

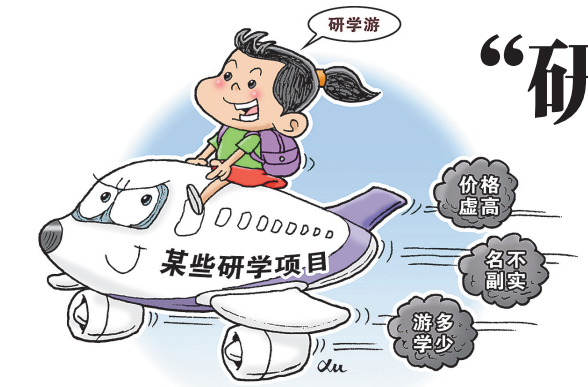
研学游不能偏离“教育+”正轨

□戴先任

近年来研学游市场增长迅猛。红色研学、科技研学、乡村研学……研学主题更为丰富，研学范围更为广阔。然而，随着研学游市场的日益扩大，也出现了一些良莠不齐、价格虚高、货不对板的问题，一些地方已通过建立公开遴选机制着手规范。

按照相关规定，学校通常安排小学四到六年级、初中一到二年级、高中一到二年级参加研学旅行。2016年教育部等11部门印发了《关于推进中小学生研学旅行的意见》，研学游已经纳入全国中小学教育教学计划。业内人士估计，研学游市场总体规模超千亿元。

读万卷书，行万里路。研学游有助于拓宽学生视野、增长见识，有助于提升学生的综合素质。开展研学游，符合学生成长规律，是给学生补充难以从书本上掌握的知识，这有利于弥补学校教育的短板，拓展学校的教育功能，让广大学生能够跳出学校高高的围墙，到外面的



每逢暑期，研学游和营地教育都非常火爆。不可否认，开展研学游、推进营地教育、鼓励孩子们走向大自然和社会，不但能学到许多课堂上学不到的知识，还能培养孩子的自主能力、团队意识，对于开阔孩子的眼界、提高孩子对陌生环境的适应能力、加强人际交往、促进身心全面发展等都很帮助。特别是综合素质全面发展的要求和全面“双减”政策的实施，更大地释放了市场需求，使研学游市场的空间不断扩大，成为文旅消费重要的增长点。

但与此同时，快速发展的研学游市场存在大量粗放型、体验差的产品。目前，研学游存在门槛较低、市场

广阔天地去“看世界”。近年来，随着对学生综合素质教育的重视，研学游受到热捧，“研学热”持续升温。

但目前的研学游市场存在一些问题。比如有的收费存在商业化倾向、价格虚高，没有列出收费明细等问题。经营研学业务的机构还存在鱼龙混杂，如相应资质不具备、研学项目质量良莠不齐等现象。另外，“只旅行不研学”，一些学生将研学等同为春游、野炊等问题，也较为明显。而有的学校组织的研学游，还容易出现形式主义、互相攀比等不良现象。

这些问题的存在，让研学游偏离了正轨，“好事”可能办成了“坏事”，既可能损害学生家庭的合法权益，还可能误人子弟，这就严重违背了教育部门推进开展研学游的初衷。要促进研学游健康有序发展，需要对这些问题予以解决。

研学游不能偏离“教育+”及提升学生综合素质的

正轨，不能野蛮生长下去。没有规矩不成方圆，研学游市场良莠不齐，与缺乏相关标准有关。对此，需要相关部门制定行业的强制性标准，引领行业规范发展。教育部门也要加强监管与引导，建立健全中小学生参加研学游的评价机制，要让学校规范开展研学游，能够真正重视学生的体验过程，让研学游变得有质量、有内容。同时，对于研学游市场乱象，要加大治理力度，对于借研学游“中饱私囊”、侵犯学生权益的不法行为，要依法依规进行惩治，提高其违法违规成本。

研学游市场不能“乱游”，而要“规范游”。“研学热”是好事，但不能“热过了头”，不能“野火乱烧”，不能“好事办成坏事”，要能“热而有度”。加强对研学游的规范引导，需要监管部门、教育部门、学校、家长等各方，都能正确认识与正确对待研学游，共同促进研学游走向“研学优”，让研学游回归教育本位。

