

# 夏令营研学 火爆背后还有 一地鸡毛

暑假即将结束，孩子们这个假期过得好吗？为了丰富孩子们的成长体验，帮他们度过一个有意思且有意义的假期，不少分身乏术的家长选择给孩子报夏令营，让他们走出家门、穿越城市，“单飞”到更广阔的天地看一看。今年夏令营市场有多火？一个名额动辄几千元起，岛城有旅行社统计参加该社夏令营的人数是此前的两倍多……但随着记者调查深入，也听到了家长、孩子们不少吐槽，走马观花、游而不学、吃住体验差、行程与介绍“货不对板”等问题较为集中，市场火爆背后的“一地鸡毛”凸显。



## 热潮涌动 旅行平台搜索量激增 入营数是此前两倍多

作为一种起源于美国的寓教于乐活动，夏令营在国内兴起的时间不过短短10余年。青岛中海国际旅行社是市内较早设置研学部的旅行社，据该社研学部总监赵艳介绍，2012年他们着手进行夏令营试点，两年后待产品成熟了，才开始扩大规模，实行市场化运作，见证了夏令营市场由“蓝海”至“红海”的发展过程。虽然疫情期间，该市场一度有些低迷，但随着“双减”政策的落地，夏令营的市场需求开始明显反弹。

今年7月暑假刚开始，中国旅游研究院就发布了相关数据——今年暑期研学游需求不断释放，为5年来最热。而同程旅游发布的《暑期旅行趋势报告》显示，7月以来，同程旅行平台研学夏令营相关搜索环比上涨203%。去哪儿网数据显示，暑期机票预订量快速增长，7月首周预订量与2019年同期比高7成。赵艳明和同行们也明显感受到这股热潮。“疫情前，每个暑假我们仅北京夏令营能招募200至300个孩子，今年原计划是700至800人，但受暴雨、部分景点限流等影响，为部分孩子办理了退费，最终有600多个孩子参与了北京夏令营。”赵艳算了一笔账，今年参加该社夏令营的人数至少是疫情前的两倍多。

近日，记者在青岛晚报小记者团队中发放了一份调查问卷，随机邀请24名小记者参与，从反馈数据来看，今年有过夏令营或亲子研学旅行经历的小记者占70.83%。从往年参加夏令营次数来看，有初中生甚至已经参加过6次夏令营，至于亲子研学游，则次数更多，有些家庭每年都会参与亲子研学游1—2次。

## 行业观察 花式玩法千元起步 人文科技线受热捧

记者采访部分家长和旅游从业者了解到，如今种类多样、主题多元、时间灵活的夏令营产品层出不穷，比如军训夏令营、体育夏令营、艺术夏令营、语言夏令营，甚至还有“吃苦”夏令营等。最受家长青睐的当属研学夏令营，这类夏令营通常一周时间，主打让孩子们在场景式、体验式、互动式、沉浸式的游学活动中学习知识、拓眼界。

远至新疆、云南，近至市郊，研学夏令营线路多样，但并不是每条线都受追捧。有旅行社工作人员介绍，家长通常

更喜欢为孩子选择一线城市作为夏令营目的地，这些城市基础设施完备、旅游业发展更成熟。目前，游历北京、西安古都风韵的人文线路，以及感受上海飞速发展的科技线路相对比较受青岛家庭欢迎。

一方面是市场需求热度攀升，另一方面夏令营费用也随之水涨船高。从小记者调查问卷反馈来看，参与一次5至7天的夏令营，人均消费在5000元左右，即使是省内游也要1000—3000元，花费超过6000元的也并不鲜见，还有小记者为夏令营花费12000元。

“暑假原本就是出游高峰期，夏令营费用上涨也有一定的客观原因。”市北区一家旅行社的工作人员王女士告诉记者，以北京夏令营为例，因北京集首都、双一流名校聚集地、古都等标签于一身，是不少研学夏令营的首选目的地，暑假期间仅单程机票就在一两千元间浮动，而如果订9月的票，价格立即“跳水”，四五百元价格就能买一张机票。另外，普通旅行团1名导游带30名游客没问题，但夏令营要至少按照1:8的比例为孩子配备导游、讲师甚至摄影人员，这些成本都决定了夏令营不会比普通旅行团更便宜。

