

出版社暑期 研学、夏令营 路线图揭秘

(上接第7版)



发挥地域优势,让纸上精彩与实地体验呼应

■ 骆 骆(新疆青少年出版社天青知行研学教育有限公司副总经理)

青少年研学产品信息及完成咨询、报名等工作,目前他们的一站式报名服务体系已完善建立。

创新点、差异化揭秘 在知识获取途径日益多元化的当下,读万卷书与行万里路的融合成为教育发展的新趋势。新疆青少年出版社深耕出版领域,凭借“这里是新疆”系列绘本,精心描绘出了新疆大地的多彩画卷。这些绘本串联起天山南北,涵盖了从繁华巴扎到古老遗迹,从独特建筑到民族艺术等丰富内容,为大众认知新疆提供了生动窗口。然而,纸上的精彩若能与实地体验相互呼应,将能极大地拓展读者尤其是青少年的知识视野与认知深度。基于此,新疆青少年出版社研学教育有限公司应运而生,致力于将出版资源优势转化为独特的研学体验,打造“跟着青少年社绘本打开新疆地图”研学项目,让参与者借由绘本为引,亲身走进新疆,触摸这片土地的真实温度,感受其深厚文化底蕴。

比如,绘本《我还想去博物馆》就是新疆维吾尔自治区博物馆的游记。我们都知道新疆维吾尔自治区博物馆作为省博,非常全面完整地将新疆的文物、历史、各地文化进行展示,当带孩子们来这里研学的时候,我们引导孩子先通过绘本《我还想去博物馆》对博物馆建立初始记忆,再带他们亲自参观,孩子们对博物馆的印象,对于藏品的记忆就会尤其加深。

研学业务成绩及团队架构 因新疆青少年出版社成立时间较短,目前项目已在出版图书渠道进行推广,2025年世界读书日至“六一”国际儿童节期间,青少年社研学教育就在深圳市妇女儿童大厦开办“跟着图画书游新疆”主题文化展及2025“跟着青少年社打开新疆地图”研学线路推广活动。4月20日活动当日有300多组深圳亲子家庭参与其中,通过活动了解认知新疆,走进青少年社“这里是新疆”系列书籍。对青少年社研学教育的主题研学旅行线路感兴趣的家长可进一步了解。

自开展研学业务以来,新疆青少年社已累计服务学生千余人次,覆盖新疆本地及北京、山西等多个地区的学生群体。接待地域广泛,不仅在乌鲁木齐等城市开

展活动,还深入到喀什、伊犁等具有浓郁地域特色的地区,带领学生领略新疆各地的文化魅力。

新疆青少年社在研学、夏令营业务开展过程中,拥有专业的研学公司以及专业的师资队伍,团队由专职研学公司工作人员、各行业领域专家导师及专兼职研学导师、导游共同构成。今年暑假,7月中旬新疆青少年社将接待来自我国香港地区的体育研学交流团,该团人数为60人,还将为“跟着青少年社打开新疆地图”主题研学旅行项目线路成团人员进行研学旅行服务。因目前多地还未放暑假,所以主题研学旅行线路的参与人员还在招募报名中。

宣传推广及招生路径探索 线上,我们主要通过社交媒体平台(如微信公众号、视频号等)发布研学项目信息、活动照片和视频,吸引潜在客户关注;与教育类网站、论坛合作,进行广告投放和内容推广。线下参加教育展会、研学论坛等活动,展示研学项目成果;与学校、社区合作,举办研学讲座和宣传活动,提高品牌知名度。同时,与旅行社、教育培训机构建立合作关系,借助其渠道进行招生。例如,与当地旅行社合作,将研学项目纳入其旅游产品体系,吸引更多外地游客家庭参与;与教育培训机构合作,通过其学员资源进行推广,给予一定的招生优惠政策,实现互利共赢。

经验思考 出版社拓展研学、夏令营项目需要注意在三个方面持续提升能力。一是课程创新。要持续挖掘出版资源,结合新的教育理念和热点,开发更多新颖独特的研学课程。例如结合新疆丰富的非物质文化遗产,开发“非遗文化之旅”研学课程,让学生深入体验维吾尔族的十二木卡姆、哈萨克族的阿肯弹唱等非遗项目。二是师资培养。要加强研学师资队伍建设和培养,培养既懂出版知识又具备教育教学能力和实践经验的专业师资。三是品牌建设。要进一步强化品牌宣传,提升品牌知名度和美誉度。利用多种渠道进行品牌推广,如参加国内外研学展会、举办品牌主题活动等,打造具有市场号召力的出版属性研学品牌。

