

招聘变招生 达内科技“忽悠式招生”惹争议

记者调查发现,许多教育培训机构在招生中都存在这种“套路”——在招聘网站上挂出招聘信息吸引求职者,面试时以不合格为由劝说求职者参加培训,对于拿不出学费的求职者,就为他们办理贷款分期支付。

证券时报记者 知蓝

在招聘网站上挂出招聘信息吸引求职者,面试时以不合格为由劝说求职者参加培训,对于拿不出学费的求职者,就为他们办理贷款分期支付。这不是哪个招聘网站提供的贴心服务,而是一些教育培训机构

的“招生套路”。当流程走完,招聘成了培训机构

的招生活动;而求职者不仅没能找到工作,反而背上了贷款。

证券时报记者调查发现,许多教育培训机构在招生中都存在这种“套路”,而被诟病较多的就包括IT职业教育领域的领头羊、美股上市公司达内时代科技集团有限公司(简称达内科技),其在国内招生时使用“达内教育”这一品牌。

招聘变招生

招聘渠道是公司招生模式的一种,公司会在招聘类网站上刊登招聘信息,希望通过培训帮助不容易找到工作的人群解决就业问题。”这是达内教育此前对于外界质疑其以招聘为名招生的回应,然而多名达内教育学员告诉记者,他们看到的并非招生信息,而是招聘信息。

2018年12月,王雨在58同城网站看到达内教育中部某城市的招聘信息,随后她投递了简历,想要找一份人事方面的工作,并收到了达内教育发来的面试邀请。

我面试的是人事,但他们不停地告诉我他们缺的是UI设计等技术人才。”王雨告诉记者,她虽然是计算机专业的学生,但与UI设计并无关联,达内教育的工作人员随后就开始劝说她参加培训课程。

王雨表示,刚开始工作人员并没有说培训要交钱,只是说培训期间没有工资。由于自己确实想学点东西,王雨决定先试听。第二天项目经理讲了一天课,当天傍晚他们告诉我,工作以后要交给项目经理2000多元钱。”王雨答应了这个条件。

第三天王雨再去时,达内教育工作人员就拿出一份合同让她签字。合同说的是要培训四个月,一共交18900元,如果选择学习后付款包括利息每个月就要还两千多,还一年。”在工作人员的说教下,王雨签下合同,并办理了分期。就这样,原本是去找工作的王雨不仅没能找到工作,反而成了达内教育的学员,并背上了贷款。

王雨的经历并非个案,记者了解到,在山东、重庆、广东等地均有类似遭遇的求职者,各地学员贷款的平台并不一致,常见的包括百度有钱花、中银消费金融、宜信贷款等,但它们都有一个统一的名字——“培训贷”。

在记者接触的案例中,最早签下“培训贷”的是来自重庆的金勇。2013年2月,金勇退伍后通过招聘网站投递简历,想找一份机电一体化相关的工作,随后他接到达内教育的面试邀请。

面试时做了套笔试题,说是人事考评职业能力,但上面却是软件相关的题,我只得了61分。”金勇告诉记者,笔试完达内教育的工作人员就告诉他,成绩达不到公司的要求,但是可以参加公司的内部职业培训。

此后的流程与王雨几乎一模一样,把培训协议签完了,我才知道我不但签了培训协议,还签了一份贷款协议,通过宜信贷款15800元。”就这样,奔着机电工程师助理岗位去的金勇,也成了达内教育的学员,学的是软件方面的课程。

退款要求删帖

除了通过招聘来招生,承诺高薪就业也是达内教育用来吸引学员的方式。此前达内教育副总裁齐一楠曾称,

公司不允许销售人员承诺包就业、包高薪,但他也表示,不能保证所有销售人员在销售过程中不会出现“过度承诺”。

达内教育在官网宣传的是“地学习,全国推荐就业”。达内教育广州某校区工作人员告诉记者,公司与平安合作就业险,如果学员培训完后找不到工作,平安直接赔付学员学费。

但在记者接触的案例中,即便没能通过公司推荐就业,学员也并不能轻易得到学费赔付,更常见的是因为推荐的工作不对口或者薪水过低,与学校产生退费纠纷。

今年4月,王雨培训完后,达内教育给她推荐的工作也与自己所学的并不对口。好多工作都是文职相关的,我不同意,他们就让我先进去再转岗。”迫于经济压力,王雨最终自己找了一份工作,与所培训的内容无关。

