

起底在线教育乱象：“话术”+“套路”收割家

万象做教育还是做生意？做老师还是做销售？被套路还是学知识？

“名师出高徒，网课选xx”“名师直播课就上xxx一课”“上网课，用xxx”……

当铺天盖地的广告袭来时，有几个家长能心如止水？

突如其来的新冠肺炎疫情给在线教育按下了“快进键”。数据显示，2020年中国基础教育在线行业融资额超过500亿元，超过了此前10年的融资总和，多家在线教育机构融资金额屡创新高。甚至有研究机构预测，到2022年，K12在线教育的市场规模预计将达到1500亿元。

但是超预期的加速发展也使在线教育乱象频出。“课程低价兜售、网络媒体高强度宣传、推送内容质量参差不齐等现象，给学生和家长带来了心理焦虑。”东北育才学校党委书记、校长高琛说。

批评声来自四面八方，有人批评在线教育机构：是在做教育还是做生意？也有人批评家长：没有人逼迫你报班，还是太功利。

的确，报不报班、报什么班最终的决定权应该在家长手中，但是，当面对孩子越来越晚的睡眠、越来越重的负担时，家长为什么不能“手下留情”，反而被卷入报班“洪流”呢？

近日，中青报·中青网记者采访了多位专家、老师、家长及在线教育从业人员，在试图剖析乱象背后的原因时发现，其实，从家长拿起电话咨询那一刻起，就已经落入了销售人员精心准备的“话术”和“套路”中。

话术：家长以为立场坚定，在话术面前却无路可逃

“我们这些辅导老师，面对学生和家长们时会说自己是课后辅导老师，会对学生听课后的所有疑问进行答疑。但是在公司内部我们的定位很清晰，就是增加主讲老师与学生家长之间的黏性，最终目的就是达到续班的任务指标。”刚刚从一家在线教育培训机构辞职的华言（化名）告诉中青报·中青网记者。

培训机构一年一般会分成4个阶段：春季班、暑假班、秋季班、寒假班，续班率是指从春季班到寒假班在读学员能一学期延续下去的比例。

应该说，续班率跟机构的教育质量有着最直接的关系，但是，教育质量与续班率并不成正比，它也没有一个直观的指标，即便是同样的教育方法用在不同孩子的身上，效果也会不同。

在大多数机构，续班是辅导老师、班主任甚至主讲老师非常重要的任务。续班率直接关系到一个培训班的口碑，甚至有些培训机构计算出，流失一个学生将会影响18个意向客户。

每当这时，辅导老师名义上还是老师，实质上就是公司的销售人员。

对在线培训机构有一定了解的人都知道，培训班除了有主讲老师外，通常还会再设一个班主任或辅导老师，平时跟辅导班相关的各种事宜都是由这位班主任或辅导老师跟家长联系的。

华言告诉中青报·中青网记者，他们每个人在入职之初都会获得一份“话术”。这是辅导老师的看家本领——“话术”几乎涵盖了老师们可能遇到的家长不想续班的所有理由的应对方法。

“如果一个家长说，孩子上了一期的课成绩没怎么提升，月考成绩也不好，这套‘话术’就会告诉我可以分4个层次一步步把家长劝回来。”华言说，第一步要简单明确地告诉家长：学习不能速成。“这与当前特别流行的‘鸡汤’‘静待花开’有异曲同工之效，很多家长会选择继续听我说。”

然后，华言会进入第二个层次跟家长强调：孩子已经进步了，只是家长没有发现，孩子已经在这儿学到了很多答题的思路和技巧，只是这次考试碰巧并没有出现，“您不能只通过成绩看待孩子有没有进步，这个学期下来，孩子的xx能力已经有了明显的进步了。”

其实，说到这里已经有一半的家长已经没有之前那么坚定了。

之后，进入第三个层次，华言会再拿出孩子的考试卷子，进行更具体的分析，引导家长一步步跟着自己的思路深入下去，“比

如这张卷子，很明显是带有章节测试性质的，如果初中有100个知识点，这次考了10个，有8个是孩子学得比较弱的，那么他的成绩就会出现波动或者下滑，咱们不能全盘否定所有的成绩，而是通过阶段性的考试了解孩子的薄弱板块，再有针对性地加以提高。”

