



案例一 万余元款退五年

五年前,市民张女士就将儿子送到长宁区秦汉胡同培训学校学围棋,然而,围棋培训中断后,她至今仍未拿到退款。

在孩子还在上幼儿园大班时,张女士就于2012年三四月间向威宁路地铁口附近的长宁区秦汉胡同培训学校交3800元让孩子学习围棋,孩子也喜欢围棋培训老师。

2个月后,听闻培训学校将在7月1日涨价,她又在原来3800元培训费尚未用完的情况下,续费15800元购买了2012年7月1日至2015年6月30日共计240课时的培训课程。

然而,续费不久,那个围棋培训老师就“转校”了,培训学校更换的新老师不合孩子“口味”,孩子不愿意再去培训围棋了。

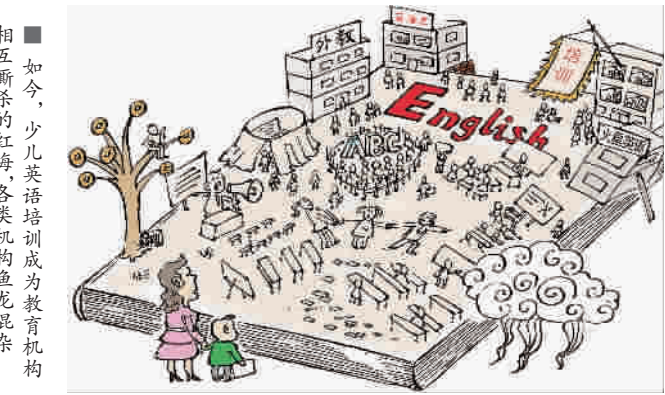
“如果不是换了老师,不是换的老师不合孩子‘口味’,孩子还是愿意继续培训的。”张女士将孩子不能继续培训围棋的原因归咎于培训学校更换教师,要求退还剩余款项,对方则建议她更改培训课程,然而,无论是培训油画,还是学写毛笔字,都无果而终,至剩余180左右课时时,孩子就不再在这里参加任何培训了,而退费,则在继续交涉中均未能如愿。

直到记者近期与她一起前往该培训学校,张女士才获准退费近9811.68元——45个工作日到账。如此结果,是将张女士孩子剩余培训课时按160节(比张女士计算的少了20课时左右,相当于原来240课时的2/3)计算,相应余款打96折后再减去300元“手续费”,即15800×2/3×96%-300=9811.68元。

而在张女士签字《注册登记表》背面,记者注意到有份21条的《注册登记表条款》。其中没有显著标识的第8条希望学员在培训机构更换任课老师时,“给予理解并配合新教师的教学工作”。

这21条格式条款下方没有预留签字格式。而同样没有显著提醒的第20条则称,学员方面付费并在《注册登记表》正面签字后,这些条款就生效了。

“我原来根本不知道《注册登记表》背面《注册登记表条款》,培训学校的人也没有提醒我看背面的条款。”张女士怀疑这其中有“套路”。



如今,少儿英语培训成为教育机构相互厮杀的红海,各类机构鱼龙混杂

中产者可能因培训更焦虑 非理性消费助长灰色产业

在复旦大学国际关系与公共事务学院副教授熊易寒看来,教育培训服务是一个具备一定资金实力才能享受的服务,有这样实力的往往是社会的中产阶层或高阶层。

相对于高阶层,中产阶层收入毕竟有限,对培训的期望值也会更高,更急于在孩子身上进行人力资本投资,使孩子的升学和未来的发展中获得竞争优势,这就为教育培训市场提供了一个巨大的生源蓄水池。

不过,教育培训业是一个充分竞争行业,作为行业核心竞争力的优质师资不但有限,还具有流动性大的特点,这就使得教育培训市场常常呈现鱼龙混杂的局面。但教育行业集中度低,即便是拔尖的教育培训机构,市场占有率也不可能像其他行业的巨头一样独占

你听说过培训机构也有“宽进严出”吗?你知道在培训市场“套路”+“话术”=什么?每年“3·15”公布相关数据,培训日渐成为消费投诉的一大热点。在上海市教委前不久发布“六条禁令”中,四条就涉及培训机构。这个行业会发生变化吗?其中又有多少是猫腻?记者展开了调查。

