

高价“游学”缘何猫腻多

走马观花到此一游 只游不学念歪海外“游学经”

“读万卷书，行万里路。”当中小学生们进入寒假，除了按照自己兴趣去有针对性地报各种课外班，不少家长将目光投向了寒假研学游、冬令营等旅游产品，海外游学成了寒假游的新风尚。

针对中小学生的游学产品，也叫“研学游”。在内容上大致可分为四大类：一是到国外知名高校游览和交流，二是插班式纯学习类游学，三是半研学半旅游的体验式游学，四是夏令营和冬令营式特色游学。

2016 年末，教育部等 11 部门提出，要将研学旅行纳入中小学教育教学计划，促进研学旅行和学校课程有机融合。但是记者走访发现，不少“研学游”还停留在“只游不学”的状态，高价的海外游学存在哪些猫腻？这些游学产品又该如何监管？

冰雪文化体验

大受中学生欢迎

每年寒暑假，郑州市民张女士都会给女儿订购海外游学产品。在她看来，这是孩子成长的必需品，是开阔眼界的重要渠道。张女士说：“从小学三年级开始每年都出去，美国、欧洲、日本，住在营地，或者住在小朋友家里，有的是住在大学生宿舍，更多是深入到他们生活和学习中，真正去了解不同文化的生活是什么样的，这对她的成长可能是更有帮助的。”

携程旅行网大数据显示,今年寒假研学旅游预计比去年同期增长80%以上。从国内游来看,博物馆之旅、到北方学习滑雪课程等受到欢迎。到出境游来看,到瑞士、北欧开展以冰雪文化体验为主题的项目,到澳大利亚、新西兰感受生态课堂、体验户外探险、牧场生活等受到欢迎。游学旅游线路报价仍然居高不下,最高可以达到普通旅游线路的两倍,携程旅行网田飞介绍,“海外游学的人均支出在2.1

万元左右，与去年持平。英国、美国、澳大利亚长线的均价在 3.5 万元，亚洲短线人均在 1.1 万元。人气最高的游学目的地国家是澳大利亚、美国、新加坡、泰国、新西兰。”

此外，打卡高等学府一直是研学游的传统项目。国内的高校游主要集中在北京、上海、南京、武汉等高校密集的城市；国外高校游的目的地主要集中在英国、美国、澳大利亚等国家。途牛旅游网客服人员提到，12到18岁的中学生预订人次占比达71%，是寒假研学游的主力军。

途牛公司在接受采访时还介绍道：“经历了近几年的发展，游学旅游市场越来越受重视，产品越来越丰富。最受欢迎的出境高校游目的地包括英国、美国、澳大利亚、新西兰、法国等。体验内容包括入住寄宿家庭、进入当地名校插班学习、文化体验等。”

有“游”无学内容“注水”

部分随团老师没出国经历

研学游的目的是让孩子在旅途中体验,在实践中学习,但目前市场上不少研学旅游项目仅仅是“走马观花”,或是主打名校游、奢华游,缺乏实质内容。郑州一家旅行社工作人员表示,不少游学中介机构缺失安全的预案,国外的地接社安排的导游和中英文翻译数量有限。

旅行社相关负责人向记者解释,“所谓随团的老师可能从来没有过出国的经历,更不用说有丰富的经验,或者说有这个教育方面的经验,在应对孩子心理、性格方面,包括遇到应急困难问题的时候,相应的应急能力,我觉得基本上是很缺乏的。”

山东山大基础教育集团国内研学项目负责人郭寅提到,“尽管所有机构都宣称自己有研学导师,但在我们组织研学的过程中,几乎没有研学导师能达到要求。他们的思维还是旅行社思维,而研学更多是从教育上来引导学生。但是,目前

游学产品不单是
专家：应制定标准

专家指出,游学应该注重深度的“学”,而非走马观花的“游”;游学产品不单单是旅游产品,还属于教育产品。针对“只游不学”、“高噱头高价位”等,文化和旅游资源开发有限公司张吉林回应,下一步将研究制定研学产品标准,规范市场秩序。

国内对研学导师没有一个明确的规定，对这个职业没有规范的培训，或者资格的认证。”

在追捧背后，一些游学产品有“游”无“学”、价格较高、内容注水等情况也让游学市场发展状况不容乐观。比如，在高额利润驱动下，一些商家把普通旅游产品贴上“游学”标签，就改头换面成了高价的游学产品。但这样的“游学”，有可能就是花几万元到国外高校参观一圈，消费体验令人失望，学习效果更无从谈起。

家长高鹤鸣就对该类游学项目表示质疑：“我这次出国就碰到过游学团，他们基本上都是走马观花式的参观各个景点。在法国卢浮宫工作的中国讲解员也告诉我，国内很多游学团就是安排孩子在名画前拍个照打个卡，表示到此一游，但是对这些艺术品的讲解之类的一概不提，飞那么远孩子却什么都没了解到，他觉得很可惜。”

