

今年暑期 昆明海外游学花费全国最高

人均花费高达 3.38 万元;但高花费不等于高品质 家长诟病游学产品游而不学

都市时报全媒体记者 刘娅娟 张晓茜

最近,携程游学发布的《2019 暑期游学市场趋势》中有一条信息颇为引人关注——2019 年暑期,昆明海外游学花费位居全国之首,人均花费高达 3.38 万元。

昆明游学市场有哪些产品?孩子和家长青睐哪些地方?游学感受如何?都市时报记者在调查中发现,高额花费和满意度并不成正比,昆明家长对当下游学市场怨言颇多,如亲子环节缺失、行程游而不学等。

经营者

教培机构是游学市场主力军

为了抢夺游学市场这块大蛋糕,经营者动了不少脑筋。调查中发现,项目众多、分类细致成了今年暑期游学产品第一大特点。

在携程、驴妈妈等旅游平台上可以看到,目前国内外游学线路多达上千条,根据不同出行人群、目的地、产品系列、产品主题、年龄段、主办机构等,划分得十分细致。

仅从产品系列来讲,分为优选高端学校、海外 K12 插班、国际语言课堂、本土主题营地、行走体验课堂和公益志愿项目等。主题分类又包含了自然户外、人文行走、科学探索、艺术修养、梦想种子和军旅体验等。

此外,除国内、海外的长线游学,还有周末及小长假的微游学活动,诸如博物馆导览、城市行走、二十四节气课程等等,满足孩子们的周末探索需求。

根据线路产品的不同内容,价格从几百元到几万元不等,产品针对的群体以中学生为主。

记者走访线下市场发现,除少数有资质的旅行社外,教育培训机构是游学市场的主力军。昆明百事威国际教育业务总监常亮介绍,依靠便利的教育资源和课程设置能力,目前昆明市经营游学业务的教育机构远远多于旅行社。

“目前大多数游学产品目的地设在国内,价格便宜是主因。”常亮介绍,如果是出国游学,以新西兰为例,2 周左右的新西兰游学价格在 3 万元左右,英国则需 3 万—3.5 万元,美国则需 4 万元左右。而国内游学,时长一周,价格在 9000 元以内。“其次,国内的自然资源和民族文化资源丰富,越来越多的家长也偏好于参加各类亲子户外体验。”

产品

游学行程中“亲子”环节缺失

尽管游学产品花样繁多,但是仔细研究发现,贴标签、赚噱头是不少游学产品的通病。

以某家旅行社一条亲子游学线

路为例,该线路行程安排共 8 天 7 晚,参团者须在行程的第一天到达昆明集合,第二天从昆明出发,陆续去到石屏、建水、蒙自、石林等,最后一天返回昆明。

记者从行程单上看到,由于旅行的目的地较多,各目的地活动安排紧凑,每天平均有 4 小时的时间花在交通上。

在具体的活动安排和体验方面,游览观光远多于学习和体验。行程最满的一天,游客需参加 5 项活动,每项活动时间最长不过 2 小时,线路主打的植物课堂和生物标本课堂时长也仅分别为 1 小时和 1 个半小时。

行程的第六天和第七天活动安排较少,但内容设置也仅仅是参观。行程的第六天,上午安排游客到中越边境,在界碑留影,赠送“出国 10 米游”,赶集购买越南特色小商品;下午 3 点抵达碧色寨参观,喝下午茶;晚上 7 点 30 分到达石林入住酒店。第七天上午游览石林风景区,在景区用餐后参观石林喀斯特地质博物馆,下午 5 点游览结束返回昆明。

最令人不解的是,这条标价 4580 元的 8 天 7 晚亲子游学线路,费用不包含飞机、火车等大交通,价格还比常规的线路高出 800 元左右。美其名曰亲子游学,但是行程安排中却没有亲子互动内容,家长彻头彻尾成了“陪衬”。

家长

教学、亲子项目是市场所需

本来是抱着帮助孩子增长见识、开阔眼界的目的,但是游学行程结束后,不少家长认为花了“冤枉钱”。

昆明一家长张先生介绍,今年暑期他家孩子就参加过一次省内的夏令营。“因为管理不严,孩子每天很晚才睡,白天没有精力。另外,到了景区也只是走马观花式的赏景,并没有学的环节。”

