

泛游学与营地教育白皮书-发布版

2019年



1

随着社会经济的快速发展，中国的学生与家长逐渐把眼光投向学校教育和家庭教育之外的新型教育模式。其中**泛游学与营地教育**产品服务越来越受到关注。中国泛游学与营地教育行业起步较晚，经过二十余年的尝试和摸索，在政策的鼓励下快速发展起来。目前可大致分为**国际游学、国内研学、营地教育**三种产品类型。

2

2018年中国泛游学与营地教育用户规模约在**3121万人次**水平，其中国内研学和营地教育的参加人次约3016万，国际游学的参加人次约105万。根据均价结合用户规模保守估计，2018年市场规模或在**946亿**水平。随着用户规模的扩大，泛游学与营地教育市场规模或会保持**20%**以上水平的增长率逐年快速上升。

3

中国泛游学与营地教育**行业集中度极低**，格局分散，头部机构的市场占有率仅在1-2%左右，所有市场参与主体预计几千家，但其中营收规模在千万级以下的中小型机构占了绝大多数。巨大的市场挖掘空间和资源整合度低的特点，决定了行业远未进入一个充分竞争的格局，在未来10年里将长期处于市场参与主体共同摸索前行的一片蓝海中。

4

中国泛游学与营地教育行业的主体用户是**中小学生群体**，包含部分大学生。不同产品类型之间有明显年龄差异；女生参与热情更高。家长用户多是正值年富力强的70后、80后，中等收入人群为主体，普遍拥有较高学历，教育决策较为民主。但现阶段中国用户群体**对泛游学与营地教育产品了解尚浅**，认知程度与参与经验高度相关。

5

鉴于以上行业研究和用户调研结果，本报告提出了泛游学与营地教育行业的几点**宏观发展趋势**。

全球泛游学与营地教育发展概述

1

中国泛游学与营地教育行业发展分析

2

中国泛游学与营地教育用户研究

3

中国泛游学与营地教育行业发展趋势

4

泛游学与营地教育概念

学校教育和家庭教育之外不可或缺的第三种教育力量

随着中国经济社会的快速发展，中国的学生与家长逐渐把眼光投向学校教育和家庭教育之外的新型教育模式。其中以“体验式学习”为核心思想、以游学及营地为内容的教育产品服务越来越受到关注与青睐。由于游学类与营地类教育产品服务在中国的发展时间较短，且产品服务的种类繁多，业内尚未形成明确清晰的行业界定。在本报告中，将国内研学、国际游学、营地教育共同纳入泛游学与营地教育行业范畴，对该行业及其细分领域进行分析研究。

中国泛游学与营地教育相关概念内涵梳理



作为学校教育和家庭教育之外不可或缺的**第三种教育力量**

泛游学与营地教育的核心思想均指向**体验式学习**，参与者通过实践来掌握知识提升自我

泛游学在旅程中配合特定的课程实现教育目的，营地教育则多在固定的场地内开展

蜜蜂内参

不要错过**让你洞察**整个商业世界的蜜蜂内参

每日精选资料给您

不定期分享顶级外文期刊

扫码免费入群

蜜蜂学堂

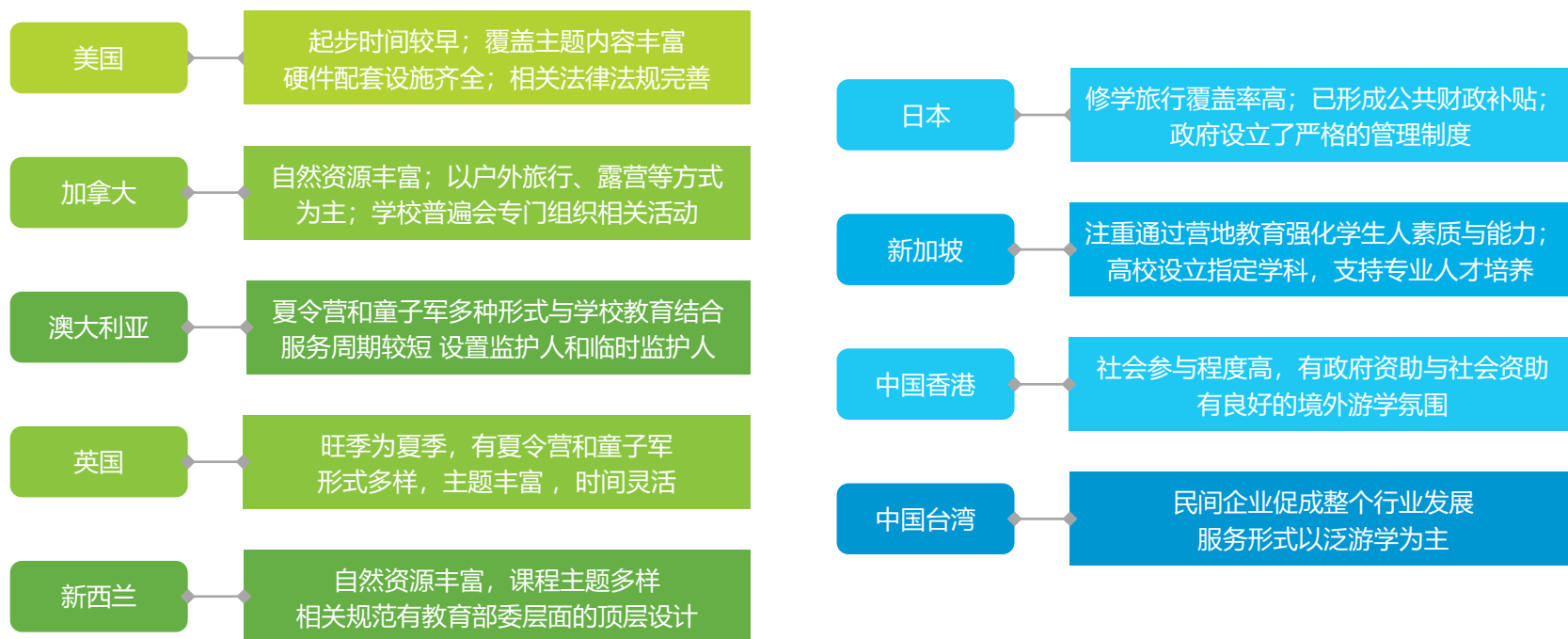


国际泛游学与营地教育行业发展概述

在不同国家和地区有不同的发展进程与表现形式

综观泛游学与营地教育行业相对成熟的国家和地区，多已建立较为成熟的泛游学与营地教育行业规范体系，并把泛游学与营地教育作为青少年教育的重要环节纳入到正统教育体系中。在不同国家和地区，泛游学与营地教育有不同的概念与表现形式，其中美国是最早开展以教育为目的的营地教育活动的国家，标志性事件是1885年纽约城郊举行的YCA 露营活动；修学旅行则是最早由日本提出，并于1946年开始正式纳入学校教育体系在全国范围实施。

典型国家和地区的泛游学与营地教育行业发展特点



来源：艾瑞咨询研究院根据专家访谈、公开资料研究绘制。

中国泛游学与营地教育行业发展历程

探索有中国特色的泛游学与营地教育行业发展路径

中国泛游学与营地教育行业起步较晚，经过二十余年的尝试和摸索，在政策的鼓励下快速发展起来。由于中国的历史发展、社会民生、文化传统、教育理念等方面与发达国家和地区的情况存在较大差别，所以无法通过简单的照抄和复制将泛游学与营地教育很好地引入国内市场。探索有中国特色的泛游学与营地教育行业发展路径，研发适合中国学生的产品服务模式，至今仍是中国泛游学与营地教育的重点课题。

中国泛游学与营地教育行业发展历程



来源：艾瑞咨询研究院根据专家访谈、公开资料研究绘制。

泛游学与营地教育主要产品类型

目前可大致分为国际游学、国内研学、营地教育三种类型

国际游学是一种国际性跨文化体验式教育模式，我国学生通过国际游学可以出访欧美、澳洲、日韩、东南亚等国家和地区，开拓视野，增长见识。国内研学则是素质教育在中国不断发展的体现，在学校、机构等市场参与主体有计划地组织安排下，为学生开展研究性学习和旅行体验相结合的校外教育活动，是学校教育和校外教育衔接的创新形式。营地教育是一种基于营地生活和体验式活动的创新教育形式，在营区中的沉浸式学习生活，有助于创造持续性的教育体验。

中国泛游学与营地教育主要产品服务类型及特点

	泛游学		营地教育
	国际游学	国内研学	
参与对象	年龄范围较大，主要面向小学高年级、初中以及大学学生	主要面向小学高年级、初高中学生	可以面向学前、小学、初高中学生
时长	时间相对较长，以1-2周居多	以1周左右居多，也有短期日间营、周末营等	周期灵活，有一日营、两日营、一周营、两周营、一月营等
目的地	欧美、澳洲、日韩、东南亚等国家和地区	国内各地热门旅游城市	国内一二线城市及文旅资源优势地区
主题类型	留学体验、背景提升、文化探索等多种类型	自然探索、人文社科、励志启蒙等多种类型	自然教育、历史人文、健全人格/励志、学术、生存、军事等
优势	体验超前教育体系、增加国际见闻、体会多元文化、体验国外高校、为留学做准备	帮助孩子亲近自然 增强历史人文见识	增强体质，培养兴趣，锻炼社交等非认知能力，提高综合素质

