。清理查处了以捐资助学、解读等相关名义变相收取择校费的行为，以及教材选用过程中的询私舞弊等违规行为。二是正面规范。成都市各区（市）县教育行政部门和学校应严格执行教育收费政策，坚决杜绝教育乱收费行为，任何学校均不得设置“账外账”和“小金库”。成都市教育局规定学校要在显著位置设置教育收费公示牌，确保公示牌所公示的收费项目、收费标准、收取范围、文件依据等内容与现行政策一致，不允许将教育收费公示工作流于形式。^④另外，将公办高中单方面引进国际课程或举办“国际班”“国际部”等所需的费用均纳入学校办学经费成本核算，不允许向学生收取额外费用。三是反面惩戒。四川在全省范围内开展了中小学和教师违规补课、有偿补课专项检查工作。按照规定，除高中毕业年级外，严禁学校以任何名目占用双休日、节假日、寒暑假组织学生集体补课或上新课。而后各地开始自查自纠中小学违规补课行为，违规补课行为得到控制，然而仍有少数学校存在组织学生补课等违规行为。而后四川省教育厅根据学生、家长投诉，组织检查组对部分地方和学校进行了突击检查与明察暗访，并处理了个别学校违规行为。

（五）政府教育投入逐年增加

四川省的财政教育资金投入呈现总量大、增长快、占比高三大特点，在财政投入上切实提高了教育支出占公共财政支出的比重。2010—2013年，全省财政教育支出年均增长24.2%，2013年四川省财政教育支出达1036亿元，占公共财政支出比重达到16.7%，在24类公共财政支出科目中占比最高。^①2014年四川省财政教育支出1049亿元，较2013年增长13亿元。^②在增加财政投入的同时，四川省通过多种途径支持教育事业优先发展。在幼儿教育方面，2014年四川启动实施第二期学前教育三年行动计划，新建、改扩建468所城乡公办幼儿园，进一步缓解入园难、入园贵问题。在义务教育方面，努力缩小城乡差距。如眉山市精准实施学生从学前教育到普通高校全学段资助扶持、农村教师专项支持以及薄弱学校改造等13项支持计划，同时对全市10.94万农村贫困人口中的贫困学生、留守儿童等群体进行精准教育扶贫等。在高中教育方面，积极改善教育基础条件，主要对高中校舍改扩建、图书配置、教学仪器设备以及体育运动场地器材等进行了改善。在职业教育方面，落实中职全面免学费政策，支持现代职业教育发展。在高等教育方面，继续稳定本科高校生平均财政拨款水平，完善高等教育财政支持机制，推动高等教育内涵式发展。在扶贫助困方面，注重改善贫困地区学生学习和教师生活条件，实施进城务工人员子女免费接受义务教育政策，实现义务教育全免费。全面免除45万名普通高中贫困学生学费，实施集中连片特困地区薄弱普通高中改造，推动高中教育发展。此外，为了保证偏远农村地区教师生活待遇，2015年省政府投入4亿元建设1万套教师周转房。

二、四川教育消费存在的问题

经过多年发展，公众的教育消费意识持续增强，四川教育产品和服务不断增加，但无论是学校教育消费还是社会教育消费仍然存在一些问题。

（一）居民教育消费比例偏低

⁴ ① 佚名：《中小学收费标准家长看过来》，《成都晚报》2014年1月1日，第10版。

⁵ ① 刘佳：《24类公共财政支出总量最大是教育》，《四川日报》2014年9月26日，第11版。

② 四川省财政厅：《关于四川省2014年财政预算执行情况和2015年财政预算草案的报告》，《四川日报》2015年2月15日，第7版。

从表 2 可以看出，2014 年四川部分城市城镇居民人均教育文化娱乐服务支出仅占人均消费性支出的 10 % 左右（具体为攀枝花 11.47 %、泸州 10.04 %、遂宁 11.54 %、广安 10.30 %），农村居民人均教育文化娱乐服务支出占人均消费性支出的比例更低，仅在 5 %—6 % 左右（具体为攀枝花 4.76 %，泸州 5.24 %，广安 6.20 %）。虑及这一数据是教育文化娱乐服务支出费用，包括文化和娱乐用品、文化和娱乐服务、非基础教育类产品与服务、子女基础教育等，那么这些有限的支出中被用于居民自身教育的部分则更少，这也反映出四川居民教育消费整体偏低的现状。

