

# 校外教培“退费难”有治了

清朗的网络环境是营商环境的重要组成部分,对进一步稳定预期提振信心具有重要意义。优化营商环境并非不接受批评,而是要治理网络乱象,为经营主体营造稳定、公平、透明、可预期的舆论环境。

熊  
丽

国新办近期举行的新闻发布会透露,国家网信办今年将开展“清朗·优化营商网络环境 保护企业合法权益”专项行动,聚焦网上破坏营商环境的典型问题、突出问题,开展集中专项治理,完善长效机制。优化营商网络环境,旗帜鲜明地维护企业和企业家的合法权益,是落实政策和舆论上鼓励支持民营经济和民营企业发展壮大的关键举措,对于进一步稳定预期提振信心具有重要意义。

清朗的网络环境是营商环境的重要组成部分。一段时间以来,社会上有一些否定、怀疑民营经济的言论,网络上针对企业和企业家,特别是针对民营企业及民营企业家的各类虚假信息时有出现。这些虚假信息通过捏造事实、主观臆断、歪曲解读、恶意关联、蓄意炒作和翻炒旧闻等方式,在舆论场上兴风作浪。还有的通过泄露个人隐私、诋毁侮辱谩骂、虚构私生活问题、关联炒作负面新闻、捏造违法犯罪事实、违规使用姓名肖像等方式,损害企业品牌形象,侵害企业合法权益,甚至从中牟取非法利益。网络谣言满天飞,企业疲于应对,又怎能安心搞生产谋发展?这些违法违规行为不仅损害了企业和企业家形象声誉,使企业蒙受经济损失,也挫伤了民营企业的发展信心和稳定预期,影响了民营经济作用的发挥。

改革开放以来,我国民营企业蓬勃发展,民营经济从小到大、由弱变强,在稳增长、促创新、增就业、改善民生等方面发挥了重要作用,成为推动经济社会发展的重要力量。特别是党的十八大以来,我国民营经济发展环境不断优化,民营经济不断发展壮大。国家支持民营经济发展,是明确的、一贯的,而且是不断深化的,任何否定、弱化民营经济的言论和做法都是错误的。党的二十大明确提出,优化民营企业发展环境,依法保护民营企业产权和企业家权益,促进民营经济发展壮大。党中央始终坚持“两个毫不动摇”“三个没有变”,始终把民营企业和民营企业企业家当作自己人。

稳定的预期是市场经济的“硬通货”。大力提振市场信心,关键是要提振企业和企业家信心。要引导民营企业和民营企业企业家正确理解党中央方针政策,增强信心、轻装上阵、大胆发展,实现民营经济健康发展、高质量发展,离不开清朗的网络环境。优化营商环境并非将善意的批评拒之门外,而是着力治理编造传播虚假信息、网络谣言,用法治为经营主体营造稳定、公平、透明、可预期的环境,让他们放开手脚,轻装上阵,专心致志搞发展,走向更加广阔的舞台。

**2021年5月21日**  
中央全面深化改革委员会第十九次会议审议通过《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,明确对存在不符合资质、管理混乱、借机敛财、与学校勾连牟利等问题的机构,要严肃查处

**2021年7月24日**  
中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,对全面规范校外培训机构进行了明确规定,释放了营造良好教育生态的信号

**2021年7月30日**  
教育部办公厅发布《关于进一步明确义务教育阶段校外培训学科类和非学科类范围的通知》,明确义务教育阶段校外培训学科类和非学科类范围

**2021年11月**  
教育部印发《义务教育阶段校外培训项目分类鉴别指南》,进一步压减和规范学科类培训

**2022年3月**  
印发新的《面向中小学生的全国性竞赛活动管理办法》,进一步健全面向中小学生的竞赛活动管理制度

**2023年3月**  
教育部、财政部等联合印发《校外培训机构财务管理暂行办法》,从财务管理体制、资金筹集、资金营运等方面作出规定,旨在全面规范校外培训机构财务管理活动,有效防控经济活动风险

## 规范行业发展

为了规范校外培训机构的经营行为,防止教培市场无序扩张,2021年7月,中办、国办印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》。《意见》明确规定,学科类校外培训机构不得上市融资,严禁资本化运作。此次《管理办法》的出台进一步明确了这一要求,突出了校外培训机构的公益属性。

