

资本狂飙突进下的在线教育

课程质量堪忧 教师需参加话术培训

■新华社“新华视点”记者 王菲菲 李紫薇 李伟

“花9块钱买10节课”“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”……山西太原的白女士发现,她和孩子被在线教育的广告全面包围。

“新华视点”记者调查发现,寒假期间,各大机构纷纷开启“抢人”模式,不少机构以低价为噱头引家长“入网”。在声势浩大的宣传中,上课的都是“名师”,效果都是“提分明显”,帮助孩子“实现假期弯道超车”。但实际上,不少机构的老师资质存疑,课程质量良莠不齐,一些老师无心授课,而是一门心思做销售。

低价销售隐藏套路,有的企业营销费是课程研发费的9倍多

这个假期,在线教育广告充斥各大短视频平台、社交App、综艺节目、路边广告牌。“今年的在线教育广告特别多,卖的课都出奇便宜。有的机构9块钱10节课,有的19块钱30节课,很多还送号称价值几百元的教辅材料大礼包。没有最低,只有更低。”白女士说。

相比动辄一小时几百元的线下培训,这样的低价课程对不少家长颇具诱惑力。事实上,低价里面暗藏套路。

浙江温州的李女士近期为孩子买了多种低价课程。“这些课听起来都很大,但老师们讲解关键知识点的时候往往点到为止。课程的总量虽大,却不成体系,也不愿深入讲解,而是不断引诱孩子和家长买课。只有购买正价课之后才会系统讲解,但正课的价格就没那么便宜了。”

从事在线教育行业十多年的刘启明告诉记者,低价诱惑是在线教育机构最常用的营销手段,主要是为了引流,效果也不错。

刘启明告诉记者,部分在线教育机构营销攻势强大,小视频广告大多是请演员来扮演各种角色,有的演老师,有的演家长、学生、机构领导等。

记者发现,这些广告普遍套路化,大力制造冲突,加剧家长焦虑。有网友将这些模式总结为:逆袭情景“爽剧”、家长痛点情景剧、价格对比情景剧等。

“为了博眼球赚点击量,卖课广告虚构故事、制造紧张情绪,把本来就焦虑的家长搞得人心惶惶。”刘启明说。

据了解,在线教育行业投入的巨额资金真正被用在课程研发上的并不多。以“跟谁学”为例,其2020年第三季度的销售和营销费用为20.56亿元,研发费用是2.2



中消协1月29日表示,近来涉及教育培训、健身、家政等预付式消费纠纷显著增加,强烈谴责和反对“跑路前促销”的不良营商手法。

□新华社发 王鹏 作

亿元,营销费用是研发费用的9.3倍。

除线上线下广告外,在线教育机构还做起了“口碑裂变”营销,即利用家长推荐课程。刘启明告诉记者,家长之间推荐课程本无可非议,但在企业刻意推动下,有的家长专门做起了拉人头的生意,一个人头能获得上百元。

“我们报的课就是一位家长推荐的,说某个老师上课有多好,但交钱后发现,上课的并不是这个老师,更没想到家长推荐是为了报酬。”李女士说。

有的教师无证上岗,部分教师为劳务外包

无论线下还是线上培训,师资是家长最为看重的。但记者调查发现,由于准入门槛低,一些在线教育机构的教师资质堪忧,而且管理松散、流动性大,难以保证教学连续性。

在机构的宣传语中,老师要么是经验丰富,“名校20年一线教研”,带的学生考上名校不是梦;要么是名校毕业,北大、清华的比比皆是,哈佛等海外名校的也不鲜见。

“先不论真假,即便真的是名校毕业的,也不一定擅长教学。”家长王女士说。

多位在线教育机构的老师说,机构通常会在广告中宣称某位老师是金牌讲师,授课课时超多,经验丰富,但“这些都是老师自己写,别吹得太离谱就行”。

记者还发现,培训机构的不少老师是无证上岗。

2019年7月,教育部等六部门印发《关于规范校外线上培训的实施意见》,明确规定所有教师需持教师资格证上岗,并且要在培训平台和课程界面的显著位置公示培训人员姓名、照片和教师资格证等信息。

然而,不少机构对这一要求视而不见。曾在在线教育机构“学霸君”任职的高老师告诉记者,机构对教师资格证并不在乎,招聘的时候要求本科就行,对专业没有特别的要求,他只经过一轮远程试讲就通过了招聘程序,开始授课。

赵悦2019年在读研究生时曾在“学霸君”担任兼职教师,在同为兼职老师的室友推荐下,没有经过面试就直接上岗带课。“上课内容没有人监管,有时候甚至通过微信语音给学生上课。”她说。

“先上课再考证”的现象在在线教育机构中司空见惯。“机构这边放得很开,有的教师无证授课两三年。因为怕教育局查,现在也会要求教师去考证。”在太原一家在线教育机构任教的薛强说。

