

解码研学营销 深挖特色内容

让文化成为实践教育的主角

■中原出版传媒集团创新实践教育公司

“教育+旅行”的研学是素质教育的生动实践,早在2016年,教育部等11部门就印发了《关于推进中小学生研学旅行的意见》。而今随着“研学游”热潮的出现,各类研学企业如雨后春笋,各类培训机构也纷纷涉足研学市场。作为河南省内最大的国有文化企业,中原出版传媒集团也早早布局这一赛道。

创意激活,塑造内容工厂与课研智库。以文化符号为核心的内容生产已成为实践教育和文创研学的主流需求,因此,文化的创造性转化和创新性发展成为新的时代课题。在课程研发、线路设计、师资培训等条线,集团公司以优秀的中原文化、黄河文化等传统文化为核心要素,持续不断地为青少年提供高质量、实践性与体验性突出的课程内容。目前已孵化多个课程体系,其中《课本里的远方》系列以K12阶段课本内容为蓝本,涵盖161个与中原文化有关的代表性城市、遗迹、人物和河南故事的符号性内容作为课程孵化的核心要素,以音视频、融媒读物、电视栏目、课程等形式表达传播中原文化的“根与魂”;匠心中国节与非遗手作两个系列则围绕着河南非遗文化,打造代表性特色手工艺课程,让学生感受中华优秀传统文化的传承与发展;传统体育类课程体系围绕中华传统体育项目,并联合郑大体育学院共同将武术、太极拳等独具河南特色的体育项目孵化成易于开展且安全性高的课后服务活动,逐步推进传统体育的普及、传承与推广。

科技赋能,领跑新教改素质教育新赛道。坚持以科技思维与互联网思维激活黄河文化、中原文化

等,依托虚拟现实、大数据、人工智能等科技手段,探索催生更多新业态、新场景和新模式。如打造中小学生课后服务智慧云平台,立足全省的课后服务工作,提供课程孵化、师资培训、在线教学、评价认证、成果展示、数据分析、运营管理、创意孵化等服务和产品,扎实解决课后服务中的监管、学习、评价、交易等痛点,以权威、高效、智能的一站式服务,助力河南省中小学课后服务的开展。

IP塑魂,不断提升品牌的文化内涵和影响力。集团公司正在打造标杆性的素质教育品牌与IP,开展品牌搭建、IP孵化、全媒传播、整合营销、文创衍生品孵化(含设计与生产)、渠道行销、线下活动运作在内的系统性工作。除自有IP外,联合外部优质品牌或团队,孵化一批自带河南基因、能够跨界破圈的美丽乡村IP、文博场馆IP、红色精神IP、农耕IP、非遗IP、民俗IP等,打造IP品牌屋,并进行品牌化运营管理,作为第三方开展IP品牌输出和交易。打造以Z世代为核心受众的全媒体全渠道矩阵,沉淀素质教育大IP的流量池,并将教育属性与文化属性根植到传播内容当中,与学生形成有效互动。通过IP与文创有效赋能文旅产业,延伸文旅产业链及IP价值,驱动多元产品与服务体系建设。

创新传播,沉淀素质教育 and 文旅文创流量池。围绕研学文创和文旅融合多元化市场需求,以研学文旅为载体渠道重点发力,以移动互联为主阵地,聚合互联网社交媒体和传统媒体各自在品牌传播层面的优势,以视频号矩阵、微信等社群平台矩阵、IP直

播矩阵、头部电视栏目矩阵、大型光影秀、赛事博览活动组织等热门传播方式为切入点,以媒体的多元化带来用户圈层化,重塑消费体验、重构内容产业链和传播链,对教育与文化进行最新最深刻的诠释与传播。目前,已联合中央电视台河南站孵化融媒项目,初步立项《了不起的少年:课本剧》《研学第一课》《指尖上的中原》《家在黄河边》等栏目,力争打造爆品,破题出圈,以点带面,引领带动集团公司融合出版产品全面协同发展。

