

虚假宣传 资本疯狂涌入 卷钱跑路时有发生 行业背后乱象丛生

在线教育行业有多乱



烧钱营销虚假宣传 严重偏离教育本质

2020年年初,受疫情影响,教育部发出“停课不停教、停课不停学”的要求,加之大多数地区都出台了线下培训机构停课的规定,在线教育得到了迅猛发展。据教育部统计,截至2020年4月3日,参加在线课程学习的学生达11.8亿人次。

根据第三方数据机构 Quest-Mobile 统计,2020年2月,学而思网校、作业帮、猿辅导的周活跃人数分别为615.9万人、740.8万人和378.1万人,环比1月增长5倍至7倍自有流量。网经社“电数宝”电商大数据库显示,2020年我国在线教育共发生111起融资,总金额超过539.3亿元,而这一总金额也超过了前四年(2016年—2019年)的融资总和。QuestMobile 发布的《2020移动互联网广告洞察报告》显示,教育行业目前处于烧钱营销阶段,传统广告场景,地铁、公交、电梯和电视早已成为教育企业的标配,甚至在一些四五线城市的公交站牌和公交车体上,也经常可见线上培训机构的广告,并且已延展到冠名、赞助、明星代言推广、短视频直播平台投放等多种方式。

资本的大规模介入,在推动在线教育行业快速更新迭代的同时,也引发了一系列新问题。1月18日,中央纪委国家监委网站发布文章,直指风口浪尖上的在线教育乱象与监管问题。文中提到,资本助推之下,企业竞争加剧、行业内耗严重。整个2020年都不断有在线教育企业因资金、收费等问题出现倒闭、跑路的情况,其中不乏昔日的明星企业学霸王、迪士尼英语等,也从侧面印证了盲目投入带来的弊端。

伴随着寒假的到来,记者发现,“49元33节课,再包邮送教辅材料”“19元20节课,另享受价值499元大礼包”等营销套路,又开始充斥各大短视频直播平台,还出现了不少身份成谜的“名师”,包括前文提到的4家网课培训机构的乌龙事件,而这些远低于成本价的课程往往以教师和教材的质量为代价。还有业内人士坦言,营销投入往往能占到在线教育企业成本的六成以上,他们宁可花100亿元做广告,也不愿花10亿元在教师人才的培养上。

南京师范大学社会发展学院教授平源说,广告法第二十四条第三项规定,教育、培训广告不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。这些“名师”不管真实身份如何,在线教育培训机构都有可能违反广告法。

中国教育科学研究院研究员储朝晖告诉记者,由于资金投入超过常态,原来靠课程产品销售获得回报的机构,无法与靠大量融资获得回报的机构在同一个市场中竞争,于是越来越多的在线教育机构也被挤压着寻求投资。当越来越多的在线教育机构有这种需求时,其性质不得不发生变化:教育性越来越弱,资本性越来越强。

●近年来,在线教育行业发展迅猛,由于大量资本疯狂涌入和监管缺失,许多线上培训机构已背离了教育初衷,虚假宣传、卷钱跑路等时有发生

●有关部门应加大市场监管力度,建立健全监管机制。同时,还应加大免费优质的线上资源供给,满足学生在线学习需求

●严查严处培训机构违法违规行为,并通过多种渠道曝光,形成警示震慑,引导培训机构规范经营



时而是猿辅导“做了一辈子小学数学老师”,时而是高途课堂“教了40年英语的老师”,时而又清北网校“计算可以秒出答案”的专家,还不忘推荐家长试试作业帮直播课……近日,这4家在线教育头部企业的广告引发热议,原因在于他们请了同一位“老师”进行广告宣传。这出闹剧揭开了在线教育宣传乱象的盖子,引起监管部门关注。近日,中央纪委发表相关文章,对在线教育发出“是否存在无序的资本竞争、到底是谁在办教育、如何规范运行依法监督”的三连问,直指资本漩涡下的在线教育乱象与监管问题。

接受记者采访的专家认为,近年来在线教育行业发展迅猛,由于大量资本疯狂涌入和监管缺失,许多线上培训机构已背离了教育初衷,虚假宣传、超期收费、卷钱跑路等事件时有发生。对此,有关部门应加大市场监管力度,建立健全监管机制。同时,还应加大免费优质的线上资源供给,满足学生在线学习需求。



管理部门尚不明确 监管难题亟待解决

2020年12月,天眼查发布的《2020 教育行业发展报告》显示,前10月,我国新增在线教育企业8.2万家,新增占比在整个教育行业中达到约17.3%,在线教育企业数量已突破23万家。面对蓬勃发展的在线教育新兴产业,如何监管成为重要课题。家住北京市海淀区的家长张娜(化名)告诉记者,去年她花了几万元买了两年的课程,但没想到教育机构跑路了,到现在钱也没退成。“我也知道国家对预收费有相关规定,但买的越多培训机构送的课时和红包也会越多,更加省钱。我想这是一家比较知名的机构,就没考虑那么多。”

