

户外研学暑期受热捧

“热起来”之后，如何更好“热下去”？

◎ 记者 刘青



今年暑期，亲子研学类旅游产品备受欢迎，订单同比增长七成。

相关旅游平台发布的数据显示，“出门看世界”在刚开始的暑期呈现出巨大热度，一定程度上代替了补习班、兴趣班，研学旅游市场“水涨船高”，暑期旅游市场保持稳步增长。其中，亲子用户成为绝对主力，研学类产品备受欢迎，订单同比增长七成。

不过，迅速增长的需求，考验着文旅行业的应对能力。如何进一步优化服务、规范市场，满足大众对高质量研学产品的需求，成为值得深思的问题。

市场需求旺盛开辟新花样

在浙江今年的暑期研学市场出现一个有趣的现象，在体育类相关暑期班中，除了游泳、攀岩、轮滑等传统项目继续受到欢迎之外，在清凉河水中溯溪、去广袤沙漠中徒步等以户外、自然为关键词的研学新赛道同样异常火爆，甚至出现“一位难求”的现象。

“今年在天目山的夏令营非常火爆，七月份的班早就已经报满了。”浙江临安一家以自然教育为核心的研学机构相关负责人告诉记者，暑期的第一期夏令营目前已经开始，最受欢迎的项目自然是溯溪，最近天气很热，孩子们非常享受在水中畅玩的时光。溯溪的爆火，从某电商平台的数据也可看出，618开卖至今，溯溪鞋搜索量同比增长103%，成交同比增长140%。

“坚果部落”的负责人张兆博则表示，暑期户外项目在江浙沪的这个暑假可谓遍地开花，以户外教育和家庭教育为核心的整合教育机构变得十分抢手。产品也新颖了许多，比如“远征营”为例，内容包含了沙漠徒步、户外生存、了解沙漠自然地理知识，以及参加公益植树等内容的项目。今年暑假，将举办十多期，已经吸引了300多人参加，比起2016年仅仅17

人参与，可以说迎来了20多倍的增长。张兆博发现，从参加效果来看，有时候孩子的沙漠徒步体能远超大人的，对于野外环境的适应也强于成人，使得该项活动对于增进亲子感情、展现孩子独立能力以及锻炼孩子体能等方面均有很好效果。

对于产品开始多样化，“好奇飞行”研学服务商邵先生也有同感：“研学萌芽阶段时，接受并参与进来的人数较少，各研学机构、旅行社的竞争压力较小，研学产品相对单一。”

近年来，在我国多项政策支持研学旅行、义务教育“双减”的背景下，父母的教育理念随之发生改变。“现在很多家长觉得研学已成为假期的必选项。比起禁锢在书本中，他们更倾向于让孩子在路上，走向社会、走向实践、走向大自然去学习。”



补短板推动规范发展

旺盛的需求推动了供给侧的创新发力，研学市场呈现出产品、空间与经营主体的多样化特征。记者查阅各线上旅游平台发现，研学产品的价格从二三百元到10万元以上不等，除了短途和长途的区别外，也体现在人数和内容的差异上。随着研学市场的火热，不少机构在假期推出了更加丰富和多元化的研学产品，将自身特色资源融入研学课程中，更加注重实践、互动和创新。

同样值得关注的是，虽然户外的研学能够带来新奇刺激的体验，但其中的安全问题，也是不少家长关心的焦点。

7月5日，浙江省教育厅印发《浙江省中小学生研学旅行课程指南（试行）》，明确要求研学旅行课程分为六大类，其中体验类包含户外拓展、野外生存，需要具有教育性、体验性、综合性、现场性。省教育厅相关负责人表示，《课程指南》明确，各级教育行政部门负责对学校、研学实践基地营地的研学旅行课程进行指导和管理，负责审查研学旅行课程，评估反馈研学旅行课程实施质量。因此，研学旅行也将迎来更为规范的发展。

注重顶层设计，通过建章立制打通研学旅游全产业链条，才能让这股“研学热”持续燃起来。戴斌表示，教育部门和文化旅游部门要联合对研学内容和研学导师进行必要的审核。2022年，“研学旅行导师”已作为新职业纳入《国家职业分类大典》，但旅行导师应接受何种培训、具备哪些素养、如何取得资质，尚需进一步论证实践。



市场层面，徐虹认为，要引导企业转型升级，运用新的技术手段，加强研学产品的开发设计，以满足研学旅游多元化、个性化、体验化、品质化的消费需求。“关键在于对不同年龄段人群的研学需求进行个性化开发，同时要整合资源，行业要有开放观、市场观和共建共享的理念。这样方能实现‘书生意气的研学，家国天下的旅行’。”徐虹说。

警惕日程安排变“开盲盒”

研学旅行产品与传统的旅行产品不同，其以体验式教育和研究性学习为主要形式，内容重在“研”和“学”。

根据原国家旅游局发布的《研学旅行服务规范》及教育部、国家发展改革委等11部门联合印发的《关于推进中小学生研学旅行的意见》，研学旅行活动的承办方应具有旅行社业务许可经营资质，研学旅行活动需配置一名项目组长，每个研学旅行团队至少配置一名安全员、一名研学导师、一名导游人员。

然而，目前市场上部分经营者资质不全，安排的随队人员缺乏相应的资质能力。部分研学旅行出现“游而不学”以及研学体验质价不符的情况。有的研学产品说是清北研学团，却只是在校门外打个卡；有的研学旅行日程安排变成“开盲盒”，很多研学旅行宣传手册上的景点都没有预约到。

江苏省消保委此前发布的调查显示，研学游问题主要集中在研学产品质量参差不齐、出行服务偷工减料等方面。调查发现，48.5%的消费者认为名校、博物馆打卡教育效果不佳；34.3%的消费者认为只游不学或只学不游，效果打折扣；49%的消费者反映存在价格虚高、货不对板情况。

“目前，研学市场供给依然远远跟不上需求的增长和变化。”南开大学旅游与服务学院院长徐虹表示，传统的旅游企业处在转型之中，新兴的研学机构又不能完全满足消费市场的需要，出现了供需之间不匹配，这是导致研学市场鱼龙混杂的原因。

中国旅游研究院院长戴斌此前表示，研学游处于起步初期，由于缺少行业规范，研学市场存在价格不透明、讲师专业资质难考核等问题，政府监管部门应该给予更多关注。