围绕信息沟通不畅、课程不合理、市场竞争不规范等问题，专家建言政学旅等携手——

多方共促山东研学旅行“开花结果”

■编者按

“知行合一，游学合一。”5月26日，在济南举办的2018山东省研学旅行推进大会上，与会专家倡议政府、学校、家委会、旅行社、旅游目的地等携手，共同推进研学旅行在齐鲁大地扎根发芽、开花结果。

优质的资源是研学旅行的基础。我省是旅游资源大省，科普资源、红色文化资源、国学资源丰厚，但由于各主体间缺乏有效沟通，一些课程设置也不尽合理，研学旅行市场发展缓慢。就此，与会专家建言献策，共商研学旅行发展大计。

□ 本报记者 刘兵

2016年，国家11部委联合发布的《关于推进中小学生研学旅行的意见》,明确提出将研学旅行纳入中小学教育教学计划,研学旅行在政策层面从“选修课”变成了“必修课”。

“尽管如此，有部分学校校长在思想上还是排斥研学旅行的，总认为学习第一。”中国陶行知中国研学旅行教育研究院特聘专家韩新表示，研学旅行不是单纯的旅游，其本身是一个学习的过程，是课程体系中不可缺少的一部分。

如今，中国的孩子过多地被封闭在学校里与各式各样的补习班当中，他们需要广阔的天地得以放松，他们的天性需要得以释放。韩新认为，校外教育是学校教育的延伸和补充。学校教育与校外教育犹如一个人的两条腿，两条腿要交叉往前走，才能走向诗和远方。

近两年，研学旅行渐被社会各界所关注，各类研学旅行课程不断推出，研学旅行基地相继挂牌，研学旅行市场持续火热。有很多学校已经与旅行社和研学旅行目的地合作，开展了相关活动，但效果并不理想。原因有很多，既包括课程设计方面的，也包括组织管理方面的。业内人士指出，研学旅行具有很强的专业性和体验性需求，首要的是具备既精通研学旅行、又有必需的知识储备的专业化辅导师和引导师。同时研学旅行教材不仅仅是知识的罗列和搜集，更重要的是通过教材阅读和应用，引导研修者认识自然、认知社会、体验文化、研习礼仪、修习技艺，提升综合素质。省教育学会青少年创客教育实践中心主任赵亮建议，将研学旅行进行分层次教学，根据年龄、性别加以区分，通过小组讨论、头脑风暴、思维导图、项目学习等方式，最后完成课程的闭环。

“课程设计不能太过复杂，要回归生活、回归自然，要让孩子们感动、流泪，充满仪式感。”韩新说，现有的研学旅行课程设计过于知识化，充斥着任务单、知识点。要多增加活动课程的设计，让孩子们以天地为学校、自然为老师、社会为教材。

□记者 刘兵 报道

5月31日，来自济南市第十二中学和新加坡尚育中学的20余名中学生在泉城导游义工的带领下，游览泉城老城。作为此次新加坡尚育中学研学之旅中的重要一站，泉城导游义工张爱文用通俗易懂的方式讲述了泉水起源、泉水故事，带领大家一同感受泉水的清凉与甘甜。

研学游市场广阔，但不可一哄而上、急功近利。为了规范旅行社参与研学旅行市场，保障科学有序，新加坡采取了限制管理的举措，值得我省借鉴。“目前，新加坡只有47家旅行社可以做研学旅行项目，仅有5家旅行社可以做全球的研学。”国际青年商会东盟参议会理事庄委勋说。而在系统管理研学项目方面，新加坡教育部还重点保证学生的安全，每位出行的学生都需要购买教育部指定的保险，覆盖医疗、意外、航班延迟、物品遗失等所有旅行中可能发生的问题。

山东龙冈旅游集团总裁助理李宝从研学基地角度提出建议。他认为，全域旅游时代，研学基地首先要整合好资源，打造完整的产业链，创造双赢、共赢的空间；其次，基地的研学产品要注重体验性，做好主题选择和课程设置；第三，要搭建研学大数据平台，更精准化地服务学校、服务学生。

日前，我省印发实施的《山东省全域旅游发展总体规划（2018-2025年）》提出，要建设极具特色和优势的产品体系，重点开发12大精品研学旅行产品体系，全力开发国际化高端专项研学旅行产品。如以曲阜、邹城为中心的孔孟儒学研修产品体系，以临沂、莱芜、枣庄、胶东抗日根据地等为中心的红色文化研修产品等。同时，突出各地的人文、自然、文化、经济建设特色，使学生建立与自身认识阶段相一致的乡土和国情观念。以教育部门为主，协调旅游、文化、科技等机构，设计包含自然、文化、地理、历史、艺术、科技等多元化内容的研学活动课程，并形成示范性的研学旅行精品线路。

