

2025-2031年中国研学旅行 行业发展态势与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国研学旅行行业发展态势与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202411/473610.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

现代管理之父彼得·德鲁克说过：“当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争”。产业研究院亦认为，21世纪的企业竞争的最高境界，不再是产品的竞争、人才的竞争、营销的竞争、服务的竞争……其最高境界是一种商业模式的竞争！调查显示，在创业企业中，因为战略原因而失败的只有23%，因为执行原因而夭折的也只不过是28%，但因为没有找到盈利模式而走上绝路的却高达49%。没有一个合理的盈利模式或商业模式，不管企业名气有多大，资产有多大，也必定走向衰亡！商业模式关系到企业生死存亡、兴衰成败的大事，企业要想获得成功就必须制定适合该企业的商业模式开始，新成立的企业是这样，发展期的企业更是如此。

古话讲，读万卷书，行万里路；习近平总书记系列重要讲话精神，要求秉承“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，落实立德树人根本任务，帮助中小学生学习国情、热爱祖国、开阔眼界、增长知识，着力提高他们的社会责任感、创新精神和实践能力。

自2024年以来，国内关于研学旅行的政策发布日渐密集。多个政策出台提供了行业发展利好，而行业也正迎接不断扩充的市场。

商机已经在那里，新市场的“蛋糕”谁能吃到？怎么吃？随着研学旅行行业竞争的不断加剧，国内优秀的研学旅行企业愈来愈重视对行业商业模式和发展战略的研究，特别是对生态圈构建和全产业链的深入研究。因此，本报告将对研学旅行行业的发展状况、生态圈构建以及未来的实施战略进行深度剖析，手把手的教你怎么进入这个行业，怎么做规划，以便相关决策者做出正确的竞争和投资策略。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国研学旅行行业发展态势与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国研学旅行行业概念界定及发展环境剖析

1.1 研学旅行行业概念界定及统计说明

1.1.1 研学旅行概念及内涵

1.1.2 研学旅行产品特征分析

1.1.3 研学旅行行业产品类别分析

1.1.4 研学旅行行业发展意义分析

- (1) 教育意义分析
- (2) 实践意义分析
- (3) 社会意义分析
- 1.2 研学旅行行业政策环境
 - 1.2.1 行业监管体系及机构介绍
 - 1.2.2 行业相关执行规范标准
 - 1.2.3 研学旅行行业发展相关政策规划汇总及解读
 - (1) 行业发展相关政策及规划汇总
 - (2) 行业发展重点政策及规划解读
 - 1.2.4 政策环境对研学旅行行业发展的影响分析
- 1.3 研学旅行行业经济环境
 - 1.3.1 宏观经济发展现状
 - (1) GDP增长
 - (2) 固定资产投资
 - 1.3.2 宏观经济发展展望
 - 1.3.3 行业发展与宏观经济相关性分析
- 1.4 研学旅行行业社会环境
 - 1.4.1 中国人口规模及结构
 - (1) 人口规模
 - (2) 人口结构
 - (3) 新生儿数量
 - 1.4.2 中国居民收支状况及其对行业的影响
 - (1) 居民收入水平
 - (2) 居民消费支出水平
 - (3) 居民消费支出结构
 - (4) 居民消费习惯转变情况
 - 1.4.3 中国消费升级及其对行业的影响
 - (1) 消费升级演进趋势
 - (2) 消费升级指数
 - 1.4.4 中国教育执行经费变化趋势
 - 1.4.5 中国义务教育阶段及高中阶段学生人数
 - (1) 小学阶段

