



# 學生有保障？ 細看海外教育諮詢服務

2018年6月27日



## 專上教育的選擇可影響：

- 人生路向及事業發展
- 市民的質素

## 消費者的關注點：

- 涉及龐大投資
- 通常沒有使用海外教育諮詢服務的經驗
- 市場積極的營銷策略

Bachelor·Master

個別諮詢

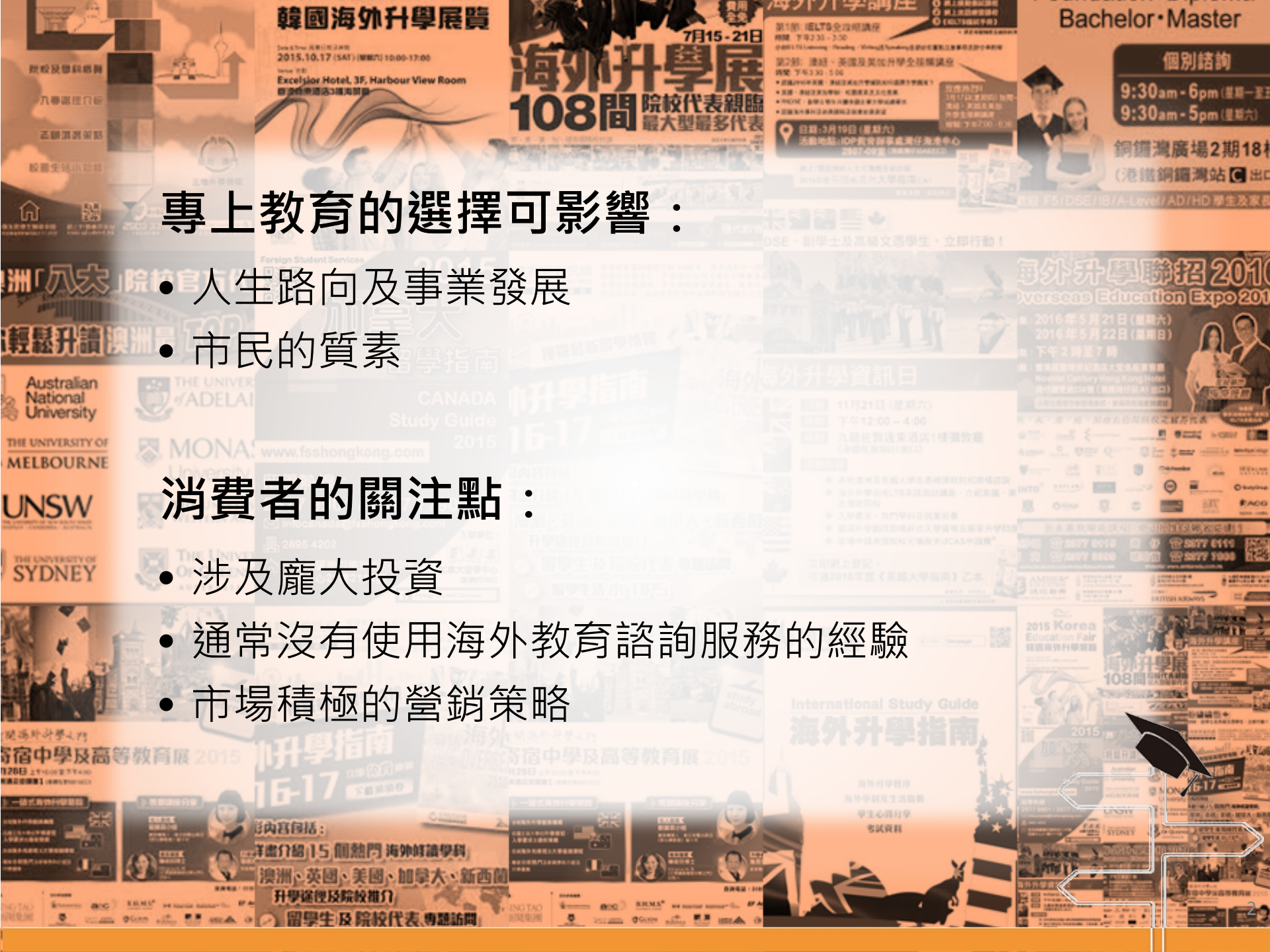
9:30am - 6pm (星期一至五)

9:30am - 5pm (星期六)

銅鑼灣廣場2期18樓  
(港鐵銅鑼灣站C出口)



