



■本期关注：新华人用老品牌链接新研学

新华人在研学的基地、课程、服务等多方面开拓创新——

用好金字招牌 做到“研有所值”

□本报记者 洪玉华

截至7月底，山东新华书店集团有限公司今年研学活动共发团3717次，参与人次达58.63万，集团旗下“一大两小”3个研学营地、八大主题课程、200余套课程体系提供了重要支撑。

今年4月，广东新华发行集团股份有限公司运营的大湾区青少年研学实践教育增城仙村基地入选广东省教育厅公布的第二批广东省中小学生研学实践教育基（营）地名单。这是广东新华继总部基地外的第二个省级中小学生研学基地。

新华书店研学活动规模与品质由此可见一斑。在研学持续升温的市场环境中，多地新华人用老品牌链接新研学，在基地、课程、服务等多方面开拓创新，用好新华书店这个金字招牌，做到“研有所值”。



▲安徽新华开展的红色教育研学活动。
安徽新华 供图

研判市场，多种模式建营地

全国新华研学协作共同体（以下简称共同体）目前共有成员单位37家。西藏、青海、辽宁、甘肃4个省级新华书店尚未加入共同体。根据共同体数据统计，27个省级新华书店会员中仅宁夏、黑龙江、天津3地新华书店还没有开展研学业务。

部分省份新华书店专门成立了研学公司，比如山东新华文旅发展集团有限公司、安徽皖新研学教育有限公司。无论是否成立专门公司，各省份新华书店都形成了品牌化运营，“新华爱书客”“文轩行知”“广东新华·四阅研学”“皖新研学”分别是山东、四川、广东、安徽的新华书店打造的研学品牌。

共同体信息显示，山东、山西、湖北、广东等新华书店已分别建立了研学实践营地。营地建设通常与地域文化资源紧密相关，同时存在多种模式。比如山东新华投资建设了曲阜“中华优秀传统文化国际研学营地（一期）”、沂南“沂蒙红色研学营地”，同时合作运营青州“人工智能体验中心”。广东新华自主运营、战略合作以及品牌合作的各类基（营）地已超过50家，除了两个获认证的省级基地，还有汕头、珠海、清远、澄海等地市级教育部门认定的基地，以及番禺影视城、揭西良田、韶关油茶、湛江调顺岛等战略合作基（营）地。新华文轩出版传媒股份有限公司自建劳动与实践教育基地7个，整合社会资源联建基（营）地228个。他们创建了“政府投资建设、文轩负责运营”的遂宁营地合作新模式，推动乐山市内县区间实现“基地共享、生源互派”的市内小循环。安徽新华发行（集团）控股有限公司已有12个合作的研学基地，两个自有基地正在打造中。

建营地办研学是对传统业务模式的优化，也是适应市场需求的选择。“人们不再满足于单纯的阅读，而是渴望通过旅行等来体验不同的文化和生活方式。面对这一社会需求，图书营销企业应提供更多元、更丰富的产品和服务。”广东省新华书店协会副秘书长、广东新华四阅研学负责人张文洲在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时说，研学业务是企业拓宽市场、提升效益的途径，研学与传统教育的结合可以提升书店整体竞争力。

新华文轩出版传媒股份有限公司教育服务事业部副总经理、文轩国际文化传播有限公司总经理杨念说：“研学业务促进了新华书店资源的整合、优化，实现了客户流量和营收增长。当前，研学业务和主营业务形成互补和延伸，共同推动公司综合性发展和社会服务功能的实现，同时有助于提升企业社会形象和文化影响力。”

▶广东新华的特色研学课程。
广东新华 供图



课程研发，“360度”优化内容服务

山东新华自2018年开展研学业务，到2024年7月底总发团超1.8万次，参加人次超200万。“新华书店集团开展研学业务关键在于如何将自身丰富的文化资源有效转变为精品研学课程。”山东新华书店集团有限公司董事长安蓬生说，集团立足省内特色文化资源，组建研学课程研发团队，同时以市级分公司为单位与教育部门合作开发适应当地特性的精品研学课程；以当地的旅游专家、课程名师、优质景区、研学基地等资源为依托联合开发课程。此外，集团内部每年开展研学课程设计大赛。他认为，业内专家的指导、自身团队的钻研、课程落地的实践，多种协同发力，才能一步步将研学课程打磨至精品。

新华文轩充分利用地域资源，形成了由421套普适通用课

程、地方特色课程组成的文轩劳动与研学实践教育课程体系，覆盖全省115个基（营）地。他们立足红色资源研发了“四渡赤水出奇兵”“人民的儿子邓小平”等30余套红色征程、将帅故里主题研学课程；围绕大熊猫国家公园等开发了“乐山·乐山·乐学”自然教育主题研学课程；依托三星堆、三星堆等开发了“古蜀文明”“巴蜀文化”等历史文化主题研学课程；依托“5·12”地震遗址等开发了“生命教育”主题研学课程。杨念说，新华文轩坚持“课程标准引领、突出地方特色”的原则，按照“文轩组织、教育评审、政府发布、全域应用”的方式建设课程体系。