来源：艾瑞咨询研究院根据专家访谈、公开资料研究绘制。

全球泛游学与营地教育发展概述

1

中国泛游学与营地教育行业发展分析

2

中国泛游学与营地教育用户研究

3

中国泛游学与营地教育行业发展趋势

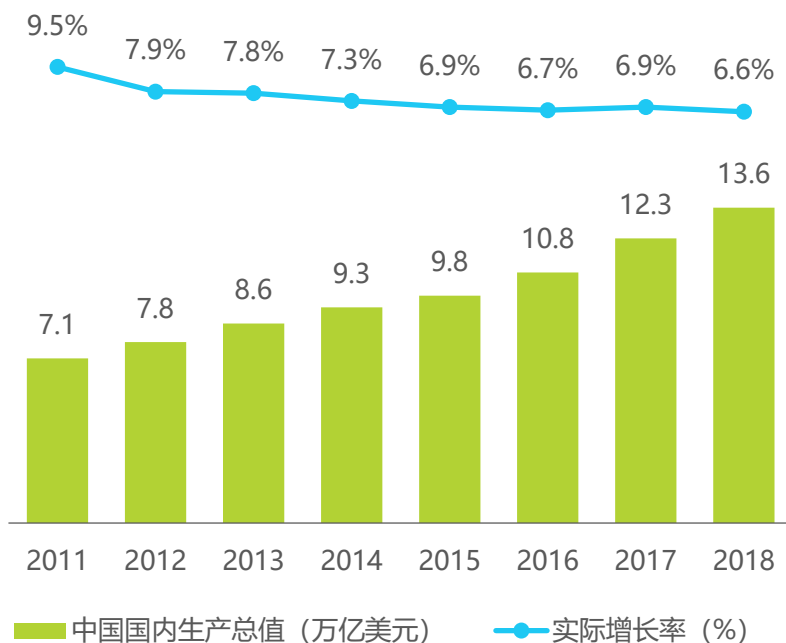
4

行业背景-中国经济保持强劲发展动力

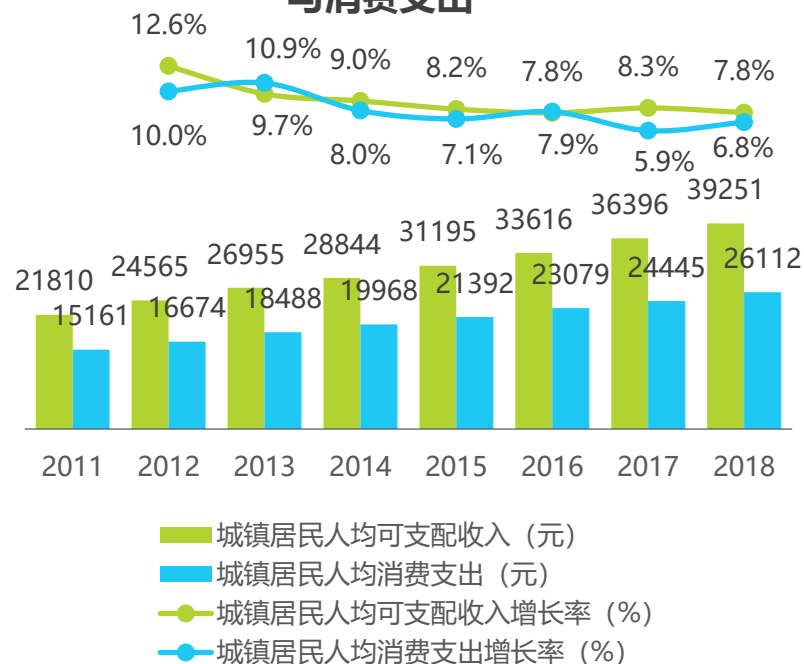
带动国民消费动能，城镇居民人均可支配收入与消费双增长

2018年中国全年国内生产总值总量超过90万亿元，比上年增长6.6%，按年平均汇率折算超过13.6万亿美元，保持了经济持续健康发展，为各行各业快速稳定发展提供坚定基石，也是中国民众消费水平提升的条件。2018年城镇居民人均可支配收入39251元，比上年增长7.8%，扣除价格因素，实际增长5.9%；城镇居民人均消费支出26112元，增长6.8%，扣除价格因素，实际增长4.6%。除了人均可支配收入的上升外，对优质产品和服务的追求是促进城镇居民消费支出的核心内因。

2011-2018年中国国内生产总值与增速



2011-2018年中国城镇居民人均可支配收入与消费支出



来源：国家统计局。

来源：国家统计局。

行业背景-居民消费支出持续增长

消费结构不断改善，并有向教育文化娱乐方面倾斜的趋势

近年来随着经济的快速增长，居民消费支出持续增长，消费升级仍然是中国居民生活方式变化的大方向；消费结构不断改善，居民消费从注重量的满足渐而转向了追求质的提升；中国居民消费整体有向教育文化娱乐方面倾斜的明显趋势。在基础物质生活有所保障的同时，中国居民开始重视精神生活质量的提升以及成长性的教育投资。整体来看，教育是当前中国居民最为关切的问题之一。

2018年中国部分居民消费相关宏观数据

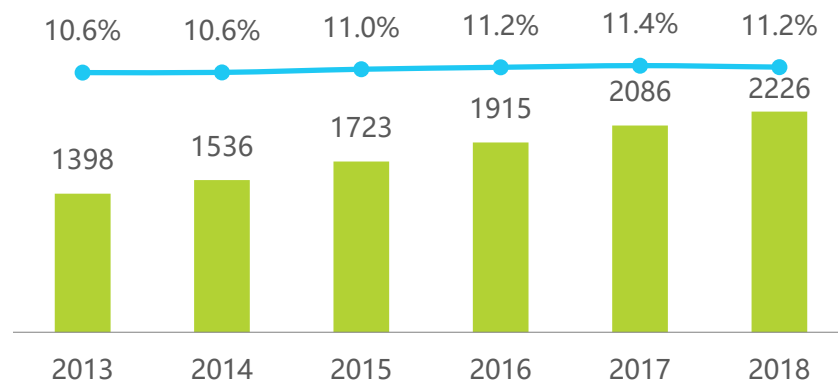
社会消费品零售总额 **38.1**万亿元，增长**9%**

国民服务性消费支出
占消费总支出比重 升至**49.5%**

恩格尔系数 **28.4%**，下降**0.9%**

消费对经济增长贡献率 **76.2%**，增长**18.6%**

2013-2018年中国居民人均教育、文化和娱乐消费支出及占比



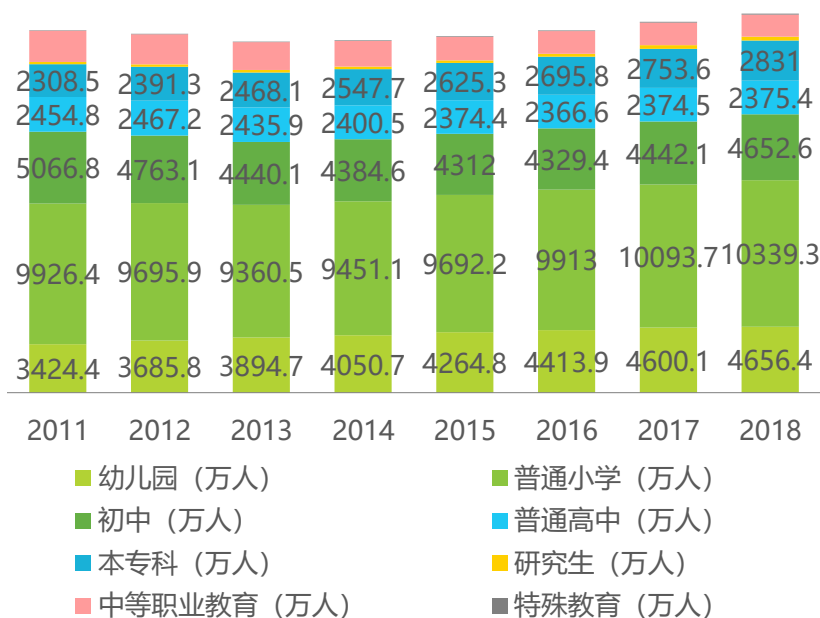
■ 居民人均教育、文化和娱乐消费支出 (元)
● 居民人均教育、文化和娱乐消费支出占比 (%)

