# 大学生旅游调查报告总结 大学生旅游调查报告(实用9篇)

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2024-06-21

*在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。大学生旅游调查报告总结篇一调查时间：20xx年4月调查地...*

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**大学生旅游调查报告总结篇一**

调查时间：20xx年4月

调查地点：南京信息职业技术学院。

调查对象：南京信息职业技术学院全体学生。

调查方法：问卷调查法。问卷情况：本次抽查共发放调查问卷80份，收回调查问卷80份，有效问卷80份。

调查目的：解大学生旅游状况以及大学生对待旅游的相关看法。

对南京信息职业技术学院全体学生进行调查，然后进行分析，现将结果总结如下：

（一）南京信息职业技术学院学生每年旅游次数适中，并且对待旅游态度较合理。通过我们的问卷调查，发现我院学生43.75%每年旅游两次，且仅有7.5%的少量学生每年旅游次数多于4次。对于大学生而言，每年旅游4次以上为过度旅游，这将花费很多的时间以及金钱。所以我们应该适量控制，合理对待旅游。

（二）南京信息职业技术学院学生旅游花费较合理。统计数据表明：我院学生22.5%旅游花费在300元以下，48.75%的大学生旅游花费在300~500元，仅有28.75%的学生花费在500元以上。对于广大的大学生而言，我们的生活费及其有限，除在校的日常开销之外，我们没有过多的积蓄。所以旅游的每次花费不应该过多，300~500之间较合理。

（三）南京信息职业技术学院的学生更喜欢与熟人一起旅游。调查统计数据显示：与朋友一起旅游的占统计总数的60%，和班级同学一起出游的占25%，这都是与熟人一起出游。大学生社会经验不足，单独出游不能给予自己安全感，依赖感较强的90后更喜欢与熟人一起旅游。所以单独出游的人数仅占3.75%，和旅游团出游占到8.75%。

(四)南京信息职业技术学院学生更热衷于选择短期假日出游。我院学生一部分需要通过转本来提高自己的学历,有的则要面临毕业后的就业问题。他们更需要通过旅游来舒缓压力，放松心情。周末时间短暂，所以选择这个时间点出游的人数较少，仅占总人数的25%。寒暑假绝大多数人会选择兼职，所以此时出游不是最好的时机，只有30%的同学会选择。而像清明五一这样的短期假日受到大学生的青睐，有50%的大学生选择在这个时候去放松一下。

（五）费用问题成为我院学生旅游出行的决定性因素，旅游的安全性不受重视。俗话说一分钱难倒英雄汉，如果没有足够的旅游费用，那么出游就变得异常艰难。所以我院40%的人选择费用作为影响旅游的决定性因素。只有25%的被调查者认为旅游途中的安全十分重要，这才是关键因素。当今交通事故频发，在旅游中受伤甚至丧命的游客层出不穷。作为大学生更应该注重安全，而不能将安全问题忽视。

（一）南京信息职业学院学生旅游现象普遍，并且旅游在大学生心目中占举足轻重的地位。我们不难看出，我院学生基本每年至少都有一次旅游经历。这对放松心情舒缓压力都有很大的帮助，一年两次旅游安排较为合理，部分学生一年旅游次数达到四次以上。对于旅游业的蓬勃发展，我们也能够充分享受旅游带来的乐趣与便利。所以我们更应该支持与提倡大学生旅游。

（二）南京信息职业技术学院学生在旅游上的花费比较合理。大学生每个月的生活费十分有限，除日常开销之外，每个月也只剩下很少一部分钱，所以在旅游的花费上应该做到用钱有度。48.75 %的学生旅游花费合理，花费适中，值得提倡。多于500元的.同学应该适量控制，避免多余的开销，杜绝过度消费的现象。作为大学生更应该以节约为荣，适度消费。

（三）南京信息职业技术学院学生忽视旅游过程中安全问题。“旅游热”这一词汇为大家所熟知，如今旅游业的高速发展也带来一些问题，往往是这些问题不受大家重视。每次到短期假日，黄金周，大家纷纷选择出游来缓解工作或者学习的压力。这使得安全问题凸显，我们也经常可以看到在旅游中受伤的游客。安全问题永远是第一位的，我院学生则把旅游的费用放在首位，作为制约旅游的决定性因素。只有极少一部分同学重视安全，我们更应该通过这份调查问卷让大学生重视安全问题，维护好自己的生命与财产安全。只有这样，旅游才具有意义与价值。

