



【观点追踪】

炎炎夏日,各地“研学游”热度攀升,成为不少中小暑期生活的文化实践。与此同时,价格过高、研学游变成讲解游、导游资质等问题也随之暴露出来。面对激增的游客,如何满足公众对高质量研学游产品的需求,让孩子们真正“乘兴而来,满载而归”?正在“升温”的研学游还需更多“冷”思考。

# 研学游升温背后的“冷”思考

本报记者 孙萌

## 文旅市场繁荣,研学游为何在这个暑期升温加速?

暑假期间,一些学生家长早为孩子出游制定出了计划,记者实地走访市场了解到,在近期上线的暑期游产品中,无论是从产品线路设计,还是报名情况来看,研学项目亮眼,除了常规科普线路外,部分线路还整合了文化、旅游、教育、名企等资源,个别热门项目已被预订一空。一名正在某旅行社报名研学游的家长表示:“给孩子一次寓教于乐的研学游也是一种不错的选择。”

南开大学旅游与服务学院副教授张坤介绍:相比以往,2023年暑期研学旅行的关注度得到了进一步提高,同程旅行大数据显示,7月“研学”旅游搜索热度上涨203%,细究近段时间研学旅行火爆的原因主要有以下三点。其一,新冠疫情虽然给研学旅行行业带来了持续性打击,但同时,这一挑战也激发了行业的内生动力,一些劣质、小微企业被市场淘汰,而得以存活的企业积极寻求转型升级,推出了更高质量的产品。三年疫情过去,文旅市场迎来黎明曙光,全国范围内的景区景点都迎来了客流量大爆发,今年的暑期游市场更是成为了三年来最完整和热度最高的暑假旺季。而暑期作为亲子游的传统旺季,更是开启了国内研学旅游市场的“高温模式”,呈现出研学旅行的火爆现象。其二,研学旅行相关的政策红利仍在持续释放。从国家层面看,更多部门关注并支持研学旅行,更高层次的政策不断出台,如共青团中央、国家发展改革委等都发布了研学相关政策,在研学旅行的时间、空间和资源方面都有更多支持,政策总体上前瞻性和指导性更强。从省级层面看,研学旅行、劳动实践等逐渐成为各地文旅、教育等领域推进“十四五”规划的重要内容;相关职能部门在基地营地评定、研学课程建设、导师培养等方面的融合、联动、协同正在加强;省级政策也在朝着更加细化的方向发展。其三,教育行业的改革与家长观念的转变也在一定程度上推动研学旅行走向火爆。2021年7月,中共中央办公厅、国务院办公厅联合发布《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》(简称“双减”意见),解放了学生的课余时间,而研学旅行则被视为是“双减”政策之下教育领域的下一个发展风口。

张坤表示,我国研学旅行这一概念在2013年出台的《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》出现之后,国务院以及国家旅游局等各部门相继出台文件支持研学旅行的发展,国内逐渐由此掀起了鼓励学生走出校门、走向大自然,走向生活实践的热潮。

张坤分析,现如今研学旅行兴起的原因主要有三方面:其一,从社会层面来说,研学旅行适应了居民消费需求的升级。伴随着我国经济的迅速发展和居民生活水平的逐渐提高,教育文化娱乐类的消费支出在全国居民人均消费支出中占比逐渐提升,居民消费需求也在朝着高端化、个性化的方向发展,而研学旅行作为一种新兴的体验式教育,很好地适应了当前居民在教育和服务方面的消费模式,因而正处于重要的发展时期。同时,研学旅行也为旅行社找到了新的市场和利润增长点,并进一步拓展了旅游产业的空间,有效增强了旅游市场的活力,从而得到了旅游投资商和经营者的追捧。

