

研学游如何实现“研学优”

今年暑期，研学游市场热度不减。飞猪平台数据显示，7月份以来，研学游相关搜索热度环比增长超60%；大众点评数据显示，6月份以来，北京研学一日游、研学夏令营等相关旅游产品搜索量同比分别增长180%和177%。研学游火热的同时，一些重游轻学、价格虚高的现象时有发生。问题如何破解？怎样才能让研学游实现优质发展？

市场规模大

据企查查数据，国内现存研学相关企业3.48万家。艾媒咨询发布的研究报告显示，2023年我国研学游行业市场规模达1469亿元，预计2028年将突破3000亿元。

近两年，不少旅行社、教育培训机构纷纷推出研学游项目。同程旅行酒旅事业群主题游负责人郑坤明表示，今年旅游市场研学游产品种类更加丰富，价格逐渐回归理性，众多旅行社纷纷加入研学游市场的竞争。在研学游产品中，名校参访、博物馆游览和科普教育等主题深受欢迎。在目的地选择上，北京依旧是最受欢迎的研学目的地，紧随其后的是上海、贵州、内蒙古、宁夏和云南。新疆研学游市场在今年暑期呈现快速增长势头。

作为集研究学习与旅行体验于一身的校外活动，研学游深受广大家长和学生的欢迎。记者在走访国家自然博物馆、北京天坛公园等景点时，不时会遇到一些来自全国各地的研学团队，有小学生也有中学生。

来自辽宁锦州的张冰告诉记者，今年暑假，她儿子参加了一个国际科学节的研学游，4天时间里，参观多国主题科学展览、百变科学表演秀等，还有不少互动活动。孩子表示学到很多知识，以后还想参加研学游。

中国社会科学院旅游研究中心特约研究员、新时代文化旅游研究院院长吴若山认为，研学游以“研”为核心驱动力，“学”为明确目标，“游”为实践载体，作为学校课堂教育的自然延伸，不仅满足了亲子出游的多样化需求，更深度融入教育元素，使得旅游体验更加丰富多元。

随着研学游市场扩大，公益性质的研学游活动也越来越多。据悉，7月20日至8月31日，北京市属公园准备了丰富的暑期科普游园活动和公园科普夏令营，利用科普馆、科普小屋等科普场所，邀请园内相关专家及资深科普老师，策划适合青少年的特色科普营日和科普体验活动。除了北京，其他地方也组织了不同公益研学旅游活动。如安徽省文旅厅联合全省16市推出暑期研学旅游优惠政策和公益活动，江苏省文旅厅推出10条文博场馆研学游精品线路等，为家长和学生提供了更多选择。

不是“旅游+”

作为旅游与教育融合产生的新业态，研学游具有较强的综合带动作用，不仅能够辐射推动红色旅游、乡村旅游、文化旅游、工业旅游等旅游新业态发展，还能够带动户外服装、科教用品、旅行保险等行业生产销售，进而促进一二三产业融合发展。推动研学游发展，有利于打破单一的景区景点旅游模式，在全域优化配置资源，有效推进旅游供给侧结构性改革。

目前，各类研学游产品种类繁多，有“历史文化+研学”“红色旅游+研学”“文博场馆+研学”“体育+研学”“科普+研学”等。郑坤明介绍，随着产品种类增加和预订平台多样化，消费者有了更多的选择机会，消费行为也更加理性。比如，家长们在选择研学产品时，更多考虑平台的规模和信誉。除了关

注产品安全性，家长们还非常关注产品内容的深度、研学形式的多样性等。

山西东方丝忆文化发展有限公司研学负责人张冬冬表示，在研学游产品选择上，家长们不仅关注研学主题是否有深度内涵，还关注项目是走马观花还是深度互动，是长途奔波还是有张有弛。同时，对于研学导师在教育、导服、心理和陪伴方面的专业性也提出了更高要求。

近期，北京市根据12345市民热线投诉和网上反映，指出当前未成年研学团队游市场主要存在主办方和承办方错位、虚假宣传、货不对板、价格虚高、安全管理不力、研学课程标准缺失6方面问题。在中国消费者协会发布的2023年十大消费维权与情感热点中，也有“研学游”“低价游”欺瞒诱导暗藏陷阱引发的相关投诉上榜。

