

教育培训市场 路在何方?

本报记者 李明德 文

核心提示

暑期来临,各类培训广告再度充斥着人们眼球。从升学到求职,只要对知识技能有任何需求,几乎都能找到对应的教育培训服务。然而,培训市场中鱼龙混杂的机构、真真假假的广告、良莠不齐的师资,令人堪忧。

需求强劲“钱景”诱人

暑期即将来临,各种印着“暑假家教班”、“英语速成”、“名师辅导”的培训广告充斥着人们的眼球。各类媒体也来助阵,不少报纸每天拿出大量版面来刊登培训广告。在各类校园,培训广告更是铺天盖地,“外语教育”、“计算机考试”、“快速学历”、“100%推荐就业”,形形色色让人眼花缭乱。这些铺天盖地的教育培训宣传广告,其背后的培训市场“蛋糕”到底有多大呢?

据《2010~2015年中国教育培训市场调查与发展前景分析报告》指出,在知识经济大潮的推崇下,终身教育在人们的生活中也成为不可或缺的一项,这就意味着知识将在人们的工作、生活中扮演越来越重要的角色。人们对知识的渴求,迅速催生了国内巨大的教育培训市场,也促使该市场以惊人的速度发展。教育培训市场已被公认为是最具“钱景”的市场之一和“朝阳产业”。

从全国范围来看,北京、上海、广州、西安、重庆、成都、武汉这些高校云集的地区,培训机构相对较多。这些培训机构一般采用区域性扩张法,高强度地向二、三线城市发展,以便形成高密度的渠道网络。全国培训机构大概有10000家,其中,北京有2000家,上海有1500家,广州有1000家。2009年我国IT职业培训市场规模达到73.58亿元,同比增长36.2%。2010年我国IT职业培训市场规模达到89.20亿元,同比增长21.22%。从细分市场看,外语培训和IT培训是教育培训的两大支柱。与此

同时,其他诸如企业管理类培训、金融培训、辅助考试类培训等,也都具有广阔的市场。

中国教育培训市场的潜在市场规模达3000亿元,并仍然保持着迅猛的发展态势。一个运行良好的教育培训机构,其利润率均在30%以上,有些甚至能达到70%。

培训市场“遍地黄金”的现象,吸引越来越多的人投身其中。催生了各类培训班、行业企业的培训中心、各种学会团体办的培训班、社会力量办学、培训公司等。除了这些列得出名目的培训,更多来历不明的培训班层出不穷。

“多如牛毛!”一位业内人士这样形容培训机构的数量。他介绍,培训机构目前人员流动率颇高,很多人在培训机构做了一段时间后,就自立门户,裂变出无数新公司。

广告宣传 多有失真

刘女士的女儿在郑州市一家重点名校读高中。令刘女士感到不安的是,女儿上到高二后数学成绩一直不太理想,她为此十分焦急。去年刘女士了解到一家教育培训中心承诺可以提高培训学生的学习成绩,便前往洽谈。面对刘女士,该培训中心相关人员一再打包票,称其女儿只要参加他们的一对一特色培训,可以保证提高学习成绩,如果学习成绩提高不了则可以全额退款。得到这样的肯定答复后,刘女士与这家教育培训中心签订了书面合同,约定女儿在这家培训机构接受60课时的一对一辅导培训,费用共计7000元。合同还特别约定:如果孩子的学习成绩不提高,将作无效退款处理。

随后,刘女士的女儿开始参加培训。但刘女士万万没有想到,女儿接受完50课时的辅导培训后,接下来的期末考试数学居然只考了53分,比参加培训前的成绩整整降了12分。既耗费了金钱又耗了女儿的学习时间,却事与愿违。刘女士越想越咽不下这口气,于是她以这家教育培训中心未能兑现提高女儿成绩的合同承诺告到法院,要求全额退款。

案件在审理中,法院指出学习成绩提高的内涵,从广义的角度而言,应当包含学习思维的改变、学习方法的掌

握、考试成绩的提高等。但从狭义角度而言,则直接表现为考试成绩的提高。要理解成绩提高的内涵,一是要看合同的约定,二是要看一般意义的认知。如果说成绩提高是从广义角度理解的,那么双方应进行明确的约定,如果没有明确约定,那么就有可能被认为是狭义上的涵义,即应当按一般的社会认知来确定。具体到本案,双方协议中关于“成绩”的约定,应视为是考试成绩的约定。