“办法从‘融资’和‘收益分配’两个环节划定红线,遏制行业无序竞争。”中央财经大学会计学院财务会计系主任宗文龙表示,从出资方角度看,《管理办法》规定,上市公司不得举办或参与举办面向义务教育阶段学生的学科类培训机构,不得通过发行股份或支付现金等方式购买学科类培训机构资产;面向义务教育阶段学生的学科类培训机构不得由外资通过兼并收购、受托经营、加盟连锁等方式控股或参股。此外,非营利性校外培训机构的举办者不得从培训机构分红、取得回报或分配剩余财产。

从收益分配角度看,《管理办法》对举办者取得分红回报也作出了相应规定。教育部校外教育培训监管司相关负责人表示,强化收益分配监管至关重要,既要为校外培训机构开拓培训业务积累资金,也要考虑营利性校外培训机构的投资者回报,还要防范举办者违规分配培训机构净资产或利润,避免学生、家长和从业者等群众利益受到损害。《管理办法》对非营利性机构和营利性机构两种情形的收益分配进行了区分。对非营利性校外培训机构的净资产,要按照国家有关规定进行使用分配,其举办者不得从培训机构分红、取得回报或分配剩余财产。对营利性校外培训机构的利润,要按照公司法法和校外培训机构章程有关规定进行分配。

## 加强资金监管

在校外培训机构快速发展过程中,部分组织忽视对机构管理机制的建设,出现财务管理制度缺失、账务账目管理不完善等问题。相当部分校外培训机构是由个人或合伙人创办成立,往往只注重销售业绩,忽视日常财务管理工作,导致机构成本失控、资金链断裂,产生退费纠纷。

针对以上问题,《管理办法》重点强调了校外培训机构的“财务管理基础设施”建设。科学高效的财务管理制度是校外培训机构规范运营的重要基础,关系到资金是否安全,更关系到能否为学生提供较高质量的培训服务。据介绍,《管理办法》明确要求校外培训机构要贯彻落实党建工作要求,建立健全党组织参与重大财务决策和监督制度,明确其法定代表人对本机构财务工作和财务资料的真实性、完整性负责。考虑到不同校外培训机构的实际,避免“一刀切”,原则上要求培训机构设置独立的财会部门;对不具备单独设置财会部门条件的,应当配备专职会计人员并指定会计主管人员;未设置财

会部门或配备专职会计人员的,应当按规定委托相关中介机构代理记账。

校外培训机构的资金活动包括预算管理、收入管理、预收费监管、资金使用等环节。上述负责人表示,为全面防控资金风险,必须实施全流程监管,确保每个环节都没有漏洞。在预算管理方面,根据校外培训机构体量规模等情况,要求设置财会部门或配备专职会计人员的培训机构,应当建立健全预算管理制度,合理编制预算或资金使用计划。在收入管理方面,强调校外培训机构预先收取的培训服务费应全部进入本机构培训收费专用账户,会计核算时应当按规定作为负债进行管理,严禁提前或推迟确认收入。

中国人民大学财务处副处长雷雷表示,《管理办法》中“机构应当按照国家有关规定,选择银行托管、风险保证金方式对预先收取的培训服务费实施全额监管”“对涉及培训退费的,机构应按照国家有关规定和合同约定,畅通退费流程,及时退还学员剩余培训费用”等规定,进一步强化收费监管,有效防范了“退费难”“卷钱跑路”等损害群众利益问题的发生,发挥了监管的“探头”“哨兵”作用,着力提升了监管实效。在预收费监管方面,《管理办法》要求校外培训机构按照规定选择银行托管、风险保证金方式对预先收取的培训服务费实施全额监管。在资金使用方面,强调校外培训机构要强化成本管理,优化支出结构,融资及培训服务费收入应主要用于培训业务;同时,要建立大额资金支付决策制度,明确决策的程序、方式、规则。

