

# 基于 RMP 分析的陇东南地区研学旅行产品开发研究

刘芳

(甘肃工业职业技术学院,甘肃天水 741020)

**[摘要]**围绕陇东南地区研学旅行产品开发,基于 RMP 分析方法,从资源、市场、产品三个方面对区域内中小学生学习研学旅行产品进行分析。归纳出该区域研学旅行资源特色、目标市场需求及现有产品存在的不足。根据分析结果,从产业链协同发展、研学资源开发与课程品质提升、营销渠道拓宽、研学旅行人才培养、研学基地建设等方面针对性地提出了产品开发及优化的策略。希望通过研究,能强化区域中小学生学习研学产品品牌形象,赋能陇东南地区正在起步的研学旅行产业发展。

**[关键词]**研学旅行;RMP 分析;陇东南地区;产品开发

**[中图分类号]** F59

**[文献标识码]** A

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2025.06.041

**[文章编号]** 2096-711X(2025)06-0120-03

**[本刊网址]** <http://www.hbxb.net>

西方国家的研学旅行起源于 16 世纪,盛行于 18 世纪,在英国得到发扬光大,被称为“教育旅游”。在我国,研学旅行可追溯到春秋时期的孔子游学。国外关于研学旅行的学术研究起源于 20 世纪 50 年代,主要集中于“体验式教育”研究和“教育旅游”研究。国内关于研学旅行的研究起步较晚。自 2016 年教育部等 11 部门颁布了《关于推进中小学生研学旅行的意见》后,相关研究出现了井喷式增长。研究进展大多集中在旅游和教育领域,主要围绕研学旅行基本理论、研学旅行开发与设计、研学旅行参与者行为以及研学旅行发展现状与对策等方面进行。过去几年,研学旅行作为一种全新的校外实践教育形态在中小学迅速展开,越来越受到学校和家长的重视。研学旅行市场成为瞩目的新兴市场。数据显示,2023 年,中国研学旅行市场规模超过 2250 亿元,较 2017 年增长近 1.5 倍。2023 年 9 月,甘肃省文化和旅游厅推出的十大主题百条线路千堂课程,为深度了解甘肃陇东南地区的研学资源、持续聚焦拓展区域研学市场提供了参考。

RMP 分析方法也叫昂谱分析,由吴必虎教授在 1999 年提出,是以旅游产品为中心的规划框架。该模式主张在进行 R 性分析(resource analysis:资源分析)和 M 性分析(market analysis:市场分析)后,进入 P 性分析(product analysis:产品分析),具有定量与定性相结合的特点。本文运用 RMP 分析方法,调查陇东南地区的研学旅行资源,梳理研学市场供求现状,分析域内中小学生学习研学旅行产品类型和存在的问题,提出了产品开发和优化策略,旨在弥补由于缺乏系统性导致的研究缺陷,丰富案例库,具有一定的理论研究及实际应用价值。

## 一、陇东南地区研学旅行产品 RMP 分析

### (一)资源分析

#### 1. 资源特点分析

陇东南地处甘肃省东部及南部,包括天水、陇南、平凉和庆阳四市,与川、陕、宁三省交界,是“关中—天水经济区”“陕甘宁革命老区”以及“丝绸之路经济带”的重要构成部分及辐射区,与成渝经济区、西三角经济区毗邻。气候宜人,森林覆盖率高,地貌类型独特。拥有 1 处世界文化遗产天水麦积山石窟,3 处国家 5A 级旅游景区(天水麦积山景区,平凉崆峒山风景名胜,陇南官鹅沟景区),文化品位较高。是红军三大

主力和红二十五军长征经过之地,也是最早创建陕甘边区苏维埃政权之地。此外,拥有以天水工业博物馆、陇南金徽酒厂为代表的工业旅游资源,还有较为丰富的地热资源,且中药材种植范围广。这一区域融合了红色、绿色、始祖、农耕、民俗、彩陶、工业、农业旅游等多种文旅资源类型,文化底蕴深厚,旅游景点分布相对集中,为研学旅行产品开发奠定了良好的资源基础。区域内铁路和高速公路的改善和扩建,带来了更多机会。