2019年7月,教育部联合相关部门出台了《关于规范校外线上培训的实施意见》,对学科类校外线上培训的排查整改、备案审查、监管机制等提出明确要求,构建了校外线上培训的基本管理制度体系。按照该意见要求,教育部指导省级教育行政部门结合本地实际,重点对培训机构、培训内容和培训人员进行备案审查。

据了解,培训机构主要采用的是自编材料,许多英语培训机构使用境外教材,虽然各地教育部门加强对培训内容的备案审核,但容易出现讲的内容与备案内容两张皮的现象。如果学生家长不举报,监管部门很难发现。一对一的课程监管难度更大,尤其是部分英语类线上机构,外籍教师身处国外,目前还没有对在线国际用工监管的政策,教育部门缺乏有效监管手段。程世平说,现在市场上还有很多机构利用家长对各种量表测试的迷信,给学生测一下就要数百元,这里可能存在对学生和家长的误导,也暴露出相关监管的缺失。

尽管国家已经明确规定,面向中小学生的培训机构不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用(按课时收费的,每科不得一次性收取超过60课时的费用),但受经济利益驱使,一些培训机构仍通过打折、返现等方式,诱导家长超期交费,由此导致了一系列问题的产生。2020年7月,央视“3·15”晚会曝光了嗨学网虚假承诺,指出在线教育机构存在交钱容易退费难的问题。之后,在线英语学习机构阿卡索外教网被曝外教教学质量差,教学资质认证存疑;哒哒英语被指擅自修改课程属性,主修课缩水变为口语课。10月,优胜教育总部人去楼空,家长退费困难重重,教师薪资也被拖欠。

2021年1月14日,中国消费者协会发布了“2020年十大消费维权舆情热点”。其中强调,在过去的一年中,伴随着互联网消费热度高涨,在线教育等“云上”消费维权较为突出。对此,中消协指出,一方面需要在线教育平台尽快从资本竞争中回归到教育本位,强化行业自律,为广大消费者提供优质服务;另一方面也需要有关部门进一步强化行政监管,联合消协等相关社会组织制定在线教育服务标准,夯实维权制度保障,规范在线教育市场发展。

严查违法违规行 搭建优质学习平台

储朝晖认为,在线教育如果想要健康发展,长期吸引学生,还是应该回归教育初心。有关部门和媒体应引导在线教育企业在融面前冷静些,基于自身的体量与业务量,评估自身真实的资金需求;融资金对于自身而言是风险可控的,是能够坚守自己的教育品质的,是能够确保在教学过程中对学员守住以人为本的底线,而不至于倾斜到以资本为本状态的。

据了解,更严格的监管措施即将到来。近日召开的2021年全国教育工作会议明确指出,要大力度治理整顿校外培训机构。综合运用经济、法治、行政手段,对培训机构的办学条件、培训内容、教材教案、收费管理、营销方式、教师资质等全方位提出要求。进一步明确市场监管、民政、发改、财政、公安等部门的责任,力争取得重大突破。

教育部基础教育司有关负责人表示,教育部将持续强化日常监管,严格线上机构备案审查制度。通过更新黑白名单,建立监督举报平台,广泛接受各方监督。严查严处培训机构违法违规行为,并通过多种渠道曝光,形成警示震慑,引导培训机构规范经营。

程方平认为,除了监管,国家还应多些导向性措施。美国的可汗学院,课程在世界范围内免费播放,而且质量较高,甚至很多中小学教师上课都直接拿来使用。我们也应树立好的导向,对真正有利于大众的优质线上课程,政府可以增加相应补贴;企业也应讲诚信,提高自觉性,共同维护行业尊严;媒体也应对家长正确引导,不要培训机构一宣传,家长就买单。

国家中小学网络云平台作为保障“停课不停学”的“国家队”,为1.8亿中小学生的在线学习提供了重要支撑。截至2020年12月,云平台浏览次数达到了246亿,访问人次2022亿,用户覆盖包括港澳台在内的全国所有省(区、市)及全球174个国家和地区。

下一步,教育部将持续优化完善国家中小学网络云平台,丰富优质线上教育教学资源,拓展平台服务功能,争取到2025年基本形成定位清晰、互联互通、共建共享的线上教育平台体系,覆盖各类专题教育和各教材版本的学科课程资源体系,有效满足中小学生的在线学习需求。

程平源认为,既然在线教育乱象频出背后有资本原因的推动,从国家层面,应当对这种趋势进行遏制。从长线来看,国家的整个评价体系应做相应调整,真正实现素质教育,不给学生增加市场压力;从中期来看,应集合教育、法律等各领域专家出台根本性的指导和引导政策,让企业认真做教育而不是将教育作为投资方向;从短期来看,就暴露出的问题,相关部门应妥善处理,比如培训机构跑路之后钱如何收回、虚假广告的治理等。

储朝晖说,从长远的发展看,在线教育的健康发展需要更多的教育人而非投资人,投资人必须变为教育者,才能做好在线教育。过于以资本为本,必然淡化自身的教育特性;离开或违背以人为本,包括在线教育机构在内的任何一家教育机构都不会走得长远。

据新华网