（四）南京信息职业技术学院学生较多选择与熟人一起旅游。对于爱旅游的游客来说，当自己看到喜爱的景色时更多的是分享。这时就需要一个或者多个好友结伴而行，既能相互照应又能分享喜悦，这是个相当不错的选择。在此我想提以下几点建议：

1:随着旅行社数目的不断增加,服务质量也参差不齐，我们更应该维护好自己的合法权益。一旦自己权益被侵犯，要学会拿法律武器保护自己，但不可以走极端做违法的事情。

2:网络是把双刃剑，随着它的快速发展，也带来一些问题。很多虚假信息通过网络传播，我们千万不要轻易相信这些信息。在选取旅游目的地信息时，一定要选择正规的网站，必要时可以到旅行社亲自解相关信息。

3:现在经常出现导游强制游客消费的情况，我们对此应该学会抵制，必要时可以向相关部门进行举报，同时做到理性消费。

4:旅游对大学生来说是个不错的选择，大家在选择旅游目的地时一定要做好规划，最主要的是一定要注意出行的安全。

**大学生旅游调查报告总结篇二**

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。“2024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，将有可能会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。

**大学生旅游调查报告总结篇三**

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的一个热点问题,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，是大学生的原因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)

**大学生旅游调查报告总结篇四**

在整个旅游的群体当中，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，具有更多的冒险精神和追梦遐想，这些促成了大学生旅游热。下面小编为大家带来了2024年关于大学生旅游调查报告，欢迎阅读。

随着我们的生活水平不断提高，旅游消费变得越来越热，出外旅游已成为我们生活中必不可少的部分。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，具有更多的冒险精神和追梦遐想，这些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xx多所，在校生人数超过xx万人，可见中国的大学生旅游是一个巨大的市场。

同时，国内的旅行社达1.6万个，竞争非常激烈。但是大学生旅游却很少选择旅行社这条途径，是大学生的原因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，对当今大学生旅游的调查就显得是有必要的。

所以，我通过自己搭建的个人网站一起旅游吧-大学生自助游做了相关调查。此次调查的目的在于了解当今大学生旅游的大体情况以及大学生对旅行社的态度，为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。

在旅游意向上，有接近95%的大学生表示非常喜欢旅游，另外5%的大学生表示一般喜欢。但来自城市和农村的学生却有明显的差异，几乎100%来自城市的学生有旅游意向，而只有接近85%来自农村的学生非常旅游。引起这一差异的主要原因可能是由来自城市与农村的学生的经济条件的差异造成的。对旅游没感觉的大学生有66%主要是没有钱，其中来自农村的学生占74%。

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，调查也显示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，例如旅游管理专业，勘探专业的大学生，他们由于学习目的而选择旅游。

以上调查结果显示由于大学生受到来自学校、家庭、社会的压力，故对旅游的喜爱不同。但大部分人喜欢旅游是来欣赏景观、增长见识，同时金钱是影响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。

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%。选择寒暑假期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;另一方面，由于大学生的课业比较重，一般会利用周末进行复习或预习新知识，还有相当部分大学生利用课余时间做兼职或参加各种活动;故国庆、五一长假是大学生旅游的高峰(56%)，大学生有更多的时间可以自由分配，而且还可以趁黄金周的时间休息调整。

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。

大学生选择旅游地点的因素，以及个人消费水平的差异，旅途距离长短，个人爱好等等原因，影响大学生选择了不同的出行方式。

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次以上为约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，少数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以上的很少。

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%，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。在住宿上，一般学生(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，这可能表明现代的大学生保持着俭朴节约的优良传统，也有可能是大学生的旅游费用大部分还是处于家庭资助。因为有80%左右大学生的生活费是来自家庭资助的。

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，显然大学生旅游有这一方面的需要，旅行社可以考虑开展徒步、自行车旅游的相关项目，满足市场需求。

