



“研学”或成为旅游业下一个风口

在相关论坛上,专家指出需注重课程设计和内涵的打造

临近暑期,“研学”旅行成为各大旅游机构热炒的概念。去年年底,国家教育部等11部门联合印发了《关于推进中小学生研学旅行的意见》,要求将研学旅行纳入中小学教学计划。《意见》一出,国内研学旅行发展势头向好,各地研学旅行基地顺势建立。近日,由同程旅游与品橙旅游联合主办的2017中国研学与亲子旅游高峰论坛在苏州举行,与会专家提出建议和策略。

青年报 邵炯

好的内容匹配市场需求

在去年的《意见》出台之前,亦有众多旅行社涉及亲子领域,也经历了不同的震荡。创立于2014年9月的麦淘亲子,于今年2月宣布完成7000万元B轮融资。麦淘亲子一开始的切入点是简单的“旅游+教育”,通过把市场上适合带孩子去参加的旅游产品放在一起。做了一段时间后,公司创始人兼CEO谢震意识到这块市场的问题真正出在供给侧一端——没有好的产品。当时公司内部也出现了意见分歧,重点在于要不要做线下,合伙人的理念是希望做一个快节奏的互联网公司,不应有线下的团队,所有的线下活动产品都由供应商来提供,麦淘亲子只做一个“流量”平台。但谢震则认为,身边很多人包括自己就是亲子行业的用户,他知道用户的需要的是好的产品;其次,他深知“流量”对一家初创公司来说是一个无底洞。最终谢震还是坚持了自己的观点,将公司中心放到内容产品的开发上。

目前麦淘亲子自营的产品有麦淘实验室、麦游学、麦童军、玩转博物馆等系列。本次融资后,麦淘亲子的首要战略举措是进一步升级产品理念,通过创造更多场景并匹配合适的教育内容,打造“儿童场景教育第一平台”。此外,麦淘亲子拟通过全资收购国际旅行社、完善修学旅行资质和产品体系、战略投资科学类学校等,加强产业布局以及科学类亲子产品的后继研发。

同程旅游创始人、同程国旅(集团)总裁吴剑对目前的情况总结道,“2015年,同程赞助了节目《爸爸去哪儿》,每去一



个地方我们尝试把那里变成旅游产品放在网上,但卖得并不好。比如有期节目是在陕北窑洞,我们设计了行程,但没有引起什么关注,因为不少家长估计孩子会很辛苦,就放弃了。但从去年起,情况又发生了变化。这也提醒着行业从业者,无论做研学市场,还是亲子旅游市场,市场挖掘时需要懂得教育、懂得理念,最重要的是需要从内容角度看新的增长点到底在哪里。如果没有内容的观念,是很难做出好的产品匹配市场需求的。”

跨界融合或是未来方向

近些年来大众对于青少年游学的印象,似乎总是“以游为主,学习为辅”。随着家长消费观念的升级,以及对孩子教育附加值的看重,光是“游”已经解决不了家长对“游学”的期待。传统的兴趣班已有渐渐让位给更专业、更学术、与课业拓展更相关的研学旅行的趋势。

有业内人士表示,“旅游的利润率很低,大概只有6%-8%。但如果是含有教育元素的旅游产品,作为重度细分市场,利润率能到15%。”这也说明,家长明显更愿意为教育买单。带有浓厚教育意义的研学产品,比普通的游学更受欢迎。

同程也充分考虑到了这一趋势,游学主题类产品尤其以“邮轮+游学”为主题的夏令营引发关注。据介绍,同程邮轮华东出发的母港航线中,以“成长与幸福 亲子航海营”为例,在【皇家加勒比国际游轮 海洋水手号】上海-福冈-北九州-上海 6天5晚的行程中,将引进美国亲子教育课程,把课堂搬到豪华游轮上,让孩子在浩瀚的海洋体验前所未有的学习新方式,行程中,通过培养孩子们动手、创新等综合能力开启游学新体验。

同程旅游成立“同程好妈妈”社群品牌的同时,旅游亲子品牌“快乐童心”也已全新改版上线。更值得一提的是,同程

旅游同期发布了新书《跟着书本去旅行》,并已经向多家知名目的地、企业授牌,今后将基于《跟着书本去旅行》内容展开多维度的合作。这预示着今后同程旅游将着重于对亲子IP、书籍等内容载体的打造,将内容作为下一流量入口,打造“旅游+教育”的新模式。

中青旅也于今年成立了研学旅行事业部,旨在与学校、教育机构形成直接对接关系,业务范围涵盖研学旅行、教育培训、拓展训练、社会实践等全领域校外教育服务;同时,将中青旅旗下的分公司、子公司、中青旅联盟成员作为项目的执行单元,纳入到统一的管理体系。中青旅控股股份有限公司党委副书记、副总裁、中青旅联盟执行主席高志权指出,在产品方面,中青旅研学强化“教育思维”和“教育逻辑”,注重课程设计和内涵的打造,要在工作实践中“建体系、对句型、找痛点”,有意识地弱化“旅游思维”和“旅游逻辑”。

■资讯

首届旅游投资峰会 11月在沪举行

目前我国已经进入大众旅游时代,消费日益多元化,“互联网+旅游”成为投融资新蓝海和风口,在此契机下,首届中国(上海)旅游投资峰会暨旅游产业博览会将于11月初在上海展览中心举办,目前招商、布展等筹备工作正在有条不紊地推进过程中。

此次峰会将由新华网联合国内多家旅游及金融管理和服务机构共同主办,届时,互联网、旅游及金融三界顶尖的行业领袖、专家学者和广大专业人士将汇聚一堂,围绕“互联网+”时代的旅游投资机会背景下的金融共享与旅游城市发展等话题展开交流。

青年报 高彩云

“中国旅游” 开普敦作推介

“2017中国旅游之夜”6月12日在开普敦闪亮登场。这一旅游推介活动向来宾展示了一个古老与现代交相辉映的大美中国,得到与会嘉宾的高度评价。

本次推介活动由中国国家旅游局主办,南非穿越非洲旅游集团协办,主题为“超乎想象的中国”。

推介会上播放了中国旅游宣传片《国色》,通过摄影师的镜头把万里之外的中国拉到嘉宾眼前,随着光影变幻,去感受中国旖旎风光的震撼之美。

青年报 邵炯

黑河旅游品牌 打响华东市场

“4+1”城际旅游联盟暨“中俄风情之都 北国养生福地”黑河旅游产品推介会于近日在上海举行,旨在促进黑河旅游品牌及“4+1”城际旅游联盟旅游线路在华东客源市场获得更大的认知度与认同度。

上海是2017“4+1”城际旅游联盟推广工作的首站,也是推介计划的开端,黑河市政府十分重视、珍惜此次推介良机,黑河市将携同其他各联盟城市,整合当地核心旅游资源、打造联盟旅游产品。围绕“静静的黑河”旅游品牌形象,黑河在2017年推出了连接黑河、五大连池、俄罗斯布拉戈维申斯克市为主的全季黄金旅游路线,夏季推出以“黑河周末”为主题的2-3日系列微度假主题产品,冬季推出“神奇冰雪系列产品”,诚邀上海乃至华东的广大游客去体验“生态大山水 锦绣北国游”。

青年报 邵炯

飞赴福冈度周末 品味亚洲后花园

青年报 姜卓

福冈,日本九州的文化中心、商业中心、交通枢纽,这里有美食美景,还有富含底蕴的日本传统文化气息,是日本九州最具活力的城市。近日,福冈市经济观光文化局主办的“邂逅福冈·品味福冈”旅游观光推介沙龙会来到上海。

在这次沙龙会,福冈市经济观光文化局带来了福冈的各色美食。福冈盛产的草莓号称“甘王”,香甜可口,除了直接品尝外,还可以品尝到用“甘王”

做成的各色甜点。除了精美的日式甜点,福冈还可以品尝到专供香港米其林餐厅的新鲜牡蛎、牛杂火锅、水炊鸡肉火锅等当地特色美食,以及地道正宗的博多拉面。

自然风光,千年古刹,福冈有许许多多的名胜古迹。而近年来最具人气的旅游景点要数“上风上水之地”。在福冈这座高楼大厦林立的现代繁华都市里,散布着许多颇具历史的神社寺庙。住吉神社、香椎宫……这些散落在福冈市内的古神社寺庙,在当地人

眼中自古便是人们钟灵祈福之处,这些就是所谓的“上风上水之地”。

除了这些古老的神社寺庙,福冈市的志贺岛也是被称为蕴含着广袤自然气息的“上风上水之地”。志贺岛由一条被称为“海之中道”的海中沙洲与九州岛相连。“海之中道”上绿树成荫,花毯铺地,志贺岛是享受大海和自然的度假胜地,北面的玄界滩和南面的博多湾向人们展现着大海的不同韵味。对于忙碌的现代人来说,身处于钟天地之灵秀的自然之

中,放松身心,沉淀心灵,福冈的这些“上风上水之地”是最不能错过的风景。

近年,在中国兴起了一阵“飞出国度周末”的潮流,无论是年轻的时尚男女,还是有一定经济基础的三口之家,将周末过得独特且有品位成为了他们的目标。而与中国仅一海之隔的日本是中国游客的首选之地。此次福冈市还为来宾展示了一套个性化的旅游行程。旨在将福冈特色的美食美景和体验项目在三天左右的时间内充分展现给每一位游客。