
南京“一带一路”研学旅行产品的设计开发分析

吉晓静 张欣慰¹

(江苏海事职业技术学院, 江苏 南京 211100)

【摘要】: 依托我国庞大的中小学生数量, 目前我国中小学生总量到达2亿以上, 可见我国研学旅行市场的巨大潜力。通过对南京研学旅游现状分析, 可注意到南京地区研学旅行产品的研究相对较少, 尤其是在“一带一路”的背景之下。基于此对南京“一带一路”研学旅行市场现状进行分析, 希望将南京地区的“一带一路”文化进行更广泛的推广。

【关键词】: 南京“一带一路” 研学旅行 现状分析

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A

随着近几年我们国家旅游业的迅速发展, 人们对于旅游产品的需求也日益多样化。因此, 顺应市场发展的需求, 不同特点的旅游新业态也逐渐兴起。而本文所研究的研学旅行, 正是在上述旅游业发展形势中脱颖而出, 成为当今旅游市场中一匹亮眼的黑马, 备受人们关注。

1 研学旅行的概念

目前, 我们国家对于研学旅行的定义大体可以分为两种: 一种是从广义上讲, 研学旅行主要是指旅行者离开常住地, 前往异地探究学习的旅游活动。在旅行中接触新事物, 学习新知识, 从而达到学习的目的。另一种是从狭义上讲, 研学旅行专指学校组织校内学生集体外出, 提倡学生在旅行中学习知识、了解社会、提高自身素质。

2 南京研学旅行发展中存在的问题

2.1 研学旅行产品资源开发不足

目前南京市的旅游产品主要是以中山陵、明孝陵等观光性旅游资源为主, 缺少对不同旅游资源内涵的深度挖掘, 造成形成的相关产品特色不明显, 故而不能更好地满足旅游者多样化的旅游需求, 研学旅行市场虽有资源, 但开不足。比如南京有着众多与郑和有关的历史文化遗址, 但是并未能够将其打造成南京“一带一路”特色。

2.2 研学旅行产品开发理论研究薄弱, 缺乏系统理论指导

作者简介: 吉晓静(1999-), 女, 江苏海事职业技术学院旅游管理专业2017级学生; 张欣慰(2000-), 男, 江苏海事职业技术学院会展策划与管理专业2018级学生。

基金项目: 2019年江苏省高等学校大学生创新创业训练计划项目《南京“一带一路”主题文化研学旅行线路产品的设计与开发》(201912679031H)。

目前南京研学市场,对研学旅行产品缺乏系统研究,会使得旅游组织者对其认识不够充分,影响研学旅行市场的规范性,进而使研学旅行达不到预期的效果。目前国内对于研学旅行市场的理论研究尚处于起步状态,缺乏深入而全面的系统思考。因此,当前研学旅行市场中线路设计、课程设计、基地开发、产品质量标准、考核标准、研学导师培养标准等环节,都需要进一步思考研究。

2.3 研学旅行产品有名无实

近两年,研学旅行成为市场热点。面对我国研学旅行的庞大市场,许多培训机构、旅行社和旅游景点等企业组织一哄而上,纷纷打着研学的旗号,设计并销售研学产品,但大多数实际上以盈利为目的,忽视了学习的本质。现在,南京研学旅行市场上的研学旅行设计多为只“游”无“学”,产品依旧是以过去学校组织的常规旅游为基础,“换汤不换药”,没有把握重在“学”的核心要义,背离了研学旅行的初衷,造成了当前研学旅游“徒有其名”“有名无实”的状态。

2.4 专业研学导师的缺乏

以南京来说,现在多数的研学旅行的组织和开展分为两种情况。一种多是由导游带队,导游有着丰富的专业知识,这是不可否认的,但是却缺乏作为一名教师的专业知识技能,如教育学知识和心理学知识等。另一种是以学校老师带队,老师虽然拥有扎实的学科理论知识,并具备科学的教学方法,但是不善于应对旅游活动中服务、接待、组织等活动,如此一来会影响到研学旅行的正常开展,甚至会对旅行安全造成消极的影响。

2.5 缺乏“一带一路”文化特色

根据笔者的市场调研,目前南京研学旅行是与大多数爱国教育基地和高校体验相结合,产品较为单一,缺少更多有特色的研学产品,并且未能深度挖掘南京悠久的历史。南京拥有丰富的旅游资源,比如与“一带一路”关联紧密的文化旅游景点,目前的研学旅行产品并没有与南京“一带一路”进行有效结合。

3 促进南京“一带一路”研学旅行发展的策略分析

3.1 合理开发区域资源,构建研学旅行新生态

设计者需要对旅行区域有一个深度的把握,找出他们之间的共性,适时地将其共性与时代背景和现实需要相结合。这样的一条旅游线路,不但能够让学生有一个较为系统的学习知识体系也会给学生留下较为深刻的印象;此外,需要进一步开发挖掘具有鲜明特色的研学旅行资源,打造研学旅游产品体系。

3.2 加强理论研究,提高开发者的专业水平

根据当前研学旅行市场的发展趋势,研学旅行产品的开发过程中,相关开发者和设计者需要加强研学旅游相关的理论研究。坚实研学旅游研究的核心内涵,提升理论研究水平,以此提升所设计的研学旅游产品的质量。同时,有关行业、协会、企业等组织机构,可多组织高质量、高水平的培训活动,提升从业人员的专业水平,避免良莠不齐的情况出现。

3.3 提升产品开发质量,实现游学双赢

设计有针对性的研学旅游线路,能够促进各个旅游景区开发多种多样的景点和活动,并不断完善景区内的设施设备,为游客带来更好的体验感;同时旅行线路也会更容易被家长和学生接受。旅行线路引起学生的兴趣,随之会带动学生“在游中学”的积

极性,有利于整个行程顺利而愉快的开展。

3.4 加强人才储备,培养研学导师

研学旅行质量的好坏与研学旅行导师的专业素养密不可分。随着研学旅行的飞速发展,专业的研学导师更是供不应求。目前研学旅行导师的资格认定标准尚处在论证阶段,仍未公开适用。因此更需要研学旅行的相关企业、组织机构等从业者、参与者等,勇于承担对研学旅行导师的培养培训,定期开展有效的培训。并积极配合、共同合作,以此推动研学旅行导师的资格认定标准落地实施。

3.5 设计“一带一路”特色的旅游产品

南京有着很多与郑和有关的建筑,应对现存的建筑做出适当地恢复还原。根据郑和七下西洋的伟大壮举,建立以航海为主题的郑和主题公园,包含大型游乐设施、与航海有关的人物卡通形象等;建立郑和博物馆,用于陈列珍贵文物,同时可提供志愿者讲解服务,让更多的人成为郑和文化的传播者。同时,也可建立郑和文化街区,展示郑和生平事迹、航海图以及航海历程等内容,不仅纪念和弘扬郑和精神,并且可以作为文化交流以及传播郑和文化的平台;设计以航海为主题的纪念品,通过纪念品进一步传播“一带一路”文化,使得郑和文化成为南京新名片。

参考文献:

[1]李迎亚,郭鹏. 研学旅行:地理核心素养的落脚点[J]. 中学地理教学参考, 2017, (21).

[2]黄晓虹. 分析南京研学旅游的发展策略[J]. 旅游纵览(下半月), 2017, (08).