暑期主推项目 今年暑期,新疆青少年出版社天青知行研学教育有限公司主要策划了香港高中生体育研学交流团和“跟着青少年社打开新疆地图”5条主题研学旅行线路。

主题研学项目“跟着青少年社打开新疆地图”,紧紧围绕新疆青少年社近年来所出版的“这里是新疆”系列图书内容,将阅读和行走中的“课堂”紧密地联系在一起。该项目本年度共推出五条新疆精品研学旅行线路,线路可以亲子同行,也可孩子单飞,可以乘坐大巴集体出行也可一家,或者和志同道合的朋友一起享受房车独立空间的轻奢旅行。

在主题项目课程设置过程中,我们用“这里是新疆”系列书籍打开孩子们对新疆的整体认知,强化他们对所前往的地域及新疆多元文化的认知。当研学旅行开始,孩子们在行走中“触摸”地球演化的脉络、解码文化传承的密码、在沉浸式体验中实现认知与成长的多维突破。课本中的西域风光化作眼前的实景画卷,地图上的丝绸之路印记变为脚下的文化长廊,正是我们将“行走中的阅读”立体化呈现的独特方式,也是将知识多维度架构的重要过程。我们研学项目报名主要依托第三方服务平台“信多帮”完成。研学公司在该平台注册并发布产品及报名信息,想了解的家人们可在信多帮平台搜索“青少年社研学”即可全面了解新疆

暑期主推项目 今年暑期,我们策划的重点研学项目是东方娃娃暑期邮轮研学营。策划之初,我们就大胆提出设想:长线的研学活动需要依托的交通工具无外乎火车、飞机、轮船,那为何不将我们的特色活动搬到大型邮轮上,让孩子们在享受邮轮之旅的同时,也能沉浸于我们精心打造的绘本世界?基于此,东方娃娃暑期邮轮项目也就应运而生。

此次邮轮项目路线为:上海集合—第一天:江南造船厂探秘—第二天:登船(登船入住,开暮盛典+晚宴)—第三天:火山岛的自然课堂(韩国济州岛)—第四天:千年海港的时空折叠(日本福冈)—第五天:航海日、东方娃娃研学活动—第六天:返航上海包含吴淞港。此次研学营收费根据学员预订船上的不同房型,收费在3000-5000元/人不等。

创新点、差异点揭秘 《东方娃娃》年发行1300万册的庞大资源和深厚的读者基础,是我们夯实的根本。东方娃娃组建了由学前教育专业讲师构成的自营团队,并依托丰富的绘本资源,开发“纸戏剧”“围裙剧”等沉浸式教具,将绘本内容转化为可互动的立体体验,确



通过“研学+旅行”深度融合,寓教于乐

■ 宋 力(《东方娃娃》杂志社市场部经理)

保活动品质。这是我们活动的优势所在。

本次研学营我们期望通过“研学+旅行”的深度融合,在丰富邮轮行程的同时,为孩子们提供“寓教于乐”的沉浸式体验。

研学业务成绩及团队架构 东方娃娃开展的雨花台研学项目持续推进,直至2024年8月中旬圆满收官,累计开团30余班次,为超过500个孩子提供了优质的研学服务。绘本《红领巾讲解员》来源于“童心向党”系列,讲述的是南京雨花台风景区的故事。我们安排了传统的烈士就义群雕、丁香树、纪念馆的讲解,还给孩子制定了有特殊任务的研学单,让他们在参观过程中有具体的目标,达到在“研”中“学”的目的。接着,我们会进入教室与孩子们共读、讲解《红领巾讲解员》,让其能更全面地了解关于雨花台的故事。最后,孩子们向烈士献花,让他们与英烈们进行一场跨越时空的对话。