## 专家观点

## 遇问题这样维权 行业发展待规范

连日来，青岛三十九中初中部军训如火如荼，每到休息间隙，部分新生喜欢围着齐鲁名班主任、学校英语老师牟中华分享夏令营见闻。“读万卷书，行万里路，孩子们参加研学夏令营值得鼓励。”在牟中华看来，研学夏令营是对学校教育的有效补充，可以开阔视野，提升自理能力和人际交往能力，培养集体意识和团队协作，并将课堂学到的理论知识在研学中与实践相结合，增强新中考、新高考所需的迁移创新能力。但她强调，家长报夏令营前应与孩子充分沟通，听取孩子意见，而不是想当然报一个“我以为他能喜欢”的夏令营。

如何选择更靠谱的夏令营？赵艳的建议是，选择正规旅行社或培训机构的夏令营产品，32人以内是较为合理的人数，工作人员和孩子的配比不应低于1:8。家长可咨询团队是否有标准化管理流程，正规机构会介绍得很详细。此外，跨市、跨省夏令营，通常会建议4年级以上的孩子参加。如果是低学段孩子首次参营，最好选市内两三天的夏令营先“试水”。

如何在夏令营中更好地维护自身权益？“家长应查证机构相关经营

## 家长声音 参营体验良莠不齐 游而不学槽点较多

“孩子8月初参加了一次苏杭研学夏令营，回来跟我说：‘妈妈，我真开眼了。’”市民杨女士的女儿今年顺利考上心仪的高中，和同学相约参加夏令营，杨女士欣然同意。结果孩子回家就吐槽夏令营住宿一般，吃得更差，“夏令营吃的西红柿炒蛋半生不熟，炒油菜里有虫子，萝卜汤更是清汤寡水。孩子说，第一次知道网友调侃的菜汤像刷锅水是怎么回事。当时旅行社说每餐40元的标准，这能符合标准吗？”说起孩子的经历，杨女士颇为无奈。

刚放暑假，市民陈女士就让儿子和侄女一同参加了一场省内夏令营，打卡了曲阜、泰安等地。回家后，侄女就打了“小报告”：“哥哥一路都在玩手机，上车玩，到景点还玩。”当陈女士询问跟团导游、老师是否进行劝导时，侄女说对方根本不管。“原本想孩子走出家门多学知识，结果更迷手机了。”夏令营已过去一个多月，陈女士还是“说起这事就一肚子火”。

尽管很多家长支持孩子参加夏令营，但提起经历也是吐槽不断。饮食住宿条件差，“急行军”式赶景点拍个照就走，一路走马观花游而不学，行程与介绍“货不对板”等都是集中的槽点。

“夏令营市场火，看似‘蛋糕’越来越大了，一定会吸引越来越多的‘掘金者’，涌入，但事实证明，如果团队不专业、不注重口碑，分到的‘蛋糕’只会越来越小。”赵艳说，家长消费日趋理性，安全保障、食宿交通条件，研学内容安排、工作人员专业性、旅行社资质、收费水平、服务质量等都会被列入考量标准，如果从业者不能端正服务理念、提供满意体验，那就只能是“一锤子买卖”。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛  
记者 张琰

手续和资质，不能轻信宣传广告，不追捧不合理的低价组团。”山东中苑律师事务所高级合伙人葛宁告诉记者，有些夏令营合同隐藏霸王条款，或者用词含糊规避法律责任，家长在签订合同时要谨慎。如果发生纠纷，培训机构存在恶意违约、不当经营、涉嫌欺诈等情形，家长们要注意留存证据，对合同、缴费凭证等进行妥善保管，发生争议时尽量录音录像，以便及时投诉和举报，更好地维护自身合法权益。

“疫情结束，旅游市场迅速回暖，作为旅游产品的组成部分，夏令营需求火爆是情理之中的事。”中国海洋大学管理学院旅游学系主任、教授董志文认为，一直以来，旅游市场都存在从业机构良莠不齐的情况。疫情后，专业人才的流失、盲目降低成本、专业能力亟待继续提升等问题凸显出来，行业发展亟待规范完善。另外，旅行社等也可以通过与高校等专业机构的合作，设计更富教育内涵和价值的产品，来不断满足家长的多样需求，提高市场信任度、美誉度。多管齐下，才能进一步激发旅游市场活力，推动旅游业的高质量发展。