

动辄几千上万,付费面试辅导服务靠谱吗?



查到笔试成绩那一刻,来自云南的应届毕业生刘敏(化名)既高兴又担心——她平常擅长笔试但不擅长面试,连在课堂上回答问题都会紧张发抖。为了抓住这个来之不易的就业机会,她花钱报名参加了一个面试辅导培训班,最终顺利通过面试上岗。

可北京应届毕业生祝希(化名)就没有这么幸运了,“2000元一对一培训了一个小时,聊完后人更懵了”。进行面试辅导的“老师”告诉他,他的简历不需要修改,需要提升的是思维框架,“思维提升不是一朝一夕能成的,这还得需要多少个2000元啊。有种上当的感觉”。

随着2024年春招市场持续升温,越来越多的毕业生为了获得一份心仪的工作,寻求各种方式提高自己的面试能力。一些人或求职服务机构抓住这一“商机”,打出“资深HR”“过来人”等付费辅导的口号,纷纷推出面试辅导服务,包括情景模拟、无领导小组讨论、结构化面试、压力面试等各类场景,价格从几百元、几千元甚至上万元不等。

但付费面试辅导会成为闯过就业关的“捷径”吗?初入社会的毕业生们又该注意哪些问题?记者对此展开了调查。

面试辅导真假难辨

和刘敏一样不擅长面试的云南人白玲(化名)最近也获得了一个工作机会,但后期要面临一面、二面、终面、HR面等诸多轮次的面试考验。为了掌握更多招聘、面试流程和信息,她货比几家后购买了某机构的付费面试指导服务。

“刚开始的时候会进行发声、普通话、语速等较为基础的练习,目的就是让我们说话有底气,避免出现一些语气词,然后老师会根据具体的练习情况提出改进建议。”白玲介绍说。最终,她顺利通过面试,得到了工作机会。

西南政法大学新闻传播学院研究生辅导员杨璇认为,面试辅导机构是因市场而生,这也从侧面反映出现在找工作面试的竞争越来越大。“事实上,市场上的辅导班其实只是辅助,重要的是对考生综合能力、综合素养的考验。”但在调查中,记者发现,还有很多人反映付费培训并没有提升面试应对能力,感觉自己被“坑”了。

去年从安徽某高校毕业的程悦(化名)报名参加事业编面试辅导,一对一线上教学,一共40个小时,先交5000元,“上岸”之后再补交3000元。“在询问师资力量的时候,对方承诺老师是有经验的老员工。”让程悦没想到的是,才上第一节体验课程,她就发现所谓的老师有一半时间都在读课件,“后续和客服联系时,对方还一直画大饼,见我没有交钱上课的意思,就直接屏蔽我了”。

记者在社交平台以“面试辅导”和“国考面试”为关键字进行搜索发现,平台上有许多打着个人真实分享的旗号,实则是某面试辅导机构的软文推广。

这些推广“套路”大体一致,首先回忆自己知道进入面试后的思路历程,最后引入自己的报班途径,一般都是经认识的职场人或亲戚好友介绍;之后则以“今天是在某机构的第多少天”为引子,抓住一些考生的面试短板,有针对性地分享心得体会,其中

不乏“专业、氛围好、进步快”等关键词,从而达到为该机构做宣传的效果。

记者浏览一家面试辅导机构的主页发现,有考生在评论区吐槽自己的报班经历:其报的是协议班,上了两天课觉得理论课内容有偏差,希望机构退款,可对方称“中途单方面毁约需要承担200元/小时的课时费”。

此外,在评论区也有不少考生评论:“以前给我上课的也是应届刚考完试的学生”“我朋友正在该机构当面试辅导老师,其实他自己都没有考公‘上岸’”……

市场定价缺乏标准

与此同时,记者还注意到,付费面试辅导的价格没有标准,差别很大。

在调查中,记者通过搜索发现,在一些社交平台和交易平台上,这类服务并不少见,直接搜索岗位名称加上面试辅导关键词就可以找到,比如运营岗位的面试辅导、市场岗位的面试辅导,还可以加上想要面试的公司的名称进行精准搜索。

记者在某社交平台发布“求推荐面试辅导机构”的帖子后,不到半小时,便有6家机构来私信记者。添加对方联系方式后,记者发现,这些面试辅导班大都按照协议类型分为非协议班和协议班(分为状元协议和非状元协议)两种。前者是直接交全款不退费;后者则是先交部分钱,根据面试是否通过,按照协议进行补交或退费。