▲各种考试的存在催生了各种培训班
本版供图 视觉中国

案例二 网上培训半途而废

互联网的发展为孩童培训提供新的路径,然而,在儿子幼小升学前夕,市民王女士通过互联网为孩子培训时,却在半途而废中培出了一肚子火。

今年年初,王女士通过“大茉莉家游站——给孩子加油”微店购买了产品:168元的“宝贝英语说自然拼读卡片”与238元的“在家鸡娃学拼音神器”。对于“宝贝英语说自然拼读卡片”这件产



品,商家宣称,“开设自然拼读30天在线教学群”“拼读学习并不难,只是你没有get好方法”。

虽然这两个产品本身不包含在线教学服务,但是,根据商家所说,购买产品者将相应链接发到朋友圈,还是会被人拉入在线教学群,享受在线视频教学。

她将购买“宝贝英语说自然拼读卡片”的链接发到了朋友圈后,就进入了商家的在线教学群。然而,教学进行到第10天,26个字母才拼读到“f”,在线教学群内的视频就中断了。

王女士以为30天的课程,应该是差不多刚好教完26个字母。

报名时花好稻好想 退款种种被“磨”

对于教育培训市场,上海市消保委曾经有过专门的调查。调查发现,虽然只有22.8%成人为了自己的职业去参加培训,但有47.5%的家庭会为了孩子的成长,让孩子去培训机构培训,其中,73.1%的家庭是让孩子参加补习或学业提升类的培训。

为了竞争到各自目标生源,各培训机构除了让老学员带新学员、沿街送书、送宣传册、送小礼品等方式招揽生源外,还纷纷推出了电话营销“策略”,有的甚至在外地建呼叫中心,将电话营销发展成“电话骚扰”,以至38.6%的推销电话会向同一市民拨打5次以上。

教育部门都监管的情况下,可能出现都不监管情形,导致有的培训机构在灰色地带经营时侵害消费者权益。

有的机构在违规非法经营。违规非法经营又包含两个层面,第一层面是没有合法的资质,其师资课程与服务都没有保障,很容易就会引发纠纷;第二个层面有合法资质,但在经营中有虚假宣传、没按招生承诺提供相应服务、由于管理不善卷款而逃等。

有些消费者缺乏消费理性。面向市场的培训机构通过竞争获得生存空间,不看培训机构是否有相应资质、相应师资条件和课程设置,凭看培训机构可能虚假宣传就参加培训的消费者,在自身权益受损时,也给了不法培训机构“动力”。

本报记者 罗水元

“当前最能引起家长们关注和重视的莫过于孩子的教育培训。”北京盈科(上海)律师事务所合伙人赵星海律师提醒,一些培训机构为了迎合家长的这种心理,打出了令人心动的“包上名校”“包拿证书”等承诺招牌,吸引家长不惜金钱和时间让孩子参加培训,这时,家长要多方考量培训机构的资质、品牌诚信度等,要仔细查看要签订的格式合同。

如置于《注册登记表》背面没有预留签字格式,也没有显著提醒的《注册登记表条款》,就明显是免除培训机构责任、加重培训者责任的“霸王条款”。虽然这样的条款应该认定无效,但有的培训机构,往往会在纠纷发生后,利用学员对法律知识之不足,将这些条款作为维护其权益的“挡箭牌”。

签订格式合同时,学员对遇到的疑点或者认为不合理的地方应该及时与培训机构沟通,在双方协商内容修改合同条款,避免今后发生问题;对于特别在意的内容,比如某位任课老师,比如某个特定的培训时间段等,都最好明确约定如果培训机构对于上述情况有变化的话,该如何处理。

赵星海律师建议政府加强监管,从源头清查超范围经营、无教育资质招生办学的社会培训机构,清理无资质教师;平时要加强执法,妥善应对消费者投诉,坚决查处虚假宣传、乱收费等行为;对于出现严重问题的