適合 F5/DSE/IB/A-Level/AD/HD 學生及家長



# 研究目的

1

評估諮詢服務商在向消費者提供海外教育選項時的資訊是否足夠

2

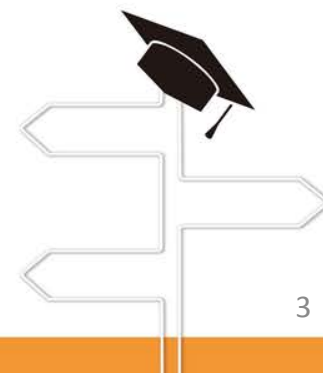
量度消費者對服務的了解及滿意程度

3

觀察海外教育諮詢服務中是否存在損害消費者或限制其選擇的不良營商手法

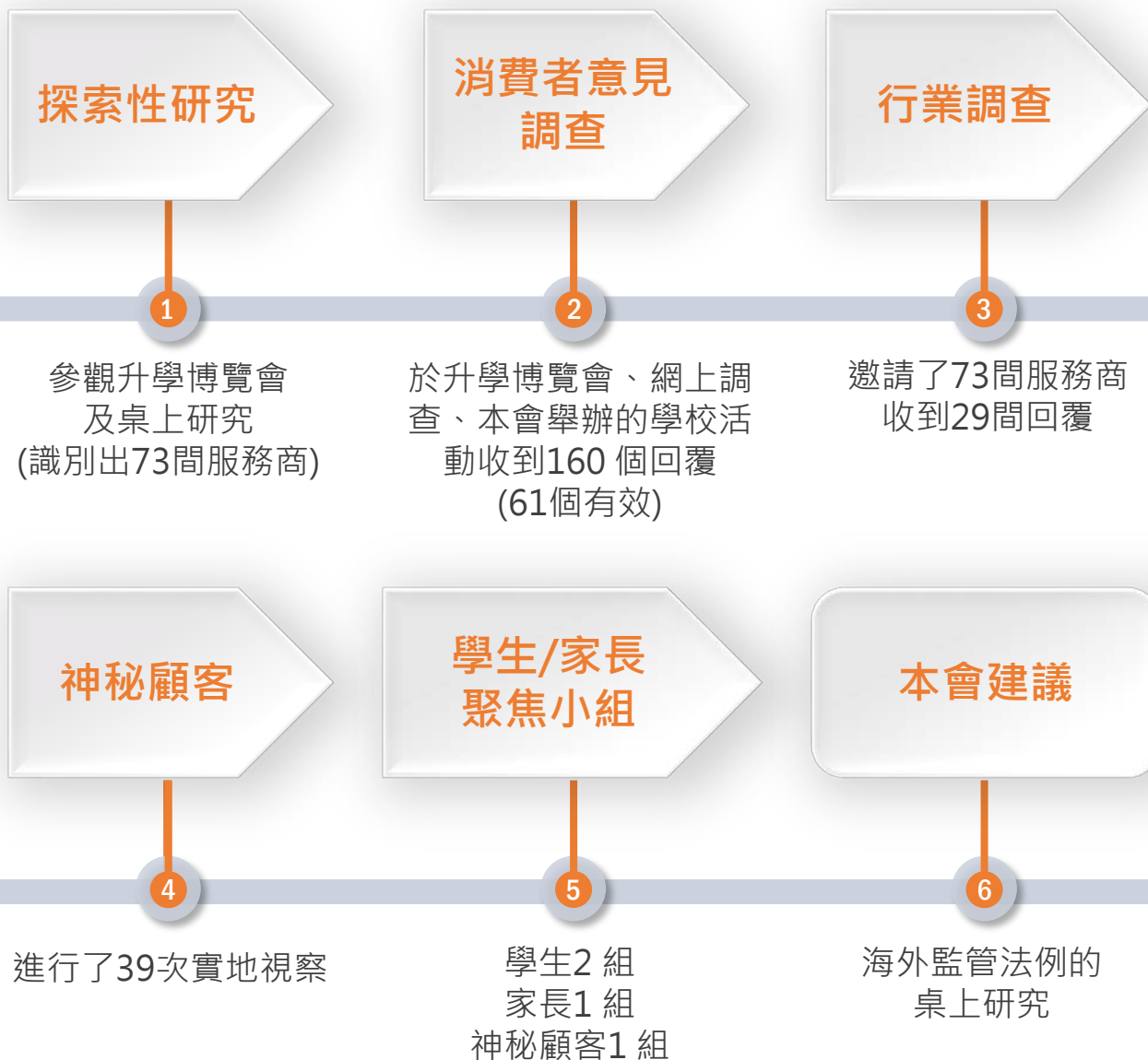
4

評估解決爭議機制及建議加強消費者保障的措施





# 研究方法 (2017年7月至2018年3月)

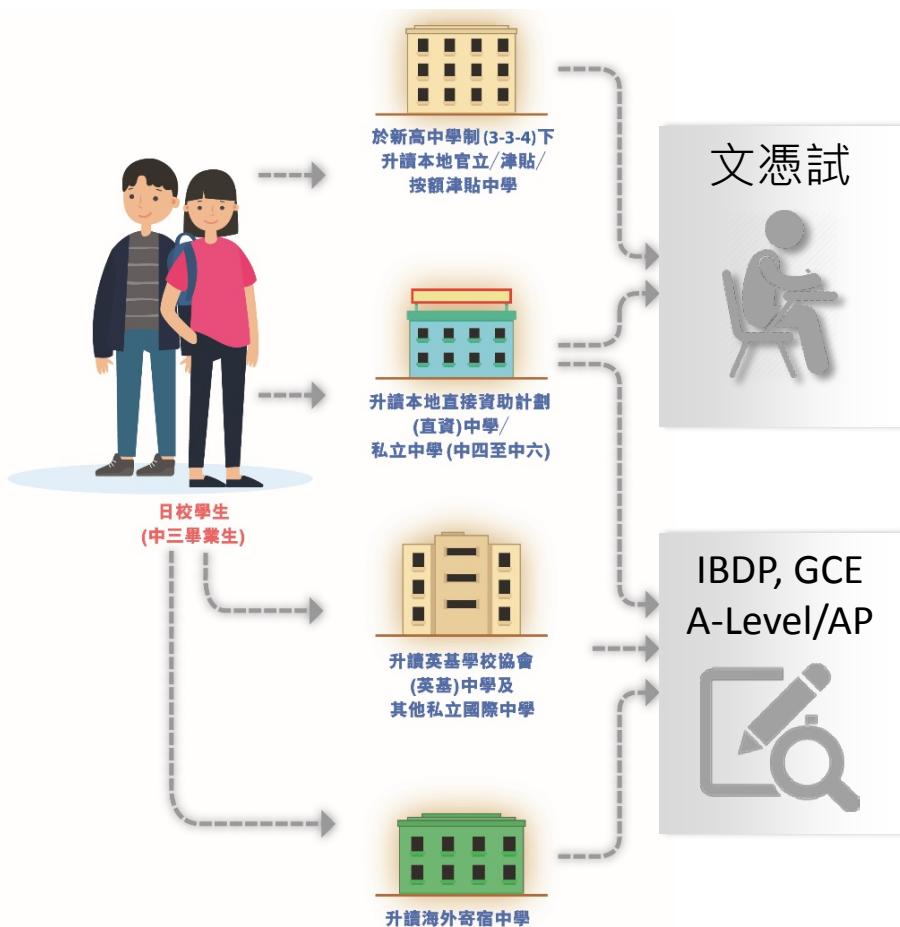


與持份者會面：

- 教育局
- 香港國際教育顧問協會
- 香港輔導教師協會



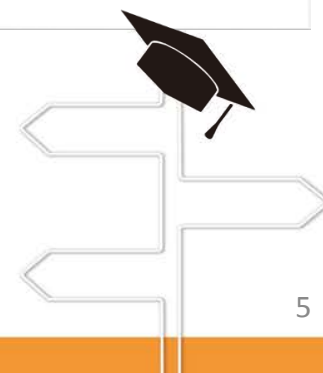
# 香港初中畢業生的出路(1)