### 2. 存在的问题

资源整合与品牌建设大多依托资源所在景区或城市自身的知名度,虽然形成了体现地方文旅特色的研学产品,但在全省同类产品中,竞争力与辨识度不强。如依托天水麦积山石窟的“石窟文化艺术研学之旅”与“人类敦煌·千年莫高研学游”都是石窟文化研学课程,但敦煌莫高窟名气更大,且在主题开发、内容设计和组织形式方面,比麦积山石窟更有吸引力。

此外,对社会性热点资源的黏合度不够。2024 年,位于陇东南地区的核心城市天水因为一碗麻辣烫走向全国,带动了区域农文旅的融合发展,仅 3 月 1 日至 22 日,该市累计接待游客 276 万次。但研学行业并没有借此东风开发出新的研学产品。例如,围绕一碗麻辣烫,除了尝美食、赏美景、品文化外,还可以深度开发出麻辣烫的制作工艺,麻辣烫中的饮食文化、麻辣烫食材的特点和生长环境等科普类、文化类、自然生态类研学旅行产品。

### (二)市场分析

#### 1. 市场空间分析

我国研学旅行产品以中小学生学习为主要目标市场。作为跨界旅游、文化、教育等若干领域的新型业态,研学旅行已被教育部纳入中小学必修课程,各地教育行政部门和中小学均非常重视。近十年来,政府相继出台一系列措施,包括提供财政补贴、减免税费等,为研学旅行创造了优越的政策环境。与此同时,义务教育“双减”政策的实施为该市场的增长提供了重要契机。学生课业负担的减轻使得家长和学校更加注重学生的全面发展,希望通过优质研学旅行产品培养中小学生的综合素养,将其视为提供全面教育体验的有效途径。根

收稿日期:2024-7-12

基金项目:本文系甘肃省教育厅 2024 年度高校教师创新基金项目“基于 RMP 理论的陇东南地区研学旅行产品开发研究”阶段性成果(项目编号:2024B-272)。

作者简介:刘芳(1986—),女,甘肃天水人,甘肃工业职业技术学院教授,主要从事研学旅行产品开发研究。

据2023年甘肃省教育事业统计公报:陇东南域内普通小学2035所,普通初中667所,普通高中150所,中等职业学校57所。在校人数超过150万,拥有一定规模的研学旅行需求空间。

## 2. 供求现状分析

首先,根据调研结果,市场现有研学产品对目标市场的定位不够准确。未能按照中小学生的学段特征进行细分,研学课程缺乏层次性,无论是小学生还是初中、高中学生,全部都是同一套研学内容。学生对参加研学旅行表现出了强烈的兴趣和意愿,但对研学旅行的本质和教育目的没有清晰的认识,大多数学生将其当成学校组织的春、秋游活动。

第二,研学课程与学生在学校所学课程的关联度不高,重难点不突出,无法让学生灵活运用所学知识解决问题,学习的成就感不强。受访学生提到,参加研学旅行活动时,与研学旅行指导师的教学互动少,研学旅行课程与学校课本关联度不大,实践机会不多,以参观打卡为主,组织方式千篇一律,每次参加研学旅行的收获较少。

第三,学校和家长对研学产品的关注点集中在研学旅行活动的安全性、研学旅行课程的教育性和价值引领以及学生的综合能力是否真正得到了锻炼。而现有研学旅行产品的深度与广度不足,无法满足市场需求。

