

(上接 A25 版)

市场扫描

广州早教品牌逾40个

半年时间,10分钟步行区,连续开张了3家大中型早教机构——从海珠区滨江东的竞争态势可管窥广州早教市场的快速蓬勃。据广州大道南AOK一家早教中心市场部王经理透露,她统计广州已注册的早教品牌约有40多个,这还不包括各家的连锁店、加盟店。成为仅次于上海、北京的第三大早教城市。据了解,广州早教市场的兴起始于2000年。华南师范大学学前教育专业袁爱玲教授说,这两年广州早教市场的发展可谓“风生水起”,早教机构如雨后春笋越开越多。“这个市场是相当广泛的”,袁爱玲分析说,时下社会竞争的压力变大,年轻父母谁都不愿意自己的孩子输在起点。父母们深怕孩子落后的心态,让教育从0岁开始有了充分的说服力,因此早教机构才得以生存,并且不少品牌收费不菲。

早教中心王经理介绍,带孩子来这家早教中心的家长主要分为三类:半数以上的父母在养育孩子时感觉“很棘手”,比如孩子性格偏激、敏感、爱哭闹,缺少对策的家长希望有专家的指引;20~30%左右的家长自身对早教知识有一定学习,愿意尝试区别于传统的教育方式培养孩子、开发孩子的潜能;还有部分家长出于“跟风”,觉得身边朋友邻居都把孩子送去了早教中心,“不去怕落后了。”

早教不是学字算术

广州现有的几个较知名品牌的早教中心各有“卖点”:金宝贝的双语、爱儿贝推行蒙台梭利教育观念,AOK主打“剖腹产儿童潜能开发”、东方爱婴强调“中国本土第一早教品牌”。发展到今天的较正规早教机构早已与“保姆班”、“儿童托管”划清了界限,也在尽量与“幼儿园前班”有所区别。大多数正牌的早教机构都很强调“家长的学习”、“为孩子奠定健康人格、快乐人生基础”。但也有部分早教中心为了迎合家长“望子成龙”的心态,在早教中加入数学、识字、学会唱歌跳舞、会说英语等“技巧”课程。

早教机构的问题

早教机构身份存疑,而最为教育专家所诟病的,是目前早教中心监管的缺失。

记者在走访中发现,大多数早教机构在注册成立时都是通过工商部门而非教育部门。在海珠区的奇智宝贝早教中心,记者发现它的注册类型是“咨询机构”,经办部门是工商局。而在番禺区的东方爱婴,记者同样发现了在工商局申请的营业执照。“大部分的早教中心都没有在教育部门注册”,广州市幼教教研室教育理论教研员张琼说,这有一些客观原因,其中包括早教发展较晚,0~3岁的教育培训仍未纳入学前教育管理当中,教育部门尚未出台管理办法、行业标准等。但据张琼介绍,根据个别区的规定,市内应该还是有少数在教育部门登记备案的早教机构。

明明是教育的“身”,却穿着咨询的“衣”,这直接导致城内绝大多数早教中心完全可以“自说自话”。“孩子年龄越小,受影响越大”,袁爱玲教授表示,如今中国早教学界都在呼吁尽早建立相关行业标准,否则龙蛇混杂的早教市场终有一天会“后患无穷”。

师资参差不齐

记者在调查中了解到,城内早教机构的老师基本为中专以上学历,所学专业也都是幼师、幼教。在海珠区的一间早教机构里,还贴出了70多位老师的学历水平,其中不乏211院校毕业的本科生,还有个别老师达到了硕士学历。这样的学历资格让家长感到格外放心,但学历“不错”是否就足够了?袁爱玲教授说,时下的早教机构从业人员虽然不少都是大中专幼师毕业,但并不代表他们就具备做早教的资格。至于各个早教机构标榜自己的老师都经过公司独特的早教理论培训,袁教授将其与国外较为成熟的早教体系对比后说,“国外的蒙氏教育(一种早教理论)培训师要经过2~3年的学习,还有专门的证书,国内这些早教机构培训2~3个月就上岗了”。