## 严格把控风险点

《管理办法》不仅对培训机构的资金筹集、收支活动等主要财务活动和管理都做了详细规定,还对容易发生风险的重点环节提出了“不得”“严禁”等明确要求。如培训机构成立后,举办者不得抽逃出资;严禁设立“小金库”和账外账;不得违规开具收费票据;不得使用培训贷方式缴纳培训费用;非营利性校外培训机构存续期间不得对外提供担保或长期无偿出借大额资金、资产设施等。

校外培训机构在成立时和成立后注册资金是否真实、充实,直接关系到机构能否正常运营,影响到学生和家长的切身利益。《管理办法》主要从履行出资义务和禁止抽逃资金两个方面作出规定。在履行出资义务方面,要求机构举办者根据相关法律和机构章程、设立协议等,按时、足额履行出资义务。在禁止抽逃资金方面,规定校外培训机构的举办者、负责人、实际控制人不得以任何方式抽逃出资,不得通过拆借资金、无偿使用等方式占用、挪用机构资金、资产。

教育部相关负责人表示,校外培训机构只有资产管理规范到位,才能有效防控债务风险,确保培训业务正常开展。在资产管理方面,《管理办法》明确校外培训机构存续期间,任何组织和个人不得截留、私分、挪用或侵占机构资产,非营利性校外培训机构不得对外提供担

保或者长期无偿出借大额资金、资产设施。在负债管理方面,校外培训机构申请贷款只能用于其自身发展,机构不得对举办者、负责人、实际控制人的债务承担连带责任;校外培训机构应当建立风险预警机制,出现影响正常运转的财务风险时,及时向行业主管部门报告。

“《管理办法》全面梳理校外培训机构从

出资设立到运营管理,再到财务清算的各种业务和事项,实现对校外培训机构全链条、全生命周期管理,要求校外培训机构要建立健全预算管理、资产管理、内部控制、收费管理等制度。”北京国家会计学院副教授韩菲认为,这需要机构财务人员仔细研究制度内容,更好落实上述工作。

# 露营市场潜力大

中国经济网记者 魏金金

《2021—2022年中国露营经济产业现状及消费行为数据研究报告》显示

2021年中国露营经济

核心市场规模达到 **747.5亿元**

▲ 同比增长**62.5%**

带动市场规模为 **3812.3亿元**

▲ 同比增长**58.5%**

预计2025年中国露营经济核心市场规模

将上升至 **2483.2亿元**

带动市场规模将达到 **14402.8亿元**

抓住市场。”

7年前,露营爱好者孙建东和团队共同创办了日光城集团,开启了其在露营商业模式上的探索创新——营地乐园精细化运营。在孙建东看来,露营地应在硬件投资之外,围绕用户与所在地资源、环境等的相互关系,打造优质内容产品和服务,实现资源充分利用,如此才能给行业带来可持续发展空间。

露营地如何打造特色产品、提升服务的质量与精准性?中国文化旅游协会文化旅游专业委员会副会长孙小荣认为,对于度假营地而言,将持续将优质生活方式内容融入运营中;对于驿站式营地,要在完善基础生活和环境卫生设施条件下,融入民俗节庆等特色活动,或是通过资源汇

集,与沿线旅游资源形成良性互动;城市公园或近郊营地,要结合受众消费需求,打造更多互动性强的社交型业态,包括音乐节、主题派对、定制团建等;对于高端营地则需要进一步突出绿色环保的理念与品质。

业内专家建议,运营主体在坚持绿色生态的前提下,应充分考虑营地季节性较强这一特点,从灵活性、创新性、轻业态等方面做思考和配套。不同营地的场景性、功能性各有侧重,不同类型的营地需要不同的业态匹配植入,不能一概而论,也不能一味追求大而全。营地本身的属性是亲近自然、融入自然,一旦做成大而全,很容易变成大杂烩,如果公众消费口味发生变化,就会被市场抛弃。



近日,浙江省绍兴市崇仁镇万亩红粉佳人彩色早樱和美人梅、油菜花相继盛开,吸引众多游客前来赏花拍照,带动当地“花经济”发展。张亮宗摄(中经视觉)

本版编辑 孟飞 辛自强 美编 倪梦婷