

暑期过半,研学游市场却依然保持着高涨的热度。据携程发布的《2024 暑期旅游市场预测报告》,今年暑期,亲子研学产品订单量增七成。飞猪数据显示,7月以来,与研学游相关的搜索热度环比增长超60%。近年来,研学游受中小学校和家长的广泛关注和推崇,特别是去年,旅游市场复苏,研学游市场反弹迅猛。在这一强劲需求推动下,产品的多样化和定制化成为今年研学游行业发展的主要趋势。

机遇与挑战并存的研学游,“研”值何在?

◎记者 贾露

读万卷书,行万里路。研学游让学生在假期中拓展视野、拓宽眼界。然而,市场乱象导致当前的研学游产品质量参差不齐,加之行业标准的缺失,亦有一些“老生常谈”的长期问题亟待解决。那么,研学游的价值究竟何在?其“痛点”主要集中在哪些方面?又有哪些新趋势值得我们关注?

受青睐的“小而美”

——“在旅行中,能够得到体验式的教育和学习,是极具含金量的‘研’值所在。”

“目前,家长在挑选研学项目时,已不再满足于表面的游览,而是越来越倾向于选择那些具有丰富体验和互动性的项目。”去哪儿研学相关负责人表示,现在,家长们的选择越来越精细,他们不仅仅关注课程的质量和师资力量,还开始注重课程的多样性和个性化。“这就越发考验研学机构的专业性了。”

市场需求的明确化和理性化催生了研学游市场的变化,一个显著的趋势,便是市场的细分化。“现在的旅游市场,很多人已不满足于‘到过’,而是更关注旅程中的获得感和体验感。”一家专注做私人订制旅行服务的机构负责人告诉记者,以一个家庭为单位订制路线的趋势,已延伸到了研学游板块,“一些家长希望孩子能够亲身体验他们心仪的高校环境,同时在当地进行游览;也有一部分家长则期望孩子通过海外研学之旅来提升外语能力、社交能力等等,有这些个性化需求的群体,往往倾向于选择特定区域的深度旅游项目。”该负责人表示,这两年亲子研学游项目已占其公司整体营收的六成以上,其中定制研学游产品增幅明显。

随着研学产业的蓬勃发展,越来越多细分市场开始涌现。除了传统的高校参观和文化名胜游览,见证一次火箭的升空、观看一场非物质文化遗产的表演等独特体验,也都被纳入研学游产品中,这些“小而美”的特色研学项目深受市场欢迎。

面对市场需求的变化,国家和地方政府都加大了政策支持和布局力度。日前,五部门发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》,提出培育文旅体育消费新场景。从积极打造红色旅游、研学旅游等业态方面部署,打造一批有影响力的主题旅游精品线路。各地也积极挖掘自身特色,打造研学线路。如:浙江省提出推动工业旅游与研学教育、高新技术、文化创意等融合发展;云南省遴选了10条研学线路,涵盖自然科学、历史文化、民族风情等多个领域;四川省提出将认证一批品牌研学旅游基地营地、承办机构和产品线路……



▲在南京城墙博物馆,一学生正近距离观察城砖铭文。图源:人民图片

“虚火”之下的乱象

——“研学游行业要在研学产品的内涵上下足‘功夫’,在服务品质的提升上练好‘功夫’,真正为研学游市场‘祛虚火’。”

一位专注于定制旅游领域的业内人士告诉记者,今年暑假,游学产品占据了旅游市场的半壁江山。“目前,越来越多的家长倾向于通过旅行的方式让孩子们拓宽视野、增长学识。”他介绍,这些产品不仅保留了传统的景点游览、美食品尝和文化探索活动,还策划了名校访问、博物馆精讲以及在地文化体验等活动。“很大一部分家长因工作繁忙,同时又想让孩子利用假期出去走走看看,在游玩的同时拓宽视野、增长见识。研学游就比较能满足这一部分家长的需求。”

有需求就有市场,需求的增长让各类研学游机构应运而生,进而催生出众多研学产品,另人眼花缭乱。记者在互联网平台就“火箭发射观礼”研学产品进行了查询,发现在不同的销售平台,价格差异显著。一些“一日游”套票售价约400元,而“VIP观礼”套票售价约2000元。此外,还有自称可提供更多行程和更优观感体验的“航天亲子研学营”,售价竟高达5000元上下。在深入了解每个产品后,记者发现,几款“火箭发射观礼”研学产品,其内容和形式普遍大同小异,基本都是以观礼和科普活动为主,最大的区别就是价格较低的套餐通常被安排在距发射点较远的居民楼或公共海滩观礼,而价格高的套餐,观礼点则会距发射点相对近一些。网友张先生(化名)在社交平台留言,“花4888元购买了观看火箭发射的亲子内场套票,没想到却被旅行社带到了发射点周边的居民楼楼顶。真的很糟心!”

