

最新疫情后大学生旅游调查报告(汇总8篇)

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。报告的格式和要求是什么样的呢？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

疫情后大学生旅游调查报告篇一

调查结果表明，大学生偏爱自然风景区，占了总人数的54%，表明大学生更愿意与大自然亲近。

其次，旅游目的地选择民族风俗区有30%左右；有相当一部分人选择繁华城市区和海滨城市区，分别约占总人数的9%和5%。反而红色旅游革命区和高校校园不大受大学生的欢迎。

在对于旅游时间段的安排上，最多人选择的时间段是不定期，想去就去，占了总人数的56%左右，说明了大学生都喜欢把外出旅游的时间由自己自由安排，不受约束。在具体时间段上，最多人选择的时间段是国庆、五一长假，约占了总人数的52%。选择寒暑假以及平常的周末出游的人少，分别约占总人数的20%和24%。原因可能是一方面寒暑假的假期长，大多数学生都喜欢留在家看电视看书而不外出旅游；而普通周末由于时间较短，没有充分时间做好旅游前的准备工作和旅行后的休息调整，不利于出游。

疫情后大学生旅游调查报告篇二

调查时间□20xx年2月6日至2月15日

调查人：刘圣祥

抽样人群：来九寨沟旅游的人

09年年初四川省灾后重振和危机应对政策初见成效，解脱降落趋势，今年“春节”逐渐有回热征兆，春节旅游调查报告。我组于09年2月5日至2月15日“春节”黄金周期间对游客在九寨沟的旅游情形进行抽样调查，现将所调查的有关内容综合并剖析如下：

四川暗藏着一处桃源仙境??九寨沟。那里有重重的山峦和茂密的森林，；有彩色的湖泊和奔涌的飞瀑；还有各种鸟类和珍禽等。九寨沟的独特和它出色的神话故事如梦如幻，因此人们习惯的将它称之为“神话世界”。在春节黄金周旅游安全上，节前和节日期间，成都市假日办和相干部分，加大了对重要景区（点）的旅游安全的领导检讨，从源头上确保了节日期间的旅游市场安全有序。春节期间，全市无重大旅游安全义务事故和旅游投诉，实现了安全、秩序、质量、效益“四同一”。

疫情后大学生旅游调查报告篇三

亲爱的同学，你好！

我们是xx商学院工商管理学院物流管理专业20xx级的学生。为了进一步了解大学生旅游情况特征，我们就大学生旅游方面一系列相关问题特组织此次调查，希望能得到你的支持与协助。本次调查不用填写姓名，你只需根据自己的实际情况，在每个问题所给出的答案中选择一个你心目中的答案。衷心感谢你的支持与协助。

1、作为一名大学生，您一年旅游的次数是多少?*

a□0次b□1-2c□3-5d□5-10e□10次以上

2、您一年中用于旅游的费用*

3、您更倾向于的旅游方式是*

a跟团b自助游

4、您平时选择结伴的人员*

a父母b同学c自己一人

5、您是否愿意在旅游时与陌生人结伴同行*

a愿意b不愿意

6、影响您旅游的因素是*[多选题]

a预算b准备时间

c旅游地点信息d安全性

7、您决定出游前会通过哪些方式来搜集旅游信息?*[多选题]

a亲朋好友介绍b到旅行社咨询或看宣传手册

c通过电视广告、旅游节目d去图书馆查找旅游书籍或者指南

e通过互联网f其他方式

8、您在选择旅游地点的时候时，你注重旅游地点哪些方面的信息?*[多选题]

a交通方面b目的地的天气

c目的地的住宿d目的地的景区景点

e目的地的美食f目的地的娱乐设施

g目的地的特产、商品h其他

9、您最喜欢去的旅游地方是哪个类型*

a逛街购物b游乐活动

c名胜古迹d园林景区

e海滨沙滩f风土人情

g探险h其他

10、您对旅游价格的态度是*

a在意，总选择价格最低的b不关心，价格没有问题

疫情后大学生旅游调查报告篇四

在旅游时间的选择上，暑假依然是被调查对象的首选(占59.65%)，其他选项依次是：“五一”等小长假(占41.34%)、“十一”黄金周(占34.652%)、寒假(占24.87%)和双休日。

