

# 学有所获？选择研学游家长需“擦亮眼”

新加坡多元文化体验、芬兰国际营地创新课堂、意大利文艺复兴探索……期中刚过，大批寒假出境研学游项目已纷纷发布。目的地五花八门，咨询招生热火朝天，面对“高大上”的宣传，业内人士提醒，研学游产品质量参差不齐，家长要在心里先“打个折”，多加甄别。

## 提前两月报名，一周3万起步

根据北京市教委发布的校历，自2024年1月20日起，义务教育阶段学生开始放寒假，至2月25日止，共计5周零2天。

距寒假还有两个月，瞄准假期开展的出境研学旅游业务先行迎来报名旺季。由于涉及签证办理、酒店机票预订等环节，需要打出时间提前量，再叠加“双11”等因素，家长要尽量在11月中旬左右完成报名。有机构人员称，“最晚到11月底，再往后就不好安排了。”

记者以家长身份咨询多个旅行社、教育机构推出的境外游学项目，发现名额普遍较为紧张，热门线路处于满额或接近满额状态。“第一轮报名已经结束了，团内没有名额，您可以先报着，我们陆续再看有没有能成团的家长。”某新加坡深度营项目负责人称，15个孩子成团，项目很快就报满了。另一剑桥名城国际营的招生老师则称，“团内还有最后两个名额，需要这两天尽快敲定”。

从记者收集到的多份出境研学游项目资料来看，较之国内游，出境项目时间较长，多在一至两周。线路主要为10天内的中国香港、新加坡等近途游，以及11-15天的美国、澳洲、欧洲远途游。宣传点多强调文化交流，校园参观环节必不可少，住宿不乏安排在学生宿舍公寓等地。

此外，许是为了突出“学”的分量，记者发现“上课”尤其是英语课，成为不少研学游的重要行程。某为期14天的研学游项目，共安排了4个上午、3个下午的语言文化课程。一个9天行程的境外游，除去往返两天在路上，其余安排了总共5个上午在当地语言学校上课。

费用方面，单看从北京出发的团，3万元大致是境外研学游项目的“起点”，仅能支撑周边国家地区一周左右的行程。超过10天的远途团，基本都要四五万元往上，七八万元的项目也不少见。与常规旅游团相比，研学游项目更是普遍高出一截。例如新加坡6日5晚私家团，明年1、2月份价格在12万-17万元间浮动，类似天数的研学团至少要贵上1万元。

## 差异优势不明，缺乏参考标准

对于研学团费用上浮，北京大学旅游研究与规划中心主任、文旅部“十四五”规划专家委员会委员吴必虎分析，一方面中国许多国际航线目前尚处在恢复状态中，机票价格本身是有所上涨的。“不止研学游，商务出行、休闲度假的费用都在上涨。”

另一方面，中国家长一向舍得给孩子花钱。即便自己不出去度假“买买买”，也愿意让孩子见见世面。而在持续的“双减”政策影响下，孩子的辅导费用与时间得以部分释放及转移，这是研学旅游类产品报名踊跃所客观存在的背景。

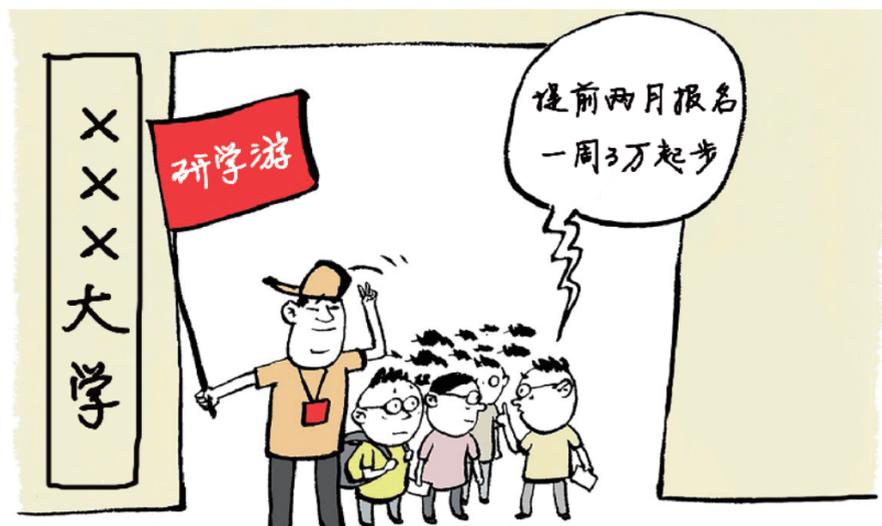
研学团在整体利润上比常规旅游要高出不止，具有多年市场运营资历的旅游机构从业者李先生坦言，这也不难理解。“普通常规团，基本不会在团费上赚钱，都是成本持平甚至亏损，要靠购物、二次消费来增加利润。研学团因为很少有额外消费环节，要保证利润，团费势必会高。”