“研学热”需要行业标准“祛虚火”

□张西流

良莠不齐、缺少规范，研学产品缺乏专业性、流于形式，出现“游而不学”“学而不研”等问题，没有真正做到游学并重。调查显示，研学游看似热闹非凡，但大多是盲目跟风的“烧钱”游戏，不仅背离了研学初衷，而且隐藏各类风险。

与文旅部门积极倡导研学游相比，教育部门和学校对研学游的态度则是“冷热不均”，还没有形成统一的共识和明确的管理办法。再者，对于研学游，目前国家并没有制定出具体的行业标准和制度，导致市场管理比较混乱。目前，我国市场上研学游的活动种类繁多，由于没有统一的标准规范，导致产品质量参差不齐。不少机构打着“教育”的幌子，将学生们带到旅游景点，实质却仅仅停留在“到此一游”的层面，教育内涵和价值大大缺失。更有甚者，为了牟取眼前利益，不惜雇用“黑车”、降低餐饮质量、聘用无证“黑导”，连孩子们的人身安全都无法得到保障，这给研学活动带来了巨大隐患。

基于此，一些地方开始对研学游进行制度规范。比

如，“跟着课本游中国”武汉市中小学生夏令营开展18年来，无一例安全责任事故，开创了夏令营的“武汉模式”。而“武汉模式”的形成，得益于武汉大学旅行社自创了一套夏令营的科学管理和安全防控办法。特别是2013年底，武汉大学旅行社与中南财大标准化专家共同着手制定了《研学旅行服务规范》。这项规范规定了研学旅行服务的一系列要求，包括研学旅行的服务项目、服务提供方、服务岗位、服务人员、营地管理与营地设施、资源配置、应急与环保和安全规范等。

可见，面对“研学热”，需要行业标准“祛虚火”。换言之，应制定全国统一的《研学旅行服务规范》，对产品开发、操作规范、市场规则、资格准入管理等，进行政策支撑和指导。同时，应创新教育发展模式，将研学游作为社会实践学习内容，纳入中小学的教学计划。再者，文旅行政管理部门可建立若干个国际、国内营地教育接待示范基地，规范接待标准，引导研学游向健康、规范的方向发展，特别是国家层面应出台有关法律，保护未成年人研学游的合法权益。

热议

高考志愿填报市场乱象亟待根治

□杨玉龙

临近高考，志愿填报也成为热门生意，从数百元的智能填报，到上万元的一对一指导都有。媒体调查发现，志愿填报也不再只是瞄准高三学生，一些机构还推出面向高一学生的“生涯规划”。然而，所谓的高考志愿规划师或生涯规划师，却是花钱买来的。

声称依托独家算法及大数据的智能填报平台，靠谱吗？借助媒体调查来看，答案是否定的。以估分620分为例，在有的平台尝试进行智能填报，结果显示录取率较高，而在有的平台显示录取率十分低。还有一些尽管宣称智能填报，但只是列了一大堆干巴巴的信息，具体这些大学和专业有什么特点，孩子适合报哪个，还是要自己到处去打听。

同样值得注意的是，在网上，提供一对一定制服务的高考志愿规划师比比皆是，但其资质却令人质疑。有的填报专家两天拿证，一些所谓志愿规划师都是临时招募的社会人员。

高考志愿填报市场亟待治理。去年，教育部就曾开展高考志愿填报咨询活动专项治理，要求各地教育部门、招生考试机构要会同市场监管、公安等部门对本行政区域内开展高考志愿填报咨询的教育咨询机构、校外培训机构等进行全面排查，严肃查处经营不合规、服务不规范、收费不合理等问题。高考临近，期待相关部门提前谋划，加强对高考志愿填报市场的治理。

家长与考生务必增强防范意识。据了解，有关部门从未发放过高考志愿规划师这类职业资格证书。所以，家长对此信奉不疑，很可能会上当受骗。况且，教育部此前曾在官网发布预警，社会上有机构或个人向考生和家长开展的高考志愿填报咨询活动，存在政策解读不精准、信息提供不准确、费用收取不规范甚至诈骗等问题。

