

近日,中国旅行社协会在其官方渠道公布了新一批全国研学旅行基地名单,内蒙古、重庆、浙江等地的6家企业入选。近年来,研学旅行市场热度不断,尤其是去年落地的“双减”政策,更为研学旅行市场添了把火。有专家表示,研学旅行市场前景看好,但发展难题也不容小觑。旅行社要想分一杯羹,脚踏实地钻研市场,研发产品才是关键。

“双减”催热研学游 产品细分成趋势

□ 本报记者 张宇

每到周末,河北游客俞女士都会带孩子打卡各种博物馆、主题公园。“我家宝宝三岁半,就想让他多看多见识,但每次查攻略也费时间的。”当记者问如果有符合她需求的研学产品,是否会接受时,俞女士给出了肯定的答案。采访中,记者发现,像俞女士一样有需求的家长不在少数。

“2021年相关部门发布的第七次全国人口普查数据显示,我国0岁至14岁人口约为2.53亿,占总人口的17.95%,较10年前上升了1.35个百分点。而研学旅行的客群超过80%为3岁至16岁人群,不断增长的适龄人口将推动研学

需求上升 机遇难得

旅行市场稳步发展。”奇创旅游集团营销运营事业部研学中心负责人朱虹娇说:“在奇创旅游集团2020年所做的《研学旅行消费者行为调查问卷》中,近90%的家长有意愿带孩子参加研学旅行。考试成绩不再是衡量孩子发展的唯一标准,家长开始重视孩子综合能力的培养、重视素质教育,认可研学这种体验式学习方式。”

采访中,记者发现,研学产品的分类更加细致。作为一家央企,中旅行在研学课程的开发上倾下功夫,成立了创新业务部研学旅游中心。在他们看来,“课程化”是研学旅游产品的主要特征,也是占领研学旅行市场的关键。“一套优质的研学课程是优秀的教育理念、教育资源与旅行服务的有机结合。研学课程的开发首先要符合教育教学要求,与校内课程密切结合,打造优秀的社会实践课程。优质的教育资源以及优良的教材编排,加之专业的操作团队,是研学产品开发的“关键”。

该负责人表示。创新业务部研学旅游中心设计了《中旅行研学实践课程手册(国内篇)》(以下简称“研学手册”),涵盖四大主题,共计30余套研学实践课程。课程手册“秉承‘多学科并举、多专业综合、多知识贯通、多教法并用’的课程设计理念,将国内研学实践活动资源进行了系统梳理,融合了中小学综合实践活动与旅行活动,通过现场教学、互动体验、参观学习、交流访谈、创意物化等教学方式,对校内教育形成有益补充。”中旅行相关负责人表示。

近几年,中旅行密切关注行业变化及教育理念革新,打造了江西省井冈山市创新理论培训中心研学实践基地、湖北省十堰市郧阳区青少年活动中心等多个中小研学实践教育

存在难题 亟待解决

采访中,业者也提到了研学旅行市场存在的一些瓶颈。朱虹娇表示,“双减”倒逼教育行业改革,培训机构进入研学旅行市场的可能性增加,行业竞争加剧。近几年,研学旅行市场发展迅速,但质量普遍不高,研学旅行课程研发薄弱,市场门槛低、鱼龙混杂,缺乏规范、专业的研学人才,行业标准保障机制不健全等问题愈发明显。同时,疫情的不确定性,增加了组织研学旅行的难度。

“对于研学旅行而言,首要问题是家长和孩子休息时间不匹配,特别是在‘双减’政策下,学生下课早、课后补习

需求上升 机遇难得

旅行市场稳步发展。”奇创旅游集团营销运营事业部研学中心负责人朱虹娇说:“在奇创旅游集团2020年所做的《研学旅行消费者行为调查问卷》中,近90%的家长有意愿带孩子参加研学旅行。考试成绩不再是衡量孩子发展的唯一标准,家长开始重视孩子综合能力的培养、重视素质教育,认可研学这种体验式学习方式。”

潜心研发 效果显现

营(基)地。在专业团队打造方面,中旅行与国家开放大学合作,推出研学导师岗位技能培训课程。今年,研学导师岗位技能培训将在中国旅游集团内部及合作单位全面推广。

针对研学旅行市场的不同客群,依托奇创旅游集团以及景域驴妈妈集团的全产业链优势,奇创将研学业务进行细分。“从市场出发,基于驴妈妈旅游网的大数据分析,细分不同人群的不同需求。针对学校团队市场,突出研学产品的安全性、教育性、公益性。考虑到不同年龄段学生的差异,研学产品的深度也有所不同。例如,我们研发的温州文成县毛泽东像章文化博物馆红色研学系列产品,设计了5个单元合计16课时的内容,获得了温州市教育局、文成县教育局等相关部门的肯定,也吸引了大批孩子组团打卡。”朱虹娇说。

