

随着各类寒假校外培训的不断出新,市场上商机频现——

假期教育消费利多弊也大

本报记者 李哲

①1月19日,在一家书法培训机构,孩子们正在学习书法。

本报记者 李树贵摄

②1月19日,北京市丰台区一家培训机构在教孩子们学习京剧。

远舟摄



①



②

寒假来临,走出校园的孩子们将扎进了各种校外培训之中。有的孩子为了升学,有的孩子为了兴趣,有的孩子想出国一游,有的孩子热衷于之乎者也……热闹的景象背后催生出巨大的教育消费市场。

“弯道超车”热度高涨

想要还给孩子一个正常的假期,根本还是在变革现有的教育评价体系

近日,一篇名为“寒假牛娃养成计划”的文章在微信朋友圈广为传播,文中列举了几位家长为“小升初”孩子制订的寒假补习计划。“宁可错杀一千,不可放过一个”,一位家长放出“豪言壮语”,认为孩子要上的补习班一个都不能少。他准备从现在开始,让上四年级的孩子参加奥数班和作文班,以及各种综合科目辅导班,此外周末还得上个一对一的特殊补习班。“先把补习的节奏培养起来,那些培训班能不错过就不错过。”这位家长如是说。

调查显示,在课外培训辅导市场中,文化课的补习占大头。不少家长都抱着“弯道超车”的想法给孩子安排“充实”的假期。这背后是望子成龙心态的不断高涨,据上海社会科学院社会学研究所和上海市妇联联合发布的“上海家庭教育现状分析调查报告”显示,与十年前相比,希望子女未来达到本科以上学历的家长从39.9%上升到54.6%,而希望子女不必达到本科学历的家长从18.3%减少至2.6%。家长自身教育程度越高,对子女的教育期望也越高。

在此种心态的驱使下,家长们在培训班上的投入可谓一掷千金,课外教育的投资水涨船高。数据显示,上海家庭对孩子的课外教育投资普遍较高,一学期花费的平均值约为5500元,中位值也达到3000元,占家庭同期可支配收入比例在10%及以下的占61.28%,在20%以上的占17.94%。而且,独生子女家庭比非独生子女家庭对孩子的课外教育投资更高,家长本身是独生子女的比非独生子女家长的教育投资更高。

“中国十大城市生育成本排行榜”曾显示了这样一笔账:北京,276万元;上

海,247万元;深圳,216.1万元;广州,201.4万元……尽管数字不同,然而在网友详细列出的孩子养育支出清单中,教育消费成为各大城市家长的最大支出。一时间,“生得起养不起”成为最热门的话题。

不过,课外辅导绝非万能灵药。“若想提高成绩,关键还是在课堂内努力,课外辅导的质量参差不齐。”来自北京市昌平实验中学的赵老师说道,在他所带的高三班级中,有的学生甚至逃课去参加课外辅导班,而事实证明这样的效果并不理想。

事实上,随着社会的进步,年轻的家长们越来越喜欢将“身心健康”作为成功教育的重要衡量标准之一。不少专家也坦言,家长们用各种学习班将孩子们的假期生活安排得满满当当的方式并不妥当,假期必须留给孩子足够的可自由支配的时间和空间。家长们为何如此热衷于课外辅导和培训?教育资源有限、就业压力日增,孩子放假时没有合适的去处等因素促成了家长无奈的选择。

想要将正常的假期还给孩子,根本的手段还是在变革现有的教育评价体系。“现实的制度和评价体系才是引导家长作出教育选择最重要的标准。”教育学者熊丙奇认为,政府部门应深入推进我国教育管理制度改革,扩大政府对基础教育的保障力度,减轻教育者的负担。

出国游学蔚然成风

家长们要根据家庭的经济实力和孩子的年龄进行选择,不要盲目追逐海外游学风

就读于上海外国语学校附属中学初中部的小徐,今年刚刚初一。她距离升学压力尚远,选择了去美国过寒假。记者了解到,小徐参加的是出国游学项目,与她一起去的还有其他同学和老师,游学的目的就是参观和交流。

小徐介绍,她此行的花费需要几万元。之前,她已经参加过一回前往英国的游学。与海外留学不同,游学是个短期的,没有任何学业任务的项目,这种跨国体验式的教育模式日渐走红,市场不断扩大。冲着“浸泡式英语教育”的目

的,家长们心甘情愿地掏出巨资送孩子参加游学冬/夏令营。

增长见识和留学考察是目前市场上游学项目的主要目的。以增长见识为主的项目主要针对人群是小学生和初中生,旨在通过游学了解国外文化和生活;以留学(课程)预考察为主的项目中,参加者多是具有出国留学打算的高中生,希望提前体验相关国家和学校的留学生活,了解报考院校的氛围等。

离开熟悉的语言和环境,出国游学往往能带来不小的新奇,不少孩子结束后都表示意犹未尽。然而,这种意犹未尽究竟是来自于“游”还是“学”呢?

