

需求更理性,场景再“上新”

## 暑期研学游市场走访观察

暑期来临,研学游升温,成为一些青少年开启假期模式的热门之选。记者近日在广东、湖北、辽宁等地采访发现,研学游需求趋向多元和理性,更多市场主体聚焦“学”和“研”,推出一些小而美、小而专的项目,研学场景不断“上新”。与此同时,从业门槛有所提升,行业品牌化趋势开始显现。



7月10日,在安徽省科技馆,小朋友观察海水淡化科学实验。  
新华社记者 傅天摄

预订量比去年同期增加  
需求更趋理性

今年的暑假研学产品预订启动更早。“去哪儿”大数据研究院研究员肖鹏说,研学产品的预订从5月中旬就开始起量。截至目前,预订量比去年同期增长4成左右,价格比去年略有下降。

记者观察到,研学市场需求旺盛的同时,理性成分也在增加。广州一名中学生家长王女士说,以前喜欢“跟风”“蹭热度”,今年开始考虑孩子到底要在研学中收获什么。

家长也不再是“只选贵的”,开始关注研学内容的深度和广度。武汉市民李女士的儿子下半年将升初中,刚参加了北京6天5晚文化研学活动。她说,每人5800多元的团费虽不便宜,但研学内容不再只是在名校打个卡,而是走进京东亚洲一号仓,体验一件商品的奇幻漂流历程;参访科大讯飞,建立对人工智能的全方位认知。这是孩子平日里接触不到的新科技,知识和视野都有所拓展。

伴随需求的不断升级,研学赛道的竞争也更趋激烈。承办研学游的主体从早期的旅行社、教培机构开始朝多元化发展,初创企业、上市公司甚至托管机构、网红主播也纷纷入市。

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,市场规模将达到2422亿元。

行业不断发展  
呈现三大新趋势

面对社会需求的理性和多元,研学市场也在不断发展,呈现出三大新趋势:

——**市场细分更为专业**。记者梳理发现,除了博物馆、风景名胜等传统人文自然景观类研学项目外,一些小而专的项目受到追捧。比如“海龟大象保育营”“少儿中医夏令营”“山海经文化营”“火箭研学营”等。

在洛阳三彩小镇制作唐三彩,在三星堆遗址“重铸青铜”,在水下博物馆欣赏水下碑林……辽宁鞍山市青菱研学营负责人冯莹介绍,研学游中情景式、沉浸式、体验式等特色课程更加丰富,与过去侧重于“游”相比,更多机构在“研”“学”上进行更多探索,努力让孩子的注意力从手机上转移出来。

——**从业门槛有所提升**。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》,将“研学旅行导师”职业名称变更为“研学旅游指导员”。业内人士认为,这有助于提升从业人员的专业化水平,确保他们具备为学生提供高质量研学实践服务的能力。

记者采访中看到,部分出行的中小学生学习团队,不仅配备了研学旅游指导员、

导游、讲解员、大学生志愿者,还有几位家长代表同行。这些研学旅游指导员持证上岗,是文旅行业从业人员或对文旅有兴趣的人,部分大学生志愿者也在上岗前经过了短期培训。

——**行业品牌化开始显现**。河南省旅游协会副会长王亚洲说,研学行业大浪淘沙,品牌度、集中度不断提升。现在给孩子选研学项目,很多家长更倾向于选择市场认可度高的跨区域、大品牌机构。

各地文旅部门也在大力打造各具特色的研学品牌活动。沈阳市红色文化研究会等单位联合开展推介沈阳旅游资源的主题研学活动“小使者万里行”;西安旅游集团推出“动物园奇妙夜——围炉故事会”秦岭野生动物园夜游等多条夏季研学路线;济南市文化和旅游局近日组织全市非遗传习场所开展“泉润非遗——暑假研学月”活动……

市场仍存乱象  
需要多方联动加强监管

记者调研发现,在市场火爆的同时,部分经营者资质不全、产品质量参差不齐、产品价格不透明、实际服务与广告承诺不符等乱象也随之产生。

业内人士认为,传统旅游企业正处于转型过程中,而新兴的研学机构又难以完全满足公众对高质量研学游产品的需求,导致供需之间存在不匹配的现象。

沈阳市青少年农学研实践基地负责人高振河表示,教育部、文旅部要求研学机构必须同时具备教育公司属性和旅行社资质。但在实际操作中,一些旅行社并没有研发相应研学课程,只是导游上岗;而有些教育机构只有带队老师,却没有旅行社资质。还有补课班、幼儿园、私立学校也纷纷涌入研学市场,虽然有生源优势,但在组织能力、安全把控、课程品质方面没有太多实践经验,存在一些隐患。