在多次沟通后,近期王雨所在的校区先是同意给她退款3000元,王雨没有接受,随后学校又同意退款1万元。不过王雨提供的资料显示,工作人员要求她先签署一份承诺书,承诺不散布和传播任何不利于达内的言论,并保证在24小时内删除在论坛、QQ群或其他社交媒体、网站上发布的不利于达内教育的言论,消除影响。

在达内教育官网上公布了明确的退班规则,其中提到,学员在开课及试听期间可以申请退班;学员有退班意愿可以填写申请表,提交所在中心申请,达内会尊重学员个人意愿。不过该退班规则中并没有明确开课是否有统一退班退费标准。

记者致电达内教育,工作人员表示开课后的退费需要与具体负责的老师沟通。从实际退费情况来看,达内教育各地执行的并不一致。每个中心的情况不一样,有的中心好说话就退了。”达内教育北京某校区学员告诉记者,他虽然已经上完了课,但由于与老师谈的高薪就业不符合,且工作专业不对口,一直要求公司退费,公司最终给他退了7000元。

频遭投诉

达内教育2014年4月在美国纳斯达克上市。作为首家在美国上市的职业教育公司,美国上市也是达内教育着重强调的标签。在达内教育官方网站以及线下门店,均在显著位置标注“美国上市公司”、“美国上市教育机构”等标签。

不过美国上市公司的身份并没有打消外界对于达内教育的质疑。在公益性消费投诉平台“聚投诉”上,针对达内教育的投诉屡见不鲜。

比如2019年4月,“聚投诉”平台上针对达内教育的有效投诉量达41件,在所有教育培训企业中仅次于尚德机构、嗨学网排名第三;而2018年该平台针对达内教育的有效投诉量达366件,平均每天就有一起有效投诉。

从投诉内容来看,最多的就是投诉达内教育以招聘为由忽悠学生贷款培训,另外对于达内教育报名后未上课不退还学费、不履行合同规定等投诉内容也相对较多。

不过,虽然“培训贷”一直被外界诟病,但在达内教育创始人韩少云看来,“培训贷”反而是一种创新。

韩少云曾在一次演讲中表示,达内教育的学员群体很多没有支付能力,或者支付能力不够,由于早期没有金融机构为学生提供贷款,所以达内教育独创了先学习、就业后分期付款的模式。

实际上,“培训贷”确实为部分希望学习但没有经济能力的学生提供了帮助,被广泛诟病的其实是达内教育以招聘为名吸引求职者参与培训,并引导贷款、承诺高薪就业的综合行为。

达内教育利用了学生意识较薄弱的特点,诱导学生冲动消费。”有学



本版制图:吴比较

员表示。

对于外界的批评,韩少云曾直言自己是知道的。到百度搜一下达内,能看到一大堆负面信息,有的说得非常不堪。”不过韩少云认为,这主要是因为职业教育的服务环节多,而服务环节越多学生的满意度就会越低,达内教育是面向成人的教育,这一群体有不满马上就会写出来。”

营销费用占收入一半

和K12课外培训、语言培训等相比,达内教育所从事的IT职业教育培训市场规模并不大。

目前,我国IT教育培训行业竞争格局较为分散,竞争十分激烈,市场上存在大量培训机构可供学生选择。因此,行业内公司的销售能力成了企业发展的一个关键因素。营销也是达内教育的重中之

重,近年来达内教育的营销费用也在持续增长。

达内教育公布的财报显示,2018财年达内教育实现净收入22.39亿元,同比增长13.5%;净亏损为5.98亿元,上年同期净利润为1.85亿元。

2018财年达内教育运营费用为19.19亿元,其中,销售和营销费用为11.09亿元,同比增长56%。达内教育表示,销售和营销费用增长的主要原因是销售和营销人员增长,导致人员成本和福利费用增长。