用一次考试成绩来确认培训效果不具有准确性,因此双方协议中关于“如成绩不提高,无效退款”的约定存在一定风险。但既然双方当事人愿意用此方式作为标准,且该约定又不违反法律、法规,那么此约定应当有效。在双方对考试的形式未做明确约定的情况下,刘女士女儿在学校的考试成绩应当作为检验培训成效的标准。刘女士的女儿接受培训后考试成绩不升反降,应视为培训中心未完全履行合同上的义务。

最终,通过法律途径刘女士讨回了一个公道,但对于女儿,则造成了很大伤害。说起此事,刘女士是后悔不已。

市场乱象 不一而足

据了解,目前教育培训市场最活跃的当属民间资本开办的培训机构,它们对市场需求敏感,融资方式灵活。他们当中也生长起一批品牌企业,比如新东方、北大青鸟等。随着一些教育机构在海外上市,出现了更多混合外资成分的民营教育培训机构。本土教育和培训与外资教育培训机构之间的界限越来越模糊。而数量较多的一些“杂牌军”,也在挺进这个市场。这些机构对师资并无依赖,只要广告到位、生源充分,大可以挖来名师“走穴”。

洋资本与“土八路”,公办与民营——“办校热”的背后,既是市场“钱景”所诱,更与办学“门槛”有关。

一位业内人士算了笔账,以郑州的“奥数”培训来说,目前有20%~30%的中小学生在学“奥数”,每人每年起码花费几千元,算下来,这个市场轻轻松松就超过了亿元收入。难怪有人说,培训市场是“遍地黄金”。

申办教育培训机构不难呢?据一家教育培训机构负责人称,在教育、民政部门申办一个400平方米以上的办学场所,需要4名以上具备教师资格

证的教职工,并向教育部门上交150万元教育保证金等。对于大量“散兵游勇”或“擦边经营”者来说,由于教育等部门的监管力不从心,这种门槛有时候也“形同虚设”,这也导致了目前办学机构正呈现三大特点。

“多”——可谓“多如牛毛”。市场有什么需求,相关培训就闻风而动。河南、山东等地高考文化课分数线高,当地重点高校少,大量考生涌向艺术类招生,像播音与主持专业考试异常火爆,相关培训随之遍地开花,往往几名在读大学生就能搭起班子,招来二三十名考生,坐收几万元学费。

“散”——来自“散兵游勇”。虽然也有很多连锁性的大型培训机构,但“游击式”、“作坊式”的培训比例较大。本报记者走访调查发现,不少培训机构甚至藏身居民楼内。一些小机构,实际上是先有了学生,才临时找几个老师。生源不足,开课时间反复变动,让学员叫苦不迭。

“乱”——乱在“遍地开花”。一是“定价乱”,没有定价标准,往往随意性很大。二是“广告乱”,培训机构往往在广告中夸大其辞,许多虚假承诺得不到兑现,学员事后维权难度极大。三是“竞争乱”,比如,在考研市场上,甚至发生过为争夺生源而泼硫酸、杀人的恶性案件。在司法考试培训、外语培训等领域,竞争对手互挖老师、互泼脏水更是随处可见。四是“经营乱”,异地招生,卷款走人的新闻时见报端。

很多教育部门负责人和专家的普遍看法是,成本低而利润高决定了市场的繁荣,门槛低而监管少则导致了市场的无序。

教育专家对此指出,教育培训业是社会发展的需要,市场繁荣本是一件好事,目前涌动的种种乱象,首先是教育培训主体的资质缺乏标准化的认证,往往是挂个牌子就开始招人,门槛太低,而培训定价随意性又太大。这些都是缺乏认证标准的必然后果。

对此,教育专家们呼吁,尽快出台教育培训服务国家标准,否则对各种培训机构进行资质认证,对其经营行为进行规范化管理就无从着手。



某地参加培训的同学正在上课

(资料图片)

规范管理 为时不远

据了解,中国教育培训领域最早起步于公办高校剩余教育资源的利用与发掘。改革开放以来,肇始于出国潮、学历热、考试热等市场需求情势之下,很多公办高等院校从培养公费出国留学语言类能力入手,开始了中国教育培训的起始阶段。很多中国知名高等院校成立的继续教育学院,以及后来规模越来越大的各级网络学院,通过各种垄断的学历颁发等手段进行各种配套培训课程,也是公办教育资源涉足教育培训行业的重要组成部分。

