

## 暑期研学游: 需求更细分,场景再上新

“你家孩子今年出去了吗?”每逢假期,研学游相关话题都会热闹异常。

平台数据显示,今年研学游火爆热度不减。需求高涨、规模骤增、市场逐步走向细分,共同催生了研学游市场的诸多变化。如今市场发展有什么新趋势?未来在何方?

### 市场规模骤增

暑假来临,各式研学旅行项目受到消费者青睐。一位北京初中教师介绍,学校每年都会组织一些跨省研学游,以班级为单位,4-5日的路线为主,目的地是去南京、西安等,学校会组织到各大博物馆、科技馆参观,将书本中的知识“搬”进旅途中,班里同学的参与意愿很强。

不只学校组织研学游。某旅游平台发布报告称,今年暑期,亲子研学类产品仍然备受瞩目,相关产品订单同比增长七成。

数据显示,北京、上海、青海、甘肃、四川、内蒙古、宁夏、贵州、云南等为国内热门游学目的地,部分热门线路在今年5月就已经售罄。

该旅游平台负责人介绍,今年海外研学游相比去年也有增长,免签与多项出入境管理政策实施,也为出境研学提供方便,像新加坡、加拿大等出境研学线路也都在持续进行。

一位研学游从业人员告诉记者,研学旅行确实符合部分学生家长的需求:因工作繁忙假期无人带娃,同时又想让孩子假期时间充实又放松,在游玩的同时拓宽视野增长见识,达到寓教于乐的目的。“或许具体需求不完全相同,但目前研学市场需求总体旺盛。”

随着市场热度攀升,吸引更多市场主体跨界入场,如教育公司、网红讲师等。第三方调研数据显示,2023年,全国中小学生研学实践教育基地超过1600个,研学企业30000多家,研学市场规模1469亿元;预计到2026年,市场规模或将达到2422亿元。

### “小而美”项目受青睐

需求高涨、规模骤增,共同催生了研学游市场的诸多变化。其中之一就是更加细分的市场。

“就像是现在的旅游市场,很多人已不满足于‘到过’,而是更关注旅程中的获得感、体验感的提升。”一家专注做私人订制旅行服务的机构负责人介绍,公司定制游学和研学类产品以来也出现一定幅度的增长。

以一个小家庭为单位订制路线的趋势已经延伸到了研学游板块,也衍生出更多的细分领域与消费场景。“一些家长想让孩子去心仪的高校感受环境氛围,顺便在当地游玩;也有的家长期望孩子通过去国外研学,锻炼外语水平等不同的定制化需求,都会倾向于指定范围的深度游。”

该机构负责人表示,这两年亲子研学游项目十分火爆,目前已经占到公司整体营收的六成以上。

一些“小而美”的研学项目也受到青睐。在常规的参观院校、游览当地人文名胜之外,见证一次火箭发射、体验一场非遗苗绣技艺、感受一次史前巨兽AI“复活”等也被整理成为研学游主题。业内人士认为,消费者面对基础服务粗糙、课程内容同质化严重的产品时会用脚投票。市场走向细分,长期来看有利于研学产业健康发展。

### 应回归教育本质

研学游市场快速扩张过程中也暴露出一些问题。江苏省消保委此前发布的研学旅行消费调查报告称,当前研学旅行存在若干问题,其中包括:研学效果不达预期;质价不符,部分商家涉嫌虚假宣传;出行食宿存在隐忧;导师行为有待规范等。

事实上,研学活动首次被明确定义是在2016年。教育部等11部门印发的《关于推进中小学生研学旅行的意见》指出,“通过集体旅行、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”,并要求要精心设计研学旅行活动课程,避免“只旅不学”或“只学不旅”现象。

近日,人社部发布《关于对拟发布生物工程技术人员等职业信息进行公示的公告》,附件中拟调整变更职业(工种)信息提出:将“研学旅行指导师”职业名称变更为“研学旅游指导师”。这也意味着,即便研学旅行的定义在近些年的探索中不断拓展,但其最终还应该回归教育的本质,对从业者的要求也将越来越高。

中国旅游研究院院长戴斌认为,研学旅游涉及组织、招揽、接待等各环节,也涉及研学营地、研学基地的选择。所以需要文化和旅游部门以及教育、科技、文物等部门联手,加强协同,以全链条、全环节、全覆盖的监管规范服务标准。

来源:中国妇女报

## 质量参差不齐「遛娃神器」成「伤娃利器」?



近年来,一种号称“遛娃神器”的新型儿童推车因其轻便小巧,便于折叠,易收纳、携带等特点,受到年轻父母的推崇。然而,随着“遛娃神器”销量的增长,其产品质量问题也日益凸显,引发了家长们的广泛关注。

