盛夏热浪漫过津城街巷，在火车站、机场、五大道、国家海洋博物馆等地，许多人都偶遇过研学的队伍。除了本地学生之外，还有众多背着双肩包、戴着小黄帽的孩子，从北京、河北、山东、山西、河南等省市奔赴天津，跟着研学团队穿梭在工业厂房、特色古镇与博物馆之间，成为这个暑假最鲜活的风景。

青少年在国家海洋博物馆参加研学活动。 记者 周伟 摄

“小黄帽”集合！到天津研学去

记者 郝一萍 丁晓晨

孩子们在新能源汽车体验馆进行研学。 记者 刘筝 摄

丁字沽小学学子走进津门红5路劳模车队开展研学实践活动。 记者 张磊 摄

近年来，国内研学游市场规模持续攀升，体验式研学正在替代走马观花的观光旅行，成为家庭文旅消费的新选择。

中国旅游协会研学旅行分会发布的《中国研学旅游市场研究报告》显示，今年中国研学旅游市场规模预计达2422亿元，同比增长约13.6%。越来越多家长不再把假期交给课外培训班，而是更愿意让孩子走出教室，在行走中拓宽视野。

一群群“小黄帽”正用脚步串联起城市文脉和工业传承，不仅盘活了更多城市资源，也为文旅消费市场注入了蓬勃活力。

热浪来袭
行走的课堂“火”起来

周六上午，五大道游人络绎不绝。顾维钧旧居会客厅内，一场沉浸式情景讲解如期上演。四名少年身着长衫、西装，分饰不同时期的顾维钧，用中英文结合的形式，讲述这座洋楼的主人跌宕的一生。表演落幕，阵阵热烈掌声是游客对这群小小讲解员最真诚的褒奖。

“我本身十分热爱朗诵，看到这个研学项目就主动报名了。”八年级学生陈铭泽是这一期“小小外交官”研学营里年纪最大的一员。

据他介绍，这次研学课程共有四天，课程结束后，他正式成为顾维钧旧居志愿讲解团里的一员。“我打算利用课余和假期时间值守讲解岗位，在和各地游客交流的过程中拓宽眼界、积累学识。”在他眼里，这段经历充实又有意义。

像陈铭泽一样，选择利用暑假参加研学的学生与家长不在少数。

早在暑假正式开启前一个月，家住河北区的佟雅洁便开始为即将升入四年级的儿子挑选暑期活动。在网上搜索“天津”“暑假研学”关键词之后，琳琅满目的研学项目，令她倍感新奇。

“从前我们报暑期班只是找人照看孩子，如今更希望利用假期，让孩子真正学有所获。”佟雅洁在话语间，说出了当下众多家长的心声。

艾媒咨询发布的《2025年中国研学游市场发展状况及消费行为调查数据》显示，当前消费者让孩子参加研学游项目的主要目的中，“享受自然，体验生活”与“开阔视野，体验多元文化”占据前两位，反映出家长对孩子亲近自然、拓展认知的重视；“放松身心，释放压力”位列第三，这意味着，研学同样承载着家长对调节学生学业压力的期待。

该机构分析师认为，随着我国居民对研学游的关注度不断提高，研学消费需求将持续扩大，预计2028年，中国研学游行业整体市场规模将突破3000亿元，市场发展空间广阔。

沃土遍地
众多企业跨界掘金

眼下，正是国内研学市场旺季。尤其是自今年暑期以来，天津研学市场表现得格外活跃。

同程旅行向记者提供的数据显示，截至7月17日，平台上“天津”“研学”等关键词搜索热度月环比涨超185%。研学客群飞往天津的机票预订热度同比增长近40%，上海、广州、杭州、成都为主要客源出发城市。这座兼具近代历史底蕴与海洋工业特色的城市，正成为华北地区研学旅行的热门目的地。

