

# 城事

称名师辅导,实际连资格证都没有;144节课上了4节,3万多最终退了不到一半钱……

## 广东消委会曝光校外培训十大潜规则

近年来,校外培训消费矛盾增多,纠纷投诉日渐增长。数据显示,相关投入与日俱增,且占比越来越大。

据统计,2018年,广东全省消委会系统处理教育培训服务投诉10286件,占总投诉量3.76%;2019年,处理教育培训服务投诉17611件,占总投诉量4.71%;2020年,处理教育培训服务投诉27960件,占总投诉量7.09%;2021年上半年处理教育培训服务投诉10949件,占总投诉量6.66%。7月16日,广东省消委会发布校外培训十大潜规则,提醒消费者防范消费风险。

### 称名师辅导,实际却没资格证

**案例:**家长张女士将孩子送进某教育机构,签订协议时,机构负责人承诺邀请著名教师讲课,并对学生一对一辅导。但家长却发现并没有名师上课,部分老师甚至是没有教师资格证的大学生。

**点评及提醒:**对于“名师辅导”等关于培训服务质量的承诺或者宣传,消费者应要求培训机构将所有相关内容写入书面合同,以对经营者进行约束。同时,如果消费者遇到类似情况,可以主张损失和赔偿。

### 课程安排被隐瞒,报名容易约课难

**案例:**消费者曾女士在某线上校外培训机构为小孩报读课程时,销售人员在介绍时并未清楚告知该课程需要约课。缴费报名后,曾女士才发现需要约课,且约课难度非常大,经常约不上合适的课程。她向售后服务人员反映情况,不仅没有解决问题,还被推销所谓容易约课、价格更高的一对一VIP课程。

**点评及提醒:**本案中,培训机构销售人员未清楚告知曾女士课程约课安排,导致曾女士在缴费报名后无法约上合适课程,存在一定过错。培训机构有义务根据合约提供给消费者正常条件能够实施的课程培训服务,如果不能提供,消费者可以视培训机构是否存在违约情形来依法主张自己的合法权益。对于培训机构的另外推销,消费者有权拒绝。

### 预付一万余元,想退很难

**案例:**消费者胡女士在某早教机构为孩子报读课程,销售人员向胡女士表示一次性购买的课时数越多,平均每节课的费用越低,最终胡女士为孩子购买了98节课共计一万余元。但是胡女士因搬家离培训机构较远,加上课程经常安排不上,于是向早教机构提出退费申请,却遭到拒绝。

**点评及提醒:**建议消费者对优惠促销要保持理性,尽量避免大数额预付式消费,不要一次性预订太多课程,缴纳过多学费,以减少消费风险。

### 144节课上了4节,3万多只退1.4万

**案例:**陈女士在某机构购买了144节课的早教课程,共30999元,在学习4节课后觉得不合适自家孩子,于是申请退费。早教机构同意按销售协议约定的“已上三分之一以内购买课程节数者,扣除乙方实际发生费用后,可退还已付费用的一半”退款,只退还了14000多元。

**点评及提醒:**本案中,陈女士购买的课程价值3万多元,申请退费时仅上了4节课,而根据双方签订的协议条款只能获得14000多元退款,该条款明显存在“排除或限制消费者权利、加重消费者责任”情形,属“霸王条款”,消费者可以通过向消协、行政机关投诉举报,或者通过司法诉讼等方式维护自己合法权益。

### 线上线下老师非一人,水平差太远

**案例:**消费者廖先生称,基于对某校外培训机构老师的认可,于2020年1月15日为孩子报了一年4期的语文线下培训课,费用共10660元。后由于疫情影响,转为线上上课,但线上老师与线下老师不是同一人,水平相差太远。廖先生认为更换了任课老师已无法实现报读目的,于是向该机构提出解除合同的要求,但机构以疫情为借口和其他理由拒绝办理。