破冰开局,构建全域实践教育和文旅文创渠道。首先,公司全力开拓中小学校、基地营地、文博场馆、文旅景区、美丽乡村在内的研学实践渠道网点,力争开创省内外全域研学劳动教育渠道一盘棋发展的新格局,助力研学实践教育的有机发展。其次,布局全域课后服务渠道。以示范校、示范区县、示范地市为突破口,不断布局课后服务渠道网点,力争实现全域覆盖,并不断在渠道内补充优质的服务内容。最后,布局文旅文创与乡村振兴知识服务渠道。以文旅景区、文博场馆、美丽乡村为核心,进行教育赋能、文化赋能、智慧赋能。通力提升全省研学实践、文旅文创的融合发展,带动乡村振兴建设,打造国内示范性标杆。

河南创新实践教育公司在集团公司的战略布局下,针对教育不均衡和教育普惠性的两大痛点和需求,结合研学和课后的政策特点,遵循商业模式的成功一定靠自下而上、扎根生长的市场规律,陆续在全省37个市区县覆盖落地,为百万余名中小學生提供实践教育服务,开展师资培训近百场,培训覆盖200多所学校、4000多名教师。未来,河南创新实践教育公司将继续坚持“平台+内容+服务”的模式,为河南更多学校、学生、家长提供一站式素质教育服务。

探索流量获取渠道 创新研学项目制运营

■杨耀辉(山西新华书店集团太原有限公司副总经理)

学活动,主题设定为植树节户外主题+红色研学主题,通过各驻校负责人、门店读者群发布活动信息,首期活动达到预期50余人的规模,1辆大巴车正好坐满。活动十分圆满,也给研学业务开了好头。

随后我们在2023年的春季开展了20余场研学活动,有荒野行攀主题、晋商文化主题、飞机场航空研学主题、探秘古生物化石主题等,通过组织不同主题的研学活动锻炼团队,了解市场。

三是依靠全员营销。每次活动山西新华的300名员工都积极转发。我们整合了太原市,甚至山西省本地的研学资源供应链,将研学活动的过程做成视频和公众号的文案,在公众号、门店读者群、各校家长群转发,彰显活动内容的丰富度,逐渐增加学校、家长的认知和口碑,让他们认为新华书店能做研学。这个从0到1的过程比较艰难,但我们最初的宗旨就是不在意眼前得失,主要考虑长远发展。在活动中也逐渐意识到积累口碑的重要性。我们在拜访学校的过程中,了解到学校实际上也在关注太原新华每一期研学活动的内容,所以,经过深入沟通,或



多或少都能承揽到部分业务。有的学校原本一直有固定的研学实践合作旅行社,我们进校沟通后,学校还是愿意拿出个别年级参加我们的研学实践活动。我认为除了对新华书店的信任以外,多期活动积累的口碑,也发挥了关键作用。

四是发展研学VIP群。每次研学活动,我们都会建立家长群,方便家长跟踪孩子的情况。同时安排专门人员全程拍照发群,家长群内沟通氛围良好,形成了正向循环。我们把经常参加活动的家长拉进VIP群,在每次活动发布前,提供“早鸟权益”,给VIP群中的家长折扣优惠,让家长孩子们助力推广。通过学校、机构、家长的口碑相传,目前太原新华研学已经在局部区域内,在参加过活动的家长心中有了一定的口碑。只要活动持续下去,流量的雪球就会越滚越大。

经过15个月的实践,我们对研学市场规律的认识越来越清晰,虽然目前C端和B端同时在做,但是流量的收集还不完善,未来希望寻找技巧通过B端收集流量,为C端研学积累口碑和客户资源。

此外,今年年初太原书城申请到了太原市教育局挂牌认定的“太原市综合教育实践基地”,成为太原市为数不多的挂牌基地,未来我们将充分利用资源,开发店内研学课程,和店外研学形成有力互补,开发和图书相关特色研学方案。