而张琼教研员则认为,关键的一点是在于现在还没有一个标准、规范来指导从业者进行资质培训、认证。“如果是幼儿园、学校就会要求上岗人员持幼师证、教师资格证”,张琼表示问题还得归因于早教机构尚未纳入教育部门的监管之中,作为商家的它缺乏上级监管,也就没有人对它的从业资质提出要求。(下转A27版)



几位小朋友在上“人格建构课程”。据介绍,这个课程主要通过精心规划的主题活动,促进孩子自理能力的发展,并养成良好的习惯,促进儿童优良性格的塑造。使孩子获得身体独立、思想独立,为性格独立提供基础。



小朋友正在上“人格建构课程”。



一位小宝宝正在爬行室上“身体运动与感觉统合课程”。主要是通过锻炼婴童四肢的均衡发展,为孩子的运动知觉奠定基础,促进孩子在爬行阶段发展智能潜力。

是教育投资还是时髦消费

早教需要一个标准说法

李小姐是个新科妈妈,孩子快半岁了。从最开始关注奶粉、尿片,现在的注意力集中到了“早教”,不仅自己积极主动学习早教知识,不由自主被各类早教机构的广告信息包围。她向记者讲述了她如何踏上了“早教之路征途”

第一步:请君入瓮

早教中心的销售人员可能从医院、奶粉销售点、母婴用品店、街头问卷调查等各种途径获得妈妈们的联系方式,热情如火的推销者们会不厌其烦地给妈妈们发短信、打电话,邀请家长参加免费体验课程、聆听专家讲座。

第二步:免费体验

目前在广州,除东方爱婴之外,所有的早教中心都设有免费体验课。体验课的形式主要以老师带领家长和孩子做互动游戏为主,也有专门针对家长的“培训体验”。

记者上周在海珠区金菊路的AOK早教中心,就体验了一堂家长“培训课”。当晚的培训课在该早教中心的一间小课堂里举行,30多位家长把小房间挤得满满的,还有些孩子的爸爸不得不站在教室后排听课。讲课人朱烦讯是该早教中心的创始人,早教经验丰富,也有一套自己的理念。这个“情绪管理”系列的培训课,分为四五期,当晚是第二期,旨在教在场的父母们如何通过管理自己的情绪给孩子正面引导。在长达2小时的课程中,主讲人和在场父母们一起玩各种游戏,通过简单的游戏来得出育儿“理论”。“要说道理呢我们也知道,不过老师就总结得比较系统”,一位1岁多孩子的妈妈黎小姐告诉记者。一些家长持“货比三家”的态度,要再对比一下价钱、交通,不会一体验完就参加的”。不过,对于一些不太了解早教的家长来说,参加早教中心办的免费讲座不失为一个速成妙法。

第三步:磨牙卖课

上完体验课,推销人员会进入冲刺阶段,说服家长“买课”。早教课通常一节45分钟,每周建议上课1~2节,一节课学费从40元~250元不等。由此衍生出来的套餐系列也不一而足,折扣花样让人眼花缭乱。

●“买一送一”

以价格中档的爱儿贝为例,从宝宝7个月开始到3岁,每3个月为一个学期,分为“红橙黄绿青蓝紫”7级,每个学期报价1180元。销售人员通常会给家长一点甜头:一个学期12节课,但一般会送12节复习课,如此算下来,1000多元就是24节课了。

●“批发优惠价”

价格贵、硬件最好、突出双语的金宝贝,报价复杂。24节课、36节、72节、96节套餐包不同,单价也从232~145元不等。加上优惠折算下来一节课最便宜需120元左右。

●“时时有促销”

几乎所有早教中心都会告诉顾客:“我们正在搞酬宾。”新店开张优惠、开业周年大礼包、邀请专家讲座现场报名,势要打动家长掏荷包。