白玲的交费方式便属于后者,“我当时报的是事业单位特岗和‘三支一扶’的笔面全程班,价格是7000元,如果面试通过了的话再补交钱。事业单位需要补交23333元,我是考‘三支一扶’‘上岸’的,补交了12123元”。

不过,“上岸”事业单位协议班3万元左右的价格并非“天花板”。

记者在收到的各机构课程表格中看到非协议班价格均低于协议班价格,在7000元至2万元之间。对比发现,不同机构之间,协议班的价格差距很大,如在某大型辅导机构推出的面试精品线下班中,协议班收费在9800元至58800元不等。

“一般来说线下国考面试辅导是最贵的,因为难度系数高一些,其次是省考、事业编以及国企等其他考试。”某面试辅导机构的工作人员告诉记者。

除了这些以机构为主题的面试辅导外,在社交平台和二手交易平台,还存在不少所谓的线上付费面试培训的内容和产品。记者随机咨询几家售卖这些面试辅导商品的博主后发现,公考业务主要以一对一辅导、陪练、选岗咨询、政审体检咨询等服务为主,价格在35元至250元不等。

此外还有个人提供的一对一付费面试辅导产品,广告语大多是“多年HR一对一简历辅导”“体制内老员工面试1v1陪练”等。根据产品具体包含的课程,标注的价格在几元至上万元不等。但记者咨询发现,不少商家没提供从业经历等有效证明。

加强监管规范行业

花了高价就能接受优质服务吗?并不一定。

1500元一小时,这是目前已经工作的上海白领赵凯(化名)曾经参加某机构面试辅导的价格。“所谓的模拟面试也只是常规面试提问,这些问题甚至都可以在社交平台上搜索到。”赵凯觉得,这一小时的辅导,对他的帮助也只是一分,“也就是凑了一小时辅导”。他把自己的经历发在社交平台,引起了不少人的共鸣。

在他的帖子下面,有人说,“自己花了3200元进行了45分钟辅导,根本没效果也没有通过面试”。

“大多数商家通过个人简历质量来提供面试辅导报价,求职的行业、岗位不同,价格也不同,定价从每小时一百两百元到几千元不等,但实际上不少老

师讲课的内容就是将网上资料进行整合。”曾和同学多次购买线上付费面试培训商品的北京白领凌放(化名)吐槽道。

采访中,被问及老师资质问题时,大多机构都宣称:“资深讲师,多年授课经验。”而当记者进一步询问老师来自哪里,可否证明时,有的机构工作人员便开始含糊其辞,以“话题敏感”为由带过,并作出了这样的“保证”：“我能告诉你的是可以绝对放心,我们的讲义资料都是有针对性的,每年还会根据考情升级讲义,以更贴近考官评判标准。”

一些参加过面试辅导的受访者称,一些面试辅导老师把在网上搜索到的各种面试经验和自学面试技巧压缩到一对一辅导的一两个小时中,对提升面试应对能力帮助不大,但往往收费不菲。

有过两次面试第一名经历的熊伟(化名)说:“实际上,一些机构出售的就是信息差,而这些信息其实只要自己用心搜索都能找到。我刚开始也报过线上辅导班,但整体收获不大,反而更加焦虑了。”

“梳理这方面的相关投诉,会发现求职季找工作已经消耗了不少时间和精力,很少有求职者发觉上当受骗之后转而维权。而包括面试辅导在内的某些培训机构或个人在推销时往往夸大其词,诱导求职者。”京都律师事务所律师常莎分析,如果一定要进行这种面试辅导,要了解对方是否有正规资质,对培训时间、服务的具体内容等事项,也要有明确的约定。

杨璇提醒说,作为刚毕业的求职者,一方面要注重平时的积累,另一方面可以通过网络平台收集相关资料,有针对性地进行准备。

在中国人民大学法学院教授刘俊海看来,面试培训市场的收费价格虽是市场定价行为,但是这一培训市场依然应该得到监管,对培训机构的监管职责应该更加明确。同时,培训市场也应该出台与面试相关的行业规范,告别“野蛮生长”的发展阶段。

据《法治日报》 赵丽 文旭晨/文

短视频平台何以成为职场充电站?

