网红游乐项目如何系紧“安全带”

□新华社“新华视点”记者　张千千　白丽萍　周文冲

飞拉达、悬崖秋千、洞穴探险……当前，一系列网红高风险游乐项目持续走热，成为景区的“流量密码”。

“新华视点”记者走访多地景区发现，部分项目重流量、轻安全，存在风险隐患。在“解锁”新奇体验之前，更需为安全“上锁”。

部分项目存安全隐患

近年来，一些网红高风险游乐项目走红升温。博研咨询发布报告显示，2025年中国探险旅游市场规模达到2180亿元，同比增长21.3%。其中，山地徒步、攀岩类项目、洞穴探秘、峡谷漂流等合计占比超五成。

网红项目的建设运营带动景区营业额提高。湖南张家界七星山飞拉达营业以来，每月营业额近300万元；贵州黔西南州将军洞目前日接待量稳定在300人左右，单日营业额突破30万元。

然而，热潮之下也有安全隐忧。

前不久，有游客发帖称，西双版纳某公园内“丛林飞跃”项目有绳索断裂；今年7月，一名游客发现河南某景区的飞拉达设施有螺丝松动，近乎脱落。

在贵州一处漂流项目，不少船只被急流冲翻，将漂流游客压在水下数秒，景区工作人员宣称“捞起来继续漂，包捞包活”；有媒体发布信息称，某景区允许未成年人穿拖鞋体验飞拉达项目，并提供胶带让孩子将拖鞋粘在脚上。

记者发现，尽管不少游乐场所张贴有安全须知，但这些提示往往被置于不显眼位置，游客难以第一时间注意，执行情况并不理想。

多处网红彩虹滑道规定，仅限一人乘坐，禁止1.2米以下、20公斤以下的儿童及60岁以上老人参与体验。但在实际操作中，成人抱着低龄儿童共同滑下的现象屡见不鲜。“抱着孩子滑下来时冲击力很大，整个过程非常难控制，很容易侧翻。”兰州一名家长说。

记者梳理发现，近年来已发生多起网红高风险游乐项目安全事故。

今年5月，四川省华蓥市玛琉岩探险公园发生一起人员伤亡事故，游客在体验瀑布秋千项目时受伤，送医途中死亡；去年7月，贵州天籁文化旅游开发有限公司习水飞鱼谷漂流项目发生一起漂流艇侧翻事故，造成1人落水失联后溺亡。

惊险背后的盲区

记者采访发现，部分网红高风险游乐项目在标准落地、运营管理等方面存在问题。

一些游乐项目缺乏统一运营标准，参与者年龄、身高、健康条件，以及线路分级、安全员配比等标准由景区自行制定，各地尺度宽严不一。

例如，多数飞拉达项目将身高门槛设置在1.3米或1.4米，通常对应8到10岁左右的儿童，但也有一些景区允许4到5岁的低龄儿童参与项目。“目前我国尚未出台针对飞拉达项目的专项行业标准，运营方主要参照户外探险及攀岩项目的安全管理规范执行。”重庆一家飞拉达运营公司负责人说。

一些项目有明确的国家标准，但实际落实情况不到位。

强制性国标《体育场所开放条件与技术要求　第11部分：漂流场所》要求，12岁以下的儿童只能在家长陪护下在急流为一级或二级的漂流水域漂流，即符合“水流平缓”或“浪中等且有规律”等条件的水域。

漂流急流共分六个等级，三级被定义为水流较急、会全身湿透，四级以上则更为危险。然而，在多地景区，不少家长带着孩子在明显超过二级标准的湍急水流中体验漂流项目。

记者调查了解到，一些景区将网红游乐项目外包给第三方公司运营，疏于安全管理。

甘肃省天水市麦积山大景区管理委员会副主任张辉表示，第三方外包公司暂无统一准入门槛。记者调查发现，一些景区将项目场地和经营权外包后，日常设备检修、人员培训流于形式。