这番话再说下来，不少家长已经心动了。有几个家长会全盘否定孩子？又有几个家长不愿意再多给孩子一次机会？

这番看似非常诚恳的话，华言已经跟很多家长说过了，这段话就“躺”在华言的电脑里，只要有家长有类似的理由时，就会被华言拿出来用诚恳的语气“背”一遍，而且很多跟他一样的辅导老师在每个续班期到来的时候都要重复很多遍。

如果家长真的动心了，华言会继续把后面的话一股脑说出来：“老师接下来的课程正好有针对孩子弱项的专门课时，而且孩子的情况我都非常了解了，肯定会多抓一抓他的学习，不要因为一次考试感到灰心，打乱了自己的节奏和步调，如果孩子能够按照我们的计划和要求，相信一定能取得最终的胜利！”

这时候，很多家长已经觉得辅导老师完全跟自己是同一条战线上的战友了，部分特别坚定的家长，面对辅导教师这么“掏心掏肺”的劝说，也会表示再考虑考虑。

“只要家长表示再考虑，我们就会再打电话。”华言说，如果家长又找出其他理由，“话术”会提供针对性很强的应对办法。

中青报·中青网记者看到华言的这个“话术”宝典中还罗列了很多情况，比如“现在续费还太早了，我们还没上几节课，看不到效果，之后再谈”“孩子基础太差准备报个一对一”“上课时间不合适，不一定能看直播，学习效果没办法保证”“孩子管不住自己学网课不专心，有时候会玩手机玩游戏”……几乎涵盖了家长不续班的所有理由。因此不少家长表示，最怕续班期间机构电话的狂轰乱炸，无论你有怎样的理由，班主任都能找到话来说服你，“真是无路可逃”。

不少专家指出，要辩证地看待培训机构乱象，“不可否认的是家长存在着过度焦虑问题。”北京城市学院党委书记、校长、中国民办教育协会会长刘林说，不过家长的焦虑很好地被培训机构利用了，并且在培训机构一整套的话语体系中家长被越裹越深。

套路：家长以为选了最优的方案，其实是被“套路”牵引

也许你没有迷失在“话术”中，但你不一定躲得过“套路”。

最近，家长范佳（化名）觉得自己很对不起朋友圈的朋友。为了给孩子获得赠课，不得不经常在朋友圈里晒培训班的广告。“其实，最后赠课并不多，但是每周都要在朋友圈晒一次，而且不能简简单单说几句，要原文拷贝机构提供的整段文字，文字中的大部分内容是夸赞培训效果的。”

其实，范佳进入了培训机构预先设定好的套路。

“在营销上我们主要有3个套路，其中第一个就是老带新的方式，完成社交裂变。”刚刚入职一家在线培训机构不久的英语讲师晓东（化名）说，几乎所有的机构都会使用这个套路：家长推荐一个人报名可以赠送正式课，推荐的人数越多，赠送的课时量越大。

