

打着口号“包装名师” 招生教学“套路满满”

# 艺术培训创业公司受利润驱动乱象丛生

少儿艺术培训市场在暑期迎来旺季。记者在网以“少儿艺术培训”为关键词进行检索,美术、表演、语言培训等种类繁多的上百万条机构信息映入眼帘,这些机构多打着“为未来投资”“零基础高成就”等口号吸引家长的目光。

前瞻产业研究院所作的《2018-2023年中国少儿艺术培训行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》显示,2017年,国内少儿艺术培训机构数量为6995家,市场规模接近629亿元。据估算,我国每年参加各类艺术培训的青少年儿童超过1亿人次。

然而,记者在采访中发现,在利润的驱动下,一些新兴的培训机构在实际的招生与教学中“套路满满”。



## 套路一:虚报资历“包装名师”

由于女儿从小喜爱朗诵,河北省保定市的李晴在暑假前,咨询了一家艺术培训机构的播音主持课程。

“负责人介绍得挺好,说老师是当地一本院校播音主持专业毕业的,科班出身,有好几年的教学经验。”李晴十分动心,便给孩子报了名。

然而孩子上了几节课后,李晴发现,老师都“太年轻”。李晴介绍,“我发现所谓已经毕业的老师实际上还在上学,而且并不是一本院校。”

以包装名师为噱头吸引家长报名成了行业潜规则。在艺术教育行业从业超过5年的朱念(化名)说:“家长都比较认可‘名师’,机构刚创办的时候不好招生,就靠包装名师来吸引家长。”

朱念在重庆读大学时,曾在一家少儿艺术培训创业公司做兼职,当时机构把她包装成了“名校毕业”“在教育行业工作两年”的“名师”,甚至还给她长了年龄,“机构负责人告诉我,如果有家长问,就说已经24岁了,但其实当时我只有19岁”。

崔盼盼(化名)曾在一家地方电视台实习,协助做后期剪辑。后来在北京某创业公司兼职期间,她被包装成了“电视台主持人”,还成了机构的“明星老师”。

一位艺术培训公司创始人向记者透露:“‘参加过比赛’被说成‘获得优异成绩’,‘从事过相关行业’被包装成‘业内优秀人才’。不少机构还标榜研发中美、中法双向教学体系,但实际上老师都没出过国。”

## 艺术培训乱象如何规范

艺术培训公司如此折腾“套路”的重要原因是利润驱动。

一般艺术培训类课程以课时包的形式推销给家长。崔盼盼所在的公司主推的课时包,费用为1.3万元,其中包含80个课时,“但每次一个半小时分成两节课来上,一次算两个课时,实际上孩子只上了40次课,来一次就刷300多元”。这是一家小型创业公司,一共开了10个班,每个班4人,老师工资每次课80元-200元。

对老师和课程不满意,觉得受到欺骗的家长,想要退费很难,机构往往会以“课时超过退课限制”“不允许退课只能换课”等理由拒绝要求。在家长于晓看来,家长损失的不仅是金钱,更大的损失是孩子的教育时间成本,上了一个“套路满满”的培训机构,没有学到有用的知识,白白浪费了时间。

记者了解到,目前,针对少儿艺术培训行业,监管多参照《民办教育促进法》与《民办教育促进法实施条例》,但由于该行业涉及部门较多,往往需要多部门联合执法,在实际操作过程中困难重重。

春林律师事务所律师庞九林认为,当前行业内乱象频出,很大程度上是因为市场需求大、利润高,导致一些机构“套路”家长。目前能够对行业进行规制的部门很多,工商管理部门、教育部门都可以进行监管及整治,家长如遇到问题可以联系这两个部门。在认定机构虚假宣传时,家长可以尝试使用《广告法》进行维权,“《广告法》对于虚假广告一般处以广告费用3倍以上5倍以下罚款,广告费用无法计算或者明显偏低的,处20万元以上100万元以下的罚款。”然而,如何认定培训机构采用虚假广告是一个难题。

在接受记者采访时,北京电影学院副院长、博士生导师孙立军说:“艺术培训机构首先要尊重自己,珍惜自己的口碑,提供物有所值的服务,扎扎实实做事,有志于做成一个大的品牌。”他认为年轻人不应该仅仅为了追逐利润而去创业,更重要的是发挥所长,有一定的责任感,让社会的文化氛围更好。