(2) 初中阶段

(3) 高中阶段

1.4.6 社会环境对行业发展的影响

1.5 研学旅游行业技术环境

1.5.1 VR技术在研学旅行行业中的应用

1.5.2 大数据在研学旅行行业中的应用

1.5.3 研学旅行云平台建设情况分析

(1) 必要性与意义

(2) 建设思路

1.5.4 技术环境对行业发展带来的深刻影响分析

第2章：全球及中国研学旅行行业发展状况分析

2.1 全球研学旅行行业发展现状分析

2.1.1 全球研学旅行行业发展概况

2.1.2 全球研学旅行发展现状分析

2.1.3 全球研学旅行竞争格局分析

2.1.4 全球研学旅行区域发展情况

2.1.5 全球研学旅行发展趋势分析

2.1.6 全球研学旅行市场前景分析

2.2 主要国家研学旅行行业发展分析

2.2.1 美国研学旅行行业发展分析

(1) 美国研学旅行行业发展概况

(2) 美国研学旅行行业发展现状

(3) 美国研学旅行行业典型案例

(4) 美国研学旅行行业最新动态

2.2.2 日本研学旅行行业发展分析

(1) 日本研学旅行行业发展概况

(2) 日本研学旅行行业发展历史

(3) 日本研学旅行行业费用情况

(4) 日本研学旅行行业组织管理

(5) 日本研学旅行行业内容与形式

(6) 日本研学旅行行业监管与配套情

(7) 日本研学旅游行业发展动态

2.2.3 欧洲研学旅行行业发展分析

(1) 英国研学旅行

(2) 新西兰研学旅行

2.3 中国研学旅行行业发展历程及市场特征

2.3.1 中国研学旅行行业发展历程分析

(1) 研学旅行萌芽阶段

(2) 研学旅行发展阶段

2.3.2 中国研学旅行行业市场特征

(1) 研学市场持续升温

(2) 季节性和周期性仍比较明显

(3) 研学市场竞争加剧

(4) 研学产品提升空间大

2.4 中国研学旅行行业供给及需求分析

2.4.1 中国研学旅行行业供给情况分析

(1) 参与主体类型及规模

(2) 参与者规模

2.4.2 中国研学旅行行业试点基地分布

(1) 国家教育部公布的基地、营地

(2) 地方教育局公布的基地、营地

2.4.3 中国研学旅行行业需求情况分析

(1) 市场接受度调研

(2) 市场渗透率及用户规模

(3) 价格水平

(4) 市场规模

2.5 中国研学旅行行业经营效益分析

2.6 中国研学旅行行业市场竞争分析

2.6.1 中国研学旅行行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

2.6.2 中国研学旅行行业竞争格局分析

(1) 行业竞争方向分析

(2) 行业竞争格局分析

2.7 中国研学旅行行业投融资、兼并与重组状况

2.7.1 行业投资现状与热门方向

2.7.2 行业融资情况

2.7.3 行业兼并重组分析

2.8 中国研学旅行行业产业链分析

2.8.1 中国研学旅行行业产业链介绍

2.8.2 中国研学旅行产业链上下游发展及其对本行业的影响分析

(1) 上游发展

(2) 下游发展

2.9 中国研学旅行行业发展痛点分析

2.9.1 中国研学旅行行业发展痛点分析

2.9.2 中国研学旅行行业痛点解决路径分析

(1) 培养研学旅行人才

(2) 加快研学旅行研发进度

(3) 增强技术支撑能力

(4) 规划好研学旅行课程体系

第3章：中国研学旅行模式探索及实施战略分析

3.1 中国研学旅行商业模式

3.1.1 研学旅行行业核心竞争力分析

3.1.2 研学旅行行业业务流程分析

(1) 产品设计

(2) 资源采购

(3) 销售推广

(4) 售后服务

3.1.3 研学旅行行业产品内容分析

3.1.4 研学旅行行业价值主张分析

3.1.5 研学旅行行业成本利润分析

3.1.6 研学旅行行业客户关系分析

- 3.1.7 研学旅行行业销售渠道分析
- 3.1.8 研学旅行行业盈利模式分析
- 3.2 中国研学旅行典型商业模式分析
 - 3.2.1 研学旅行行业收入渠道来源
 - 3.2.2 家长自费型研学旅行模式分析
 - 3.2.3 家长自费+公益捐赠型研学旅行模式分析
 - 3.2.4 家长自费+政府补贴型研学旅行模式分析
 - 3.2.5 家长自费+政府补贴+学校自费型模式分析
- 3.3 中国研学旅行行业实施战略分析
 - 3.3.1 探索研学旅行行业适配区域——在哪做？
 - 3.3.2 挖掘研学旅行行业资源潜力——资源怎么开发？
 - (1) 七大专项产品
 - (2) 两大基地
 - 3.3.3 开发研学旅行的顶层设计——课程怎么设计？
 - (1) 课程设计的重要意义
 - (2) 课程设计模式
 - 3.3.4 理清研学旅行行业发展理念——怎么做？
 - 3.3.5 深度打造个性化的“研学”——做什么？
 - 3.3.6 构建研学旅游发展模式——如何落地？
 - (1) 落地方式
 - (2) 具体落地形式
 - 3.3.7 评价研学旅行项目的指标——做的怎样？
 - 3.3.8 推广研学旅行营销模式——项目向谁推广？
 - (1) ToB和ToC的优劣势分析
 - (2) ToB或者ToC的案例分析
 - 3.3.9 思考研学旅行需要的人才——项目由谁来推进？
 - (1) 研学辅导员的作用
 - (2) 研学辅导员的需求
 - (3) 研学旅行与旅游管理专业人才培养方案的改革
- 3.4 研学旅行生态圈构建的关键因素分析
 - 3.4.1 研学旅行生态圈构建的研讨
 - (1) 如何研发适合青少年研学旅行的产品

