

本报记者 易蓉
实习生 魏紫琳

“我吃了金蚂蚁的屁股！小小的圆圆的，有一层薄薄的皮，吃起来酸酸的，有一点点像乳酸菌的味道。是老师帮我们摘下来的，每个小朋友都吃了，金蚂蚁没有毒，但是它的头和身体刺刺的，会扎到嘴巴。”这个夏天，当7岁的女儿丫丫一遍又一遍地把“西双版纳奇遇记”讲给几乎所有遇到的人听时，她欢乐又得意的样子让丫丫妈妈觉得高昂的游学团团费物有所值。

研学旅行、游学旅行近年来热度持续升温。相关统计显示：2019年研学旅行已有480万人次；2021年达494万人次；去年研学旅行突破600万人次，达到历史新高；今年更显现强劲增长势头。携程数据显示，今年暑期研学旅游产品订单量同比增长超30倍。

从同城，到国内，再到国外，研学游学项目费用从数百元到十几万元，价格远超相同目的地或相似行程的自由行或普通跟团游。当教育目标和亲子旅行的需求深度捆绑，火爆的背后是找到了一种生意经？是功利的教育焦虑的一种传递？还是“读万卷书行万里路”的传统价值理念新回归？

■

获益更在学习之外

“吃金蚂蚁的屁股”这件事的确令所有听众都惊奇地瞪大了眼睛，这也是丫丫不厌其烦地分享的原因之一。这是她的“西双版纳奇遇记”片段之一，其他还有：当妈妈们的向导，去热带雨林找比大人还高的大板根；给亚洲象体检，测量肛温，闻闻摸摸它的大便看看是否健康；在野象谷露营，在星空下做游戏，欣赏虫鸣大合唱，寻找萤火虫；在中国科学院植物园用歌声唤起跳舞草的舞步，在夜晚寻找草地上的昆虫们的璀璨视线；在傣族村学傣文，在村民家品尝用心烹制的美味孔雀宴……

这些经历全部来自“野孩子”亲子游学4整天的西双版纳项目。4整天、一大一小、1.5万元，还没有算从上海到西双版纳的往返大交通费用，作为暑假活动的项目之一，丫丫妈妈觉得开销不低。“但是搜了一圈亲子游，今年差不多都是这个价格。最后选择‘野孩子’还是因为团队的复旦背景和朋友圈口碑。”丫丫已经一年级了，这是母女二人参加的第一个非同城的游学项目，“之前孩子太小经受不住舟车劳顿，对知识的吸收能力也有限。感觉七八岁可以开始尝试带有知识学习内容的旅行了。我想要让孩子玩得更有质量一些，所以对‘野孩子’在每个团配备复旦背景的导师是有期待的”。

然而现实与期待稍有出入——



当旅行被冠以学习之名

与朋友之前在贵州线遇到知识渊博、很会引导孩子的导师不同，丫丫团里的复旦小老师是个大二的本科生，刚刚承担这份工作，热情有余，经验不足，知识的灌输稍显生硬，大多数低年级的孩子对“大巴上的地理课”兴味索然，小老师与小孩子们相处时也不太能“挑起大梁”。团里有家长私下抱怨，如果自己订同样标准住宿和行程，和游学团团费差价小几千元，导师太弱意味着“性价比太低”。

丫丫妈妈和同行伙伴却不这么认为，她们选择西双版纳的旅行目标并不是期待孩子掌握多少关于热带和亚热带的地理知识，尽管导师“弱”了一些，但对比其他游学团的师资，这个团锁定了当地优秀的资深讲解员作为补充，让课程和体验丰富有趣。

比如，野象谷的讲解员是有十余年工龄的哈尼族姑娘，说起象群为夭折的小象举办葬礼、集体默哀的故事潸然泪下，她对这份工作真挚的热爱也打动了孩子和家长们。夜幕降临时，孩子们发现，人类制造的光源惊扰着河谷，大家努力呼唤伙伴熄灯，屏息迎接黑暗中害羞的萤火虫家族慢慢靠近的探访。

在行程最后，团员们来到中科院植物园傣族讲解员无忧花老师家的寨子，听村寨里的第一个大学生细数家乡和族人的“变与不变”。当孩子们跟着老师念响“有林才有水，有水才有田，有田才有

