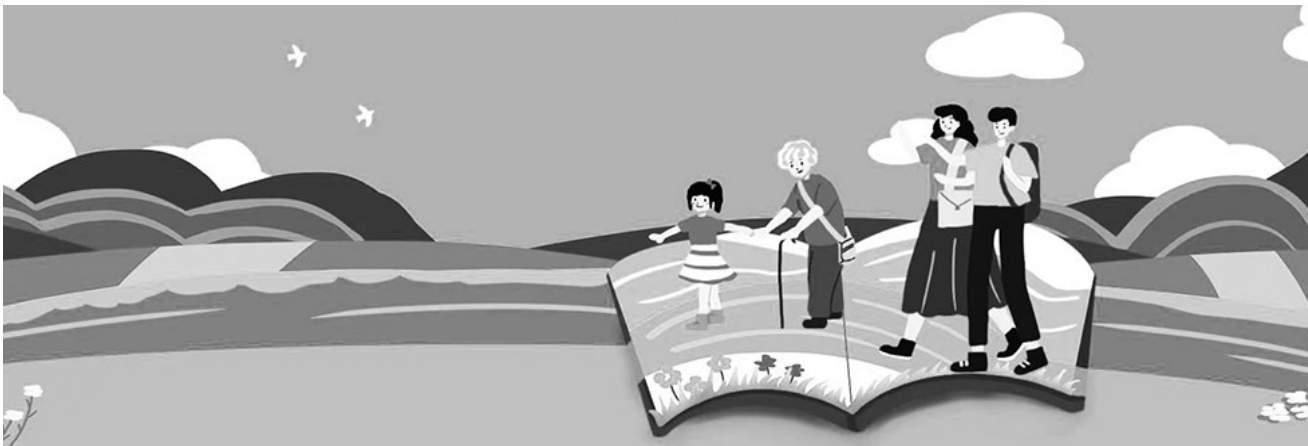


大众研学旅行兴起 市场准备好了吗

近日,人力资源社会保障部发布《关于对拟发布机器人工程技术人员等职业信息进行公示的公告》,拟发布18个新职业信息,研学旅行指导师位列其中,与其密切相关的研学旅行市场再次引发业界关注。采访中记者发现,在文旅融合的大背景下,与中小学生教育伴生而来的研学旅行市场已经发生很大变化,受众范围逐步扩大,大众研学旅行市场已现端倪。

□ 本报记者 张宇



任思潼 绘

需求扩容 市场信号明显

景,但是,随着整个社会经济的发展,这个市场已经发生变化。”青岛酒店管理职业技术学院文旅学院院长、青岛市研学旅行基地协会会长石媚山告诉记者,由于各种因素,如果单把研学旅行作为一项课外实践活动,其市场发展并不如预期。但在大众市场,脱胎于中小群体的研学旅行却有了新的发展空间。

中国旅游研究院院长戴斌曾判断,“正如大众旅游越来越趋于散客、自助、个性化和品质化一样,研学旅行的非团队化和非标准化趋势也清晰可见”。

“实践中,除针对中小学客户的研学旅行需求之外,我们还收集了很多其他年龄段客户的研学旅行需求。”厦门万千研学教育科技有限公司副总经

理陈亚婷在接受本报记者采访时说:“我们把研学旅行分为校方组织的研学旅行与泛研学旅行,而泛研学旅行以体验性强、活动性高、知识性强等为主要特点。在文旅融合大背景下,全年龄段的各个群体对旅游产品都提出了研学需求,这是一大发展趋势。”

来自途牛的数据显示,文博类研学产品已经成为新的业务增长点。途牛相关负责人介绍,“年轻客群和亲子家庭是文博类研学产品的主流。现阶段,文博类研学需求呈现多元化、细分化、深度化发展的特征。年轻人聚焦体验创新,亲子家庭更看重研和学的效果。”

“去年底,我们成立了自营主题游项目组,主要负责人文主题游及研学旅行产品研发。”携程自营主题游团队负责人胡文煜介绍,“我们推出的一

档直播节目‘大咖与你谈古论今’,邀请专家学者讲解丝绸之路与石窟文化,吸引了各个年龄段的粉丝。其中,最突出的一个群体年龄在40—50岁之间,会员等级较高。他们观看直播的目的非常明确,就是为深度体验和学习做准备。”

凯撒旅游相关负责人说,实践中,历史、非遗、艺术、科技类的研学课程不仅受到孩子的欢迎,还吸引了越来越多成年人的参与,“研学旅行正在从小众走向大众。”