在喻慧看来,研学旅行产品正在向教育研学产品的方向发展。众信旅游在研学产品上不断细分,推出了亲子课堂、徒步项目、营地教育、自然科学课堂、认识中国文化符号、大师课堂等系列产品。其中,大师课堂系列包括热门的天文研学内容,由专业的航天员为学生讲解,带学生领略神奇的宇宙世界。此外,众信旅游还与专业的营地机构合作,推出了营地教育系列产品,

存在难题 亟待解决

少,周末和假期相对轻松。但家长除了周末、年假外,没有更多陪伴孩子的时间。因此,需要解决孩子看护和素质教育提高两方面的问题。”喻慧表示,其次,家长和孩子诉求也不一致。家长更关注孩子在文化知识层面的提高,孩子则更愿意亲近大自然、探索未知。如何平衡二者需求,需要业者深度剖析。

“目前在国内,因研发者的不同,研学旅行产品内涵及体验性也有明显差异。如一些传统旅行社,

需求得到释放。从教育改革的角度分析,我国逐渐从文化教育向文化和素质教育并重转化,这对于研学旅行市场是一大利好。此外,学校单一的教育功能也为研学市场发展提供了较大空间。”

众信旅游新兴业务负责人喻慧表示。在同程研究院首席研究员程超功看来,研学旅行市场正从小众初级阶段向大众阶段发展。“一方面,研学旅行政策红利持续释放,加速打开需求端;另一方面,从事研学旅行的企业数

潜心研发 效果显现

量猛增,去年已有3万多家。越来越多的学校开始从注重学科培训向素质教育转换,主打实践和综合素质培养的研学教育获得了更多关注。”

“研学旅行将研究性学习和旅行体验相结合,是一种实践育人的有效途径,是学科教育的有益补充。从行业发展来看,研学、游学、营地教育是一个不断增长的市场,处于行业发展初期和政策窗口期。”携程相关负责人表示。“‘双减’不仅要减负,更要增质。研学旅行将迎来更大的发展机遇。我们相信,未来10年,研学旅行的政策红利将会持续释放。”朱虹娇表示。

内容及其发育特点、兴趣爱好等,研发拓展思维、补充知识的产品。”途牛旅游相关负责人表示,在人员配置上,根据不同的研学主题,途牛会邀请各行业的专业人士,作为研学导师进行深度讲解。此外,由于孩子多为独立参团,对于产品安全性的要求非常高,因此,需要选择公共安全有保障的场地,并专门安排人员现场维护。目前,途牛旅游推出的研学产品主要在城市内部及周边,在低风险地区组织研学活动,不跨省。同时,人数控制在20人以内,避免人员聚集。



小朋友在北京93号院博物馆参加非遗民俗文化研学旅游活动

本报记者 陈晨 摄

亟待解决

仍将主要精力放在线路行程的开发上,对内容挖掘不够,课程开发深度不够;一些教育机构则是更注重研,在游的部分不能提供优质的体验。”程超功表示。

途牛相关负责人表示了研发成本问题。目前,研学类产品的研发成本普遍较高,如果市场反馈不好,会有比较大的亏损风险。另外,销售渠道尚未完全打开,市场对于研学旅行的认知不够全面深入,还需要一个逐步成

熟的过程。如何精准定位客群,打造成熟的研学课程,需要业者持续探索。

“开发研学旅行产品,首先应该明确自身定位,针对不同的服务对象开发真正有价值的产品,避免同质化;在人才方面,应吸纳更多行业的优秀人才,建立研学旅行专业人才培养体系;在行程安排、研学主题、课程设置等方面,要更好地满足不同人群的研学需求,提升研学旅行产品的用户满意度。同时,旅游部门和教育部门要加强对研学市场主体的监管和引导,不断规范研学旅行市场秩序。”程超功建议。