调查表明，亲朋好友介绍的旅游景点可信度相当高(约占53%)，其次是网络搜索约占33%，报刊广告约占12%，旅行社咨询约占2%，可看出亲朋好友亲身游玩过的景点的好坏对周围的同学产生很大的影响。而由于种种因素的影响，报刊广告、旅行社对大学生并没有起到较大到关键。因此收集旅游信息对于部分大学生来说只是较容易，同时在收集旅游信息是，出游费用是最关注的，其次是景点的吸引力，住宿条件、安全问题、交通便利也受到一定程度的关注。目前各景点、旅行社及其它媒体提供的信息与实际享用服务自建的距离相差较大，由此可见提供的信息与实际景观大相径庭。

根据调查，一半大学生表明学校极少组织大学生出去旅游，并且部分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没有足够的重视，大学生旅游具有很大的市场空间。

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。

**大学生旅游调查报告总结篇五**

1、背景

随着社会经济的发展，我们的生活水平不断提高，我国旅游业正迅速发展， 旅游消费也在日益增加，出外旅游已成为我们生活中必不可少的一部分。当代大学生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，具有更多的冒险精神和追梦遐想。而且大学生作为思想最活跃、接受新事物能力最强、旅游审美水平较高、 闲暇时间较多和潜力巨大的一个群体，在旅游群体当中充当着旅游生力军的角色。

所以针对以上几点问题，我做了相关调查。

2、目的

此次调查的目的在于了解当代大学生产生旅游消费心理的动机以及旅游消费行为方式，为了解大学生旅游市场现状提供直接有效的数据参考。

同时通过对调查结果的分析，更加深入了解当代大学生旅游消费心理现状，并据此提出一些有益的建议，使大学生旅游消费更加合理健康。

二、调查方法

1、时间：x年x月x日至x月x日

2、地点：xx市

三、调查对象

调研对象为易于接受新事物，兴趣爱好广泛，作息时间规律，对于网络有着高使用率，喜爱聊天交友的xx市xx名在校大学生。

四、调查过程

1、实施过程

主要运用问卷调查法。通过互联网网站制作一份大学生旅游消费行为调查问卷，利用qq、朋友圈等社交软件发布问卷网站链接，邀请在校大学生进行网上填写问卷。经过为期四天的问卷调查，登录问卷网站系统进行自动整合生成数据，然后对结果进行了一个数据收集。

2、调查内容

（一）调研结果及分析

（1）大学生旅游目的地与时间

调查显示，58%的大学生偏爱自然风景区，26%选择繁华城市区和海滨城市区，15%的大学生旅游目的地选择民族风俗区;反而红色旅游革命区和高校校园不大受大学生的欢迎。这表明大学生更愿意与大自然亲近。

在对于时间的安排上，49%选择寒暑假期出游，27%选择国家法定节假日出游， 16%选择平常的周末出游，其他时间占8%。选择寒暑假期出游的人多的原因可能是寒暑假的假期长，大学生有更多的时间可以自由分配，有利于旅游后调整时间休息。其次则是国家法定节假日出游的人也较多，原因是节假日相对于平常的周末时间长，空闲时间较平时多。平常周末和其他时间选择出游较少的原因可能是一方面时间较短，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，大多数学生都喜欢留在家看电视看书而不外出旅游;另一方面，由于大学生的课业比较重，一般会利用周末进行复习或预习新知识，还有相当部分大学生利用课余时间做兼职或参加各种活动。

（2）大学生旅游消费费用的来源及构成

调查显示，高达74%的大学生外出旅游消费的费用来源于父母的支持，除此之外，38%的费用来源于平时生活费的积攒、兼职所得（26%）、其他来源（12%）等。由此可见大部分大学生的经济尚不能独立，旅游费用的来源大多依靠于父母出资。少部分大学生会利用课余时间做兼职来赚取旅游费用。

他们的消费水平整体不是太高，旅游消费费用的构成经调查显示为：交通（42%）、住宿（46%）、餐饮（74%）、景点门票（58%）、 购物（30%）、娱乐（24%）。由此可以看出大学生旅游消费费用主要花费在吃、住和门票上，而购物和娱乐花费较低。出游的主要目的还是为了开阔眼界、体验不同的风土人情、亲近大自然。

（3）大学生出游的交通工具的选择

调查显示，大学生出游选择汽车（30%）和火车（56%）的较多。其余交通工具如自行车（4%）、飞机（10%）则较少一些。按照大学生消费能力分析，原因可能是飞机价格较贵，汽车适合短途旅行，价格适中。火车可以长途运输且价格经济实惠。

