

发展新质生产力 推动出版业高质量发展 创新出版研学发展路径

(链接:本报2025年5月30日第3002期第1版《2025年“出版视点”第二场研讨会聚焦创新出版研学发展路径》)



从科普阅读到科学实践——以“一起发现”研学为例

■庞亚男(北京出版集团北京承启文化传播有限公司副总经理)

出版研学的发展现状。2016年教育部等11部门联合发布《关于推进中小学生研学旅行的意见》,明确将研学旅行纳入中小学教育教学计划,为整个市场注入强大发展动力。据艾媒咨询数据显示,2023年研学市场规模首次突破千亿大关,达到1469亿元;预计到2028年,这一数字将突破3000亿元。来自中国旅行社协会《2024年中国研学旅游发展报告》中的数据显

示,市面上多数研学企业正处于成长期,销售收入呈上升趋势,整个研学市场呈现健康发展的状态。当下,出版单位在研学市场有三个显著特点:一是服务范围不断扩大,市场上机构数量增多。全国涉及研学业务的出版发行机构已超过数百家。部分研学单位还与周边资源同步,如山西新华书店集团研学旅行有限公司拓展到成年人群体,辽宁出版集团开发“蜜蜂博士”周边文创等。

二是活动主题广泛,创新模式推动融合。许多出版单位围绕革命教育、非遗文化等主题研发实践课程,打造品牌特色。如山东出版传媒“书香研学”品牌开发200余条路线,长江出版集团打造150余项主题课程,河北省新华书店推出知行研学小程序,山东出版集团在曲阜建设传统文化营地等。

三是活动内容由探索性向专业化转变。课程体系逐步完善,构建系统化的研学课程体系,涵盖不同年龄段、不同学科领域的课程内容,注重课程目标、内容、实施与评价的有机结合,提升研学活动的教育价值。行业标准逐步建立,如新华文轩出版传媒股份有限公司加入四川省研学旅游产业促进会,参与行业标准制定,掌握第一手研学政策,促进文化旅游资源与教育产业资源互助,树立行业标杆。

“出版+研学”研学活动案例分析。以北京出版集团“一起发现”研学为例,其从科普阅读到科学实践的发展,正是发挥了出版单位在研学市场中“服务范围扩大”“活动主题广泛、形式多样”“课程体系不断完善”的特点和优势。“一起发现”研学依托品牌资

源和内容优势,构建研学板块。围绕“出版+”立体化运营模式,推进“刊、研、赛、展、品”一体化发展,通过研学路线、衍生产品,提升孩子实践和思考能力。“一起发现”研学推出研学线路近200条,合作机构近50家,服务家庭超过3000个;形成标准化课程和服务,确保专业性和获得感。课程内容包括野外观察、科研系列以及综合实践。野外观察从不同角度引导孩子观察记录,锻炼逻辑能力。科研系列任务,让孩子学习使用科技工具并思考可持续发展。综合实践涉及历史文化,帮助文化传承和培养自信,旨在助力孩子成为全面发展者。

当下出版研学存在的问题或面临的挑战。一是课程体系不完善。课程内容同质化严重,缺乏对自身资源优势的深入分析,课程缺乏特色;课程深度和广度不足,部分课程重形式轻内容;课程与出版资源结合不紧密,未能将出版资源有机融入课程,无法发挥教育价值。二是人才短缺问题突出。专业研学人才匮乏,急需懂出版、教育、旅游的复合型人才,但市场极短缺;人才培养体系不健全,出版单位投入不足,培训体系缺失。三是合作机制不完善,部分出版单位缺乏跨界合作机制,沟通协调和利益分配问题影响合作稳定性。四是资源合作成效欠佳。出版研学产品价格高,竞争力不足,并且作模式单一,出版与行业多为采购模式,缺乏深度协同。

未来出版研学的思考或建议。当前研学活动处于发展初期,有时呈现混乱松散状态。未来发展可着力四个方面:一是打造特色课程,利用地方特色品牌,打造差异化主题或行业特色文化,如读者出版集团特有的“敦煌文化”品牌主题研学。二是精准研发教材,以课程建设为根本,充分发挥出版整合能力,研发精准研学教材。三是借力科技赋能,利用虚拟现实等技术搭建线上平台,丰富实践场景。四是构建融媒生态,运用融合媒体,拓展云上课等渠道,提升传播体验。