孙立军建议家长要理性选择辅导班,了解它的资质和办学实力,并可连续听一段时间的课,以评判其质量。针对一些艺术培训机构的“套路”,孙立军建议相关部门加强监管和惩罚力度,让市场更加健康,留下好的机构服务社会。(王聪聪 刘妍 孔媛媛)

## 套路二:试听课和正式课大相径庭

对于很多家长来说,在选择培训班时,试听课是最直观地了解培训机构与授课老师的途径。如何在短短一两个小时内留住试听课上的孩子和家长,让很多机构煞费苦心。

朱念当时兼职的机构,是北京一家颇有名气的青少儿播音主持培训机构的加盟公司,“试听课基本上是总部派来的老师上,一个半小时的课程井井有条,孩子学习的积极性都被调动起来,反响特别好,每次一下课就有十几个家长报名”。然而,这些老师是选拔出来专门讲试听课的,试听课经过机构反复斟酌确定,“为的就是吸引家长报名”。但真正报名后,授课

老师并非试听课老师,课程设置也与试听课完全不同。

朱念说:“很多家长受不了找到讲课的我,但是我也没办法,因为是机构这样安排的。也有很多学生问我第一堂课的老师什么时候来呀?我也没办法回答,因为我知道她再也不会给已经报名的学生上课了。”

而给孩子们正式上课的朱念,甚至没有经过培训便直接上岗,“就给了我一套书,让我按照书上的教。什么课程研发、课程安排,都是我自己摸索的。”

北京的于晓曾带着孩子去小区附近的一家艺术培训机构试听课程,填了一张

有孩子学校信息的登记表,下课后,她被该机构招生老师告知:“你们小区在这个学校上学的好多孩子(直接说出孩子姓名)已经报名上课了。”感觉课程还不错,想着孩子之间也熟悉,于晓当场报名。但事后她碰到一位家长,才知道对方也是被这样忽悠的,正式的课程并没有试听课那么丰富,同一个学校的孩子也寥寥无几。

崔盼盼介绍,公司会在试听课后对没给孩子报名的家长进行回访,如果有家长反映是因为不满意老师,则公司会对老师“停课”,因此老师在上试听课课时,千方百计地讨好孩子,甚至用小奖品和孩子约定一定要和家长说“我喜欢这里”。

## 套路三:一切为了“表演”

刘莎(化名)在内蒙古巴彦淖尔市五原县的一家艺术培训公司做全职老师,该公司成立不足一年。目前她教的口才课程是该公司现阶段的主打课程。为了吸引家长给孩子报名暑期班,公司在课程设置上“下了不少功夫”,“一节课两个小时,我们只教一个绕口令,就是让孩子反复背诵、练习,中间穿插游戏环节。”

科班出身的刘莎对这种做法非常不满,她认为这样的课程安排只是为了“展示”,“回去家长一问,今天学什么了呀?孩子就把绕口令神情并茂地展示一遍。

但实际上,锻炼口才更重要的一些东西,比如发音、思维,孩子全没学到。然而,很多家长一看,一节课就有效果,就会介绍身边的人来报名。”

记者在采访中发现,不仅仅是口才这类表演性质较强的课会被一些创业公司赋予“表演”性质,其他培训课也是如此。

吉林长春的戴琴(化名)从事少儿美术培训两三年了,她告诉记者,让孩子画好一幅画的秘诀在于“示范”。

在备课时,老师会挑选适合孩子年

龄的图案进行准备,并且画好“范画”,设计好该画的构图法则,在实际教授过程中,只要孩子重复教师的步骤,就可以“画出”一幅精美的图画。对于一些“画得实在太差或者根本不想画”的孩子,老师甚至上手代笔。“一堂课下来,总要让家长看到一些‘学习成果’。”戴琴说。

在填色时,戴琴也有“秘诀”:“一般孩子都会照着‘范画’上色,有一些孩子可能想涂自己喜欢的颜色,多数老师会告诉孩子‘这个颜色不好,要换别的颜色’,有时候我们就帮孩子涂了。”