李先生所在的机构常承接一些科考类研学项目，他透露团费在扣除所有成本后，至少要保有15%-20%的利润。从这个角度来说，研学团收费可参照全程无购物、无强制消费的高端精品团、私人定制团。

但这些内部考量，消费者并不了解。在家长看来，比起普通旅行团，动辄价格翻番的研学团，其最大价值无疑体现在区别于常规游客的独有资源上，而这也是目前研学产品较受争议之处。

陶女士暑期曾想送11岁的女儿去英国游学，仔细研究一番，一个孩子出去，价格堪比一家三口同游。向身边有类似经历的同事请教时，她更感到迷惑。“参观一些热门景点时，研学团并没有想象中的特殊优待，一样要排队等候。孩子多，年龄差距大，注定讲解也比较浅层。名校参观的话，通常是请一位当地留学生带着，拍照打卡。倒不是说不行，清华北大也就是这么参观，只是这些名校本身都可以免费进，那贵出来的钱花在哪儿了呢？”

研学团行程中，常会包括课程学习，或是英文培训，或是以英文来讲解其他内容。记者咨询到的



一家机构，甚至还有配套的英文教材，孩子犹如在旅途中参加了几天英文培训班。对此，家长的想法也是见仁见智。“有的觉得玩也没耽误学，更能激发对英语的兴趣，有的觉得培训班哪不能上，非花大价钱在国外上？”

陶女士的不解，在家长中并不少见。磨砺意志、滋养情怀，提升领导力、洞察力……研学游项目所宣称的种种特色，缺乏参考标准，也无法量化评价。重金过后，孩子的收获更像是一种“玄学”。

## 甄别衡量行程，拒绝跟风盲从

据李先生观察，“研学游”横跨教育、旅游两个行业，入局者主要包括旅行社、教培机构、留学中介机构等各类机构。“旅行社可以直接推出研学游相关产品，教育类机构的话，往往需要与旅行社合作，自己对外销售产品，由旅行社对接落地。”

要么在常规旅游线路路上，机械“塞”进一些课程；要么将培训“嵌”入旅行线路。李先生坦言，研学游产品质量高低参差，营销话术倒是极尽钻研。“建议家长选择时，还是要仔细关注每项行程，衡量是否必要。对一些‘能力培养’的宣传，心里‘打个折’来看待。”

对此，浙江旅游职业学院教授邓德智曾在采访中指出，研学行业的问题是，“旅游(专业)的不懂得教育，教育(专业)的不懂得旅游，缺乏有交叉学科背景的专业人才”。

# 抖音出手，超火赛道“刹车”

供对应短剧的版权证明。

网上流传的“广告代投协议”则标注了重点：平台仅可接受一个主体代投一家客户，不接受代投多家客户。如果历史存在代投请先进行代投更换；平台不接受多级代投，仅允许一级直接授权；被代投方即授权方，如被代投方经营状态异常平台不接受代投该主体。业内人士称，这将极大限制市场新主体盲目涌入。

## 业内人士：投流公司资质门槛提高

业内普遍认为，在竞争日益激烈的微短剧赛道，“投流”决定了一部剧、一个播放平台、一家制作公司的扩张速度和盈利水平。

微短剧的“投流”等同于传统影视行业的“宣发”。制作完成后，会由分销商(投流公司)制作“名场面”投流素材在多个流量平台进行投放，如若ROI(投资回报率)高于11，投流公司通常会持续投放。用户观看投流素材时，左下角会出现“观看全集”按钮，点击进入小程序短剧页面，用户在此页面进行观看、付费等行为。

据悉，一部短剧往往有多个不同分销团队一拥而上进行投流分发。业内人士称，小程序短剧的投放流量市场已经达到日消耗量千万级别，投流占到整个成本的90%。有些投流公司为了获得最大的ROI转化，可能会制作“擦边”素材，扩大了一些短剧的负面影响。