表 2 2014 年四川部分城市城镇、农村居民人均教育文化娱乐服务支出占人均消费性支出比例

单位：元，%

地区	城镇居民人均消费性支出	城镇居民人均教育文化娱乐服务支出	城镇居民人均教育文化娱乐服务支出占人均消费性支出比例	农村居民人均消费性支出	农村居民人均教育文化娱乐服务支出	农村居民人均教育文化娱乐服务支出占人均消费性支出比例
攀枝花	17506	2008	11.47	10835	516	4.76
泸州	18132	1820	10.04	6856	359	5.24
遂宁	15295	1765	11.54	—*	—	—
广安	15985	1647	10.30	6003	372	6.20

说明：“*”处“—”表示当前无法查到该数据或者因数据统计口径不一而无法列出该数据，下同。

资料来源：攀枝花、泸州、遂宁、广安《国民经济和社会发展统计公报》。

（二）区域教育消费失衡

四川不同地域经济发展水平差距较大且教育资源分布不均，也导致了教育消费失衡较为严重的现状。从表 3 可以看出，四川各市、州中等职业学校、中小学、幼儿园数量悬殊，这直接导致了基础教育与中等职业教育领域教育消费失衡的现状。而在其他教育消费层面，也同样存在此类问题。以图书消费为例，成都图书消费一枝独秀，2015 年 1 月 12 日，中国最大的图书电商当当联合《华西都市报》发布了《2014 当当中国图书消费报告》，在全国的城市中，成都图书消费排名第 4，占全省图书消费份额的 66 %。

表3 四川各市、州中等职业教育学校、中小学、幼儿园数量分布表

单位：个

地区	中等职业教育学校	中小学	幼儿园	地区	中等职业教育学校	中小学	幼儿园
成都	84	1516	1945	宜宾	25	611	784
绵阳	32	649	—	南充	45	768	—
自贡	18	308	—	达州	36	1985	728
攀枝花	7	122	199	雅安	8	248	230
泸州	23	500	631	广安	23	504	720
德阳	—	—	—	巴中	31	420	215
广元	14	432	290	眉山	17	426	444
遂宁	15	383	—	阿坝州	4	328	344
内江	—	—	—	甘孜州	3	607	356
乐山	24	561	488	凉山州	—	—	—
资阳	—	572	273				

说明：①数据统计来自不同市州，故统计口径存在差异，如内江中等职业教育学校数据不含技工学校，而遂宁中等职业教育学校数据含技工学校；②中小学数据为小学、初中、高中数据之和，但由于统计口径不一，中小学数据存在较小误差，如甘孜州中学数据包括职业中学数据在内。

资料来源：各市、州《国民经济和社会发展统计公报》。

（三）城乡居民教育消费差距加大

由于没有四川城乡居民教育消费的直接数据，故此处借用四川城镇居民与农村居民收入与支出数据予以描述。从图 1 可以看出，2005—2014 年，四川城镇居民人均可支配收入与农村居民人均纯收入逐渐提高，但是城乡收入差距仍在拉大。收入的差距直接导致了城乡居民消费层面也存在较大差距，从图 2 可以看出，四川城镇居民人均消费性支出和农村居民人均生活消费支出虽在不断增长，但是二者之间的差距也在持续扩大。在这种现状下，城乡居民教育消费的差距必然会加大，提升农村居民教育消费水平，缩小城乡居民教育消费差距任重道远。

