

最新旅游业调研报告(优秀5篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

旅游业调研报告篇一

调查地点□xx市

调查方法：街头访问

调查时间：1999年11月

样本量：334

被访者：省内、省外及港澳台旅游者

调查机构□xx市场调查公司

报告来源□xx市场调查公司

报告内容：

随着旅游业的蓬勃发展及其在旅游地经济中作用的日益增强，如何以具有吸引力的旅游产品来开拓客源市场、保证稳定的客源成为各旅游地关注的焦点。而由于旅游产品和其它服务产品一样，具有无形性和不可移动性的特点，它的生产和消费过程是同时发生的，因此，旅游业更多地是在营销“经历”。

大量的研究结果也表明，对服务产品而言，除消费者亲身经历外，他人的口头宣传比任何其它信息来源更加重要。若旅

游地希望消费者为自己作良好的口头宣传，就必须为他们创造良好的旅游经历。如果具有无限资源，旅游地也应该象工业生产部门一样在质量上追求“零缺陷”，使旅游者在各方面都得到满足，但由于资源的限制，实际运行中应追求资源的优化配置按照问题的轻重缓急来分配资源和安排工作。对旅游者满意度的现实衡量、寻找旅游地绩效的薄弱环节以明确工作急需改进的领域就成为当前旅游地建设中的重要课题之一。

以xx市作为旅游地的研究例证[]xx兰邦市场调查公司于1999年11月在xx主要景点和火车站、罗湖商业城等处对来xx的旅游者(包括省内、省外及港澳台旅游者，未包括外国旅游者)进行了调查。调查采用问卷式的面访方式，问卷共包括三部分。

第一部分甄别问题是将不在本次研究范围之内的当天往返游客、本地游客以及来深以长期工作为目的的对象排除在外。

第二部分是主体，将影响旅游者满意度的29项评价指标分别表述为相应的句子，以likert5级态度量表测量旅游者在深旅游的满意度和各项评价指标在其外出旅游时对他个人而言的重要程度。

第三部分则是背景资料部分。调查共发放问卷340份，有效回收问卷334份，有效回收率为98.2%。

由图可以看出：共有9项指标(占31%)落在了重要程度高而满意水平也较高的右上区域，属于xx目前的优势领域。这些因素包括社会治安、有许多自然景色和风景点、游玩地多、交通、通讯、主题公园、绿化、清洁卫生、气候。在这些方面xx市需要继续保持现有的绩效，并努力提升以成为与其它旅游城市相比的竞争优势。尤其是在两项重要程度较高的因素——“绿化好”和“是个清洁、卫生的城市”上旅游者对xx的满意度评价都颇高，可以形成为xx旅游形象宣传的突

出优势.

值得注意的是，“有许多自然景色和风景点”几乎接近横坐标，即目前旅游者的满意程度处于“一般稍偏上“的水平。如果在这一方面不采取措施进行改进，有可能未来几年随着周边旅游风景区的开发和旅游者崇尚自然回归趋势的加强，旅游者的评价就会降低，从目前的优势降低为劣势。日前xx旅游发展规划中已将东部黄金海岸和西部田园风光的建设作为开发重点，当前的任务则是切实将自然风光的开发落到实处，以未雨绸缪，顺应时势之需。

有5项指标(占17%)落在了右下区域，因这部分指标的重要性较高，但旅游者的满意水平较低，是急需大力改进的关键领域。它们主要集中于xx的各项价格方面(物价、景点的门票价格、餐饮住宿价格和易找到适合自己要求的餐饮住宿处)，其次是商场、餐饮的服务质量。从xx作为一个旅游地的角度来看，这些方面是xx的薄弱环节，目前需要着重分配资源和注意力以改变目前不利的局面。

左上区域包括6项指标(占21%)，被访者认为xx目前的绩效不错，但它们的重要性不高，如经济比较发达、城市的基础建设、商品丰富、人的效率等等，属于无关紧要领域，目前对旅游者的宣传和促销上可不必花费过多资源于这些方面。

有8项指标(占18%)属于不占优先地位的领域，即左下区域。被访者对这些因素的绩效评价不高，但因它们的重要性也相对较低，目前可以不必过分关注。如果当xx市的旅游业在现有的基础上向更高的目标发展时，就必须得关注这些方面现有绩效不佳的原因并寻求解决办法。