### (三) 产品分析

#### 1. 产品类型分析

该区域的研学旅行产品主题多样,资源丰富。在甘肃省文旅厅推出的十大主题研学线路课程中,陇东南地区占据了六个,分别是“寻古问宗·始祖文化主题研学之旅”“星耀陇原·红色文化主题研学之旅”“美美与共·民族民俗主题研学之旅”“陇上踏歌·美丽乡村主题研学之旅”“崛起之翼·工业文明主题研学之旅”“万物有光·自然科普主题研学之旅”等,共计60余条研学线路,百余堂课程。根据开发主体,现有研学旅行产品可分为两大类。

一是相关研学基(营)地根据自身资源自主研发的产品。如平凉市崆峒山景区文化科普研学、天水市“伏羲始祖文化研学之旅”、庆阳义渠民俗文化田园综合体开发的“小香包,大梦想”研学课程等。

二是旅行社、科研院所或研学机构组合区域内代表性景观推出的研学产品,这一类在研学市场中占大多数。如中华一脉·如意陇原研学游(包括天水市麦积山景区、麦积植物园—平凉市庄浪梯田、云崖寺、崆峒山—庆阳市周祖陵国家森林公园、子午岭国家森林公园、陇东民俗博物馆、庆州老宅子)、陇南市“匠心品质·科技未来研学游”(包括武都区祥宇油橄榄工业旅游景区、武都区万象洞旅游景区—康县阳坝茶厂、康县阳坝旅游景区—成县陇南电子商务产业孵化园、成县西狭颂旅游景区—徽县金徽酒文化生态旅游景区、陇南·嘉陵江大峡谷—两当县两当兵变纪念馆)等,不一而足。

#### 2. 存在的问题

第一,尚未解决研学旅行产品中“重游轻学”这一普遍存在的问题。研学旅行课程是研学旅行产品的核心,也是产品能否成功进入研学市场的关键。虽然以当地代表性文旅资源为基础开发了系列研学课程,但从研学旅行产品开发的角度来看,缺乏统一的原则和开发体系,导致同一研学主题下,研学课程多却不精,内容同质化较高,没有形成错位差异化发展路径,市场吸引力不足。以“匠心品质·科技未来研学游”“中华一脉·如意陇原研学游”为例,前者以“科技”为主题,后者主要依托“自然资源”,两种产品中都有自然资源和民俗文化资源,但串联植物园、公园、景区、纪念馆等研学点

的主线不明确,教育属性挖掘不够,导致课程的教育目标模糊,更侧重于旅行层面的娱乐性和观赏性。此外,课程的教学组织形式单一,基本停留在参观学习阶段,考察探究、设计制作等方式较少,缺乏参与性,导致产品的体验感不足。此外,缺少研学旅行的课程评价方式与标准,无法评判教学效果。

第二,研学旅行产品实施的基础设施不够完善。陇东南地区研学产品是否能够在保证安全性的前提下满足大规模学生在研学旅行中集体用餐、集中住宿等要求,交通食宿是否区别于旅游团且满足《研学旅行服务规范》,也是决定产品开发成功与否的重要依据。甘肃省教育厅公布的第一批甘肃省中小学生研学实践教育营地中,天水市1处,庆阳市2处,陇南市1处。能够同时满足学生吃、住、旅行、学习的营地数量有待加强。此外,开展教学活动,需要一定的场地空间、师资、教学设备以及实践体验设施,而各研学点的教学设施与师资力量参差不齐,影响了研学产品的安全性、教育性以及实践性。

第三,研学旅行产品营销多以旅游推介活动为主渠道,缺少与学校的沟通。而我国研学旅行主体为中小學生,单一的营销手段,导致产品无法精准对接目标市场需求。

最后,研学旅行指导师的课程教学能力和管理能力欠佳,研学课程目标无法充分实现。在当前的研学市场中,研学旅行带队老师以导游和中小学教师为主,导游对研学课程设计、教学方法、学生认知规律等不了解,只“游”不“教”;中小学教师课程教学能力强,但在协调沟通旅行环节方面不顺畅。