（二）大学生旅游消费心理及行为分析

1、大学生自身个性因素 一般来说，具有外倾向个性的人性格开朗、活泼，容易流露自己的感情，对立性较强，旅游需求比较广泛，而且在旅游中喜欢结识新的朋友与旅伴；而内倾向个性的人性格比较沉静，做事谨慎，不爱交流，旅游需求相对保守。

当代大学生作为即将走入社会的一个新群体，大部分受开放性文化知识的影响，性格属于外向型或中间型的。

大多数大学生旅游群体就其消费者主体而言，都是知识水平较高、思维活跃的群体，追求自由崇尚知识的特点突出，重视旅游中的个性化与参与性，传统的走马观花式的旅游方式不能满足他们的旅游要求。具有强烈的旅游需求，充满好奇心和求知欲，在旅游中注重的是一种经历及旅游所带来的幸福感和自我满足感，并且有寻求刺激，获得知识，体验新的环境特点。他们当中大多具有较强的独立自主意识、向往自由，喜欢无拘无束，求知欲旺盛。这也就导致越来越多的大学生愿意走出校园去进行旅游活动。

2、、资金因素

由于大学生还没工作,经济上不独立，学费、生活费等主要来源于父母。大学生各自的家庭经济情况的好坏，就直接决定了他们旅游消费能力的高低。因此，大学生出游的花费主要根据自身的经济承受力。在大学生决定出游时总会首先考虑价格,其消费主要以吃、住、行等基本消费为主。其他的消费需求相对较低。旅游消费水平普遍较低。

3、社会安全因素

安全问题比其他层次游客压力更大虽然大学生基本上都已经是成年人,但由于我国大部分大学生在入校前都是在父母的细心呵护之下成长起来的,社会阅历少,再加上大学生生性好奇,喜欢冒险,在旅游过程中会脱离团队自己活动,危险性就大大的增加了。虽然是成年人,但是由于大学生特殊的身份,一旦出现安全问题,必将涉及学校、家庭以及社会层面，因而大学生旅游时的安全问题比其他层次的游客压力更大。

4、旅游需求方面

当代大学生的旅游需要层次较低，谈到对此次出游的意义评价的时候，有的大学生认为出游“有意义有价值”；有的同学认为此次出游是“浪费时间、耗费精力”。相对于较高的满意度，这似乎自相矛盾。但是，“对旅游地满意度高”不等同于“此次出游有意义有价值”。大学生出游动机主要集中在“休闲放松、摆脱乏味生活”，对出游“满意”是因为达到了“摆脱乏味生活”的目的，而并没有从根本上满足他们“求知、求所得”的深层次心理需求。因此，普遍感觉“出去乐一乐”并不是他们所认为的“有意义”。根据马斯洛的需要层次理论分析大学生旅游需要的层次关系时发现，当今大学生的旅游需要仍徘徊在“社交的需要”层次，即摆脱孤独、繁重、枯燥的学业生活。但在某种程度上，多年教育的结果又让他们背上高层次需要的包袱，努力追求“尊重”“自我实现”，于是出现了调查结果中的“对旅游地满意度高”，“此次出游意义不大”的矛盾现象。

5、朋友因素

大学生们都喜欢结伴和朋友一起出去旅游，一来可以相互交流，增加感

情，二来可以共同分享快乐，欣赏旅游景观的魅力所在；百分之一十五的人喜欢独自旅行，希望通过这种方式真正放松自己，感受自由；百分之五的人选择旅行社组织的旅游，这多为学校或班级组织的活动。

7、景点方面

大学生更偏重于自然景观，他们倾向于与大自然的一种近距离的接触；而对各地的民俗风情的喜爱也占相当大的比重，他们希望了解一下当地的风俗习惯和自己的家乡的差别，以此来开阔视野；对文物古迹的喜爱者占到百分之四十这些人大多是历史爱好者，对以前的文物、古迹比较感兴趣；而只有少部分的大学生有去看人造景观的想法。

8、旅游花费 主要集中在旅游交通费、餐饮费、门票费、住宿费以及买纪念品上。而出游的花费也依据不同的旅游点所花费的钱不经相同。同学们所接受的价格也有高有低，这些都要根据他们对是否值得来评价。但大学生在旅游过程中的购物及娱乐花费都普遍不高。