“办法”? 成投诉热点

见到上述异常情况,她就在群内提出异议,并得到了群内其他人附和。但接下来,商家就把她踢出了这个在线教学群。

王女士认为商家在以培训推销产品,遂要求退货退款,但一开始并没有被同意。

直到调查发现商家以个人名义注册微店,用运营“大茉莉家游站”等微信公众号的上海星蔻文化传播有限公司账户收款,却又不出具与该公司相对应的发票,经税务部门介入,王女士才拿到了全额退款。

而进一步调查也发现,多个冠名“大茉莉”、自称大茉莉是“2-10岁孩童最全面的课外教育互动站”的多个微信公众号与“在线教学群”相“呼应”,但运营多个微信公众号的上海星蔻文化传播有限公司的经营范围内,只有“商务信息咨询(除经纪)”“电子商务(不得从事增值电信、金融业务)”等内容,并没有教学培训内容。

案例三 “培训贷”套住职场“菜鸟”

针对职场“菜鸟”身边缺钱的情况,一些培训机构推出了“培训贷”。然而,就是这样的“培训贷”,却让“菜鸟”们后悔莫及。

沈小姐在“免费试听课程”邀约下携500元走进徐家汇一培训机构后,虽然所谓“免费试听课程”只是在培训机构里参观一圈,在培训机构“当天报名就享受3000元优惠并赠送电子辞典”等“攻势”下,她仍因所带钱款不足而不准备报名。但在培训机构“对症下药”适时推出“培训贷”后,她一时冲动,还是交出身份证办了5万元“培训贷”报名培训日语。

但是,当她第二天就后悔并明确要退款时,培训机构却以种种理由一拖再拖。而因“培训贷”已生效,在没有参加培训的情况下,也不得不按月还款。

比沈小姐更不幸的是,还只是某公司实习职员之余先生,面对人民广场边一培训机构种种优惠而冲动办理“培训贷”后,在因工作变故中断培训的情况下,培训机构也不同意退款。由于没有继续按月还款被银行列入了征信“黑名单”之列,后来不但不能办信用卡,买房时也不能按揭贷款,平时还与其父亲一起不断被讨债公司的人骚扰。

本报记者 罗水元

报名时花好稻好想 退款种种被“磨”

市消保委有关负责人认为,培训机构退款难是对消费者耐心的磨炼,也反映了培训机构“宽进严出”的现象:为了自身利益,商家不考虑消费者学习基础和家庭经济基础,通过各种各样的销售方式和手段,设法让消费者付款购买培训服务,如果消费者没有现金,就让消费者通过信用卡向银行借款预支,一旦消费者要求退款,就会以种种理由拖延。

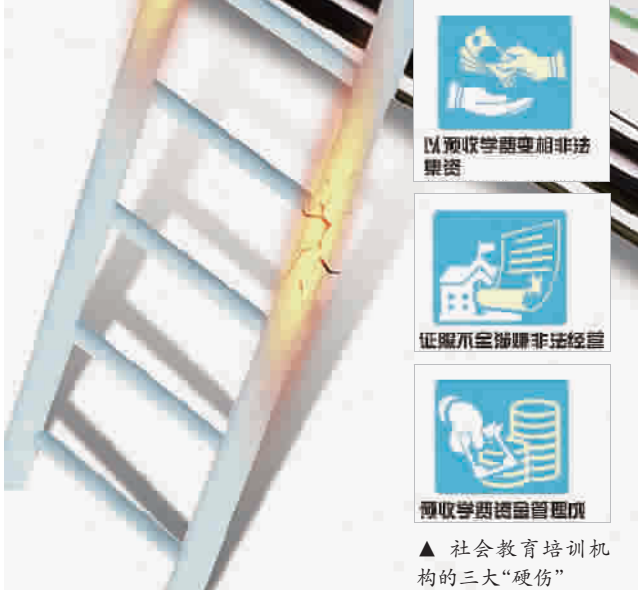
本报记者 罗水元

签培训合同应明确任课老师 培训机构打“擦边球”,考验监管部门智慧

社会培训机构,要记入信用档案,向社会公开,并作为重点监管对象加强监管。

上海海朋律师事务所徐亦律师则认为,除了要防止教育培训机构用合同中的“霸王条款”外,消费者还必须理智对待培训机构的“话术”,而对网上一些没有教育培训资质却又以“擦边球”方式从事教育培训业务的做法,则考验着有关监管部门的智慧。