立足优势资源 构建研学教育生态圈

■孙晓瑜(中国地图出版社集团业务管理部编辑业务管理)

当出版遇见研学:定位与潜力。对于出版机构而言,研学既新也不新。出版机构如果利用好自身的资源和优势,找准定位,研学是具有一定市场潜力的项目。出版机构可以立足内容生产者、产品供应者的定位,扎根整个研学教育生态链上游,开展行业合作,拓宽传播形式,尝试在研学领域实现内容变现。中国地图出版社集团自2018年筹备研学业务,2019年成立研学旅行发展部,2024年改组为自然资源科普出版分社,将科普与研学统筹规划,以地理、历史、生态等传统优势资源为基底,投资兴建全国唯一的中国地图文化馆,打造“中图研学院”研学品牌,探索“教育+旅游”新模式。该业务不仅是中央文化企业履行社会责任的载体,更是内容资源的创新输出形式——通过研学课程、实践活动等,将地图文化、版图教育等内容转化为沉浸式体验,同时为教材、融媒体等传统板块开辟新的应用场景。目前,集团已获得教育部全国研学实践教育基地、自然资源部科普基地等多项资质,构建起跨领域的教育服务矩阵。

实践路径:从基地运营到课程创新。

一是挖掘基地功能,探索多元运营模式。集团具备开展研学实践活动的场所主要包括中国地图文化馆和地图主题书店。2019年至今,集团策划近20种主题课程,举办活动130余场,线下服务6万人次,线上触达2300万人次,覆盖学生研学团、亲子家庭、教师培训及党建活动。例如针对小学生设计“地图上的中华文脉”“红色血脉”等课程,融合版图教育与传统文化;面向教师开展地理核心素养培训,通过地图工具提升教学实效。此外,集团推进基地共建,为各地研学场馆提供课程设计、运营支持等服务,拓展品牌辐射范围。

二是搭建课程体系,丰富课程内容形式。集团立足优势资源,以版图教育、自然生态、地图文化、人文历史几大板块为支撑,着力建设内容资源库,对现

有资源从研学角度进行重新设计,包装成面向不同用户的主题活动、路线及课程等,生产模式类似于“中央厨房”。同时深入挖掘城市自然地理、人文地理资源,逐渐形成“地理眼看中国”系列课程等具有自身特色的研学课程体系。课程设计注重年龄分层与教育逻辑,每个资源包包含教师手册、学生手册及教具,覆盖行前准备到课后拓展全流程,并搭配科普视频、音频、图书等形式。如“穿越中轴线,读懂北京城”夏令营,集合了目前研发的优质课程,从地理视角解读北京城发展变化,用地图丈量古都变迁,用行走传承京味文化。

三是丰富产品形式。集团曾以庆祝新中国成立70周年为契机,联合新京报社以歌曲快闪的形式向公众普及国家版图知识,推广国家版图教育基地,增强公众国家版图意识。快闪MV于2019年10月1日国庆当天在新京报平台全网上线,播放总量超过300万次。

四是整合资源,开展多种形式对外合作。集团积极和各大博物馆合作研发主题课程,举办主题活动。与中国科技馆、首都博物馆等机构合作研发课程,如“用地图认识世界”主题讲座、《读城·图说北京中轴线》研学地图。

回归教育初心:研学的价值内核。研学行业的核心追求应是教育价值,从业者一方面要提升产品的体验价值,让学生们在行走中接触世界、感悟生活,加深对知识的理解和对社会的认识;另一方面要提升产品的研究性学习价值,以高水准的课程提高研学产品质量,帮助学生掌握研究性学习方法,培养分析问题、解决问题的能力,提高实践能力。

对于出版机构来讲,发展研学业务板块需要专业的内容研发人才、策划人才、复合型运营人才的共同参与,以体制机制层面的顶层设计作为保障,才能立足传统优势,专注内容资源,打通各个环节,实现资源共享,构建全媒体研学教育生态圈。

服务提质 打造文旅研学服务品牌

■赵学莉(山东出版新锐教育咨询有限公司董事长兼山东新华书店集团有限公司副总经理
山东新锐文旅发展集团有限公司董事长)

