

国内游学市场行业现状的研究

天风证券———龚涵

一、我国游学行业的发展情况

1、教育行业宏观情况

2014年财政性教育支出占GDP的4.15%，达2.64万亿，家庭教育消费达0.98万亿，总额达3.4万亿。预计2020年以前两者CAGR（CAGR为复合年均增长率）分别为保持15%和8%以上，2020年有望突破6万亿。目前行业处于民营教育崛起的窗口期，2015年民营教育市场规模约6400亿（CAGR15%），预计到2018年突破1万亿。互联网技术和模式创新正加快行业发展和整合速度，提升行业集中率，缩小区域教育水平差距，并改造着人们的学习方式。中国庞大的人口基数是教育市场蓬勃发展的基石。近年随着国家计划生育政策的落实和教育政策的调整，学生群体的结构和人数也发生着变化。

2、游学行业的发展情况

游学的范畴较广，覆盖校外教育、户外活动、夏冬令营、教育旅游、游学/修学旅行、亲子体验、营地教育、学生社会实践等领域。游学产品主要以培养中小学生的生活技能、集体观念、创新精神和实践能力为目标，通过集体旅行、集中食宿的方式开展的一种普及性教育活动，是加强和改进未成年思想道德建设的重要举措，是推动学校教育和社会实践相结合、全面推进素质教育的重要途径，重点突出全员参与、集体活动、走出校园、实践体验。

国内游学行业正处于快速发展的时期，游学行业细分领域众多，竞争者良莠不齐，但总体来说游学市场的行业发展速度较快，远远高于旅游行业和教育培训行业平均发展速度。游学产品的形式目前主要有国内游学、国际游学、主题营地教育。根据客户的组织形式，又分为青少年独立参加和亲子形式。

游学行业的服务方式为给学生团体提供包括游览、学习等在内的游学行程，由游学机构对游学行程进行安排和计划，团队营员遵从机构安排统一游学，采用包价方式一次性提前支付费用。游学团队通常是10人以上学生团体，由领队教师

带领从学校出发乘坐火车或飞机等交通工具到达游学目的地，游学机构接到游学团队后负责游学过程的吃、住、行和参观、学习、交流等的游学行程。

2013年2月2日，国务院办公厅关于印发国民旅游休闲纲要（2013-2020年）的通知全国印发了《国民旅游休闲纲要（2013-2020年）》，纲要中提出“逐步推行中小学生游学”的设想，自此，国内游学在官方推行和管理下，迅速发展起来。

教育部、国家发展改革委加强政策指导，采取试点先行、典型引路方式，稳步推进各地开展中小学生游学活动。2013年分两批在安徽、江苏、陕西、上海、河北、江西、重庆、新疆等8个省（区、市）启动游学试点工作，据不完全统计，截至2014年底，试点地区约574所学校、60多万名学生参加了游学活动。游学既培养了学生的生活技能、集体观念、创新精神和实践能力，又带动了国内旅游业的增长。

教育部先后制定印发《中小学学生赴境外研学旅行活动指南（试行）》等政策文件，并结合“中国梦”主题教育、“少年传承中华传统美德”系列教育活动，总结推广试点地区经验，促进游学健康发展。一是丰富课程体系。围绕文化、历史、思想道德、科技、环保等，开发一批游学课程，初步形成了行前定课题有准备、行中重体验有收获、行后抓总结有展示的课程实施“三步骤”。苏州开设“追寻红色足迹情系大别山区”，继承红色革命文化；西安开设“重走丝绸之路”，弘扬中华民族传统文化；新疆开设“阅读北京”，增进民族团结和国家认同。二是探索保障机制。围绕活动审批、经费筹措、安全保障、评价激励等积极探索，推动游学有序开展。西安、苏州要求试点学校提前报审活动方案和安全预案，西安要求每班随班教师不少于3名并要求校医和安保人员随行，苏州要求参与师生购买保险；西南大学附属中学采取学校社会募捐、学生公益筹款、学校与学生共同分担、贫困学生减免等形式筹措经费；上海把游学纳入学生综合素质评价体系，并记入《学生成长册》。三是整合资源平台。依托博物馆、科技馆、爱国主义教育基地、红色景点、企业、科研机构、高校等，采取共建、挂牌等方式，建设向学生免费开放的游学资源平台。合肥市政府命名省博物馆等12家单位为中小学游学资源平台；上海精选并指导近百家场馆为不同学段学生开发有针对性的教学方案和活动项目。