- (2) 线上线下如何推广研学旅行产品？
- (3) 如何搭建研学旅行的共享信息平台？
- (4) 如何创新研学旅行的商业模式？
- (5) 如何保证研学旅行项目的效果？

3.4.2 研学旅行生态圈构建的关键因素——课程设计

- (1) 需要什么样的课程（课程主题）？
- (2) 课程设计如何保证研和行有效结合？
- (3) 如何控制课程的设计成本？
- (4) 课程是否能高效复制规模化？
- (5) 课程的质量怎么评价？

3.4.3 研学旅行生态圈构建的关键因素——体验

- (1) 项目如何保证学生的安全？
- (2) 体验和考察怎么更好的结合？
- (3) 课程设计中怎样突出体验？

3.4.4 研学旅行生态圈构建的关键因素——技术

- (1) 如何利用大数据搭建研学旅行平台？
- (2) 如何利用AR/VR/AI等技术提高体验效果？
- (3) 如何利用技术对研学旅行过程进行管理？
- (4) 如何利用技术进行营销？

3.4.5 研学旅行生态圈构建的关键因素——业态融合

- (1) 为什么要进行业态融合？
- (2) 业态融合从哪些方面入手？
- (3) 优秀传统文化IP怎么开发？

第4章：中国研学旅行行业典型案例分析

4.1 “齐风鲁韵”深度主题研学之旅案例分析

4.1.1 项目组织主体

4.1.2 项目课程设计

4.1.3 项目实施目的

4.1.4 项目实施情况

4.1.5 项目实施意义

4.1.6 项目综合评价

4.2 青少年游学团走进陶瓷特色小镇案例分析

4.2.1 项目课程设计

4.2.2 项目组织主体

4.2.3 项目目的地介绍

4.2.4 项目实施意义

4.2.5 项目综合评价

4.3 皖智学子走进科技馆研学旅行活动案例分析

4.3.1 项目组织主体

4.3.2 项目目的地介绍

4.3.3 项目实施情况

4.3.4 项目实施意义

4.3.5 项目综合评价

4.4 “拜水都江堰”研学旅行校本课程案例分析

4.4.1 项目课程设计

4.4.2 项目组织主体

4.4.3 项目实施目的

4.4.4 项目实施情况

4.4.5 项目实施意义

4.4.6 项目综合评价

第5章：重点区域研学旅行发展现状分析

5.1 中国研学旅游重点区域发展对比分析

5.1.1 数量区域分布

(1) 全国研学旅行在业企业数量区域分布情况

(2) 全国中小学生研学实践教育基地分布情况

(3) 全国中小学生研学实践教育营地分布情况

(4) 各省市公布的研学实践教育基地、营地分布情况

5.1.2 重点区域发展对比分析

5.2 河北省

5.2.1 河北省研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.2.2 河北省研学旅行发展现状分析

(1) 河北省入选全国中小学生研学实践教育基地、营地名单

(2) 河北省各省市发布的研学旅行基地、营地名单

(3) 河北省营地教育机构名单

5.2.3 河北省研学旅行竞争格局分析

5.2.4 河北省研学旅行典型案例分析

(1) 邯郸市三中南校区开展生物户外研学活动

(2) 农业研究型研学案例：南和农业嘉年华

5.2.5 河北省研学旅行市场规模预测

5.3 上海市

5.3.1 上海市研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.3.2 上海市研学旅行发展现状分析

(1) 上海市入选全国中小学生研学实践教育基地、营地名单

(2) 上海市营地教育机构名单

5.3.3 上海市研学旅行竞争格局分析

5.3.4 上海市研学旅行典型案例分析

5.3.5 上海市研学旅行市场规模预测

5.4 江苏省

5.4.1 江苏省研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.4.2 江苏省研学旅行发展现状分析

(1) 江苏省入选全国中小学生研学实践教育基地、基地名单

(2) 江苏省首批省级研学旅游示范基地名单

(3) 江苏省营地教育机构名单

5.4.3 江苏省研学旅行竞争格局分析

5.4.4 江苏省研学旅行典型案例分析

5.4.5 江苏省研学旅行市场规模预测

5.5 安徽省

5.5.1 安徽省研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.5.2 安徽省研学旅行发展现状分析

(1) 安徽省入选全国中小学生研学实践教育基地、基地名单

(2) 安徽省发布的研学旅行基地、营地名单

(3) 安徽省营地教育机构名单

5.5.3 安徽省研学旅行竞争格局分析

5.5.4 安徽省研学旅行典型案例分析

5.5.5 安徽省研学旅行市场规模预测

5.6 江西省

5.6.1 江西省研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.6.2 江西省研学旅行发展现状分析

5.6.3 江西省研学旅行竞争格局分析

5.6.4 江西省研学旅行典型案例分析

5.6.5 江西省研学旅行市场规模分析

5.7 广东省

5.7.1 广东省研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.7.2 广东省研学旅行发展现状分析

(1) 实践基地、营地分布情况

(2) 营地教育机构分布情况

5.7.3 广东省研学旅行竞争格局分析

5.7.4 广东省研学旅行典型案例分析

5.7.5 广东省研学旅行市场规模分析

5.8 重庆市

5.8.1 重庆市研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.8.2 重庆市研学旅行发展现状分析

(1) 实践基地、营地分布情况

(2) 营地教育机构分布情况

5.8.3 重庆市研学旅行竞争格局分析

5.8.4 重庆市研学旅行典型案例分析

5.8.5 重庆市研学旅行市场规模分析

5.9 陕西省

5.9.1 陕西省研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.9.2 陕西省研学旅行发展现状分析

(1) 实践基地、营地分布情况

(2) 营地教育机构分布情况

5.9.3 陕西省研学旅行竞争格局分析

5.9.4 陕西省研学旅行典型案例分析

5.9.5 陕西省研学旅行市场规模分析

5.10 新疆省

5.10.1 新疆省研学旅行发展背景分析

(1) 经济发展背景

(2) 社会发展背景

(3) 政策发展背景

5.10.2 新疆省研学旅行发展现状分析

(1) 实践基地、营地分布情况

(2) 营地教育机构分布情况

5.10.3 新疆省研学旅行竞争格局分析

5.10.4 新疆省研学旅行典型案例分析

5.10.5 新疆省研学旅行市场规模分析

第6章：中国研学旅行重点企业案例分析

6.1 研学旅行行业企业发展总况

6.2 国内研学旅行重点企业案例分析

6.2.1 北京世纪明德教育科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业研学旅行业务分析
- (5) 企业市场渠道与区域网络分布
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.2 北京萤火世纪教育科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品优势分析
- (4) 企业研学旅行业务分析
- (5) 企业市场渠道与区域网络分布
- (6) 企业发展优劣势分析

6.2.3 苏州原创读行学堂文化旅游发展股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业研学旅行业务分析
- (5) 企业市场渠道与区域网络分布
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.4 北京中凯国际旅游股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业研学旅行业务分析
- (5) 企业市场渠道与区域网络分布

(6) 企业发展优劣势分析

6.2.5 北京卓教国际科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研学旅行业务分析

(5) 企业市场渠道与区域网络分布

(6) 企业发展优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

6.2.6 上海乐骋国际旅行社股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研学旅行业务分析

(5) 企业市场渠道与区域网络分布

(6) 企业发展优劣势分析

6.2.7 广州知鸿国际旅行社股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研学旅行业务分析

(5) 企业市场渠道与区域网络分布

(6) 企业发展优劣势分析

第7章：研学旅行行业前景预测与投资建议

7.1 研学旅行行业发展趋势与前景预测

7.1.1 行业发展有利因素

(1) 政策将研学旅行纳入教育计划

(2) 研学旅行试点活动得到了社会各界的广泛关注

(3) 消费市场需求旺盛，发展空间大

(4) 中国居民对高品质、素质化、国际化教育需求不断提升

7.1.2 行业发展趋势预测

(1) 产品趋势分析

(2) 竞争趋势分析

(3) 监管趋势分析

7.1.3 行业市场空间测算

7.2 研学旅行行业投资现状与风险分析

7.2.1 行业进入壁垒分析

(1) 资源壁垒

(2) 资金壁垒

(3) 品牌壁垒

(4) 人才壁垒

7.2.2 行业投资风险预警

(1) 政策风险

(2) 市场风险

(3) 不可抗力风险

(4) 安全风险

7.3 研学旅行行业投资价值及机会分析

7.3.1 行业投资价值分析

7.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

7.4 研学旅行行业发展战略与规划分析

7.4.1 研学旅行行业发展战略研究分析

(1) 学校战略规划

(2) 区域战略规划

(3) 品牌营销战略

(4) 竞争战略规划

7.4.2 对我国研学旅行企业的战略思考

7.4.3 中国研学旅行行业发展建议分析

图表目录

图表1：研学旅行的产品特征

图表2：研学旅行产品分类

图表3：不同教育阶段研学旅行产品类型

图表4：我国研学旅行目的地类型及特征

图表5：研学旅行营地产业融合方向

图表6：研学旅行行业监管体制分析

图表7：截至2024年研学旅行行业现行标准汇总

图表8：截至2024年我国研学旅游行业发展相关政策及规划汇总

图表9：《关于推进中小学生研学旅行的意见》主要任务解读

图表10：浙江省相关政策规定研学旅行活动安排时间（单位：天）

图表11：2020-2024年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表12：2020-2024年上半年全国固定资产投资（不含农户）变化情况（单位：万亿元）