记者发现,很多头部在线教育机构的授课教师是与人力资源公司签订劳动合同,教师实际上与机构没有直接关系。业内人士表示,教师外包的模式极大降低了在线教育机构的成本,利于增加利润和迅速扩张。但这种情况下,机构对教师的管理就比较松散,无法保证课程质量。

薛强说,日常只有一到两个教师与他

线上联系,负责核对业绩、下达通知、发放教学资料等,“没有固定的部门,也没有固定的同事,缺少业务讨论和交流的氛围,也缺少组织纪律,始终游离在机构外部,但是又从事了核心业务。”

“授课”变“售课”,教师要参加话术培训

在线教育机构的课程质量和授课效果究竟如何?记者发现,尽管其中不乏精品,但大量低质课程也混杂其间,课程质量不稳定、不可控。

太原的张女士为女儿购买了某在线教育机构的阅读作文课,发现老师教的都是套路,作文题都有模板,阅读题都有公式。“功利性很强,不强调思维方式和基础素养的提高。”她说。

有业内人士表示,当前一些热门的在线课程噱头很大,实际效果如何却存疑。如某AI教育平台做了一套教学系统,宣称AI老师已达到了20年教龄的水平。但事实上,这套系统连当地用什么版本的教材都不清楚。

记者了解到,一些在线教育机构的教师并不专注教学,而是绞尽脑汁地售课。

高老师告诉记者,公司给他们下达的重要任务就是让家长不断买课、续班,为此还要参加专门的话术培训。在考核指标的指挥下,教师如想增加收入就必须做一个

好销售,而不是钻研如何提高教学水平。

“很多时候,学生叫我老师,我都在心里暗暗惭愧。其实我们是半个老师、半个销售,真的配不上‘老师’这个称呼。”高老师说。

记者在高老师提供的一份名为“转化话术七问”的培训资料中看到,针对经济条件不太好的家长,培训机构引导其使用信用卡付款或者进行网贷。

曾在“学霸君”负责课程销售的赵老师透露,公司围绕帮助家长办理贷款进行专门培训,提供了贷款办理的详细流程和链接。“在公司的管理规则下,我必须说服更多家长购买课程、办理网贷,才会被视为一个合格、优秀的员工。”他说。

资本狂飙突进,在线教育被视为一个流量生意

在中消协不久前发布的2020年十大消费维权舆情热点中,在线教育机构榜上有名,其中提到:2020年7月,“学而思”网校存在低俗视频、教唆早恋等突出问题;在线英语学习机构“阿卡索外教网”被曝外教教学质量差,迟到、玩手机等现象屡见不鲜;“哒哒英语”被指擅自修改课程属性,主修课缩水变身口语课。

业内人士认为,在线教育机构种种乱象的背后,是资本的狂飙突进,以至于教育性越来越弱,资本性越来越强。

中国科学院发布的报告显示,作为在线教育的重要分支,从2014年到2020年七年间,K12(学前教育至高中教育)在线行业总融资金额约600亿元,其中头部品牌融资金额约290亿元。整个在线教育行业2022年市场规模将超过5400亿元,其中K12在线教育作为重要分支,2022年市场规模将超过1500亿元。

“一些机构只是将在线教育视为一个流量生意,少有人真正从教育的角度去思考如何打造一个有利于学生自主学习的平台。”刘启明建议,可由客观的第三方非营利组织对各家机构的师资、教学效果等进行科学评定。

华中师范大学信息化与基础教育均衡发展省部共建协同创新中心执行主任王继新建议,相关部门应加大对在线教育机构资质和内容监管,保护学生和家长的利益,严格落实《关于规范校外线上培训的实施意见》中的具体要求,建立在线教育机构及其从业人员负面清单制度,对于列入负面清单的机构和人员依法依规进行处理。

同时,相关在线教育机构应加强行业自律,将更多精力放到教学研发上,而非一味进行“烧钱大战”。

(新华社太原2月22日电)

公益诉讼剑指食品“直播带货”

检察机关开展专项监督

■新华社记者 刘硕 陈菲

剑指“网红代言”“直播带货”……全国检察机关针对网络销售新业态涉及食品安全问题开展专项监督,通过公益诉讼紧盯网络食品销售等领域的问题。这一举措如何更深、更实、更有效?记者就此采访了最高人民检察院有关部门负责人。

据了解,各地检察机关自活动开展以来,通过调查走访、问卷调查等多种形式获取问题线索,并与市场监管部门密切协同,有效监督解决了一批危害群众利益的问题。

统计数据显示,2020年7月至2020年末,全国检察机关在“公益诉讼守护美好生活”专项监督活动中共受理案件线索3.4万余件,立案3万余件,其中涉及食品药品安全领域立案7569件,包括农贸市场及超市农产品食品违法类4718件、网络食品违法类1887件、保健食品违法类964件。

