

谁在买单定制化游学

寒假临近,游学市场再次升温。随着近年来政策的细化,市场呈现爆发式增长,游学类别细分也成为必然趋势,从幼儿亲子游学到青少年游学,从适合大学生以及城市白领的成人游学到针对企业负责人及高管的商务游学,各种游学产品如雨后春笋般出现。游学作为对教育资源的投资和获取方式,如何将“学”有效贯穿旅行之中,仍是机构体现竞争力的核心所在。



游学行业具有低频、高价、非标准化、难评价、季节性强、决策者和使用者分离等行业特征,实现服务产品和学生需求二者的对等也是诸多游学机构想要提升口碑、赢得市场的关键所在。

职场白领充电转型

除了K12学段,成人游学、大学生游学市场需求也在逐渐增多。提升自我以寻求更好的发展前景,更为成人所关注的重点。据立思辰旗下敏特英语即将前往美国游学一年的一位高管介绍,在激烈的市场竞争和环境下,自我充电尤为重要,出去“镀金”之余做沉淀,为未来职业发展铺路。

据三一游学相关负责人介绍,与生游学项目不同,成人游学更明显地结合了留学和旅游的特点。从时间上来看,一些成人游学项目可以是几周到一年,时间成本较留学更低,而相比旅游,体验则更深入。课程安排与设置是成人游学的重点,提供多专业的职业兴趣课程,以满足游学过程中成人探索职业兴趣和方向,完成事业上的调整、提升或转型。

此外,成人在选择游学的时候应该注意时间长度。时间太短很难真正融入当地文化,而太长有可能会产生疲劳感。此外,学和游的比例要做控制,一般来说一周的课程时间可以控制在15小时到20小时左右。既能真正学习到相关的知识,又能有足够多的自由时间探索所在国的文化。再者注意国际学生的比例。很多项目会有单一国籍比例限制,如果项目主要针对某一单一国家就会造成学生抱团,影响游学期间的生活以及学习体验。

北京商报记者 刘斯文/文 CFP/图

研学纳入中小学课程

近两年,国家相继出台针对研/游学活动指导意见和相关报告,政策红利的释放进一步推动了游学市场的迅猛增长。有数据显示,2018年参与国际游学的用户达到105万人次,市场规模超250亿元,并在未来继续呈扩大趋势。

“常说的研学是指在国内的游学,政策大力提倡的原因在于,国家已将其纳入中小学校本课程之中,成为学生的日常课程。”从事国际青少年游学交流实践的全球探索产品负责人马慧告诉北京商报记者。

“由于研学内容甚广,大部分学校在人力、资质、景点资源方面并没有相对应的承接能力,学校和校外教育机构都无法覆盖快速增长的需求,因此学校和校外机构需要达成合作,但关键是机构需要拥有课程研发能力和专业师资,”马慧补充道。

可见,面对不断增加的市场需求,专业研学导师成为了市场的新宠。目

前研学师资方面的专业人才稀缺,以传统旅行社为例,导师一种是找一些名师名家随团,另一种是传统导游稍加培训就上岗,而导游和导师之间还是有差距的。”北青教育传媒研学产品经理刘水宁谈道,此外,机构的选择也很重要,像世纪明德是国内游学B2B市场的巨头,而新东方则拿下国际游学B2C市场头把交椅,瓜分走了研/游学市场蛋糕中最大的一块。

同时,也有业内人士猜测,随着研学旅行的规范化进度加快,活动前期的安全预案、机构的准入标准、研学后期的评价体系等都将作为引发关注和亟待解决的问题。

准留学生青睐背景提升

在美之旅董事长施道兵看来,国内研学市场的利好也会对国际游学市场产生良好的影响。随着企业与学校、教学机构建立更加良好的合作关系,其生源将会进一步增加。有数据显示,目前我国幼儿园至高中阶段参与游学的约