行业背景-教育人口基数庞大

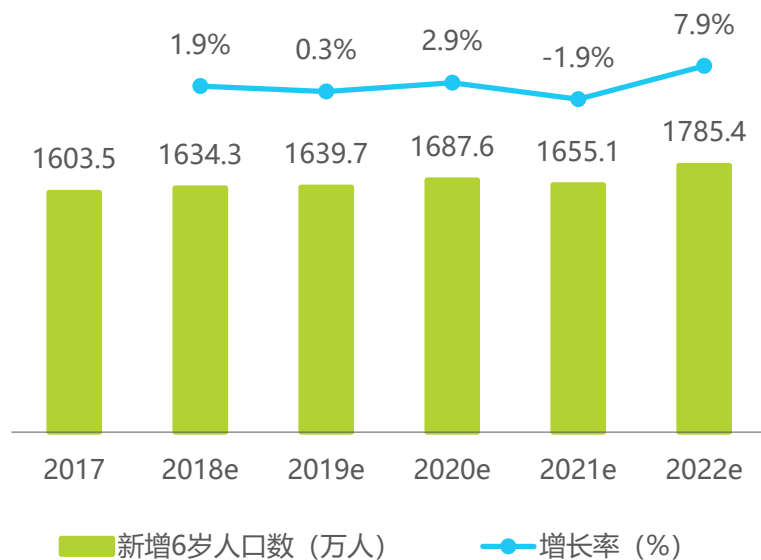
既是国家建设的基石，也为中国教育事业的发展提出挑战

2018年中国学前教育在园幼儿4656.4万人，比去年上涨1.2%；K12教育阶段在校人数共1.74亿人，比去年上涨2.6%；大学本专科在校人数2831.0万人，比去年上涨2.8%，每年有约1600万6岁人口成为新增的小学一年级学生。同时在新时期知识驱动、创新驱动和产业升级驱动下，以人口质量为动能的新一轮红利将会开启，受教育人口数量持续增加。人口红利只有通过教育才能变成人才红利，而中国受教育人口的巨大数量基础，一方面成为国家现代化人才建设的基石，一方面也为中国教育事业的发展布局提出挑战。

2011-2018年中国历年受教育人口数量



2017-2022年中国每年新增6岁人口数



来源：国家统计局。

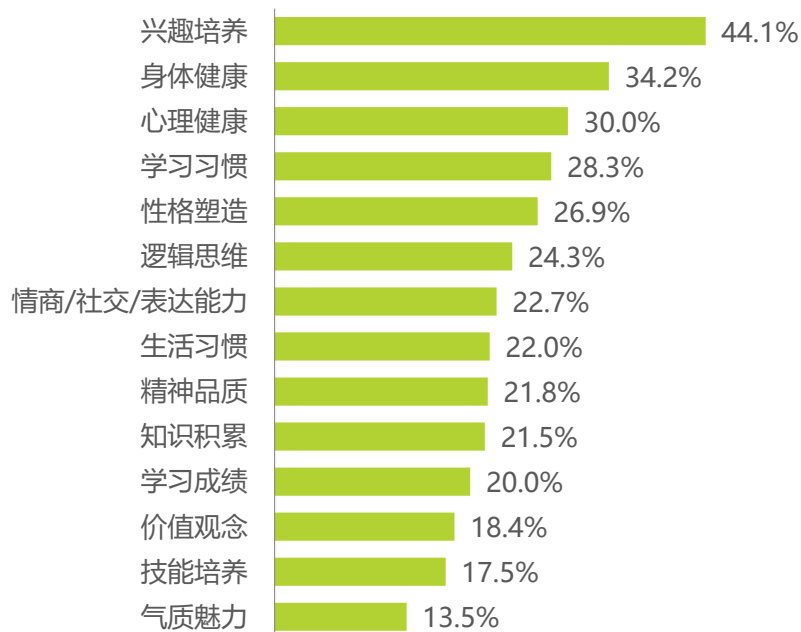
来源：艾瑞咨询研究院根据国家统计局与其它公开资料自主统计及核算绘制。

行业背景-国民教育理念的转变

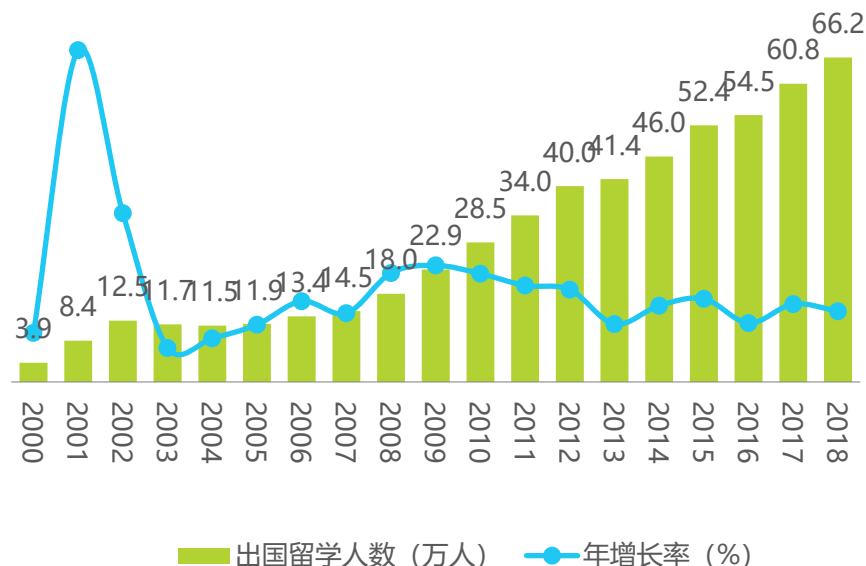
中国居民对高品质、素质化、国际化教育需求不断提升

随着中国家长用户年龄结构变迁发生的教育观念变化，针对孩子的素质教育逐渐成为家长关注的方面，如兴趣培养和身心健康等。同时，2018年中国学生的出国学习和回国服务的规模双增长，这不但与国家战略高度契合，也说明中国居民对高品质、素质化、国际化教育需求的提升。国民教育理念的变化说明泛游学与营地教育行业拥有广阔的市场挖掘空间，这一行业需要从用户角度挖掘中国家庭包括全人教育、素质教育、国际化教育等多样化教育需求。

2018年中国3-15岁素质教育家长对孩子各方面成长的关注程度



2000-2017年中国出国留学人数及年增长率



来源：2018年8月艾瑞中国素质教育行业白皮书用户调研数据。

来源：教育部。

行业背景-研学旅行等相关政策发布

肯定游学类教育方式的意义和作用，推动行业规范继续完善

2013-2019年中国泛游学与营地教育行业部分相关国家政策与措施

年份	相关政策与措施	内容概述
2013年	国务院《国民旅游休闲纲要(2013-2020年)》	纲要首次提出了研学旅行的概念和设想 研学旅行的学习实践方式得到了政策层面上的肯定与支持
2014年	教育部《中小学学生赴境外研学旅行活动指南》	明确对研学旅行的定义、活动内容等做出了阐释 并且对研学旅行中的行程安排、教育内容等提出了具体的指导意见
	国务院《关于促进旅游业改革发展的若干意见》	首次明确了“研学旅行”要纳入中小学生日常教育范畴 同时，鼓励社会教育机构向学校、学生提供夏令营、冬令营游学产品
2015年	国务院办公厅《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》	《意见》强调了支持研学旅行发展 并首次把研学旅行纳入学生综合素质教育范畴
2016年	“十三五”规划研学旅游元年	国家旅游局公布首批“中国研学旅游目的地”和“全国研学旅游示范基地通知”
	《中国学生发展核心素养》正式发布	强调“引领学生培育适应社会发展与终身发展需求的必备品格和关键能力”
	教育部《关于推进中小学生研学旅行的意见》	论证了研学旅行的重要性，明确指出需将研学旅行纳入中小学教育教学计划 要求各地把研学旅行摆在更加重要的位置
2017年	国家旅游局《研学旅行服务规范》	《规范》是针对研学旅行实施做出了权威性规范的文件 明确描述了研学旅行的术语和定义，详细规定了服务各环节的具体要求
	教育部《中小学德育工作指南》	指出在研学旅行实施过程中，校外机构应与学校通力协作 强调需把研学旅行纳入学校教育教学计划，并要规范研学旅行组织管理
2018年	《教育部基础教育司2018年工作要点》	指出要继续实施中央专项彩票公益金支持校外教育事业发展项目 推进研学实践教育营地和基地建设
2019年	中国旅行社协会《研学旅行基地（营地）设施与服务规范》	规范和提升研学旅行基地（营地）服务质量 使研学旅行基地（营地）有相对科学、规范的准入条件

来源：艾瑞咨询研究院根据国务院、教育部、国家旅游局、中国旅行社协会等公开文件和资料研究绘制。

用户规模

现有用户约3121万人次水平，其中国内研学和营地教育约3016万人次，国际游学约105万人次

当代中小学生是中国泛游学与营地教育行业的主要目标服务人群，综合考虑目标用户群体的数量、结构、消费能力、泛游学消费意愿等维度，艾瑞咨询保守估计，2018年中国泛游学与营地教育用户规模约在3121万人次水平，其中国内研学和营地教育的参加人次约3016万，国际游学的参加人次约105万。随着用户群体的扩大和用户需求的增长与变化，渗透率继续扩大是极大概率事件。如何进行用户的有效转化，则需要整个行业的市场主体以教育本质和学习效果为出发点，将泛游学与营地教育产品的教学价值最大化。