场上的产品规范起来，然后进一步规范市场秩序，让大家能够有一个比较健康的旅游环境。特别是文化和旅游融合后，像博物馆、文化馆等很多文化设施为研学旅游提供了更宽广的空间。之前在供给上有一些短缺，今后我们在供给上会进一步扩大，以适应各个层次、各个阶层、各个年龄段的游学需求。”



资料图片

【贴士】

是“游”还是“学”？

学生海外游学团的行程与普通旅游团相似,很多只是增加了一些高校参观或与当地人士的交流活动,但价格往往要高出一两倍。不少游学产品仍以“游”为主,“学”还只是一个噱头。以某旅行社推出的一款海外游学活动为例,标注游览5所大学,每所大学游览时间均为半小时,其他游览地为旅游景点。

21世纪教育研究院副院长熊丙奇说,有些游学生到了国外才发现基本上就是旅游,甚至连旅游都不如,所谓的“体验海外名校”变成名校一日游。还有一些海外游学团异化为旅游团、购物团,“游而不学”现象凸显。游学机构通常会寻找有意向在海外市场打知名度的学校洽谈项目。一旦确定,项目内容一般包括学习、游玩加购物。行程是游学公司

【评论】

海外游学沦为学校与社会机构“合谋”赚钱的工具，令人遗憾。但究竟是谁把好经念歪了呢？

游学机构的逐利性当然是一个重要原因。据报道,很多游学机构长期与学校绑在一起,已经形成了牢固的利益联盟。特别是教育部等11部门联合发布了《关于推进中小学生研学旅行的意见》,要求各中小学要把研学旅行纳入学校教育教学计划,这迅速掀起了海外游学的热潮。根据《2016年国际游学发展报告》显示,中国国际游学每年以20%以上的速度增长。

为了争抢资源，便会产生利益的勾兑。尽管有关部门也明确，要坚持公益性原则，研学旅行不得开

海外游学小心这些“坑”

在国内就制定好的，学生在国外没有选择的余地，这和国内的旅游团是一个性质。

价格虚高

去美国游学，游学团给的机票价格一般在人民币 1.5 万元左右。而事实上，如果不是暑假首尾往返高峰期，往返机票价格在 800 美元至 1400 美元（合人民币 4800 元至 8400 元）之间，旅行社机票抢购得越早特价票越多，这里的利润可以达到 50% 左右。

事实上,学生在国外的饮食、住宿、出行成本都要比普通旅游团低很多。从国外大学的角度出发,暑期学校宿舍空着没有盈利,有人想要短期租赁,学校求之不得。2016年到多伦多大学游学团费用,其中住宿一项高达4周5000美元,但该校学生通常的住校费用约为1100美元,

条件最好的宿舍由于暑期居住学生较少,更是降价到每月680美元。其中的利润不言而喻。

低龄化趋势加剧

参加海外游学学生中，初中生占比达49%，高中生占比达到24%，合计占比超过73%，除了这两大客群，海外游学群体日益呈现低龄化趋势，也有不少小学生开始参加海外游学。

游学项目的初衷是好的，随着人们经济水平的提高和观念的转变，未来游学市场有着巨大潜力。但目前没有明确的行业规范，对于游学市场的监管，主要由工商和旅游部门负责，教育部门几无插手的机会。从目前的游学市场来看，完全是民间自发行为且组织方良莠不齐，存在很大的安全隐患，游学内容也基本处于无人监管的状态。

莫把海外游学经念歪了

展以营利为目的的经营性创收，然而在现实中，一旦开放市场，游学机构介入，激烈的竞争之下，必然会出现扭曲，种种回扣、提成便大行其道，公益性原则也只能沦为形式了。

利益驱动之下，学校往往也会把学生当作资源。有关部门研学政策出台以前，学校尚不至于组织大规模的游学，政策出台之后，则可以公开组织，并冠以种种高大上的名头。尽管政策所指的并非完全是出国游，更多的是希望学生走出教室去看世界，但在操作中，则演变为攀比、高消费。而当学校的倡导、机构的推动与家长的顺从结合到一起时，必然会出现“市场井

海外游学也好，文化体验也罢，其指向应该是开阔视野、增长见识，而不是盲目攀比，更不是以营利为目的。如果一些学校与机构均能从中分一杯羹的“生意”好经念歪了，游学变味了，说到底还是在监管存在疏漏。有鉴于此，有关部门应进一步加强监管，切实把研学旅行纳入正常的教育轨道。当然，从政策层面讲，也该有所反思。比如，研学政策出台，是否应该尽快制定相应的配套细则，明确研学的范围、督导、评价等，即便需要社会机构辅助，也应制定相应的准入及退出规则。

(综合自中国之声《新闻纵横》、《光明日报》等)