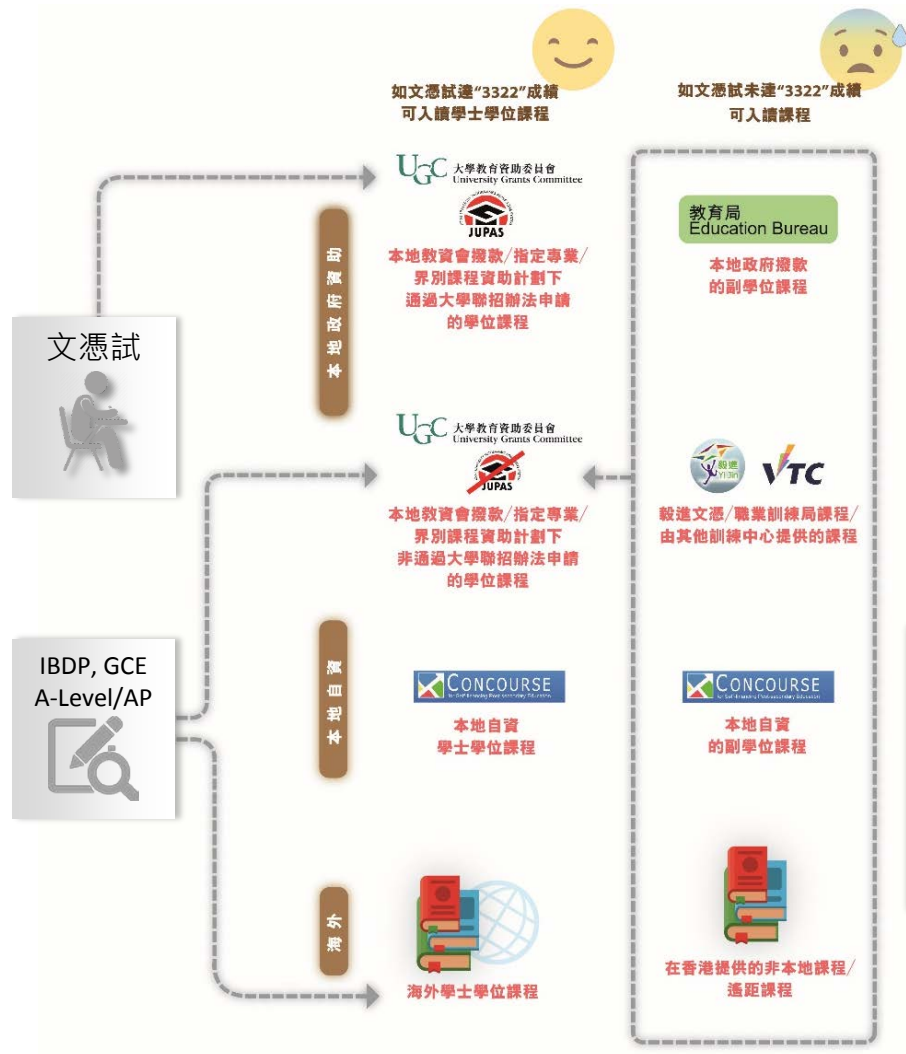
	文憑試 應考學生人數	符合4年制 學位課程 入學要求	符合 副學位課程 入學要求
2017	60,349	21,593	35,990
5年間 變化	-12,271 (-16.9%)	-5,043 (-18.9%)	-12,308 (-25.5%)

- 國際預科文憑 (IBDP) (2017年 : 2,235)
- 普通教育高級文憑試 (GCE A-Level) 或進階先修課程 (AP) 及其他\*

\* (報考人數沒公開資料)

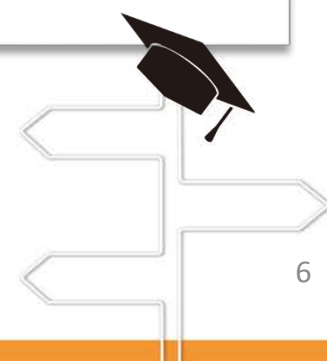


# 香港初中畢業生的出路(2)



學位	
資助學位 + 自資學位	24,647
本地副學位課程	34,100

- 2018年共有1,151項非本地課程於教育局註冊
- 61% 與本地院校合辦而獲得豁免



探索性研究

1

消費者意見  
調查

2

行業調查

3

神秘顧客

4

學生/家長  
聚焦小組

5

本會建議

6



# 到香港以外地方就讀的原因

最多受訪者提及到香港以外地方就讀的原因

17.2%

香港以外地方的  
學習氣氛較好



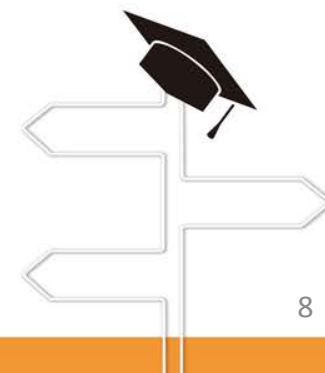
14.2%

學習獨立



13.0%

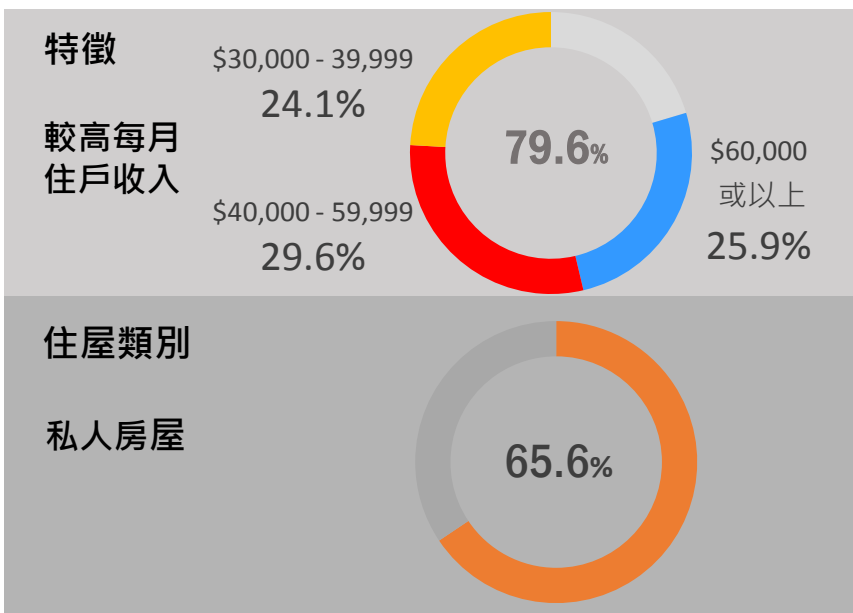
在外地就讀  
有更好的  
就業機會/前途





# 有意往海外升學者及其主要考慮

- 有意往海外升學學生的特徵與2011年主題性住戶統計調查（第46號報告書）結果非常相似



希望升學的目的地		主要考慮因素
英國	33.9%	預期的文憑試成績
澳洲	23.2%	預期的文憑試成績
美國	10.7%	家庭經濟能力/個人能力
台灣	8.9%	家庭經濟能力
加拿大	7.1%	科目選擇/家人建議
新西蘭	5.4%	不適用
中國大陸	1.8%	不適用
其他	9.0%	