2018年中国泛游学与营地教育潜在用户与现有用户规模预估

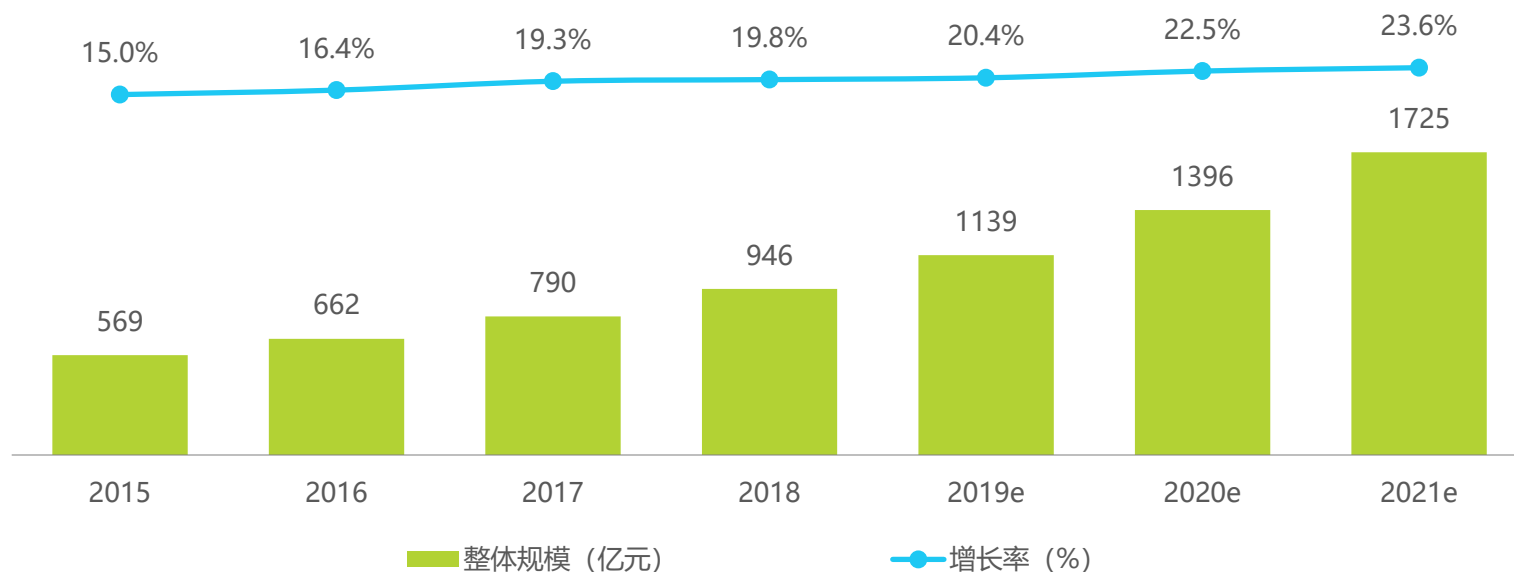


来源：艾瑞咨询研究院根据企业访谈及公开资料自主统计及自主模型核算绘制。

2018年市场规模946亿水平，未来将保持20%以上增长率

根据本次调研结果，目前国际游学产品客单价多分布在2万-5万区间，国内研学产品平均客单价多在6000元以下，营地教育的多在8000元以下，根据均价结合用户规模保守估计，2018年市场规模或在946亿水平。随着用户规模的扩大，泛游学与营地教育市场规模或会保持20%以上水平的增长率逐年快速上升。

2015-2021年中国泛游学和营地教育市场规模

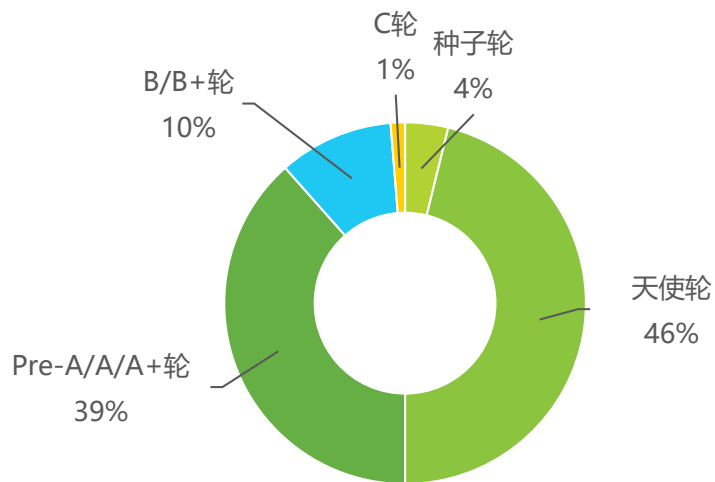


来源：艾瑞咨询研究院根据企业访谈及公开资料自主统计及自主模型核算绘制。

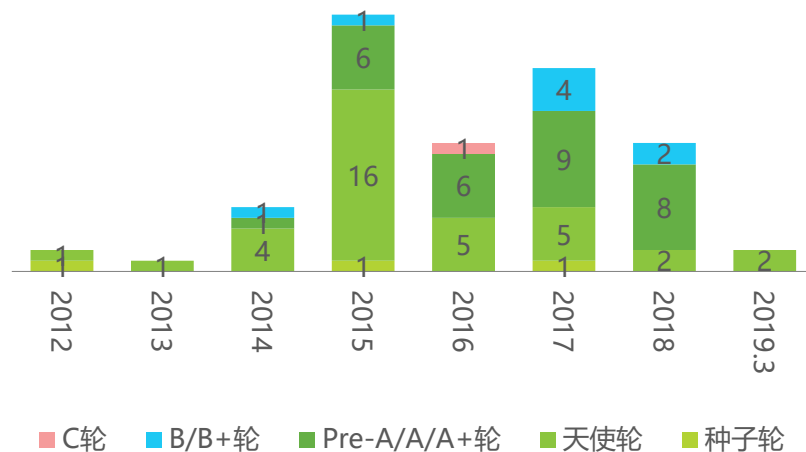
投资市场持续审慎，关注潜力型创业项目，观望行业发展

近些年来，有关泛游学与营地教育行业的投融资数量逐渐增加，获投机构主要来自教育和旅游行业；相比于教育、旅游等其他相关赛道领域，泛游学与营地教育的获投数量仍然较小，获投规模偏低。2012年以来，录得的有效投融资事件更多集中在天使轮与A轮等，2015年研学旅行政策的推出活化了这一赛道资本进入迟缓的局面，2016年起，B轮、C轮融资开始出现。泛游学与营地教育行业“教育+ 旅游+ 地产”的综合属性决定了其高成本投入、长业务链条和长回报周期的特点，审慎的投资市场目前仍然主要把目光放在处于融资早期阶段的潜力型创业项目上，持续观望着这一行业的未来发展。

2012年至今中国泛游学与营地教育投融资
轮次占比



2012年至今中国泛游学与营地教育投融资
数量与轮次



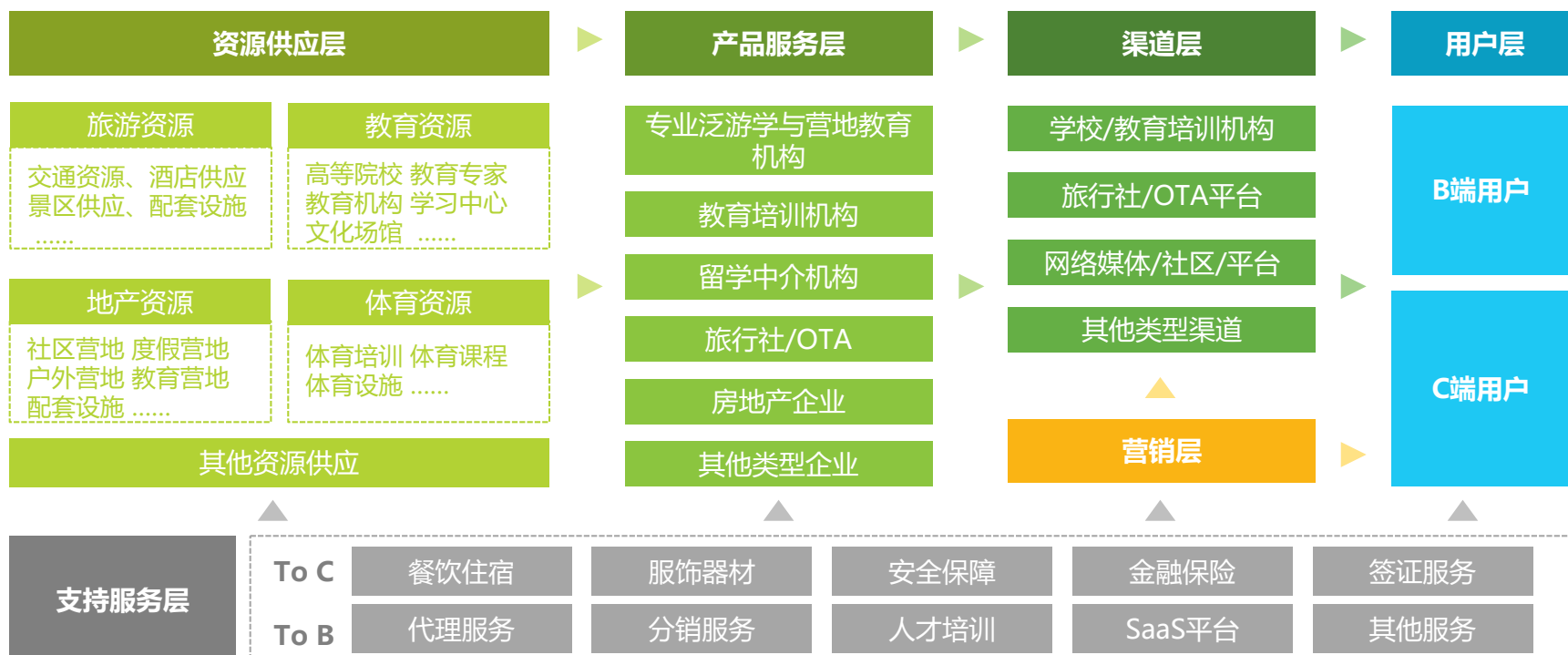
来源：it桔子。

来源：it桔子。

环节众多的长产业链条，以产品服务层为核心和枢纽

中国泛游学与营地教育行业经过长期的发展，逐渐形成一个环节众多的长产业链条。整体来说，整个产业从上游贯穿下游，基本上主要包括六层：资源供应层、产品服务层、渠道层、营销层、支持服务层和用户层。其中产品服务层是整个行业的核心，也是链接上游资源和下游渠道的枢纽。