在这一区域中不可忽略的是，“宾馆的服务质量”几乎位于纵坐标上，说明它的重要性接近中等，但旅游者的评价不高，同样需要引起重视。

对旅游者的满意状态进行评价和分析对旅游地的管理和营销工作具有重要的指导意义，它同时向旅游地指明了工作急需改进的方向。对xx旅游业而言，目前需要引起重视的是价格的问题。相关的方差分析表明，国内旅游者对xx的各项价格评价较低，而港澳台旅游者则认为价格比较合理。

因此，在xx大力吸引国内游客来深旅游时，要注意对现有产品结构作进一步的优化调整和配置，以结构合理的多样性来满足不同特征旅游者的需要，如开发更多的中低档产品来满足国内家庭旅游、学生旅游等市场的需要；另一方面则应进一步提高产品和服务的质量以使旅游者感到物有所值。

来深旅游者认为绿化和清洁卫生这两项因素在外出旅游时重要程度较高，他们对xx有相当满意的评价，是xx市目前使游客满意的优势环节。要确定这些方面是否已形成为xx对旅游者独具吸引力的竞争优势，还应在今后的调查研究中与有关竞争地进行比较分析。

正如忠诚的顾客是企业实现利润的稳固基础一样，忠诚的旅游者也是旅游地具有稳定客源，增强竞争力的宝贵财富。而造就忠诚旅游者的关键则在于使他们满意，旅游者的满意度越高，忠诚度也越高。但对于旅游地来说，无论它是多么吸引人，旅游者再购买行为即再访机会都不会太多，故旅游地的忠诚顾客主要表现在他们的口碑效应，即将他们在旅游地的满意经历推荐给他人，以带来更多的旅游者。

从这一角度来说，xx的市场研究人员建议旅游地还需要对旅游者进行连续监测，一方面检测所采取的改进措施是否富有成效，另一方面则可充分把握市场变化趋势和有效分配自身有限的资源。受时间和资源的限制，兰邦主持的本项调查并未包括来深的外国旅游者，因此只是对xx国内旅游市场的试探性研究，对国际旅游者在深旅游经历的满意度状况分析是今后也应予调查的重要领域。

旅游业调研报告篇二

旅游已逐渐成为人们娱乐生活中不可缺少的一部分，人们除了能享受到旅游过程中的惬意与放松，其实更多的是对生活的体味。但随着旅游逐步深入生活，关于旅游的投诉也常见于报端。据最近的一次调查显示，五分之一的对随团旅游表示不满意，不满意的原因主要来自导游和旅行社方面。对于没有随团出游的，旅游费用以及旅行社的信誉仍是主要的影响因素。

旅游服务一直以纷争不断而出名，从调查显示的结果看，人们对随团旅游的评价的确不高。在有随团旅游经验的中，有五分之一的人对其最近一次随团旅游表示不满意，而表示满意的只有三分之一，近一半的表示服务一般。

导致不满意的主要原因是“导游未尽职责”和旅行社“降低等级标准”。这两项的比例分别达到30.8%。其次是“擅自变更行程安排”占23.1%，和“配套设施不完善”占15.4%。

在整个旅游过程中，游客与旅行社的接触更多的在出游前期的报名环节。而在旅行途中，导游则很大成分上充当了旅行社的代表。游客对旅行社服务的不满意在得不到导游的妥善处理，则很容易转化成对导游的不满。

调查认为，旅游作为一个服务行业，消费者花钱购买的既是旅游社和导游提供的服务。对服务的满意程度的高低是保持回头客的关键所在。对于旅行社来说，其所提供的服务并非杀鸡取卵的短期利益行为，所带来的回报应是长期收益。随着世贸组织的加入，国外旅行社加入竞争，必然会使旅行社的客源结构发生变化。对于某些愿意尝新，或更加信任外国货的人来说，参加外国旅行社出游具有不小的诱惑力。国内旅行社可能会发现，他们所面临的问题很简单，就是服务质量的竞争。