資訊來源	準確程度	足夠程度
1. 海外院校 (網上搜尋)	4.28	3.72
2. 海外教育中介	3.92	3.85
3. 就讀之本地學校	3.89	3.56

最需要的服務		
1. 提供海外升學資訊		4.24
2. 安排面試及入學試		4
3. 轉交入學申請文件予海外院校		3.93

### 對不同服務收費的認知程度

- 大部分受訪者不知道 **> 80%**
- 小部分受訪者對不同服務回答「免費」由 **8.2%** 至 **16.4%**



探索性研究

1

消費者意見  
調查

2

行業調查

3

神秘顧客

4

學生/家長  
聚焦小組

5

本會建議

6



# 海外教育諮詢服務對消費者的價值

龐大投資成本

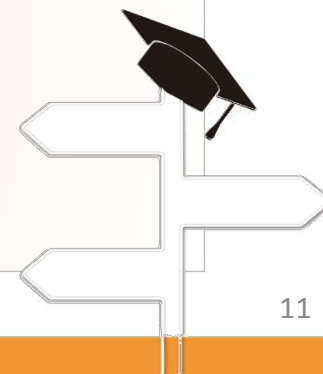
複雜的尋找資訊過程

- 大量資訊
- 地理上的距離

難以預先視察校園 / 教學方法

無法例或指引規管海外教育諮詢服務商提供的資訊  
及宣傳資料，難以判斷資訊的準確性

- 支援家長識別合適課程
- 節省完成必須手續的時間
- 幫助學生達到心儀課程的入學要求
- 在港指定代理中介



# 香港的海外教育諮詢服務商類型

## 中介

- 海外教育機構的代理或自由身中介
- 佣金一般為第一個學年學費的10-15%
- 集中於部分留學目的地/課程
- 主辦或參加升學博覽會或講座以吸引潛在顧客

## 顧問

- 提供長期及/或度身訂造服務，例如升學途徑規劃
- 通常經客戶轉介，代表學生 / 家長
- 收取較高顧問費

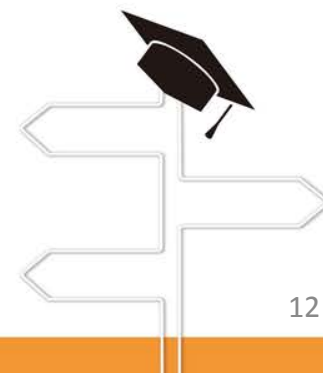
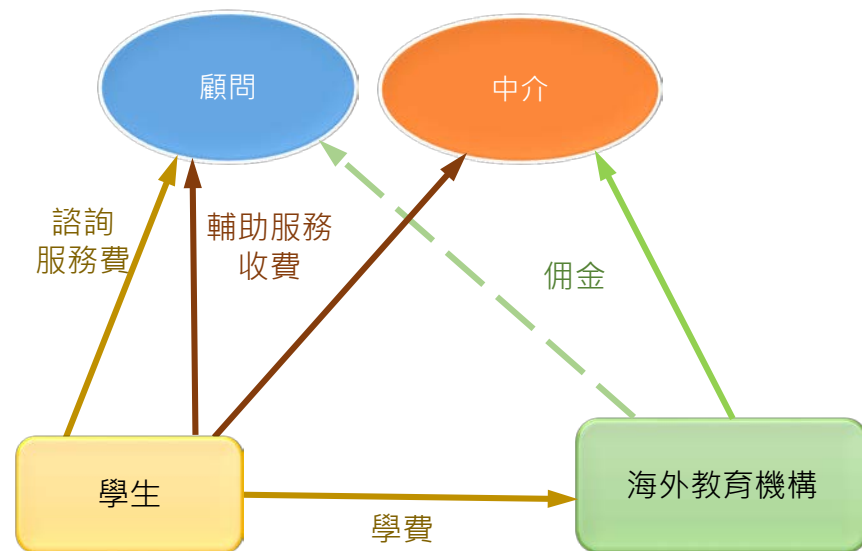
## 移民中介

- 海外教育諮詢為副業以吸引移民生意機會

## 語言教授機構

- 海外教育諮詢為副業以支援參加其語言課程的學生

## 海外教育顧問/中介 收入來源

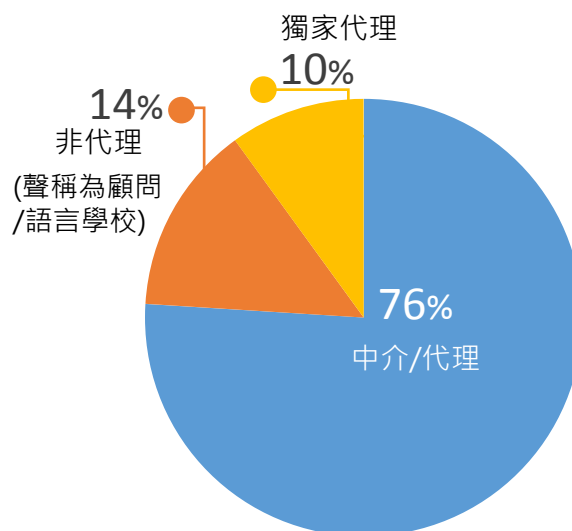


# 服務商調查結果 (1)

## 代表的市場

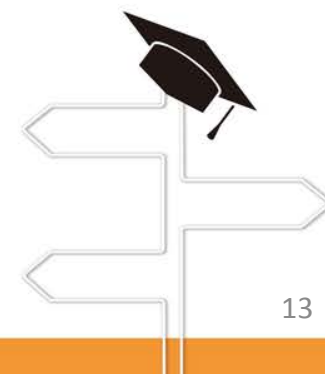
市場數量	服務商數量	留學目的地例子
單一市場	6	英國 美國 澳洲
2-5個市場	18	加拿大 新西蘭 瑞士
6-10個市場	3	中國大陸 日本 南韓 新加坡
11個市場或以上	2	愛爾蘭 德國 法國

## 代表的海外教育機構



所有中介/代理提供以下服務：

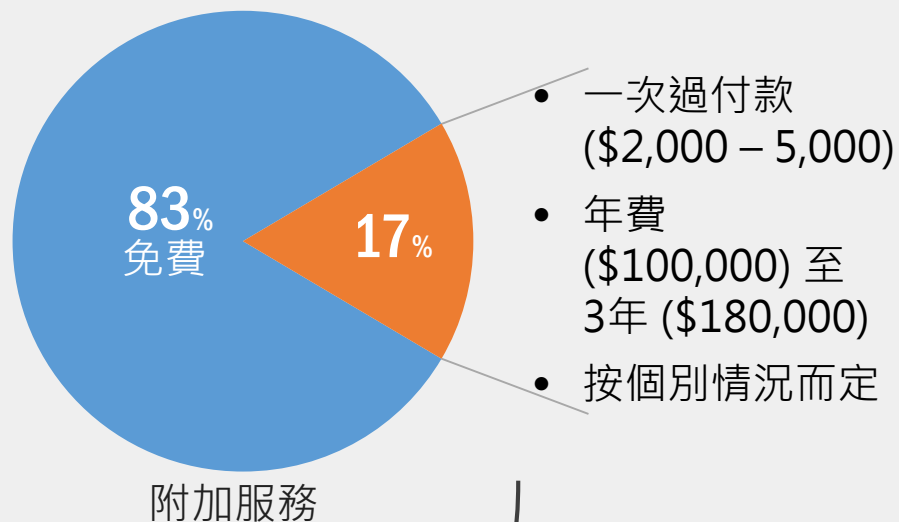
- 附加服務
- 大部分舉辦/參加教育展
- 提供優惠
  - 優先安排住宿 (14%)
  - 優先取錄 (14%)
  - 提供獎學金 (17%)
  - 跟進服務：提供學業成績予家長 (45%)