占人口比例5%左右,即1000万人次,三年内适龄人口中的渗透度有望达到10%以上。

同时,作为留学业务的一大流量入口,国际游学与留学密切相关。据启德统计,参加游学的学生中,大多抱有明确的留学意向。根据2018年《启德游学年度调研报告》显示,目前最受消费者青睐的产品是“背景提升类”,重在提升学生的申请软实力,其次为“插班类”,即根据学生年龄插班入读国外院校的对应该年级体验学制中的课程。启德认为,提前体验国外大学生活的夏校对于计划去国际知名大学读本科的学生来说,是非常重要的加分和“占坑”选项。

此外,施道兵指出,在国际市场上如何将当地资源进行有效整合,建立地接团队,并与当地的教育资源进行配套整合都是行业未来发展重点。

值得注意的是,在广阔的发展前景下,游学市场仍存乱象与挑战,从高额游学团行程缩水到游学项目“只游不学”、合同漏洞等现象多发。马慧表示,

· 资讯 ·

蚂蚁金服布局高校业态

北京商报讯(记者 刘斯文)1月7日,新开普发布公告称,新开普、完美数联、上海天维恒瑞企业管理合伙企业(以下简称“天维恒瑞”)与上海云鑫创业投资有限公司签署相关交易协议,上海云鑫拟以2.5亿元人民币对完美数联进行增资。

据了解,上海云鑫为浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司即蚂蚁金服的全资子公司。完美数联为新开普的全资子公司,于2018年6月设立。公告提到,新开普设立完美数联,是为发挥“完美校园”互联网平台优势和品牌价值,与学校各个垂直场景融合,服务学生的学习生活、校园生活、教育培训、实习就业、社区服务等方面。

新开普董事长杨维国表示,在高校校园信息化领域获得成果的同时,新开普正将目光投向高校学生的C端市场。目前,新开普的主营业务分为三部分——校园信息化、移动互联网和职业教育。其中,移动互联网业务核心是通过新开普独立运营的完美校园App为高校学生提供校园生活服务;在职业教育业务中,新开普选择与院校合作共建专业。

因此,蚂蚁金服本次注资可能意味着其将通过完美校园的渠道,拓展其在校园端的业务。与此同时,新开普也会借助蚂蚁金服的金融能力来为学生提供更多的金融场景服务。

“互联网+艺术教育”助力乡村新公益

北京商报讯(记者 程铭劼)1月4日,由腾讯和北京荷风艺术基金会联合举办的“田埂上的梦想——艺术行动音乐会”在北京举行。来自雄安的三支小学合唱团、从快手平台海选中脱颖而出的大凉山彝族玛薇少儿艺术团及其他选手,以及来自全民K歌的才艺儿童代表登上北京天桥艺术中心的表演舞台。

据悉,此次音乐会是腾讯和北京荷风艺术基金会共同发起的“艺术行动”公益项目的汇报演出。演出面向全国尤其是乡村地区,号召热爱艺术的孩子通过“艺术行动合唱节”、“艺术行动圆梦计划”展现才



著名芭蕾舞家邱思婷与乡村孩子一起表演经典舞蹈《天鹅》

华,为他们提供具备国际水准的舞台,圆艺术之梦。而“艺术行动”于2017年11月发起,中央音乐学院、中国爱乐乐团,中国交响乐团、首都师范大学等十余家国家顶级艺术院校和专业院团也一同参与其中,共同探索“互联网+艺术教育”,在全国

树立乡村公益艺术教育新标杆,为乡村孩子开启艺术启蒙。

北京荷风艺术基金会名誉理事长李风表示:“一年前,荷风遇到了腾讯,我们联手发起了‘艺术行动’,以雄安新区为起点,培训乡村老师,编制艺术教育课件,直至这

场别开生面、通天接地的音乐会。腾讯人的科技能力、传播能力、执行能力,极大地加强了我们的艺术教育实验的力度。”

音乐会上,“艺术行动”宣布将联合“QQ音乐”发起“给孩子写歌”音乐共创计划,联合全民K歌发起“互联网音乐教室”公益计划。该计划将邀请全国100所乡村学校加入,通过音乐智能设备、AI互动、音乐人实时连线授课等形式,因地制宜共建音乐教室,为孩子们带来丰富有趣、突破时空地域限制的音乐体验,同时还发动K歌达人实时连线或亲自赴乡村支教,帮助发掘孩子们的音乐天赋。