2019年中国泛游学与营地教育行业产业链概述

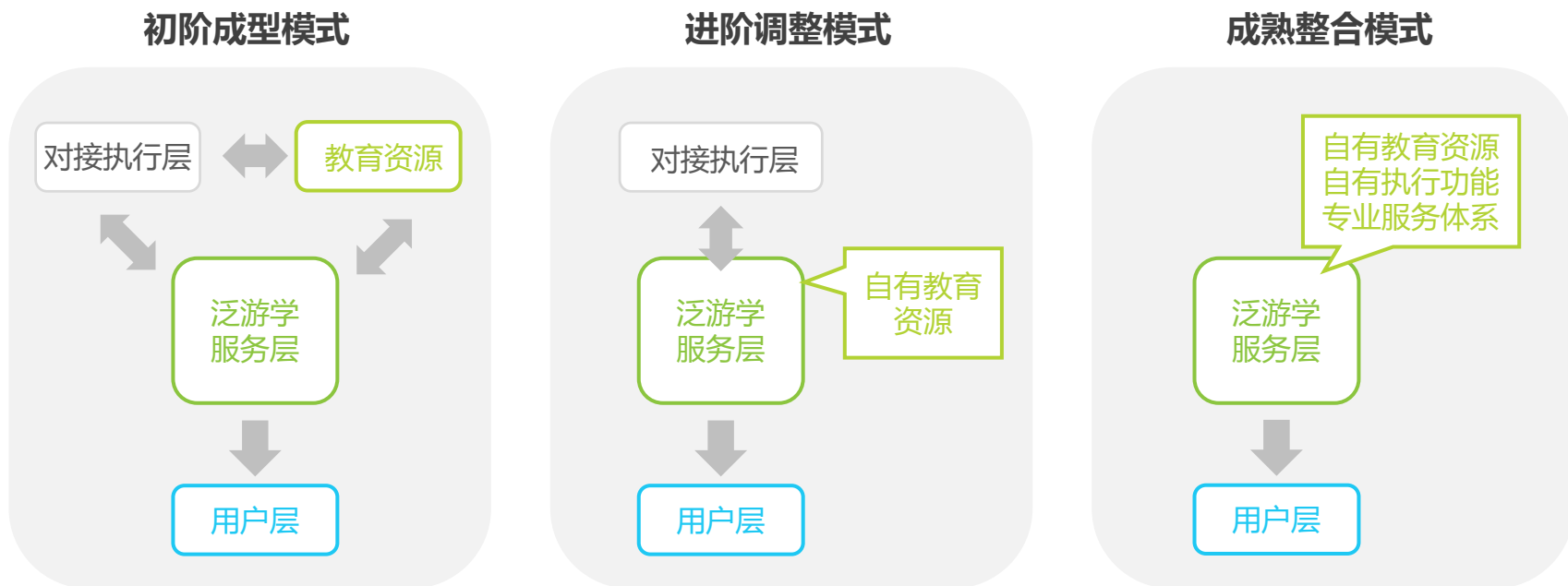


来源：艾瑞咨询研究院根据企业访谈、公开资料自主研究及绘制。

按照产业链整合与成熟程度不同分化为三类商业模式

泛游学产品服务被视为“教育+旅行”的跨行业类产品，既有教育的属性，又有旅行的属性。随着整个行业经过十余年的萌芽、摸索和快速发展，整个产业链也经历了成型、调适和整合的变化过程。按照产业链整合程度和成熟程度的不同，泛游学产品服务商业模式可主要分为大概三类：初阶成型模式、进阶调整模式和成熟整合模式。在成熟整合模式中，市场参与主体已经成为是泛游学服务的直接提供者，在资源高度整合的基础上能够提供一条龙服务，多见于大型专业泛游学机构。

2019年中国泛游学服务的常见商业模式



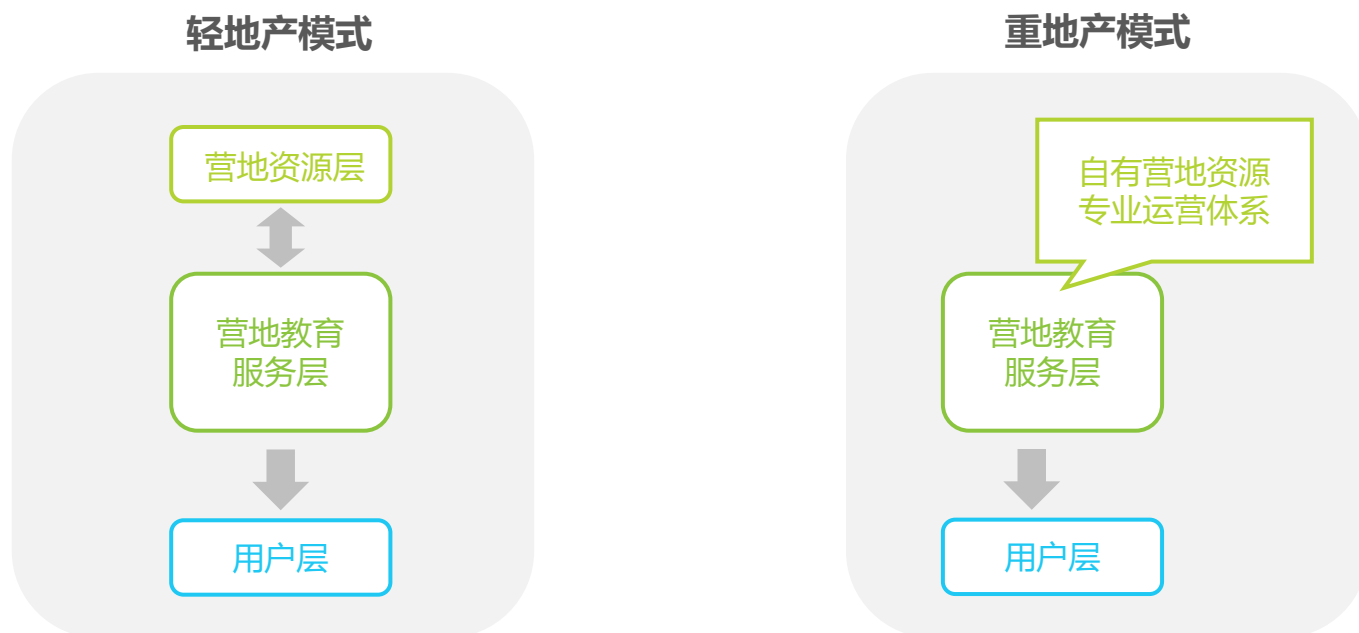
来源：艾瑞咨询研究院根据企业访谈、公开资料自主研究及绘制。

商业模式-营地教育

围绕地产资源的运营方式不同可分为两类商业模式

营地教育以能够成为教育载体的地产资源为基石，多被视为“教育+旅行+地产”的跨行业类产品。围绕地产资源的运营方式不同，泛游学产品服务商业模式可主要分为两类，轻地产模式和重地产模式。轻地产模式是市场参与主体选择与相应地产资源进行合作，基于现成的场地结合自身资源形成教学课程，整体打包形成营地教育产品推向市场。重地产模式是市场参与主体直接进行地产投资，开发专门的以营地教育为主题的地产项目，形成以营地为核心的教育产品。