其中,北京铁路运输检察院的举措堪称典型。北京铁检院通过媒体报道等渠道了解到,一些直播、短视频平台内部分用户通过“直播带货”“视频推荐”等方

式销售没有食品标签、生产许可证编号不真实等“三无”食品,在食品销售详情页对成分或者配料表、净含量、生产日期、生产者的名称、地址、联系方式、保质期等信息也未予明示。

而部分用户在通过直播、短视频的形式展示所销售的食品后,在个人主页标明微信号或其他联系方式要求线下交易,以逃避平台对交易的监管。

了解到这些信息,再结合北京市消费者协会、“12345”热线等投诉举报信息,北京铁检院即刻立案开展调查。

直播带货时长动辄数小时,销售商品多达几十个,中间夹杂的违法行为具有相当的隐蔽性。个别违法者为了逃避监管,刻意对违规信息以错别字或者拼音、谐音代替,增加了信息搜寻难度。同时现有技术条件也无法实现对直播、短视频内容的自动筛选和提取。

面对这些难题,北京铁检院迅速圈定重点人群,重点关注违法行为多发的“网红食品”“手工自制食品”领域,用关键词检索锁定部分主播,综合运用录屏、截图、录音、人工记录等多种方式固定证据。同时,检察机关还把主播引导线下

交易以逃避监管等存在监管漏洞的行为纳入监督视野。

随后,北京铁检院发出检察建议,督促北京市海淀区市场监督管理局加大对平台内直播电子商务行为监管力度。

海淀区市场监管局对涉案商户、用户的违法违规行为采取了更新食品经营许可信息、下架商品、下线商户等整改措施,并开展了网络食品安全专项整治活动,约谈短视频平台加强整改,要求辖区内13家网络食品第三方平台全面开展自查自纠。

检察机关还与市场监管部门共同引导在京短视频行业领域龙头企业联合制定并签署《网络直播和短视频营销平台自律公约》,压实平台管理责任。

最高人民检察院第八检察厅厅长胡卫列表示,最高检将网络销售食品外卖包装材料不符合规定,“网红代言”“直播带货”等涉及食品安全问题等作为专项监督活动的重点监督领域,旨在引导各级检察院全面依法履行公益诉讼检察职责,督促行政机关加强监管,对相关违法行为依法严肃查处,切实保护消费者合法权益。(新华社北京2月22日电)

国务院印发《关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》

新华社北京2月22日电

经李克强总理签批,国务院近日印发《关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》(下称《意见》)。

《意见》指出,革命老区是党和人民军队的根,是中国人民选择中国共产党的历史见证。革命老区大部分位于多省交界地区,很多仍属于欠发达地区。要深入贯彻党中央、国务院决策部署,支持革命老区在新发展阶段巩固拓展脱贫攻坚成果,开启社会主义现代化建设新征程,让革命老区人民逐步过上更加富裕幸福的生活。

《意见》强调,要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神,坚持和加强党的全面领导,坚持以人民为中心,立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展,巩固拓展脱贫攻坚成果,激发内生动力,发挥比较优势,努力走出一条新时代振兴发展新路,把革命老区建设得更好,让革命老区人民过上更好生活,逐步实现共同富裕。

《意见》明确,到2025年,革命老区脱贫攻坚成果全面巩固拓展,乡村振兴和新型城镇化建设取得明显进展,基础设施和基本公共服务进一步改善,居民收入增长幅度高于全国平均水平,对内对外开放合

作水平显著提高,红色文化影响力明显增强,生态环境质量持续改善。到2035年,革命老区与全国同步基本实现社会主义现代化,现代化经济体系基本形成,居民生活水平显著提升,基本公共服务实现均等化,人民生活更加美好,形成红色文化繁荣、生态环境优美、基础设施完善、产业发展兴旺、人民生活幸福、社会和谐稳定的发展新局面。

《意见》明确了三个方面的重点任务:一是巩固拓展脱贫攻坚成果,因地制宜推进振兴发展,推动实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接、促进大中小城市协调发展、对接国家重大区域战略。二是促进实体经济,增强革命老区发展活力,完善基础设施网络、培育壮大特色产业、提升创新驱动发展能力。三是补齐公共服务短板,增进革命老区人民福祉,提升公共服务质量、弘扬传承红色文化、促进绿色转型发展。

《意见》提出,要健全政策体系和长效机制。相关省(自治区、直辖市)要将革命老区振兴发展列为本地区重点工作。有关部门要研究制定支持革命老区巩固拓展脱贫攻坚成果、基础设施建设、生态环境保护修复、红色旅游等重点领域实施方案。