今晨6点

烟台日报社主管主办 国内统一刊号CN 37-0073 总第6073期
今晨6点编辑部出版 2026.7.20 星期一 农历六月初七

我国《职业教育专业目录》增补27个新专业

记者7月16日从教育部获悉，2026年《职业教育专业目录》专业增补工作近日已完成，共计增补27个职业教育本专科专业，其中高职专科专业9个、职业本科专业18个。

此次专业增补重点增设一批数字经济、低空经济、人工智能、高端装备、城市更新以及民生紧缺等领域专业。如，在生产性服务业领域，新增技术经纪服务、低空运输工程技术等职业本科专业；在生活性服务业领域，布局婴幼儿家庭养育与指导、旅居康养运营与管理等高职专科专业。

据新华社

暑期，带孩子去哪里玩？

随着暑期的到来，亲子消费迅速升温，成为激发消费潜力的新增长点。亲子研学、亲子康养、亲子文旅等需求快速释放，各地文旅景区、教育机构、酒店民宿等主体也加速布局亲子业态。

亲子研学 在体验中了解更多知识

制作熊猫青团蜡烛(资料图)

炎炎夏日，四川雅安市宝兴县蜂桶寨邓池沟景区的亲子营地却是一片清凉。

走进营地里的亲子工坊，记者看到小朋友们正专心致志地听研学老师讲解注意事项。工作台前，模具、蜂蜡、青团粉末依次排开，景区研学负责人陈扬指着桌上的材料向小朋友们一一介绍。

6岁的王喜宝跟随老师指导先点炉再熔蜡，直到蜂蜡在锅中搅拌熔化，再麻利地将棉芯放入锅中浸润。紧接着，她用温度计测量蜡液温度，浸染、搅拌、定型，一气呵成。

“孩子在网上看到这个景区的熊猫青团蜡烛课程视频，觉得很有趣。正好放暑假了，我就带着喜宝过来参加亲子活动。”王喜宝的父亲说。到了景区，父女俩才发现，这里还有很多其他课程，在等待蜡烛冷却的过程中，他们又选了植物相框课，将山中拾取的干树枝、野果、干花，贴在木制相框里。

蜂桶寨邓池沟景区是大熊猫栖息地世界自然遗产的核心区域，有国家一级重点保护野生动物46种、国家重点保护珍稀植物18种，既是大熊猫、金丝猴等珍稀野生动物的天然乐园，又是珙桐、连香树等珍稀濒危植物的原生栖息地，生态禀赋得天独厚，为开展自然教育提供了天然课堂。

2023年开始，蜂桶寨邓池沟景区利用当地特色开展了一系列亲子活动。从熊猫青团造纸到熊猫青团蜡烛，从野外巡护队到熊猫窝窝头，吸引众多游客前来。“近年来，亲子体验游的市场需求越来越大。去年，有150多个团次来我们这里研学，其中亲子游占了65%以上。”陈扬说。

四川大学商学院副教授张攀说，当前亲子消费呈现出了新特征，陪伴体验受青睐，亲子游、亲子研学等互动消费快速升温。这就需要推进文旅商融合，打造亲子友好空间，策划亲子体验活动。

亲子康养 在疗愈中享受家庭时光

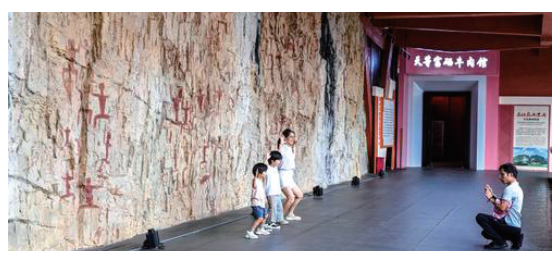
宁明花山温泉谷

暮色渐沉，正是广西崇左市宁明花山温泉谷的惬意时光。

41摄氏度的当归药池里，35岁的林瑜在泡温泉。“带娃来玩，大人也能静心康养，全家一起放松最舒服。”林瑜笑着说，他和爱人带着8岁的乐乐，从广东深圳自驾来到宁明县，开启了一场全家亲子康养体验。一旁的儿童专属泡池自成一方小天地，池中央架着水上滑梯，孩子们尽情嬉戏。乐乐不时跑回大人的温泉池里歇歇脚，小脸热得红扑扑的，小手摸着胳膊念叨：“身上滑溜溜的！”