南京群翔旅游文化有限公司总经理夏军说,他们在做“读书会”文化行走项目的时候发现,成年人的研学旅行需求量大且多元,普通的导游和旅行产品根本无法满足其对文化的渴求。

同程旅行相关负责人说,研学旅行客群的不断壮大,推动研学旅行市场以更多元的方式快速发展,成为研学经济发展的新动能和文旅消费市场新的增长点。

设计,提供新的体验。

“研学旅行产品更重视研和学的过程,主要表现为将文化和旅游等资源作为教育资源进行开发,在开发过程中注重强调育人功能,采用先进的教育理念,体验式、引导式教学方法,多元化教育评价手段,更加注重参与式、沉浸式、体验式方法的运用。”桂林旅游学院副院长钟泓分析,这些理念、方法的运用,可以将研学旅行产品与一般的文化旅游类产品区分开来,引导旅游者游而有思、学有所获。

“作为文化和旅游融合发展的一个重要抓手,研学旅行正在推动旅游产品供给进入一个重视研发的阶段。”中国旅游研究院副研究员张杨说,研学旅行市场发展很快,参与企业多但分散,品质良莠不齐,未来必然会经历一次洗牌过程,只有真正具有研发能力的企业才能留下来。

学旅游数字化建设。”

“旅游企业优势在于整合能力强、经营方式灵活、市场敏锐度高,短板在于专业度不够。”陈亚婷说:“弥补这一短板,可以采取人才引进方式,也可以通过专家共建方式建设研发团队。比如,我们联合各类专业人才共建专家工作室,进行课程研发,同时广泛吸纳教育、团建、康养等领域的专业人才。”

“对于研学旅行的认识不到位,没有完善的研学导师队伍等因素,制约着研学旅行市场的发展。”凯撒旅游相关负责人说:“旅游企业引入文化教育领域的人才或许是一个有效途径,旅游企业也要重视从业人员的培养。”

“研学旅行是伴随着消费者对于文化的需求而产生的。文旅产业要高质量发展,不仅需要硬件投入的规模化和品质化,还需要人才队伍的品质化。”夏军建议,“我们欢迎做教育、做文化、做旅游的专业人士共同开发研学旅行市场,促进这一市场实现良性发展。”

“研学旅行市场是一个特殊的市场,我们需要有一套评价体系来指导企业的发展。”石媚山建议,要发挥好行业协会的作用,对研学旅行课程进行认定,以此来指导企业的产品研发。此外,对于研学成果需要有一种认定机制,以此来鼓励更多受众参与研学旅行。

记者了解到,目前文化和旅游部正在推动研学旅行市场相关标准出台,以指导和规范大众研学旅行市场发展。该市场的后续动态,本报将持续关注。

本报常年法律顾问:
北京市岳成律师事务所
网址: www.yuecheng.com
电话: 010-84417799
微信: beijingyuecheng
地址: 北京市东三环北路丙2号天元港中心A座7层

□ 本报见习记者 唐伯依

“希望通过我们的努力,让更多同行看到希望、看到未来,我愿意做这个行业永远的守望者。”今年5月,来自山东青岛的导游孙树伟与来自全国各地的15位同行一起被评为全国特级导游。

领奖台对于孙树伟来说并不陌生,全国模范导游员、“全国名导进课堂工程国家师资库”成员、“青岛旅游活字典”……在导游一线岗位上,孙树伟坚守了33年,获得了诸多荣誉。“特级导游对我来说,是一份沉甸甸的责任,今后要发挥更大能量,讲好中国故事,坚守好自己的责任与使命。”如今的他一如刚入行时那般坚定。

不言放弃

1989年,孙树伟还是一名工人,当他得知全国导游资格考试启动的消息时,便毫不犹豫地报了名,这让他与导游结了缘,从此转变了人生轨迹。

虽然考取了导游证,但孙树伟的

全国特级导游孙树伟:

做行业的守望者



孙树伟在讲解 受访者供图

从业之路依旧艰辛。20世纪80年代末,我国旅游业以入境游为主,国内旅游尚未兴起。“很多人感觉看不到希望,转行离开了,但我不想就这样走掉。”

孙树伟暗下决心:必须坚持到底,做足准备。他发现青岛很多景点在书本上的介绍只有短短两三行字,便开始在完善景区导游词上下功夫。“当时没有网络资源,也缺少专业书籍,想要获取一手资料只有向当地人请教。”孙树伟就从青岛出发,蹬自行车到崂山采风,每一趟都要花费15至16个小时。找渔民、果农等“老崂山”聊天,到各村庄、景点踩点,记录所见所闻,来回回走了3趟,孙树伟终于整理出6多万字的崂山导游词。