徐亦律师认为,培训机构推“培训贷”就是先“画饼”吊足顾客口味,再“设身处地”为顾客“支招”。这时,所谓有关“节点”“最后一天”的优惠可能就是销



▲ 社会教育培训机构的三大“硬伤”

律师 支招

售人员虚构出来的,动辄上万元甚至几十万元的“培训贷”也可能只是顶着解顾客燃眉之急的美名,进行着趁热打铁让顾客快速签约的一个“利器”。这就是营销人员推销的惯用“话术”,常常把顾客忽悠进事先设定的“坑”里。

至于以个人名义在微店里开卖教育培训资料,又让不具备教育培训资质的公司收款并“赠送”教育培训课程的行为,除了涉嫌偷税漏税外,还是“打擦边球”从事教育培训的行为。

一方面,不具备教育培训资质的公司虽然开展了培训业务,但因为是“赠送”,不太好说其违规经营,但另一方面,相应培训的成本和利润应该已列进了培训资料里,虽然其没有在实际从



延伸 调查

管理有“办法” 市场有“套路”

记者了解到,早在2013年6月20日,上海市教育委员会、上海市人力资源和社会保障局、上海市工商行政管理局就印发了《上海市经营性民办培训机构管理暂行办法》,该《暂行办法》规定,经营性民办培训机构需经教育行政部门或者人力资源社会保障行政部门同意后,才能从事经营性培训活动;而且,经营性民办培训机构运营中,还必须开设学费杂费专用存款账户,建立学费杂费专用存款账户管理制度。相关专用存款账户必须有一笔“最低保证金”,以便培训机构万一“跑路”后,有关部门也可利用“最低保证金”处理有关善后事宜。

不过,记者调查发现,一些实质性从事教育培训业务的经营主体,虽有工商注册,但注册的公司多是“咨询”、“服务”甚至“商务”类公司,其经营范围中并没有教育培训业务。

尽管如此,有的经营主体却“拉虎皮当大旗”,或自封“著名培训机构”,用一系列名目繁多的“匾牌”、“奖杯”、荣誉来装点门面,通过“黄牛”炒作等“套路”迷惑消费者,也提升自己的“形象”和“身价”。

在网络时代,有的培训机构借助微店以“卖产品”的名头从事教育培训服务,有的培训机构则以“咨询”、“服务”类公司名头注册教育培训类微信公众号开展培训业务,其隐蔽性更强,但其效率和影响却更大。

在收费上,他们不但一次性预收超过甚至远超过《关于规范商业预付卡管理的意见》规定的5000元限额,还一次预收“套牢”消费者,又借各种节点涨价,让学员在所谓优惠预付费中继续被“套牢”,但其团队管理与教学质量,则不一定提升,培训机构关门与跑路的风险也相应增加。

如位于奉贤的某音乐培训机构,一个由校长王某亲自培训的架子鼓班,两年前来为3人,每人每年价格为6000元左右,在一次次“今天续费今天优惠”后,有的学员已将费用续至了明年甚至后年。

在学费不断上涨的过程中,有的学员家长在续费时以为为了赚了。但续费后,王某却将3人班扩充到了4人班,前不久又突然增加了2人,影响了教学进度与质量。但学员家长反映他们的质疑并表示反对时,王某却强势称:后进学员必须留下来——退费不可能!

本报记者 罗水元

上海市教委“六条禁令”

- 严禁中小学校组织、要求学生参加有偿补课;
- 严禁中小学校与校外培训机构联合进行有偿补课;
- 严禁中小学校为校外培训机构有偿补课提供教育教学设施或学生信息;
- 严禁在职中小学教师组织、推荐和诱导学生参加校内外有偿补课;
- 严禁在职中小学教师参加校外培训机构或由其他教师、家长、家长委员会等组织的有偿补课;
- 严禁在职中小学教师为校外培训机构和他人介绍生源、提供相关信息。