山东新锐文旅集团开展出版研学的缘起和实践。自2016年教育部等11部委印发《关于推进中小学生研学旅行的意见》以来,山东出版集团立足系统内文化资源与渠道优势,将文旅研学确定为新兴主业与集团第二增长曲线。

山东出版集团布局研学的核心优势体现在三方面:全省656家新华书店网点构建起辐射城乡的营销网络;出版社丰厚的文化积累与作家资源为课程开发提供智力支撑;长期服务教育事业积累的信誉则搭建起与学校、家长的信任桥梁。自2018年成立山东省书香研学旅行社起,集团逐步拓展业务版图,2020年成立山东新锐文旅集团;2023年通过混改与资源整合,现下辖4家子公司、16家市级分公司,形成覆盖全省119处市县网点的运营体系;2025年,集团整合新锐文旅与新锐教育公司。

截至2025年4月,新锐文旅累计发团2.07万次,接待256.32万人次,研学收入达10.69亿元。其核心成果包括:打造“新华爱书客”知名品牌,研发7大课程体系与100余套课程;“一本书的诞生”“寻千载运河,话时代新生”等课程多次斩获省级大赛奖项;齐文化课程入选全国研学精品项目;构建覆盖中小学生研学、成人党建、银发旅游的全产业链,出台《安全管理制度汇编》等规范保障服务质量;布局曲阜、沂南、青州三大营地,其中投资5亿元的曲阜“中华优秀传统文化国际研学营地”可同时接待2100人,融入数字化技术开发60项课程,2024年承接尼山世界文明论坛分会场,即将迎来日本研学团队,成为国际文化交流窗口。

文旅研学产业环境考察与出版研学的挑战。目前,文旅研学市场依然存在着秩序混乱、门槛较低的现象,随着“双减”政策落地,大量学科培训机构、儿童文艺体育培训机构等进入研学行业,内卷严重且存在巨大安全隐患,在一定程度上限制了优质研学活动的正

常开展。此外,出版集团内部丰富的文化资源优势发挥得不够充分,也导致研学课程教育属性不够显著。例如,虽然新锐文旅自主研发的课程在各类大赛中连续获奖,但是在实际落地方面存在一定难度,一般的研学课程和课本内容衔接不够紧密。

出版研学创新发展路径思考。一是文化两创,激活文旅研学的文化内核。文化是文旅研学的灵魂,要加强文化的深度挖掘与创新呈现,让优秀传统文化在研学课程、研学产品中焕发出新活力。二是供给创新,丰富文旅研学产品与服务。做好旅游产品研发供给的创新转化,一方面营地运营要业态与课程并重,落地服务要提质和增值,当好产品和营地用户的“服务生”。另一方面要细分市场需求,精准匹配优质文旅资源,为研学旅游教育培训业务开展提供多样性、特色化、全龄段的产品供给,解决好供给侧产品升级慢、需求侧“日新又要跑步跟”的矛盾。三是丰富业态,拓展文旅研学发展空间。出版机构可凭借自身丰富的文化资源与专业能力,开发适配成年人、老年人的研学旅游产品,寻求业务突破与持续发展,实现从传统出版研学向多元全龄全域全时文旅服务的转型跨越。四是服务提质,打造文旅研学服务品牌。在硬件上,确保研学场所的安全设施完备,环境整洁舒适、教学设备先进。在软件上,加强对研学导师、工作人员的培训,提高其服务意识、专业素养和应急处理能力。五是合作共赢,构建文旅研学发展共同体。文旅研学涉及文旅、教育、交通、市场监管等多个部门,要积极与政府部门沟通,在制定政策法规、配置资源方面占得先机;与学校等教育机构加强合作,共同开发研学产品、打造研学品牌,争取将研学活动纳入教学计划,引导学生积极参与;争取科研机构提供智力支持,为研学课程开发、活动设计提供专业指导。通过各方的紧密合作,构建起文旅研学发展共同体,推动文旅研学事业蓬勃发展。

以教育目标为导向、科技为手段、跨界融合为路径 做好研学教育

■葛思汝(上海璞远教育科技有限公司副总裁)