2017财年,达内教育营销费用为7.13亿元,约占当年营业收入的36%;而2018财年达内教育销售和营销费用占营业收入的比重已经接近50%。2018财年达内教育研究和开发费用为1.67亿元人民币,虽然增幅也达到67%,但营销费用支出约是研发费用支出的6倍多。

实际上,成人IT职业教育培训并不是一门好做的生意,成人IT职业教育存在

市场规模小、课时单价低、服务环节多、客户构成复杂等问题。正因如此,达内教育近年来开始拓展少儿编程教育业务,2018年达内教育的亏损很大程度上也是对该项业务的投入带来的。

财报显示,为了控制成本,2018年达内教育关闭了40个业绩表现欠佳的成人学习中心。相比之下,到2018年底达内教育的儿童教育业务已经扩大到148个儿童学习中心,覆盖53个城市。

2018财年达内教育成人教育业务学生总入学人数为14.77万人,同比增长15%;而被寄予厚望的儿童教育学生总数约4.4万人,同比增幅超过360%。

获客成本高催生乱象

从目前的情况来看,以招聘为名招生、“培训贷”等问题主要出现在职业教育、成人教育、在线教育领域,而文化课程

辅导机构、考研辅导机构等此类问题相对较少。

这主要是因为这类培训机构招生比较难、获客成本高,所以才会有各种幌子。”武汉某教育培训机构老师对记者表示。

由于客户黏性不强,推广费用较高等原因,在线教育的获客成本一直居高不下。韩少云曾在公开场合表示,达内教育职业教育的获客成本平均约为2500元,而新东方、学而思等成熟教育培训企业的获客成本只有500元左右。

较高的获客成本直接提高了培训机构的经营成本,而“培训贷”实际上是培训机构降低招生门槛、获取更多学员的一种方式。近期已有多家知名教育培训机构被曝出存在为学员办理网贷分期等现象。

今年5月,主要从事语言教育培训的英孚教育被曝出为经济能力不足的学员办理分期,但是分期的实际上是一款网贷产品,而英孚教育承诺的30天无任何理由全额退款也未兑现。

另一家在线教育企业尚德机构也被曝出存在拖延应退学员费用,推荐学生办理学费分期,进而让学生背上网贷等问题。今年4月18日,北京市市场监管局联合北京市教委约谈了尚德机构主要管理人员,要求该公司拿出整改方案。

今年1月,中国消费者协会(消协)发布的《2018年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,2018年教育培训服务行业共受理投诉20521件,比2017年的10338件增长98%,其中针对培训服务的投诉高达10751件,占比超过50%,对培训服务的投诉又集中在合同签署、售后服务、培训质量等方面。

教育培训中的消费贷也引起了消协的注意,消协在对2018年投诉热点进行分析时指出,在传统预付式消费涵盖的领域,出现了捆绑金融消费信贷的新营销模式。在教育培训等消费领域,经营者在宣传时,有意淡化贷款的压力,甚至以无息贷款作为吸引,可能滋生“预付式+消费贷”“缠绕叠加”的新的侵害消费者权益问题。

(应受访者要求,王雨、金勇为化名)

电影观影人次五连降 6月有望扭转颓势

证券时报记者 吴志

连续多年高速增长的中国电影市场今年仿佛踩了一脚“刹车”。数据显示,今年前4月国内电影票房比去年同期减少约3.3%;而另一个重要的参考数据观影人次也出现了明显下降,进入5月,下跌的趋势依然在延续。

票房观影人次双双下降

根据国家电影局数据,2018年国内电影票房产出约610亿元,比2017年增长9.1%,增速明显放缓;进入2019年,小幅增长直接变成了下滑。灯塔专业版数据显示,2018年前4月,国内电影票房共241.3亿元,而今年前4月国内电影票房共233.2亿元,同比减少约3.3%。