## 二、陇东南地区研学旅行产品开发策略

### (一) 依托产业共同体,促进区域研学产业链协同发展

陇东南四市研学旅行产品的开发与优化离不开域内相关部门的协调合作以及研学产业的联动发展。该区域与陕西关中的宝鸡、西安、咸阳等几市同处于中华文明的发祥地渭河、泾河流域,地缘相接,文化相通,风俗相融,相存相依,经济联系密切,历史一脉相承,形成独具地方特色的地域文化,进行研学旅行产业的区域联动融合发展得天独厚。作为文旅融合发展的新业态,研学旅行离不开交通、住宿、饭店等产业。交通运输部门提供更便捷的交通方式,推出研学旅行套餐,能最大程度减少学生在旅途中的支出。酒店和饭店可提供专为学生设计的低价优惠,形成一个安全且费用可控的生态环境。作为旅游+教育的跨界融合,研学旅行产品以集体旅行的中小學生为目标市场,其开发优化离不开与学校的沟通合作。

因而,研学旅行产品开发和行业的协同发展,需要在政府部门的引领推动下,建立区域研学旅行产业共同体,将研学产业链上的交通、住宿、餐饮、旅行社、研学基(营)地、景区、博物馆、科研院所等单位和企业纳入其中,深化产业链上的相关企业、行业组织以及学校之间的交流与合作。

### (二) 深挖研学资源,提升研学课程品质

第一,从研学资源与研学主题的对应关系、资源所属单位师资及其专业能力、研学资源转化为课程的学习时长、资源是否具备开展研究性学习的条件等方面深挖研学资源的教育价值,提升区域文化内涵,强化研学品牌形象。

第二,根据资源的属性整合区域内研学旅行资源,去掉同一主题下拥有相同类型资源的研学点,保留资源的独特优势。如中华一脉·如意陇原研学游产品中,通过删除麦积山景区、云山寺、子午岭国家森林公园、庆州老宅子,能够有效减少系列产品同质化竞争,避免因资源的重复而引起目标群

体的学习倦怠。

第三,细分目标市场。根据中小学生学习不同阶段的身心发展水平和学习特点,结合地域差异,紧密围绕学校教育目标,分层次设计研学课程的教学目标。通过灵活调整研学旅行课程目标、内容、重难点和组织实施方案,满足不同群体的需求,体现研学课程的差异化教学策略。通过拓展研学课程的广度与深度,最终拓宽研学旅行产品适用人群的范围,为本地区、本省乃至全国中小学生学习提供更多校外实践教育活动的选择机会。

第四,课程设计突出综合性,强调研学旅行单元课程中学科知识的关联度和跨学科应用。突出实践性,结合资源特点与学生的学段特征设计实践活动,让学生自始至终参与课程,通过动手动脑,在亲身实践中感知知识的应用,完成探究体验。

### (三)善用传播渠道,开展多元营销

首先,根据RMP分析结果,陇东南地区研学资源丰富,但产品的品牌知名度不强,客源以本地或周边城市中小学生学习为主,省内其他地区研学团较少,拥有较大的市场拓展空间。针对目标群体对于研学旅行的认知情况,要继续发挥研学旅行产业共同体的作用,在旅游推介活动中积极营销研学产品。

第二,与教育行政部门积极沟通配合,通过科普进校园、文化进校园的形式,加深目标群体对研学旅行产品的了解。

第三,研学基(营)地、研学点可以通过官方平台积极宣传,扩大产品自身的知名度,普及研学旅行在校外教育中的重要性,提高社会公众的认知度。例如,围绕独有的研学资源,深度挖掘并策划组织创作一批专题网络宣传作品;采用商业化直播、主流媒体短视频推广和政府平台宣传相结合的模式,强化区域研学产品的品牌影响力。

第四,深度结合社会热点,增强产品的关注度。例如,由河北共青团冀州区委组织的“追寻伏羲足迹”千里徒步研学团产品的主线是从伏羲的归天之地河南淮阳徒步至诞生之地甘肃天水,本区域亦可借助这一产品的热度,围绕伏羲十四大功绩,开发始祖文化系列深度研学游。