其二,从学校层面来看,在教育部倡导之下各地学校也开始重视研学旅行,不少中小学将课堂设置更加多元化,并且规划实施研学旅行项目,培养学生的实践能力。其三,从家庭层面看,伴随着生活水平的提高和社会思想的逐步改变,新一代家长的教育理念也在发生变化,其更加注重孩子综合素质的培养,由此接受了更多新的教育产品,研学旅行就是其中的代表。除此之外,我国所拥有的丰富且高质量的旅游资源也为研学旅行的发展提供了基础条件。中国地大物博,自然景观数不胜数,五千年深厚的历史文化积淀更是留下了种类繁多的人文旅游资源。因此,中国所拥有的众多旅游资源,其历史文化价值、自然生态价值等都可供研学旅行行业进行教育目标方面的深入挖掘,能够支撑相关产品的开发。

张坤进一步解释,目前,国内研学旅行在很大程度上对国外进行了借鉴,因此,国内外研学旅行的内涵呈现出部分一致性:即通过课外研学旅行开阔眼界,锻炼独立生存能力。但是由于意识形态、价值观念等方面的不同原因,也在旅行方式、旅行内容、旅行组织、参与程度和目的等方面存在一些差异。

首先,在旅行方式方面,由于研学旅行在我国的发展时间有限,并且其教育理念与传统教育观念出现了一定的冲突,因此,国内外的研学旅行方式在管理方面呈现出了区别。国外研学旅行更加强调的是学生的自主性,而国内学生在研学旅行中的自主性会受到一定的限制,更多是组织机构主导。其次,国外的研学旅行内容涉及职业选择、自然体验、传统文化传承等多个方面,而国内研学旅行虽然也在朝着多样化的方向探索,但目前更多是与课本知识相结合的研学课程内容或者依然停留在浅层次的观光类研学。此外,国外的研学旅行多为民间组织,由家长自行决定是否参与,但目前研学旅行在国外的普及度较高,大多数国外家庭都会通过研学旅行让孩子享受到更多的学习方式。国内研学旅行的实施主体有学校、旅行社、社会文化

机构以及国家专门成立的研学旅行管理机构等,与国外的组织主体不尽相同。而且虽然在国家和政府政策鼓励之下研学旅行也在逐渐普及,但是受到传统观念和经济实力的限制,部分家长依然对研学旅行存疑,能真正参与到研学旅行活动中的家庭依然保持在少数。最后,是研学旅行的目的。国外研学旅行旨在提高学生兴趣,培养自主学习能力和独立能力,而国内的研学旅行依然存在功利主义现象。但近年来随着我国社会教育观念的逐步改变,研学旅行的课程内容也在向多样化发展,通过对国外优秀研学旅行案例的借鉴学习,我国的研学旅行也会实现更高质量发展。

## 品种五花八门,研学旅行、夏令营、游学有啥区别?

随着市场升温,各种机构下场竞争,推出了五花八门的研学项目,可谓“乱花渐欲迷人眼”,让消费者无所适从。

按照活动内容分类,目前市场上的主要研学旅行产品可以分为历史文化、红色革命、科技活动、职业体验、军事训练和亲近自然六大类。

张坤解释,第一种是历史文化类研学旅行,也是目前旅游市场上最为常见的一种,即让学生通过参观历史遗址、文化古迹、博物馆等场所,在亲身体验的过程中了解相关历史文化知识和内涵,活动内容和学习方式可以有观察、实践、研究、讨论等多种形式。第二种,红色革命研学旅行主要是在参观红色革命圣地过程中了解中国近现代革命的相关历史知识,感受革命先辈大无畏和无私奉献的精神,从而增加对国家的认同感。科技活动类会在参观科技馆的基础上,讲解有关科学知识,并让学生利用各种器材进行自主探究,从而培养学生的动手能力、操作能力。职业体验类主要是让学生以参观一些社会机构的形式来了解机构本身及其内部工作人员职业,从而拓展学生对职业、社会的认识,为其职业规划提供一定的帮助。军事训练类则是通过军事训练活动、野外生存活动等来提升学生的规则意识、耐力、毅力、团结协作能力和生存能力等。亲近自然类,主要就是围绕生态环境、人文地理、自然生物等的认识。