越来越多的职场人把短视频平台当作自己的“充电站”,利用碎片化的时间学习充电。

近日,清华大学新闻与传播学院智媒研究中心发布的《学无界,共此间:短视频直播与知识学习报告》指出,近9成用户会通过短视频直播获取知识,其中实用型知识如职业技能,专业型知识如科学科普深受欢迎;优质知识类内容激发了近4成用户参与知识创作的兴趣。如今,越来越多的职场人把短视频平台当作自己的“充电站”,利用碎片化的时间学习充电,提升自己的职场“战斗力”。

“边刷边搜”成习惯

张林原来是一名水果店的店员,因为刷短视频的时候看到博主讲解挖掘机技巧,加上身边有朋友正好有挖掘机,于是工作之余,学习挖掘机就成为他的兴趣。“跟着短视频学习,我可以随时提问,教练看到后有时候会给我回复,甚至会把大家的问题集中起来,专门拍摄一期视频,很有参与感。”

随着相关视频越看越多,张林萌生了去考挖掘机操作证的想法。“考完证后,我多了一个新的身份,也就多了一个工作机会。以前收入一个月4000多元,有了证后,现在有时候一个月能挣到1万元。”

和张林一样,边刷边搜已经成为许多职场人的新学习习惯。巨量引擎联合创业邦发布的《2022中国职业教育行业洞察报告》显示,超8成职教用户在抖音学习,其中33.3%的人 would 利用工作日晚上的休息时间刷短视频学习,22.5%的人利用周六日的休息时间,还有20.8%的人 would 利用通勤的碎片化时间学习。

刘秦是一名大四毕业生,毕业后她将入职北京一家传媒公司,目前她正在这家公司实习。她的短视频平台的搜索记录里写着“如何快速抠图”“如何制作长图海报”……在刘秦看来,每天利用碎片时间看一点点,边做边学。相比书本上文字内容的晦涩难懂,视觉化的呈现能更快接受知识,掌握技能。

期待更多优质技能培训短视频

国家广播电视总局发展研究中心等单位发布的《中国短视频发展研究报告(2023)》显示,短视频已经取代文字和图片成为知识传播的主要媒介,越来越多的知识创作者涌向短视频平台。

路平是一名技能博主,主要从事挖掘机的教学,网友都叫他路教练。路平拍视频已经有近7年的时间了,有近60万的粉丝。伴随着粉丝量的增大,他开始思索

如何演示得更专业、如何讲清楚不规范操作可能带来的危害。为此,他购置了先进的拍摄设备,自学了视频拍摄、剪辑等技能,还学习了英语,制作双语视频,“我也想把我们的挖掘机技术传播给外国人看”。

对路平而言,压力最大的,就是担心自己的操作讲解不规范、技术落后,让粉丝跟着学习的时候发生危险或者技术不达标,因此,他一边拍视频还在一边继续学习最新的挖掘机操作技能,随时更新自己的知识库。“最让我有成就感的事情是我的短视频成为了一个互动交流的平台,大家遇上不懂的问题可以随时留言,想考证的、想招聘的,也会在我这里寻找信息。”

“技能培训类短视频的创作者是非常多元的,有职业院校的专业教师、有深耕该行业多年的从业者,当然也会有非专业人士混迹其中。如果纯粹让受众去判断哪些短视频专业、科学,并非易事。”北京师范大学新闻学院副院长周敏教授建议,平台可以联手专家,对优质内容和优质博主进行审核、标注甚至扶持,借助技术等手段剔除劣质内容,让技能培训短视频的生态更加良好,这样才能让更多人学习到优质内容。“也希望平台能和院校联手制作优质专业的职业培训类短视频。”

帮助职业教育“出圈破圈”

“短视频的出现,降低了大家获得知识的门槛,破除了大家对未知领域的陌生感,能更快开启学习。”有着多年线下教学经验的健身博主沈国威告诉记者,短视频能帮助很多人快速找到自己的兴趣点,进而进行尝试甚至试错,而这种试错成本相对于线下学习比较低,且可以反复试错,直到找到自己真正的兴趣点。

北京师范大学教育学部硕士生导师刘幸表示,技能培训短视频追求在最短时间内将知识“打包整理”,以速成、易懂、实用为其核心特征,把一些技能知识普及给有需要的人群,受欢迎是可以想见的。此外,短视频正在帮助职业教育“出圈破圈”,“职业教育开始以直观的形式被更多的人看到了”。他认为,短视频正在以直观和直接的方式,让更多年轻人看到不同行业的特色,这种效应长期积累,会吸引更多对职业教育有认同的年轻人投身其中,也有助于人们终身学习,助力学习型社会的建立。