# 服務商調查結果(2)

## 服務收費



35% 免費    66% 按服務類型及目的地而定

## 有沒有合約和申訴機制?

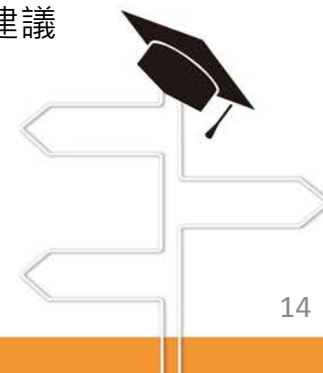
- 只有 2 間提供合約樣本
- 與消費者之間無書面或口頭合約
- 無發現正式的申訴機制
  - 45% 稱會提供協助
  - 只有14% 提及可能退款

## 如無代表該院校/課程，會如何處理？

- 24% 會為學生向目標院校提交入學申請
- 3% 嘗試提供其關聯院校的課程作為替代
- 17% 轉介學生到其他服務商
- 7% 告知顧客不能提供所須服務

## 當家長與學生的意見不一致時，會如何處理？

- 大部分稱會按其專業判斷作建議
- 一間服務商稱會再考慮學生的意見



探索性研究

1

消費者意見  
調查

2

行業調查

3

神秘顧客

4

學生/家長  
聚焦小組

5

本會建議

6





神秘顧客  
(39次視察)

## 顧客旅程



聚焦小組  
(4組)

查詢  
• 電話  
• 面談



- 對心儀目的地、課程或院校，只提供有限的一般資訊
- 大部分毋須預約，23%須要預約
- 85%須要提供個人資料

所須資料	電話號碼	姓名	電郵	公開試 成績	學校 成績表	住址	護照	身份證
要求資料的顧問人數	27	24	17	15	8	5	5	3
佔視察的%	69.2	61.5	43.6	38.5	20.5	12.8	12.8	7.7

使用  
服務經驗

- 4次視察的顧問要求財務狀況資料 – 聲稱個別院校須學生提供財務證明

為何在選購服務的初段已須要提供住址、身份證及護照資料？

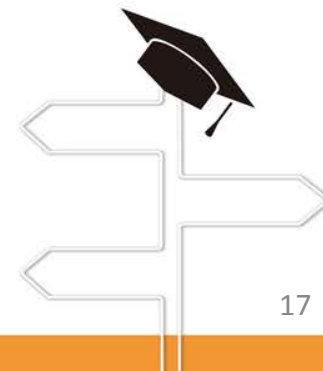
是否存在個人私隱的隱憂？



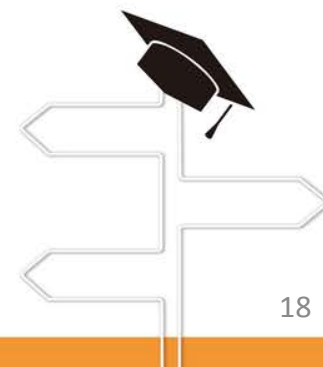
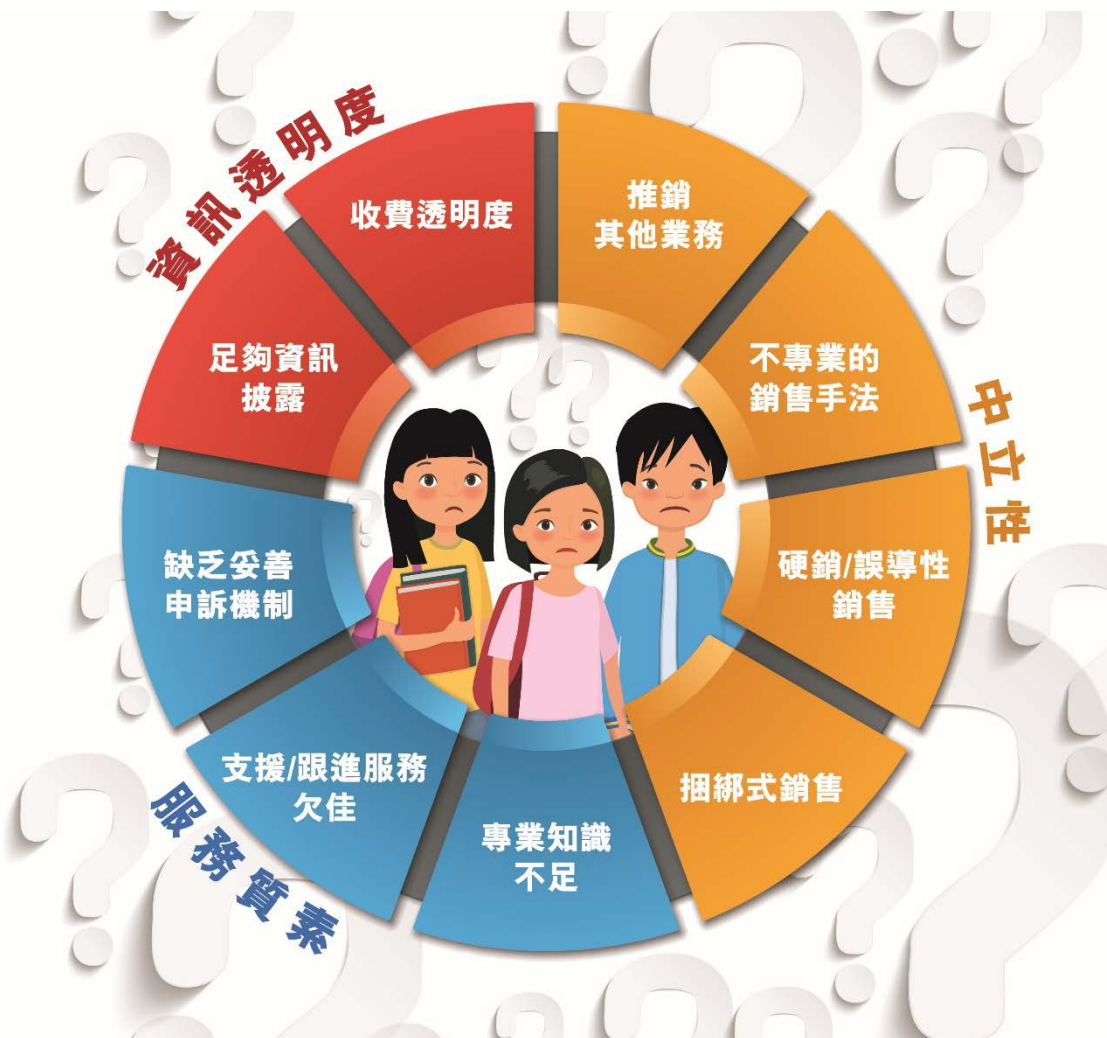
# 神秘顧客及消費者聚焦小組觀察所得 (1)