“实际并没有像宣传时说得那么好,孩子只是出去玩了一圈,远未达到预期的研学效果。”胡女士(化名)花了9000元为女儿报名了七天六晚的“探索西安文化宝藏”的研学之旅。可女儿回来吐槽,每天都在赶路,根本没有足够的时间深入了解和体验当地文化。更让胡女士感到气愤的是,所谓的“专家讲座”不过是几个简单的介绍,缺乏深

度和互动性。她表示,有种交了“智商税”的感觉。

杭州某知名研学机构负责人说,“有些研学机构在宣传时刻意夸大,甚至对宣传单上的文字、图片等信息进行过度‘美化’,作出的‘承诺’也往往缺乏科学依据和实际操作的可行性。”他表示,打造研学产品的内在价值,是提升研学游内涵的关键。“研学游不仅仅是一次简单的旅游,我们要做的是通过深入挖掘各类资源,结合不同年龄段学生的需求,开发出具有教育意义的研学产品。真正让学生‘游中有学,学有所得’。”



▲老师在故宫内为学生们讲日晷的使用方法。图源:新华网

“研学机构应当与消费者保持有效沟通,以提升服务品质。”云游文旅集团董事长、游侠客联合创始人叶万红认为,游客的满意度是促进研学游市场健康发展的根本。他建议,研学机构可以建立完善的评价平台,打通社交展示渠道,为家长和学生提供一个交流、分享的平台,“健全的评价体系,不仅有助于学生和家長畅言,也能有效提升研学机构的服务品质,提高游客的满意度,从而促进研学游市场健康发展。”



图源:携程旅行

研学热潮之下的“冷思考”

——在巨大的市场需求之下,普通的旅游产品被披上了研学的“外衣”,充斥于市场,搅得研学这片水域浑浊不堪。热潮之下,家长的无奈,行业的“痛点”,不禁引发我们深思,研学游市场究竟该如何规范?

近年来,中国的研学游市场经历了迅猛的发展。据艾媒咨询发布的数据,预计到2026年,市场规模将增长至2422亿元。

“研学”这一概念首次得到明确界定是在2016年。在教育部及其他11个部门联合发布的《关于推进中小学生研学旅行的意见》中明确指出:“研学”指的是通过集体旅行和集中食宿的方式,将研究性学习与旅行体验相结合的校外教育活动。

近年,国家积极推动研学游的发展。教育部多次发文强调研学旅行的重要性,并将其纳入中小学教育教学计划。地方政府也纷纷出台相应政策,支持研学游项目的开展。这不仅为研学游市场注入了新的活力,也为相关企业带来了更多的发展机遇。然而,市场的快速发展也带来一些问题。浙江省消费者权益保护委员会在今年年初发布的2023年度消费投诉分析显示,去年全年,浙江省消保委系统共受理消费者投诉6.65万件,其中研学培训方面的投诉问题较突出,投诉主要集中在:定价随意、资质欠缺、课程质量不佳、服务参差不齐、行业规范缺失等问题。

一面是看似火爆的千亿级市场,一面是丛生的乱象。除了行业的自律,市场的科学监管显得尤为重要。

“一旦收到研学旅游投诉,我们将立即核实并严肃处理。”浙江省文化广电和旅游厅相关负责人表示,2018年起,浙江已发布文件成立联席会议机制,提高准入门槛,确保市场合格专业。“未来,将继续着力规范研学游市场,加强监管,提升信息披露和服务质量,推动市场健康发展。”

中国旅游研究院院长戴斌认为,要做好研学旅游这项工作,需文化和旅游部门以及教育、科技、文物等部门联手,让监管通过服务标准规范,实现全链条、全环节、全覆盖。他指出,要重点关注研学游行程中游而不学、质价不符,特别是安全保障方面的问题。“不要去简单地把研学旅游功利化,更不能让我们的学生变成到处打卡的‘特种兵’,要把研学旅游当成提高我们综合素质的有效路径。”