

从走马观花到知行合一 研学市场提质升级点亮消费新场景

在素质教育与文旅融合深度推进的背景下,我国研学旅游市场规模持续扩容,正从粗放式发展迈向品质化升级。当前,家长与学生对于研学产品的需求日趋理性,更加注重安全保障、教育实效与实践体验,“走马观花”式研学已不能满足市场需求。广东依托本土产业、文化与科教资源,打造多主题研学场景,推动“教育+消费”融合发展,让广货与特色资源成为研学新亮点。与此同时,国家不断完善行业标准与监管体系,多项政策与规范密集出台,为研学市场健康发展保驾护航,推动研学行业规范有序、高质量发展。

■新快报记者 陈钰涵



■日前,450名师生在广东科学中心体验了一场跟着电影做研学的沉浸式探索之旅。新快报记者 龚吉林/摄

千亿市场持续扩容,研学产业需求升级

在素质教育理念深入人心、文旅融合不断深化的当下,研学游作为一种集教育、旅游、文化体验于一体的新型学习方式,正逐渐成为学生成长的“第二课堂”和家庭消费的新热点。艾媒咨询最新发布的《2025年中国研学游市场发展状况及消费行为调查数据》显示,2025年中国研学游行业市场规模达2132亿元,同比增长19.04%。艾媒咨询分析师认为,随着中国居民对研学游的关注度不断提高,消费需求将进一步提升。预计2028年,中国研学游行业整体市场规模将突破3000亿元,市场发展空间广阔。

千亿赛道快速扩张的同时,行业发展

的短板和风险逐渐显现。“游而不学”“课程同质化”等争议充斥互联网中,如同悬在研学行业头上的“达摩克利斯之剑”,研学市场正面临着一场更新换代的深度变革。突出表现是家长对研学需求的升级。“作为家长来讲,考虑让孩子报名研学,本身就是教育成本,那我们肯定会选择学得更多、有科普功能或者实践活动丰富的。报名研学的目的,就是为了让孩子走向世界,而不是简单的走马观花。”家住广州的林女士向记者讲述了她对研学的态度,这也在一定程度上反映了消费者对研学市场的真实诉求——消费者对研学产品的认知已从“新鲜体验”转向“价值判断”。

简单的旅游观光式研学已不再能满足家长和学生的需求。艾媒数据显示,在2025年中国消费者为孩子选择研学游项目主要考虑的因素中,占比最高的是安全保障,达到34.21%;其次是游学行程与路线安排,占比33.13%;教育内容与方式紧随其后,占比32.51%。整体来看,家长在选择研学游项目时,更注重安全、行程安排和教育效果。而在选择研学目的地时,“能否让孩子有收获”成为决定选择的关键因素,以42.68%的占比居考虑因素首位。研学游市场正从“粗放扩张”转向“安全为基、体验为脉、内容为本”的精细化、品质化发展阶段。

监管护航增长 研学消费升级在路上

研学市场的快速发展,离不开政策监管与行业标准的保驾护航。中国旅行社协会发布的《中国研学旅游报告(2025)》指出,研学旅游已从“旅游+教育”的简单叠加,演进为承载文化传播、实践育人、数字体验等多重价值的文旅核心业态。

随着市场从粗放扩张转向品质提升,政策监管与行业标准同步发力,推动研学消费走向规范化、专业化、高品质。

国家层面持续完善研学旅行制度体系与监管规范。

2025年,文化和旅游部发布《研学旅游服务要求》《研学旅游课程与线路设计指南》《出境研学旅游服务要求》三项行业标准,从服务流程、课程设计、安全管控等环节明确行业准则,整治“重游轻学”等突出问题。

同时,文化和旅游部印发《关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知》,强化安全评估与市场监管,并联合市场监管总局修订《团队旅游合同(示范文本)》,新增《研学旅游合同(示范文本)》,切实保障学生与家长合法权益。

壮游人生教育科技有限公司董事长程颢认为,《研学旅游课程与线路设计指南》的实施标志着中国研学旅游行业迈入了规范化、高质量发展的新阶段。“该指南将有效缓解‘只游不学’‘游大于学’等问题,推动行业规范化升级。”程颢说。

从市场规模的持续扩容,到消费者需求的升级;从产品供给的创新,到政策监管的完善,研学市场正沿着“知行合一”的方向稳步前行。

随着政策体系日趋完善、市场主体持续创新,研学旅行将在规范有序、品质提升的轨道上释放更大发展潜力,为素质教育和文旅融合注入新的活力。

告别“走马观花”,多主题场景激活消费潜力

需求端的变化,也倒逼着研学市场积极求变。面对持续火热的研学市场,各地结合当地特色,整合优质资源,面向不同群体提供丰富多样的产品和服务。在广东,“粤游学·暖冬知行季2026‘寒假游学来广东’”活动新春亮相,展现了广东持续打造具有自身特色的原创游学IP的决心,活动从“单一课程”向“教育+消费”深度融合的“游学体验套餐”转型,推动“吃住行游购娱”全链条消费提质升级。

活动规划了“红色铸魂周”“科创实践周”“产业认知周”“文化浸润周”“博物馆游学周”五大主题周,从“了解传统广货”到“学习红色精神”到“围观新质生产力的科技制造”等,深度挖掘广东特色资源,构建了覆盖红色教育、文化传承、科技探索、产业认知及文博学习的完整体系。

在广汽埃安智能生态工厂里,全自动化机械臂如同“钢铁巧手”,精准完成车身拼接作业,孩子们目不转睛,沉浸于智能设备的协作精度与高效运作中。——这是“2026寒假游学来广东”的“产业认知周”的体验环节。学生们亲身感受了广货从“产品出海”到“科技引领”的升级密码,有同学感慨道:“这让我看到了AI在工业场景落地的巨大潜力,完全不同于实验室里的理论研究。”

多主题研学产品也带来新的消费潜



■广东体育博物馆开展的研学活动。

力。广东省研学旅行协会秘书长张萌介绍,“红色铸魂周”主要面向政府、事业单位、学校组织的党建团建活动以及家庭用户为主的青少年爱国主义教育市场;“科创实践周”与“产业认知周”切入热门的“STEM教育”和职业启蒙市场,主要吸引注重素质教育和未来竞争力的家庭;“文化浸润周”与“博物馆游学周”则满足市场对文化深度体验的需求,将传统文化转化为可体验、可消费的游学产品。“此类多主题串联产品更易形成5至7天的连续停留,对住宿、餐饮、交通及文创消费带动明显。”张萌说。

广东高校也亮出新招,打造官方校

际研学品牌,以高校资源赋能研学行业创新发展。3月7日,一场在华农花海中开讲的“行走的科普课”吸引了不少目光,华农“小农庄”花季研学特色活动正在举行。活动让自然教育跳出课本、走进春天,展现高校社会服务的责任担当。

华农研学项目负责人介绍,“小农庄”聚焦青少年科普教育,设置农耕文明、自然科学、文化历史三大课程体系,既有专业场馆教学、实验室实操,也有户外生态观测、校园文化体验,昆虫观察、压花制作、茶学体验等特色课程受到欢迎,自2025年6月运营以来,已开展研学活动20余场次,服务青少年超2000人次。