## 正面意見

- 大部分神秘顧客認為能就以下各項提供清晰的資訊
  - 教育機構
  - 建議的課程
  - 申請程序
  - 簽證申請手續及要求
  - 所須的公開試成績
  - 其他附加服務
- 部分聚焦小組參加者贊許其顧問為有能力及專業
  - 按其公開試成績建議合適課程
  - 能與海外院校有效溝通
  - 提供有用的資訊



## 神秘顧客及消費者聚焦小組觀察所得(2)





# 資訊披露及透明度不足

**1 許多** 顧問無講解使用其諮詢服務的條款細則 (32次視察)，只有1個顧問提供一份服務申請表予其中一個模擬內地生的個案。

**2 沒有** 顧問向神秘顧客披露他們是建議申請的海外院校的中介或代理。儘管有部分顧問在查詢後承認，但無顧問披露佣金的多寡。

## 3 浮動服務收費及缺乏價格透明度

- 沒有顧問展示其顧問服務費的價目表
- 只有在確定使用服務時，才告知收費資料
- 存在浮動服務收費  
例如一個模擬內地生的個案中，在面談時起初提出的收費為 \$12,000，但後來卻增至\$20,000。顧問聲稱\$12,000的價格只適用於有其他顧客轉介的客人。



# 中立性存疑 (1)

## 1. 當提供建議時，有其偏好的國家或院校

例子：

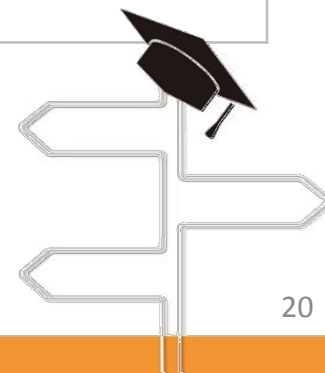
### 由美國到加拿大

顧問只提供加拿大的學位課程，但當他發現神秘顧客希望到美國留學時，沒有婉拒查詢，反而游說神秘顧客的「孩子」先到加拿大完成學位課程，再經顧問在美國的網絡申請到美國的大學讀書。

### 廚藝課程

有一位學生希望到法國攻讀廚藝課程，雖然顧問承諾定可入學，但卻未能協助她取得學生簽證。後來學生發現顧問與她申請的院校無合作關係，顧問不再提供協助，改為游說她到美國修讀一個由該顧問主辦、為期2年的語言課程，而非尋找另一個廚藝課程以滿足她的升學期望。

2. 不少顧問暗示經他們申請會較方便或有優惠，但沒有說明詳情 (26次視察)，部分提供學費折扣 (2次視察)，及保證獲取錄 (1次視察)



# 中立性存疑(2)

## 3. 推銷其他業務

### 例子

在提供海外升學建議時，推銷美國投資移民計劃。

## 4. 硬銷/誤導性銷售

### 例子 1

部分聚焦小組參加者被游說修讀基礎或銜接課程，後來發現這些課程並非由目標院校所主辦，亦並非其學位課程的入學要求。

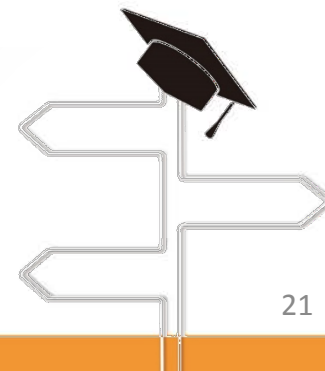
### 例子 2

有參加者聽從顧問建議修讀一個基礎課程，但在大學第二年時，他發現事實上課程並無要求學生須完成基礎課程才可入學。

## 5. 捆綁銷售服務

### 例子

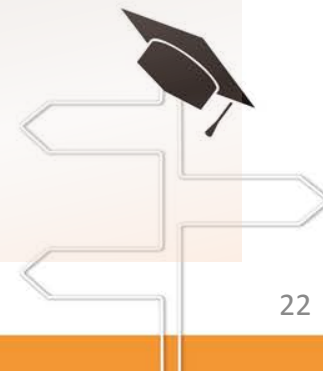
有聚焦小組參加者獲得一間日本院校取錄，但顧問要求他修讀一個日文課程，否則院校會取消取錄資格。



# 服務不佳 (1)

## 1. 資訊不足及其可靠程度

- 如神秘顧客符合公開考試成績要求，部分顧問 (13次視察)會保證能被取錄。在一些模擬須接受補救方案的情況，例如修讀基礎/銜接/文憑課程，即使神秘顧客接受補救方案的建議，假設成績達標只有少數作出相同承諾，即保證完成補救課程後可以入讀心儀課程。
- 消費者難以核實建議替代課程原因，例如
  - 較佳就業/升學前景
  - 心儀課程只供本地生修讀
  - 較容易入讀其他課程或其他目的地的同類課程
- 顧問無披露安全資訊  
例子：
  - 有聚焦小組參加者按建議到美國留學，但顧問並無向她提及院校宿舍的附近有安全問題，而宿舍與市鎮相距甚遠。到埗後，該學生發現宿舍內外的保安均非常薄弱，且附近時有持械劫案及槍擊發生。



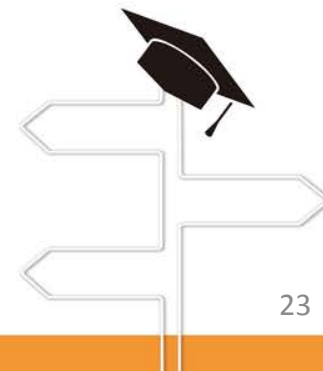
# 服務不佳 (2)

## 2. 知識不足及欠缺跟進

- 大部分顧問未能提供重要資訊，例如：
  - 國際學生可進行的實習 (例如於部分目的地習醫)
  - 將海外專業資歷轉換為本地認可資歷的步驟
  - 資歷認證
  - 畢業後是否可於當地工作
  - 建議的目的地是否安全

例子：

- 一位聚焦小組參加者發現顧問無法回答關於其心儀學校排名、交通、設施及住宿安排的問題，令他需要自行上網搜尋有關資料。
- 另一位參加者的顧問突然離職，令他與顧問公司失去聯絡，顧問公司亦無指派另一位顧問跟進他的個案。





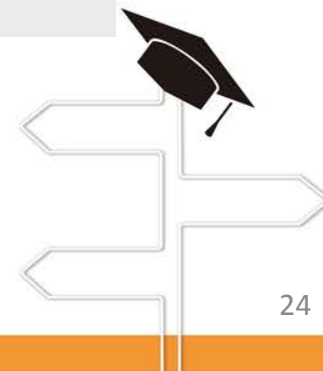
# 顧問的法律責任

## 合約法及侵權法下的保障

- 在沒有償付代價的情況下，合約或未能成立，即使顧問服務未達標準，也無合約可予以約束。
- 利益受損的消費者，在沒有法律關係下，只能循普通法下的侵權法，而非合約法追討損失。
- 海外諮詢服務的疏忽失實陳述未有先例。消費者須要確立：
  - 消費者與顧問間有一特殊關係，涉及某種顧問對消費者的責任
  - 該關係令消費者對顧問產生合理的依賴

