

今夏锡城旅界最旺的产品是什么？研学游项目当仁不让。近日，记者采访了解到，随着旅行社、景区纷纷推出多款耳目一新的研学游产品，线上平台的固有产品亦有更新和提高，无锡研学游市场迅速升温。有学有玩有体验有亲子的研学游产品俨然成为锡城旅界“四有新人”，今年或迎“牛市”元年。

有平台报名人数增幅达近6成 今夏锡城研学游市场井喷



市场： 有体验有亮点， 研学游产品多元井喷

今夏，无锡的研学游市场突然“爆”了起来，不少有体验有亮点的产品首次推出，亮点项目悉数上市，价格在几十元到几千元不等。

好莱坞影都虽然声名在外，但旅游一线却始终未开。如今不甘寂寞的影都在今年暑期推出新品试水影视研学游产品。影视文化主题、微电影主题、太空探索与电影科技主题、电影工业之旅等深度研学游项目令人眼前一亮。其中，电影工业之旅是无锡工业旅游的推荐产品，游客可从形而上的工业转型和电影发展，转向置景工场、影棚搭建、服装道具、虚拟影棚等电影拍摄实务，并了解配音拟音的电影后期工作、审片定档的电影上映流程和明星 & 红毯必备的影视盛会。孩子们还能在影都体验咏春拳、录音、拟音、审片等流程。

无锡鼋头渚景区也在今年首次官宣，对外推出全新的研学产品及线路。鼋头渚至今已有百余年的历史，园内拥有聂耳亭、人杰苑、王昆仑故居等一大批人文景点。今年，景区顺应研学旅游发展趋势做大红色品牌，通过建设红色研学基地，全力打造鼋头渚红色研学线路、产品。景区负责人史明东介绍说，鼋头渚见证了聂耳创作的《开路先锋》和《大路歌》两首红色乐曲的诞生，因此红色旅游线路将从聂耳亭出发，升国旗，奏国歌，伴随激昂的旋律，注目红旗飘扬。随后前往人杰苑感受无锡的物华天宝和人杰地灵，领略无锡数千年人文史的光辉闪耀。游客还会在王昆仑故居、万方楼学习王昆仑同志在文化艺术和红色研究方面所取得的丰硕成果，领悟爱国主义精神。

以玻璃桥项目在无锡旅界打响名头的华西世界探险公园，暑期一口气推出了多个研学项目，有教授生存技能的童军探险游，有木工STEM探险营，有尤克里里青蛙乐队交响营，还有原始部落野外露营、自然王国探险之旅、国学文化之旅等。项目负责人史培超说，研学营地将成为探险公园的重要部分和主要经济增长点。

偏居一隅的金宁运动家，则专注于学生的安全教育。他们将“旅游+”和“安全+”相结合，以公共安全、家庭安全和野外安全三大板块，通过实景模拟教学与体验，将传统的说教式安全教育转变为亲身体会式教育。其研学产品还涉及户外运动、丛林越野、真人CS等，综合性强，体验度高。

现状： 有人气平台多， 研学游发展“先声夺人”

产品的丰富与多元，源于市场需求的旺盛。据了解，无锡的研学游市场虽然起步晚，但是反响大，潜力更大，这才引得多方平台纷纷入市，布局抢占市场份额。

日前，无锡塔影小学的毕业研学之旅，刷屏了无锡旅界朋友圈。孩子们一起来到南京，在中国三大博物院之一的南京博物院里寻国家宝藏、阅华夏文明、品江南民俗；在大学里了解梦幻的星空、探索无穷的宇宙奥秘、绘制星图；在中山陵追忆孙中山先生的生平，学习孙中山先生天下为公的情怀；在弘阳欢乐世界，放飞自我，铭记友谊。

承接此次行程的无锡中旅，今年推出的研学游产品不少都叫好又叫座。无锡中旅负责人邵满亮告诉记者，迄今为止，南京研学游的这条线路已有1000多人报名参加，另一条江西井冈山、瑞金红色研学游，也有近百人报名成功，且一推出就销售火爆，咨询和报名人数持续刷新。他说，暑期周边的研学游线路通常既有多家博物馆游，又有生活技能的培养和体验部分，更有对校本知识的立体呈现，是培养孩子自理能力和自立精神、激发学习兴趣的好机会。