张辉介绍，景区请专业团队排查隐患也面临障碍：一是缺乏统一的评估标准，第三方机构难以作出具备法律效力的“合格或不合格”判定；二是专业团队水平参差不齐，景区难以判断哪些团队真正具备资质能力，易被“伪专业”蒙蔽。

“包捞包活”“4岁解锁飞拉达初体验”“拍照巨出片”……依托短视频平台和社交媒体传播，部分景区陷入比拼刺激程度的“内卷”。在流量逻辑主导下，部分运营方将资金更多投向短视频营销与宣传推广。为抢占客流、扩大收益，部分项目放宽年龄、身体条件等准入门槛，默许甚而主动引导游客进行危险操作。

筑牢安全防线

“确保游客生命安全与健康是景区和游乐项目运营的第一要义。”中国旅游研究院长江旅游研究基地首席专家罗兹柏说。业内人士呼吁，应尽快针对新兴网红高风险游乐项目完善涵盖项目设计、设备安装、运营维护、人员资质的全链条国家标准。

罗兹柏认为，可将此类项目纳入高危险性体育项目管理，避免各景区自行设定身高、年龄门槛，同时禁止穿着拖鞋等明显不合规装备参与危险游乐项目。

“要强化人员资质，严格要求工作人员持证上岗，明确人员数量要求。”甘肃文旅产业研究院执行院长高亚芳表示，应要求游乐项目配备足够数量的持证专业技术人员，确保人员资质标识清晰可辨，如佩戴胸牌，并将项目证照、人员资质等信息在景区明显位置进行公示。

近年来，针对游乐设施，我国持续开展监管行动。市场监管总局2024年部署暑期汛期特种设备安全工作，2025年部署在全国范围开展移动式大型游乐设施专项整治；文化和旅游部开展文化和旅游领域暗访工作……

“高风险游乐设施还应完善应急机制，强化现场救援能力。”天津师范大学风险治理与应急管理研究中心主任温志强建议，高风险游乐项目应在规划设计阶段就融入应急救援预案，强制配备监控设施、救援设备和专职人员，并定期开展实战演练。

此外，业内人士呼吁，应持续加强面向公众的安全科普宣传，引导游客主动规避风险、拒绝违规操作。广大游客也要切实提升自身安全防范意识，审慎评估个人体能，避免参与超出承受能力范围的项目，把安全主动权握在自己手中。

（新华社北京8月6日电）

“科技+”升温，研学新赛道加速成形

□新华社记者　李傲秋　段菁菁　熊翔鹤

操控机器狗穿越模拟废墟，走进电影产业园区拍摄一条微电影，在实验室里组建能够活动的机器人……这个暑期，多地科技研学活动持续走热。

业内人士表示，随着新技术加速融入生产生活，公众对前沿科技的关注度不断上升，文旅消费正呈现出从观光型向知识型、体验型转变的新趋势，也为研学市场细分升级提供了更直观、可感的新空间。

兼具知识与体验，科技研学持续走热

在四川成都机器人创新中心，成都市海滨小学的学生们先与春晚同款的阿尔法机器人互动，随后利用传感器等，动手搭建起设备模型。

“通过实际操作，我真切感受到了自动化生产的高效与精准，原来智能制造离我们并不遥远。”成都市海滨小学学生吴雨彤说。

今年暑期，在成都、杭州、武汉等科技企业云集、技术应用场景丰富的城市，科技研学成为最受欢迎的文旅项目之一。

华中师范大学教授、湖北旅游研究院执行院长龚箭介绍，区别于以参观展示为主的普通研学活动，科技研学以真实的科学研究和技术应用场景为载体，通过沉浸式体验和实践，引导学习者理解科学原理与创新应用，受到越来越多家长和学生的青睐。