面对“豪掷万金”的家长,不少机构都纷纷盯上了游学的这块蛋糕。在庞杂的市场上,比较成熟的游学机构所占的市场份额并不大,不仅旅游业、咨询业不断加强游学项目的成本投入,不少旅行社还会与国内公立学校建立合作。也正由于如此,监管困难的确存在。

在此情况下,家长们一定要理性面对,根据家庭的经济实力和孩子的年龄进行选择,不要盲目追逐海外游学风,更不要助长孩子们的攀比情绪。

说到海外游学,不妨盘点一下国外孩子们的假期:在德国,老师一般不会布置假期作业,因为休息的时间就是用来休息的。不过,高考前一两年,一些老师会建议学生利用假期复习某方面知识。在阿根廷,假日是“神圣”的,没有什么比和家人在一起享受休闲的时光更重要,老师更多的是给孩子们布置阅读书单和社会调查。在日本,中学社团活动丰富多彩。不过,由于日本崇尚学历的社会,不少学生的寒假也依然忙碌,天天上补习班的孩子并不少见。

“互联网+”带来商机

越来越多的孩子正逐渐适应互联网教育的特性,这也成为教育消费的另一个商机

伴随着传统音乐的节奏,6岁的莎莎正在跳着一曲“荷叶舞”。在北京市丰台区的某少儿艺术培训机构,莎莎的妈妈告诉记者:“莎莎学习民族舞有两年时间了。平日里的周末班,一个课时

120元。进入寒假,就给她报了假期集训班,5天时间集中训练的学费是2200元。”谈到学习跳舞的目的,莎莎的妈妈说,跳舞就是为了让孩子多学点特长,陶冶情趣、丰富生活,如果在以后的升学过程中,特长能够助一臂之力就更好了,不过暂时还未想到那么长远。

在这个艺术培训机构附近,记者还看到了跆拳道、武术、英语、美术、乐器等各种各样的特长培训班,不少机构门前都挂出了醒目的假期课程宣传单:“跆拳道、双节棍寒假招生”,“拉丁舞少儿班开课啦”,“一对一钢琴课欢迎免费体验”。

“寒暑假学习特长的孩子明显比平时增多,假期的学费一般不会涨价,但是课时量会相应增加,因此学费总额会变高。”古筝老师陈静说道,跟她学习古筝的孩子从幼儿园到高中都有,大部分都是为了拓展兴趣爱好。

特长班的遍地开花,寄托了家长对孩子全面发展的美好期待。此外,国学班的兴起也成为了近年来一股热潮,书院、学堂等对中华优秀传统文化的传播教育引发了不少追捧。日前,来自上海的某学堂首次落地北京。“自报名信息发布以来,每日咨询报名的电话络绎不绝,现报名人数已超一百余人,原定1月28日结束的报名时间提前截止。”面对火爆的关注,该学堂只好发布消息,提前结束报名,并要求所有的家长和孩子都要经过面试,方可入学。

随着一线城市数字校园实验项目的发展,越来越多的孩子正逐渐适应互联网教育的特性,这也成为教育消费的另一个商机。据悉,从家长购买互联网教育产品的调查来看,使用互联网的家长中44%购买过相关产品。基础教育用户是互联网产品更为积极的使用群体,而有购买互联网产品服务能力的家长受学校、教师影响最为显著,六成家长愿意接受学校或教师的推荐。

可见,在“互联网+”的席卷之下,教育也搭上了网络快车。有不少免费的教育资源也借此传播开来。记者了解到,在一些互联网教育平台上,有老师以1元的价格长期辅导贫困学生,有聋哑学生找到手语老师在线辅导等。在线教育突破了时空和距离的限制,能够使得优秀老师发挥出更大的价值。

业内观察

携程旅行网春节大数据显示:

近七成旅客选择境外游

本报记者 李治国

新春佳节临近,除了与家人团聚之外,筹备一次或长短的度假旅行也成为不少市民过节的方式之一。携程旅行网的大数据统计显示,近年来随着国内游客旅游观念的转变,享受型需求正不断增长,今年春节有近七成旅客选择境外游,超过六成旅客准备入住星级酒店。

统计显示,2016年春节国内游客对于五星级(4-5星)酒店的需求远超预期,境外星级酒店占比超过六成,境内星级酒店占比也达到53%;同比去年春节,境外星级酒店占比为51%,境内星级酒店占比仅为35%。“星级酒店的需求逐年增长,说明国内游客对于旅游品质的要求越来越高,旅游观念也正在逐渐改变,不再是走过、路过、看过,享受型需求正成为国内游客旅行方式的主导。”携程旅行网相关负责人表示。