粮，有粮才有人”的傣族小诗，温柔的傣语音调从高脚干栏竹楼的简易教室传出来，这古朴又智慧的声音岂止回荡在村子里。那天晚上，孩子们在村里的广场围着篝火与傣族村民欢快起舞，旁边室内球馆里热火朝天的“村排球”比赛吸引了家长们的围观，同样的欢乐，生活如此简单和真实。

北京、上海、哈尔滨、海口、兰州，尽管来自大江南北，同为城市居民和小学生家长，大家非常默契地没有交流城市生活和“学习”，反而把这些短暂的当地体验一一珍藏、细细咀嚼。旅行结束，团群还没有散，时不时还有人在群里回味热带雨林的那些大树、大象、虫子，还有人。

■

“改变看世界的眼睛”

“大家刚刚来到西双版纳，注意防虫。遇到虫子也别害怕，如果发生了亲密接触，轻轻拨开就好了。”这是丫丫所在的首发团领队白鸟在开营仪式上的第一个叮嘱。那天白鸟还开玩笑地预告说：“每个团来的时候看到虫子都是‘啊啊啊！’等结束的时候，每个人都会见怪不怪的。”不仅是见怪不怪，能熟练分辨不同种类的蜘蛛、敢把毛毛虫放到手上撸，吃了金蚂蚁的丫丫和小伙伴开心地觉得自己真的是“野孩子”了。

“旅行不会改变世界，却能改

变看世界的眼睛。”“野孩子”的创始人乌拉强调着游学和研学的不同，分享着创业专注亲子人文游学的初衷。乌拉和他的两位复旦校友都是资深的“驴友”，他们在大学时代背包旅行，亲身体验到“旅行就像打通七筋六脉，让书本的知识不再呆板”。在乌拉看来，研学带有更明确的知识学习和探究的目的，一些研学旅行甚至没有“游”，而是到达另一个空间，关起门来学习。但“野孩子”不同，就像这个名字来自以西北方言和现代民谣创编乐曲的乐队“野孩子”一样，乌拉认为之所以坚持人文游，是希望带着家长和孩子，在每个目的地观察自然条件，理解在那样的条件中生活的族群如何作出文明的选择。“这些思考会带回出发地，大家在重回自己的生活时，会抛弃刻板成见，拥有不同的‘眼睛’。这对孩子来说很重要，对已经成年并且陷入刻板的家长来说更加重要。”

“野孩子”的产品线在西双版纳、阿里、喀什、敦煌、呼伦贝尔，几乎都是边境线。完全不同于北上广工业化的城市文明，这些目的地不同的自然和人文风光会带给旅行者很大的文化冲击。乌拉说：“借用樊锦诗老师的话来说，‘对世界文化遗产的解读取决于带你解读的人’，我们通过师资和课程的打磨，创造一种打开当地人文的方式，让家长和孩子能够尽可能地‘入戏’。”

大学生陈馨冉在这个暑假因为迦耶、奚琴和大芩三种韩国乐器打开了新视野，“此后，提到韩国我不再只想到泡菜和艺人，而是会往更深层面思考”。陈馨冉参加了赴韩国庆州市岭南大学的国际青少年研学项目，与中国、日本、印度尼西亚的学生一起体验韩国文化、相互交流互鉴。

7天满当当的参观、学习活动令她感到充实而快乐。岭南大学博物馆的一场韩国传统乐器演出更是令她难忘。“表演者是岭南大学国乐专业的学生，他们穿着颜色素雅的传统服饰，盘坐在地，赏心悦目。校方准备的三种传统乐器分别是迦耶、奚琴和大芩，它们在外形上分别与中国的古筝、二胡、长笛十分相似，由此也可看出中国传统文化的巨大影响。”陈馨冉介绍说，一曲《万波停息之曲》展现传统“正乐”，接着，最近正当红的韩国流行音乐《flower》的旋律从这些传统乐器中响起，跨越国界的共鸣在年轻人中产生，台下不少学生还随着音乐跳起了开花手势舞，气氛很活跃，彼此间的距离也拉近了。