五、调查结论

在旅游业发展迅速的今天，具有旅游意识的大学生群体，正因其对旅游产品心理需求的同一性而慢慢形成一个 具有较大发展潜力的旅游市场。然而，由于大学生特殊的心理、生理、经济等特点，使其旅游消费行为呈现出和其它群体截然不同的特点。

作为当代大学生，作为消费者、旅游者的我们要对旅游消费行为有所认识与了解，它不仅是消费，不仅仅是享乐，也是无形之中的学习与长见识的新途径。面对旅游消费行为的影响因素以及应对策略，也要根据实际情况进行总结和调整，不断改进，使其更有利于大学生旅游者的消费行为，服务于旅游业的健康发展及壮大，对大学生的旅游给予正确引导，帮助他们树立正确的旅游观。

**大学生旅游调查报告总结篇六**

在本次调查中，有67.85%的被访者选择了自助游的出游形式，选择旅行社团队游和社团旅游的分别为15.68%和10.30%。

出游时，65.09%的被访者选择会乘坐火车，选择乘飞机出行的仅占两成(19.09%)。

在旅游目的方面，大学生的选择呈现多元化趋势。

“观赏风景”(占33.33%)虽仍为第一位，但较去年已大幅下滑了23.05%，“增长见识”(占28.35%)仍排在第二位，其后依次是：调整心情(占27.82%)和寻奇猎险(占8.60%)。

**大学生旅游调查报告总结篇七**

调查时间：20xx年4月，

调查地点：xx信息职业技术学院。

调查对象：xx信息职业技术学院全体学生。

调查方法：问卷调查法。

问卷情况：本次抽查共发放调查问卷80份，收回调查问卷80份，有效问卷80份。

调查目的：了解大学生旅游状况以及大学生对待旅游的相关看法。

对xx信息职业技术学院全体学生进行了调查，然后进行分析，现将结果总结如下：

（一）xx信息职业技术学院学生每年旅游次数适中，并且对待旅游态度较合理。通过我们的问卷调查，发现我院学生43.75%每年旅游两次，且仅有7.5%的少量学生每年旅游次数多于4次。对于大学生而言，每年旅游4次以上为过度旅游，这将花费很多的时间以及金钱。所以我们应该适量控制，合理对待旅游。

（二）xx信息职业技术学院学生旅游花费较合理。统计数据表明：我院学生22.5%旅游花费在300元以下，48.75%的大学生旅游花费在300~500元，仅有28.75%的学生花费在500元以上。对于广大的大学生而言，我们的生活费及其有限，除了在校的日常开销之外，我们没有过多的积蓄。所以旅游的每次花费不应该过多，300~500之间较合理。

（三）xx信息职业技术学院的学生更喜欢与熟人一起旅游。调查统计数据显示：与朋友一起旅游的占统计总数的60%，和班级同学一起出游的占1.25%，这都是与熟人一起出游。大学生社会经验不足，单独出游不能给予自己安全感，依赖感较强的90后更喜欢与熟人一起旅游。所以单独出游的人数仅占了13.75%，和旅游团出游占到了18.75%。

(四)xx信息职业技术学院学生更热衷于选择短期假日出游。我院学生一部分需要通过转本来提高自己的学历,有的则要面临毕业后的\'就业问题。他们更需要通过旅游来舒缓压力，放松心情。周末时间短暂，所以选择这个时间点出游的人数较少，仅占总人数的11.25%。寒暑假绝大多数人会选择兼职，所以此时出游不是最好的时机，只有30%的同学会选择。而像清明五一这样的短期假日受到了大学生的青睐，有50%的大学生选择在这个时候去放松一下。

（五）费用问题成为我院学生旅游出行的决定性因素，旅游的安全性不受重视。俗话说一分钱难倒英雄汉，如果没有足够的旅游费用，那么出游就变得异常艰难。所以我院40%的人选择了费用作为影响旅游的决定性因素。只有25%的被调查者认为旅游途中的安全十分重要，这才是关键因素。当今交通事故频发，在旅游中受伤甚至丧命的游客层出不穷。作为大学生更应该注重安全，而不能将安全问题忽视。