广西宁明骆越文化旅游开发投资有限公司花山岩画景区运营部主管苏扬扬介绍：“我们的温泉水富含20余种微量元素。顺应家庭消费潮流，景区设置大人康养泡池、小孩戏水区域，打造一站式亲子康养度假体验。”

广西大学工商管理学院副教授赵赞认为，近年来，以“一老一小”为核心的家庭客群规模庞大，消费需求稳定，行程规划确定性强。这类家庭体验消费既要满足儿童群体研学求知、寓教于乐的需求，又要契合老年群体休闲康养、疗愈养生的诉求。



花山岩画景区

花山岩画景区以精准产品供给回应市场需求。一方面兼顾娱乐休闲。花山欢乐世界里，蹦蹦云、秋千区、图腾滑梯等设施，让孩子尽情撒欢；家长不用全程紧绷，既能陪娃，又能抽空歇脚放松。另一方面完善吃住配套。亲子房舒服又有特色，居家感十足；壮乡簸箕宴、八角香鸡等美食老少皆宜；天琴等非遗展演热闹又有烟火气。

今年“五一”假期，花山岩画景区亲子康养体验热度持续攀升，家庭消费客群占比超60%，日均接待亲子团队80-100组。“明江游船观岩画、骆越文化研学、竹竿舞与接绣球等民俗互动项目，成为最受亲子家庭欢迎的热门体验。”苏扬扬说。

小心踩“坑” 亲子文旅市场监管待加强

“我在手机上买了‘门票+酒店’的套餐，看似价格很划算，但到了景区才发现，套餐里包含的门票只是最基础的，很多项目还需要额外购票。”近日，在天津某主题公园旅游的山西大同市市民周海说。

“其实，园区一些收费项目比如水陆车、观光车、快艇等也是物有所值的，但套餐中最好显著列出包括哪些项目，以及不包括哪些项目，并标明价格，提供完整的信息，供消费者决策。”周海说。

暑假期间，各大线上平台和文旅商家集中推出低价亲子套票、特惠“遛娃”套餐等产品。部分低价产品往往存在宣传夸大、服务缩水的问题，一些套餐、套票仅包含基础门票，核心游乐项目和亲子体验服务均需二次付费，同时还可能个别存在节假日溢价、强制捆绑增值项目等问题，实则是“低价引流、高价消费”。消费者不要轻信超低价套餐，而应仔细查看项目明细。

“暑期给孩子报了一个北京的研学团，希望孩子能在游玩中增长些知识，没想到就是到几个博物馆听讲解，孩子很快没了耐心。”辽宁沈阳市市民张英家暑假带即将上小学的孩子来北京游玩，本想“寓教于乐”，却成了“变相上课”。

还有一种更隐蔽的“坑”，是一些亲子旅游产品看似项目众多，但在行程安排上压缩成本。“本想带着孩子和老人出来玩报个团省心，但酒店和各个景点距离比较远，每天起早贪黑。”黑龙江哈尔滨市游客邹菲菲带着70多岁的父母和8岁的孩子到成都游玩，几天连轴转下来已经疲惫不堪。

游客建议，监管部门应严厉整治虚假宣传、价格欺诈、强制消费、霸王条款等各类违法违规行为，重点排查无资质经营、超范围运营、伪研学虚假营销等乱象，持续规范亲子文旅市场的经营秩序。

安排暑期自由行的家庭也有很多“吐槽”。“酒店号称有‘儿童乐园’，结果带孩子到了现场才发现只是把酒店内一块空地用围栏围起来，里面放了简易滑梯和海洋球。所谓的‘亲子房’也就是普通房间贴上卡通贴纸、摆几个毛绒玩具，和普通房间没有太大差别，价格却高出不少。”家住北京西城区的李女士暑期出行特意挑选一些提供亲子服务的酒店，却经常“踩坑”。

“亲子市场仍存在原创IP（知识产权）不足、科技与场景融合不深、一站式服务欠缺、新兴业态监管待加强等短板，制约消费潜力释放。”张攀说。

据《人民日报》

地址：烟台市北大街54号 邮政编码：264001 编辑部：6631273 6631274 官方网站：水母网 投稿邮箱：ytxiaozuojia@126.com 本版责编：赵蓓蓓 美编：岳媛祯 文检：柳洪武
印刷：烟台报捷新闻印刷有限责任公司（烟台市福山区聚福路620号） 自办发行：小报童发行有限公司 广告许可证：鲁工商广字08-002 每周一出刊 定价：全年90元