此外，如何让自己的分数匹配最合适的学校和专业，是考生及家长愿意为高考志愿填报辅导付费的主要原因，对此，也需要相关部门给予重视。既需要管一管，促进高考志愿填报服务市场的规范化发展，更需要加强相关知识的普及，以及相关消费案件的警示，同时，也需要官方多召开有针对性的培训会，为考生和家长指点迷津。

总之，高考志愿填报市场乱象不容小觑，亟待依法治理。此前就有媒体报道，高考志愿填报服务成为不少商家眼中的“蛋糕”，除传统教育辅导行业的线下机构外，连互联网大厂也纷纷入局高考志愿填报服务赛道。但是，对于经营者而言，应该依法诚信经营，不能忽悠蒙蔽考生和家长，毕竟，这事关着考生一生的大事。



画中话

整治乱象

记者5月27日从中央网信办获悉，按照“清朗·从严整治‘自媒体’乱象”专项行动要求，3月10日以来，各级网信部门严肃查处各类违规“自媒体”账号；微博、腾

讯、抖音、快手等重点平台积极履行信息内容管理主体责任，依法依规处置“自媒体”造谣传谣、假冒仿冒、违规营利等突出问题。截至5月22日，重点平台累计清理违规信息141.09万余条，处置违规账号92.76万余个，其中永久关闭账号6.66万余个。

新华社发 徐骏 作

观点

守护预制菜安全需要多方发力

□叶金福

近年来，随着消费升级和人们生活节奏加快，预制菜成为餐饮业的新宠，给追求快节奏工作生活同时又垂涎美食的人们提供了一种新选择。对此，专家指出，预制菜如何以好吃、新鲜等对标建设来引动新变局，尚需广大餐饮人的努力。

预制菜的出现，不仅给酒店、饭店等餐饮业烧制菜肴提供了方便和快捷，而且也给不少上班族提供了烹饪的便利。据天眼查数据显示，截至目前，我国预制菜相关企业有5.9万余家。从成立时间来看，44.8%的相关企业成立于1年至5年之间，足见预制菜火热程度之高。

但据了解，由于预制菜存有保质期短、存放时间短等缺点，这无疑会给消费者的食品安全带来一定的风险隐患。因此，笔者认为，要守护预制菜的安全，还需多方发力。

其一，餐饮协会要发力。相关餐饮协会要尽快制定一套专门的预制菜品销售安全标准，让销售预制菜的商家有“标”可依，对“标”销售，切忌各家各“标”，无序销售。

其二，监管部门要发力。市场监管、消保委、食安等监管部门要承担起监管的主体责任，要对商家销售的各种预制菜进行全方位、全链条的监管和督查，一旦发现

微评

【让城市氤氲浓浓书香】

书籍是精神世界的入口。通过阅读，人们能获得知识、锻炼思维、开阔眼界，还能润泽心灵、涵养品格、塑造精神。在城市书房、社区图书馆、公园书苑等场所，人们可以选择喜爱的书籍，沉浸在书海中感受文化之美。公共阅读空间分布在城市的各个角落，既为不同层次、不同年龄段的读者提供丰富多样的阅读服务，也让城市氤氲浓浓书香。

【智能客服怎样才能更智能】

类似智能客服“不智能”、聊天机器人变“机气人”的经历，相信不少人都曾有过。智能客服为何不智能？背后有技术不成熟因素的影响。让智能客服更“聪明”，归根到底还得依赖技术进步。不过技术并非万能，在智能客服存在短板或顾及不到的地方，人工客服不能缺位。小到智能客服、大到人工智能，不论技术怎样发展，都不能偏离以人为本的旨归。期待在不远的将来，智能客服能够名副其实，真正成为企业发展和为消费者提供优质服务的智能助手。

(本报综合新华社、人民日报)

存安全问题，就应通过高额罚单、列入黑名单、从业禁止，甚至追究法律责任等多种处罚机制，让其既付出经济代价，又付出诚信代价，付出法律代价，倒逼其诚信经营，切实守护好预制菜的安全。