越来越丰富的研学内容是让各地学生、家长愿意远赴天津并为此付费的重要原因。

早在2016年，文旅行业从业者王先生就已涉足研学领域。在他看来，以前的研学游，大多只是简单观光、游览，缺少系统性的学习内容和体验环节，缺少教育价值。他坦言：“早期我们的研学线路，只是在成人旅游路线的基础上简单修改，比如剔除景点中存在安全隐患、不适合孩子的内容，简单适配学生群体，但本质还是观光、‘打卡’。”

经过十年发展，研学游的内容已全方位迭代升级，教育、互动、体验成为这段旅程中最大的亮点。

“我们现在做研学，核心就是对标课堂，让孩子在每一趟旅程中，都能学到东西。”王先生介绍，其团队会精准匹配不同年龄段学生的需求，结合他们的课本知识及当下社会热点，设计研学内容。甚至还能依托课本定制专属研学内容、设计出行行程，让户外研学和校内课堂无缝衔接，让学生走出课本、走进实景，把课堂知识融入社会实践。

随着产品不断完善、行业持续升温，越来越多的经营者迈进研学赛道。企查查数据显示，截至今年3月24日，国内现存研学旅游相关企业达1.47万家。其中，不少归属于租赁、商务服务业、文化体育和娱乐业、教育、科学研究和技术服务业的企业涉足了研学游的领域。

企查查数据显示，三年前，我市以研学策划、研学运营为核心业务的注册企业有9家，大多依附于旅行社主业，研学只是附带的业务。三年过去，这一数字增长至20家。虽然整体体量依旧处在培育起步阶段，尚未形成大规模产业集群，但不少从业者依旧看好天津研学市场：坐拥大量可供研学的空间资源，只要沉下心打磨研学内容，就能把景区、博物馆、工业厂房，做成让孩子们学有所获的研学产品。

老树新芽
一城万象皆可“研”

在天津，可供研学的场所着实不少。作为本地旅行社的总经理，宋先生对此颇有感触。他告诉记者，目前，该公司合作落地的研学点位已超50处，涵盖泰达航母主题公园、杨柳青古镇、梁启超纪念馆等各个类型的场所。不久前，他还承接了天津图书馆的暑期研学活动。

“可能很多人都觉得图书馆只是看书的地方，还能玩出什么花样来？”起初，这一问题也困扰着他。不过，其团队经过反复研究发现，可以尝试将天津图书馆的资源与孩子们的职业启蒙结合起来，再串联一汽-大众天津工厂等点位，带领孩子们体验不同职业，帮他们早早建立对未来发展的认知。不曾想，这套线路一经推出，很受家长们的欢迎。

“目前，我们将天津的点位主要分为四条线路，包括科技实践类、劳动教育类、红色军事类、非遗传统类。其中，科技实践类线路最受欢迎。”据宋先生介绍，科技实践类线路主要涵盖一汽-大众天津工厂以及其他科技型企业等。

不过，值得注意的是，近年来，旅行社在研学内容方面进行了较大突破，不同于以往的观摩学习，如今，加入了更多学生能动手参与的内容。他向记者举例称：“在一汽-大众天津工厂，我们不只给孩子们讲解六轴机械臂的工作原理，还带着他们进行传感器和机械臂的拆解，甚至指导他们自己组装一个新能源汽车模型。这也是孩子们最感兴趣的环节。”

依托现有资源，垂直探索、深度开发研学产品，将其打造成为热门研学基地，已成为旅行社以及传统景区、博物馆等场所经营者的共识。对于后者来说，研学不仅能扩大自身知名度，更能培育全新业态，开辟新的营收渠道。

顾维钧旧居便是深挖研学内容的典型代表。依托这座旧址打造的“外交官的朋友圈”主题研学线路，现已成为标杆产品。

据了解，坐落于河北路267号的顾维钧旧居是这条研学线路的始发站点。该线路以顾维钧在津生活社交轨迹为主线，途经利顺德大饭店、静园、张学良故居等点位，串联起一系列重大历史事件，许多课本中的历史人物，依托砖瓦建筑变得鲜活立体。