在“了解旅游目的地信息”和“了解旅游价格信息”两项调查中，网上信息均名列前茅，分别为54.92%和60.96%，远远超出“朋友介绍”和“通过旅行社”等方式。

52.36%的被访者表示会提前两周进行旅游准备，30.31%的被访者选择“提前一个月”，此结果与去年基本持平。

疫情后大学生旅游调查报告篇五

在旅游意向上有接近95%的大学生表示非常喜欢旅游5%的大学生表示喜欢但来自城市和农村的学生却有的差异几乎100%来

自城市的学生有旅游意向而接近85%来自农村的学生非常旅游引起差异的主要原因由来自城市与农村的学生的经济条件的差异的对旅游没感觉的大学生有66%主要钱其自农村的学生占74%。

去旅游的目的欣赏景观、增长见识（62%）和休闲散心（21%）找同学、熟人玩接近16%而纯粹娱乐性质上的游玩、观光不大受大学生的欢迎。

调查也显示80%的大学生出游最的金钱15%左右的大学生出游的因素而5%左右的大学生伙伴、宣传地、朋友意见。

在调查中还不同学大学生专业的差异有些同学出于专业的目的而选择去哪里旅行例如旅游管理专业勘探专业的大学生学习目的而选择旅游。

调查结果显示大学生受到来自学校、家庭、社会的故对旅游的喜爱不同但大人喜欢旅游来欣赏景观、增长见识金钱着多数大学生出游的主要因素。

调查结果表明大学生偏爱自然风景区占了总人数的54%表明大学生更愿意与大自然亲近。

旅游目的地选择民族风俗区有30%左右；有一人选择繁华城市区和海滨城市区分别约占总人数的9%和5%反而红色旅游革命区和高校校园不大受大学生的欢迎。

在旅游段的安排上最多人选择的段不想去就去占了总人数的56%左右说明了大学生都喜欢把外出旅游的由自由安排不受约束在段上最多人选择的段国庆、五一长假约占了总人数的52%选择寒暑假平常的周末出游的人少分别约占总人数的20%和24%原因一寒暑假的假期长大多数学生都喜欢留在家看电视看书而不外出旅游；而普通周末较短旅游前的工作和旅行后的休息不利于出游；另一大学生的课业重会周末复习

或预习新知识还有大学生课余做兼职或参加活动；故国庆、五一长假大学生旅游的高峰（56%）大学生有更多的可以自由分配而且还可以趁黄金周的休息。

在选择旅游消费上更多的大学生选择自助游约占51%；选择个人游的占21%；而28%的大学生选择跟旅游团。

调查结果表明大学生有较强的独立自主意识在选择自助游和个人游的学生中高年级多于低年级这高年级有更多的社会知识和经验；来自城市的学生多于来自农村的学生这与学生的个性。

在调查中大学生以往出游时出游选择与同学结伴而游的（约52%）占大多数与男（女）友一起的约占21%数字表明大学生大多数喜欢跟同年龄段的人一起外出旅游而与家人一起（约6%）和独自一人出游（约21%）也占比例在旅伴的选择上人选择跟男（女）友一起去旅游这大学生旅游的一大特点大学生正感情萌发的时期与情侣同游一可以体验生活旅游乐趣解决旅途中的另一又可以双方的培养兴趣、双方的感情相反选择与父母亲人同游的人很少只占6%这也表明大学生自主独立的意识在大学生选择旅游地点的因素个人消费的差异旅途距离长短个人爱好等等原因大学生选择了不同的出行。

调查显示大学生每年出游次数为1次为约32%2次为约53%3次为约10%4次约3%和5次为约2%。

由调查结果可知大多数大学生平均每年出游次数为一到两次有条件的学生也有年出游次数为三到四次的但每年出游次数为五次的很少。

在以往外出旅游的花费上游览、门票占其主要占总数的约67%吃的约占14%交通约占19%而对旅游地的风味小吃上感觉约占33%喜欢约占46%而不喜欢仅约占13%由此可见当地的风味小吃将其就许多大学生对在品尝时的期望值偏高而真正品尝之后