（一）xx信息职业学院学生旅游现象普遍，并且旅游在大学生心目中占了举足轻重的地位。我们不难看出，我院学生基本每年至少都有一次旅游经历。这对放松心情舒缓压力都有很大的帮助，一年两次旅游安排较为合理，部分学生一年旅游次数达到了四次以上。对于旅游业的蓬勃发展，我们也能够充分享受旅游带来的乐趣与便利。所以我们更应该支持与提倡大学生旅游。

（二）xx信息职业技术学院学生在旅游上的花费比较合理。大学生每个月的生活费十分有限，除了日常开销之外，每个月也只剩下很少一部分钱，所以在旅游的花费上应该做到用钱有度。48.75%的学生旅游花费合理，花费适中，值得提倡。多于500元的同学应该适量控制，避免多余的开销，杜绝过度消费的现象。作为大学生更应该以节约为荣，适度消费。

（三）xx信息职业技术学院学生忽视旅游过程中安全问题。“旅游热”这一词汇为大家所熟知，如今旅游业的高速发展也带来了一些问题，往往是这些问题不受大家重视。每次到了短期假日，黄金周，大家纷纷选择出游来缓解工作或者学习的压力。这使得安全问题凸显，我们也经常可以看到在旅游中受伤的游客。安全问题永远是第一位的，我院学生则把旅游的费用放在首位，作为制约旅游的决定性因素。只有极少一部分同学重视安全，我们更应该通过这份调查问卷让大学生重视安全问题，维护好自己的生命与财产安全。只有这样，旅游才具有意义与价值。

（四）xx信息职业技术学院学生较多选择与熟人一起旅游。对于爱旅游的游客来说，当自己看到喜爱的景色时更多的是分享。这时就需要一个或者多个好友结伴而行，既能相互照应又能分享喜悦，这是个相当不错的选择。在此我想提以下几点建议：

1、随着旅行社数目的不断增加,服务质量也参差不齐，我们更应该维护好自己的合法权益。一旦自己权益被侵犯，要学会拿法律武器保护自己，但不可以走极端做违法的事情。

2、网络是把双刃剑，随着它的快速发展，也带来了一些问题。很多虚假信息通过网络传播，我们千万不要轻易相信这些信息。在选取旅游目的地信息时，一定要选择正规的网站，必要时可以到旅行社亲自了解相关信息。

3、现在经常出现导游强制游客消费的情况，我们对此应该学会抵制，必要时可以向相关部门进行举报，同时做到理性消费。

4、旅游对大学生来说是个不错的选择，大家在选择旅游目的地时一定要做好规划，最主要的是一定要注意出行的安全。

**大学生旅游调查报告总结篇八**

摘要：随着我国经济的发展和人们生活水平的不断提高，我国的旅游市场在不断扩大，出外旅游已成为人们生活中必不可少的部分。这些旅游群体当中，青年旅游者是整个旅游市场的一个重要而又独立的组成部分。而在青年旅游者中至少有半数是青年学生（主要是大学生）。大学生作为社会的一个特殊群体，它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，具有更多的冒险精神和追梦遐想，这些促成了大学生旅游热。因此，青年大学生作为一支旅游生力军的地位确实不容忽视。

调查目的：为了解广大青年大学生旅游意向和旅游期间的消费结构之类的旅游为，对洛阳理工学院在校大学生进行问卷调查，以指导我们对广大大学生的旅游为进行深入的研究和分析。

调查方法：问卷调查

调查地区：洛阳理工学院西校区

调查对象：洛阳理工学院、经济与工商管理系所有学生

调查时间：20xx年2月29日—20xx年3月7日

调查项目：出游意向、出游时间和地点、出游态度和偏好、出游次数、旅游方式、

调查分析：

（一）出游意向

在旅游意向上，表示很喜欢的占30% 较喜欢占43.3% 无所谓占16.7% 不喜欢的占10%，其中女生很喜欢占30.8%,较喜欢占46.2%，无所谓占15.4%不喜欢占7.7%；男生很喜欢的是29.4%,较喜欢的41.%,无所谓的17.6%,不喜欢的11.8%。

在300份调查问卷中，大学生外出旅游的目的：放松一下占60% ，寻找乐趣占46.7% ，学习、获取知识占13.3%，追求刺激占6.7%，探亲访友占3.3% ，其他的占10%。说明大部分学生旅游的目的不止一种，其中目的主要是休闲散心（106.7％）和增长见闻（13.3％），纯粹娱乐性质上的游玩、观光、探亲访友的不大受大学生的欢迎。