□通讯员 杨和山 报道

5月31日，游客在枣庄市山亭区店子镇万亩枣园内欣赏枣花。

近年来，店子镇大力发展生态观光、乡村旅游、休闲度假等现代农业园区，发展长红枣6.8万亩、火樱桃5000亩、春雪桃8000亩，带动当地农民人均增收1600多元。眼下正是长红枣盛花期，枣花香气袭人，处处飘散着清甜的花香味，吸引了大批游客前来观光游玩。

□记者 刘兵 通讯员 姜会银 报道

近日，曲阜阙里宾舍、铭座杏坛宾馆、东方儒家花园酒店、尼山书院酒店率先在酒店大堂显著位置设置了孔府菜专题展台，将本酒店精心制作的代表性孔府菜和创新孔府菜集中展示，并配套制作解说牌，让来往客人近距离了解孔府菜的文化、渊源和特色，扩大孔府菜的影响力。曲阜市旅游局还通过邀请非遗传人现场授课、举办培训班和烹饪大赛等形式，挖掘传承，宣传推广。

“临沂人游海北”2018首发大型旅游专列开进青海

□记者 刘兵 报道

本报临沂讯 记者从临沂市旅游发展委了解到，为落实中央和省、市对口支援青海的部署要求，推进“十万山东人游海北”活动，临沂市旅游发展委在全市发起了“临沂人游海北”活动。5月26日，“临沂人游海北”2018首发大型旅游专列开进青海，700余名游客畅游海北州海晏县。同时，“临沂市旅游行业协会驻海晏办事处”揭牌。

据了解，游客们先后到海晏县达玉部落民俗村、中国原子城纪念馆进行参观，体验海晏雄阔壮美的高原风光、丰富独特的民族风情和生动感人的“两弹一星”精神。

近年来，临沂市旅游发展委高度重视旅游援青工作，围绕规划编制、产品打造、人才培训、宣传营销等方面，开展了一系列援助工作，取得较好成效。下一步，临沂市旅游发展委将深入开展“临沂人游海北”活动，以专列、包机等形式持续向海北、海晏发送游客，让更多的临沂人了解海晏、走进海晏，并以此为平台，加强两地交流交往，推进旅游援青工作，促进海晏经济社会发展。

大型巡游表演《狩猎归来》已成为泰安太阳部落景区的文化主打项目之一。

本土主题公园：

以文化体验为创新赋能

□ 本报记者 刘英

“六一”前后，各类主题公园、大型游乐综合体的海报和热闹场面持续“霸屏”，有的园区双休日客流直逼“五一”小长假。主题公园市场的持续火爆，已经成为旅游消费升级的新亮点。

我国将成全球最大的主题公园市场

国际市场对于中国在2020年成为全球最大的主题公园市场非常乐观。5月17日，世界主题公园权威研究机构美国主题娱乐协会（TEA）与第三方旅游行业研究及咨询机构美国AECOM集团联合发布了2017年全球主题公园调查报告。报告显示，在经历了相对平淡的2016年之后，主题公园在过去的一年中重拾增长态势，其中中国市场贡献良多，入园游客增长近20%，华侨城、华强方特和长隆集团3家主题公园集团入围全球TOP10主题公园运营商，目前中国主题乐园的入园游客人次已经占据了全球TOP10主题公园的四分之一。

整体来看，全球各大主要运营商每年大约吸引5亿游客，这个数字是全球主要体育联赛观赛人数的两倍以上。过去一年中，整个行业重新回到健康的发展轨道，无论是传统主题公园还是与之相关的酒店，以及具有IP属性的室内娱乐项目，其前景在中短期依然乐观。

上述报告的研判，对国内本土主题公园而言，不仅提振信心，也引发出业界对自身的审视。一方面，“IP荒”、游客体验不佳、盈利模式单一、同质化严重，本土主题公园普遍意识到了自己的短板。而另一面，投资者仍在不断涌入。国内恒大、万达、华侨城、雅居乐等地产企业相继发力，部分已公布了大规模开发主题公园的计划；乐高、六旗、派拉蒙、环球影城等国际巨头也纷纷抢滩中国市场。