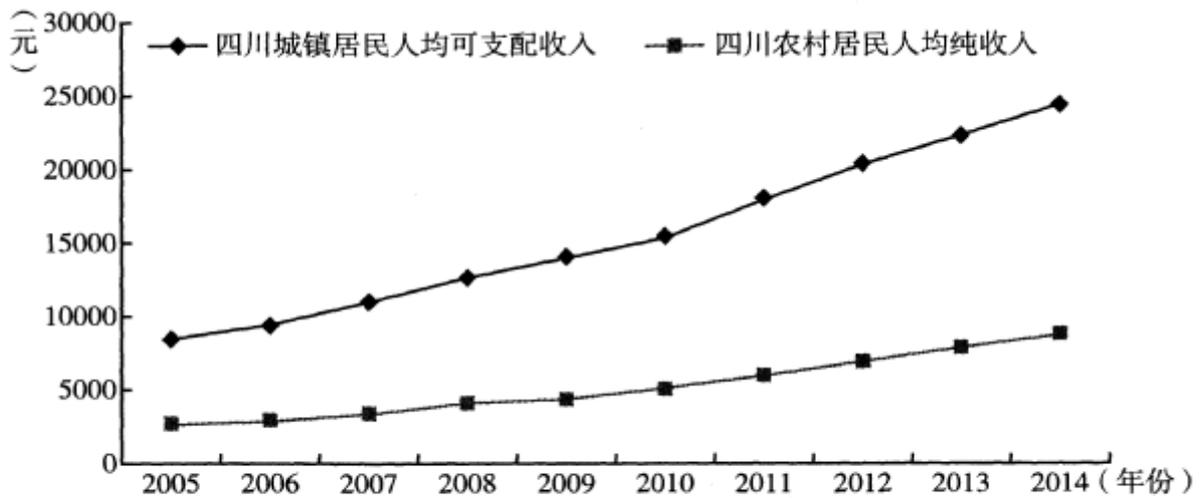


图1 2005~2014年四川城镇居民人均可支配收入与农村居民人均纯收入变化趋势图

(四) 个别教育消费理性缺失

在热门的教育消费背后，存在着部分领域教育消费理性缺失的现象。这主要表现为两方面，一是跟风消费。四川较大的旅行社都推出了“游学夏令营”路线，四五年以来热度依然不减。可以说，正是父母对孩子教育的过分关注才引发游学夏令营的蔚然成风，然而大多数游学夏令营的组织者或承办方通常是旅行社，相比高校，旅行社即便在旅游线路规划上“轻车熟路”，但在为孩子规划合理的学习方案、增长见识上并不擅长。^① 尽管如此，游学夏令营还是让很多家长趋之若鹜。游学夏令营的举办本是好事，但在家长的跟风心理驱使下，产生了很多质量较低的游学夏令营产品。二是随意消费。多数公众在教育消费上缺乏计划性，阅读、学习非常态，这导致其在教育消费层面存在较大随意性，教育消费结构也欠合理。2011年底发布的《中国教育消费白皮书》指出，仅有不到20%的家庭在教育消费方面有详细的计划，52.5%的家庭没有详细的计划，或者根本没有任何计划。78.2%的家庭没有为孩子留有教育储备基金或者只规划一个大概金额。^② 教育消费的不理性可能导致教育产品和服务质量降低，甚至扰乱教育市场秩序，给其他公众带来负面影响。然而，时隔几年，四川居民在教育消费领域随意消费仍然较为广泛地存在，有计划的教育消费尚待进一步增强。

^① 吴亚飞：《暑期“游学”别盲目跟风》，《四川日报》2015年7月27日，第7版。

^② 佚名：《超半数家庭教育消费无详细计划》，2011，据新浪教育，<http://edu.sina.com.cn/2011-12-20/1049210687.shtml>。

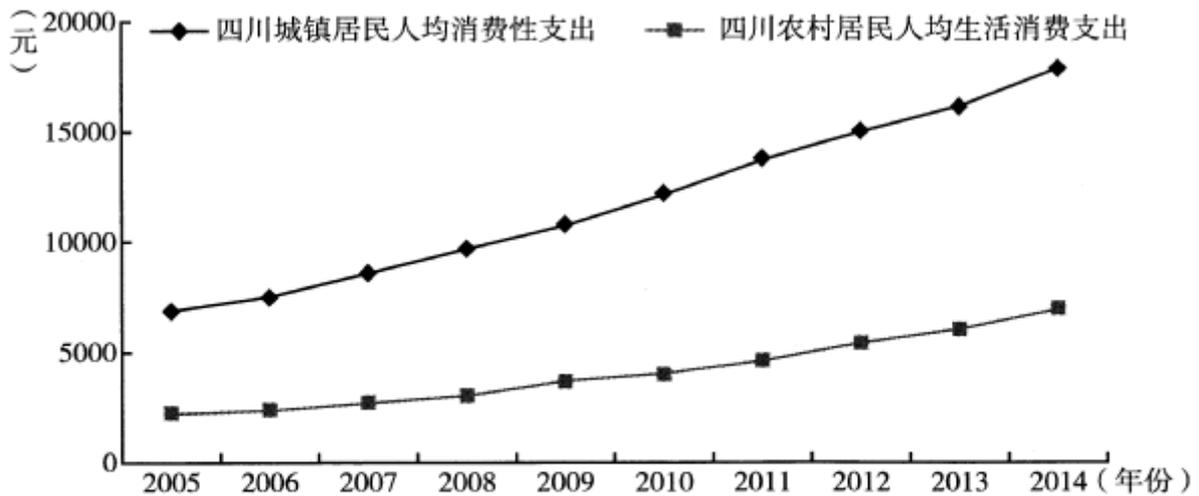


图2 2005~2014年四川城镇居民人均消费性支出与农村居民人均生活消费支出变化趋势图

教育产品市场暴露出两个问题。一是教育产品不足。这表现在已有教育产品不足，落后于四川居民实际需求。如教育培训行业，培训课程开发不足难以吸引更大范围公众参与；教育旅游行业也缺乏教育行业深度参与的品质较高的教育旅游产品，导致教育旅游行业难以充分发挥其教育功能。二是教育产品功能不足。这表现在部分新兴教育产品功能不完善，无法满足使用者实际需要。如在线教育产品就因缺乏互动环节、学习氛围不足等饱受诟病。

