

教育培训机构“预付式消费”咋“排雷”？

多地引入第三方平台加强监管

北京市广告监测中心的数据显示，从2020年6月开始，教育培训类违法广告开始在互联网大量出现，且呈现增长态势。虚假广告出现并快速增长的这段时间，正是从今年暑假开始在线教育的获客“混战”期。

虚假广告只是在线教育乱象之一，教育部基础教育司相关负责人近日接受中央纪委国家监委网站专访时介绍，“一些机构通过打折、返现等方式，诱骗家长长期交费”。

可以说，在线教育虚假广告与被恶意利用的预付费模式相互联系。对此，2021年全国教育工作会议明确表示，尽快制定治理方案，重点整治唯利是图、



学科类培训、虚假广告等不良行为。“靠教育部门难以对预收费收取进行有效监管，如果群众不举报，很难及

时发现培训机构的违规收费问题。同时，培训机构作为市场主体，教育行政部门无权对其资金使用进行监管，无法对其经营状况作出有效判断，待机构“跑路”或停业后，相关部门再介入为

时已晚。”教育部基础教育司相关负责人接受中央纪委国家监委网站专访时说。

“预付费并非教育行业天经地义的商业模式，相反容易给教育培训机构造成一定的惰性，而取消预付费之后，教育机构之间的信用差异将更加明显，从而为信用更好的机构带来更大的商业

价值和机会。”有业内人士说。

更严格的监管已经山雨欲来。近日召开的2021年全国教育工作会议明确表示，大力度治理整顿校外培训机构。要全面评估前期治理工作，尽快制定治理方案。重点整治唯利是图、学科类培训、虚假广告等不良行为。综合运用经济、法治、行政办法，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。

寒假开始前，成都市郫都区教育局发布选择校外培训机构指南，明确呼吁不要因为机构提供打折、送课等优惠措施而超期超前交费。

1月14日，北京市最先在石景山区试水，推出石景山区预付式消费信用监管和服务平台，首批51家校外培训机构纳入平台。学生家长交的每一笔课时费用都能在平台中查到，培训机构如果出现资金异动，有相应的预警机制。

在线教育：虚假广告背后的增长焦虑

法广告开始大量出现，在6、7、10、11、12月里均进入前5名，数量从90个一路上涨到232个，占监测到的全部违法广告的比重从4.91%上升到8.67%。

广告的背后是在线教育对于获客和增长的饥渴。据报道，在线教育头部公司猿辅导2020年用于投放效果广告的成本高达数十亿元，仅暑假期间的效果广告投放就达10亿元。

猿辅导创始人、CEO侯建彬近日表示，2019年暑期行业在抖音、微信等平台投放获客成本大约2000元/正价班人次，2020年暑期这个数字是大约3000元，2020年秋季这个数字大约是4000元。行业内测算，部分高度依赖外部投放、没有自有流量的企业，恐将陷入无法回本的境地。在获客成本持续上涨的“极限压测”中，这些企业恐将陆续退出。

在如此高消耗的广告战之下，在线

教育在靠什么苦撑？

主要贡献来自融资。猿辅导在2020年完成了多次融资，金额相加达到了创纪录的35亿美元；作业帮2020年分两次融入了超过23.5亿美元；传统教育巨头好未来为了应对竞争，2020年11月宣布15亿美元新发A类普通股，12月又与投资者达成了33亿美元的私人配售，融资48亿美元。

另外的“底气”则来自教育行业的预付费模式，学生报名时预付一定时期的学费，从而为在线教育公司提供了稳定的现金流。一些头部在线教育公司的财报显示，每个季度的递延收入可达约20亿元，这即是在线教育公司已经收取但还在以后提供服务的学费。

预付费模式同样潜藏着风险。教育部基础教育司相关负责人近日接受中央纪委国家监委网站专访时介绍，虽然国家明确面向中小学生的培训机构不得一

次性收费时间跨度超过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，一些机构仍通过打折、返现等方式，诱骗家长长期交费。

这在一对一和启蒙教育赛道尤其突出。在线外教一对一机构阿卡索外教网的销售人员提供的价目表显示，该机构一次性购买的课时包从180—1080节课不等，欧美外教课的一次性收费也在1.4—6.4万元之间。这已经远远超过了教育部门的规定。

用户购买的课时越多，阿卡索外教网会提供更多的课时，红包优惠。然而，课时包的有效期却很短，上述销售人员介绍，以180节的课时包为例，有效期仅7个月左右，期间可以申请冻结一次，但最长1个月。

“这是为了督促用户保持每天一节课的频率学习，从而达到最好的学习效果。”这名销售人员说。然而，一旦超过

专家观点

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍：

教师不能为教育培训类广告代言

教育培训类广告不得利用教育相关专业人士作推荐或是代言；如果广告的演员是一个网红，并未违反上述规定，但在广告里她的形象体现为一名教师，从而引起消费者的误解的话，则涉嫌虚假广告。

在线教育公司一般把广告交给第三方去推广，但第三方如果出现问题，在线教育公司作为广告主，对于虚假广告也是要承担责任的，所以还是要务实在线教育公司的责任，加强广告内容的审核，不能交给别人自己不管了。

有效期，未上完的课程要么作废，要么转入新购买的课时包，销售人员称不会给用户退费。

教育部基础教育司相关负责人接受中央纪委国家监委网站专访时介绍，一些线上培训机构为了占领行业主导权，恶意降低收费以赔钱的模式运营，挤压中小机构造成行业发展不平衡的同时，自身也面临经营风险，一旦融资跟不上资金链断裂，企业可能迅速倒闭，造成群众预收费无法退回，比如近期非正常停业的“学霸君”“优胜教育”等，损害了群众的利益。

遗失声明

兹有罗颖持有富豪三里花城10栋1单元1103购房收据两张(编号0034684,金额50000.00元,时间:2019.4.2;编号:0032944,金额:273355.00元,时间:2019.4.18)不慎遗失,声明作废。

罗颖

2021年1月28日

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局“五点”措施积极推进接诉即办工作

为更快、更好、更有效为辖区群众解决诉求问题，丰台区市场监管局云岗街道所迅速调整、加快部署，提出“五点”措施积极推进接诉即办工作。一是提服务，优态度，找准出发点。提升执法人员服务理念，从思想上重视，从行动上自觉，将接诉即办当做“家里人、家里事”来办。二是畅流程，明责任，夯实落脚点。集中全所力量，强化对执法人员培训，畅通工单的接收、处理、审核、回、归档统计的五个主要步骤。三是强监管，严执法，抓住关键点。强化巡查，严格执法，夯实接诉即办基础，确保办的合法、高效、有力度。四是促协同，谋合作，共寻突破点。根据辖区特点，对于电动车整治、无证无照行为整治等行为。五是学政策，熟规则，用好高点。安排专人、专岗、专责抓好接诉即办工作，将接单、退单等规则学透、学精、学明白，主动联系业务科室学习请教，用好剔除挂账政策，努力拔高既有成绩。(田英)

增长的饥渴

在教育广告中，不管演员的真实身份是不是老师都可能违反广告法。《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。

随着在线教育广告投放从2020年开始渐趋白热化，虚假广告也开始出现。北京市广告监测中心的数据显示，整个2019年和2020年上半年，教育培训类违法广告都没有进入过年度违法广告数量的前5名。但从2020年6月开始，教育培训类违

举杯西凤

山河无恙

全国统一售价: 1299 元

陕西西凤酒股份有限公司 招商电话 400-860-1919