20世纪80年代初,鼓励社会力量办学的短暂政策空间,使得很多社会机构都热衷于兴办各种类型的学校,其核心业务就是以职业技能短期培训为主。随着政府政策的逐步调整,这些学校最终拆分归口于各级政府统一管理。上世纪90年代中期之后,重新恢复的出国留学热潮,催生了一些私立教育领域的利益格局,并最终推动了中国教育培训行业的管理标准、教学标准和服务标准的提升。

“面对这么好的市场需求,应该好好管理和规范。培训机构自身应加强行业自律,首先要为学员提供高质量的

教学服务,同时注意职业技能培训如何适销对路的问题。”教育部职成司领导说。目前的情况是有的学员想学的内容没有,而现有的专业又离现实需求有差距,学校在培训过程中不能真正地做实战型的技能传授给学员。

据介绍,教育部已与24个部委局和一些成熟培训机构的专家,正在研究制定教育培训服务的国家标准。该标准已经获得国家标准委同意,列入《全国服务业标准(2009-2013)发展规划》。下一步将成立教育培训服务国家标准委员会,按照标准对各种培训机构进行质量评估,定期公布评估结果,保障消费者的权益。

“教育行业有一些自身的规律,教育培训的发展其实并不仅仅靠资本,可能要靠更多的东西。当前中国教育培训业的发展不均衡,优质品牌寥寥无几,大量的培训机构没有准确的战略定位和战略目标。”河南教育学院教授表示,到目前为止,大多培训机构没有自己的核心力量,缺少课程研发力量和专职培训师,培训机构实际上只起了中介作用:从客户那里得到了培训需求之后,到社会上去找培训师。这样的低投入导致低产出,培训质量理所当然会变得越来越坏。那么教育培训行业将会走向何方?这不得不令人深思。

新闻时评

编辑 陈培营 杨怀锁 电话 67655289 E-mail:cpyp@163.com

保障房怎样才能“不差钱”

住房和城乡建设部公布的数据显示,截至5月底,全国保障性住房已开工340万套,占计划的34%,开工进度为历史同期最快。然而,与今年的目标相比,下半年必须开工建设的660万套保障性住房,任务仍然相当艰巨。

从各地保障房建设的情况来看,“钱紧”是当前面临的一个普遍问题。据估算,1000万套保障性住房建设,约需资金1.3万亿元。如此巨大的资金需求,单靠政府的财政投入显然是不够的。在中央财政加大对地方的资金支持力度、各地集中财力用于保障房建设的同时,还需要创新方式,完善融资机制,吸引社会力量参与投资,形成合力加大建设。

在财政资金投入方面,快速增长的财政收入为中央和地方财政加大保障房建设投入创造了条件。财政部最新数据显示:今年前5个月,全国财政收入达4.68万亿元,同比增长32%。按照这样的增长势头,全国财政收入将又是一个“丰收年”。政府财力增加,不但可以保证预算安排的保障性住房建设资金落实到位,还可以拿出一部分“超收”的财政收入,进一步加大资金投入。

相对而言,保障房的建设和运营基本处于保本或微利,远远比不上一些商品房开发项目的“高利润”。保障房建设投入大、赚钱少,企业参与投入的热情不高。特别是今年以来,银行持续加息并收紧信贷,很多企业融资困难、成本上升。在这种情况下,企业如果靠贷款资金投入保障房建设,需要承担很大风险。而建设项目不能盈利,投资回报究竟有多少,企业心里却没底。

调动企业参与保障房建设的积极性,关键在于完善政府各项优惠政策支持政策,让企业在参与中有“利”可图,心中有数。目前,在廉租住房、经济适用房、公共租赁住房以及城市和国有工矿棚户区改造建设上,国家分别给予营业税、房产税、城镇土地使用税、土地增值税、印花税等方面给予了税收优惠;同时,还有免收各项行政事业性收费和政府性基金、减免土地出让金等非税收入优惠政策。应该说,这些政策的出台,对企业参与投资保障房建设具有相当大的吸引力。