三、四川教育消费引导策略

四川教育消费引导可从政府机构职能明晰化、教育消费引导实效化、教育消费布局均衡化、教育消费方式多样化、教育供给内容丰富化入手，促进四川教育消费市场的良性发展。

(一) 政府机构职能明晰化

四川公众的教育需求持续提高和总体教育资源较为有限的现状要求政府机构在教育事业和产业发展中发挥主导作用，增加教育产品和服务，及时对接并满足公众需求。在此过程中，政府机构在教育事业发展中的职能定位是否清晰、主管或主导职责是否发挥到位，是影响和决定教育战略发展方向的关键环节与前置性问题。具体而言，政府机构一要根据教育产品的不同特点准确定位自身职能。教育产品和服务涉及事业与产业多个领域，各领域内部又有很多细分领域。政府机构应当根据教育产品和服务的具体性质行使好主管或者主导职能，促进学校和社会教育的良性发展。二要加强对教育市场的监管与引导。政府作为决策者和引导者应当及时捕捉到市场与家庭、学校之间的平衡点，加强对教育市场的监管。同时还要积极创新教育模式，实现教育与市场的双边互动。三要适当引入市场化机制完善教育产品和服务体系。美国学者 E. S. 萨瓦斯曾把公共服务市场化归纳为政府间协议、合同承包、支援服务、自我服务、政府服务、政府出售、政府补助、凭单制、自由市场、特许经营等模式。^⑦四川各市州可在充分评估当地教育事业与产业发展阶段的基础上，根据各自的情况借鉴这些模式做好当地教育服务。

(二) 教育消费引导实效化

⁷ ① 吴春：《公共服务市场化：困境与出路》，《河北青年管理干部学院学报》2011年第1期。

教育消费具有从众性、随意性等特点，消费者容易受到环境和氛围影响，这就导致了公众的教育需求和教育消费偶尔也会产生矛盾和错位。随着我国教育产业日益壮大，教育手段日益丰富，更多的教育产品相继出现，亟须对公众施以积极干预，引导其合理消费。一要继续加大引导力度，规范公众认知。要让公众形成科学的消费认知和习惯，短期引导影响有限，因此需要长期持续性引导，提高公众对各类教育产品的理解能力、领悟能力和辨别能力，帮助公众选择更符合自己需求的且价值更大的教育产品，增强教育消费的计划性和选择性。二要通过直接引导与间接引导，培养公众形成科学的教育消费理念和习惯。前者如形式多样的主题宣传、榜样个人行为示范以及教育消费活动进社区等活动，通过正面而直接的引导帮助公众对自身教育需求以及可供选择的教育产品和服务形成科学判断。后者如通过财税、金融、补贴、项目支持等方式，支持和引导与教育消费有关的机构及时发现并满足消费者不断增长的教育需求，对能较快满足教育消费需求的群体、能较快释放教育消费增量需求的机构以及能较快显现教育消费增长前景的机构予以政策倾斜。三要及时监管不合理的教育消费现象，清理虚假宣传等负面舆论。教育消费市场参差不齐，需要相关部门及时监管不合理的现象，以保证教育市场良性发展。如在产品定价方面，教育消费应当立足于公众需求现状，调整定价过高的教育消费产品和项目，逐步形成合理的教育消费价格体系；在产品宣传方面，要及时查处虚假宣传、夸大宣传等诱导性舆论，维护公众的消费权益。