研学教育市场的专业化分层与标准体系构建。一是研学教育领域正呈现出日益清晰的专业化分层趋势。教育天然的阶段性特征决定了研学产品必须适配不同年龄段学生的认知水平与发展需求:小学阶段侧重趣味实践(如动植物观察),中学融入学科知识(如历史考察),高中则拓展职业体验与国际视野。2024年下半年以来,各省也纷纷出台省级研学课程研发标准,并配套推出数千级的科普研学产品。这种标准化趋势对行业参与者提出了明确要求:传媒产业需主动向教育领域靠拢,深入研究新课标与研学实践教育活动的定义,以确保产品的教育属性。

二是科技在研学课程中的应用占比正逐年攀升。自教育部2024年文件明确提出“推动科技类研学纳入中小学必修实践课程”以来,科技类研学活动在全部研学实践活动中的占比急速上升。例如,合肥市推出虚拟数字人、载人飞碟等沉浸式场景,研学课程中科技应用占比提升至40%。河南博物院推出“数字考古”研学,学生通过VR进入虚拟探方,结合AI算法识别文物碎片,完成率达92%。研学实践过程中,小程序、过程性评价分析表等数字化工具的应用愈发普遍,科技赋能不仅提升了学习体验的沉浸感,更通过数据化手段实现了教育效果的精准评估。

品牌化与标准化加速,产业链扁平化明显。传统研学产业链正经历扁平化重构,早期由旅行社主导的资源垄断模式逐渐被打破,车队、酒店等资源供给方开始直接对接教育研学机构,价格透明度提升使学校的选择空间显著扩大。以北京某学校研学项目为例,2024年参与竞标的单位从往年的4家激增至27家,市场竞争炙热可见一斑。

业态的多重叠加成为行业新特征。体育+研学、阅读+科技+研学、农业+科考+非遗+研学等跨界模式层出不穷。如璞远教育与中国少年儿童出版社合作的“美好从家乡出发”阅读+研学课程,以及与广东省广体总局、中少总社联手设计运营的“全运会小信使”项目,均实现了多领域资源的有机整合。这种跨界融合不仅

催生了创新产品线,更推动了研学示范基地的多元化发展。山东明水、青岛海洋科考基地的建设,均体现了地方文化、产业资源与研学教育的深度绑定。

行业痛点与挑战:从“游而不学”到人才缺口。一是“游而不学”“学而不研”“研而不进”现象普遍存在。很多文旅产品套用研学的名子,却没有“学”的内容,活动现场仅以参观体验为主,缺少动手实践环节和教学效果成果展示、复盘环节。二是专业人才培养体系缺失,行业人才供应不足。全国仅28所高校开设研学相关专业,年毕业生不足2000人。现有从业人员中,62%为导游转型,教育背景者仅占19%(中国职业技术教育学会数据)。三是运营压力大,利润低。研学前期场地、硬件、软件等投入较大,日常运营管理等人力投入也高。

未来展望:研发驱动与跨界协同的行业路径。面对行业变革,璞远教育的实践揭示了两大发展方向:一是构建课程研发护城河。依托出版传媒行业的专家资源与内容创作优势,加强与高校、中小学一线名师的合作,形成“高校专家+一线教师+行业导师”的课程开发共同体,提升课程的学术深度与教育适配性。例如璞远教育在福建的实践为行业提供了可复制的范本。在武夷山,与文旅集团合作开发南平市研学旅行统一服务平台,对小学、初中、高中解读茶文化,构建了分层化课程体系。在泉州,璞远开发了系列非遗课程,涵盖水密隔舱福船制造技艺、福建木偶戏、中国传统木结构建筑(闽南民居)营造技艺等。课程设计突破地域局限,如皮影戏课程对比南北方皮影艺术差异,引导学生从文化多样性角度开展研究。

二是深化科技赋能与跨界合作。主动拥抱AI、VR等技术,开发智能化研学产品,同时加强与科技企业、文旅机构的协同,如璞远与多地政府共建研学实践平台,实现资源整合与标准统一。对于出版传媒企业而言,需充分发挥内容创作与文化传播优势,在研学课程中融入出版资源,如开发配套图书、音频课程等,形成“内容+服务”的一体化解决方案。