在目的地方面,境外排名前三的酒店目的地分别是香港、台北和新加坡。前往香港的旅客在选择酒店时,首先考虑购物便利性的占比达到75%,远高于东京、大阪、首尔等地25%的均值;前往台北的旅客会更多地考虑酒店周边的亲子设施,占比达32%,首度超过对于购物的需求。

在境内酒店目的地中,厦门、上海、三亚居于前三,其后为北京、广州、杭州、哈尔滨、深圳、苏州、南京。其中,前往杭州、哈尔滨、深圳三地的旅客会优先考虑入住亲子类或周边有亲子设施及游乐园的酒店,占比分别为31%、36%和35%;而入住上海和北京两地酒店的旅客,会优先考虑购物因素,占比分别为45%和60%。

2016年春节,预计国内游客对于境内、外目的地的选择变化不大,大多目的地依然会保持2015年的热度。境内三亚、厦门、昆明等地深受游客喜爱,境外目的地则以日本、韩国、泰国等多个亚洲周边邻国为主要出游选择。携程通过数据预测,今年春节境外旅游产品的预订量将占总量的六成以上。原因来自于国内游客对于享受型旅行需求的增长。同时,随着国内人均GDP的增长和旅行观念的改变,人们愿意花更多的时间和金钱来享受假期,享受旅行。

在目的地排名方面,境内自由排名前三的目的地分别为三亚、厦门和广州,跟团游则为昆明、三亚及厦门。境外自由行的首选依然是首尔,其次为香港和新加坡,均为国内游客喜爱的购物城市。境外跟团游排名前三依次是曼谷、东京、台北,购物与观光兼顾是比较明显的特征。此外,携程旅游专家指出,综合境内、外自由行、跟团游数据后发现,今年春节境外旅游多为2人同行,占比接近35%,境内旅游则以2大1小的三口之家为主,占比接近4成。专家表示,三口之家更愿意选择家周边的景区和城市就近游玩,出行以自驾和铁路为主;而未成婚的情侣和朋友结伴出游多数选择境外目的地。

时值寒假,中、小学生放假,境内、外亲子游市场再现高潮,“群娃奔腾”的场面将重现各大亲子游景区。在境外景区方面,香港迪士尼乐园占据第一的位置,香港海洋公园位居第三,东京迪士尼乐园第四,在2015年深受国内亲子游客喜爱的首尔乐天世界位列第八,榜单上的亲子游景区超过了半数。在境内景区方面,排名第三的哈尔滨冰雪大世界同样也出现了不少孩子的身影。

阿里旅行出新招——

自助预约为游客保驾护航

本报记者 郑彬

日前,不少旅游企业提前启动“双11”旅游产品的预售促销活动,“双11”的氛围已经热了起来。记者从各大旅游网站发现,目前推出的特惠产品多没有固定出行日期,有的有效期甚至长达一年,游客在预订时无法确定出行日期,而是在购买之后再与卖家确定哪天出行。

这种做法是否值得商榷?有专家表示,在遇到问题时,如何保障游客的合法权益,已经成为旅游企业必须面对的问题。

近日,阿里旅行正式启动了用户自助预约系统,为游客售后服务保驾护航。记者了解到,该系统专门为需要二次预约的商品研发,游客在尾款支付完毕并到达预约开始时间后,将会在自己的订单下看到预约按钮,点击之后即可清晰了解排期和库存,是否可约、还有多少库存,一目了然。

阿里旅行副总裁周正介绍说,在以往的操作中,游客多通过电话、在线聊天等方式与卖家预约出行日期,卖家的库存和日期安排是个看上去很“神秘”的东西,游客只能被告知哪个日期是否已满,还有哪些日期可以选择等。“但多次预约不成功,信息不透明等现象让游客颇为头疼。”周正说。

除了通过技术手段解决问题,周正还向记者介绍了几项通过人为把控以保障游客出行的措施,例如商家的上游采购备案、服务能力评估、甚至小二暗访等。然而即便如此,也无法避免发生卖家在游客出行前临时告知其不能成行的情况。这时游客的权益该如何保证呢?