在完善融资机制上,政府也应给予更多的政策支持。比如,企业投资保障房建设,银行贷款利率可以适当优惠,政府也可以给予一定的贴息补助,明确贷款贴息的范围和年限,减轻企业的融资压力。除了向银行贷款外,政府还可以支持一些规模大、资质好的企业,通过资本市场融资或发行债券进行直接融资,所融资金专项用于保障房的建设,进一步降低企业融资成本。“众人拾柴火焰高”,只有社会各界力量参与进来了,才能打破保障房建设的资金“瓶颈”,保障房建设与运营的长效机制才能逐步建立。

当然,企业参与保障房建设与运营,盈利的期望值也不能太高,毕竟这些项目带有公益性性质,不可能让企业从中挣大钱。这几年,一些房地产企业过惯了“富贵”日子,商品房开发让他们赚得盆满钵满,一些微利“小钱”根本看不上眼。实际上,随着国家加强楼市调控,房地产企业的“苦”日子正在到来。这个时候,房地产企业倒不如转变观念,抓住机遇,积极投身到保障房建设上来。钱虽然赚得辛苦些,但心里会更加踏实。

天则

标准低,少拿“国情”说事

日前牛奶行业举办的内部研讨会上,广州市奶业协会理事长王丁棉认为我国现有的奶业标准全球最低,主要是因为被个别大企业绑架;而内蒙古奶协秘书长那丁木德则认为,制定牛奶质量标准要从国情出发。

真是不说不知道,一说吓一跳。早知道我们的奶业标准低,但是没想到能低到这个程度,更没想到的是,“中国国情”竟然堂而皇之地成为降低标准的理由。

奶协秘书长摆出一副形势所迫不得不如此的模样,反身一脚把球踢给了“中国国情”。无论怎么看,做出如此挑战民众心理承受底线的抉择,这就是切企展现给公众的道德的血流?

达不到标准,那我们降低标准,卖不到国外,我们就内销,一个行业对自己宽

容到如此程度显然不是民众的福音,尤其是在国内奶制品行业屡屡发生地震的情况下,奶企这样的“宽于律己”实在让人寒心。看起来,说个别大企业绑架了奶业标准还是比较委婉的说法,你这本就是在绑架民众的健康。

在食品安全领域,最好还是多强调一些与“国际接轨”,少说些“中国国情”。“中国国情”不是遮羞布,你自己好意思说,民众还愿意听呢。毕竟,中国公民肠胃的适应能力并不比外国人强多少,中国公民对于食品安全的要求也不会因为我们国内标准全球最低



就比外国人低,怎么能因为你一句“中国国情”甚至是赤裸裸的“我做不到”就直接降低标准呢?拿“中国国情”来当挡箭牌,必然要加剧自己的信任危机,到时候就不仅是牛奶标准

全球最低了,恐怕消费者的信任程度也会是全球最低,但不知,这样的结果,一直躲在“中国国情”背后偷偷庆幸的中国奶企是否愿意承受?

慧仁文/图

网络刷票是对“公益”的侮辱

为了获得资助,利用网络刷票来骗取信任,本身就是对“公益”两个字的侮辱。

据报道,“希望工程激励行动”是中国青少年发展基金会推出的大学生服务项目,旨在选出适合的大学生公益团队予以资助。不过,此项行动在网络投票中却遭遇刷票,这种恶意竞争引发参赛者不满。尽管基金会表示已对问题票进行技术删减,并增加新的评审环节,但这种“公益刷票”行为无疑给公众带来很大的道德阴影。

网络“刷票”现象在现实中并不鲜见,这种行为背后往往包裹着特定的利益,多属于商业行为。对那种纯粹追名逐利的网络刷票行为,公众除了予以一些道德谴

责,很多时候已经渐趋麻木。但是,这并不意味着“刷票”行为本身就有了公平与正当,特别是那些通过网络投票公司进行刷票的行为,本身就带有一定的欺骗性,只不过,当前相关法律在监管方面还存在空白。

没想到,现在刷票竟然从商业领域突入到公益地带。这无疑将更加放大这种不诚信不道德的行为危害性。既然大学生申报的是公益项目,它的质量与价值就必须得往道德考量,那样才能获得应有的公信力。为了获得资助,违规使用不光彩的手段来骗取信任,这种扭曲造假的行为,本身就是对“公益”两个字的侮辱。要公