他们在研学实践中不断成长和进步。为了实现这一目标,广西新华根据学生的特点和需求进行分组,确保每个小组内的学生都能相互补充、共同进步。

每次研学实践教育活动结束后,通过学校组织学生进行反思和总结,引导学生详细回顾行程,分享感受与收获,帮助他们清晰整理思路并提炼经验。此过程不仅帮助学生巩固知识,还提高自我认知能力。我们鼓励学生思考如何将所学应用于学习和生活中,以及如何将经历与其他学科学习结合,从而实现学以致用,将研学成果融入日常学习。同时,我们注重收集学生及学校的反馈意见以优化后续的活动方案。

高度重视安全管理。在研学实践教育活动中,安全始终是大家最为关注的问题。为此,我们采取六个关键措施来确保活动的安全:制定详细的安全预案、进行安全教育培训、配备专业的安全人员、定期检查装备设施、保持与家长的沟通联系,并建立紧急响应机制。

“深耕细作”不仅仅意味着对知识的深入挖掘,更代表着对学生个性发展的细致雕琢。在策划和实施研学实践教育时,更加注重每一个细节,精准满足学生的个性化需求。“携手前行”则强调在这过程中,教师、学生、家长以及社会各界形成合力,共同推动教育事业的发展。

展望未来,我们将继续遵循“专业、创新、安全、服务”的核心理念,不断探索并拓宽研学的新领域、新项目,不断加强品牌建设和市场推广力度,致力于将广西新华研学打造成为研学行业内的领先品牌。我们的目标是实现业务的扩展、质量的提升和服务的优化,追求可持续发展的业务模式,努力成为一个在研学行业中具有重要影响力的优秀企业。



书店研学与流量协同发展

■张蕾(青岛新华书店书城副总经理)

近20年来,实体书店在我国已经历多次迭代(转型升级),行业将其称之为“X.0”书店。1.0时代,书店原价卖书,市场供不应求,以品种取胜。2012年~2019年是书店2.0阶段,面对电商的价格冲击,以莒屋、诚品为代表的新型书店环境、陈列和服务的全新感受,促使全国新华书店转型升级,开始图书+非书(多元)产品,以“场景+服务”为主。这种良好的行业生态持续到2019年底,疫情来了,不能出门不能聚集,图书是刚需文化产品,服务开展受限,路在何方?书店加速进入3.0阶段,形成图书、非书衍生品、文化活动、文化定制以及研学活动等相对丰富的经营模式。卖场内的天然客流和自身私域流量对于研学活动组织,形成1+1>2的效果;而研学以文化价值观输出的活动,更能打动客户,提升客户对品牌的认同感,从而达到更大的商业结果。

2016年~2019年,研学板块高速发展,但是存在标准不一、市场混乱情况。2018年1月,青岛市发布关于印发《青岛市中小学研学旅行工作管理办法(试行)》的通知,全力开展研学旅行。2018年11月,青岛市开始促进中小學生全面发展“十个一”项目行动计划。结合青岛市教育的要求,青岛书城构建立体研学多线发展,主要分为在书城基地内开展的和在基地外开展两大板块。自青岛书城2016年暑假首次岗位实践——小小志愿者开展研学以来,共开展6000多场活动,接待中小學生和家长5万多人次,沉淀私域流量2万余人。

基地内研学结合自身空间场景和行业特色,用书店独有的内容打造核心竞争力。一是岗位实践(知识管理系列),开展时间最早、对硬件要求不高,灵活开展。需要注意的是,岗位实践约等于志愿服务,如何从公益活动转变为收费活动,各店可以根据自身特点,进行结合,比如增加手工制作环节或有附加值的体验活动等。大卖场一般比较丰富的业态和合作伙伴,书店也可以选择合适的业态,联合开展门店体验类活动,不仅为各业态引流,也丰富研学的课程。二是大语文(分级阅读系列),是核心课程,具有其他研学不可比的优势。该项课程利用自身员工开展,青岛书城自从开展研学活动后,每年的招工计划会优先录取有教师资格证的员工,用于研学工作开展。同时我们可以利用合作活动和外部资源,一般书店的租赁伙伴都会有教培机构,工作中也会接触大量相关资源,可以合作开展分级阅读课程,减少人工压力。三是书店奇妙之旅,每一本书后面的作家资源、当地优质社会资源是稀缺资源,这可以是书店研学的独有课程。书店每年都会有作家签售会、名家读书会等活动开展,适合青少年的活动可以和研学结合,设计成“遇见大师”课程,与活动同步开展,聚集优质客群。四是文化定制活动。针对成年人提供服务,主要面向有文化需求的政府部门、企事业单位,书店资源和经验并存,费用可观,平均200元1位。如三八节承办某机关100多名女职工活动,营收2万多元。面临的主要问题是有一些营销节点,可能出现场地、领队紧张,建议提前排期,寻求社会合作资源来解决。