北京电子科技职业学院副院长辛秀兰认为,相对于传统的系统性培训,短视频只能是教学的辅助,虽然能在很短的时间内,把一些知识点或者是关键步骤展示出来,但却无法提供一个完整的知识图谱。

据《工人日报》 曹玥/文

幼儿园转型开出银发经济之花

春寒乍暖,细雨蒙蒙。早上在送完外孙女上学后,李阿姨变得轻松起来,但也挺无聊。

六点起床、做饭、送外孙女……这种周而复始、雷打不动地“退休”生活已持续多年,这对于曾是医务工作者的李阿姨而言,是无奈之选。身心疲惫,她决定要在妇女节前送自己一份礼物,找一所“老年活动与交流中心”,在帮儿女做完家务事后,能够有自己喜爱的生活。

通过某平台,李阿姨频繁刷到了几家幼儿园改建的“老年活动中心”消息:一家是位于一所幼儿园的四层,活动中心是幼儿园音乐厅活动室改造而成;另一家是一所幼儿园彻底底注销后,完全变成老年活动交流中心。

部分“幼儿园”变“老年活动中心”,目前已成为银色产业发展的一个缩影。

2月29日,国家统计局公布的《中华人民共和国2023年国民经济和社会发展统计公报》显示,2023年学前教育在园幼儿较上一年减少534.5万人,已经连续三年减少。有专家预测,近三年,有近10万所幼儿园,尤其是部分民办幼儿园会面临转型或者关门。

而另一组数据或让已陷入困境中的幼儿园校长们看到了一扇窗。截至2023年底,我国60岁以上的老人达到了2.97亿,占人口的比重为21.1%,65岁以上的老年人口2.17亿,占总人口的比重为15.4%。

有研究报告显示,“6275”(指1962年至1975年间新出生的人口)新老人已成银发经济主力消费人群。

如何服务好孩子们的爷爷奶奶、外婆外公成为转型中的幼儿园探索的新路。

被迫转型

“去年年底,我们在决定彻底转型前,也是忐忑不安,毕竟除了幼儿市场,我们也不知道能做什么。”山西太原市柳巷原“小雨点幼儿园”投资人李校长表示。

幼儿园招生数量在2022年春天出现大幅下滑。

“我之前在另外一家学前教育集团,所属幼儿园都是小区配备,感受更直接,

几家幼儿园虽不至于关停,但招生的确很难。”同处于焦虑中的另一幼儿园集团高管郝总与李校长碰头后一拍即合,两人先后考察了山东等地的“老年活动中心”市场与商业模式后,决定重组、再创业。

去年下半年,李校长将自己所属的两家幼儿园关停并注销,重新注册新公司,主营业务是“中老年活动中心”。

“山东那家企业的商业模式很不错,但我们毕竟是创业初期,‘稳’字为主,还是选择了本土品牌,交了加盟费,我们从师资条件、课程安排以及老师的配备,也要符合他们的要求。”李校长表示。

商业模式的探索

记者了解到,该品牌企业拥有学前幼儿教育与老年活动中心两大板块,其老年活动中心连锁店在太原已有四五家,其中一家活动中心就是由所属幼儿园的四楼改造而成,整个一层分为舞蹈厅、模特厅、茶点厅等。

“我们只是将原先四层楼的时间利用更合理化而已。课程安排基本是在孩子延时课前,不影响孩子们正常使用。但这边的老年活动业务才刚开业,还是要走一步看一步。我们请的是非常专业的老师,希望妈妈、奶奶们能够在这里找到快乐,同时还能锻炼身体,交朋友。”该品牌企业其中一家老年活动中心的校长表示。

另据了解,西安一家幼儿园也因为招生难,腾出部分场地,增项“私立”老年大学,除了上课,还组织老人们参加旅游、演出和养生活动,进行写真、视频拍摄等。

“我们幼儿园在山西属于转型较早的一波,也有的幼儿园可以随着城市经济消费转移以及人口转移做调整,去经济活跃地区开设新幼儿园。但我们对‘老年活动中心’未来市场很有信心,因为接触下来自己也很受感动,目前成为我们中心会员的几十位女性很勇敢很热情,她们更愿意为自己的快乐买单。但我们的挑战在于,该如何做好‘快乐服务’?这路得一步步探。”李校长认为。

来源:第一财经 陈汉辞/文