2019年中国营地教育服务的常见商业模式

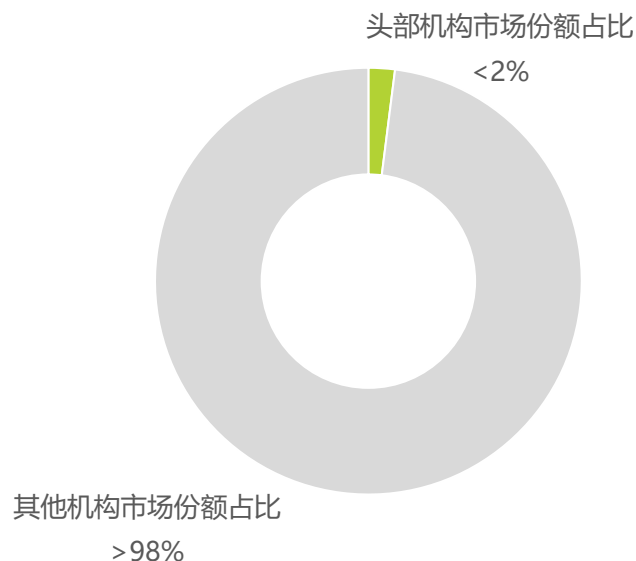


来源：艾瑞咨询研究院根据企业访谈、公开资料自主研究及绘制。

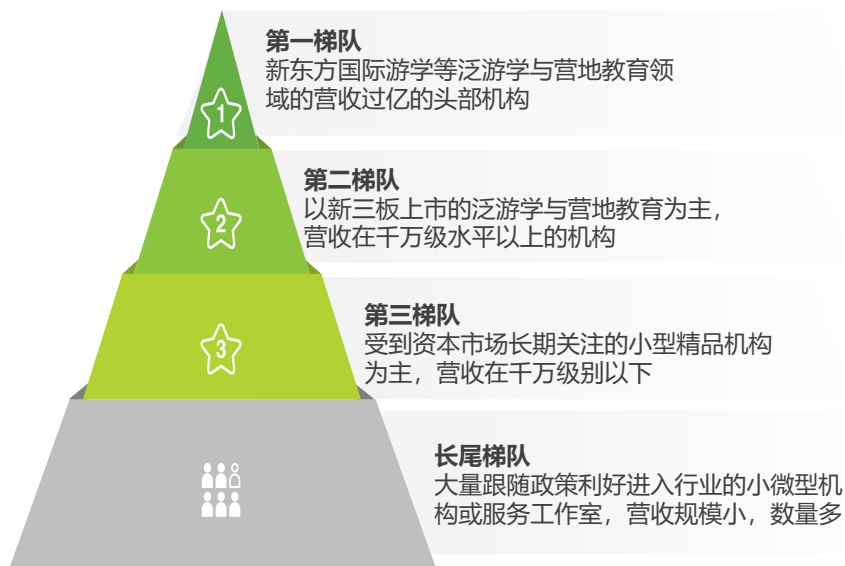
行业格局分散，头部机构市场占有率仅1-2%

中国泛游学与营地教育行业巨大的市场挖掘空间和资源整合度低的特点，决定了整个市场仍然远未进入一个充分竞争的行业格局，或会在未来10年里长期处于市场参与主体共同摸索前行的一片蓝海中；这也导致整体行业的行业集中度极低，格局分散，头部优势机构（仅针对泛游学与营地教育业务部分）的市场占有率水平仅约在1-2%左右。所有市场参与主体预计能达到几千家，但其中营收规模在千万级以下的中小型机构占了绝大多数。通过综合考虑发展进度、营收规模、品牌影响力、融资和上市情况以及产品服务研发情况等指标，大致可将机构划分为四重梯队。

2019年中国泛游学和营地教育行业集中度



2019年中国泛游学与营地企业梯队示意图



来源：艾瑞咨询研究院根据企业访谈、公开资料自主研究及绘制。

来源：艾瑞咨询研究院根据企业访谈、公开资料自主研究及绘制。仅针对部分专业泛游学与营地教育服务机构以及以泛游学与营地教育服务为主营业务之一的部分其他类型机构进行初步规模划分。

全球泛游学与营地教育发展概述

1

中国泛游学与营地教育行业发展分析

2

中国泛游学与营地教育用户研究

3

中国泛游学与营地教育行业发展趋势

4

用户研究方法 with 样本结构说明

进一步了解中国泛游学与营地教育用户群体的理念与需求

01 研究目的及内容

为了进一步了解现阶段中国当前泛游学与营地教育用户群体的游学理念、体验和态度，以及他们对当前行业的评价、观点和期望，艾瑞对全国范围的现有用户与潜在用户群体进行定量问卷收集。

02 调研样本说明

调研概况	描述
调研对象	本次调研选取 泛游学与营地教育现有用户和潜在用户群体 作为研究对象
样本来源	新东方国际游学支持
有效样本数量	3458份，其中家长样本1908份，学生样本1550份
样本条件	泛游学与营地教育用户样本需要参加过至少一次国际游学、国内研学或营地教育 泛游学与营地教育潜在用户样本需要在未来有意向参加国际游学、国内研学或营地教育其中至少一种

样本：N= 3458；于2019年3月通过新东方国际游学平台调研获得。

用户画像-学生

现有主体用户是中小學生群体，不同泛游学与营地教育类型之间有明显年龄差异；女生参与热情更高

2019年中国泛游学与营地教育学生用户画像



学生画像

性别特征

女生占比为55.9%，男生比例为44.1%。女生略多于男生
女生参与泛游学与营地教育的热情度相对更高

年龄特征

主体用户是中小學生群体，包含部分大学及以上学生。
小学及以下29.7%，中学阶段46.9%，大学及以上23.3%

需求差异

国内外泛游学用户目前以中学生为居多，尤其是国际游学服务，中学生占比57.1%；营地教育用户以小学生居多，52.5%

潜在人群

潜在用户年龄结构偏低，小学生及其家庭的占比明显比现有用户更高，为36.3%。人群结构有向低龄化发展的趋势

用户画像-家长

70、80后家长居多，中等收入人群为主体，普遍拥有较高学历，教育决策普遍较为民主

2019年中国泛游学与营地教育家长用户画像



家长画像

年龄特征

正值年富力强的70后、80后中青年时期
绝大多数家长的年龄集中在30-49岁之间，共占比94.7%

收入特征

以中等收入人群为主体，92.5%的家庭月收入在8000元以上，67.7%的家庭月收入在10000元以上

学历差异

普遍拥有较高学历，71.8%的家长拥有本科以上学历

教育决策

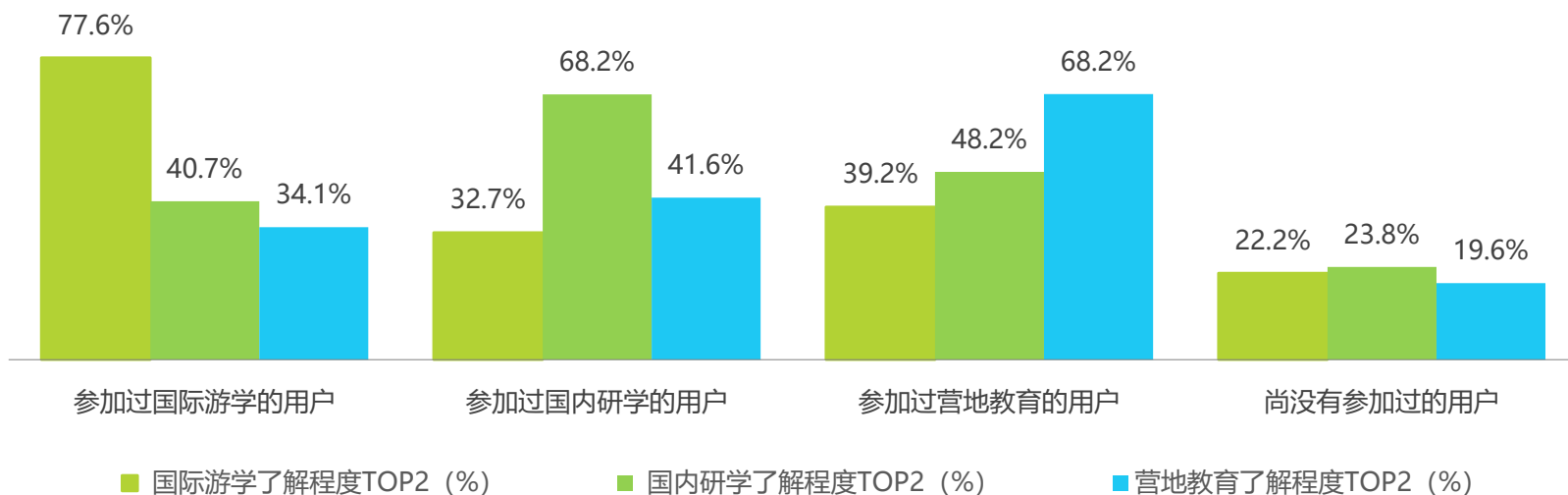
相对自由开放的子女教育决策方式。在泛游学与营地教育的选择上，大多数家庭是家长和学生一同决定的，共占比65.5%

用户的产品了解程度

产品服务整体普及率尚低，用户的认知水平源于参与程度

本次调研结果显示，现阶段中国用户群体对泛游学与营地教育产品了解尚浅，认知程度与参与经验高度相关。也就是说只有参与过相关泛游学与营地教育产品后，用户群体才能建立起相对深入的认知水平；而在没有参加经验但有未来参与意愿的用户群体中，仅有20%上下的用户群体对相关产品有一定程度的了解。相比于素质教育的其他领域，泛游学与营地教育类服务整体普及率并不算高；潜在目标用户虽然基数庞大，但目前渗透率尚且偏低，有待进一步拓展。