## 《商品說明條例》下的保障

- 排除合理疑點的標準
- 檢控過程中消費者是否願意出庭作證
- 仍須循民事途徑追討金錢上損失的賠償



探索性研究

1

消費者意見  
調查

2

行業調查

3

神秘顧客

4

學生/家長  
聚焦小組

5

本會建議

6



# 海外法例及守則 (1)

## 強制性

### 澳洲

- 《向海外學生提供教育服務法案》2000
- 《向海外學生提供教育及培訓服務商的全國性實務守則》2018
- 《澳洲國際教育及培訓中介操守守則》

#### 自願遵守

- 《倫敦宣言》

### 加拿大

- 省級/區域層面有法例要求教育機構在招收國際學生前須先得政府批准

#### 自願遵守

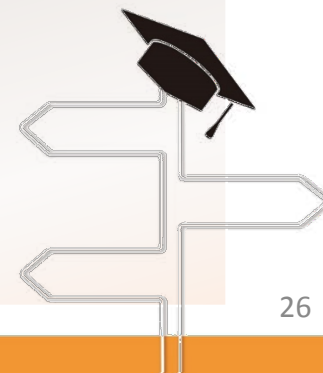
- 加拿大國際教育局的操守實務守則

### 美國

- 專上教育法案

#### 自願遵守

- 美國國際招生委員會認證
- 大專入學輔導全國協會的原則及良好實務宣言
- 獨立教育顧問協會的良好實務原則



# 海外法例及守則(2)

## 自我規管

### 中國大陸

- 合約範本供消費者核對合約內容是否合法

#### 強制遵守的國家標準

- 留學中介服務規範
- 留學服務術語

### 新西蘭

- 《教育（國際學生的教導及照顧）實務守則》

#### 自願遵守

- 「新西蘭教育」(ENZ) 的行為守則
- 《倫敦宣言》

### 台灣

- 合約範本供消費者核對合約內容是否合法

### 英國

#### 自願遵守

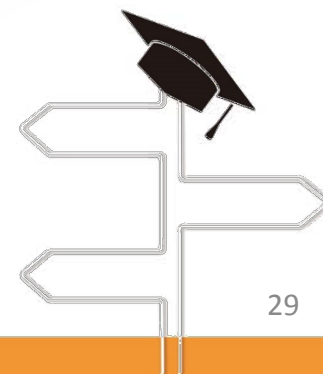
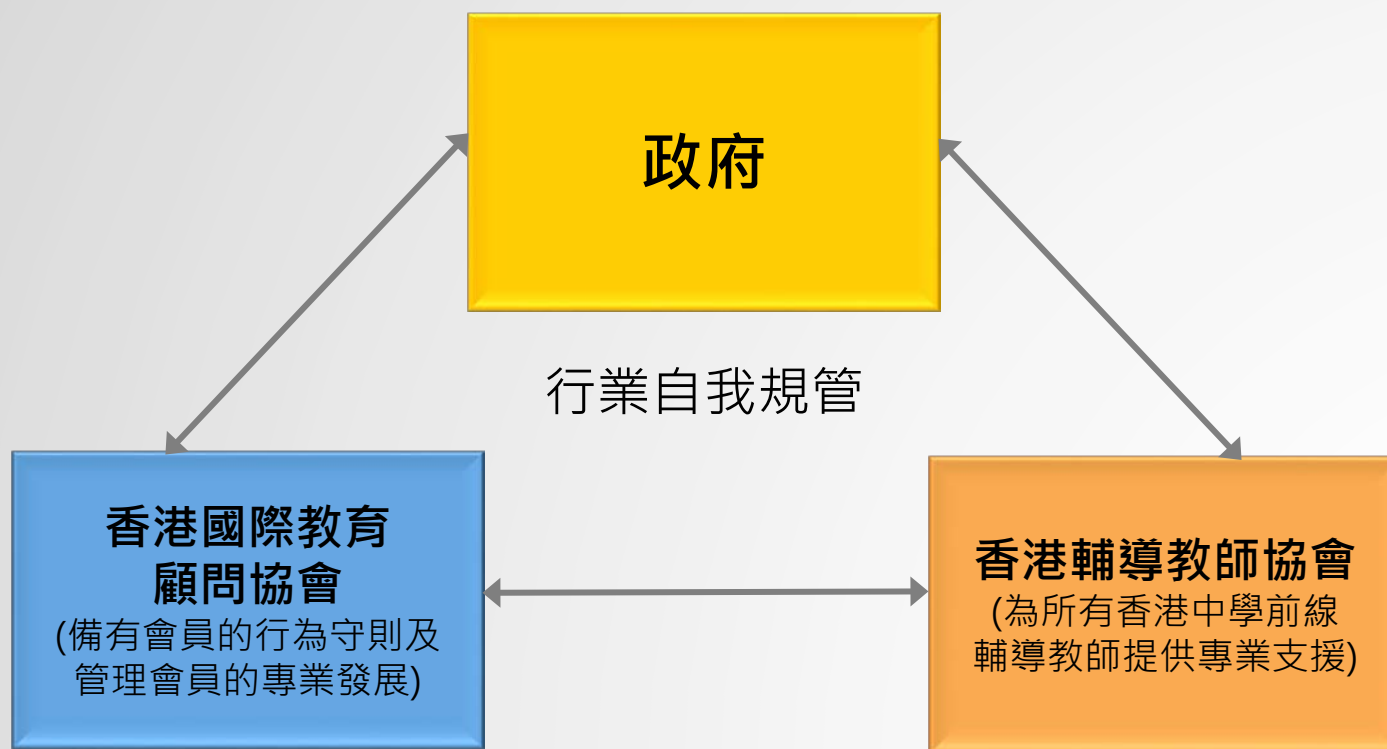
- 《倫敦宣言》
- 英國文化協會的教育中介良好實務指引



# 神秘顧客和消費者聚焦小組 的觀察結果

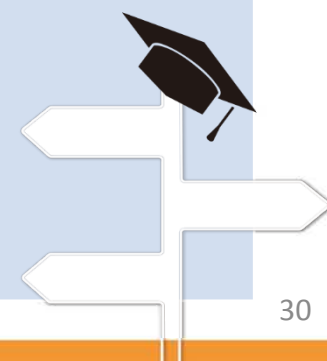


參考海外經驗，為讓消費者得到更佳保障及海外教育諮詢市場得以持續發展，鑑於立法須時，並涉及大量公共資源，加強行業自我規管是較具效益方案。



- 加強香港國際教育顧問協會的行為守則以涵蓋：

1	2	3
<b>更新操守標準及良好行業營商手法以跟隨國際市場的標準及趨勢</b>	<b>指引須包括保障消費者的相關法例，特別在</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 商品說明條例</li><li>• 失實陳述條例</li><li>• 服務提供(隱含條款)條例</li><li>• 個人資料(私隱)條例</li></ul>	<b>披露代理身份及轉介學生收取的報酬</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 必須披露代理院校及/或佣金</li><li>• 應展示收費表，方便消費者參考</li></ul> <b>4</b> <b>顧問的資歷</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 披露顧問的資歷及其展示方式</li><li>• 為消費者提供便捷途徑以核實顧問所聲稱資歷的真確性</li></ul> <b>5</b> <b>專業培訓的要求</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 訂立制度列明所須完成的培訓時數</li><li>• 加強與行業相關主要法例的定期培訓</li></ul>