■

研学之路道阻且长

从孔子到司马迁，从郦道元到李白，游学古已有之，贤士大夫文人墨客，以游学求其博闻。甚至有人专门考察研究中国古代游学史，梳理探讨从古至今的游学意义。

近年国内研学旅行市场规模化形成和发展缘于政策的出台。2012年教育部成立研学旅行专项课题研究小组，选取安徽、江苏、陕西、上海、河北、江西、重庆、新疆8个省（区、市）率先开展试点；2013年国务院办公厅印发《国民旅游休闲纲要（2013—2020年）》首次提出，“逐步推行中小学生研学旅行”。随后相关部门陆续发布一系列指南、意见，规定研学旅行的基本标准、规则，公布“中国研学旅游目的地”和“全国研学旅游示范基地”等，研学旅行被纳入学校教育教学计划并置于落实立德树人教育任务的战略新高度。

作为全国中小

学实践教育基地，上海市黄浦区青少年艺术活动中心推动学校教育主阵地与社会大课堂有机衔接，上月举行“奇思妙想”创新营——2023年黄浦区中小

学创新教育研学实践活动。学生们首次踏入中国人民大学校园，领略了高校浓厚的学术氛围，在教授导师团队的带领下，分组开展项目化课题研究，在浓厚的科创氛围中沉浸式体验探索机器语言的乐趣。

但是，并非所有“高校游”都能够抵达目的地。7月初“新民帮依忙”就收到市民崔女士的投诉——她给四年级的女儿在亲子旅游平台“麦淘”上报名“升级版—圆梦首都 跟着课本游皇城北京”的研学活动，体验下来却是货不对板。清华、北大因无法预约没能参观，天安门升旗仪式因团队工作人员失误导致无法观看，宣传中说的“全程讲解器配备”也多是“一场空”，故宫、颐和园、圆明园都是走马观花式讲解，科技馆、长城均没有安排讲解。

一名清华学子怒斥研学内幕的视频近期上了热搜。她反映称，山东济南一公司举办研学活动，邀请清北学生给孩子们分享经验，事实上名校游变校门口打卡，旅游项目草草了事，住宿郊区有的房间为临时搭建，有的孩子需要打地铺，无法按时吃饭还被教官殴打。

伴随政策的出台，2018年至2022年，我国研学旅行市场主体也发展迅速，产业配套快速形成。至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。艾媒咨询数据显示，预计2023年中国研学游将基本恢复至疫前水平，市场规模达到1469亿元，同比增长61.6%。预计至2026年，中国研学游整体市场规模将达到2422亿元。

“今年确实是‘热’起来了，但是能否持续‘热’下去还不敢说。旅游市场消费分层和分化非常严重，高端的酒店涨到了3000~5000元，便宜的酒店跌到两三百元，这些分化也会影响我们的产品质量和供应链。另外，亲子游学的门槛似乎很低，旅行社、个人、平台，甚至场馆都可以随意入场，但是良莠不齐，也带来了混乱。”乌拉说。

中国旅游研究院于今年3月发布的《中国研学旅行发展报告2022—2023》提到，人们对研学旅行的认知不断深化，研学旅行的参与者从中小

学不断扩展到学龄前儿童、大学生以及成年人、老年人等群体。报告显示，疫情让研学旅行遭受持续性冲击的同时，也促进企业不断转型升级，研学企业更加聚焦课程的体系化开发，专注本地研学、社区研学、校车研学，甚至“楼下研学”。天眼查数据显示，截至目前，全国已有研学相关企业4.1万余家，其中近5年内成立的相关企业超过70%。

随着市场规模越来越大，研学旅游产品质量参差的现象愈发凸显。要想坚持人文初心，又要实现商业目标，更不容易，特别是经历了疫情，更是艰难。去年“野孩子”刚刚经历难关，艰难地缩小了队伍，忍痛告别了部分伙伴。面对今年亲子游市场的复苏，新队伍养成、酒店涨价、课程研发，甚至旅客的体质问题都成了挑战。“版纳的课程我们从3月开始就和中科院团队合作打磨、梳理教案教材，希望用稳定的优质课程保持品质。”但乌拉同时坦言，并非每个旅游目的地都能找到适合的课程研发合作伙伴，所以课程和师资仍然是这个行业