（三）教育消费布局均衡化

教育产品与文化产品关系密切，长期以来公共文化的非均衡发展导致教育产品与服务布局也处于失衡状态。这既体现为财政投入重城市轻农村，也体现为城市教育产品与服务相比农村质量更高。要改变这种不均衡状况，促进教育消费布局均衡化，可从四方面入手。一是通过政策倾斜和经费扶持推动经济不发达地区教育发展。加大对不发达地区教育消费的政策倾斜力度，形成教育工作扶贫新机制，尤其是提高财政性教育经费对经济不发达地区的扶持力度，逐步缩小地区间教育消费差距，实现不同区域之间教育消费布局的均衡化发展。二是增加教育产品和服务的市场供有量。要积极鼓励、扶持相关企业、机构做出更多更好的教育产品，支持他们积极开展教育活动，增加教育产品供给渠道，助推教育的公平化和均等化。同时，还应增加适合公众消费水平的教育服务，如鼓励出版民众买得起的书籍刊物，鼓励影院在播放教育功能突出的电影时安排部分低价场次或门票，鼓励教育产品和服务提供商开发更多的低收费业务，鼓励经济条件较好的地方为困难群众和农民工教育消费提供适当补贴。三是提高热点教育消费项目的比重。挖掘公众喜爱度较高的教育产品或项目，提升其内涵与质量，并可考虑扩大这些项目的公众覆盖范围，同时尝试开发新的教育消费增长点，让热点教育消费项目的社会效益与经济效益实现最大化。此外，还可考虑引导居民多在国家鼓励发展的教育消费热点和领域进行教育消费活动，以消费行为促进消费结构的换代升级。四是降低教育产品的流通成本。制约教育消费的最重要的因素是价格，因此要在从事教育产品生产的企业和公众之间，搭建起更便捷、更优惠的平台或渠道，减少流通环节，降低流通成本，提高教育消费品的流通效率。而在当前传统流通渠道很难降低成本的前提下，可考虑创新文化产品分发流通渠道，让公众以最少的花费享受到便利的教育服务。

（四）教育消费方式多样化

信息技术的发展与教育产品的逐渐丰富使得人们的教育消费正从以前的内向、封闭向开放、互动演变，从以前的求同、求稳向求新、求变演进，消费观念的变迁带动了公众教育方式的多样化。四川教育市场也需呼应此趋势，及时推出不同消费方式的教育产品和服务，满足公众需求。一是及时引入在线体验。截至 2014 年 12 月底，四川省网民规模达 3022 万人，互联网普及率 37.3%。网络世界与虚拟空间正对四川公众的消费习惯产生深刻影响，教育消费的消费环境也开始逐步向网络化、数字化渗透。教育领域也应鼓励开发并及时引入合适的在线产品以满足受众的多元需要。二是增加积分消费或持卡消费产品和服务。积分消费是指公众通过参与某项活动获取积分，然后用积分折抵现金购买教育产品或者参与教育活动的消费方式。持卡消费是指公众可以持卡低价消费教育产品或服务的消费方式。在未来一段时间，也应将这两类消费方式更多地引入教育领域，让更大范围内的公众感受到教育消费的便利。三是注重与科技联姻。要增加教育产品的人气，还需创新教育产品的外观设计与表现形式，与科技融合不失为一个好的方法。通过科技手段和方法的运用，可将更多形而上的内涵附着到相关产品上。这样，与科技联姻，实现了教育与科技在教育产品上的创新性融合，增强了教育产品的表现力和感染力，教育产品的体验性和参与性得到了增强，进而可扩大教育消费的份额。

（五）教育供给内容丰富化

教育产品与教育消费是因果关系，要推动教育消费发展，首先要从教育产品入手，加大教育产品和服务的开拓创新，激发并满足公众的教育消费需求，开拓出适合新常态下的教育产品和服务。一是完善针对大众的教育产品和服务体系。教育涉及文化、政治、经济、传播、体育、艺术、军事等很多领域的知识，然而当前的教育领域尤其是社会教育领域中文化艺术方面的产品偏多，其他领域的产品偏少或者没有。教育产品和服务要立足于这些当前涉足较少的领域，开发出公众喜欢的教育产品，既可以扩大教育产品市场，又可以创造出新的消费需求。二是增加针对特定群体的教育产品和服务。农民工等很多弱势或者小众群体较难找到或者不会主动寻找适合自身的教育产品，政府相关机构和教育产品提供商应当根据特定群体的特殊性，进行有针对性的制度和产品设计，要深入研究特定群体的需求特点，为他们“量身定制”教育产品和服务，从而使他们也能享受到教育服务。三是做好在线教育内容的提升与转型。公众日益增长的教育需求催生了火热的教育市场，很多企业开始抢滩在线教育，然而在这场在线教育产品角逐中能生存下来且生存状态还较为不错的却为数不多，究其原因就在于缺乏好的内容。这方面可借鉴沪江网，该网站已形成较为成熟的内容体系，而不再局限于某个或者某类课程，从而满足了不同程度的用户需求。^⑧教育产品终究需要内容支持。在线教育要想做好，就要回归到产品与课程体系，做好教学内容的提升与转型。

⁸ ① 黄嘉榔：《在线教育：缺乏竞争力的产品与缺乏课程体系的后果》，2015，据搜狐媒体平台，<http://mt.sohu.com/20151003/n422543100.shtml>。