张坤说,随着教育行业与旅游行业的融合发展,逐渐涌现出了一系列如研学旅行、夏令营、冬令营、春秋游、游学等将教育与旅游相结合的新业态、新教育模式。其中,研学旅行的定义在《关于推进中小学生研学旅行的意见》中得到了明确,其为由教育部门和学校有计划地组织安排,通过集体教育、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。夏令营、冬令营就是在寒暑假期间开展的学生校外教育,也是一种将娱乐和学习相结合的户外教育方式,源自于美国的营地教育,一些为促进孩子全面成长而开展的野外素质训练就是夏令营、冬令营的雏形。春秋游也是以观光为主的,一般指学生在春秋两季开展的郊外旅游。而游学则是一个历史比较悠久的概念,指的是离开自己熟悉的环境,到另一个全新的环境中学习和游玩的方式,世界上多数民族都有着游学

的历史传统,不论是孔子周游列国还是亚里士多德等在别国的游历都属于游学,如今的研学旅行也继承了游学这一活动的精神内涵。研学旅行和其他几种形式的游学其活动的目的地具有部分一致性,都强调离开教室,走出校园。其目标与意义也大多为鼓励学生在与平常不同的生活中拓展视野、丰富知识,但是这几种活动的起源不同,研学旅行是近现代教育理念改革的产物,是对原先学校课外活动的延伸。而游学则是一种跨文化体验式教育模式。夏令营、冬令营则是起源于美国的营地教育。这也体现出了另一个差异点,即目的地。在目的地的选择上,游学多以跨国、异地为主。而研学旅行则可能会从当地开始,例如学校所在地的一些文化场馆等,伴随着学生的成长可能逐渐实现空间的拓展。春秋游的目的地一般也在学校所在地近郊。此外,活动内容也不相同,游学更偏重于学生的兴趣,而部分研学旅行因其由学校组织,其内容也会更具有学习性质。

但目前无论是学界还是旅游经营者或是消费者,对于研学旅行和其他形式游学的概念并没有作出明确区分,而这几种方式都是对于学校教育的拓展,对学生综合素质的提高具有一定的意义,值得鼓励和推广。

## 市场乱象背后,深层次问题亟待解决

研学旅行的优点主要得益于其兼具“研学”和“旅游”两大功能的“二元性”特征,即通过旅游的方式来达成教育目标,其本身是一种结合了旅游特性的教育产品。伴随着研学旅行在国内旅游市场的火爆,各种研学旅行产品的宣传充斥在旅游市场上,以丰富的活动内容、优美的风景和高教育意义牢牢抓住了家长和孩子的眼球,但与此同时,研学旅行市场也出现了游而不学、价格虚高、发生意外伤害等乱象。

例如,研学旅行实际情况与宣传内容严重不符,行程缩水、住宿降级、导师水平参差不齐。“8天7晚研学旅行行程只有两个小时研学”“9980元高校研学游变成与校门合影留念”,此类新闻报道在近几年屡见不鲜;还有研学游变成“跟团游”“有游无学”,所谓的研学旅行只是传统观光游进行了虚假包装,或者以研学旅行的名义开办假期托管班,以研学之名行培训之实,这些现象的出现使得研学旅行失去了“在游中学”,在体验中思考的本质;还有大量研学旅行经营者在文化场馆内办有偿研学游,开展讲解等活动,出现不遵守相关场馆参观规范和文明规范的行为,极大影响了展厅秩序和一些场馆内资源的安全,一些不具备有关资质的研学旅行讲解员或教师也可能给旅游者造成错误认知;还有研学旅行经营者的安全保障不足导致消费者生命安全受到伤害,研学游价格翻倍等。这些乱象的出现导致部分地