功崇惟志,业广惟勤。面对接下来没团带的困境,孙树伟一家挨一家地找旅行社。“我想应聘导游,能不能给我一个机会讲一讲。”孙树伟回忆道,从初期,他花了很长时间自荐,却遭到了多次拒绝。后来,他买了20盘当时质量最好的录音带,把讲解词一句句录好,请旅行社收下,盼着自己的才华能早些被“听到”。

凭着一股不服输的韧劲,孙树伟终于接到了中国国际旅行社青岛分社的电话。“你讲得太棒了,国内旅游慢慢起步了,我们要成立国内部,你愿意来试试吗?”那一刻,孙树伟的激动之情难以言表。

为了做好导游,孙树伟“狠得下心”。由于当时没有电话和传呼机,带团期间,为了让客人随时能够找到自己,他几乎“长”在了宾馆,曾经一年中有328天没有回过家。

功夫不负有心人,慢慢地,孙树伟赢得了越来越多的认可,甚至有客人点名要他讲解。1997年,孙树伟成为全国高级导游。

不负热爱

“用脚步丈量青岛,将一街一景纵情于山海之间。他是那个最会讲青岛城市故事的人。”这是孙树伟获评青岛十大微笑人物时的颁奖词。

孙树伟告诉记者,导游要做到随机应变,把客人最感兴趣的内容讲给他们听。“必须做足准备,有时一个景点都要准备5至6套导游词备选。说教式的讲解没人爱听,导游要通过自己擅长的方式把家乡的美真真切切地展示出来。”

为了实现讲解“车到景停”的效果,孙树伟花了大量心思。一次次确认景点间的距离,根据车速和行驶路线确定

● 获评感言:

30余年的导游工作,一路走来,收获了诸多荣誉。欣喜之余,我清醒地认识到,自己是踩在巨人的肩膀上,是众多的前辈、老师为我做出的表率、给予的帮助,成就了我的今天。

获评全国特级导游,让我意识到更多的责任与担当。当导游是一门艺术,30多年来,我一直深耕这个领域,

讲解内容,练就合适的语速……孙树伟的准备工作会精确到讲解词的每一个字。“沿途基本每半分钟变换一个建筑,都需要卡到点上。”孙树伟说。不少游客为他竖起了大拇指,“我们非常信任孙导,就算蒙上眼睛,他也能做到准确无误。”

孙树伟发现,虽然青岛的鞋业在国内比较有名,但海外游客却不了解,他想到用报名名的方式把各种鞋类品牌串联起来。他跑遍了青岛的各大商场,收集了200多种鞋类品牌,创作了朗朗上口的贯口导游词,后来还在全国导游词征集大赛中获了奖。

然而,香港客人听普通话讲解不太适应,团内游客告诉孙树伟,只能听懂讲解内容的30%。“为客人解惑是我的责任,一定要想办法弥补。”于是,孙树伟开始自学,仅一年时间,他就能够熟练地用粤语讲解山东的所有景点,连评书和贯口都创作出了粤语版本。

青岛消防栓的数量、道路的长度、当年高考考生的人数……人行至今,孙树伟把这些看似冷门的知识牢

牢刻在了脑子里。“没有不愿听的客人,只有不会讲的导游。当导游就必须要成为一个‘杂家’。”多年以来,他从未停止积累,读书、剪报,从电视节目中和网上找热点,上一秒是趣事,下一秒或许就被他编进了导游词。

除了拥有导游身份,很多人还会用“民间厨神”来称呼孙树伟。作为全国烹饪大赛的获奖选手,他不仅把厨艺修炼得炉火纯青,还用创新报菜名的方式推介青岛美食。“我希望能把旅游与美食结合在一起,借助美食宣传青岛的文旅资源。”他说。

不惧将来

获评全国特级导游之后,孙树伟接到了济南市导游协会的电话:“孙老师,能不能让我们的金牌导游去跟您学习一段时间,感受特级导游讲解的风范。”

帮助和培养新人是孙树伟多年以来一直在做的事情。早在2003年,他就成立了“孙树伟导游工作室”,不仅培养了大量导游人才,还为2008北京奥运会、青岛世界园艺博览会、上海合作组织青岛峰会等大型活动培养了大量人才。