“开发研学旅行产品,首先应该明确自身定位,针对不同的服务对象开发真正有价值的产品,避免同质化;在人才方面,应吸纳更多行业的优秀人才,建立研学旅行专业人才培养体系;在行程安排、研学主题、课程设置等方面,要更好地满足不同人群的研学需求,提升研学旅行产品的用户满意度。同时,旅游部门和教育部门要加强对研学市场主体的监管和引导,不断规范研学旅行市场秩序。”程超功建议。

● 国家级文明旅游示范单位系列报道

春秋旅游:

构建标准体系 践行文明旅游

□ 本报记者 张宇

“文明旅游工作,只有起点,没有终点。”上海春秋旅行社(以下简称“春秋旅游”)副总经理周卫红在接受本报记者采访时表示。去年11月,春秋旅游成功获评国家级文明旅游示范单位。据了解,在创建过程中,春秋旅游构建了全过程文明旅游管理体系,健全工作标准,落实文明旅游职责,建立了较为完善长效的管理机制。“未来,春秋旅游会一如既往地脚踏实地,高标准、严要求地做好文明旅游示范单位的工作,用精心的服务让旅行更文明,全力争做文明旅游的践行者和引领者,为更生动、形象地讲好中国故事,做出我们应有的贡献。”

健全制度 完善标准

“春秋旅游自成立起就一直坚持将标准化建设作为公司可持续发展的基础支撑,坚持‘标准决定服务、服务塑造品牌、品牌赢得未来’的三位一体标准化建设。”周卫红告诉记者。春秋旅游也将这一理念带入了文明旅游示范单位创建工作中。“公司围绕产品设计、资源管理、营销宣传、导游提示、特殊原料、事件处置、服务售后‘七大环节’,针对文明旅游,在管理制度上做了标准化设置。”

据介绍,在产品设计环节,春秋旅游将文明旅游要求纳入产品设计规范,从源头上做好文明旅游工作。“针对新产品,在设计研发之初,就同步考虑、制定文明旅游的相关规定。”周卫红解释道,“比如2020年制定的《春秋微旅游服务规范》,就是针对新开展的‘微游上海’产品和进行标准化的要求,在产品的‘基本要求’中,明确规定要具有‘可持续性’,并进行了详细的阐述,‘产品设计应注重环境保护,不应安排破坏旅游目的地生态环境的项目’。”

记者了解到,春秋旅游还将《公民文明旅游行为公约》《安全须知》等纳入旅游合同文本;规定旅游产品应根据旅游目的地法律法规、风俗习惯、宗教禁忌编制《游客文明出游须知》;编制文明旅游提示内容,并编写《出境通知书》;建立文明旅游突发事件专项预案等。

“在春秋旅游的境内旅游组团社与地接社合同(2021版)中,明确要求导游要引导旅游者健康、文明旅游,并以附件形式进行了详细说明。”周卫红告诉记者,在资源管理环节,春秋旅游建立了二级采购机制,落实责任采购,制定了《采购管理控制程序》《供应商管理规定》等标准,落实供应商准入和退出、评审和奖惩等3项机制。在应急机制方面,修订了《旅游突发事件预防及应急处理规定》,增加了文明旅游突发事件预案,明确了应急处理方式等,确保应急预案的执行力,控制、减少和消除旅游突发事件引起的不良影响。

压实责任 细化服务

“要求游客做到文明旅游,春秋旅游自己首先要做到。”

据周卫红介绍,春秋旅游将文明旅游提示工作要求纳入相关岗位工作标准,规定产品设计师为第一责任人,销售、导游、领队和旅游大巴驾驶员等为直接责任人,逐级分解、建立文明旅游相关的岗位工作标准。明确了文明旅游专、兼职“宣传员”“服务员”和“劝导员”(以下简称“三大员”)的工作内容、要求和标准。建立了由公司副总经理分管,部门总经理负责和相关岗位分担的三级文明旅游管理体系,做到以业务部门为主、逐级分解,将文明旅游工作职责落实到每个部门和岗位,并且将文明旅游服务规范和要求纳入绩效考核。春秋旅游还将地接社服务人员履行安全与文明旅游“三大员”职责的要求,作为采购合同的格式条款,并约定违约责任,供应商的准入和退出、评审和奖惩都以此为依据。