中国旅行社协会发布的《2026年中国研学旅游市场景气调查报告》显示，“科技创新研学”“自然科学研学”等领域位居研学市场最具潜力的细分领域前列。根据去哪儿7月初发布的《2026暑假出行报告》，“工业研学”相关产品热度同比增长超五成。

中国海洋大学管理学院旅游学系主任、教授刘佳表示，科技研学走热，与全社会科技氛围升温密切相关。人工智能、智能制造、航空航天、新能源等话题频频进入公众视野，家长和学生对前沿科技的兴趣持续上升。

“与此同时，家庭文旅消费正在从单纯观光转向知识型、体验型消费，家长更愿意为‘玩有所学、学有所获’的产品付费。”刘佳说。

科技资源供给扩容，研学产品丰富多元

《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》提出加大科普资源供给，《旅游强国建设“十五五”规划》要求依托自然、文化、科技等资源规范开展研学旅游……在一系列政策的引导支持下，科技资源供给加速扩容。

湖北发布“文化旅游+”专项行动方案，明确依托工业遗产和现代产业资源打造工业主题旅游线路；四川上线“天府科普研学游”服务平台，提供了1000余项科普研学产品；山东发布科技科创主题研学地图，覆盖全省110个科技研学基地……

位于湖北黄石的华新1907文化遗址公园由百年历史的华新水泥厂改造而来，是工业遗产转化为研学产品的典型案例。每年有10余万人次的研学团队走进窑炉车间，了解水泥生产流程和我国水泥工业发展历程。

越来越多的企业和科研机构开始将原本封闭的生产线、展厅、实验室等改造为公众可以近距离体验的科技研学场景。

“建筑坍塌，有人被困。”浙江大学某个实验室的一堂人工智能研学课上，研学营的孩子们屏息凝神，拖动代码模块编写指令。机器狗随即启动，跨越“裂缝”、穿过“废墟”，搜寻“被困人员”。研学导师引导学生观察机器的反馈，一遍遍修改程序。

“企业和科研机构参与研学，既是履行科普教育的社会责任，也是通过开放科技和产业场景向青少年传递技术形象、建立长期品牌认知的有效方式。”参与开发这一研学项目的浙江皓石教育科技有限公司总裁宋扬说。

“科技研学实现了生产与文旅跨界增值，盘活了工业、科创资源，助力城市打造新名片，兼具教育、经济与社会多重效益。”江西财经大学数字文旅研究院院长邓爱民说。

补短板、优设计，进一步提升科技研学获得感

“现在科技研学很热，但短板也比较明显。”龚箭认为，一些项目“有科技场景，但没有教育设计”，有些线路“有参观流程，但没有课程体系”，甚至只是把工厂游、展馆游换个名字包装成研学。

青岛海洋研学旅游联盟秘书长雷强建议，应该规范机构准入，加强资质管理，建立分层分类的导师培训体系，健全研学机构、企业与学校之间的协同机制，培养一批具备综合能力的研学从业者。

要提升科技研学产品质量，就要注重对科技资源的深度挖掘。一个工厂、一个实验室或一个科创展厅，可以围绕不同客群和消费时段，设计短时体验、深度营课、亲子活动、职业认知、企业参访等不同产品。

“政府可以牵头整合企业、科研机构、工业遗产等科技研学资源，搭建研学联盟，将研学活动与文创零售、主题餐饮、展演活动和城市休闲线路联动，拉长消费链条。”邓爱民说。

要因地制宜打造产品辨识度。当前不少科技研学项目容易陷入“展厅+讲解+手作+证书”的同质化模式，短期可以吸引客流，长期却难以形成复购。

“每个城市都应该发挥特色产业优势，围绕不同的工业文化与企业特点，打造一批科技研学精品线路。”邓爱民说，“把本地企业、科研院所、工业遗产和科普场馆串联起来，形成主题独特、课程充实、体验丰富的研学产品。”

（据新华社北京8月6日电）

（本版图片由AI生成）