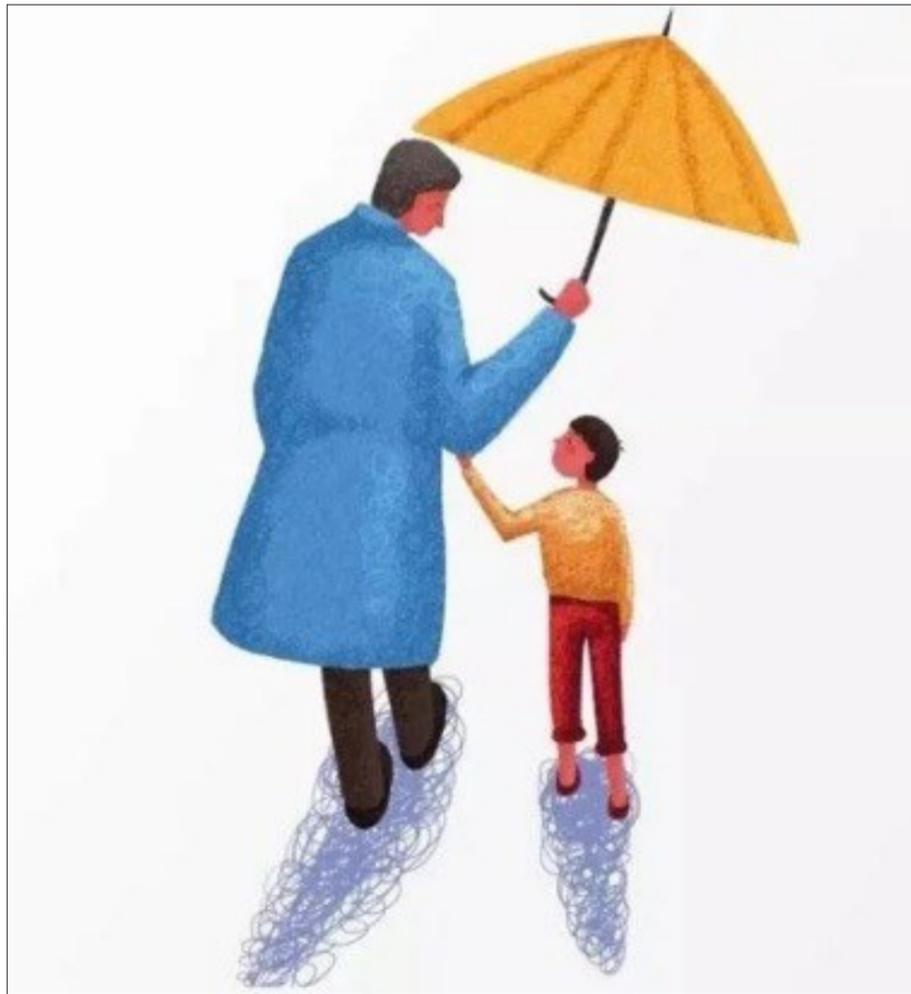
范佳大规模给孩子报课外班是始于孩子小学升初中的那个暑假。为了更好地适应中学的学习，范佳从朋友那里得到了一个链接，“语数外3门课，每门上8节课，一共才几十块钱。”范佳很快报了名，并且推荐了多名家长，为此范佳还为儿子得到了物理和生物两门课的课时。

但是，“当你从新生成为一名老生之后，这些优惠就都没有了，再续费时每门课程从原来的十几元变成了几千元。”范佳说，如果这时候再想退出，就没有那么容易了。

“这时候就会出现第二个套路。”晓东说，“机构会故意营造一种课程火爆的假象，制造课程的紧张感与稀缺感来玩转营销。”

晓东观察到，有时根本还没有几个家长报名，但是机构会不停地谎称只剩最后几个名额。

机构一方面用截止时间“逼迫”家长报



名，有时还会与家长签订“保分协议”。机构承诺，若孩子未达到目标分数，会全额退还课程费，有的甚至还承诺再倒贴一半的钱。

“到时候真的达不到目标分数，会有专门的课程顾问负责与家长沟通，最后能退钱的肯定是少数。”晓东说。

话术和套路叠在一起共同起作用，很多家长在如此强大的攻势下只能就范。

“部分在线教育机构还会大肆宣传‘清北’师资，而现实是，其教师可能就是清华北大的在校生，有的并未获得教师资格证，没有系统学习师范类课程，不具备教学能力，不能很好地关注学生、因材施教。”全国人大代表、重庆谢家湾小学校长刘希娅说。

刘希娅所说的正是在线教育培训机构的第三个套路。“可能很多名师的学历无法造假，但经历可以伪装。”晓东说，“明明可能才入职两年，机构在宣传的时候会会说老师的授课量已有上千节，这个家长也验证不了。”