据介绍,春秋旅游在门市设文明旅游“宣传员”岗位,销售员作为兼职“宣传员”,佩戴红色“文明旅游宣传员”绶带,向游客介绍《公民文明

旅游指南》和《文明旅游快乐旅程》,指导游客阅读相关宣传资料,解读文明旅游告知事项,提请游客对履行文明旅游义务做出承诺并签字。

“导游领队是文明旅游兼职服务员。在行前说明会上,我们要求领队必须为游客详细解读目的地风俗禁忌、文明旅游事项。同时,倡导游客在《文明旅游签名墙》上签字,承诺履行文明旅游义务。导游领队作为文明旅游服务员,为游客排忧解难、愁问题,用良好的服务引导游客避免不文明行为。”周卫红介绍道。此外,导游、领队和旅游大巴司机还是文明旅游的“宣传员”,在游客登机、乘车、游览、用餐和入住酒店等环节,向游客提示或示范文明旅游行为规范,把好“行程关”“低碳环保关”“疫情防控关”等。

此外,春秋旅游还建立了场外实时督导机制,如:对于游客在途发生的问题,计调全程跟踪、协调处理,做到一般问题就地解决、重大问题及时解决;客服7×24小时在线受理游客在途各类服务需求。

春秋旅游还进一步强化了文明旅游投诉处理工作,建立投诉专员微信群,全天候在线受理和剖析游客投诉,发动群内专业人员支招,化解文明旅游问题与矛盾,尽可能避免因服务瑕疵诱发不文明言行甚至过激行为,力争将负面影响降到最低。

参与公益 强化宣传

春秋旅游以宣传引导“文明旅游”为己任,积极参与实践活动。通过自主发起并实践公益活动,践行文明旅游,在社内外营造了良好的文明旅游氛围。

疫情发生之初,春秋旅游亚太部产品经理金晶和同事、亲友们自发为武汉的医院筹集到1.8万只医用口罩。这批口罩从缅甸仰光运抵上海,并通过物流公司发往武汉,定向捐赠给武汉的3家医院,供一线医护人员使用。

疫情发生后,在得知长宁区发起社区抗疫志愿者报名活动后,春秋旅游团委主动向华阳街道“请缨”,在全公司范围内积极动员。截至目前,在华阳社区志愿服务的春秋旅游青年员工已达60人次,参与小区返沪人员排查、健康登记、口罩预约等工作。他们尽职尽责的服务态度赢得了民众和对口社区的一致好评。

2020年3月至今,春秋旅游人员积极参与浦东机场入境人员转运工作,负责浦东机场T1和T2航站楼长宁区入境人员抵达后的检测、分流、登记、隔离转运,一路从机场送至指定隔离点(酒店)。同时负责在酒店隔离的特殊人群的检测、登记、陪同前往居家隔离等工作。

“春秋旅游积极参加政府部门组织的文明旅游活动,以及由文明、旅游等部门组织的文明旅游公益活动。”周卫红告诉记者,春秋旅游主动承办了主题为“文明旅游,快乐旅程”的中山公园旅游集市、中环旅游集市和徐汇区迎“十一”黄金周旅游宣传、“共建美好长宁志愿者”等活动,在全市营造了良好的文明旅游氛围。

“未来,春秋旅游将继续围绕‘与文明相伴 与健康同行’主题,落实疫情防控常态化和文明旅游工作,强化文明旅游宣传引导,主题实践和示范引领,大力倡导保护环境、保护生态、绿色出游、餐桌文明,推动形成适应新时代要求的文明、健康、绿色旅游新风尚,为促进文化和旅游业高质量发展和建设社会文明提升工程贡献力量。”周卫红表示。

专家点评:

春秋旅游以宣传引导“文明旅游”为己任,构建了全过程文明旅游管理体系,建立长效管理机制,通过设立文明旅游管理机构,健全公司、部门和岗位三级网络,建立工作标准,落实文明旅游职责,研发质监管理系统,以身作则带动公民提升文明素养,在制度建设、卫生环境、服务质量、宣传引导、实践活动等方面取得积极成果,产生了良好的示范带动作用。

(全国旅游标准化技术委员会主任、全国文明旅游示范单位评审专家 孙若凤)

旅游投诉典型案例解析

组织滑雪团 旅行社应保障游客人身安全

案由

游客王某与其母李某报名参加参加了某旅行社组织的长白山滑雪双飞6日游,团费9000元。行程第二天,王某按行程安排参加滑雪时摔倒受伤,后由其母租车送往医院,经诊断为右胫骨粉碎性骨折,需住院手术治疗。王某家属认为,王某在参加旅行社组织的滑雪旅游项目时,因旅行社未能审慎选择旅游辅助者的游乐、娱乐项目,滑雪前也未组织相关培训,也未提示游客相关风险,导致王某滑雪时意外摔伤。摔伤后,旅行社工作人员未及时救助伤者,而是由王某母亲自行将伤者送往医院治疗。旅行社未尽到安全保障义务,违反了合同有关约定,应承担赔偿责任。

