

需求高涨催生研学游热潮 如何旺得更久？

“你家孩子今年出去了吗？”每逢假期，研学游相关话题都会异常火热。

平台数据显示，今年研学游火爆热度不减。需求高涨、规模骤增、市场逐步走向细分，共同催生了研学游市场的诸多变化。如今市场发展有什么新趋势？未来在何方？



市场规模骤增

暑假来临，各式研学旅行项目受到消费者青睐。

一位北京初中教师告诉记者，学校每年都会组织一些跨省研学游，以班级为单位4至5日的路线为主，目的地是去南京、西安等，学校会组织到各大博物馆、科技馆参观，将书本中的知识“搬”进旅途中，班里同学的参与意愿很强。

不只学校组织研学游。某旅游平台发布报告称，今年暑期，亲子研学类产品仍然备受瞩目，相关产品订单同比去年增长7成。

数据显示，北京、上海、青海、甘肃、四川、内蒙古、宁夏、贵州、云南等为国内热门游学目的地，部分热门线路在今年5月就已经售罄。

该旅游平台负责人介绍，今年海外研学游相比去年也有增长，免签与多项出入境管理政策实施，也为出境研学提供方便，像新加坡、加拿大等出境研学线路也都在持续进行。

一位研学游从业人员告诉记者，研学旅行确实符合部分学生家长的需求：因工作繁忙假期无人带娃，同时又想让孩子假期时间充实又放松，在游玩的同时拓宽视野增长见识，达到寓教于乐的目的。“或许具体需求不完全相同，但目前研学市场需求总体旺盛。”

随着市场热度攀升，吸引更多市场主体跨界入场，如教育公司，网红讲师等。给研学旅行领域加入了新鲜血液的同时，也加剧研学游市场的商业竞争。

第三方调研数据显示，2023年，全国中小学生学习实践教育基地超过1600个，研学企业30000多家，研学市场规模1469亿元；预计到2026年，市场规模或将达到2422亿元。

市场更加细分

需求高涨、规模骤增，共同催生了研学游市场的诸多变化。其中之一就是更加细分的市场。

“就像是现在的旅游市场，很多人也不满足于‘到过’，而是更关注旅程中的获得感、体验感的提升。”一家专注做私人订制旅行服务的机构负责人告诉记者，公司定制游学和研学类产品暑假以来也出现一定幅度的增长。

以一个家庭为单位定制路线的趋势已经延伸到了研学游版块，也衍生出更多的细分领域与消费场景。“一些家长想让孩子去心仪的高校感受环境氛围，顺便在当地游玩；也有的家长期望孩子通过去国外研学，锻炼外语水平等不同的定制化需求，都会倾向于指定范围的深度游。”

该机构负责人告诉记者，这两年亲子研学游项目十分火爆，目前已经占到公司整体营收的六成以上。

一些“小而美”的研学项目也受到青睐。在常规的参观院校、游览当地人文名胜之外，见证一次火箭发射、体验一场非遗苗绣技艺、感受一次史前巨兽AI“复活”等也被整理成为研学游主题。

业内人士认为，消费者面对基础服务粗糙、课程内容同质化严重的产品时会用脚投票。市场走向细分，长期来看有利于研学产业健康发展。

如何旺得更久？

研学游市场快速扩张过程中也暴露出一些问题。

江苏省消保委此前发布的研学旅行消费调查报告称，当前研学旅行存在若干问题，其中包括：研学效果不达预期；质价不符，部分商家涉嫌虚假宣传；出行食宿存在隐忧；导师行为有待规范等。

事实上，研学活动首次被明确定义是在2016年。教育部等11部门印发的《关于推进中小学生研学旅行的意见》指出，就是“通过集体旅行、集中食宿方式开展的研究性学习和旅行体验相结合的校外教育活动”，并要求要精心设计研学旅行活动课程，避免“只旅不学”或“只学不旅”现象。

研学游，研学和游的比重并非简单“五五开”，研学旅行是教学计划中的一项，本质必须落在“学”。

近日，人力资源和社会保障部发布《关于对拟发布生物工程技术人员等职业信息进行公示的公告》，附件中拟调整变更职业（工种）信息提出：将“研学旅行指导师”职业名称变更为“研学旅游指导师”。

这也意味着，即便研学旅行的定义在近些年的探索中不断拓展，但其最终还应该回归教育的本质，对从业者的要求也将越来越高。

中国旅游研究院院长戴斌认为，研学旅游涉及组织、招揽、接待等各个环节，也涉及研学营地、研学基地的选择。所以需要文化和旅游部门以及教育、科技、文物等部门联手，加强协同，以全链条、全环节、全覆盖的监管规范服务标准。

据新华网