**点评及提醒:**本案中,廖先生基于对该培训机构线下老师的认可而选择了线下培训课程,现培训机构受疫情影响,变更了合同内容,若廖先生能够举证证明该变更导致合同目的不能实现,则其有权要求解除合同。

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10

### “再不交钱本班就没有孩子的名额”

**案例:**消费者黄女士等人反映,他们小孩报读的某校外培训机构每次会以“老生优惠”“老带新享折扣”等名义,要求家长预交下一学年的费用。如果此时不交,课上到第6~7个月时,授课老师就会以“价格打折再优惠”的手段向家长营销。如果家长还不交,第9个月左右,培训机构就会以“名额有限,先报先得,再不交钱本班就没有孩子的名额”为说辞施加压力,导致很多家长迫不得已又预交了大笔学费。

**点评及提醒:**家长在给孩子报名校外培训课时,要避免跨年预交费。如果培训机构强制超长时间预交学费,家长可以向行政部门举报其违规行为。此外,家长们在面临机构的价格营销攻势时,应保持冷静理性,同时还应预防一些不良机构利用教育培训作幌子,通过收取学员的预付学费来吸收公众资金的诈骗行为。

### 口头承诺可无条件退款,实际……

**案例:**某钢琴培训班口头承诺可无条件退款,刘先生因此为孩子报名参加课程,并一次性支付了12课时的学费。后来,刘先生因老师替换、孩子对学习产生抗拒心理而要求退回剩余6节课费用,培训班却以手续复杂为由迟迟不予退款。但由于刘先生与培训班只是口头约定,在主张“无条件退款”权利时,陷入“举证不能”的不利境地,导致退款难以被支持。

**点评及提醒:**口头承诺是商家的惯常手法。消费者应提高维权意识,一定要与培训机构签订书面的培训合同,要求培训机构将口头承诺写进合同,明确双方的权利义务,以便日后发生消费争议时,据合同依法维权。同时,在支付、洽商、变更等重要环节,要注意留存相应的票据、书面痕迹,要有证据搜集和保管意识,做好课时核对的记录。当出现改变合同内容时,消费者应将沟通录音、视频资料、微信聊天记录等证据固定下来,一旦发生纠纷,更好地维护自身合法权益。

### “保证提高百十分”别信

**案例:**消费者刘先生向消费者组织投诉,某校外培训机构负责人在刘先生为孩子报名时,口口声声保证能让其小孩在中考提高百十分,可以超过建档线几十分。可是中考后,刘先生小孩离建档线还差几十分,与培训机构当初的承诺和保证相差甚远。

**点评及提醒:**《广告法》规定,教育、培训广告不得对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书,或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺,否则将面临行政处罚。如果消费者遇到类似情况,可以主张损失和赔偿,同时建议向行业主管部门举报,作为调查线索。

### 某钱包申请的教育贷,退出很难

**案例:**王女士以分期付款方式,为读初一的儿子报了某校外培训机构的网络课程共160多节课。后因不满意学习效果提出退课退款,但由于当时是根据课程顾问的推荐,通过某钱包申请的贷款(两万多元的课程首付一千多元,其余按月支付),所以在申请退款时遇到各种难题,十分被动。

**点评及提醒:**案例中所提及的贷款应该就是一种“教育贷”,具体支付模式为教育培训机构与消费者签订教育培训合同,由金融机构一次性将学费贷款支付给教育培训机构,再由消费者作为贷款申请人向金融机构分期还款。机构往往用贷款“免息”、减轻一次性支付压力等来吸引消费者,但却淡化了其贷款属性和风险。因为贷款行为和参加培训行为是两个相互独立的法律关系,消费者如果想解除培训关系,则仍需向金融机构支付相应的贷款及利息。

### 只要在家咨询,别的机构也就掌握了信息

**案例:**某市消费者在登录某个教育培训机构网站时,按照客服指导留下孩子基本信息和个人电话后不久,就开始接到不同培训机构的推销电话。一名推销人员还直言:“各个培训机构的信息都是互通的,你只要在一家咨询了,别的机构也就掌握了你的信息。”

**点评及提醒:**案例中的培训机构显然违背了经营者义务,消费者可以对该种行为向有关部门进行举报,要求加以制止并追责,若因此遭受利益损害的,还可以向相关经营者提起民事索赔。