旅行社认为,旅行社在《旅行社计划说明书》第五项的“游客注意事项”中已经告知游客要注意自身安全,并要求游客在参加高风险项目时注意身体状况和安全隐患。旅行社已就本次旅游行程中可能存在的风险向王某尽到了警示说明义务。旅行社选择的旅游辅助服务者具有相应经营资质,已尽到审慎选择旅游辅助服务者的义务。此外,旅行社已向保险公司投保了旅行社责任险,保险条款约定保

险人应承担的赔偿责任包括但不限于:因被保险人过失应当承担的赔偿责任;因发生意外被保险人应当承担的赔偿责任;经人民法院判决,或有关仲裁机构裁决,或旅行社责任保险调解中心认定或事故鉴定委员会认定被保险人应当承担的赔偿责任。即便旅行社对王某负有赔偿责任,也应由保险公司以给付保险金的形式承担。

《最高人民法院关于审理旅游纠纷案件适用法律若干问题的规定》第七条规定:“旅游经营者、旅游辅助服务者未尽到安全保障义务,造成旅游者人身损害、财产损失,旅游者请求旅游经营者、旅游辅助服务者承担责任的,人民法院应予支持。”第八条规定:“旅游经营者、旅游辅助服务者对可能危及旅游者人身、财产安全的旅游项目未履行告知、警示义务,造成旅游者人身损害、财产损失,旅游者请求旅游经营者、旅游辅助服务者承担责任的,人民法院应予支持。”

本案中,游客王某依约向旅行社支付了旅游费用,并由旅行社组团前往旅游,旅行社应按照双方合同的约定履行对游客的安全保障义务。该责任包含旅行社就旅游质量和安全状况对旅游者进行提示等告知义务及对受

伤游客的救助义务。游客王某按行程安排参加滑雪时,摔倒受伤,自身并无过错。旅行社提交的《旅行社计划说明书》不足以证明其有针对性地对王某选择滑雪项目进行了明确警示。《旅行社条例》第三十九条第一款规定:“旅行社对可能危及旅游者人身、财产安全的事项,应当向旅游者作出真实的说明和明确的警示,并采取防止危害发生的必要措施。”旅行社未明确告知游客滑雪项目的危险性以及相关培训并提示游客相关注意事项,也未安排人员对游客进行救助,旅行社未对游客尽到安全保障义务,应对王某承担赔偿义务。《旅行社条例》第六十三条第(一)项规定:“违反本条例的规定,旅行社及其委派的导游人员、领队人员有下列情形之一的,由旅游行政管理部门责令改正,对旅行社处2万元以上10万元以下的罚款;对导游人员、领队人员处4000元以上2万元以下的罚款;情节严重的,责令旅行社停业整顿1个月至3个月,或者吊销旅行社业务经营许可证、导游证:(一)发生危及旅游者人身安全的情形,未采取必要的处置措施并及时报告的……”因涉案旅行社已向保险公司投保了旅行社责任险,根据该保险条款的约定,被保

险人因过失发生旅游者人身伤害事件的,由保险人承担赔偿责任。故应由保险公司对王某的各项损失在保险限额内承担赔偿责任,赔偿王某医药费、护理费、营养费、交通费共计13万元。

提示

旅行社组织滑雪项目时,应明确告知和警示游客滑雪项目的危险性以及相关注意事项。游客滑雪时,应安排专业人员对游客进行指导和保护。如果发生安全事故,应及时对游客进行救助,避免因救助不及时给游客造成损害。旅行社如果没有向旅游者做出真实的说明和明确的警示,或发生危及旅游者人身安全的情形,没有采取必要的处置措施,将被依法追究法律责任。

游客前往滑雪场滑雪时,应认真阅读安全提示、注意事项,听从景区工作人员的指挥,遵守滑雪场的安全规范,遵守器具使用须知及提示,选择与自身滑雪能力相匹配的雪道,切勿前往危险区域,以免发生意外。滑行时要注意前方和两侧的情况,与周围滑雪者保持安全距离,防止与他人相撞。

案例编制单位:文化和旅游部旅游质量监督管理所
(本栏目由文化和旅游部旅游质量监督管理所 中国旅游报合办)