注重文化内涵才能持续发展

5月19日，第二届主题公园建设发展研讨会在泰安市举行，围绕文旅融合、创新发展、避免同质化、改良经营模式等主题，与会专家、学者进行了有针对性的探讨。

截至目前，中国主题公园总量约为2100家，投资在5000万元以上的有300家左右，虽然发展迅速，但普遍盈利能力不足，目前能够盈利的仅占一成。在我省，以泰安太阳部落为坐标，200公里半径内，相继开业了泰安方特主题乐园、齐河欧乐堡主题乐园、济南方特东方神画等，项目扎堆曾迫使企业营销一度升级为价格战。

一味追求速度和数量的粗放式发展，使得国内主题公园暴露诸多不足，文化内涵薄弱、内容雷同、经营模式单一等被与会者认同是目前行业普遍存在的问题。据此，今年初，国家发改委等5部门联合印发了《关于规范主题公园建设发展的指导意见》，就主题公园建设发展中出现的“概念不清、盲目建设、模仿抄袭、低水平重复”以及“有些地区出现了地方债务风险和房地产化倾向”等问题，结合国家规范主题公园建设发展的要求，从科学规划、严格规范、提升质量3方面提出了12条具体政策措施。《2017中国主题公园发展报告》也指出，国外主题公园收入主要包括三部分，其中门票占比30%，购物占比30%，衍生品等占比40%以上。而国内大量的主题公园目前主要还是依赖门票经济，且文化创新力不足。

在《经济日报》原总编辑、著名经济学家艾丰看来，旅游景点是物质文化和精神文化的结合体，物质文化是基底，精神文化是灵魂。在众多主题公园项目中，如何打造消费升级，成功吸引住消费者成为关键。艾丰表示，旅游有三大功能，一个是健身，一个是养性，一个是增智。最好的旅游应该是既健身、又养性、又增智，要做到这三个功能于一体，没有文化和旅游的融合是不可能的。

多位与会专家提到了迪士尼和环球影城的成功案例，除了较高的科技含量和建筑风格外，每个项目无不赋予了深厚的文化。相比而言，本土主题公园缺少文化底蕴，单纯追求游客视觉体验和互动，则成了难以持续发展的“硬伤”。专家们提出，旅游业投资者和经营者们一定要坚定文化自信，在开发设计景点项目时，首先考虑的是有没有文化价值。

丰富游客体验创造新鲜感

目前，本土主题公园已逐渐意识到差距，正努力在门票收入之外开发更多的盈利项目。有关专家提出，中国文化深厚，各种历史传统、地域风情、神话传说以及各地的自然风光、地质奇貌可谓主题丰富，问题是，怎么把这些文化资源转换成消费者乐于接受的旅游体验？

太阳部落2013年开业之后当年游客量超过60万人次，目前年游客接待量超过100万人次，在竞争激烈的本土主题公园中脱颖而出。总经理孔祥海在分享经验时介绍，不断丰富文化体验，是主题公园保持活力的“命门”。一味重文化、轻体验，把旅游区作为一个纯文化的项目来做，只是做成一个文化的展馆、遗址，不注重游客的感受，游客不会喜欢。

2014年至2017年，太阳部落每年都会推出具有独创性、话题性的大项目。如拥有完全自主知识产权的、世界唯一的史诗穿越文化体验实景互动项目“文明之光”，国内唯一特大型龙型激流勇进项目“水龙王”，国内第一台轨道穿越式“双球幕”影院“远古大战”，国内首台将360°全周投影及跳楼机合为一体的立体体验项目“地心历险”等大项目逐年亮相，既为景区制造了新亮点，也为游客创造了新热点。

济南市旅游联合会成立

□记者 刘兵 报道

本报济南讯 5月31日，济南市旅游协会第五届会员代表大会暨济南市旅游联合会成立大会在济南召开。会议审议通过了济南市旅游协会第四届理事会工作报告、济南市旅游协会章程修改稿草案，完成了由济南市旅游协会向济南市旅游联合会改组的规定程序。会议改选了旅行社分会，成立了产学研促进委员会、法律工作委员会两个工作机构，成立了工业旅游分会、美食分会、研学旅行分会等12个分会。截至目前，济南市旅游联合会拥有会员旅游专业协会、分会和工作机构达到25个，涵盖旅游企业近千家，涉及旅游从业人员十余万人。

据介绍，过去五年，该会围绕济南旅游中心工作和行业实际，开展行业调研，破解行业难点，打造行业品牌，促进行业联合营销，扩大交流合作，树立行业典型和标杆等，取得了卓有成效的成绩。济南市旅游联合会的成立不仅是济南旅游协会发展史上新的里程碑，也是推动济南旅游大发展的新平台和重要力量。相比协会，联合会的联系面和覆盖面进一步扩大，沟通协调、管理服务机制等进一步完善，更好地适应社会发展的需要。