“研学产品要区别于常规旅游产品,研学旅游指导员要兼具教师与导游的双重职能,研学课程的标准化管理开发要进一步规范。”小团在途负责人小米说。

“在文旅加速融合的新形势下,研学项目涉及教育、文化、旅游、体育、市场监管等多个政府部门,无论在规则完善还是在监管发力上,都需要多方联动、统筹协调,并明确责任和边界。”中国教育科学研究院研究员储朝晖说。

相关机构要想在研学市场上站稳脚跟,必须在课程研发、研学体验、服务品质、执行标准上进一步提升。品牌形象、企业外宣、新媒体运营也逐渐成为品质研学机构的标配。学生体验、家长反馈也会在自媒体平台给出评判。有关专家表示,随着研学旅行的覆盖面越来越广,激烈竞争,规范引导会促进研学行业良性发展。

(新华社记者 郑天虹 王莹 廖君)

## 促进“幼有善育” 我国大力推进托育服务多元发展

“幼有善育”关乎万家幸福,更是人口高质量发展的题中应有之义。在11日举行的2024世界人口日宣传活动中,国家卫生健康委副主任李斌表示,国家卫生健康委将从政策层面改善优生优育全程服务,大力发展普惠托育服务体系,推动建设生育友好型社会。



在浙江省嘉兴市南湖区余新镇渔里未来社区“向日葵亲子小屋”的母婴沙龙内,孩子们在家长的带领下参加互动游戏。  
新华社记者 徐昱 摄

随着我国经济社会发展,家庭小型化趋势愈加明显,代际之间照料能力减弱,越来越多家庭需要高质量的托育服务。国家卫生健康委数据显示,我国现有约3000万名3岁以下婴幼儿,超过三成的婴幼儿家庭有入托需求。

实施重大专项支持一批托育综合服务中心、公办托育机构和普惠托位建设;将3岁以下婴幼儿照护服务费用纳入个税专项附加扣除并提高扣除标准;实施中央财政支持普惠托育服务发展示范项目……近年来,国家有关部门出台系列政策,努力加大托育服务供给,减轻家庭育儿负担。

同时,各地结合实际积极探索,初步形成社区办托、单位办托、幼儿园办托、家庭托育点等多元供给模式。在内蒙古鄂尔多斯,政府投入专项资金建设社区托育服务点,独立实体、社区嵌入、委托管理等五类托育模式并行发展,全市每千人口托位数已达46个。

如今,“送托难”问题得到一定缓解。国家卫生健康委今年2月发布的数据显示,全国提供托育服务的机构已近10万个,托位约480万个。

托得起,还要托得好。

针对“放心托育,方便可及”的群众诉求,国家卫生健康委会同相关部门积极支持社区和用人单位建设托育服务设施,通过公建民营等方式,为群众提供“身边的托育”。

上海在街镇开设社区“宝宝屋”,提供临时托、计时托等托育服务;山东济南创立托

育城市品牌“泉心托”,探索“小区内、家门口”可见可及的家庭托育模式……多地在社区托育、家庭托育点上下功夫,推动形成5分钟、10分钟托育服务圈。

城市家庭规模缩小,双职工家庭育儿压力大;全托费用偏高,临时性托育需求日益增加……面对育儿痛点,中国计划生育协会依托基层社区的“向日葵亲子小屋”服务阵地,充分发挥亲服务辅导员力量,普及家庭互助照护模式。

其中,广东探索出“共享家长 邻里互助”的临时托模式,受到年轻父母欢迎。针对临时托需求大但供给不足的实际,当地计生协通过线上平台让富有余力、感情相熟的家长接单互助,并提供积分兑换鼓励;通过手机App实时监控托管情况,送托家长也感到安心。

下半年,中国计生协将依托全国近4000个“向日葵亲子小屋”,推广“共享家长 邻里互助”临时托服务模式,还将部署新建80个“向日葵亲子小屋”、13个优生优育指导中心、20个家庭健康服务中心,进一步引领带动各地建设亲子活动服务阵地,普及科学育儿理念,提高家庭科学育儿能力。

国家卫生健康委人口监测与家庭发展司副司长杨金瑞表示,下一步,国家卫生健康委将继续大力发展普惠托育服务,增加托位供给,提高服务质量,完善托育人才培养体系,促进托育服务健康发展。

(新华社记者 田晓航 李恒)