基地外研学以“书店+合作”为主,凸显地域特色。一是本地文化“破圈”。青岛是一个红色、工业化的海滨城市,五四运动发生地、近代纺织业代表地、动车头制造地、海洋科学等,特色研学活动可以直观、便捷地了解这个城市的过去、现在,同时展望未来。二是感受城市温度,打卡特色地标。围绕本地政府工作方向,对于城市历史文化线路开发,形成研学课程。青岛书城推出15节系列课程被文旅局采购,用于惠民服务,受到政府和参与者的一致好评。政府采购保证活动规模,但是市民发现有免费项目,对书城日常开展收费项目的招募产生一定影响,今后需要把课程区别化设置。三是“五育”研学课程,将前期30余门课程按照“德、智、体、美、劳”五育教育特色进行划分,同时结合节气、学校教学需求等,持续研发,确保研学课程新颖。对接家委会,承接定制,满足学校和家长需求。以暑期比较受欢迎的“博物知旅”5日营为例,包含传统文化、劳动实践、红色教育、科普自然、海洋生物等多个主题,研学内容与书本知识相融合,每天半日在基地内,半日逛市区博物馆,中午在基地内就餐,满足家长早晨上班前送娃,下班后到书城接娃的“托管”需求,收费可达2000元/人。四是省外、国外路线。可为高端客户提供的小团、私人定制行程,从文化口切入,和各大院校、出版社等深度合作,打造不同于市面的游学产品。同时承接到青岛的地接工作,提供以青岛本地文化+旅游等资源打造独家游学,如“探秘海阳”“青岛人文历史”等定制活动。

研学活动目前也不是一个新兴事物,行业越来越“卷”,我们在做内容的同时,还要关注研学成果展示,通过多种方式展示,来提升品牌的竞争力,同时也有利于各项活动招生。新型卖场书店研学方向“书店+教育+文化+服务+专注私域流量”,书店作为入口,为C端客群提供场地、获客、系统、会员多重赋能;突出教育属性的研学活动和相关文化服务,又通过线上线下、场内场外,为书店卖场引流赋能。

加强顶层设计 打造研学示范点

■韦冬冬(广西贺州市新华书店经营管理部主持工作副主任)

根据集团公司“十四五”战略规划部署要求,广西新华重点加大研学实践教育项目的推进力度,创建自主品牌,着力打造“新华研学”,通过加强顶层设计,设立研学业务的综合运营机构;聚焦课程研发,构建新华研学核心竞争力;打造研学示范点,参与构建全国新华书店研学产业联盟,实现研学资源整合,注重创建研学品牌,讲好品牌故事,提升品牌特色和影响力。

作为广西领先的国有文化企业,集团公司利用自身文化资源和地域优势,在研学领域取得了一定成绩,目前,广西全区13家市公司完成研学业务营业执照注册,开展各类活动。贺州市公司自去年6月以来,累计组织1.6万人次学生开展研学实践教育活动,覆盖全市各年龄段学生。预计2024年全年研学业务服务人次将突破5万。

充分利用地理文化优势设计研学活动。广西新华在充分利用贺州自然资源和文化基础上,开发了“姑婆山自然探索”和“黄姚古镇历史文化体验”等研学课程,让学生深入探索当地生态与文化。

同时,为进一步提升服务质量,广西新华与紫云仙境研学基地合作,共同打造一个融合高科技与自然环境的AI编程和地质研学基地,融入学生安全教

