



“你家孩子研学游了吗?”这几乎成了这个暑假家长闲聊得最多的话题。据携程提供的数据显示,今年研学旅游产品订单量同比增长超30倍,7月环比上月增长280%;同程旅行发布的《暑期旅游趋势报告》数据也显示,7月以来,同程旅行平台“研学”相关旅游搜索热度环比上涨203%。热潮一浪高过一浪的研学游,俨然成为暑期“新宠”。然而,研学游市场持续升温的同时,却是各种乱象频发。如何为孩子们的研学游“保量又保质”,值得关注和思考。

野蛮生长的研学游 “沸腾”之下需要冷思考

◎ 记者 贾露

2013年国务院办公厅印发《国民旅游休闲纲要(2013-2020年)》中提出“逐步推行中小学生研学旅行”的设想,2018年起第一批全国中小学生研学实践教育基地或营地全面推行,迄今为止,研学游已在国内发展了10年。回看2014年,全国研学旅游行业市场规模仅40亿,而据iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,至2023年全国研学游行业市场规模将达令人咋舌的1469亿元。从40亿到1469亿,短短不足十年间,研学游市场的发展已呈“井喷”之势,势不可挡。然而,在“研学游”的热浪下,市场的亢奋让很多人失去了思考。

现象

研学游市场缘何如此火爆?

某研学机构负责人告诉记者,早在五六月份,一些热门的研学游产品就已被抢购一空。也就是说,家长们在暑假前1-2个月就把孩子的研学游安排好了。区别于一般意义上的传统旅游产品,“研学游”寓学于行、寓学于游,近年更是成为许多孩子的假期“标配”。有部分家长

透露,今年的研学游产品几乎没有折扣,而即便这样,很多团一经推出就被抢购一空。

研学游市场的火爆,着实让人有些意外,但其实,稍作分析也便不难理解了。首先,是因为在今年文旅行业快速复苏的大背景下,各地纷纷通过发放文旅消费券的方式来扩

大旅游内需;再就是因为众多家庭积压几年的出行需求在这个暑期得到了集中释放,成年人有出游需求,未成年人暑期的出游需求也很旺盛。而今年的特殊性还在于,“双减”政策落地后,家长们更希望通过旅行的方式让孩子的暑期过得有价值,于是便促成了研学游的火爆。

重游轻学、名不副实为哪般?

热闹的表象下,一些研学游产品却悄然变味。

乱象1:价高质低

当下的研学游项目,价格至少也要五六千,还有一些打着名校研学游的项目收费更是动辄上万。记者通过联系多个研学机构、对比部分研学项目发现,当下的研学游市场大致分为两类:一类是学校在教学计划内安排的市内“一日/半日研学游”产品,如博物馆研学、科学自然探索体验等;另一类则是由旅行社或研学机构设计路线并组织的跨省市“多日研学游”产品,这也是目前研学游市场主要采取的方式。

有业内人士告诉记者,在价格方面,当下研学游市场并没有一个统一标准,一些所谓的研学游,其主要行程安排与普通旅游团路线基本一致,只不过一旦加上“研学”二字,费用往往就要比普通旅游团高出数千元。他透露,有相当一部分项目都是同行间互相抄袭,缺乏教育性和实践性,这在中小小学龄段的研学游产品中显得尤为明显。

通过搜索飞猪、携程等OTA平台的研学游产品,记者注意到,以当下深受欢迎的研学目的地、古都西安为例:市面上4天3晚的旅行团定价普遍在3000元左右,然而,当西

安被贴上“研学”标签,在旅行团普遍包含的打卡古城墙、陕西历史博物馆、大唐不夜城、秦始皇兵马俑博物院等项目的基础上,加上秦文化体验、兵马俑手作及《诗词飞花话长安印象》和《国宝书法鉴赏》两节“重磅鉴赏课”后,价格立马翻了一番,直奔9880元。

定价随意,收费不菲,是研学游消费者“踩雷”的一大“重灾区”。

乱象2:游而不学

相比价格,研学项目被家长们诟病更多的是,花了大价钱,实际内容却与宣传不符。杭州的李先生是一名大学教师,同时他也是一个五年级孩子的家长,这个暑假,他花了6000元给孩子报了为期一周的北京航天主题研学团。“平时我跟孩子妈妈都很忙,没时间陪他,我们想着给他报个研学游,让他在旅途中学点知识,锻炼锻炼生活能力。”李先生告诉记者,事实上,整个研学游跟他们的预期相差甚远。“孩子回来反映,整个行程几乎有一半的时间都在路上,再就是走马观花跑景点,所谓的研学游和旅游观光相差无异。更夸张的是,团里的孩子各个年龄段都有,整个过程乱糟糟的。”