### “遛娃神器”频陷质量风波

据央视报道,不久前,广东珠海一对父母用“遛娃神器”带着2岁的宝宝外出遛弯儿,没想到推到一处地面裂缝时,前轮卡在缝隙里,后轮离地,几乎一瞬间,推车自动折叠,宝宝直接脸朝下摔在地上。随后,宝宝被诊断为“下唇部贯通伤,上唇部黏膜挫裂伤”,经门诊复诊,还需进行一年抗瘢痕治疗,一年后根据恢复情况再决定是否需要进行进一步治疗。

此事件曝光后,众多家长纷纷在网络上分享自己在使用“遛娃神器”时遇到的安全隐患,如产品容易侧翻、塑料件断裂、使用时自动收车等。

事实上,“遛娃神器”的质量问题并非首次曝光。早在2020年,国家市场监督管理总局就因为缺少制动装置或束缚装置,整车稳定性不足易导致倾倒等行业问题,督促多家企业召回“遛娃神器”共计25.8万件。然而,尽管有前车之鉴,但市场上“遛娃神器”的质量问题依然层出不穷,严重威胁着婴幼儿的安全和健康。

### 部分产品无3C认证

日前,记者在北京市丰台区某玩具城实地探访发现,尽管“遛娃神器”依然占据显眼位置,但不少家长在选购时显得尤为谨慎。一位家长表示:“现在市场上的‘遛娃神器’品牌众多,质量参差不齐,我们真的非常担心安全问题。”

为了规范市场,保护消费者权益,我国对儿童推车产品实行了强制性认证制度。国家市场监督管理总局介绍,儿童推车产品于2005年被列入3C认证目录,属于儿童用品大类中的童车类产品,认证依据为强制性国家标准GB 14748-2006《儿童推车安全要求》。“遛娃神器”适用上述标准,在3C认证目录范围内。

然而,在该玩具城发现,尽管大部分儿童推车都标注了3C认证,但仍有少数产品未找到3C证书编号。当记者询问产品是否有3C认证时,商家只提供了售价在700—1200元左右儿童推车产品的3C认证证书,这些产品在外包装和产品说明书上均印有3C认证标志。而对于部分价格较便宜的儿童推车产品,商家并未拿出符合3C认证的证明。一位商家宣称“这些推车质量绝对没有问题”,但面对记者的追问,却无法提供充分的证据来支持这一说法。

同样的情况也出现在电商平台。在某电商平台,大部分“遛娃神器”产品将3C证书编号写在产品参数里,记者根据商家提供的3C证书编号,在国家市场监督管理总局的全国认证认可信息公共服务平台中查询到了相关产品的3C证书。但在一款售价为119元的儿童推车宣传页中,记者并未看到3C认证证书,在产品参数栏里也未发现3C证书编号。当记者询问客服人员该产品是否有3C认证时,客服人员的回答是“有质保请放心选购”。

“作为消费者,真的很难分辨哪些产品是真的安全、有质量保证的。”一位准备购买儿童推车产品的消费者向记者吐槽,“我想买一款价格实惠、安全有保障的产品,但这些儿童推车价格从一二百元到上千元都有,我只能凭借价格的高低以及产品的观感来判断好坏。”

### “便宜没好货”?

事实上,“遛娃神器”的质量还真的和价格密切相关。

针对“遛娃神器”质量问题,近期,中国玩具和婴童用品协会(以下简称“中国玩协”)对多家电商平台上销量较高的“遛娃神器”开展了产品质量专项摸底调查。此次摸底调查产品涵盖300元以下、300—499元、500—899元以及900—1800元4个价格区间,总计106批次,总销量超过130万辆。其中,300元以下“遛娃神器”销量超过100万辆,占比74.9%,该价格区间的产品合格率也是此次摸底调查最低的,为7.5%;300—499元“遛娃神器”产品合格率为18.8%;500—899元“遛娃神器”产品合格率为69.0%;900—1800元“遛娃神器”产品全部合格。在不合格问题中,比较严重的质量问题有三项:动态耐久性不符合要求,束缚系统不符合要求和存在危险夹缝、剪切、挤夹点,占比分别为54.9%、42.3%和25.4%。

针对本次“遛娃神器”摸底调查发现的问题,中国玩协方面表示,将组织质量相关培训,提高企业对产品质量重要性的认识;组织有关技术专家帮助企业深入查找原因,提出改进措施,提高质量安全水平;持续开展质量跟踪监督,加大对重点企业摸底调查力度,帮扶企业健全质量管理体系。

中国玩协提醒消费者,在选购“遛娃神器”时,应避免购买“三无”产品,购买前要确认所购产品的使用年龄段,了解使用常识,购买时勿单纯追求轻便、价格和外观,而忽视了产品的安全性。

来源:消费日报