今年暑期的东方娃娃邮轮研学营项目经过多种渠道的宣传、推广和招生,目前已招收到200余组家庭。

宣传推广及招生路径探索 目前,我们主要的推广、宣传和招生的渠道包括新媒体、朋友圈、地面绘本馆、幼儿园以及东方娃娃的众多合作单位等多种渠道。

经验思考 在过去一年多的时间里,我们陆续开展研学业务,形式上主要聚焦于半日游和一日游。其间,也曾大胆尝试开拓新线路,始终围绕自身擅长的绘本领域规划路线,秉持“老师活动宣传—围绕一本书打造线路—赋予教育意义”的思路进行线路设计与推广。然而,现实却给我们泼了一盆冷水,只要涉及长线项目,我们仿佛又回到了研学的老路上——面临着招不到孩子的困境。

为了探寻出路,我们深入研究了旅行社以及研学单位的线路产品。一番调研下来,我们发现,在激烈的市场竞争中,价格似乎成了最终的决胜因素。在长线研学产品里,“研”与“学”的价值似乎被“游”和“住”的体验所掩盖。而且在长线活动中,东方娃娃多年以来建立的线下活动优势无法施展,这让我们陷入了深深的思考。

四是自然启迪·创意表达:“五感写作·自然启迪——《儿童文学》现场作文擂台赛创作夏令营”。由《儿童文学》资深编辑、知名儿童文学作家担任观察。在精心选择的自然场域中,通过科学观察、自然游戏、感官训练、名家工作坊、同伴互评、现场创作擂台赛等形式,激发孩子用“五感”捕捉自然精微之美,将鲜活体验转化为富有灵性的文字,是文学素养与自然教育结合的创新实践。

目前,“中少研学”的核心参与者主要为小学中高年级学生,他们大多具备良好的阅读基础和求知欲。大部分来自《中国少年报》“红领巾小记者站”的小记者,中少总社“阅读+”项目合作校的学生,中少旗下《儿童文学》的“童萌”、《我们爱科学》《猫武士》等品牌书刊读者的忠实小读者“粉丝”“猫迷”。展望未来,“中少研学”将持续深耕“出版+研学”特色赛道,以更具吸引力的研学内容和方式,号召更广泛的少年儿童加入“中少研学”实践大家庭,让研学成为他们“行走的课堂”和“成长的加油站”。

2025年“中少研学”暑期档,不仅是一次精彩的旅程,更是一场精心设计的深度成长实验。我们以出版为根基,以专业为保障,以体验为路径,希望助力少年儿童在广阔天地间,研有所思,学有所获,旅有所感,行有所成,为他们的未来奠定更坚实的素养基石。

暑期主推项目 为全面塑造孩子的科学创造思维,近期,新蕾出版社与英国麦克米伦出版公司及未来基因(北京)人工智能研究院达成合作意向,迈出了向人工智能教育出版领域进军步伐,新蕾社联合中国科学院、天津大学人工智能实验室及业内专家学者,在暑假期间推出了“中国科学院AI实训营”与“人工智能夏令营”,针对提升孩子国防科技知识,打造了“军事推理营”以及“探秘火箭制造厂”“北大研学”等特色活动。

此外,我们还与儿童文学博士王林合作,在暑期开展“读写侦探营”活动,邀请教育专家、畅销书作家、编辑,分别为家长讲解如何培养孩子的自主阅读学习的能力,带领小读者探秘出版流程,拆解创作背后的故事,沉浸式感受专业阅读氛围。



其中,“人工智能夏令营”“读写侦探营”是这个假期的重点项目,“人工智能夏令营”融阅读赋能、科技实践、名校浸润、工业探秘于一体,用5天时间为孩子们打造一趟沉浸式的AI奇幻之旅,招生两期,目前招生已满。

“读写侦探营”分为整本书课程设计、图画书教学实践课,到中国民航大学、国家海洋博物馆、杨柳青博物馆参观并举办创意作文比赛环节,为期4天,目前招生已满。

创新点、差异点揭秘 从资源整合来看,我们突破了单一活动场景的局限,构建起“顶尖学术资源+产业实践平台+专业内容创作”的三维联动模式。充分发挥我社品牌特色,将“阅读赋能”贯穿所有活动始终。比如人工智能夏令营中,会配套专属的AI主题科普读物,让孩子在实践之余通过阅读深化认知;非传统研学则结合相关绘本,让传统文化的学习更具层次感。这种“阅读+”的模式,既区别于纯玩型夏令营,也不同于单一技能训练的机构,真正实现了“玩中学、读中悟”的融合。