据测算，按每个中小学生每年参加一次游学估算，将带来国内旅游增长2亿人次，将会推动国内旅游人数增长约5.5个百分点。教育部拟会同国家发展改革委研究制订促进游学发展的指导意见，将游学纳入中小学生日常教学范畴，完善经费筹措、安全保障、多部门协调机制，有效保障游学更好开展。

3、游学试点情况

2012年底，教育部发文着手开展中小学生游学试点工作，苏州、合肥、西安被确定为首批试点城市。2013年，国务院印发《国民旅游休闲纲要》，提出“逐步推行中小学生游学”。2013年试点工作启动以来，各试点省市教育局将游学试点作为深化教育综合改革、创新实施素质教育，全面推进未成年人思想道德建设的重要抓手，切实加强组织领导，周密部署试点工作。先后制定印发了游学试点工作实施方案及游学试点工作管理办法，确保游学试点工作规范有序。经过各试点地区的申报和严格审核，全国已有数千所中小学校纳入试点范围。

试点实施过程中，各省市教育局充分发挥地区特色，结合地区历史、文化、地理等特点，兼顾教育教学意义，先后确定了数百项游学内容，其中包含历史文化游学主题、地理生态环境主题、科技创新工业主题等精彩纷呈的内容，不断扩展和丰富游学的文化内涵，使其更加符合本地文化实际和中小学生学习生活实际。

试点城市还通过在政府网站等官方媒体平台及时发布相关政策信息，向社会群众广泛宣传游学活动的重要意义和相关知识。

游学试点活动得到了社会各界的广泛关注。各试点省市的各级旅游部门、文化景区、科技馆、博物馆等社会实践部门积极投入力量，共同探讨游学的组织、安全、主题、收费、线路、服务、保险等事宜。截至目前，全国各试点学校已开展数千次游学活动，受到了社会、家庭和中小学生的肯定与好评。

4、行业市场规模及未来趋势

据报道，目前游学市场的市场规模正在以每年不低于40%的速度增长，市场规模预计可达到800亿元。在百亿市场面前，近几年涌现了很多游学机构进入国际游学市场。

国内游学包括寒暑假的夏冬令营和学期内的游学，市场规模超百亿元。夏冬

令营、游学国家政策不断落地，70后、80后父母的教育观念更加开放，都是游学夏令营行业的重大利好。在国家政策的支持下和强大的市场需求刺激下，以夏冬令营、游学为主的游学行业将迎来一轮爆发式的增长。

二、行业上下游情况

1、上游情况

游学行业的上游是票务、交通、住宿、餐饮、景点等接待资源产业，以及提升游学活动教育元素的励志报告所包含的专家、状元报告人、心理咨询师等。其中票务是交通基础设施产业，也是发展游学行业的基础和重要前提，票务的便利程度直接影响了一个地区的游学活动报名情况，对于参加游学活动的未成年群体，应当尽量选择火车下铺或高铁等出行安全系数更高的交通方式。

游学活动期间的住宿和餐饮选择也对整体满意度有较大的影响，从食品安全和住宿安全角度，选择合作单位必须具有完备的资质，同时要符合青少年学生的生理、心理健康要求。游学期间的景点选择要符合游学课程的主题需求，除了游学目的地有特色的景点之外，还应注意选择一些具有教育意义的博物馆、纪念馆等，让教育元素融入行程当中。

除此之外，励志报告、大学生交流是游学行程中不可缺失的环节，听状元做报告、专家讲座能深化励志游学主题，带团辅导员与营员朝夕相处，随时交流会使得营员收到极大的鼓舞，对其未来的生活、学习、人际交往等方面都能起到积极的促进作用。

2、下游情况

游学行业的下游主要是产品直销渠道以外的代理机构、合作机构等，多为地方的旅行社、文化公司、教育咨询公司或其他代理机构，代理的客户数量及其目标产品对公司营收产生直接影响。国内游学代理商基本覆盖全国主要城市，但就游学市场未来发展趋势来看，代理市场还有较大的增长空间并将稳步增长，代理机构引入的业务量将逐渐成为与直销渠道并驾齐驱的营销方式。

三、行业发展的特点

1、季节性

游学项目的实施时段有限，频次较低，国内游学行业受限于气候和中小学学制，具有较强的季节性，一般来讲，每年度分为两个周期，3月至8月为春夏季游学，9月至次年2月为秋冬季游学。春夏季游学营收主要集中在5、6、7三个自然月，接待期集中在8月份，秋冬季游学营收集集中在12月份及次年1月份，接待期主要在1月份。

2、高价性

游学项目产品单价高于普通旅游类产品，团购业务类单价在2000元左右，散客招生2c端产品均价在4000-6000元左右，海外游学项目单价更高，均价20000元，高价的特点也是影响客户对游学产品的接受度的重要因素。