2019年用户对不同泛游学与营地教育类型的了解程度TOP2



注释：本题为用户对不同泛游学类型了解程度的4分打分题（从4分非常了解到1分完全不了解）。了解程度TOP2（%）=用户选择“非常了解”占比+“比较了解”占比。TOP2得分越高，表示用户对该类型服务类型的了解程度越高。

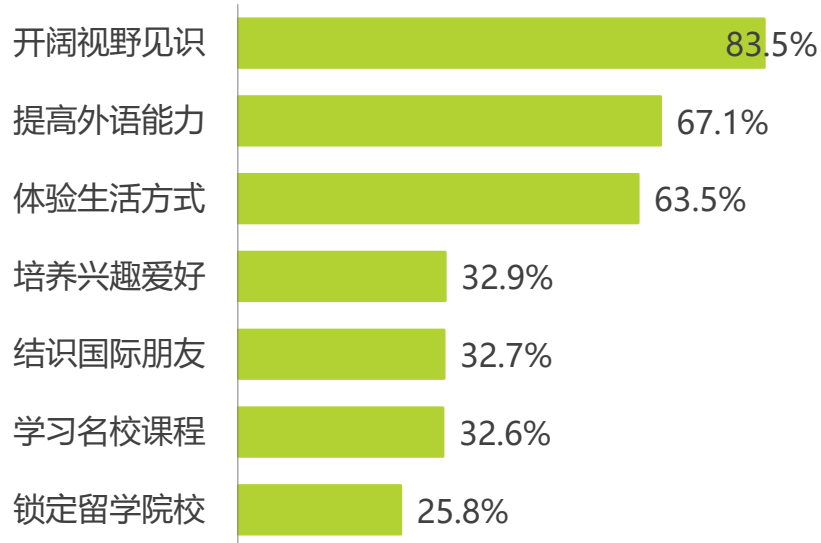
样本：N= 3458；于2019年3月通过新东方国际游学平台调研获得。

国际游学-参与目的与考虑因素

开阔视野是最主要目的，关注目的地、行程内容和安全

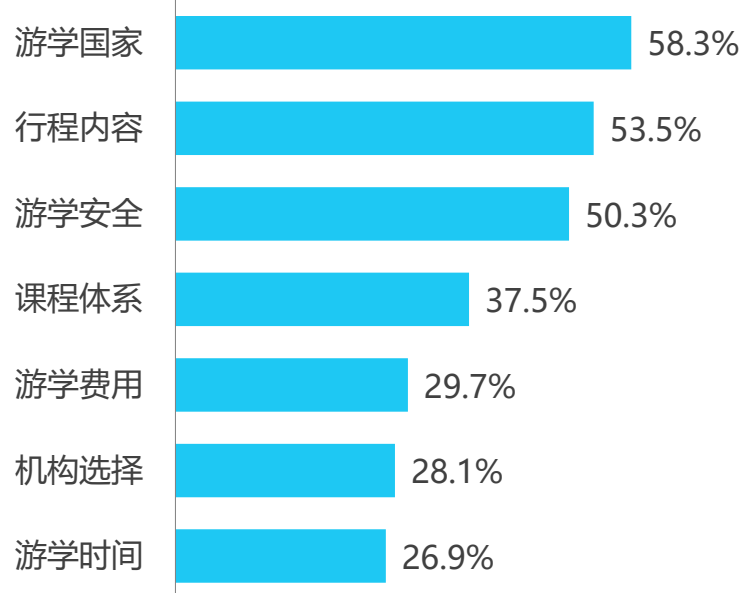
用户群体参与国际游学的最重要目的是开阔视野增长见识、提升外语能力和体验生活，占比83.5%、67.1%和63.5%，整体来看，目前中国用户群体参加国际游学多出于在体验性和收获性上的目的，市场参与主体需要进一步引导和培育市场，挖掘深层次、多元化的游学需求。对于参与国际游学，用户群体考虑因素的优先序列为：游学国家和地区、行程内容、游学安全情况、教育课程体系、费用投入水平、服务机构考评，最后才是游学时间的选择。

2019年用户参与国际游学的目的



样本：N= 3458；于2019年3月通过新东方国际游学平台调研获得。

2019年用户参与国际游学时的考虑因素



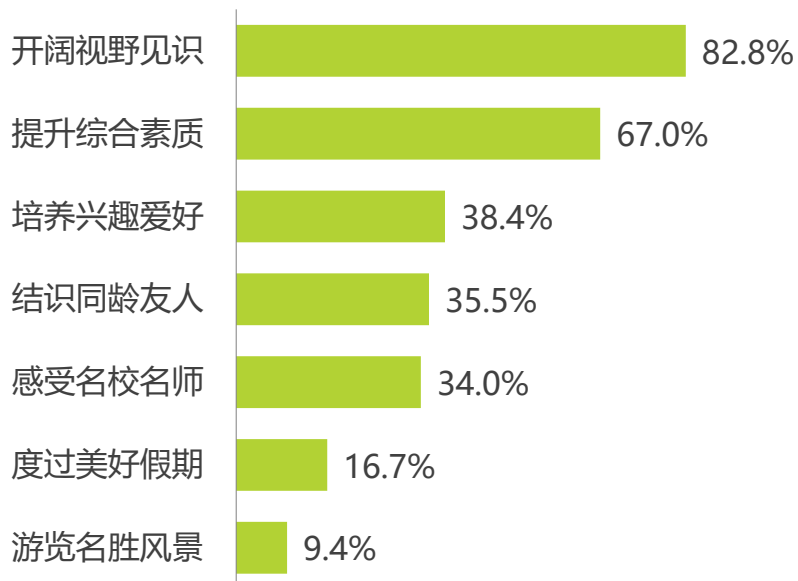
样本：N= 3458；于2019年3月通过新东方国际游学平台调研获得。

国内游学-参与目的与考虑因素

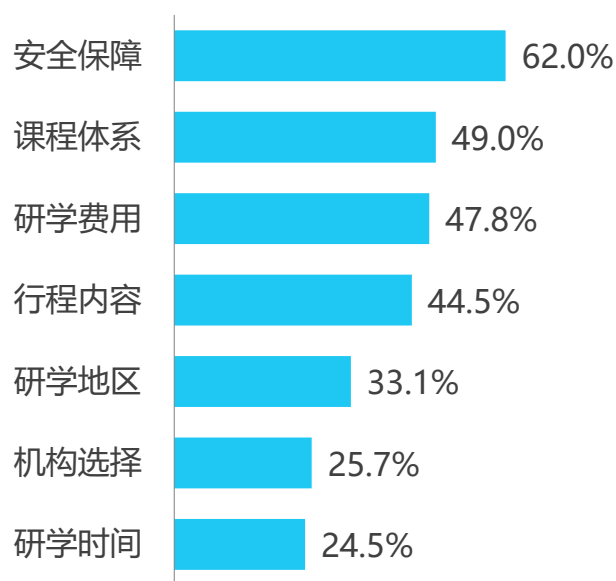
以开阔视野和提升素质为主要目的，关注安全、课程和费用

与国际游学服务相对一致，用户群体参与国内研学的最重要目的是开阔视野增长见识，其次为提升综合素质，占比82.8%和67.0%。用户群体希望在国内研学的过程中，学生能够汲取在课堂中学习不到的知识，扩大视野宽度，加深见识深度，加快自我成长，并且希望通过有效的教育手段，将学生培养成全面发展的高素质人才。对于参与国内研学，用户群体考虑因素的优先序列为：安全保障、课程体系、研学费用、行程内容、研学地区、服务机构考评，最后才是研学时间的选择。