（二）出游地点和时间

调查结果表明，大学生偏爱民族风俗区和风景名胜区。其中，旅游目的地选择自然风景区的最多，占了总人数的65％，表明大学生更愿意与大自然亲近；有相当一部分人选择人文历史古迹和民族风情区，分别占总人数的23.3%和26.7%。

在对于旅游时间段的安排上，最多人选择的时间段是不定时间，占了总人数的36.7％，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。选择寒暑假期以及除五一、十一以外的节假日出游的人分别占总人数的18.3%和15%。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；而普通节假日由于时间较短，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；另一方面，由于大学生的课业比较重，一般会利用周末进行复习或吸收新知识，还有相当部分学生利用课余时间做兼职或参加各种活动；另外，五一、国庆黄金周是大学生旅游的另一高峰（20%），大学生有更多的时间可以自由分配，而且还可以趁黄金周的时间休息调整。

（三）出游态度和偏好

从调查中表明了，大学生出游的态度都是良好的，他们都乐意或喜欢出游，这跟他们的出游意向是完全符合的。而且大学生在准备外出旅游前，关注的问题通常是出游的费用（53.3%）、景点的吸引力大小（43.3%）、交通便利（10%）、距离远近（16.7%）、住宿条件（16.7%）和安全问题（20%）。

（四）出游次数

被调查大学生在过去的一年中出游（超过24小时的过夜旅游）次数为：0次5%，1次为27.1%， 2次为53.6%，3次为10.7%，4次为3.6% 和5次以上为0%。

（五）旅游的方式

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（70%）占大多数，与恋人一起的占13.3%，数字说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（16.7%）和独自一人出游（13.3%）也占一定比例，只有3.3%的人愿意选择随旅游团。

（六）旅游花费来源

调查结果表明，大学生每个月的消费水平在300-400元和400-500元各都占30%，其次是200-300元、500-600元各占16.7%和15%， 600元以上的占8.3%。除了家里提供生活费外，而已有15%的大学生每月具有兼职收入，其中平均月收入约为85元，由此看来，大学生消费水平偏低，原因其一就洛阳市整体消费水平来看相对不高，因而洛阳大学生的月消费水平不高就不足为奇了。其二，大学生绝大部分的消费都来自家庭资助，因而学生对生活费有一定的控制，这也是导致大学生消费水平偏低的重要原因。同时大学生具有兼职收入的较少，这对大学生的消费水平有一定的影响。

（七）旅游消费状况

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，76.7%选择购物，表明购物在大学生旅游中也占主要活动。出游时，偏向购买纪念品的占54.5%，其次为特产（36.4%），其他的（10%）为不多。

调查费用：调查问卷300份，一份0.07元，共计21元。

**大学生旅游调查报告总结篇九**

市场经济的发展，使人民群众的收入水平日益提高，这对第三产业的发展起到了重要作用。旅游，作为第三产业中重要的一方面，日益得到人们的重视。大学生，作为社会中一个特殊的消费群体，也随着社会整体收入水平的提高，从家庭中获得的零花钱也提高了很多，加上大学生本身对于“旅游”的喜好，二者的实现，这促使校园旅游市场日渐活跃。但是，目前校园旅游并没有得到各大旅行社的重视，属于被边缘化的一个群体，所以，通过本次调查，寻找发展大学生旅游的发展途径。

1.大学生每个月能从家庭中获得的零花钱数额，从而了解大

学生对于旅游消费的消费能力

2.大学生的主要旅游消费方式，了解大学生喜好的旅游消费

内容，了解大学生对于旅游内容的消费喜好，确定发展大学生旅游的产品

3.了解大学生旅游发展存在的问题，旅游的安全，一直是旅

1.调研对象：大学各年级学生

2.抽样方法：根据大学生性别、年级、消费能力、旅游方式差异抽样

2.安排：(半个月)

走访------2-3天

调查问卷制作----1-2天

走访发放问卷及收回阶段----一星期整理得出调查结果----2天调研经费预算：（270元）

问卷制作费：150元（1000份左右）通讯费：20元

礼品发放：100元

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn