

中国机场研学行业发展报告



中国旅游协会民航旅游专业委员会

2025 年 12 月

前 言

当前，我国正处在新一轮科技革命、产业转型与消费升级的历史交汇期。在国家战略层面，多维度政策为航旅融合与教育创新开辟了广阔空间。《“十四五”旅游业发展规划》明确将深化“交通+旅游”融合发展作为重点任务；《交通强国建设纲要》致力于构建现代化高质量综合立体交通网；民航局在2025年开展的“民航服务提振消费年”主题活动中，明确将“研学游”列为重点，要求联合文旅部门开发精品航线与课程。与此同时，文旅部等多部委持续推动研学旅行高质量发展，不仅出台了《研学旅行服务规范》等行业标准，更将“研学旅行指导师”确立为新职业，从国家职业标准层面给予认定，标志着研学行业正朝着专业化、规范化方向迈进。也鼓励文化、科技等领域资源转化为研学内容，强调安全与标准化。同时，《研学旅行服务规范》（LB/T 054—2016）对研学旅行的各方职责、人员配置、教育服务计划等进行了明确规定，为机场研学提供了行业标准。

在此背景下，机场研学作为连接民航强国与教育强国两大战略的独特纽带，其价值日益凸显。它并非简单的机场参观，而是以民航系统真实的场景、设施、流程与专业人才为核心资源，面向青少年群体设计的系统性、探究性实践教育活动。其意义在于，将冰冷的交通基础设施转化

为生动的国情教育、科学素养和职业启蒙课堂，既是民航业履行社会责任、提升公共形象的重要窗口，也是旅游产业深化内涵、开拓增量市场的创新路径。从成功实践的案例中我们可以看到，这一融合业态已经展现出强大的生命力与巨大的社会效益。

然而，作为一个新兴产业，机场研学在从“概念”走向“成熟产业”的过程中，必然伴随着成长的阵痛。市场究竟需要什么？供给端面临哪些真实约束？未来应向何处去？为了解答这些问题，中国旅游协会民航旅游专业委员会（以下简称：民航旅委）秉持“服务行业、赋能会员”的宗旨，发起本次专项调研，旨在用数据穿透迷雾，以共识凝聚力量，为行业的健康、可持续发展提供一份基于实证的路线图。本次调研由于时间仓促，样本量还存在局限性，还不能精准的反映行业的全局，希望报告的一些内容能为关心机场研学行业发展的各界人士提供决策参考。

第一部分：机场研学行业发展现状

当前，研学旅行成为“教育+旅游”融合的重要业态，市场需求旺盛。中小学校、亲子家庭、社会团体是主要受众群体，其中中小学校占比 70%，以春秋游、社会实践为主；亲子家庭占比 25%，偏好节假日短期体验项目。

但市场竞争也较为激烈，博物馆、科技馆等都在争夺研学市场份额。机场作为研学场所，具有独特的航空资源和场景优势，但也面临着安全管控复杂、运营成本高等挑战。

一、机场研学的定义

学术上和行业内并没有对机场研学有明确的定义，民航旅委结合业内的实践案例总结提炼姑且做定义如下：机场研学，特指以民用运输机场的实体空间、运营系统、技术装备及专业文化为核心教育资源，以课程化设计与探究性学习为方法，面向青少年学生群体开展的综合性实践教育活动。

机场研学的本质是将民航基础设施转化为开放式学习场景，实现从“交通场所”到“教育场域”的价值升华，它的核心特征体现在四个方面：一是**场景真实性**：依托不可替代的民航实景与环境。二是**知识专业性**：传递严谨的航空科学与工程知识。三是**体验沉浸性**：强调动手操作、角色扮演与互动探究。四是**目标教育性**：旨在实现知识拓展、技能培养、价值观塑造等综合育人目标。

二、当前机场研学市场发展的特点

（一）市场认知从“参观”走向“研学”：行业正逐步超越早期的简单参观模式，向体系化、课程化、目标化

的深度研学转型。

（二）参与主体多元化发展：市场参与方从最初的旅行社主导，扩展至机场集团、航空公司、专业航空培训机构乃至教育机构，生态日趋丰富。

（三）产品模式呈现分层化：基于资源投入与运营模式的不同，市场已分化出各具特色的实践路径。

三、主要运营模式

根据网上检索和现场实地调研情况来看，全国至少有10家机场开展过研学活动，主要运营模式分为3种，分别为自建研学基地、与教育机构合作和文旅融合项目三种（见表1）。研学内容根据机场的特点不同又分为两种，运输机场（如扬州泰州、东营、宜昌三峡）侧重职业体验、模拟飞行、航空科普；通用机场（如株洲芦淞、荆门漳河）更偏向飞行实操、航模制作、国防教育。

表 1：主要运营模式

模式	代表机场	特点
自建研学基地	扬州泰州机场	机场主导，提供模拟驾驶、航模制作等
与教育机构合作	上海崇明中樱航空	民营企业投资，联合学校开发考级课程
文旅融合项目	大兴国际机场	授权机场星空旅行社运营，通过

		现场导览讲解与机场运行观察， 进行民航知识。
--	--	---------------------------

目前，我国尚未有官方机构发布关于“民航类研学基地”的精确、统一的权威统计数据，本报告仅列举一部分供举例说明参考（见表2），这也反映出了机场研学领域仍处于快速成长和动态定义的过程中。

表 2：中小學生研学实践教育基地（机场类）不完全列表

序号	省市	机场名称	研学营地名称	研学内容
1	广东省	恩平通航机场	恩平泉林飞行主题馆	eVTOL飞行器体验、C919模拟舱操作、无人机科普、低空经济课程
2	广东省	珠海金湾机场	珠海启航通用航空研学基地	航空医疗救援模拟、无人机科技课程
3	湖北省	宜昌三峡国际机场	宜昌三峡国际机场研学基地	空客A319真机探秘、航空安全逃生演练、值机/安检职业模拟
4	湖北省	荆门漳河通用机场	荆门爱飞客航空小镇	AG600水上飞机观摩、风洞飞行体验、航模制作、国防教育
5	安徽省	芜湖宣州机场	芜湖湾沚东方飞谷航空飞行营地	轻型运动飞机驾驶体验、C919模拟舱操作、模拟飞行赛事培训
6	贵州省	铜仁凤凰机场	铜仁凤凰机场航空研学营地	机场驱鸟设备科普、助航灯光系统学习、无人机操作与苗族文化融合课程
7	河北省	衡水通用机场	衡水航空飞行营地	70余架航空器参观、模拟客舱安全实训
8	山东省	潍坊机场	潍坊机场研学基地	小小安检员职业体验、无人机编程、航空消防演练
9	湖南省	株洲芦淞通用机场	斯凯航空芦淞基地	歼-10战斗机观摩、模拟飞行体验、航模制作

第二部分：调研设计与数据分析

为将宏观的政策背景与行业现状转化为可量化、可分析的一手洞察，为民航旅委及行业各方提供确凿的决策依据，我们策划并实施了专项调研。本部分旨在完整呈现本次调研的设计逻辑、实施路径与分析方法，确保研究过程的透明度与结论的可信度。

本次调研的核心目标，是穿透行业表面的热议，精准连接并诊断产业链上、中、下游的关键堵点。具体而言，我们致力于达成三个层面的目的：一是摸清需求底数，精准刻画终端客户（学生、家长及学校）的真实诉求、决策因素与支付意愿；二是探查供给瓶颈，深入了解资源持有方（机场、航司）的开放意愿、合作模式偏好与实际约束；三是凝聚发展共识，汇聚从业者对市场痛点与未来方向的判断，为行业协同发展寻找最大公约数。

一、调研方法

为实现这一目标，调研采用了以问卷为核心的定量研究方法。在问卷设计上，我们摒弃了泛泛而谈，采用了“分群设问、闭环设计”的策略。针对研学产品组团社、机场/航司运营管理方以及研学客户这三类核心群体，分别定制了问题模块，从而得以从不同视角交叉验证，构建起一个立体、动态的需求-供给分析模型。

中国机场研学市场发展趋势与需求洞察

调查问卷

尊敬的业界同仁：

为促进机场研学旅游高质量发展，精准把脉市场需求，推动产品创新与服务质量升级，中国旅游协会民航旅游专业委员会现开展行业调研。本问卷旨在深入了解市场现状、核心诉求、资源供给及未来发展趋势。

调研结果将用于撰写《中国机场研学行业发展报告》，届时将无偿为参与调研的各方提供决策参考。我们承诺对所有信息严格保密，期待您的真知灼见。

【问卷说明】

调查对象：机场运营方、旅行社/研学机构、教育工作者、学生家长及相关从业者。

填写时间：约 10-12 分钟。

第一部分：基本信息

您所在的省份/城市是？【填空题】*

您所在的机构类型是？【单选题】*

A. 研学产品组团社（旅行社、研学机构）

B. 机场/航司运营管理方

C. 研学客户（学生家长/教育工作者）

D. 其他（请注明）

请您根据所在机构类型，跳转至相应板块作答：

图 1：调查问卷样例

二、样本收集

调查问卷于 2025 年 12 月 3 日通过问卷星平台发布，在民航旅委微信公众平台进行了推广，通过多方渠道推介，截至到 2025 年 12 月 22 日，共回收 51 份反馈。

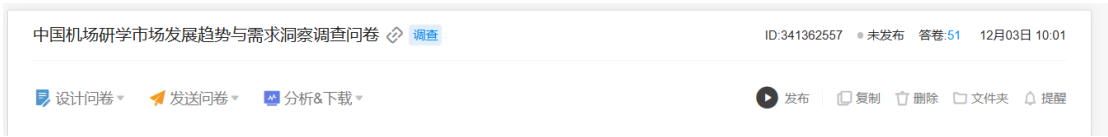


图 2：问卷星平台发布截图

尽管样本总量有限，但其结构（组团社 56.86%，客户 19.61%，机场/航司 7.84%）真实反映了当前市场“中间运营活跃、资源与终端参与相对不足”的生态结构，使数据

更具诊断价值。

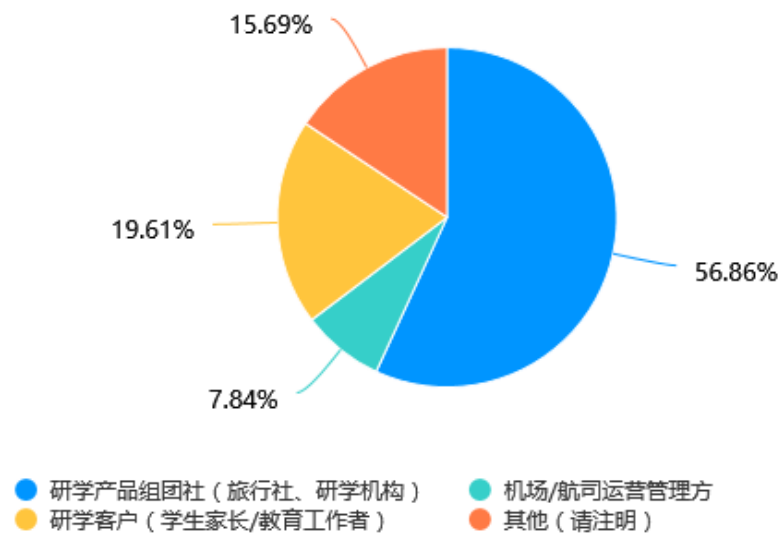


图 3:调查问卷参与比例

三、调研结果分析

基于 51 份有效问卷的数据分析，核心发现观点提炼如下，供行业同仁参考。

（一）机场研学频率以常规为主，机构聚焦创新和安全问题。一是大多数机构常年开设机场研学产品，占比 58.62%。对比显示，常规产品是主流，但仍有 24.14% 的机构仅偶尔组织，10.34% 为季节性产品，暂停和从未组织的机构各占 3.45%。这表明行业参与度较高，但部分机构缺乏持续性。二是常规产品机构更关注内容创新和安全问题。在分析中，常规产品机构对“游而不学、产品内容同质化严重，缺乏创新”的关注度最高（68.18%），同时对“安全

保障体系不健全，风险隐患大”（58.33%）和“行业标准缺失，准入门槛低，监管不完善”（55.56%）的比例显著高于其他频率机构。相比之下，偶尔或季节性机构比例较低，凸显活跃机构更易感知行业痛点。

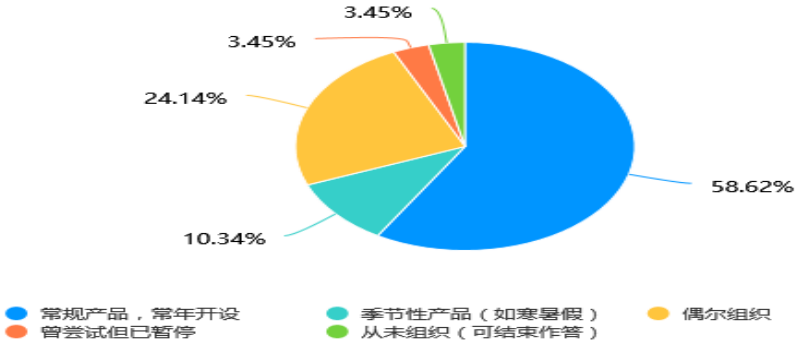


图 4:机场研学产品销售的频率

（二）机场研学核心痛点是资源对接难和专业人才短缺。核心痛点中，机场资源对接难和专业人才短缺最为突出从频数数据看，机场资源对接难的比例最高（65.52%），其次是专业人才短缺（58.62%）和产品同质化严重（55.17%）。相比之下，客户投诉多的比例很低（3.45%），利润空间薄的比例也较低（27.59%），表明资源对接和人才短缺是主要问题，而客户投诉和利润问题相对次要。

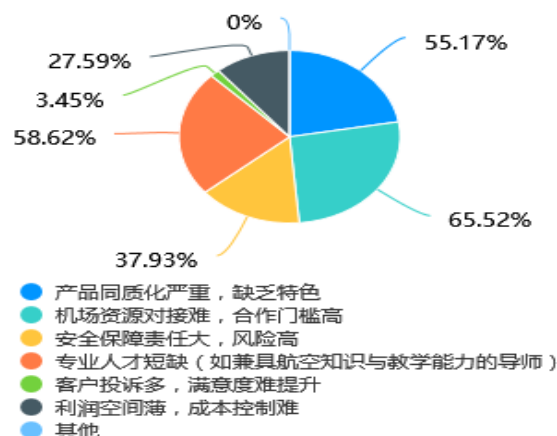


图 5:机场研学产品核心痛点

（三）互动体验是机场研学产品设计的核心关注点。

一是互动体验是设计机场研学产品时最被看重的方面。在调查中，互动体验的趣味性与沉浸感被超过 80%的受访者选择，显著高于其他选项，如知识的专业性（约 52%）和安全保障（约 48%），这突显了用户对产品趣味性和参与感的高度重视。二是用户认为行业问题如产品同质化时，更强调互动体验的重要性。通过数据交叉分析显示，当受访者指出行业标准缺失或产品同质化等问题时，互动体验的被看重比例高达 77%至 86%，这表明在解决行业共性问题时，用户期望强化体验感。

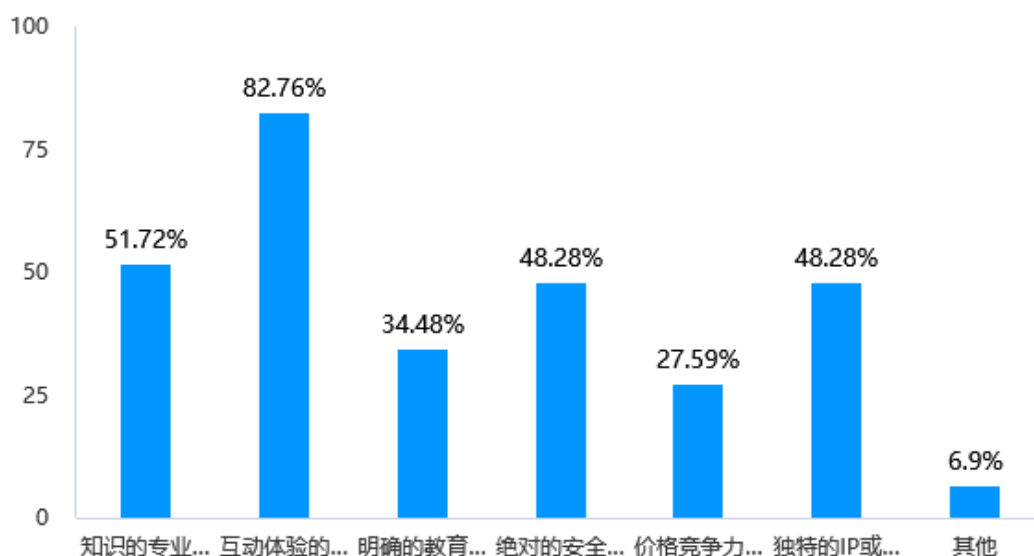


图 6:机场研学产品设计应关注哪些方面

（四）未来一年机场研学产品应优先发展低空经济研学、深度职业体验和科技融合，并针对行业问题优化方向。从频数统计来看，低空经济研学（82.76%）、深度职业体验（75.86%）和科技融合（75.86%）的比例显著高于跨界主题融合（41.38%）和公益属性拓展（20.69%），表明用户对创新技术、职业模拟和低空经济体验的需求强烈。相比之下，跨界主题和公益属性的比例较低，可能反映这些方向吸引力不足。

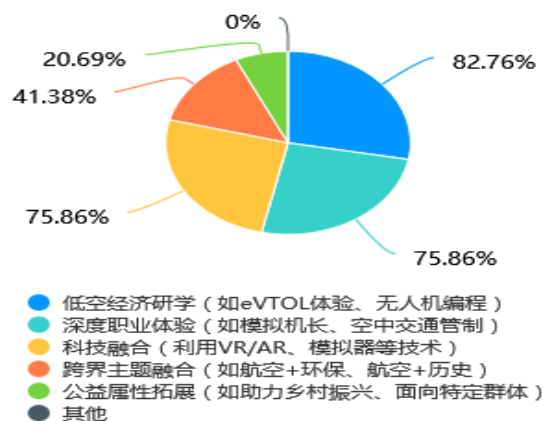


图 7:机场研学最应发力的方向

（五）所有单位积极尝试研学业务，但需解决内容同质化等共性问题。分析显示，所有单位都处于积极尝试阶段，没有单位选择其他态度选项，表明当前整体态度高度一致。建议加强试点项目的可持续性探索，避免资源浪费，并关注潜在风险。在积极尝试的单位中，产品内容同质化是主要亟待解决的问题。

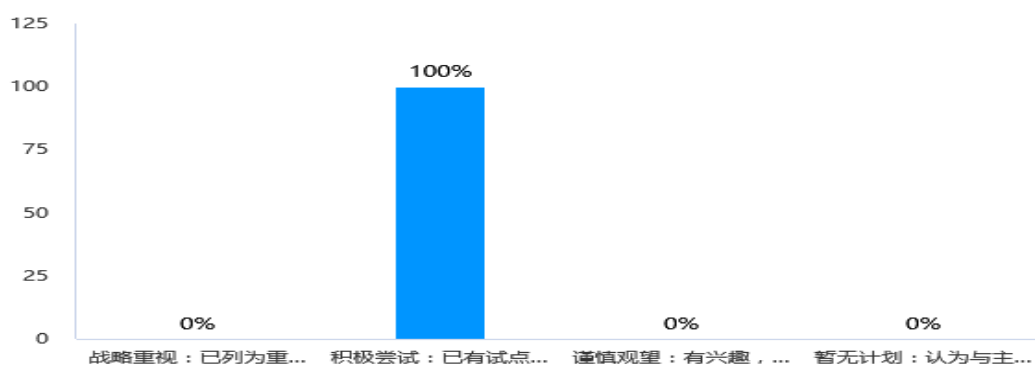


图 8: 贵单位目前对开展研学业务的整体态度

（六）品牌与渠道资源开放意愿最高。对比不同资源开放意愿，品牌与渠道资源（75%）显著高于其他选项，特

定参访区域和人力资源（各 50%）次之，核心运营区域（25%）和设备与器材（0%）意愿较低。总结来看，单位更倾向于低风险、高回报的营销合作。

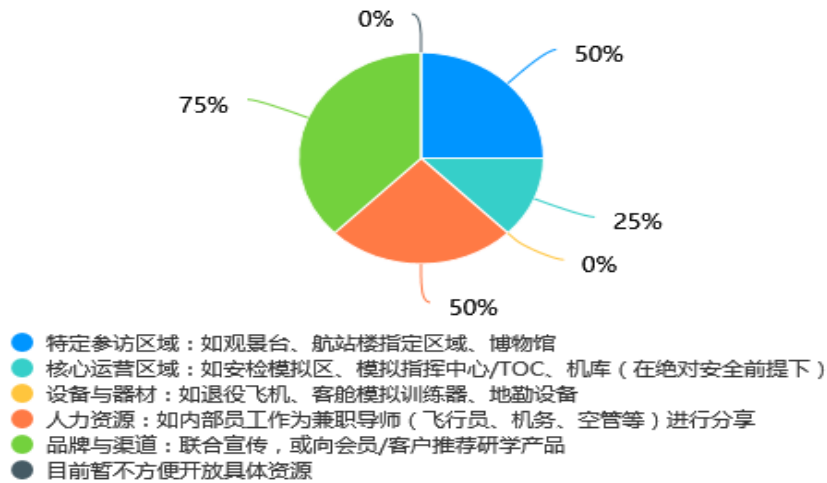


图 9：贵单位能够并愿意向研学活动开放哪些资源

（七）单位偏好深度绑定和品牌输出合作。业务分成模式和品牌授权与认证是单位最偏好的合作模式。分析显示，50%的单位偏好业务分成模式，50%偏好品牌授权与认证，表明单位倾向于深度绑定或品牌输出合作以获取长期收益。相比之下，简单场地租赁和成立合资公司各占 25%，自主独立运营无人选择，这反映了单位更重视合作带来的共享利益。

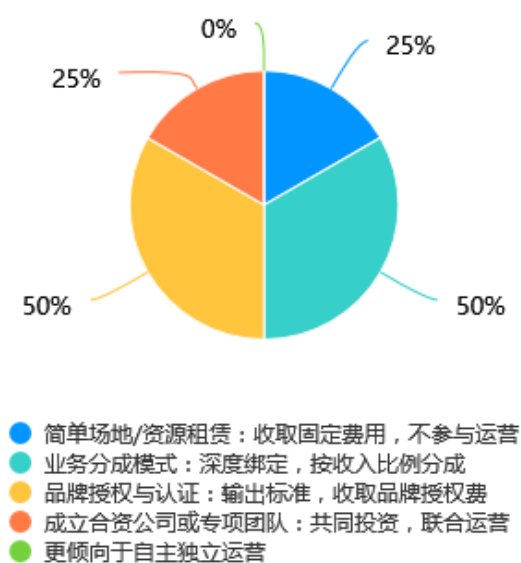


图 10：贵单位愿意以何种模式与外部机构（如旅行社、研学机构）合作：

（八）单位偏好人员和资源投入，需加强资金和时间投入以应对行业挑战。数据显示，75%的单位愿意在研学业务上投入人员和资源，而资金和时间投入仅占 25%。这表明单位更重视核心资源的保障和人员配备，但资金和时间投入不足可能限制产品创新和市场推广。建议增加专项预算和时间投入，以提升研学产品的质量和竞争力。

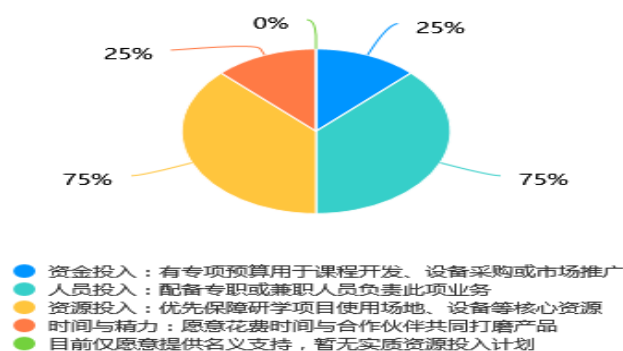


图 11：在研学业务上，贵单位现阶段愿意投入什么

（九）家长认为参与机场研学，孩子最应在知识视野拓展方面得到提升。对比各选项的综合得分，知识视野拓展得分最高（4.2），被 60%受访者排在第 1 位；职业启蒙与规划次之（3.8），被 50%排在第 2 位；科学素养与创新思维中等（3.0），被 60%排在第 3 位；社会责任与安全意识较低（2.2），被 60%排在第 4 位；综合实践能力最低（1.8），被 70%排在第 5 位。这表明家长更注重知识性和职业启蒙的提升，而实践能力和社会责任相对次要。

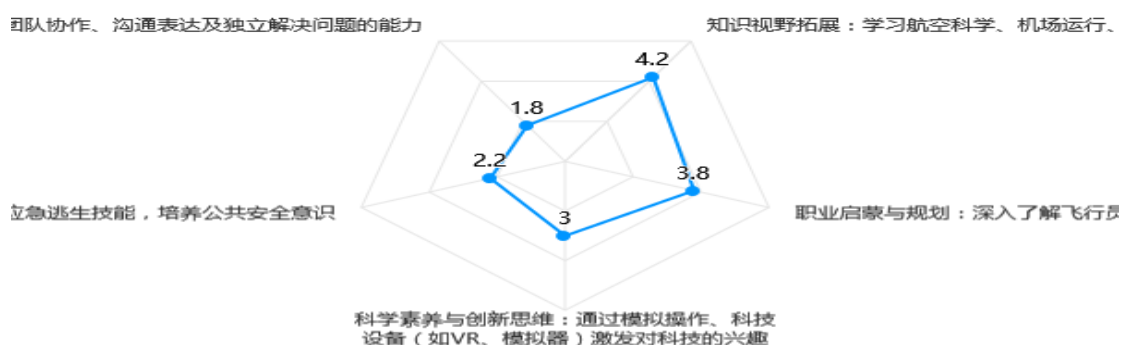


图 12：您认为参与机场研学，孩子最应在以下哪些方面得到提升

（十）机场研学行程偏好集中于 1-2 天。多数受访者偏好 1-2 天的机场研学行程，两天一晚选项最受欢迎。分析显示，40%的受访者选择两天一晚行程，30%选择一天行程，表明 1-2 天行程是主流偏好。相比之下，半天和更长时间选项比例较低（分别为 20%和 10%）。

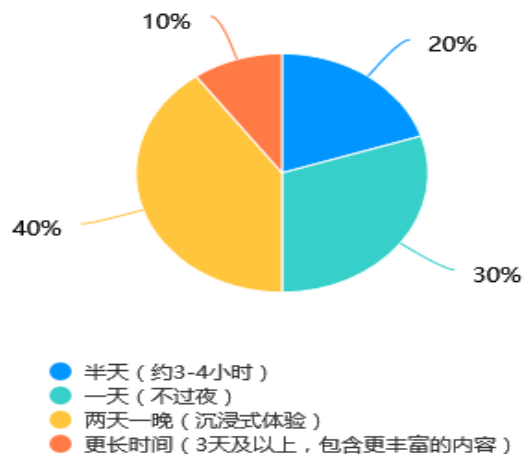


图 13: 对于一次纯“机场研学”活动，您最能接受的行程天数是

（十一）用户偏好低价预算且关注行业问题，建议优化定价和加强标准建设。在预算范围选择中，80%的受访者接受500 元以下的预算，其中 200-500 元占 50%，501-800 元占 30%，801-1200 元无人选择，表明市场对低价产品有较高接受度。高预算选项比例较低，建议产品定价避免 801-1200 元区间，聚焦 200-800 元以吸引更多用户。

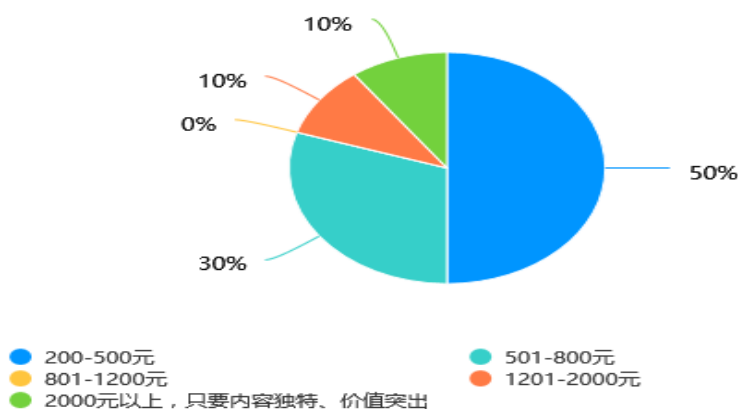


图 14: 对于上述时长的优质机场研学产品，您能接受的单人预算范围是:

（十二）机场研学兴趣高但参与低，行业需优化内容与人才以提升吸引力。受访者中 70%未参与过机场研学活动但有兴趣，参与率仅 10%。对比参与情况，大多数受访者表现出较高兴趣，但实际参与度低，仅 10%参与过，20%无兴趣。这表明潜在需求未被满足。分析交叉数据，发现“游而不学”、“人才匮乏”在所有群体中关注度最高（平均比例超 60%），尤其是未参与但有兴趣的群体比例达 62.5%。

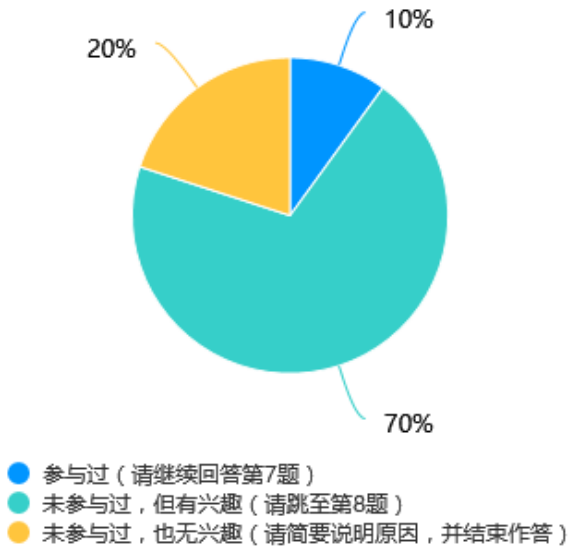


图 15：您（或您的孩子/学生）参与过机场研学活动吗

（十三）内容浅薄和体验缩水是核心不满点，需优化深度与执行。唯一受访者最不满意于“研与学脱节”和“体验缩水”。分析显示，参与者对研学内容浅薄和宣传项目未实现表示高度不满，而其他方面如管理、安全、性价比等无负面反馈。这表明当前活动在内容深度和承诺履行

上存在显著问题。交叉对比发现，最不满意的“研与学脱节”和“体验缩水”与行业亟待解决的问题如产品创新不足和专业人才短缺紧密相关。

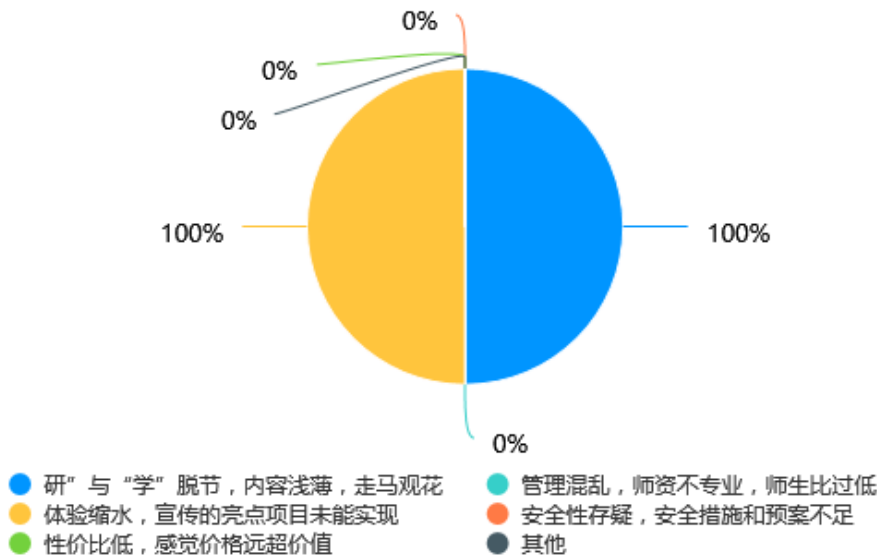


图 16：参与后，您最不满意的的地方是：

（十四）深度体验和技术含量为核心吸引力，需解决行业问题以强化产品。深度体验和技术含量是理想机场研学产品最吸引的核心要素。在调查中，深度体验被所有受访者选择，比例达 100%，表明进入核心限制区域和动手操作具有极高吸引力；技术含量紧随其后，比例为 85.71%，显示高科技设备体验的重要性；教育实质占比 57.14%，显示中等吸引力；而安全保障、品牌背书、独特稀缺和价格合理的比例较低，分别为 14.29%、14.29%、28.57%和 0%，说明价格因素和安全保障未被重视。

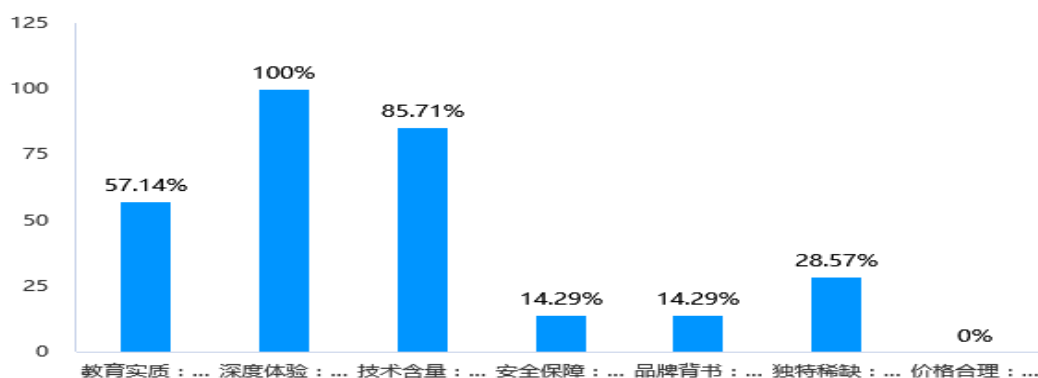


图 17：一个理想的机场研学产品，最吸引您的三大要素是：

（十五）产品内容同质化和专业人才匮乏是机场研学行业最亟待解决的共性问题。在受访者中，78.43%认为产品内容同质化严重、缺乏创新是最亟待解决的问题，74.51%强调专业人才匮乏是关键痛点，这表明创新不足和人才培养缺失是核心挑战；相比之下，行业标准缺失占 50.98%，安全保障体系不健全占 39.22%，价格体系混乱占 37.25%，比例较低但仍需关注。

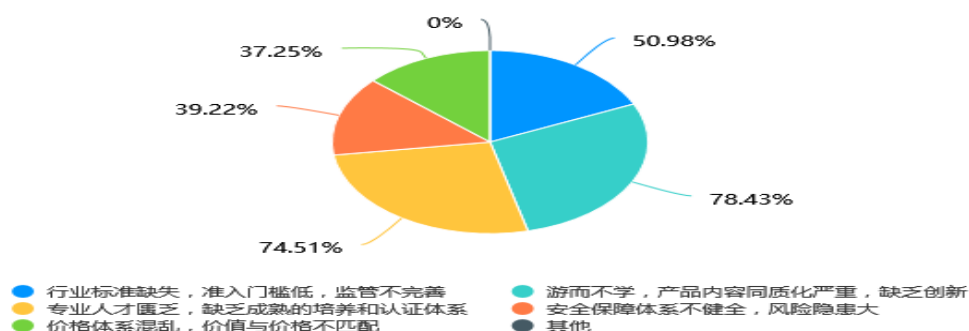


图 18：您认为当前机场研学行业最亟待解决的共性问题是

四、核心调研结论

（一）市场基本盘：需求旺盛但有效供给不足，结构

失衡。一是兴趣与行动的“剪刀差”：高达 70%的潜在客户（家长/教育工作者）表示“有兴趣但从未参与”，而实际参与率仅为 10%。这表明市场潜力远未被释放，症结在于供给质量。二是供给侧结构失衡：问卷中“研学产品组团社”占比过半，而掌握核心场景资源的“机场/航司”方仅占 7.84%。这种话语权失衡导致市场反馈难以有效传导至资源决策层。

（二）核心痛点闭环：资源、人才、创新相互掣肘。

数据分析显示，行业三大痛点构成了一个相互强化的闭环：一是资源对接难（65.52%）：是直接障碍。仅 25% 的机场方愿意开放核心运营区域（如机库、指挥中心），安全与运营压力是主要顾虑。二是专业人才匮乏（74.51%）：是深层根源。缺乏既懂航空又懂教育的复合型导师，导致无法设计出能说服资源方开放、并能确保安全与效果的高质量课程方案。三是产品同质化（78.43%）：是必然结果。前两大瓶颈迫使大多数机构只能在有限的外围资源上做文章，陷入低水平重复竞争。

（三）市场需求画像：为“深度体验”和“教育价值”付费。一是产品吸引力要素：一个理想机场研学产品的三大核心要素，客户选择率为：深度体验（100%）>技术含量（85.71%）>教育实质（57.14%）。二是消费决策偏

好：主流市场偏好“两天一晚”的沉浸式行程（40%选择），并愿意为优质产品支付 200-800 元/人的费用。三是未来发展方向共识：从业者一致认为，应优先发力低空经济研学（82.76%）、深度职业体验（75.86%）和科技融合（如 VR/AR，75.86%）三大方向。

（四）供给侧态度：积极尝试与谨慎投入并存。一是合作模式：资源方最偏好业务分成（50%）与品牌授权（50%）等深度绑定模式，而非简单的场地租赁。二是投入意愿：75%的单位愿意投入“人员”和“资源”，但仅有 25%愿意进行“资金投入”。这种矛盾限制了需要前期资金的技术升级和深度课程开发。

以上数据揭示了机场研学市场在供需对接、产品创新方面存在的显著矛盾。然而，行业内部已涌现出一批先行者，他们通过差异化的模式探索，有效回应了部分市场需求，并取得了显著成效。这些典型案例不仅验证了前述部分需求的真实性，更为行业的破局发展提供了可资借鉴的路径。接下来，我们将对其进行集中剖析。

五、典型案例解析

（一）宜昌三峡机场研学基地

1、研学内容：以“研究性、趣味性、体验性”为主线，充分整合自身资源，规划设计出飞机探秘大课堂、航

空安全教育课堂、航空历史素养课堂、航空趣味体验课堂、航空职业体验课堂五大课程体系，为青少年群体提供模拟飞行、机场运控、民航职业体验及应急自救等多种主题的沉浸式航空体验。

2、资源情况：基地现有室内场地 2800 平方米，设有时空隧道、手工制作室、民航科普大讲堂、模拟飞行体验区等研学教学场所，为学员普及航空知识、体验模拟飞行、开展航模制作；户外场地 6000 平方米，建有观景平台可供学生近距离观看飞机起降，另有两架空客 A319 客机停放在观景台，供学生开展机上研学课程。

3、运行情况：2025 年截至目前，三峡机场研学基地接待各类学员突破 12100 人次，实现营业收入 98 万元，其中，上学期（1-6 月）集中接待 8700 人次，占全年接待量的 78.4%，高效承接春季研学热潮；亲子研学成新增长点，场次同比提升 31.4%。



图 19：研学图片

（二）扬州泰州国际机场研学营地

1、**研学内容：**由扬州泰州国际机场和扬州报业传媒集团共同运营，主要有全流程职业体验、深度设备互动、实地参观教学、安全教育与拓展、特色成果激励等相关机场“一站式”深度研学项目。

2、**资源情况：**营地内设有民航博物馆、737 模拟机、VR 互动教室、多功能研学教室以及特色研学餐厅等沉浸式场景，并培养了一支经验丰富的专业团队，设置小小值机员、安检员、乘务员、小机长等研学角色，并通过 VR 设备，沉浸式感受飞行的乐趣与奥秘。在机场二期扩建项目中，还将推出“游机场·懂民航”研学线路。

3、**运行情况：**自航空研学项目正式运营以来，扬泰机

场已累计接待近 4 万人次学员，带来近上千万元的收入。其中，2023 年项目仅运营 9 个月，研学营地便接待了近 500 批次团队、1.3 万名学员，实现营业收入 360 万元。



图 20：研学图片

（三）大兴国际机场发现兴世界研学

1、研学内容：由民航旅委会长单位首都机场旅业有限公司负责运营，通过现场导览讲解与机场运行观察，帮助学生直观了解机场知识，切身感受现代国之重器的创新魅力。开展至今，打造出了以弘扬爱国主义精神、普及航空文化为核心的专题课堂《探索大兴机场的奥秘》、《绿色机场》、《飞行区里那些事儿——鸟防、灯光、除雪》，以及以设计实践互动（楼内涂鸦写生、航模拼装）为主题的《航

食体验》等多项课程。

2、资源情况：依托大兴国际机场爱国主义教育基地和大兴机场教育科研基地等优质资源，打造航旅融合综合示范项目，项目多次被央视网、北京卫视、中国日报等主流媒体宣传报道，被评为大兴区中小学生社会大课堂资源单位，并被大兴区教委授予“大兴区红色教育基地”荣誉称号。“走进大国重器，感受中国力量”线路，入围“建党百年红色旅游百条精品线路”第 55 条。下一步将部署模拟飞行体验舱，同各机场相关单位建立长期合作关系，增加机场特种车辆、值机、安检、驱鸟灯光等研学产品；同时同天津空客、天津飞安航空训练基地、中国民航大学、“两航起义”纪念馆等单位建立长期合作关系，增加客舱逃生、客舱灭火、空客总装线、机场空管运行、真停机坪等实景互动研学产品。

3、运行情况：运营至今，该研学项目已累计接待游客 5 万人次，接待研学、大课堂活动 1000 批次，接待党建、交流活动 200 批次，带来 300 万元收入。



图 21：研学图片

第三部分：行业发展建议

本次调研清晰地表明，中国机场研学市场已跨越概念萌芽期，正步入从“规模扩张”到“质量升华”的关键转型阶段。挑战源于系统性的供需错配与能力短板，而机遇则深藏于国家对科教兴国、交通强国的坚定战略之中。基于上述深度诊断，机场研学的发展不能依赖单点突破，必须进行系统性、生态化的重建。

一、对行业管理机构（协会、政府）的建议

（一）加快标准体系建设：牵头研制并发布《机场研学服务规范》团体标准，对课程设计、师资配备、安全保障、资源配置等提出基础要求，设立行业准入门槛，终结“无序生长”。

（二）搭建资源对接与信用平台：建立“机场研学资源意向库”和“优质服务机构白名单”，举办专场资源对接会，降低信息不对称和合作风险。

（三）启动专业人才培养工程：联合院校、航司培训中心，开发“机场研学导师”认证培训课程体系，建立人才库，从根本上解决人才短缺问题。

（四）设立行业创新引导基金：鼓励并资助在低空经济研学、VR/AR 深度应用、跨学科课程研发等方面的创新试点项目。

二、对资源供给方（机场、航司）的建议

（一）转变观念，制定分级开放策略：将研学视为社会责任、品牌投资和潜在增长点。可制定“核心区远程观摩+专属体验区实操”的梯次开放方案，平衡安全与体验。

（二）创新合作模式，寻求长期共赢：超越简单的场地租赁，积极探索与优质教育机构或旅行社的“业务分成”或“品牌联合”模式，深度绑定，共同开发专属 IP

产品。

（三）盘活内部资源，组建兼职导师团：鼓励并培训内部员工（飞行员、机务、空管、地服）成为兼职研学导师，既能保证专业性，又能降低人力成本。

三、对产品提供方（旅行社、研学机构）的建议

（一）深耕内容，拒绝同质化：针对不同年龄段，开发差异化、模块化课程体系。重点发力数据揭示的三大未来方向，打造具有技术壁垒和知识深度的核心产品。

（二）强化师资，提升教育价值：投资于导师团队的长期培养，确保其不仅懂航空，更懂教育学和儿童心理，能够将专业知识转化为生动的学习体验。

（三）诚信经营，保障安全与体验：严格兑现宣传承诺，杜绝“体验缩水”。将安全保障预案置于首位，并通过高额保险、专业安保等措施打消客户顾虑。

文化和旅游部、中国民用航空局近日联合印发的《文化和旅游与民航业融合发展行动方案》明确提到，实施民航主题研学旅游产品开发计划，遴选推广一批具有教育意义和吸引力的民航主题研学旅游品牌项目和课程，科普民航知识、宣传民航文化，为行业发展注入了强大的政策支持力度。

民航旅委将以此次调研为起点，持续履行平台职责，推

动标准建立、促进对话合作、表彰最佳实践，通过宣传推介、行业报告发布、案例征集推广、资源撮合等活动为会员单位和机场研学发展赋能。我们呼吁全体行业同仁，以更加开放的心态、更加专业的行动、更加长远的视野，共同将机场——这片承载着人类飞翔梦想的土地，建设成为滋养下一代创新者与建设者的沃土，真正实现民航业与教育事业的双向赋能，为交通强国和人才强国战略贡献来自民航的独特力量。