“风从海上来”青岛精品海上旅游来济推介

□记者 刘兵 报道

本报济南讯 近日，以“风从海上来”为主题的青岛精品海上旅游推介会在济南举行。

推介会现场，各参会企业图文并茂地诠释了青岛市精品海上旅游资源和海上旅游线路，展示了青岛市精品海上休闲度假、邮轮度假、帆船之旅、冒险鸭之旅、亲子海上夏令营等丰富的全域旅游资源产品，播放了青岛市海上旅游宣传片，展示了“风从海上来”的独特城市风貌。

青岛市旅游发展委相关负责人表示，岛城与内地城市在旅游资源上具有差异性和互补性，对我省内陆市民具有很强的吸引力。2018年上合组织峰会将在青岛举行，青岛的景区、酒店等旅游基础设施将全面提质升级，市容市貌将焕然一新，届时青岛将以更加亮丽的国际形象呈现给八方来客。

此外，青岛海洋经济团体联盟将整合联盟七大板块（船东协会、邮轮游艇协会、航运服务业协会、船舶供应与航修协会、钓鱼协会、帆船帆板运动协会、海员工会)所有海洋经济领域资源,带领优秀企业走进山东及内陆100个有湖泊河流的城市,推广航海文化、帆船体验、帆船赛事及邮轮游艇文化。

“海底之音”唱响青岛海底世界

□记者 刘英 报道

本报青岛讯 6月1日，青岛海底世界在开业15周年之际，精心推出了“海底之音”讲解服务品牌，并成功申请了商标注册。这是继2004年推出“海底情深”服务品牌、2008年推出“王莉服务窗口”、2015年推出“海誓山盟”婚恋品牌之后，青岛海底世界又一次对景区旅游品牌进行扩容，对景区服务品牌进一步细分。

近几年，青岛海底世界在展馆、展区、展品、表演上逐步进行改造升级，带给游客更新的海洋旅游体验。丰富多彩的海洋生物展示和表演，没有景区讲解人员专业、细致、深入、全面的讲解，游客就只能走马观花，无法了解海底世界的博大精深、梦幻神奇。而“海底之音”讲解服务品牌就是要致力于打造成为“游客知音”的服务名牌，用科学的语言传递海洋知识，用生动的声音弘扬海洋文化，引领人们认识海洋、关爱海洋。

海北州向山东企业推介重点旅游招商项目

□记者 刘英 报道

本报济南讯 日前，海北州旅游项目推介暨旅游企业座谈会在济南举行，青海省海北州旅游部门重点就生态旅游、低空飞行、主题公园、特色度假区及酒店、景区管理等五类项目进行招商推介和座谈。

海北藏族自治州是三江源旅游线和祁连风光旅游线的重要目的地。当前，海北州把旅游业作为建设藏区跨越发展、长治久安的战略性支柱产业。据海北州旅游局有关人士介绍，在山东对口支援的大力支持下，海北的基础设施和接待能力达到较高水平。青海省、海北州为鼓励旅游发展，出台了一系列优惠政策，并向山东企业发出投资邀请函。

座谈会上，山东银座旅游集团、济南文旅发展集团、山东交运旅游集团、山东龙冈旅游集团、山东嘉华文化国际旅行社、济南东方神画等企业代表分别介绍了主要业务板块，并表达了参与海北全域旅游建设的积极意愿。

青岛国际啤酒节首场全国巡回推介在沈阳举行

□记者 刘兵 报道

本报沈阳电 6月2日，由青岛西海岸旅游委、青岛国际啤酒节组委会主办的第28届青岛国际啤酒节全国巡回宣传推介活动——“大海之邀 啤酒之约”新闻发布推介会在沈阳举行,并在辽宁大剧院门前文化广场举行了大型推介展演活动。

据了解，本场推介是青岛西海岸新区旅游度假产品在东三省区域的首次大规模宣传展示，也是青岛国际啤酒节落户青岛西海岸后在东北地区的首次集中推介。接下来，主办方还将赴长春和哈尔滨开展后续推介展演活动。

据悉，第28届青岛国际啤酒节将于7月下旬至8月下旬在青岛金沙滩啤酒城举办。本届啤酒节以“飞行啤酒节”为主题，规划建设了啤酒花园街区、啤酒文化广场区、音乐演艺秀场区、啤酒大篷区、游乐区、金沙海岸啤酒广场区、综合服务保障区和停车场区等八大功能区域,新建了凤凰之声、凤凰之舞大型演艺中心和娱乐项目,为啤酒节增添了无限魅力。

□ 责任编辑 李 文