在携程等线上平台，研学游的项目更多元，孤岛求生、穿越热带雨林、夜宿火车酒店、西域探险、日本忍者村体验等花式产品不一而足。无锡市场反应热烈，没有让这些大开“外挂”的项目失望而归。携程媒体负责人田飞表示，根据后台数据显示，无锡地区今年报名暑期研学游的人数增长高达60%以上，无锡家长更偏好全家出动的各类亲子户外研学产品。

如以亲子徒步穿越沙漠为核心活动的腾格里沙漠穿越，打动了很多希望培养孩子坚毅力的家长。大漠观星、骆驼骑行、乘羊皮筏子漂流黄河等丰富的研学产品关注度也很高，内蒙草原露营、青海湖亲子骑行、西双版纳雨林营地等也非常受家长欢迎。

提起做研学游产品，华莱坞文旅副总经理沈小康表示来自于“市场的需求倒逼”。他说，平日里有不少家长带着不同年龄的孩子来参观体验，让他们意识到研学游市场的广大。电影产业深度体验不仅可以达到认识电影包括历史、生活、文化、生产、民俗、艺术、科技等方面的知识，感受电影产业所独有的迷人文化底蕴，还可以通过团队协作等电影的演绎过程，了解和学习团队合作的重要性。因此，他们不仅“瞄准”有团建需求的企事业单位，学生也是重要客群。

记者采访了解到，无锡市民对研学游产品的确兴趣高昂。家有6岁女儿的市民张斐，对研学游产品关注已久。“以前了解的研学游是上海自然博物馆那种化石互动或鸟类观察等，已经觉得很有知识性和趣味性，没想到如今的研学游居然有这么多内容可选！”她说，自己一直很想带孩子参加探究贵州天坑、大漠观星、沙漠穿越类的探险之旅，但考虑到孩子年龄问题恐体力不济，所以今年还是只报了博物馆游。但这些项目已在备选清单上，将在未来逐一完成。市民徐雁则给上小学三年级的儿子报了前往甘肃青海的亲子研学游产品，“不仅能陪伴孩子见证成长，还能锻炼体能、培养勇气、增长见识”。



前景： 行业新“林子”大， 市场要发展也要管理

“读万卷书，行万里路”，在全民高度重视教育的背景下，无论是学校还是家长都很重视知行结合，研学游市场因此迎来发展良机，但一些已“露头”的问题也不可不防。

江苏国旅邓云岗说，近年来，无锡研学游人数与日俱增，尤其是今年，该市场增量巨大，前景更是广阔，渐已成为传统旅行社新的经济增长点。但与邻近城市相比，无锡研学游起步晚，组织机构众多，市场总体还有待成熟和规范。他说，无锡市场的研学产品特别是出国研学产品，大部分是“舶来品”，无锡旅行社采购沪宁两城产品，教培机构普遍也是总部上海等地的产品，没有“原创性”将会掣肘未来的发展。因此，加紧培养专业的研学产品开发设计人员和专业带队“导游”、“老师”等工作人员，开发独家、自有、个性化项目是制胜长远的关键。同时，研学游不是普通的旅游，要提防有部分常规旅游产品摇身一变就成为价格不菲的研学游。此外，研学游产品的管理及服务质量也有待提高，既要大力发展，也要加强管理。

无锡市旅行社业协会会长蒋越庆曾在业内会议上表示，现有的传统跟团线路越来越缺乏吸引力，消费者需要有个性、有特色的新产品，旅行社及时跟进才能“适销对路”。研学游作为新的市场突破口，正是猛力发展、极速奔跑的时候，此时要精准分类客户群，用合理的分销方式拓展市场，但牢记最大的价值是服务，“量体裁衣后，衣服的质量才是最终呈现”。

(晚报记者 金恬伊)

图片由无锡中旅提供