比票房下滑更明显的是观影人次,去年前4月国内电影观影人次共6.75亿,而今年前4月国内电影观影人次共5.93亿,比去年同期减少了约8000万人次。

分月来看,今年前4月单月观影人次与去年相比均有所下滑。尤其是1月份观影人次仅有9659万,比去年同期减少了35%;今年春节所在的2月份在《流浪地球》等大片的加持下,观影人次虽然达到了2.62亿,但仍低于去年的2.66亿人次。

刚刚过去的4月份在《复仇者联盟4》这部超级大片的加持下收获47.2亿元票房,比去年增长20.7%;但观影人次比去年同期减少了1.85%。

在《复仇者联盟4》继续上映的5月,情况也并不理想。灯塔专业版数据显示,截至5月20日,国内电影累计观影人次约7372万,较去年同期下跌了22.6%。目前5月份已经过去大半,在没有重量级大片入场的情况下,5月观影人次仍可能低于去年同期。

票价未明显上涨

票房和观影人次的下滑有多重因素的影响。国内一家上市连锁影院高管认为,票房和观影人次下滑与国产片今年表现不佳有一定关系,去年受

一些因素影响,国内电影投资减少,今年国产片整体表现相对弱势。

该高管认为,影片相对弱势在工作日的影响尤其明显,在影片质量尚可的情况下,工作日很多人也愿意去看电影,但在可选影片较少的情况下,工作日大家的观影热情就会明显下降。

除了影片质量,票价上涨也被认为是导致观影人次下降的重要原因。数据显示,2016年-2018年,全国电影平均票价分别为33.14元、34.42元和35.32元,而2019年以来,全国电影平均票价涨至39.43元,的确比2018年高出不少。

不过,前述影院高管认为,今年票价看起来贵,主要是因为2月份春节档影片以及4月份《复仇者联盟4》票价较高,而其票房所占的比例又比较大的所致,扣除这一因素后,今年电影票价并没有明显上涨。数据显示,今年1月和3月电影平均票价分别为34.87元和34.07元,基本与2018年持平。

现在影院的格局下,谁敢轻易涨价? ”资深电影从业者、深圳某连锁品牌影院店长黄铭(化名)认为,《复仇者联盟4》上映期间的电影票价的确实有炒作成分,但今年电影票价并未明显上涨,而且由于竞争激烈,影院也不会轻易涨价。

惟都希望自己的票价可以很高,利润最大化,但问题是你涨了别人不涨,客人就不会来了。”黄铭认为,今年票房和观影人次下滑既受“内环境”也受“外环境”的影响,是多重因素叠加导致的。

影院盼大片入市

在票房和观影人次下降的同时,国内银幕增速并未放缓。国家电影局下发的《关于加快电影院建设促进电影市场繁荣发展的意见》提出,到2020年全国城市电影院银幕总数超过8万块的目标。由于电影票房增速远不及银幕增速,这意味着单银幕票房产出将持续下降,影院将面临一定的经营压力。

以连续多年高居国内单影院票房排行榜榜首的北京耀莱成龙国际影城五棵松店为例,2015年国内总票房只有438.7亿元时,该影城全年票房就高达1.09亿元。不过近几年来,该影城无论是观影总人次、上座率还是场均人次都在下滑。2015年该影城场均收益为3222元,但2019年至今其场均收益已经下滑至2000元左右。

我先后在十家影院担任店长,以前单家影院的服务范围能覆盖5公里,但现在一般也只有2-3公里。”黄铭表示,明显感受到如今影院的经营压力越来越

大。在黄铭的影院周边2公里范围内,分布着3家电影院,竞争十分激烈。

对于今年的电影市场,黄铭认为,随着一些热门影片的上映,6月份开始电影市场的情况可能会有所好转,扭转颓势。目前《哥斯拉2:怪兽之王》、《黑衣人:全球追缉》、《蜘蛛侠:英雄远征》3部受市场关注的科幻大片预计将于5月底-6月期间上映。

我们最希望有代表作,有符合观众喜好和胃口的片子上映,只有重磅的、舍得花心血的电影,才能提高市场热度。”黄铭表示。