多位受访专家向记者表示，研学游本质上是“研+游”，其中，研学是指让学生主动提出问题、主动探究、主动学习的归纳式学习过程，游只是一种形式和载体，但目前很多研学游本末倒置，由“到此一学”变成“到此一游”。

张冬冬认为，现在一些亲子研学产品打着“定制”名头，实际却是旅游。很多是导游带领家长和孩子游览景区、逛博物馆。这些研学淡化了教育性和实践性，严格意义上讲，只是观光游，并不能算研学游。如果研学游教育属性降低，和普通观光旅游相比，就会让人感觉价格虚高。这些研学产品影响了消费者对研学的认知、认可。

规范是关键

社会各界对研学游的要求不断提高，但一些产品和服务显然还没有跟上，吐槽的声音也不少。不少从业者认为，尽管当下研学市场存在一些问题，但家长们对于高质量、有意义的优质研学游，依然保持高度的热情和期待，市场潜力巨大，亟待治理行业乱象，推动研学市场健康发展。

针对现在经营主体鱼龙混杂、研学游名不副实等问题，张冬冬表示，主营研学游的企业和机构可以考虑对研学游组织者、带队者开展定期、专业的素质水平培训，加大研学产业从业人才培养和储备力度，强化人才专业性。同时加大与专业机构合作，让各行



今年暑假，江苏如皋长江镇新时代文明实践所组织中小學生开展暑期非遗研学体验活动。图为非遗风筝传承人杨志兵为学生们示范做纸鸢风筝制作工艺。

业专家加入，参与研学课程设计。

吴若山指出，消费者在选择研学产品时，最关注的是孩子的安全问题，他们希望研学游机构能够提供完善的安全保障措施，确保孩子在旅行过程中的安全。此外，产品的教育性、性价比和个性化需求等问题也是重点考虑的因素。

吴若山建议，一是加强监管和准入制。教育、文旅、市场监管等部门应加强对研学游市场的监管力度，通过制定相关标准和规范，提高研学游机构的专业性和规范性。二是推进课程化建设。研学游机构应根据研学目标和学生的年龄、兴趣等特点，制定科

学合理的课程计划、目标和标准。通过课程化建设，确保研学游活动具有明确的教育目的和实际效果。三是注重体验和互动内容的打造。研学游应注重学生的体验和互动。通过设计丰富的实践活动和互动环节，激发学生的学习兴趣和积极性。四是加强合作与资源共享。研学游机构可加强与博物馆、科技馆、高校等单位的合作力度，通过深度合作和资源共享，共同开发具有创新性和教育价值的研学产品。五是促进建立第三方评价考核制度。目前，我国研学游行业缺乏客观、有效、明确的课程评价机制，质量高低难以评定，需要引入第三方评价机制。

无锡推出商品房“以旧换新”业务升级版——

住房异地置换有助区域人才流动

本报记者 薛海燕 蒋波

近日，无锡一则商品房“以旧换新”公告引发关注。江苏无锡梁溪城发集团推出商品房“以旧换新”业务升级版，增加对苏州、常州存量二手房商品住宅的收购，市民可以用位于苏州、常州的梁溪城发集团下属控股楼盘的二手房置换同集团的无锡新房，实现住房异地“以旧换新”。

据悉，今年4月份，无锡就陆续推出了两批次商品房“以旧换新”项目，当时规定所收购房源必须同城。首次有超过40位换房人完成交易。截至7月底，相关咨询超过2000组，完成“以旧换新”登记的超过600组，最终成交的超过140组。无锡梁溪区居民沈澄是无锡首批“以旧换新”的业主。沈澄表示，这项政策非常好，不仅缩短了交易周期，还省去了许多中间环节，很方便。

梁溪城发集团副总经理、梁城美景公司董事长侯玉强介绍，商品房“以旧换新”升级版业务于8月9日推出，短短5天时间，通过电话、微信小程序和现场进行房源登记的客户已经超过300组，其中有15组客户来自常州和苏州。只要是在无锡、苏州、常州拥有自有物业的二手房业主，都可以参与“以旧换新”。