李先生的遭遇并非个例,另有网友爆料,有研学机构口头承诺可以“逛清华校园”“与清华学霸交流”,实则仅在学校门口拍照“打卡”,或带学生进入附近的科技园区,将园区谎称为“清华新校区”……家长们本希望通过名校研学让孩子们感受大学的学习氛围,树立远大的人生目标,殊不知,孩子

们连校门都未能进入。记者了解到,清华和北大均只对中小学群体开放团体参观,明确要求预约主体为中小学或教育主管部门,各类声称可以入校的商业游学团,皆是通过各种非正规渠道预约入校。

游而不学,名不副实,是研学游消费者“踩雷”的另一“重灾区”。

乱象3:安全、“师质”难保障

浙江宁波一家长反映,在给孩子报名暑期研学游后得知,参团期间,孩子行李箱无法打开,带队老师并未及时处理导致孩子多日未洗漱和换洗衣物。研学游结束后,其联系机构负责人反映情况,但负责人以不知情为由推脱。此外这位家长还发现,机构在未告知家长的情况下私自更换孩子宿舍,且由于看护不周导致孩子在宿舍遭到霸凌。将捧在手心的孩子送到研学老师手中,令不少家长感到忧心忡忡。“无论以哪种形式开展研学游,安全始终是第一个要面临的问题。”

目前,研学市场并未对教师的个人资质进行硬性要求。去年,人社部在新修订的《中华人民共和国职业分类大典》中增加了“研学旅行指导员”这个职业,意味着研学老师有了官方认可的“身份证”。而据业内人士透露,目前,市场上出现众多“考证培训机构”,交1500元就能获取“研学旅行指导员”证书考试的精准题库,完成线上培训后就能拿到教育部认证的证书。

安全保障的缺位,师资的良莠不齐,成为研学游消费者“踩雷”的又一“重灾区”。

对策

市场:规范标准、分类监管

发展至今,研学游这个千亿级市场已形成一条“牢不可破”的产业链:上游的资源供应商-中游的研学游企业-下游的学校和家长。从上游的课程设计、市场主体资质,到中游从业人员的资质、安全性,再到下游市场的合理对接等,都该有全面且系统的界定。

针对行业乱,建议由教育部、文化和旅游部等多部委联合牵头,协调各部门,尽快出台研学旅行管理办法。一方面统一研学游标准、分类管理。重点在于研学机构的资质准入、课程的标准性和规范性,研学服务的质量和行程的安全保障等。另一方面,规范管理“研学培训导师”培训机构,遏制乱收费、违规培训、乱发证现象,尽快出台国家标准,制定研学旅行指导员职业技能标准和详细的申报条件。同时,健全安全保障措施,加强安全意识和安全培训,制定完善的安全操作规范和应急预案,以确保研学旅行活动的安全性。

企业:“研”与“学”,要兼顾

研学游被视为“行走的课堂”,这其中,“研”是基础,“学”是目的,“游”是载体,要做到“研”有所得,“学”有所获,就需要有一个完备的课程体系来支撑,否则,也终究只会是“研”了个寂寞。

构建系统化的研学产品至关重要,可针对不同的研学旅行资源,以市场为导向,结合学校教学要求,创新开发不同类型、不同体验、多层次的研学旅行产品,推动研学与旅行的有机结合和深度融合。

此外,“学”知识最紧要的是科学的引导和正确的教育,“研学旅行指导员”便是这个行业背景的产物。从字面上看,我们很容易把“研学旅行指导员”理解成导游,觉得他们就是带着孩子们参观浏览、讲解知识的,其实,若单单只是做一些景点讲解,也就违背了研学游的初衷。“研学旅行指导员”本质上属于教育属性,是“教育+”为主导,而不是“旅行+”为主导,这支队伍的培养至关重要。

家长:辨良莠,需理性

当下,品类繁多的研学游产品让家长眼花缭乱,希望孩子在旅途中有所收获,还要保证安全、考虑性价比,许多家长由此陷入“选择困难”。对此,业内人士提醒,研学游产品的选择,其实有章可循。

选择研学团时,家长们不要盲目听信广告宣传,而是要通过看“课程”、看资质、看配置的方式仔细辨别。此外,家长们也要以自身需求为主,选择适合的研学产品,在保证安全出游的前提下,注重产品的时效性、体验性和差异性,达到教育与旅游“1+1>2”的效果。