今年高中毕业的毛同学,刚刚参加完冠以“高校游”美名的游学线路。7 天的行程中,他们参观了复旦大学、上海交通大学、浙江大学等 5 所高校,并游览了当地一些知名景区。“7 天行程,价格不菲,但是收效不大。此次行程多数是在‘漫步校园’,缺乏与大学间的互动,完全没达到预期。”毛同学家长表示,互动性、体验性更强的游学才是市场所需。

线路设计不“走心”,活动太单一,是多数家长反映的又一问题。家长李女士说:“目前很多游学旅行只追求商业利益,研学、亲子互动彻底沦为标签。我建议,产品设计应更贴近实际,注重教学、体验、亲子互动等客户需求。”

★ 新闻延展

东南亚游学 成中产新宠

日前,国内最大的游学平台携程游学发布的《2019 暑期游学市场趋势》显示,暑期游学市场提前升温,最早一拨报名从 3 月初就开始了。从携程游学平台报名情况来看,今年暑期游学人次同比增长 50% 以上。

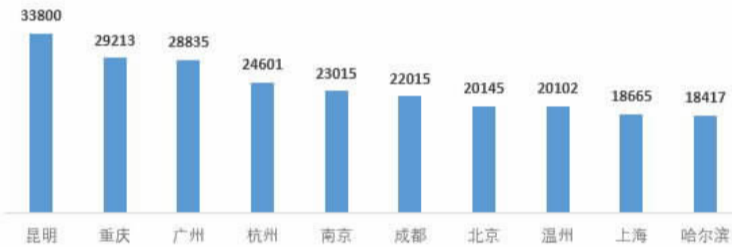
携程游学报名数据显示,今年境外游学方面,美国、英国、澳大利亚、新加坡、泰国、菲律宾、日本、印尼、意大利、法国最热。除了传统的欧美,今年东南亚游学增长速度较快。从携程数据来看,新加坡、泰国、菲律宾、巴厘岛四个目的地 2018 年增长率分别达到 90%、200%、320% 和 180%。携程游学产品总监姚钊表示:东南亚游学成为近两年的一个新趋势。价格只有欧美、澳大利亚、新西兰的 1/3 到一半,但又都是欧美的师资,吸引了大量中产阶层。以一个泰国清迈 10 天的英语游学营为例,由英美老师授课,规模 20 人的小班,不含机票价格为 5800 元(加上往返机票不到 10000 元),而欧美同品质产品的价格几乎都在 30000 元以上。除了英语教学类游学,东南亚还可以提供环保实践、公益志愿者、编程等游学项目。

在城市消费能力方面,昆明、重庆、广州居中国城市游学消费力排行前三。昆明海外游学花费最高,人均达到 33800 元。携程平台游学报名数据还显示,上海、北京、广州、杭州、南京、成都、西安、重庆、昆明、武汉是最主要的游学客源地。



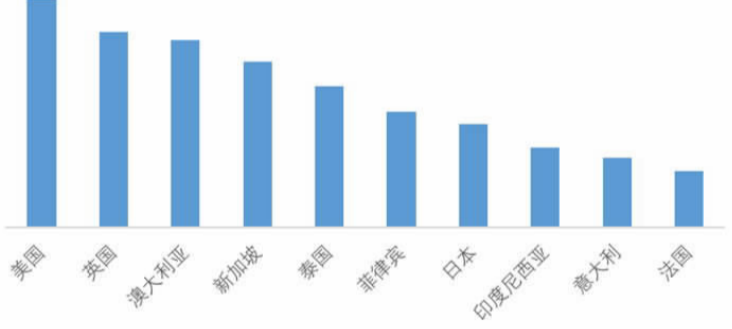
中国城市游学消费力排行(2019 暑期)

数据来源:携程游学 单位:人民币元



游学十大人气海外目的地国家(2019 暑期)

数据来源:携程游学



★ 专家建议

游学项目 要关注课程含金量

中国家长“一切为了孩子”的传统观念,造就了近年来火爆的游学市场。但是火爆背后,“玩”也不少。产品品质参差不齐,内容只游不学、报价普遍虚高……种种乱象让不少家长高呼“不值得”。

对此,常亮建议,家长在给孩子选择游学产品时,应该综合考虑游学目的、预算、孩子兴趣、年龄胜任力、目的地、游学机构、服务品质和安全保障等多种要素,不要盲目跟风、拔苗助长。

携程游学平台总监姚钊提醒,家长在选择项目时,更需尊重孩子需求,考虑孩子的兴趣和成长特点,不要盲目追求名校的项目。“辨别课程本身的含金量,需要从课程组织方资质、师资力量等诸多方面进行衡量,这本身对家长也有较高的要求。”