中，有7成的人没有随团出游过。其中，近一半的人是由于“没有时间”，而三分之一左右的则是因为“费用较高”。还有7%的表示不随团旅游是因为“对旅行社不信任”。从这一结果看，费用和旅行社的信誉问题是阻碍人们参团旅游的重要因素。

从交叉分析看，家庭收入越高，有随团旅游经历的人所占比例越大。在家庭月收入低于20xx元时，90%左右的人没有随团旅游的经历，而在家庭月收入达到5000元以上时，则超过一半的人有随团出游的经历。看来，尽管对旅行社而言，价格的可调节余地不太大，但普通工薪阶层对旅游费用的可支持能力依然有限。

或许在达到规模效益情况下，价格还可以适当调整，毕竟目前，降价仍是屡试不爽的刺激需求的看家法宝。但对于信誉问题，树立起良好的形象，扭转人们心中已形成的观念则非短时间内即可达到的，因为人们更愿意接受与自己观念相近的意见。

调查示，消费者在选择何时出行方面越来越理智，有可能是吸取十一期间黄山惨案的教训。四成的表示愿意在学生的寒暑假出游，两成的会利用单位休假出游，依然希望在春节、五一、十一等节假日出游的不到15%。

另有相关分析显示，不同年龄的消费者对于出游时间的选择有显著差异。年龄在30到50之间，有50%的人会利用孩子的寒暑假带孩子出去旅游；而年龄在18到29岁的年轻人则更多的会在单位休假期间出游。

对于出游时间的选择，个人因人而异。但可以看出，人们在出行时间安排上都注意避开节假日的高峰期，因而外出旅游的时间结构发生变动，学生的寒暑假将会是颇受青睐的旅游时期，这也提醒旅行社针对学生组织的旅行团可以成为旅行社经营的另一方向。

就像自助餐一样，旅游也可以自助。但目前来看，了解自助旅游的人还不是很多，只有30%左右。与没有随团旅游经历的相比，有经历的的了解比例更高一些。但无论是否有随团旅游的经历，当被询问是否希望尝试旅游自助时，一半左右的人表示希望。

相关分析显示，年轻人更愿意尝试自助旅游，随年龄的增加，希望尝试的比例逐步降低。这种差异还表现在家庭收入的差异上：家庭月收入在20xx元以上，超过半数的希望尝试，而家庭月收入20xx元以下，则只有近三分之一的人希望尝试。

旅游业调研报告篇三

调查地点□xx市

调查方法：街头访问

调查时间：11月

样本量：334

被访者：省内、省外及港澳台旅游者

调查机构□xx市场调查公司

报告来源□xx市场调查公司

报告内容：

随着旅游业的蓬勃发展及其在旅游地经济中作用的日益增强，如何以具有吸引力的旅游产品来开拓客源市场、保证稳定的客源成为各旅游地关注的焦点。而由于旅游产品和其它服务产品一样，具有无形性和不可移动性的特点，它的生产和消费过程是同时发生的，因此，旅游业更多地是在营销“经

历”。

大量的研究结果也表明，对服务产品而言，除消费者亲身经历外，他人的口头宣传比任何其它信息来源更加重要。若旅游地希望消费者为自己作良好的口头宣传，就必须为他们创造良好的旅游经历。如果具有无限资源，旅游地也应该象工业生产部门一样在质量上追求“零缺陷”，使旅游者在各方面都得到满足，但由于资源的限制，实际运行中应追求资源的优化配置按照问题的轻重缓急来分配资源和安排工作。对旅游者满意度的现实衡量、寻找旅游地绩效的薄弱环节以明确工作急需改进的领域就成为当前旅游地建设中的重要课题之一。

以xx市作为旅游地的研究例证[]xx兰邦市场调查公司于年11月在xx主要景点和火车站、罗湖商业城等处对来xx的旅游者(包括省内、省外及港澳台旅游者，未包括外国旅游者)进行了调查。调查采用问卷式的面访方式，问卷共包括三部分。

第一部分甄别问题是将不在本次研究范围内的当天往返游客、本地游客以及来深以长期工作为目的的对象排除在外。

第二部分是主体，将影响旅游者满意度的29项评价指标分别表述为相应的句子，以likert5级态度量表测量旅游者在深旅游的满意度和各项评价指标在其外出旅游时对他个人而言的重要程度。