广东新华今年已经开展了60多场次研学活动，汉字文化、汽车文化、国防安全、模拟

法庭等核心研学特色课程是其支撑。其中，“一本书的诞生”“古诗词文化”“读行大湾区 见证新时代——广东大湾区研学之旅”“军港探‘舰’，研学祖国大陆最南端！”最受欢迎。张文洲说，这得益于课程内容丰富，学生可以在实践中发现问题、解决问题，从而加深对知识的理解和掌握，效果良好。在有针对性研学课程基础上，提供专业、贴心的服务，新华书店研学能够持续“圈粉”。

安徽新华今年已推出省内外15条学期内研学课程、14条夏令营研学线路，服务9万余名青少年。安徽皖新研学教育有限公司总经理陈颖认为，提供科普、非遗、徽文化、国学、劳动等多主题课程，同时避免同质化，增强核心竞争力，才能满足市场需求。

资源链接，扩大研学“朋友圈”

山东新华下属的山东新华文旅发展集团有限公司为山东省旅游行业协会研学分会的会长单位，山东新华充分利用这一资源，与国内众多星级旅游景区、国家级研学基地建立了战略合作关系。

广泛链接资源、融入发展规划是发展研学业务的方式之一。新华文轩在合作运营基地、联合开发地方文化特色课程的同时，融入乡村振兴、特色文旅项目开展研学活动，既拓展研学业务，也促进地方文、教、农、旅融合发展。新华文轩还投资研发了四川省劳动和综合实践管理平台，协助构建一体化的记录评价体系。

广东新华打造了研学基地总体规划、课程研发、平台输出、运营代管等可闭环的市场运营模式，已为广州、佛山、惠州等多个基地输出服务，可持续性业务

盈利模式已基本形成。张文洲说，他们将研学市场划分为5个片区，依托子公司构建基层组织，做好产品设计和推广，同时与相关各方建立战略合作伙伴关系等，实现资源整合与共赢。比如，推进全域研学整体合作，助力当地“百千万工程”高质量融合发展；整合好大湾区研学教育课程资源，积极推荐给共同体，进行省内外联动推广。

“皖新传媒整合周边乃至全省资源，围绕大文旅打造一体化研学，同时针对客户需求定制研学课程，特别是个性化的夏令营路线。”陈颖说，他们在用好新华书店渠道资源、线上线下推广的同时推出皖新研学小程序，路线透明、服务标准，让用户更放心。同时他们在研学团结束后邀请用户填写反馈，随时调整、解决需求。

推动研学业务提质升级，新华人有优势，也看到挑战。陈颖

感是开拓研学业务的优势之一。品牌效应下，安徽新华人在开展研学业务过程中更注重品牌品质，持续提升新华书店品牌竞争力，也让“新华红”成为青少年心中最美的颜色。

“市场竞争激烈、业务创新需求迫切。”杨念说，多数市、县（区）地方政府将开展研学实践作为产业发展的重要引擎，面对市场更高需求，如何通过不断创新业务模式、产品内容、配套服务等持续提升市场竞争力是团队持续思考的问题。

“研学活动参与者有着相似的兴趣需求，广东新华通过研学增值服务建立稳定的社群，进而形成私域流量，提供更加精准的服务和产品，挖掘潜在需求和商业价值。”张文洲说，新华书店系统遍布城乡的门店、校园书店、文化驿站、社区书店等服务体系，运营教育服务大研学平台，努力打造华南地区有影响力竞争力的素质教育服务品牌。

整合全国新华资源 推动研学服务升级

——访中国新华书店协会常务副理事长张雅珊

□本报记者 洪玉华

“新华书店是提供文化服务的平台，开展研学业务就是新华人走出门店，结合当前社会需求、从大文化角度提供服务的有益探索。”近日，中国新华书店协会常务副理事长张雅珊在接受《中国新闻出版广电报》记者专访时，分享了对研学业务的观点以及对全国新华书店协会研学教育专业委员会工作的思考。

应需而生 延伸服务

《中国新闻出版广电报》：您怎么看研学业务和新华书店主责主业的关系？

张雅珊：新华书店成立87年来一直通过做好优质图书发行服务人民群众文化需求。站在新时代，新华书店满足群众多样化文化需求，就要立足大文化大教育理念，开展形式多样的服务。同时，从行业发展的角度来看，新华人既要做好图书发行的主责主业，还要开发潜在业务。研学活动就是关联度高、可操作性强的业务之一。研学可以提升知识素养、认知能力，新华人可以将研学活动与推广阅读相结合。当前，单纯地在书店里推广阅读，不如走出殿堂、融入社会，结合大众需求、从更广泛的角度进行阅读的宣传推广。因此，研学活动是新华书店服务社会的新形式，也是主责主业的延伸。

《中国新闻出版广电报》：新华书店开展研学活动有哪些优势？

张雅珊：首先是品牌优势，新华书店是金字招牌，新华书店品牌家喻户晓。其次是网络优势，新华人奉行有人的地方就有新华书店的发展理念。新华书店系统在全国各地建立起的网络可以为研学业务提供强大资源。再次是组织优势，各地党委和政府都对新华书店事业发展给予很多关注和支持，这也为开展研学业务提供了基础和支撑。更重要的是，研学是通过融合教育和文化，提供新形式的内容服务。新华书店本身是文化服务的重要载体，提供优质内容服务是我们的优势，而且新华书店一直与教育系统保持了紧密联系。从这几个角度来说，新华书店开展研学业务和主责主业紧密相关，优势明显。

《中国新闻出版广电报》：新华书店开展研学活动有哪些优势？

张雅珊：首先是品牌优势，新华书店是金字招牌，新华书店品牌家喻户晓。其次是网络优势，新华人奉行有人的地方就有新华书店的发展理念。新华书店系统在全国各地建立起的网络可以为研学业务提供强大资源。再次是组织优势，各地党委和政府都对新华书店事业发展给予很多关注和支持，这也为开展研学业务提供了基础和支撑。更重要的是，研学是通过融合教育和文化，提供新形式的内容服务。新华书店本身是文化服务的重要载体，提供优质内容服务是我们的优势，而且新华书店一直与教育系统保持了紧密联系。从这几个角度来说，新华书店开展研学业务和主责主业紧密相关，优势明显。

专有机机构 推动发展

《中国新闻出版广电报》：研学教育专业委员会的成立是应需而生？

张雅珊：因为新华书店与教育和文化的业务融合比较深，近几年各省份新华书店系统基本都尝试了研学业务，有些省份已经做了六七年。山东、四川、浙江、广东、河南、河北等省份已积累了一些经验，同时产生了突破单个省店范畴、联合全国新华书店业务的需求。

考虑到这一现实需求以及实体店经营压力等因素，2023年年底，中国新华书店协会第四届第八次常务理事会议决定成立一个专设分支机构来推动研学业务发展。今年2月29日，全国各地新华同仁到山东曲阜研学基地现场观摩，中国新华书店协会研学教育专业委员会暨全国新华书店协作共同体同时成立。

《中国新闻出版广电报》：研学教育专业委员会怎样推动业务发展？

张雅珊：推动新华书店研

学业务发展首先要锁定受众群体，研学不仅是服务中小学生的，应不断拓展服务范围和年龄层，比如银发族的需求、爱国主义教育以及一些专业兴趣、学历教育的需求等。新华书店研学业务要关注并找到不同年龄层、不同文化需求的具体落点。研学教育专业委员会希望通过整合全国新华书店资源，延伸服务范围。

从当前来看，以一店一公司方式开展研学相对零散，难以发挥协同作战优势。研学业务需要在交流互鉴和协同运作中发展。研学教育专业委员会就致力于有规划、有目标、有层次、有程序地推动研学业务系统化发展，让这项业务走得更远、发展得更好。

中国新华书店协会致力于团结全国新华人发扬光荣传统、与时俱进、不断创新。当前社会发展，大众对研学提出了迫切需求，协会希望以专业委员会形式推动服务升级，把多种多样的研学需求与各地资源有效对接，同时也延展新华书店服务内容和形式。

合作交流 提升技能

《中国新闻出版广电报》：目前跨省市的研学业务发展如何？

张雅珊：目前各地已经开展了一些这方面的实践，比如新疆新华书店发行有限责任公司打造的中国青年走读库研学活动得到了各省份新华书店的积极响应，山东新华书店集团有限公司推出的走进曲阜国学经典朝圣之旅研学、陕西新华发行集团有限责任公司开展的探国宝秘境研学活动、河北省新华书店有限责任公司组织的思政主题教育研学方案等都与全国各地新华书店联动。

开展跨省、跨市的研学活动一定要对目的地周边环境、文化背景、课程安排以及受众的适应能力等做好充分准备。这需要各省份之间、店与店之间加强沟通协作。目前，研学教育专业委员会成员单位已经在课程开发、资源共享、服务对接等方面进行了广泛合作交流。今年全国图书交易博览会上，新华书店研学成果吸引了各方关注，大家认为研学活动是新华书店服务拓展、转型升级的成功尝试。目前研学业务已步入有序推动、课程丰富、活动纷呈、成果相对显著的发展阶段。

《中国新闻出版广电报》：如何进一步提升研学业务？

张雅珊：首先要提升组织宣传能力。新华书店具有品牌、资源等多种优势，但在激烈的市场竞争中，必须提升自身宣传能力、品牌传播力。其次要提升活动创新能力。新华书店研学活动要与一般文旅活动有显著区别，以鲜明特色、文化内核提升受众获得感。再次要提升课程研发能力，研学是一个边看边学的旅程，如何把想要传播的知识体验、文化内涵与祖国的秀美山川、悠久历史连接起来，考验研发人员的编排和创新能力。最后应提升运营服务能力。研学活动每个环节的衔接都是对服务能力的检验，活动组织者不仅要把课程内容灌注到研学之旅全程，让内容和形式充分融合、有机统一，还要安排好参与者旅程中生活起居的每个细节，做好安全保障。目前，各省份新华书店都在研学能力提升上下功夫。