业内人士分析称，抖音此举大幅提高第三方参与投流门槛，也将迫使投流公司剪辑手加强投流素材的尺度把控。有助于将没有资质且可能带来违规素材的小代投公司剔除，利好现有资质完整企业和头部公司。

也有一种声音认为，抖音在投流门槛上进行限制虽然存在着短期影响，但是对于微短剧分销商而言，还有其他流量平台可供选择。“抖音难做，大家肯定会把投流力度放在腾讯、快手、百度其他渠道了。”一位投流公司人士告诉记者。

据短剧自习室此前发布的数据，短剧投放的主要战场在抖音。同月对比，当月抖音日消耗额已达5000万元以上，腾讯峰值超800万元，百度和快手峰值都在300万元以上。

据行业媒体测算，2023年短剧市场规模有望达到300亿元。2023年1到10月，在广电总局备案拍摄的短剧数量达到2276部，而2021年全年仅398部。

记者近日在浙江横店影视城调研发现，大量“跨界”资本正在涌入竖屏微短剧赛道。随着监管加码、平台严控，“飞速狂飙”的微短剧行业，也许正在逐步走向规范。

## 短剧概念股持续火爆

近日，短剧概念股持续火爆。截至11月21日收盘，引力传媒涨停，海看股份涨超14%，天威视讯涨

去年9月，人社部发布《中华人民共和国职业分类大典(2022年版)》，其中增加“研学旅行指导师”这一职业，被视作相关从业者有了官方认可的“身份证”。

与此同时，市面上也出现诸多关于“研学旅行指导师”证书获取的广告信息，相关报考中心、咨询中心、辅导机构等令人眼花缭乱。记者发现，这些证书的发证单位五花八门，均宣称自家证书“权威性高、含金量高”。而考证过程又相对简单，只要交钱，凑够人数就会组织考试，还有押题题库，不必担心“考不过”的问题。

行业发展与人才培养，仍需进一步规范。作为家长，尽管有所迟疑，陶女士也认为，孩子能够与同龄人相处、生活一段时间，脱离家长的角度独立看待世界，本身不失为一种难得的体验。“前提是保证安全，吃住行程不打折，也期待更加科学合理、令人眼前一亮的。”

吴必虎认为，出境研学旅行可以帮助孩子沉浸式体验到不同国家的文化、语言、风景等，如果家庭条件允许，对孩子是有积极意义的。但这一过程中，家长应注意不要跟风，应根据孩子的个性、能力、爱好等，选择适合的主题，也不要有不切实际的期待。“中国家长特别希望孩子在一段时间内，能学到具体的知识。一些研学内容‘每天换地方上课’，我并不很赞同。家长指望孩子研学回来英语就说得很好了，那也不现实，最重要的还是让孩子多看多想多感受。”

据《北京商报》

超7%。

引力传媒已连续4个交易日涨停。公司20日晚间发布风险提示称，关注到有媒体将公司列为抖音短视频付费概念股，目前，公司主营业务中暂未涉及抖音短视频付费业务。除此之外，公司未发现可能或已经对上市公司股票交易价格产生影响的媒体报道、市场传闻或热点概念事项等。资料显示，公司是抖音旗下巨量引擎金牌服务商，2023年，公司再次获得抖音巨量引擎品、效、销和社交全牌照。

省广集团21日收盘涨停，公司是TikTok出海核心代理商及巨量引擎代理商，参股公司省广影业近年来曾制作和投资网络短剧业务。

岩山科技连续两日涨停，公司日前表示，自2023年下半年正式启动了短剧推广投放业务，目前尚处于试运营的起步阶段，尚未形成规模化收益。同时提醒投资者警惕市场热点炒作，注意投资风险。

海看股份在投资者互动平台表示，海看微短剧项目自2023年5月正式启动，目前尚处在投流试运营的起步阶段，暂未形成规模化收益。

天威视讯11月以来已大涨超130%。公司近日公告称，公司持有中广传媒部分股权，中广传媒系公司参股企业。中广传媒拥有信息网络传播视听节目许可证、广播电视节目制作许可证等资质，与北京点众科技合作，陆续在微信小程序、快应用、iOS等平台推出短剧产品。

据《上海证券报》

讲文明 树新风 公益广告



# 积极参与垃圾分类 共同呵护绿色家园