第三部分则是背景资料部分。调查共发放问卷340份，有效回收问卷334份，有效回收率为98.2%。

由图可以看出：共有9项指标(占31%)落在了重要程度高而满意水平也较高的右上区域，属于xx目前的优势领域。这些因素包括社会治安、有许多自然景色和风景点、游玩地多、交通、通讯、主题公园、绿化、清洁卫生、气候。在这些方面xx市需要继续保持现有的绩效，并努力提升以成为与其它

旅游城市相比的竞争优势。尤其是在两项重要程度较高的因素——“绿化好”和“是个清洁、卫生的城市”上旅游者对xx的满意度评价都颇高，可以形成为xx旅游形象宣传的突出优势。

值得注意的是，“有许多自然景色和风景点”几乎接近横坐标，即目前旅游者的满意程度处于“一般稍偏上”的水平。如果在这一方面不采取措施进行改进，有可能未来几年随着周边旅游风景区的开发和旅游者崇尚自然回归趋势的加强，旅游者的评价就会降低，从目前的优势降低为劣势。日前xx旅游发展规划中已将东部黄金海岸和西部田园风光的建设作为开发重点，当前的任务则是切实将自然风光的开发落到实处，以未雨绸缪，顺应时势之需。

有5项指标(占17%)落在了右下区域，因这部分指标的重要性较高，但旅游者的满意水平较低，是急需大力改进的关键领域。它们主要集中于xx的各项价格方面(物价、景点的门票价格、餐饮住宿价格和易找到适合自己要求的餐饮住宿处)，其次是商场、餐饮的服务质量。从xx作为一个旅游地的角度来看，这些方面是xx的薄弱环节，目前需要着重分配资源和注意力以改变目前不利的局面。

左上区域包括6项指标(占21%)，被访者认为xx目前的绩效不错，但它们的重要性不高，如经济比较发达、城市的基础建设、商品丰富、人的效率等等，属于无关紧要领域，目前对旅游者的宣传和促销上可不必花费过多资源于这些方面。

有8项指标(占18%)属于不占优先地位的领域，即左下区域。被访者对这些因素的绩效评价不高，但因它们的重要性也相对较低，目前可以不必过分关注。如果当xx市的旅游业在现有的基础上向更高的目标发展时，就必须得关注这些方面现有绩效不佳的原因并寻求解决办法。

在这一区域中不可忽略的是，“宾馆的服务质量”几乎位于纵坐标上，说明它的重要性接近中等，但旅游者的评价不高，同样需要引起重视。

对旅游者的满意状态进行评价和分析对旅游地的管理和营销工作具有重要的指导意义，它同时向旅游地指明了工作急需改进的方向。对xx旅游业而言，目前需要引起重视的是价格的问题。相关的方差分析表明，国内旅游者对xx的各项价格评价较低，而港澳台旅游者则认为价格比较合理。

因此，在xx大力吸引国内游客来深旅游时，要注意对现有产品结构作进一步的优化调整和配置，以结构合理的多样性来满足不同特征旅游者的需要，如开发更多的中低档产品来满足国内家庭旅游、学生旅游等市场的需要；另一方面则应进一步提高产品和服务的质量以使旅游者感到物有所值。

来深旅游者认为绿化和清洁卫生这两项因素在外出旅游时重要程度较高，他们对xx有相当满意的评价，是xx市目前使游客满意的优势环节。要确定这些方面是否已形成为xx对旅游者独具吸引力的竞争优势，还应在今后的调查研究中与有关竞争地进行比较分析。

正如忠诚的顾客是企业实现利润的稳固基础一样，忠诚的旅游者也是旅游地具有稳定客源，增强竞争力的宝贵财富。而造就忠诚旅游者的关键则在于使他们满意，旅游者的满意度越高，忠诚度也越高。但对于旅游地来说，无论它是多么吸引人，旅游者再购买行为即再访机会都不会太多，故旅游地的忠诚顾客主要表现在他们的口碑效应，即将他们在旅游地的满意经历推荐给他人，以带来更多的旅游者。