区的研学旅行被禁,例如近日,国家博物馆已经发布通知,“未经许可,任何单位或个人不得在馆内开展讲解活动”。

其背后更深层次的原因可以归结为四点。首先,公众认识不全面,目前研学旅行市场的经营主体缺乏统一的经营思想和行业标准,因此市场的产品品质也参差不齐,例如部分研学旅行活动“游而不学”,研学只是该类旅行产品吸引家长的噱头,其本质依然是传统观光产品,并没有实现教育意义。经营者在经营思想和行业标准等方面的不一致,也是安全隐患、资质不足等行业问题出现的原因。虽然政府部门在政策方面对研学旅行给予了高度支持和鼓励,但在行业监管和具体实施办法等方面依然存在空白。其二,产品品质低下,研学旅行具备“旅游”与“教育”的“二元性”特点,研学是方法,旅行是方式,最终要实现的是教育目标,也就是“在游中学”,这也是研学旅行受到学校和家长重视与支持的主要原因。但是受到公众对研学旅行认识不足、对教育行业和旅游行业兼顾不够等因素的影响,目前大多数产品依然停留在游览、解说等低层次形式,并不能真正达到研学旅行的学习目标。其三,缺乏专业性人才保障,目前国内研学旅行市场缺乏能够有效兼顾教育和旅游两大要素,从而为研学旅行发展提供有效指导的专业人才,同时也缺乏能够在旅游过程中为学生提供准确讲解与指导,从而有效实现教育目标的专业人员。前者导致了研学旅行产品开发方面的缺陷,后者则致使目前市场中的研学产品质量堪忧。最后是安全保障机制和行业监管的缺失,目前研学旅行行业的相关安全保障工作还没有对应的安全机制、具体的操作规范和实施细则。而我国虽然已经出台了诸多促进研学旅行发展的政策文件,但是在具体的市场监管方面依然缺乏政策文件的明确规定和具体实施办法。

张坤说,未来,我国要进一步出台有关政策文件,加强社会宣传,鼓励公众正确认识研学旅行活动的性质和作用,提高研学旅行行业经营主体的统一性认知,也要调动各政府部门、社会机构协同合作保障研学旅行活动的正常开展与研学旅行产品市场的平稳运行,肃清市场乱象。此外,还要加强对专业人才的培养和行业安全措施的保障,从而实现我国研学旅行更加高质量的发展。

谈到研学旅行未来的发展方向和面临的风险,张坤坦言到,研学旅行属于非学科类培训,不在“双减”政策要求范围之内。但研学旅行作为针对青少年学生开展的以获取知识、体验生活为目的的课外、校外的旅行活动,很有可能逐步作为传统学科类培训的替代品成为教育领域的下一个发展风口。在“双减”政策之下,学生有了更充裕的空闲时间,家长为其发展,会寻找替代产品,而研学旅行产品则会因其在教育方面的优势受到家长青睐,研学旅行市场也可能由学校主导逐渐向家庭主导转变。研学旅行产品走进更多家长视野也会促进更多家庭教育观念的改变,由此,使得“双减”政策所倡导的核心思想被公众认可。但与此同时,“双减”政策之下,会有部分培训机构进入研学旅行市场,从而出现一些培训机构以研学旅行包装自身或是研学旅行朝着学科培训方向发展的现象,对“双减”政策的推行造成不利影响,这一问题也需要行业的持续关注和政府有关部门的积极监管。

## 非遗新传

# 穆怀良 传承是撒了种子再护着苗长大

本报记者 胡春萌



穆怀良,天津穆氏花毽第四代传人,2017年“穆氏花毽”被评选为第五批国家级非物质文化遗产代表性项目。穆氏花毽起源于清朝光绪三年(公元1878年),由穆氏家族长辈穆成亮创编,逐渐形成了穆氏花毽的自有技法,经过140余年的发展,延续至今已经有五代传人,花毽队成绩斐然,其中不仅有吉尼斯世界纪录保持者,还有全国锦标赛的冠军亚军等。记者采访时,穆怀良在天穆镇文化中心的场馆中,正带领20多个学员进行训练,学员年龄从几岁到二十几岁都有,他说:作为一项传统体育项目,穆氏花毽的传承不仅要通过新的传播方式去“播撒种子”,还要用心呵护好苗子长大。