图表13：2024年三类产业投资占固定资产投资（不含农户）比重（单位：%）

图表14：2024年中国宏观经济核心指标预测（单位：亿元，%）

图表15：2020-2024年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）

图表16：2024年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）

图表17：2020-2024年中国新生儿出生人口数量（单位：万人）

图表18：2020-2024年上半年我国居民可支配收入情况（单位：元）

图表19：2020-2024年上半年我国居民人均消费支出（单位：元）

图表20：2020-2024年上半年居民消费支出结构变化情况（单位：%）

图表21：居民消费习惯转变情况

图表22：中国消费升级演进趋势

图表23：2020-2024年全国居民消费升级综合指数走势图

图表24：2020-2024年中国教育经费执行情况统计（单位：万亿元，%）

图表25：2020-2024年我国小学在校生和净入学率（单位：万人，%）

图表26：2020-2024年我国初中在校生和毛入学率（单位：万人，%）

图表27：2020-2024年我国高中阶段在校生和毛入学率（单位：万人，%）

图表28：社会环境对汽车维修行业发展的影响分析

图表29：新兴技术对研学旅行行业发展的影响分析

图表30：国外研学旅行特征

图表31：全球发达国家营地数量（单位：个）

图表32：2024年全球研学旅行区域发展情况

图表33：全球研学旅行发展趋势分析

图表34：日本研学旅行目的地和内容

图表35：英国研学旅行方式介绍

图表36：中国研学旅行发展历程

图表37：中国研学旅行行业参与者规模

图表38：第一批全国中小学生研学实践教育基地名单

图表39：第一批全国中小学生研学实践教育营地名单

图表40：第二批全国中小学生研学实践教育基地名单

图表41：第二批全国中小学生研学实践教育营地名单

图表42：地方教育局公布的基地、营地（单位：个）

图表43：中国研学旅行消费意愿调查情况（单位：%）

图表44：2020-2024年中国研学旅行人数及渗透率（单位：万人，%）

图表45：2024年中国研学旅行项目单价（单位：元/次）

图表46：2020-2024年中国研学旅行行业市场规模增长趋势（单位：亿元）

图表47：2020-2024年中国部分研学旅行上市公司盈利状况（单位：万元）

图表48：中国研学旅行行业现有竞争情况

图表49：我国研学旅行行业潜在进入者威胁分析

图表50：我国研学旅行行业替代品威胁分析

图表51：我国研学旅行行业对上游供应商的议价能力分析

图表52：我国研学旅行行业五力分析结论

图表53：中国研学旅行行业竞争方向分析

图表54：2024年中国研学旅行行业集中度（单位：%）

图表55：2024年中国研学旅行企业梯队图

图表56：各省研学旅行行业投资热点

图表57：2020-2024年中国研学旅行融资情况（单位：万人民币）

图表58：研学旅行行业产业链

图表59：2024年全国小学、初中、普通高中数量（单位：万所）

图表60：2024年全国小学、初中、普通高中在校生人数（单位：万人）

图表61：中国研学旅行行业发展痛点分析

图表62：研学旅行行业核心竞争力分析

图表63：研学旅行行业产品内容开发方法

图表64：研学旅行的客户关系

图表65：研学旅行行业销售渠道分析

图表66：研学旅行的经费来源

图表67：家长自费型研学旅行痛点解决建议

图表68：研学旅行全国中小学生研学旅行实验区

图表69：研学旅行七大专项产品分析

图表70：研学旅行两大基地分析

图表71：有效的研学活动需要具备的特质

图表72：研学旅行具体落地模式分析

图表73：To B和To C的优劣势分析

图表74：To B和To C的案例分析

图表75：研学旅程专业方向课程板块设计

图表76：2020-2024年世纪明德研发费用统计情况（单位：元）

图表77：研学旅行双向互评性评价

图表78：研学旅行过程性评价涉及内容

图表79：研学旅行终结性评价涉及内容

图表80：“齐风鲁韵”深度主题研学之旅第一天课程安排

图表81：“齐风鲁韵”深度主题研学之旅第二天课程安排

图表82：“齐风鲁韵”深度主题研学之旅第三天课程安排

图表83：“齐风鲁韵”深度主题研学之旅第四天课程安排

图表84：“齐风鲁韵”深度主题研学之旅第五天课程安排

图表85：我国研学旅行在业企业数量分布前十省份（单位：家）

图表86：第一批全国中小学生研学实践教育基地分布情况（单位：个）

图表87：第二批全国中小学生研学实践教育基地分布情况（单位：个）

图表88：第一批全国中小学生研学实践教育营地分布情况（单位：个）

图表89：第二批全国中小学生研学实践教育基地分布情况（单位：个）

图表90：各省市公布的研学实践教育基地分布情况

图表91：各省市公布的研学实践教育营地分布情况

图表92：2024年全国研学旅游重点区域发展对比分析

图表93：2020-2024年上半年河北省GDP和同比增速（单位：亿元，%）

图表94：2020-2024年上半年河北省三次产业增加值比重（单位：%）

图表95：2024年河北省居民人均可支配收入与人均消费水平（单位：元）

图表96：2024年河北省各类学校招生、在校生和毕业生情况（单位：万人）

图表97：截至2024年河北省研学旅行相关政策

图表98：河北省入选全国中小学生研学实践教育基地、营地名单

图表99：河北雄安新区研学旅行基地（试点）名单

图表100：邯郸市第一批中小学生市级研学旅行基地名单

图表101：河北省营地教育机构及项目分布

图表102：河北省研学旅行市场规模预测（单位：万人，%，元/次/人，次，亿元）

图表103：2020-2024年上半年上海市地区生产总值及增速（单位：亿元，%）

图表104：2020-2024年上海市教育支出及其增长速度（单位：亿元，%）

图表105：2024年上海市各级各类学校学生人数及其增长速度（单位：万人，%）

图表106：2024年上海市居民人均可支配收入和人均消费支出水平（单位：元）

图表107：上海市入选全国中小学生研学实践教育基地、营地名单

图表108：上海市营地教育机构及项目分布

图表109：上海研学旅行之上海太敬机器人研学课程

图表110：上海市研学旅行市场规模预测（单位：万人，%，元/次/人，次，亿元）

图表111：2020-2024年上半年江苏省地区生产总值变化情况（单位：亿元，%）

图表112：2020-2024年江苏省教育支出增长趋势（单位：亿元，%）

图表113：2024年江苏省各阶段教育学生情况（单位：万人，%）

图表114：2024年江苏省居民人均可支配收入和人均消费支出水平（单位：元）

图表115：江苏省入选第一批全国中小学生研学实践教育基地名单

图表116：江苏省入选第二批全国中小学生研学实践教育基地、营地名单

图表117：江苏省首批省级研学旅游示范基地名单

图表118：江苏省营地教育机构及项目分布

图表119：江苏省首批省级研学旅游示范基地区域分布结构（单位：%）

图表120：江苏省研学旅行市场规模预测（单位：万人，%，元/次/人，次，亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202411/473610.html>