从这一角度来说，xx的市场研究人员建议旅游地还需要对旅游者进行连续监测，一方面检测所采取的改进措施是否富有成效，另一方面则可充分把握市场变化趋势和有效分配自身有

限的资源。受时间和资源的限制，兰邦主持的本项调查并未包括来深的外国旅游者，因此只是对xx国内旅游市场的试探性研究，对国际旅游者在深旅游经历的满意度状况分析是今后也应予调查的重要领域。

旅游业调研报告篇四

早就听说虹口乡近几年也在大搞旅游资源开发，今年暑假终于有了这个机会去住了两天。

从都江堰市区出发仅一个小时的车程就可到达。沿途的风景对于天天遭受酷热的城里人来说确实是非常地清爽宜人。公路的右边是按着厚厚实实的绿色外衣的小山，左边是一条小峡谷，峡谷的底部是白沙河，那清澈见底的流水，那奇形怪状的石头不正是大自然灵气的闪现吗？这里真是一个享受自然，放飞心情的好去处，我开始感到轻松起来。然而在这住了两天之后，我有一些失望了，不是对这儿的景色的失望，而是对这旅游资源的开发现状失望。首先这儿提供吃住的都是些农家乐，而且规模很小，沿途所见的都是一户人家围起来一个院子，挂一个招牌便是了。据这里的“农家乐”老板说，他们一般都是靠关系，靠拉熟人来维持生意。因此，对于地段较为偏僻，社会关系较少的人家来说要维持就比较困难了。其次，娱乐活动单调，倒是有一个颇吸引人的“虹口漂流”，但价位偏高（140元/人），不是一般的工薪阶层乐意消费的。其它的活动就只有打麻将了。另外就是秩序不够规范，比如生溪沟一带的路边小摊就显得很杂乱，卫生状况令人堪忧。

现在的旅游业发展非常迅速，各种各样的旅游景点层出不穷。如何能够脱颖而出，吸引游客，并且保持长久不衰呢？我觉得因地制宜，突显自己的特色，打造旅游品牌是非常重要的。我个人认为虹口应该塑造一个“大众避暑胜地”的品牌。主要依据有下列几点：

首先、这儿的地理位置十分优越。它距离世界文化遗产——都江堰不到一小时的车程，而都江堰又以成灌高速公路与成都这样的特大城市相通，周围城市人口密集。对于城区的上班族来说，忙了一个星期，周末去一些大景点如九寨沟之类的不太现实，一是花费较高，二是路程遥远。因此像虹口这样又近便又舒适的场所便成了度周末的理想场所。

其次、这儿的自然风光很纯，很美。小巧而秀气的青山，温柔又调皮的绿水，清新湿润的空气，还有阵阵凉爽山风扑面而来。这不正是现在许多人所向往的回归自然的环境吗？所以这里不仅是上班族放松自己，消除疲劳的好去处，也是向往自然安宁生活的老人消夏避暑，享受生活的好地方。

再次、经过近几年的开发，虹口已经作为一个避暑胜地在周围地区有了一定的影响力。司机们都戏言，一到夏天，任何一条省道都没有到虹口的公路忙。据统计，在盛夏时节，游客数量一周可达4万多人。这不仅为进一步开发打下了良好的基础，同时也说明虹口的发展将是非常有潜力的。

因此，我觉得把虹口塑造为这样一个大众避暑胜地的品牌将是完全可能的。

另一方面，这里由于是山区，为了保护森林资源而实行了退耕还林的政策，因而这里的农民没有农田，生活没有来源，目前是靠政府补贴生活费维持生计，所以生活水平也难以有较大提高。如果旅游资源能进一步开发，这儿的农民便有了致富的新路子，不仅可以使他们的经济收入有较大提高，而且也为政府节省了开支，还创造了利税。因此，虹口的开发在经济上也是可行的。

基于这里的地理条件及开发现状，我觉得主要措施可以从以下几个方面考虑：

第一、加强旅游基础设施建设，形成一批较大规模的集住宿，

餐饮，娱乐为一体的农家乐。在价位上应有层次，但主要以中等价位，面向工薪阶层为主。尤其对于来此长住避暑的游客应给予优质的服务与合理的价格。

第二、公路交通进一步加以整治。目前这里虽然大部分地方都已通了公路，但都较为狭窄，因此现在人们到这儿来所使用的交通工具大都是小面包车。而且从都江堰到这，坐公车的话还得转一次车，比较麻烦。所以是否可以考虑开通到这儿的旅游专线，以提供更方便，更舒适的环境。