参与热情就更高了。

说到教学的变化,就要提到我父亲穆瑞宽。我小时候踢毽子,很大原因是家庭熏陶,家里人玩儿,就跟着踢。我父亲退休后,99年里,在几位踢毽高手的帮助下,组建了天穆村花毽队。后来我父亲把所有精力都放在了花毽队上,从退休到去世前,他传授了上千人,学生在各种比赛中取得了优异成绩。为了撰写花毽技术标准,教学有章可循,我父亲撰写了《花毽八项基本功晋级考核规则》及毽谱。村、镇两级政府也对穆氏花毽的发展历史进行编辑、整理,形成原始资料。如今穆氏花毽的教学从民间的耳濡目染、口口相传,转变为规范化和标准化的现代教学模式。花毽项目在咱们国家虽然说是相对小众

的项目,但是它每年都有全国锦标赛、全国青少年锦标赛。直到今天,争夺这些项目名次的运动员,还经常是我父亲或我师父邱明宽的学生,两位老先生真的为花毽项目的发展作了很大贡献,很不容易。

记者:我看到来训练的小朋友还挺多的,咱们平时是怎么宣传招生的呢?

穆怀良:我们训练场馆门口一直摆着招生简章,也会印制一些纸质的广告去天穆周边发放。我们还在抖音、快手上发视频,学生、家长、朋友等,大伙都是积极帮我们转发。目前我们还没有进行过直播,可能以后看情况合适,也会尝试一下。

记者:因为看到短视频,过来学习训练的人多吗?

穆怀良:也有好多人是看到短视频后慕



名而来的,不过还是住在周边的居民更多。因为,体育运动项目它不像其他的一些非遗项目,有个产品销售或者是有些手艺看着视频讲解也能学。体育运动类的非遗项目是要坚持训练的,这种坚持是以年计或是以十年计的,所以住在周边的孩子业余时间来训练更方便一点。但是新媒体是我们宣传、展示、联络的新渠道,交流范围就更广了,可以和学员联系,也可以和全国的爱好者、同行联系交流。

## 好苗子的成长是需要心血和时间的

记者:“穆氏花毽”的传承,您觉得目前最难的是什么?

穆怀良:最难的就是,出一个好苗子,你得守着他去成长,这个过程很漫长,要花很多精力。

比如您刚才也看到我们训练的过程了,每个孩子都会盯着他,在附加腿部训练的过程中,我就随时去纠正他的姿势。教练不仅是观察孩子们的身体表现,还要观察他的表情,注意他的心理活动,随时指出他的问题。我有时候跟学生对话,这个过程也是我们相互认知的过程。体育项目,天赋很重要,但是天赋再好,不练没有用,就是要实实在在地去练。

其实整个传承的过程,第一步要把种子撒下去,第二步要守着这些种子长成苗苗、长成大苗。

记者:这个守着苗苗长大的过程,会遇到哪些问题呢?

穆怀良:这个让我最苦恼的问题是,有的孩子练了几年、十几年,差不多可以打比赛出成绩了,说不练就不练了,很可惜。毕竟这个项目是业余体育项目,它没有专业的上升渠道,它就是锻炼身体,学生年龄大了,他和家长都考虑得更多。我只能说是带着孩子们多参加一些活动、比赛,有一些展示的机会,激发孩子们的积极性。

另一个问题在于,我想扩大发展,但是精力确实有限,除了训练教学,比赛或参加活动前还有准备工作,要为队员购买服装、道具,队友交流也要占用一定的时间和精力等,除此之外还有经济上的花销。我之前是做生意的,父亲去世后,我接手花毽队教练的工作,就停了全部的生意,实在是忙不过来。我们也在尝试“非遗进校园”,目前率先走进12所中小学,学员达310名。花毽这个项目不是讲几节课就能达到好的传承效果的,通过这么一个渠道,我们让更多学生接触到这个项目,进一步的工作,我们也是建议由参与的每个学校推荐几名学员,最好是在天穆镇周边的,跟着我继续训练,我们的训练都是公益的。非遗传承要有面上的宣传,也要有重点的工作。