周正表示,根据平台规则,预约成功后因卖家原因导致游客不能出行的,订单需全额退款,并按出游保障赔付标准进行赔付。如买家为达成出行另外付出了成本,在提供证明文件后,卖家需补偿买家的这部分损失。同时,阿里旅行会根据平台规则对卖家进行处理。

“买卖双方责任的严重不对等,使游客在维权时遭遇尴尬。”专家表示,目前《旅游法》规定的赔付标准普遍较低,比如境外游因卖家原因取消订单的话,消费者最多只能获得10%的赔付,如果卖家提前30天以上通知,还无需赔付。而如果买家主动取消订单,卖家往往要扣除大部分订单金额。

对此,国家旅游局提醒广大游客,在预订旅游产品前需多看多问,全面了解所预订商品的各项使用规则,同时在发生纠纷时,也注意保留证据,以在必要时维权所用。

本版编辑 梁剑箫

激活教育消费更需从供给侧入手

李亮

这几日,笔者的一位朋友忙着给孩子找钢琴老师。本以为这是一件很简单的事情,因为社会上到处都是这类培训机构的招生广告,仿佛遍地都是“中头”音乐学院的老师在招生。事情的发展出乎这位妈妈的意料,奔波了近一个月,试听了10多家培训机构课程,好不容易选定一位相对满意的老师。这位妈妈直言道,大多数培训机构的宣传和实际情况相差太大,“有的老师连中央音乐学院的门朝哪开都不知道,就敢说是那里毕业的”。

无独有偶,最近笔者认识的一位年轻的妈妈也为给女儿寻找合适的英语学校费尽周折。

我国有句老话,“再穷不能穷教育”。大部分家庭对孩子教育很舍得投入,对孩子教育消费的需求都尽可能给予满足,其他消费都可以让让步,等等。

正如我们看到的和切身感受到的,近年来我国教育消费快速升温,市场需求不断被激活。当前,市场上各类艺术培训、语言培训、职业技能培训、资格认证培训

遍地开花。互联网教育成为投资热点,在线教育行业风生水起。同时,因难以满足教育消费的需要,不少人纷纷走出国门。例如,中国留学生为美国每年直接提供超过44亿美元的收入,中国留学生为澳大利亚创造的产值在所有出口创汇产业中名列第一。

近年来,无论是“双11”迸发出的消费热情,还是在欧洲排队扫货的盛况,它们在彰显我国巨大消费潜力的同时,也暴露出国内供需不平衡的弊端。教育作为民生领域的重中之重,同样也出现类似的供需矛盾。当前我国教育产业缺乏有效需求,不缺乏蓬勃的消费动力,缺少的是有效的教育资源供给,缺少的是优质的教育资源供给。

去年在荧屏上热播的《虎妈猫爸》尽管部分情节有些夸张,但引起了很多人的共鸣。类似的情节也曾在我们身边上演。笔者所在的小区有所还算过得去的私立幼儿园,一到报名的时间,适龄孩子的家长提前1周就开始昼夜排起长队,风

雨无阻。这一幕令人唏嘘不已。

那么,优质的教育资源来自哪里?何日家长不再为了孩子的上学焦虑不安,何日家长不再为上好学校倾囊而出?

教育具有准公共产品属性,特别是义务教育,本身就是纯公共产品。政府有责任本着公平原则提供惠及全民的公共教育服务,有责任不断增加优质教育资源的供给,满足人们对教育的更高需求。但由于优质教育资源的增加并非一朝一夕之事,当前更需从存量的角度做好文章,处理好优质教育资源的配置问题。教育资源具有稀缺性,教育资源配置要考虑效率和公平问题,尽可能最大限度地发挥教育资源的使用效益。从现实情况来看,在公平和效率这两个方面都面临诸多问题。比如,地区之间人均拥有教育资源的差距过大,农民工随迁子女、农村留守儿童等弱势群体平等受教育权还没有得到有效保障,教育资源浪费现象还较为普遍等。

无论是增加优质教育资源的供给,还是优化教育资源的配置,都需要耐心。教

育是一项极其需要耐心的事业,优质教育不可能出个改革方案,或是一拍脑袋出个规划就能冒出来,而是需要付出艰苦的努力才能生长出来。

诚然,教育属于公共服务产品,教育领域不同于经济领域,不能完全由市场说了算,民间力量的进入也不能解决教育的全部问题,但如果没有民间力量的进入,不引入市场力量的配置,教育产业的发展必定会面临许多苦难。我国虽然允许民办教育存在和发展,有关部门实行了“鼓励和引导民间资金进入教育领域”的政策,但现在由于多种原因,难以吸引更多优质的社会力量加入。

对于社会力量进入教育领域,有关部门需兼顾好“放”和“管”的关系,在吸引更多资源进入教育市场的同时,更要发挥监管的角色,尽量避免上面提到的各种夸大其词的教育机构充斥市场,让消费者难以适从。政府与市场两只手的作用发挥得更好,才能很好解决我国教育产业发展中的有效供给不足问题。