其期望值大打折扣毕竟青年人对新鲜事物在感官上都会的评价而一旦去体验之后其想象的好时将会大所失望这也许其感觉对其旅游地的风味小吃上感觉的比例占较高的原因在住宿上学生（约53%）选择30元左右（人/每晚）可见大学生旅游消费的要求体现了节约原则这表明现代的大学生着俭朴节约的优良传统也有大学生的旅游。

费用大家庭资助有80%左右大学生的生活费来自家庭资助的在旅游途中约76%大学生愿意投入到购物中的比重10d20%表明购物在大学生旅游中也占主要活动安全在大学生旅游中感觉最的约占43%费用的约为23%舒适度约为22%旅游的经历约为12%。

总体来看大学生的旅游消费中等偏下旅游范围及也趋向保守选择徒步及旅行自行车出游的人数也占了一的比例显然大学生旅游有的需要旅行社可以考虑徒步、自行车旅游的项目市场需求。

调查一半大学生表明学校极少组织大学生出去旅游并且大学生极少参加学生组织的旅游活动可见学校对大学生的旅游足够的大学生旅游的市场空间。

从调查显示的结果看大学生对随团旅游的评价的确不高约75%左右的大学生对旅行社不满意。

大学生不满意的主要原因“导游未尽职责”和旅行社“降低等级标准”这两项的比例分别约34%和28%“擅自变更行程安排”约占23%和“配套设施不”约占15%。

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导游的妥善后则很容易转化成对导游的不满。

(1) 开拓视野

旅游最大的优点可谓拓宽视野来自于川大的is同学说：“我觉得出去旅游最大的优点开拓了我的视野我这次去了西塘见识了不少地方的风土人情也到当地居民的生活习惯这旅游我也从中学到了知识我还在旅游期间吃了那儿的特产那里的水果也甜并且比这里便宜总之我觉得旅游好处多”。

(2) 强身健体

出外旅游乘车徒步旅行一件很辛苦的事情旅游可以强身健体来自于武大陈应同学五一期间游玩了杭州的景点在我跟他聊天时他讲到道：“我出省旅游只在杭州逛了几天也不用带太多的行李不过也累得够呛走了这么多路我也锻炼了身体”。

(3) 放松心情

走出学校学业的可以尽情地舒展的身心来于中财王聪同学他笑着说道“旅游旅的心平时在学校里除了看书那样的活动很少有闲下来的时候五一黄金周正放松心情的好的机会我带着愉快的心情出去旅游的我看到了那么多的美景身心放松我可以忘掉所有疲惫沉醉在美景中我觉得在平时疲惫的生活中要多出去走走让疲惫的身躯舒展一下轻松一下”。

(4) 增进友谊

在我交谈中的几个同学与朋友一同出外旅游的问及旅游的优点都说可以的增进友谊来于川音小谢同学说：“旅游我与朋友们之间的感情更深了在旅游过程中互相帮助互相照顾在旅游期间可以地增进朋友之间的感情”

从上述的调查结果分析表明大学生旅游呈现特点：

1、出行固定大学生的空闲以学课程安排为准出行很固定主要

在五一、国庆黄金周。

2、消费较低大学生大都还独立的经济收入旅游的钱从的生活费或辛苦打工的所得中省的“穷大学生”选择最便宜最划算的旅游路线和方案在旅游中的购买力弱。

3、旅游出行目的大学生旅游主要欣赏景观、增长见识选择的景点主要自然风景区。

4、信息来源单一大学生经济上还完全独立大学生旅游要考虑资金的问题故旅游前的功课点我搭建了大学生自助游的平台。

传统的随团旅游衣食住行不用操心但代价失去了自由；出行随意安排的自由但凡事都需操办难免玩得尽兴自助旅游似乎了两者的取长补短而调查结果也说明新型旅游潜力巨大这意味着在自助旅游市场上令一场战争又要开始了。

疫情后大学生旅游调查报告篇六

摘要：

随着我国经济的高速增长，旅游消费变得越来越热，处在具有时尚文化代表的大学生们也不该落后，他们旅游动机强烈，闲暇时间较多，旅游可支配收入日益增多。可见大学生旅游是一个巨大的市场。

本次我们的调研通过访谈、问卷调查等手段来进行资料的收集，了解在校大学生对交通工具、住宿设施、餐饮设施、出游方式、旅游活动、旅游目的地等选择的倾向，分析不同性别、不同生活费水平学生的旅为差异，从而为大学生旅游市场的开发提供依据和建议。

调查策划书

一、 调查背景

随着中国经济的发展以及高等教育改革的不断深入,大学生旅游市场显示出前所未有的重要性。大学生旅游市场的开发是当前一个热点问题,其潜力巨大,有待开发。

同时,国内外旅行社,竞争很激烈。但是大学生旅游却很少选择旅行社这条途径,是大学生还是旅行社的原因呢?另一方面,旅行社对于大学生市场的潜力不是很明了。鉴于这两点,对大学生旅游市场状况的调查就显得很重要,也是必要的。

二、 调查目的

了解大学生旅游市场的大体情况以及大学生对旅游市场各方面的态度,为旅行社了解大学生旅游市场状况提供最直接最有效的数据。同时通过对调查结果分析,为大学生的旅游市场开发提供可行的建议。

三、 调查内容

调查大学生旅游出行的时间、目的、旅游方式、了解旅游的渠道、出行的地点及经典类型以及出行中遇到的困难。

四、 调查方法

1. 本次调查为问卷调查。
2. 问卷调查方式: 随机调查。
3. 调查地点□b座教学楼

五、 调查对象和样本量定

随机分配。发放五十份进行调查

六、问卷设计

1. 问卷由访员根据要求以及自己的一些想法, 按照科学原则设计符合标准的调查问卷。
2. 本次调查问卷题器(问题设计与安排)从结构上分为封闭式问题和半开半闭式问题
3. 问卷设计后对调查问卷进行问卷效度(表面效度)评估。
4. 问卷设计出来后进行试调查并据此进行修改和定稿。

七、调查执行

1. 访问员:调查需访员1名, 由经过严格训练具有丰富经验。
2. 质量保证:调查过程中严格按照qcsi国际标准对访问进行全程质量控制。

八、 数据处理及撰写调查报告

1. 资料审核

(1) 审核方法:现场/事后审核/系统审核

(2) 整理编码过程:有效调查问卷整理编码过录(包括有效问卷录编号等)

疫情后大学生旅游调查报告篇七

由中国青年报社青年旅游传播研究院、中国高校传媒联盟大学生旅游实践营共同实施的20xx年《大学生旅游意向调查报

告》日前出炉，此次调查于20xx年10月进行，在清华大学、西南民族大学、厦门大学、云南大学、湖南大学等全国23所高校的约1600名在校大学生中进行，共回收有效问卷1524份，问卷有效率约为95.25%。

作为本次调查的指导老师，北京第二外国语学院旅游管理学院院长厉新建4年来一直关注并分析研究《大学生旅游意向调查》的结果。对于20xx年的报告，他给出了几点有趣的解读，对于目的地如何把握大学生群体的出游脉搏有所助益。

有52%左右是来自于父母的。“这个比例虽高，但是相对于去年的数据有明显下降。同时，27%是来自于学生平常节约的生活费。客观地说，两者相加，意味着有约80%大学生的出游费用都跟父母有密切关系。”厉新建认为，一方面，社会需要为大学生旅游自身能力的提升提供更多便利，比如社会应该给予更多的优惠支持，包括在产品上更多关注。在大学生出行的交通工具选择中，很多是依靠火车出行的，随着高速交通体系不断形成，在这个过程中如何围绕着火车线路去组织大学生旅行，设置一些大学生旅游的产品，值得探讨。另一方面，能力提升的需要来自于大学生自己。比如旅游过程中所有的花费不一定都要在出发之前准备好，旅游费用可以在旅游的过程中自己赚。“2008年在澳大利亚墨尔本，我碰到很多国外学生，有一个来自香港的学生说，他到墨尔本旅游之前，手里的钱只够从出发地到墨尔本的费用。他在墨尔本所有的’费用都是他到墨尔本后打工所得。农场、青年旅社、廉价旅馆、背包客栈都可以找到工作的机会。”所以，厉新建认为大学生的旅游理念还可以有所改变。

有30%多的人喜欢去森林公园，20%多喜欢去休闲农庄。实际上，旅游对大学生认知能力的提升有很大的帮助。“国外有人专门研究注意力重建，他们认为到自然环境中去，逃离喧嚣的城市环境，对认知能力提升会有更大帮助。对于旅游目的地未来的发展来说，需要思考有什么样的方式可以提升大学生的认知能力。旅游目的地无论是在自然环境中还是人文

环境中，如何将信息转变为大学生认知的沉淀，值得思考。”厉新建说，比如，大学生群体对新技术有天然的敏感和爱好，所以目的地在提供解说服务过程中，如何依托现在的技术，为大学生群体提供他们所喜欢并乐意接受的解说服务也是值得探索的。

大学生本身比较好动，所以大学生认为的“周边”究竟是什么概念，值得探讨。厉新建认为，对于大学生旅游市场，需要关注到规模效应和挤出效应之间是不是有相互关系。大学生旅游市场本身也有大众和小众之分。“有些大学生消费能力强，有些大学生消费能力弱。旅游目的地如果在大学生旅游快速发展的过程中去抓小众市场，将有可能推动那些原来不为人知的小众景点进入市场。比如台湾已经出现的很多私房菜、私房景点等。”

调查显示，68%的大学生喜欢自由行。“而我们需要关注的是，在自由行大发展的过程中，如何回归到自由行的本质——自由无拘束的旅行，但同时它应该是一个更便利的旅行。”厉新建说。自由行并不完全是在旅行的过程中什么都由自己安排。在这里面最根本的是如何让出游更便利。目的地可能需要去找一些适合大学生旅游特征的产品进行改进。比如说大学生非常喜欢技术，如何通过技术服务的方式，为大学生自由行提供更好的信息推送，如何做更多的协同搜索；大学生非常喜欢美食，对大学生群体能不能在选择旅游目的地的同时，把美食的信息推送给他……如何让大学生花更少的时间选择更适合他的产品也值得研究。

有一项工作非常重要——进一步完善旅游目的地的基础设施。大学生搜集到的旅游信息，很多来自于网络。比如说，调查中，被调查学生关于目的地的信息54%来自于网络，价格信息60%来自于网络。“他们分享旅游感受的方式是博客、微博、微信。尤其是微博和微信都是随时随地提供信息。如果目的地基础设施支持这些对环境非常敏感的学生，把他们的感想即时发布出去，将会影响到其他消费人群。”厉新建认为，

作为一个旅游目的地，如果想挖掘年轻人市场，利用年轻人市场非常活跃的特点，来为旅游目的地做传播的时候，旅游目的地一定要有非常完善的设施，和低价进入的门槛。

疫情后大学生旅游调查报告篇八

随着社会经济的发展、人们的生活水平的不断提高，人们的旅游消费变得越来越热。在旅游群体当中，大学生是整个旅游市场的一个重要而又独立的组成部分。大学生作为社会的一个特殊群体，具有一定的经济独立能力和自我生活能力，有相对宽松的时间，更具有更多的冒险精神和追梦遐想，这些都促成了大学生旅游热。因此大学生作为一支旅游生力军的地位确实不容忽视。当今全国高校数量已达2000多所，在校生人数超过2000万人，可见中国的大学生旅游是一个巨大的市场。

主体

旅游意向上，有接近80%的大学生喜欢旅游并有过旅游的经历，另外20%的大学生未曾有过旅游的经历。可以看出大部分大学生是喜欢旅游并积极参与到旅游当中去的，这一市场是相当可观的。

去旅游的目的是欣赏景观、增长见识（62%）和休闲散心（21%），另外找同学、熟人玩接近16%，而纯粹娱乐性质上的游玩、观光不大受大学生的欢迎。

同时，查也显示80%以上的大学生认为影响出游最重要的是金钱，15%左右的大学生认为时间是影响他们出游的重要因素，而5%左右的大学生认为伙伴、宣传地、朋友意见影响他们。在调查中还发现，由于不同学校的大学生专业的差异，有些同学是出于专业的目的而选择去哪里旅行。

调查结果表明，大学生偏爱自然风景区，占了总人数的54%，

表明大学生更愿意与大自然亲近。

其次，旅游目的地选择民族风俗区有30%左右；有相当一部分人选择繁华城市区和海滨城市区，分别约占总人数的9%和5%。反而红色旅游革命区和高校校园不大受大学生的欢迎。