绑架：教育被资本“套牢”，最终受害者是学生

无论是话术“绑架”还是套路牵引，都是校外培训机构在资本驱动下的必然表现。

资本的本质是趋利的。为了快速获利，很多机构把重金砸在广告上，“一个公交车站有4个广告牌，其中3个就是在线教育的，时不时还能看到贴在在线教育广告的公交车驶过站台。”一位家长这样说。

当然，电视上的广告更是铺天盖地。

“可能前一秒新闻里还在说要给学生减负，认为校外辅导机构在贩卖焦虑，后一秒，电视里就播出课外辅导的广告。”刘林说，这种现象非常分裂。

铺天盖地的广告背后是“烧钱”，同时也是“圈钱”，甚至是“骗钱”。不久前就有媒体披露，4家在线教育培训机构请了同一位“老师”为其做广告，这位老师一会儿是教数学的，一会儿是教英语的。

教育被资本绑架伤害的是教育本身。

“我很喜欢当老师，我知道教育不仅要授人以鱼，更要授人以渔，有时候主讲老师讲的内容太偏重应试技巧了，我就会重新录一些讲解视频。”华言说，但是这样的做法必须保证自己的“动作”不能落后于其他同事的“动作”。华言所说的“动作”就是在续班关键时期应该完成的那些电话及各种营销活动。

“我们的工作通常是下午开始半夜结束，如果再录视频，经常要熬到夜里两三点，时间长了自己的身体就不允许了。”

“线上加线下，实体加虚拟，口灌加电灌，学校加社会。”刘希娅表示，“现在，教育类的在线培训已经形成了人工智能学习产品与校外培训、媒体甚至部分学校、教师的

经济利益链条。”刘希娅说，疫情期间各类学习类App与线上学习平台大规模涌入市场，但目前大部分产品形态为“互联网+教育”而非“教育+互联网”，由此导致了一系列教育问题。

刘希娅指出，快餐式、浅表式学习会惰化学生思维。如线下大量学生在遇到难题时为了快速获取答案，可直接在“某某帮”上搜索答案和解题过程，失去了完成作业的意义，甚至部分应用还可模仿本人笔迹直接代替抄写。

“再如，部分在线学习教师授课注重公式套用，并不讲解公式原理。部分线上教育产品教学内容的科学性、合理性有待论证，存在知识点明显错误的现象，甚至出现同一道题输入3个不同App，得到3个不同答案的情况，严重影响学生学习效果。”刘希娅说。

刘希娅表示，目前，在线教育培训几乎占据了学生们的大部分校外时间，成为培训机构“以考代练，以练代教”的应试教育工具。“这完全将教育引向商业化，教学引向套路化，学习引向刷题化，评价引向考试化，学生学业负担、家长经济负担成为压在就学子女家庭的两座大山。”刘希娅表示，同时，在经济利益驱动下，部分人工智能学习产品将手伸向校园，学校或教师推荐学生、家长使用其产品，即可获得一定回扣，严重干扰教育教学秩序。

此外，刘希娅观察到，部分网站平台在利益驱使下，推送色情低俗等有害内容，不利于青少年身心健康，形成正确的价值观。

“当下网络教学由于成本低，许多网课通过打价格战的方式争取客户，导致家长容易被各类产品绑架，学生疲于参加多个线上平台的学习，既容易导致近视、脊柱侧弯等身体问题，又容易产生焦虑、回避等心理问题。部分线上培训机构为达到短期见效留住客户的目的，教学内容由难到易，以违背教育教学规律和身心发展规律的方式，让学生在短期内体验‘拔苗’式提升的伪成功。”刘希娅说。

因此，刘希娅建议，完善智能技术运用于基础教育领域的准入机制、监管机制和退出机制；形成自上而下的基础教育阶段学生、教师、学校使用线上学习产品的相关规定、建议。

高琛认为，要继续加强监管力度，创新监管策略，综合运用经济、法治、行政等手段，对在线教育企业的办学条件、培训内容、收费管理、营销方式、教师资质等全方位提出要求，进一步促进线上教育规范有序发展。同时引导在线教育企业回归教育初心、坚守以人为本的育人底线。