第三、依托得天独厚的自然条件，增加一些有情趣，有品位的娱乐活动，诸如游泳，爬山，钓鱼，生态考察，篝火晚会之类的，并可组建一些协会，使人们能更好地享受大自然的风情。同时对已有的特色活动“虹口漂流”应进一步完善和宣传，价位上应适当调低一些以利于被更多的人接受。

第四、在对外宣传上也应展开攻势，尤其要突出面向大众的避暑胜地这样一个主题。前不久，大邑县的县长就亲自带队到重庆进行了为期三天的旅游促销活动，打出了“大邑绿色健康之旅”的招牌，展示了滑翔，滑草，草原骑骏马等独具特色的避暑旅游套餐，取得了很好的宣传效果。因此虹口也可以在成都及周围县城搞一些宣传活动，全面介绍它的位置，特点等，以提高知名度。

第五、在旅游秩序规范方面也应加大力度，因为一个旅游品牌的塑造不只靠自然景观，更要靠优质的服务。尤其对于路边的小摊小贩要加以规范管理，消除卫生和安全隐患，杜绝事故的发生。同时要避免哄抬物价的情况发生。旅游地区物价高是普遍现象，但也要适度。比如在生溪沟，出于这早的水流速度较慢，水也不太深，因此到这游泳的人特别多，让我吃惊的是有人用铁皮围了一个简陋的更衣室，便挂了一个牌子“每人每次一元”。

第六、需要引起高度注意的是自然环境的保护，不能开发一

个破坏一个。在虹口的时候；我就已经看到在一些很清澈的小河边有很多触目惊心的垃圾，尤其是塑料袋之类的。长此以往，这儿的水将不再清澈，山将不再葱郁，而是变成了臭水沟，垃圾场。那这样的开发就毫无意义可言了。相信谁也不愿看到这样的事情发生吧。除了垃圾的处理问题外，还有动植物物种的保护问题也应引起高度注意。在虹口，有很多珍贵的植物，而且有许多还是名贵的中药材如杜仲，厚朴之类的，动物的种类更是极其繁多。在旅游资源开发的早期，我们就应该考虑到这些问题，并制定好有效的措施，只有这样，才能实现旅游资源开发的可持续性发展。同时，这些中药材也是除旅游资源外的另一大财富，在旅游淡季，它们就成了这里农民的另一大收入。

旅游业调研报告篇五

万里长江一路蜿蜒在入海口两岸筑起了两座美丽的。城市，南边的是上海，北边的叫南通。我们说南通比不上上海的繁荣，上海却是不比起南通的秀丽。

南通位于江苏省东部，长江入海口北岸，东濒黄海，面向上海与苏州、无锡、常州，背依广袤的苏北平原、素有“江海门户”之称。现辖四市、二县、三区，辖区总面积8001平方公里，人口785万。

南通江风海韵，风光绮丽。这样一个城市注定着它的旅游资源也蒙上了多样的色彩。约莫数一数，蜿蜒30华里的濠河环抱全城，形同葫芦，宛如珠链，被誉为南通城的“翡翠项链”。市区南郊的狼山风景区是江苏六大自然风景区之一、国家4a级旅游区，区内有千年古刹广教寺、鉴真东渡出海遗址、骆宾王衣冠冢、康熙御书亭、葵竹山房等文物古迹；海安青墩新石器文化遗址；如皋冒辟疆、董小宛故居、水绘园、定慧寺；如东海上迪斯科；通州戏剧古镇石港；海门蛎蚶山；启东圆陀角。人文、休闲、生态皆囊括其中。

南通位于发达的江浙沪旅游区，又可以得到上海等大城市客源市场辐射，因而客源市场腹地广阔。但是由于区域旅游形象尚未完全确立、交通条件尚未完全改善、旅游项目偏少偏小，这一市场效应尚难全部显现。