# 對業界的建議

- 落實新措施以提高資訊透明度及申訴渠道

1

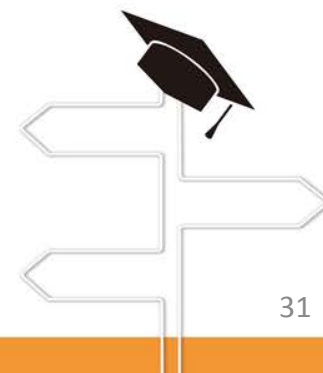
倡導使用服務合約 – 列明服務條款細則，以確保消費者及顧問雙方均清楚其權責

2

為公眾提供顧問名單 – 由香港國際教育顧問協會核實個別會員的資歷

3

成立調解爭議的申訴機制 – 一個獨立的投訴審查委員會處理未能和解的投訴



# 對政府的建議

1

## 發展選擇的工具

- 增加青年生涯規劃活動資助計劃及生涯規劃津貼計劃的資助，以加強對本地中學輔導教師的支援
- 提供更佳和便捷的能力傾向測試，幫助學生了解期望的職業是否適合他們，並在他們尋找教育選項時提供更多指導

2

## 為消費者提供指引

- 製作消費者指南，為消費者提供重要提示及本地主要專業團體在資格轉換及認受資料連結

3

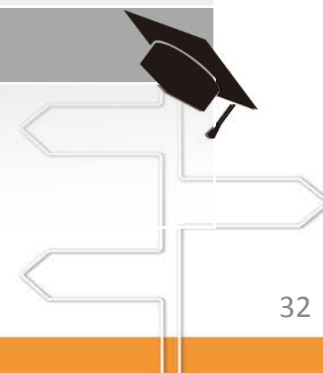
## 對香港國際教育顧問協會及香港輔導教師協會增撥資源

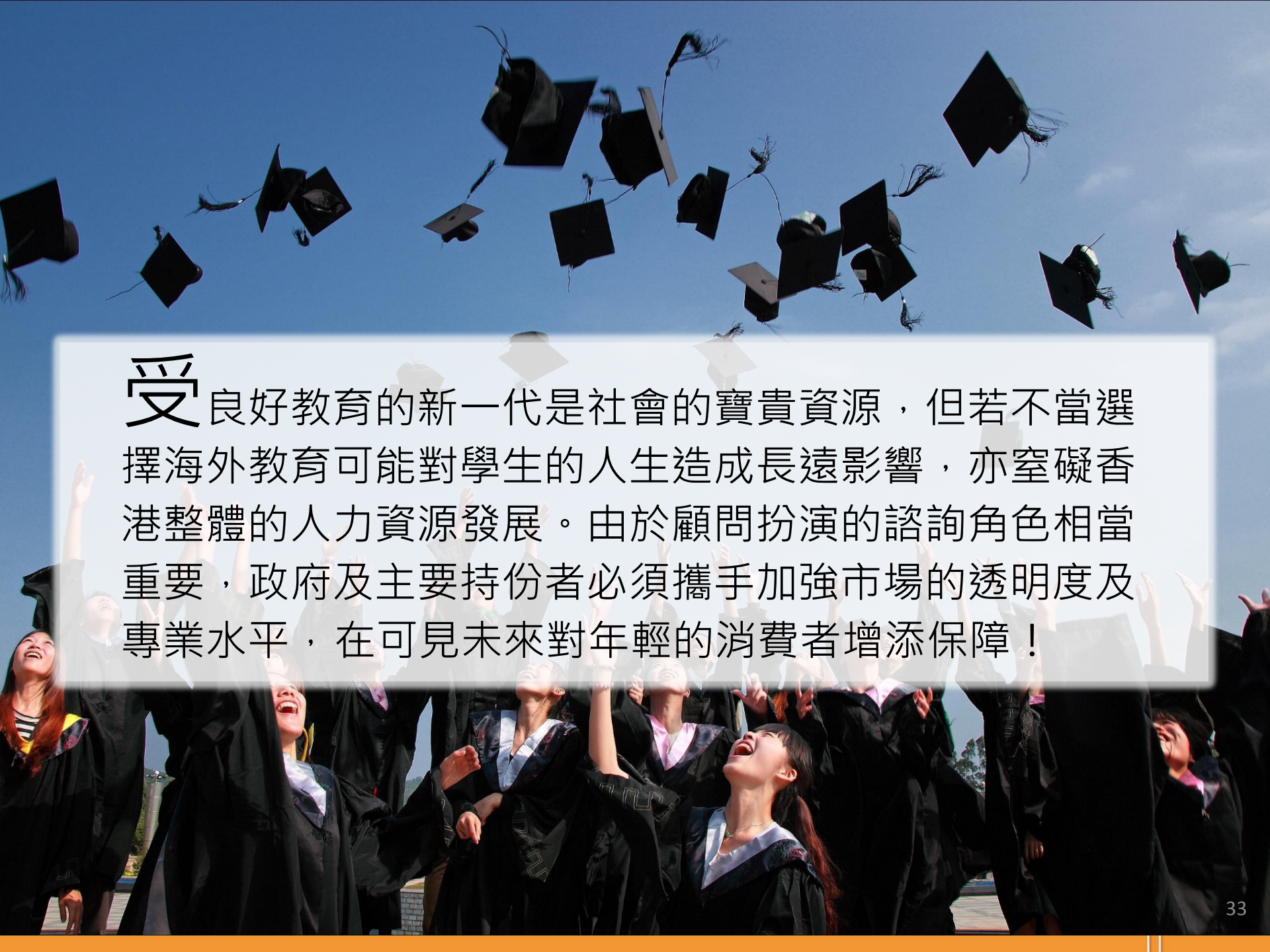
- 加快業界落實和執行建議的進度以解決本研究所發現的問題

4

## 訂立宣傳內容指引加強學生保障

- 本會促請政府與業界合作，訂立相關宣傳內容指引，防止失實及欺詐廣告



A group of graduates in black gowns and caps are celebrating, with many caps thrown into the air against a clear blue sky. The graduates are looking upwards with joyful expressions.

**受**良好教育的新一代是社會的寶貴資源，但若不當選擇海外教育可能對學生的人生造成長遠影響，亦窒礙香港整體的人力資源發展。由於顧問扮演的諮詢角色相當重要，政府及主要持份者必須攜手加強市場的透明度及專業水平，在可見未來對年輕的消費者增添保障！

謝謝