研学业务成绩及团队架构 2021年,新蕾社成立品牌运营中心,开启研学业务探索。部门配备三名具备多年编辑、策划经验的专职人员,基于社内精品书刊,开发并组织一系列研学活动近2000场。我们的研学并非传统模式,而是以“通过研学为小读者提供阅读服务”为核心理念,将出版内容与实践创新融合,助力孩子在体验中深化对图书的理解与兴趣。

比如依托《社会主义核心价值观》,联合多方开展“金色信念启航薪火永传理想”主题阅读成长计划;围绕《一词一世界》在多校推进整本书阅读活动;以“中国好书”《我的世界》为主题,举办“我的世界无限大”主题书展及数十场相关活动。科普类有依托《百科探秘》期刊开展的“探秘火箭制造厂”“探秘星空”等活动,单场参与人数超80人;思维推理类凭借《仓鼠大侦探》《奇妙逻辑推理》等书刊,推出“仓鼠思维训练营”等活动,深受学校欢迎。这些成熟产品线,从不同维度满足孩子的阅读与成长需求,形成新蕾社特色研学品牌。

宣传推广及招生路径探索 新蕾社依托多年积累的粉丝群体与读者认可,构建了多元精准的推广招生体系。线上深度运营官方微信公众号、抖音、小红书等自有平台,定期推送活动详情;同时精细化运营家长群、读者群等私域社群,发布专属福利与报名提醒,增强用户黏性。线下则结合学校时间,在家长会前、放学等节点,于周边发放传单,附赠饮品、期刊吸引关注,再由编辑根据孩子特点精准推荐,提升转化。今年更创新线上直播模式,编辑与导师在直播中详解活动并答疑,打破地域限制扩大影响。通过线上线下联动,既激活既有粉丝,又拓展新用户,为活动招生提供有力保障。

「阅读+」+「名校」多维赋能
■ 王倩涵(新蕾出版社数字产品中心副主任)

“中少研学”2025暑期档 以出版为翼,开启深度成长实验

■ 中国少年儿童新闻出版总社阅读服务中心小记者研学部相关负责人

2025年暑期,依托中国少年儿童新闻出版总社深厚的文化积淀与专业优势,“中少研学”品牌精心打造了一系列精品研学项目。

暑期,是少年儿童拓宽视野、深化认知、锤炼能力的黄金窗口期。作为课堂教育的延伸与升华,高质量的研学实践,正日益成为提升少年儿童综合素养的关键路径。“中少研学”有着高质量的研学路线,高品质的研学内容、高水平的研学服务、高标准研学保障。紧紧围绕新时代少年儿童综合素养全面提升为核心,打造精品独家研学路线与研学活动。

“中少研学”将“读万卷书”与“行万里路”深度融合,为少年儿童构建沉浸式、探究式、成长型的实践学习体验,赢得了市场的广泛关注与热烈期待。

2025暑期,“中少研学”的精品研学路线特色鲜明,成长可见,具体研学项目包括几个主题:

一是民族团结·文化共情:“各族少年手拉手,山水齿轮肩并肩”(西南民族风情与文化交融之旅)。依托《中国少年报》平台,组织“中国少年报红领巾小记者”与壮、侗、瑶等民族同龄人深度交流。通过民俗体验、采访实践、写作任务,亲身感受多元文化魅力,理解“民

族团结”的深刻内涵,播下友谊与理解的种子。

二是海洋强国·文化解码:“潮涌岭南,国门重器耀南海”(岭南文化、海洋科技与侨乡文明探索)。跨越时空,链接“千年非遗”与“现代科技”(如探访相关科研机构或港口)。深度体验独特的“置家”水上文化,解码岭南开放、包容、创新的文化基因。实地感受国家海洋战略与前沿科技成就,增强民族自豪感与使命感。

三是文明对话·深度启蒙:“对话千年文明——132小时解锁孩子的敦煌历史地理启蒙之旅”。“中少研学”力争做“出版+研学”深度融合的典范,凸显出版资源转化的独特价值。以中少总社精品绘本《看得见的敦煌》为知识蓝本和情感铺垫,由知名“守窟人”邢耀龙老师领队,深入榆林窟,体验“守窟人”的日常,参与简单临摹或修复体验,在专家指导下进行深度观察与研讨。让抽象的历史地理知识在真实的洞窟壁画、大漠山川中变得可触摸、可理解、可共鸣,实现从“书本认知”到“生命体验”的飞跃。