目前，参与换购的新建商品房项目有7处，均位于无锡市梁溪区，其中包括5处在售楼盘及2处在建住宅地块，住房类型涵盖高层、独立别墅、叠墅等。

侯玉强告诉记者，随着长三角一体化建设不断深入推进，苏锡常都市圈之间的人才流动越来越频繁。目前，无锡梁溪区正在打造空天产业、人工智能、低空经济等12个产业生态圈，很多中高端人才有落户梁溪的强烈意愿，这是商品房“以旧换新”升级版业务推出的大背景。“以旧换新”政策推出至今，已累计收购二手房面积约1.4万平方

米，旧房评估总金额超2亿元，销售新房面积约1.7万平方米，成交总金额超4亿元。

记者对比发现，与无锡前一版商品房“以旧换新”政策对比，本次新政继续扩大范围，增加了对无锡市优质公寓、优质商铺的收购，增加了对苏州全市、常州全市等城市存量存量二手房商品住宅的收购，增加了直系亲属新旧产权所属人变更以及增加了新楼盘参与。

此外，此次商品房“以旧换新”新政策还支持一换一、一换多、多换一，即一套二手物业置换一套新房或多套新房，多套二手物业置换一套新房。不过，存量二手物业总价需不高于新购房源总价的60%。

如何确保交易公平公正？侯玉强表示，旧房价格的评估遵循公开公平及自愿的原则，由第三方机构进行评估，如果双方对评估价格认可，则进行下一步新房交易的洽谈，如果双方其中任何一

直播经济发展态势

迅猛，已成为拉动市场消费的重要力量。推动直播经济健康持续发展，必须加快完善产业生态圈，包括加强直播平台建设、优化综合服务、做强头部直播机构等。

直播经济以其独特的魅力和强大的活力，成为推动消费增长和经济发展的新引擎。近日出台的《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划(2024—2026年)》提出，作为数字时代的创新型经济形态，上海直播经济要加快完善产业生态圈，加强主体培育，优化综合服务，做强头部直播平台。这将进一步推动直播经济发展。

直播经济以直观、互动、实时的特点，打破了传统消费模式的时空限制，让消费者能够更加便捷、全面地了解商品和服务，激发购买欲望，促进商品销量。同时，直播经济的触角不局限于商品销售，其在服务消费领域也展现出巨大潜力。通过直播，餐饮、文化、旅游、体育等行业能够以更加生动、个性化的方式展示自身吸引力，从而激发消费潜能。

直播经济发展态势迅猛，已成为拉动市场消费的重要力量。以上海为例，据复旦大学消费市场大数据实验室《上海数字消费发展的特点与趋势报告》，2023年上海线上消费规模达到1.59万亿元，同比增长8.5%，其中直播零售额达到4371.0亿元，同比增长20.9%，远高于同期网络零售增速。截至今年8月，上海现存直播相关企业2.5万余家。其中，今年1月至8月，新增相关企业近7000家。目前，上海的直播机构数量、活跃电商直播间以及头部MCN机构数等均处于全国前列。

从长远来看，推动直播经济健康持续发展，必须加快完善产业生态圈，这包括加强直播平台建设、优化综合服务、做强头部直播机构等。

进一步完善产业链上下游的协同与配合。鼓励直播企业不断创新商业模式和内容形式，满足消费者日益多样化的需求。同时，加强与传统产业的融合，推动直播经济与制造业、农业、服务业等深度融合，拓展直播经济的应用场景和发展空间。

加强主体培育。只有建立更加完善的直播人才培养体系，吸引更多优秀人才投身直播行业，才能提升整个行业的专业水平和竞争力。政府和企业可以通过提供培训、资金支持等方式，帮助直播从业者提升专业技能和创新能力，培育更多具有影响力的头部直播平台和主播。

监管是不可或缺的一环。对于直播经济中出现的新问题、新挑战，监管部门应及时关注，深入研究，适时引导。同时，还应加强行业自律，引导直播从业者树立正确的价值观，共同维护行业的良好形象。尤其是对于一些新兴的直播模式和尝试，在保障消费者权益的前提下应给予企业一定的容错空间，鼓励企业和各类主播在合法合规的前提下大胆创新，激发市场活力和创新动力。

李治国



近日，在云南曲靖麒麟区石灰窑村，村民趁着晴好天气采收万寿菊。近年来，当地积极优化农业产业结构，因地制宜发展万寿菊种植产业，拓展农民增收渠道，助力乡村振兴。

杨俊鹏摄(中经视觉)