

## “与状元面对面”变成穿学士服拍集体照

# 好好的“研学游”，背后却是套路满满



视觉中国供图

本报记者 许伊雯 实习生 关春源

今年研学游特别火爆,但其背后却隐藏着重重“陷阱”。

本报记者调查发现,不少旅游机构吃准了家长的焦虑心理,披着“研学外衣”,乘机虚抬线路价格。有些游学机构行程安排得模棱两可,甚至名不副实,根本无法兑现相关行程。与此同时,由于近来高校预约入校的人员限制,从中还催生了倒卖“门票”的行为,使得“研学游”乱象丛生。

## 无需预约也能进校园

### 某些研学机构称有可靠“黄牛”

随着众多高校在暑期向社会公众开放参观,研学游孩子们的身影也开始出现在各大热门城市的大学里。

然而,有不少打着“研学”旗号的机构,通过各种内部渠道获得高校入场券,还有兜售名校门票的“黄牛”露头,从中牟利。

北京大学保卫部就曾在7月7日发布一则违规情况通报,一支名为“狼爸部落”的校外研学团队,通过联系校内人员、借用账号,在某平台发布预约求助信息等方式拆分预约入校。

到底是谁在倒卖名校“入场券”?近日,本报记者从多家研学机构提供的行程单了解到,这些“清北营”往往长达五六天,内含故宫、水立方等热门景点游览和大量学习分享活动,但与“清北”相关的游览内容大多仅安排半天或几个小时。

部分研学机构为打消家长的顾虑,在行程单上对清华大学、故宫、中国国家博物馆等热门景点都标注了“保进”,有工作人员用“内部预约”“内部渠道”“保证进入”等方式打上包票。还有机构甚至表示,正规渠道“难进”,但他们“有可靠的黄牛”。

本报记者通过某平台联系两家宣称可进浙江大学、武汉大学等名校研学的机构,对方均表示“会安排好进校问题,不需要家长自行

预约,但需要孩子身份证”。

据了解,浙江大学、武汉大学均向社会开放预约,合规的团体预约须在高校访客中心备案。但记者询问研学机构工作人员是否备案时,对方均表示“内部渠道”“不需要经过访客中心”。

有业内人士称,由于预约参观的机会“僧多粥少”,某些机构又未能与校方达成合作,“黄牛倒卖”便成了这些机构的潜规则。

此外,也有部分学校和研学企业合作形成垄断,各种路线的衣食住行、保险费、教育费等价格虚高、名不副实等乱象也由此出现。



参加游学排队的孩子们

## “研学营”变“排队营”

### 部分研学机构“挂羊头卖狗肉”

六月底,吴女士和孩子兴致勃勃地参加了杭州某机构组织的“北京研学夏令营”。但没想到,说好的研学“夏令营”竟变成了“排队营”,“六天五晚的研学旅程里,掐头去尾只有四天。除去孩子们高温天排队的一天半,只剩下两天半的时间。”

家在浙江的江女士同样感受到了某些研学机构“挂羊头卖狗肉”的行为。她花了大几千元报名的“北京研学夏令营”,宣传的景点“有一半没去”,更有甚者“排了队也没进去”。

除此之外,该机构宣称的“与状元面对面”也和家长想象的完全不一样,“我不知道这算什么‘面对面’,只是换了个学士服,拍了个集体照,为了拍照还排了一下午的队。”

本报记者在采访中发现,部分研学机构在“名校游”宣传中并未具体说明校内行程,只是通过“感受名校学术氛围”“感受大学生活”等含糊的宣传话术,吸引家长为孩子“励志清北”“逐梦名校”掏腰包。

很多家长最后却发现,孩子根本没进入清华北大校园。按照机构工作人员的说法,“考虑到孩子打卡名校的心愿,将安排大家前往清华或北大门口合影留念。”

还有一些“名校游”打出“到中科院学科学”“与科学家面对面”的宣传口号。但实际上就是去中科院自动化所一间对外开放的餐厅吃个饭,或是去对外运营的中科院植物园游学。

## “研学游”市场乱象丛生

### 家长呼吁加强监管,真正寓教于游

2016年12月,教育部、发改委、原国家旅游局等11部门联合发布的《关于推进中小学生研学旅行的意见》明确指出,要将研学旅行纳入学习教育教学计划。

2017年,《中小学综合实践活动课程指导纲要》也指出,“包括研学旅行在内的综合实践活动是国家义务教育和普通高中课程方案规定的必修课程,与学科课程并列设置”。

作为教育“刚需”,研学游的市场一直在持续扩容。相关数据显示,全国有超过5000家“研习营”“夏令营”的相关企业,中国研学旅行市场总体规模未来将超过千亿元。研学行业的企业主体也更加多元,很多学科培训机构、儿童体能培训机构、艺术培训机构进入研学行业。

本报记者在某平台上,查询了与杭州相关的十余个研学项目,其中“高校研学地”以浙江大学最为热门,还有包括中国美术学院等学校。在名目繁多的研学项目中,“亚运文化”“西湖文化”都是研学游的热门主题,项目的价格也从百元到千元不等。

有业内人士表示,研学旅行原本是个非常小众的市场。从2020年开始,旅游业因为疫情被迫停滞,大批旅行社看中研学市场,一下子都涌了进来,纷纷转型做起了研学。

然而,绝大多数公司对于研学的真正内涵知之甚少。很多机构就是给旅游线路披上研学的外衣,用低价格杀入市场,因而各类问题层出不穷,把真正的研学产品挤到了市场边缘。

有业内人士表示,“研学游”路线和课程推广的真正价值意义上的“宣传亮点”,与最后实际的落点并不是一码事,如“感受名校氛围,树立远大理想,提升国际视野”,落到最后很有可能,就是寻找可摆拍打卡的历史景点,而后发给在家里“翘首以盼”的家人们。

此外,当下研学行业普遍溢价较高,有部分研学企业鼓吹“以世界为课堂”“体验式教育”“多元文化国际接轨”等家长看不懂的概念,营造收割的理由和场景。

对此,许多被研学游“刺伤”的家长呼吁,希望相关部门加强监管,还孩子一个真正“寓教于游”的研学之旅。