2019年用户参与国内研学的目的



2019年用户参与国内研学的考虑因素



样本：N= 3458；于2019年3月通过新东方国际游学平台调研获得。

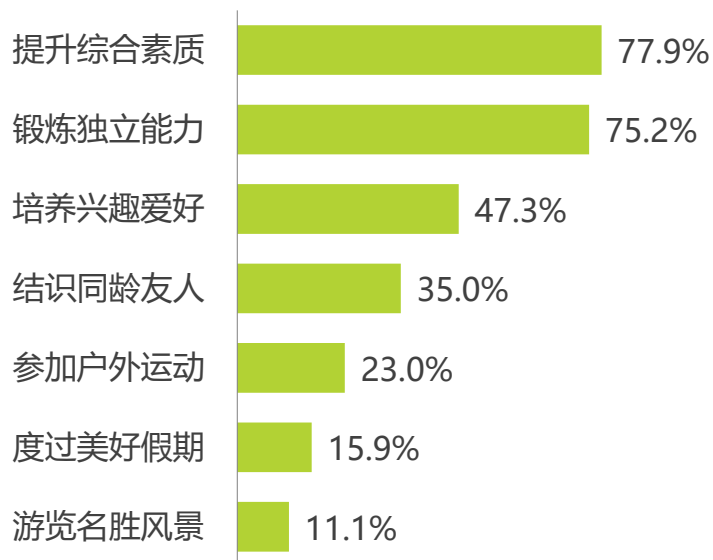
样本：N= 3458；于2019年3月通过新东方国际游学平台调研获得。

营地教育-参与目的和考虑因素

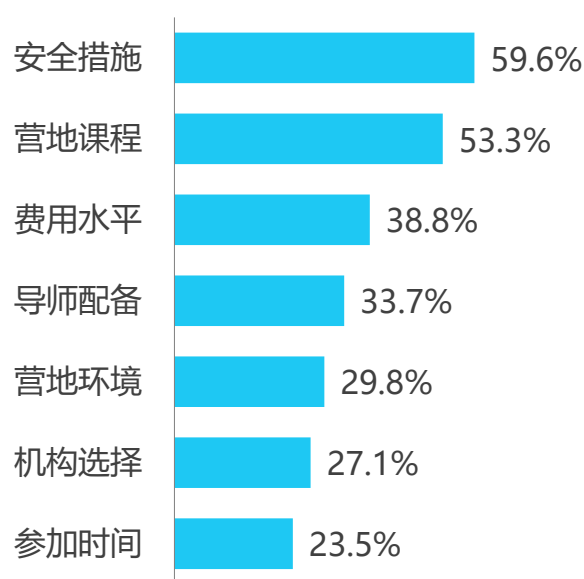
以提升素质和锻炼独立能力为主要目的，更关注安全与课程

提升综合素质、锻炼独立能力和培养兴趣爱好是用户参加营地教育的主要目的，占比为77.9%、75.2%和47.3%。整体来看，在营地教育中，用户希望通过有效的学习手段培养课堂中不能锻炼的独立能力，开发兴趣爱好，为学生未来发展形成源源不断的积极动力，促进学生综合素质全面发展。在参加营地教育时，主要考虑的因素依次为安全设施、营地课程、费用水平、导师配备、营地环境、机构选择和参加时间。

2019年用户参加营地教育的目的



2019年用户参加营地教育的考虑因素



全球泛游学与营地教育发展概述

1

中国泛游学与营地教育行业发展分析

2

中国泛游学与营地教育用户研究

3

中国泛游学与营地教育行业发展趋势

4

行业发展趋势-产品

以质取胜的竞争局势凸显，机构需要打造个性化产品服务

中国泛游学与营地教育市场的优胜劣汰的步伐正在加快，作为以教育为本质的产品服务业态，以质取胜的竞争局势将会更加凸显。在保持产品服务质量的基础上为不同特点和需求的用户推出定制化的服务，是行业在未来必将面临的挑战和机遇，也是市场参与主体提升自身竞争力的一个重要突破口。随着中国用户的教育需求有继续丰富和细分，市场参与主体需要将更广泛的用户思维深入到产品研发中，研发本土化、多样化、个性化、定制化的泛游学与营地教育产品，让每位学生都能找到适合自己的一款。

2019年中国泛游学与营地教育行业发展趋势-产品个性化



聆听用户需求，打造个性化产品服务

中国泛游学与营地教育相关社会资源将进一步整合

目前中国的泛游学与营地教育市场参与主体仍然处于单打独斗、各自为政的散点式发展模式，各地区的教育资源、旅游资源、地产资源、信息资源、生源渠道等都相对处于彼此割裂的局面，这也在一定程度使得中国泛游学与营地教育行业的发展效率偏低，用户端游学成本居高不下，且同时对分散的市场参与主体的规范化以及产品的标准化产生一定阻碍。中国泛游学与营地教育行业需要建立资源共享协作机制，逐渐推动政府、教育、旅游、地产、交通、信息媒体、金融保险等多方面资源的进一步合作，更好地发挥整合效应，将泛游学与营地教育服务的效用最大化，服务于中国高素质人才的培养事业。

2019年中国泛游学与营地教育行业发展趋势-资源整合



行业发展趋势-海外市场

泛游学与营地教育资源的输出也将成为下一个产业聚焦点

与“一带一路”倡议相适应，中国高等教育国际化也需要从留学生输出为主的模式，向为学生输出与吸纳留学生并重的多元化格局转变。泛游学与营地教育市场和留学市场往往是息息相关的，在拥有如此大的留学市场份额的情况下，未来来华游学的国际市场潜力巨大。在全球化视野下，中国泛游学与营地教育行业也需要迎接世界的新趋势新变化，将吸引国外的游学消费群体来华游学，作为产业中不可或缺的一部分。将国外学生引进来，让服务走出去，未来我国泛游学与营地教育将迎来更多机遇。

2019年中国泛游学与营地教育行业发展趋势-海外



行业发展趋势-行业规范

建立完善和推广业内普遍认可且可执行的行业规范和运行机制

行业规范的制定和相关运行机制的建立，是衡量一个行业发展成熟度的指标之一。而对于处在快速发展期的中国泛游学与营地教育行业来说，行业协会或行业联盟的建立，其最重要的作用和目标是推动业内普遍认可的行业规范的制定、完善和推广。中国泛游学与营地教育行业的继续发展升级，在中国素质教育事业中担当更重要的角色、发挥更积极的作用，离不开行业规范的制定和相关运行机制的建立。而市场参与主体需要团结起来，从我做起，在保证自身产品服务质量的的基础上，共同积极推动行业标准规范的建立。

2019年中国泛游学与营地教育行业发展趋势-行业规范



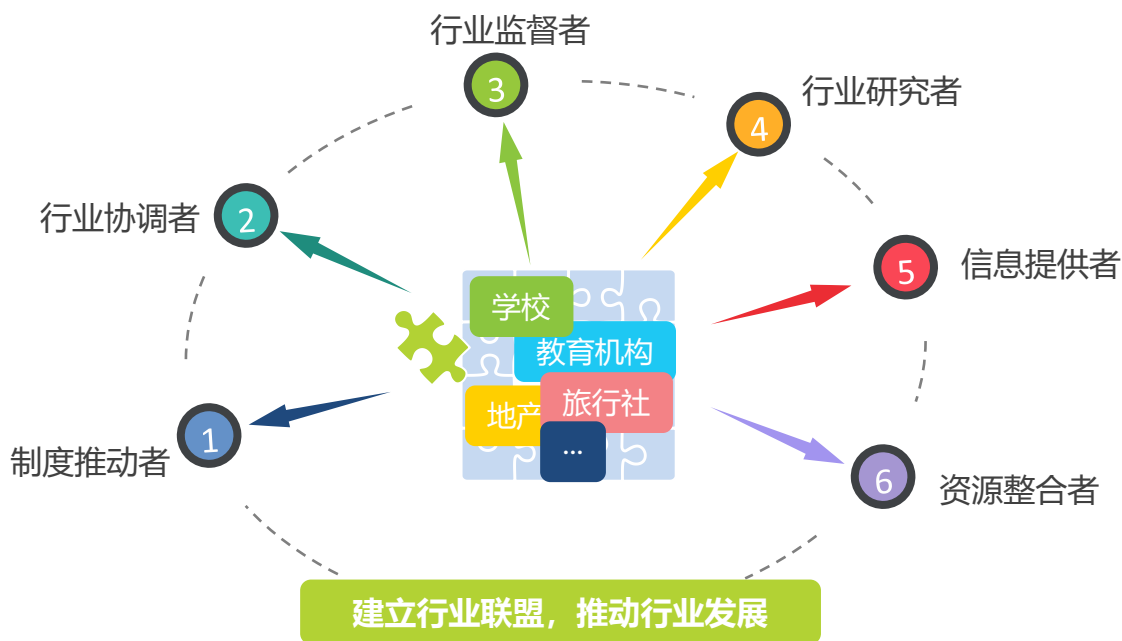
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

行业发展趋势-行业联盟

亟待建立行业联盟，推动行业的健康发展

在发达国家泛游学与营地教育行业发展过程中，行业协会或行业联盟的存在都在催化行业成熟和完善上起到了至关重要的作用。中国泛游学与营地教育行业的起步较晚，由于行业尚且缺乏监管，出现了市场参与主体资质良莠不齐、产品服务专业化和标准化不足的局部乱象。所以市场参与主体资质的认证问题及相关产品服务标准的进一步规范化成为行业突破瓶颈的关键，借鉴国外行业协会先例，成立本土化的行业协会或行业联盟成为可行之策。有社会责任感的市场参与主体需要联合起来，共同完善行业标准，推动行业监管机制的建立，使泛游学与营地教育在中国教育事业中发挥更重要的作用。

2019年泛游学与营地教育联盟与行业责任角色



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

报告说明

研究背景 2019年4月，新东方教育科技集团国际游学&营地教育推广管理中心联合艾瑞研究院，正式发布《2019泛游学与营地教育白皮书》纸质版报告，从行业学术研究角度与行业实践角度，第一次提出泛游学与营地教育的概念。

新东方国际游学 是最早进入中国泛游学与营地教育行业的实践者，希望通过《白皮书》对行业发展历史、中国行业现状、中国宏观经济政策、泛游学产品消费者需求等多个方面给出自己的思考，并真诚呼吁有社会责任感的泛游学与营地教育机构参与主体联合起来，共同完善行业标准，制定行业认证规模，推动行业监管机制的建立，使中国泛游学与营地教育行业在中国教育事业中发挥更专业而重要的作用。



关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询