“我有义务去给各地的导游们讲解带团技巧、做好示范工作,让更多人讲好山东故事和中国故事,真正为客人服务好。”他说。

孙树伟告诉记者,当前形势下,导游必须做出改变。“如今,不少景区都推出了智能讲解,只会讲景点的导游未来会被慢慢取代。”孙树伟常提醒学生,在网上搜索某个词条,可能会弹出1万条解释,而导游需要去其糟粕、取其精华,将最精彩的内容浓缩在半小时之内讲清楚。

眼下,孙树伟正带领团队研究“好客山东”导游服务标准。“导游带团服务要规范,要把细节做优做精,小到带团举旗时用哪只手、举旗高度、讲解时麦克风离嘴多远等。只有规范才能形成导游群体独有的风格。”

“当然,导游也要做好跨界的准备,实现‘导游+’。”在孙树伟看来,导游要成为多面手,要讲得了故事、做得了直播,跳出导游自身,用己所长、尽己所能。“比如深耕‘导游+文艺’‘导游+美食’‘导游+建筑’,发挥自身价值,赢得更大的市场。”

“疫情防控常态化下,太多东西值得思考,获此殊荣,绝对不是自己奋斗的终点,而是新的起点。”采访结束时孙树伟如是说。

培养出更多大赛冠军固然重要,但让德才兼备的年轻导游尽快充实到政务服务接待队伍中来,乃是当务之急。

全国特级导游这个荣誉,并不属于我个人。未来,我会认真讲好中国故事,带领更多导游走出共同进步的创新之路。

——孙树伟

“研学旅行市场已经到了重新探讨其内涵及外延的阶段,做出这个判断主要基于三方面:首先,我们需要研学旅行这个抓手促进文化和旅游市场的融合;其次,疫情防控常态化下,文旅企业亟须寻找一个新市场,而大众研学旅行就是这样一个蓝海;最后,需要对供给方进行更多规范。”石媚山说。

采访中,对于研学旅行市场的未来,专家和业者给出了建议。

程道品建议,一是要加强研学旅行的顶层设计,建立由相关主管部门共同参与的研学旅行联席机构和专家委员会,出台更加具体的,针对不同人

群的研学旅行市场管理细则、实施标准和考评办法;二是要加强研究,特别是加强研学旅行融合发展方面的研究;三是要加强研学旅行基地营地建设,基地营地建设与旅游景区建设、文博场馆建设相互依托,共融共存;四是要加强对研学旅行课程和产品研发者的保护力度,通过申报知识产权,保护研学旅行课程和产品研发者的热情;五是要加大人才培养力度,做好相关专业的建设和培训工作,让旅游院校

成为研学旅行人才培养的主力军,为市场提供合格的研学旅行人才。

“建议大力培育产教融合型企业。各级文旅部门应根据当地发展实际,从研学旅行主题、研学基地营地打造、研学旅行路线规划等方面出发,统筹整合本地区的研学旅行资源,确定研学旅行目标市场。”杜兰晓说:“要建立健全研学旅行产业发展资金保障机制,完善政府、金融机构、文旅企业等多方资金筹措机制。同时,要推进研

北京博雅方略文化旅游集团

北京博雅方略旅游景观规划设计院

深耕文旅二十载，以匠人之心，为政府、企业提供优质服务

“十四五”文化旅游业发展规划

国家级旅游度假区创建

国家文化公园

乡村振兴

红色旅游

全域旅游

国土空间规划

康养旅游

研学旅行

文旅融合专项规划

风景名胜區

景区提升与创A

旅游休闲街区

露营地

城市双修

田园综合体

北京博雅方略旅游景观规划设计院是北京博雅方略文化旅游集团的核心机构之一，具有国家认定的旅游规划设计甲级资质、城乡规划编制乙级资质、土地规划乙级资质等多项专业资质。是中国旅游协会休闲农业与乡村旅游分会会长单位、中国旅游协会景区景区红色旅游研究与发展中心主任单位、中国城镇化促进会民宿发展专业委员会副会长单位。

建院以来，完成了2000余个精品规划项目，其中完成省级、市级和县级全域旅游规划70余个，荣获“中国旅游知名品牌”，在业界享有良好的口碑，得到了客户及社会各界的认可和好评。

地址：北京西城区车公庄大街9号院五栋大楼A3座12层
官网：www.cnqku.com

服务热线：010-82781426
联系电话：15313838109

编辑:赵垒 电话:010-85168156 E-mail:zl@ctnews.cn