德和公信。显然,刷票行为在这两个问题上,都犯了严重错误。

这种错误的产生,显然与相关评选的制度设计存在弊端有关。也正因如此,面对突然而至的刷票风波,基金会才进行及时的补救完善。一方面通过技术对投票进行过滤,一方面改变评审程序,对一些规则进行修改。不过,现在看来,基金会的纠偏力度是不够的。比如,既没有公布参与刷票的团队名单,也没有直接取消那些存在作弊行为的团队参选资格,这给人一种如此养奸的感觉,很容易会对此次公益行动的公信力形成伤害。

公益项目本身就注定要

被民意赋予较高的道德诉求,一个公益项目要获得“希望工程激励”,同样也要经得起客观民意的认同。而网络刷票就是典型的以造假愚弄民意的行为。如果连起码的公共道德都没有,这样团队接受公益资助又与骗取钱财有何异?更何况,这种“刷票”行为,本身也损害破坏他人机会,损害公共利益,欺骗公众的信任,为此,就必须承担起应有的责任。

为此,中国青少年发展基金会有必要进一步公布那些违规刷票团队的名单,并且取消这些团队的参评资格,来保证此项评选的公平性,让“希望工程激励行动”真正给人希望,也给人激励。

吾侪

大闹报社不只是素养缺失

“最牛工商局长”无论是大闹报社,还是封锁消息,都是为了个人利益,可以说是赤裸裸地站到了台前,直接与媒体“对抗”。

从辽宁西丰“进京抓捕记者”到浙江遂昌“通缉记者”,一系列事件呈现出地方政府、官员与媒体之间的复杂生态。近日沈阳沈河区工商局局长杨晓松,给我们提供了又一个极端的个案。

记者报道了杨晓松家人开的面包店所售粽子有问题,这位局长大闹报社,殴打记者;事后,他又动用多方力量封锁消息,让报社不要针对此事发稿,也不要接受别的媒体采访。在种“防火防盗防记者”的新闻旧闻中,官员还只是隐藏在地方利益、部门利益之后,只能让人猜测其中的“政绩动机”“利益交换”。这位“最牛工商局长”无论是大闹报社,还是封锁消息,都是为了个人利益,可以说是赤裸裸地站到了台前,直接与媒体“对抗”。

如果说“粽子引发的闹剧”只是一个公民和一家媒体在一篇报道上有争议,还多少带有个人行为的性质,那么,动用多方力量封锁自己大闹报社的消息,就远远超出了私人行为的范畴。

不难想象,所谓“多方力量”,要么是报社的管理部门,要么是报社的金主。动用这些力量的方式,无外乎打招呼、写条子甚至塞票子。要动用这么多力量,杨晓松肯定需要调集自己局长身份带来的资源——或是权力,或是人脉,或是影响力。其目的,是要解决自己的麻烦;闹大了会损害自身形象,影响仕途升迁,网友关于面包店投资资金来源问题的质问,正是明证。

从这些角度看,杨晓松动用多方力量封锁消息,已经不再是面包店和报社之间私人利益的纠葛,而是公权力的使用者利用手中权力压制舆论和批评,是滥用公权力。

退一步说,即便是为了家人或私人的利益而大闹报社,也无法回避自己领导干部的身份。一方面,大闹报社、殴打记者已涉嫌违法。现代社会,无论是谁,都应该在合法、理性的前提下解决问题,绝不代表着党和政府形象、手中握有公权力的国家干部呢。另一方面,领导干部的个人身份和职业身份,往往难以清晰区分,作为公权力的行使者,他们更不能随心所欲。更何况,在大闹报社时,他还开去了两台公车(不带工商标志),如果所带之人,也是工商局的工作人员的话,那就更是假公济私、以公为私了。

面对媒体,局长能如此有恃无恐地站出来,正是因为他手中的权力。在找人理论时,可以带上公车,亮出身份震慑对手;在事情闹大后,可以上下其手、左右逢源封堵消息。这些或许才是此事的关键所在,正是权力在平时就被骄纵、被滥用、被当做实现个人利益和私人目的的手段,才上演了这样一出闹剧。各种“最牛官员”的层出不穷,各种“雷人官腔”的脱口而出,也无不源于此,折射出的官员私利的扩张、权力的骄横,如果不加以遏制,确实是危险的“执政之敌”。

杨阳