其三，消费者要发力。一方面，消费者应选择正规品牌和商家的产品，既要留意产品标签，又要注意收货查验，避免因购买不合格的预制菜而造成食用安全风险。另一方面，一旦购买到有问题预制菜，消费者就应积极大胆地向市场监管、消保委、食安等部门投诉举报，以确保自身舌尖上的安全，切忌“装哑巴”，自认倒霉。

当然，商家也要发力。销售预制菜的商家既要本着诚信至上的经营理念，又要树立安全第一的经营意识，切实保证预制菜的安全，以提升消费者的满意度和安全度，切忌把过期，甚至是变质的预制菜销售给消费者，给消费者的健康安全带来一定的风险隐患。

只要餐饮协会、监管部门、消费者、商家形成联动，共同发力，把预制菜的安全管理纳入到监管范畴，那么，就一定既能确保预制菜的安全，又能守护消费者舌尖上的安全。

『景区+汉服』何以成新潮

□胡绪全

“细绮为下裙，紫绮为上襦”，在很多城市的旅游景区，“汉服小姐姐”“汉服少年”成为一道流动的风景。尤其是有历史底蕴的城市景区，更是汉服爱好者的“打卡地”，比如故宫博物院、四川青城山、无锡鼋头渚、西安长安十二时辰主题街区、洛阳洛邑古城、开封清明上河园等景点，几乎是三步一“娘娘”，五步一“公主”，让人感觉好似穿越到了古代。

从最初的好奇，到现在的跟风，短短几年间，汉服热从星星之火到燎原之势，成为国潮文化、国风经济的重要组成部分，并非一些人的心血来潮，而应是多种因素“加持”的结果。

对优秀传统文化的青睐，是汉服出圈的主要原因。“中国有礼仪之大，故称夏；有服章之美，谓之华。”许多汉服爱好者认为，“中国传统的美，应该被更多人欣赏。”汉服，又名华服，狭义上，指以衣物为物质载体，以中华优秀传统文化为内核的综合文化符号体系。汉服承载着文明礼仪之邦的雄浑，象征着中华灿烂文明的气质，穿着汉服让更多人瞬间增添了不少自信。

电视剧和网络媒体助推“汉服热”持续升温。近年来，《琅琊榜》《三生三世十里桃花》《知否知否应是绿肥红瘦》等古装电视剧占据热播榜，剧中女子着古装裾裾飘飘，男子穿古装温润如玉，古装剧引领的古风审美，让不少年轻人有了尝试穿汉服的冲动。与此同时，网络社交媒体也在推波助澜。抖音、微博有关汉服的话题热度不减，在年轻人云集的B站上，“汉服圈”的“UP主”更是每年以成倍的速度增长，他们发布自己身着汉服、精心剪辑的“国风”短片，点击量数以百万计千万计的屡见不鲜。

旅游景区的引流让汉服迅速“破圈”。2023年，各地文旅局局长纷纷穿上国风传统服饰，当上了当地的“旅游大使”。四川省甘孜州文旅局局长刘洪，以帅气的“笑傲江湖”变装视频在网络上受到好评；湖北省随州市文旅局局长解伟，为宣传当地美景穿上古装扮演“白衣剑客”，以“丑出圈”引发热议……随着井喷式的旅游复苏，很多景区都鼓励穿汉服“打卡”，如“穿汉服免景区首道门票”“传统节日招募汉服爱好者”等，旅游景区已成为汉服的第一使用场景，在景区穿汉服成为当下年轻人的创新玩法。

买汉服、租汉服、穿汉服、拍汉服、晒汉服，汉服逐渐流行起来，“俘获”众多年轻人，甚至形成具有上百万“同袍”爱好者的“汉服圈”，还创造了数以亿计的产值。“汉服热”方兴未艾，汉服产业仍有较大上行空间，相关专家预计2025年汉服市场规模有望达到191.1亿元。这对文旅市场是黄金机遇，对相关产业是重大利好，各地和相关企业要利用好这一“风口”，让汉服“出圈”后更“出彩”，进一步激活文旅消费市场，赓续优秀传统文化。