“天津的小洋楼群，承载着半部中国近代史，每一座都有自己的故事，我们的工作就是梳理脉络，把散落的历史故事串联起来。”在该项目负责人刘博文看来，研学不在于强行堆砌知识点，而是依靠实地游览埋下兴趣种子，让学生在课本上读到相关历史时，可以形成双向呼应。“目前首期研学已经顺利结束，许多家长正在咨询8月的营期。”他说。

无独有偶，眼下，不少传统景区、高校、博物馆等场所通过深挖研学内容，已成为热门研学目的地，尤其是今年暑假，预订热度同比大幅攀升。

同程旅行数据显示，暑假以来，天津大学研学团讲解半日亲子营、南开大学八里台校区研学团等线路销量不断走高，预订热度较去年同期增长超38%。景区方面，五大道历史博物馆、天津科学技术馆、国家海洋博物馆等备受研学游客青睐，暑假以来相关搜索及预订热度同比增长近30%。

在静海台头镇大六分村普泽农场，学生正在参观学习农业生产管理知识。 记者 潘立峰 摄

品质为王
好服务赢下大市场

据介绍，宋先生的旅行社每年可接待1万至2万名研学游客，其中，近九成来自外地，客源地包括北京、河北、山东、山西、河南等周边地区。

在他看来，外地研学团队遴选线路时，会综合考量项目性价比、课程品质与落地执行能力，其中，性价比是核心筛选标准之一。他举例称：“今年暑假，我们全权承接了南京5所学校的研学项目，服务师生累计达数千人次。之所以能在众多同行竞争者中脱颖而出，主要是因为我们在保留专业化研学课程体系、严守食宿和出行品质的基础上，打造了更具市场优势的综合服务方案。”

宋先生坦言，当前外地研学市场趋于成熟、定价体系高度透明，学校与家委会都会对研学方案、服务配套、综合成本进行层层严谨审核，同质化服务下，综合性价比不足、服务与课程匹配度低的线路很难获得青睐。因此，贴合校方需求的优质课程、靠谱的落地执行力，搭配高适配的综合服务方案，才是拿下外地研学市场的关键。

在他们每年接待的研学游客中，以8至16岁的青少年群体为主。其原因也非常现实。他表示：“年纪太小的孩子单独出门家长不放心，而许多学生上了高中后，课业压力大，即便是放假也会以书本学习为重。”

不过，不久前，宋先生接到了一个银发团队的研学项目。这让他颇感意外，同时也让他意识到，银发群体的研学产品同样大有可为。

“这个银发研学团约有20人，专程从北京乘高铁来津。”宋先生结合老年群体的需求定制了两日游路线，安排大家参观梁启超纪念馆，了解近代天津的历史底蕴与人文故事；走进杨柳青古镇，亲手体验年画制作；登上“天津之心”津塔观光厅，俯瞰全城风光。

“接下来，我们还计划针对银发研学团队的线路新增点位，比如，联动霍元甲文武学校开设太极、八段锦体验课，搭配适合老年人口味的特色津味营养美食丰富行程等。”谈及银发研学赛道的发展前景，他显得信心十足，“银发团队可以与青少年群体错峰出行，实现差异化运营，一旦成功就能成为新的增长点。如今，银发研学市场尚有很大空白，发展空间值得期待。”

专家观点
城市处处是课堂
“点状研学”转向“全域研学”

近年来，研学市场持续升温。告别过去观光旅游的单一模式，如今本地研学依托工业遗存、非遗资源等不断迭代，逐步从文旅消费新业态，升级为助力城市更新、文化传承、社会教育的重要载体。火热的研学市场，为城市发展带来了哪些新机遇？行业升级过程中还存在哪些短板？对此，记者采访了天津财经大学商学院旅游系讲师汪爽，结合天津研学市场现状，解读行业发展新趋势。