在对于旅游时间段的安排上，最多人选择的时间段是不定期，想去就去，占了总人数的56%左右，说明了大学生都喜欢把外出旅游的时间由自己自由安排，不受约束。在具体时间段上，最多人选择的时间段是国庆、五一长假，约占了总人数的52%。选择寒暑假以及平常的周末出游的人少，分别约占总人数的20%和24%。原因可能是一方面寒暑假的假期长，大多数学生都喜欢留在家看电视看书而不外出旅游；而普通周末由于时间较短，没有充分时间做好旅游前的准备工作和旅行后的休息调整，不利于出游。

在选择旅游消费方式上，更多的大学生选择自助游，约占51%；其次是选择个人游的，占21%；而只有28%的大学生选择跟旅游团。

调查结果表明，大学生有较强的独立自主意识。在选择自助游和个人游的学生中，高年级明显多于低年级，这可能是高年级有更多的社会知识和经验；来自城市的学生明显多于来自农村的学生，这可能与学生的个性有关。

在调查中，大学生以往出游时，出游方式选择与同学结伴而游的（约52%）占大多数，与男（女）友一起的约占21%，数字表明大学生大多数喜欢跟同年龄段的人一起外出旅游，而与家人一起（约6%）和独自一人出游（约21%）也占一定比例。在旅伴的选择上，部分人选择跟男（女）友一起去旅游，这可能是大学生旅游的一大特点，大学生正处于感情萌发的时期，与情侣同游一方面可以体验生活，增加旅游乐趣，共同解决旅途中的困难，另一方面又可以促进双方的了解，培养共同兴趣、增加双方的感情。相反，选择与父母亲人同游的

人很少，只占6%，这也表明大学生自主独立的意识在不断增强。

调查显示，大学生每次外出旅游的时间一般是七天或者两天，这也主要是由于其时间限制及自身特点而产生的。

大学生旅游，长期的花费一般为1000元左右，短期的一般为300左右，可见一般情况下以这种消费标准是适合大学生消费的。

在以往外出旅游的花费上，游览、门票占其主要，占总数的约67%，其次是吃的，约占14%，交通约占19%。而对旅游地的风味小吃上，感觉一般约占33%，喜欢约占46%。而特别喜欢仅约占13%。由此可见，当地的风味小吃没有将其特色表现出来，就深入了解，许多大学生对在没有品尝时给予的期望值偏高，而真正品尝之后，其期望值大打折扣，毕竟青年人对新鲜事物在感官上都会给予很高的评价，而一旦去体验之后，没有其想象的好时，将会大所失望，这也许是其感觉对其旅游地的风味小吃上感觉一般的比例占较高的原因。

在旅游途中，约76%大学生愿意投入到购物中的比重是10—20%，表明购物在大学生旅游中也占主要活动。同时安全第一在大学生旅游中感觉是最重要的约占43%，其次是费用的约为23%，舒适度约为22%，旅游的经历约为12%。

总体来看，大学生的旅游消费水平中等偏下，旅游范围及方式也趋向保守。选择徒步及旅行自行车出游的人数也占了一部分的比例。

（1）开拓视野

旅游最基本的优点可谓拓宽视野。

（2）强身健体

出外旅游无论是乘车还是徒步旅行，都是一件很辛苦的事情。通过旅游，可以强身健体。

(3) 放松心情

旅游，旅的是心。

一、国庆黄金周以及寒暑假。

2、消费水平较低。大学生大都还没有自己独立的经济收入，旅游的钱都是从自己的生活费或是辛苦打工的所得中省出来的，所以“穷大学生”基本都是选择最便宜最划算的旅游路线和方案，同时在旅游中的购买力比较弱。

3、旅游出行目的。大学生旅游主要是欣赏景观、增长见识，所以选择的景点主要是自然风景区。

结论；

总的来说，大学生的外出旅游受可支配资金、安全、闲暇时间、伴侣、旅游动机、交通等多种因素的综合影响。大学生旅游市场有着许多与众不同的特点，而且其规模正在逐渐扩大，这对我国旅游市场的发展有着积极的作用。而对于旅游创业方面的集体来说，只有根据这个群体的需求特点设计有针对性的旅游产品，才能赢得这个市场。