### (四)重视专业人才培养,强化产品实施过程监督

《中国研学旅行发展报告2022—2023》指出:研学旅行发展的关键在于人才培养。为解决人才短缺的现实困境,研学企业一方面可以通过与科研院校合作,联合培养既有旅游专业背景又有教育教学知识的复合型人才。另一方面,针对产品运营中暴露出的问题,对照《研学旅行服务规范》,依托文

旅局培训中心、行业协会组织、研学产业共同体等,加强对研学旅行指导教师在研学旅行课程设计、线路规划、安全管理、课程教学、研学活动组织与实施、研学评价等方面的专业技能培训 and 考核。此外,还要强化研学旅行指导教师执业过程的监督管理,确保从业人员能提供优质的教育旅行服务。

### (五)推进研学基(营)地建设,优化配套设施

相关文旅和教育行政管理部门应统筹协调,相互配合,积极发挥引领作用。首先,推进研学产业的规范化建设。统一研学场所在教学、安全、服务等方面的标准,规范研学旅行在住宿、餐饮等接待环节的服务流程。第二,做好旅行教育服务的质量监控。积极推进研学基(营)地建设,严格把控基(营)地是否拥有单团接待规模500人以上的条件和经验,该基地是否拥有特色研学资源或具有示范意义,营地是否符合政策标准,条件是否满足200人同时开展实践活动,在基础条件、管理服务及安全保障方面是否符合基地营地建设标准,是否配齐了教学人员和管理人员,是否开发了体现资源特色的研学旅行课程,整体把关研学旅行产品中各环节的安全防范措施及安全保障体系。第三,加快配套设施建设。督促各研学点根据市场需求,配套、完善研学旅行教学设施,努力提升师资水平,让学生“进得来,出得去,散得开,弄得懂,学得好”。

### 三、结论

本文基于RMP分析方法,对陇东南四市的研学旅行资源、市场、产品进行了梳理。总结出了该区域现有研学产品存在的不足,并提供了相应的产品开发及优化策略。希望能够细分研学旅行市场,强化区域研学品牌。

### 参考文献:

- [1] 中国旅游研究院. 中国研学旅行发展报告2022—2023[EB/OL]. (2023-3-21). <https://www.ctaweb.org.cn/cta/gzdt/202303/c15c73ade7624347b5627cc6051f0236.shtml>.
- [2] 吴必虎. 区域旅游开发的RMP分析——以河南省洛阳市为例[J]. 地理研究, 2001(1): 103-110.
- [3] 范美琳. 基于E-RMP分析的区域研学旅行产品开发——以金华市为例[J]. 地理教学, 2022(8): 56-59.
- [4] 甘肃省教育厅. 2023年甘肃省教育事业统计公报[J/OL]. [2024-5-14]. <https://jyt.gansu.gov.cn/jyt/c107288/202405/173911641.shtml>.
- [5] 刘芳. 甘肃红色研学旅游产品设计研究[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2022(2): 58-60.

## Research on the Development of Study Travel Products in the Southeastern Gansu Region Based on RMP Analysis

LIU Fang

(Gansu Industry Polytechnic College, Tianshui Gansu 741020, China)

**Abstract:** This paper focuses on the development of study travel products in the southeastern Gansu region based on RMP theory. It analyzes the study travel products for primary and middle school students in the region from three aspects: resources, market, and product. It summarizes the characteristics of study travel resources in the area, target market demand, and deficiencies in existing products. Based on the results, it proposes targeted strategies for product development and optimization from aspects such as collaborative development of the industrial chain, development of research resources, improvement of course quality, broadening of marketing means, cultivation of study tutor, and construction of research bases. It is hoped that through this research, it can strengthen the brand image and empower the emerging study travel industry in the southeastern Gansu region.

**Key words:** study travel; RMP analysis; southeastern Gansu region; product development

(责任编辑:杨雨青)