今年暑期，五大道、老厂房园区等处处可见研学队伍。和往年简单听讲解、看展品的模式不同，今年天津研学更加注重动手实践、场景体验和沉浸式学习。在汪爽看来，这一变化不只是研学产品的简单升级，更是行业发展逻辑的深层转变，研学的价值正在跳出文旅范畴，深度融入城市发展。

丰富的城市资源，是天津研学发展的独特优势。汪爽介绍，洋楼风貌、近代工业遗存、运河文化资源，都是不可复制的研学载体。不同于新建的研学场景，天津大量城市存量闲置空间，经过简单的教育化改造，植入课程内容、专业导师和互动体验项目，就能变身优质的校外课堂。

“研学是空间消费和教育消费的结合体。”汪爽表示，盘活社区空间、工业遗产等闲置资源，既降低了研学开发成本，也让研学不再局限于固定景区和场馆。街巷、社区、老厂区皆可成为学习场景，推动城市从“点状研学”向“全域研学”转变。

随着市场日趋成熟，行业竞争也从比拼景点数量，转向比拼课程质量和教学深度。过去，不少研学线路本质是旅游线路搭配简易讲解，内容浅显、缺乏体系，“游而不学”问题突出。

“行业长期缺少专业策划、课程研发人才，这是研学产品同质化、体验感差的主要原因。”汪爽坦言，真正优质的研学，需要贴合校内教学进度，对标各学段课标，分层设计课程内容，配套完整的研学手册、实践任务和评价体系。只有把本土文化、城市资源转化为系统化课程，才能留住客流、形成品牌。

值得关注的是，今年天津研学市场的一大亮点，就是供给主体更加多元。以往研学多由旅行社主导，如今旅行社、教育机构、文博场馆、工业景区、社区工坊等多方参与、协同发力。旅行社发挥行程组织和安全管控优势，教育机构补齐课程研发短板，文博和工业资源方主动参与内容开发，基层社区填补普惠研学空白，行业专业化程度持续提升。

多方入局激活市场活力的同时，行业乱象和发展短板也随之凸显。大量跨界机构涌入，市场格局较为分散，部分无资质、小规模机构靠低价竞争揽客，容易出现“低价低质、体验缩水”等问题，扰乱市场秩序。

在汪爽看来，发展传统线性运营模式附加值偏低，课程研发、导师培训等高附加值环节投入不足，住宿、餐饮、交通等配套资源也未能与研学产品深度融合，产业链协同效应尚未完全释放。

对此，她认为，市场的良性发展，离不开制度规范的保驾护航。目前研学行业涉及文旅、教育、市场监管等多个部门，基地准入、课程评审、人员资质、安全保障、服务评价等标准仍需完善。统一的行业规则，能够有效规避乱象、提振消费信心，也能让优质企业敢于长期投入、深耕内容。

“规范不是约束市场，而是为行业长远发展立规矩、划边界。”汪爽表示，只有标准清晰、监管到位、保障完善，研学市场才能摆脱野蛮生长，实现提质升级。

她认为，研学旅行早已不是阶段性的暑期消费热点，而是与学校教育、家庭教育相辅相成的社会教育形式，更是衡量一座城市文化活力、教育氛围和治理能力的重要窗口。

从空间焕新到课程深耕，从完善供给到规范护航，天津研学产业正迎来快速发展。盘活场地资源、打磨特色课程、多方协同运营、健全行业规范，一系列举措将实现双向赋能：一方面让青少年走进实景课堂、品读城市文脉、厚植家国情怀；另一方面以教育激活城市更新、拉动文旅产业提质增效，为城市高质量发展持续注入鲜活动能。

周恩来邓颖超纪念馆暑期为同学们准备了丰富的研学活动，吸引很多小观众参加。 记者 曹彤 摄