

南通职业大学

毕业设计（论文）

类 型： 毕业设计说明书 毕业论文

题 目： 南通在校大学生旅游市场
需求调研报告

学生姓名： 曹 敏

指导教师： 朱天高 季晓芳

专 业： 市场营销

时 间： 2018 年 3 月

目 录

摘 要.....	1
ABSTRACT.....	2
1 引 言.....	1
2 调查背景与调查组织.....	1
2.1 调查目的和任务.....	1
2.2 调查对象和单位.....	1
2.3 调查内容.....	2
2.4 调查方式方法.....	2
2.5 调查工具.....	2
2.6 调查流程.....	3
3 调查结果分析.....	4
3.1 大学生旅游市场总量大.....	4
3.2 大学生旅游市场特点明显.....	5
3.3 团队旅游项目可以成为旅行社开拓校园旅游市场的重要抓手.....	9
4 调查结论和建议.....	10
4.1 大学生旅游市场消费集中，市场容量与潜力巨大，值得开拓.....	10
4.2 构建校园旅游专业细分市场，打造经济、多元产品与特色营销体系.....	10
4.3 主动进行服务升级，提升旅行社大学生旅游产品借给的有效性.....	11
参考文献.....	12
致 谢.....	13
附件：调查工具.....	14

摘 要

随着经济的不断发展，人民生活质量不断提高，旅游消费正逐步成为人们生活消费中的重要组成部分。大学生作为一个具有鲜明个性的群体，勇于挑战，不拘泥形式，思维活跃，兴趣爱好广泛。大学生旅游市场凭借其独特吸引力，逐步引起旅游企业的关注。受康辉旅行社南通分社委托，对南通在校大学生旅游市场需求进行调查，通过走访南通地区知名旅行社，初步了解旅行社经营的产品信息等，对南通相关高校在校大学生进行问卷调查，对相关学校领导、教师进行校园访谈。从而收集了有效资料，在统计分析的基础上，明确了南通大学生旅游市场的发展情况、大学生旅游需求的具体特征等，进而提出对大学生旅游市场需求的调查结论及开发市场的建议，希望能够帮助康辉旅行社建立大学生旅游品牌、成为大学生旅游市场的引领者。

关键词：南通、大学生、旅游市场、需求

Abstract

With the continuous development of economy and the improvement of people's living quality, tourism consumption is becoming an important part of People's daily consumption. As a group with obvious personality, college students have the courage to challenge, are not wedded to form, have active thinking and wide range of hobbies. With its unique attraction, the tourism market of college student gradually attracts the attention of many tourism enterprises. Authorized by Nantong Kanghui Travel Agency, we investigated the demand of college students tourism market in Nantong. By visiting the local famous travel agencies, we got a preliminary understanding of their products information and so on, then we conducted a questionnaire survey among college students and some campus interviews with college leaders. From the above, we collected effective data. After statistical analysis, we understood the development situation of college students' tourist market in Nantong and the specific characteristics of college students' travel demand. Subsequently, the conclusion was drawn, and suggestions for developing the college student's market were put forward with the hoping of helping Nantong Kanghui Travel Agency to build the tourism brand for college students and become the leader in the college students' tourism market.

Key words: Nan tong, college students, tourism market, demand.

1 引言

随着我国经济不断发展，人民消费水平显著提高，人们开始追求品质生活，旅游为消费者带来视觉、触觉等多种感官及思想的享受，越来越成为人民生活的重要组成部分。从旅游市场整体分布看，多数人群市场已逐渐成熟、趋于饱和，大学生旅游市场却尚未得到完全开发。大学生作为一个个性鲜明的群体，勇于挑战、思想新潮，具有强烈的好奇心和进取精神，追求新鲜事物，可自由支配时间较多。他们已然成为旅游市场中不可忽视的潜在消费群体，逐步引起众多旅行社的关注。尤其是随着当代娱乐性、主题化旅游的兴起，旅游与大学生市场的结合正在潜移默化中发生变化，大学生旅游专业市场正在逐渐酝酿形成。康辉旅行社作为我国知名旅游企业，目前在全国各大重要城市设有 100 多家分社，致力于多方向拓宽旅游市场，扩大影响力。作为全国大型旅行社集团企业的主要代表，凭借其敏锐的市场嗅觉感知到了旅游市场的变化，近年来各地分公司开始瞄准大学校园市场，受康辉旅行社南通分公司委托，设计并组织了本次调查活动。

2 调查背景与调查组织

2.1 调查目的和任务

通过对南通各高校在校大学生的旅游需求调查，重点收集在校大学生旅游市场规模、旅游动机、旅游资源偏好、旅游主要方式、旅游时间节点、旅游消费情况等信息，正确分析目前大学生旅游需求现状及发展变化，为旅行社提供准确的分析结论。在此基础上，针对南通在校大学生旅游需求的主要特征，为旅行社提供相关建议，帮助旅行社在南通大学生旅游市场中占据一席之地、打造出具有社会影响的旅游品牌。

本次调查的主要任务有：（1）通过问卷调查了解南通在校大学生旅游偏好情况（旅游、类型、动机）、对旅游消费的承受能力、旅游的时间和周期，以及对旅游的建议。

（2）通过访谈收集南通在校大学生基础信息、旅游社团活动信息、及旅游等相关专业校企合作信息及发展预期。

2.2 调查对象和单位

2.2.1 大学生旅游需求问卷调查

调查对象：南通各高校所有在校大学生

调查单位：南通各高校每一位在校大学生

2.2.2 校园旅游市场发展状况访谈

调查对象：南通各高校职能部门、院系、学生组织

调查单位：南通各高校每一个职能部门、院系、学生组织

2.3 调查内容

2.3.1 大学生旅游需求问卷调查

- （1）被调查者的基本信息：其性别、所学专业类型、月生活消费情况及主要来源；
- （2）在校大学生对旅游持有的态度、旅游目的、旅游时间节点及频率、年旅游消费情况及主要来源等；
- （3）旅游方式，住宿环境及目的地选择，旅游信息来源途径等；
- （4）旅游动机、旅游资源偏好，阻碍出游的主要因素、对旅行社的主要关注点等。

2.3.2 校园旅游市场发展状况访谈

- （1）学校学生规模、结构等总体信息；
- （2）学校旅游相关专业及各专业旅游相关活动信息；
- （3）学校旅游相关学生组织及活动信息；
- （4）学校与旅行社校企合作信息。

2.4 调查方式方法

2.4.1 调查方式

- （1）大学生旅游需求问卷调查主要采用抽样调查的方式；
- （2）校园旅游市场发展状况访谈主要采用重点调查的方式。

2.4.2 调查方法

- （1）大学生旅游需求调查：采用校园拦截法；
- （2）校园旅游市场发展状况调查：采用重点部门、人员访谈法。

2.5 调查工具

调查问卷、访谈提纲。

2.6 调查流程

调查主要分为三个阶段：前期进行准备、中期实地调查、后期整理分析与总结。

2.6.1 前期准备

这一阶段主要包括三项任务：康辉旅行社走访调查、调查工具设计及准备、调查人员组织与培训。

（1）旅行社走访调查：为了更好理解并完成调查任务、根据企业要求与期望组织并实施调查，调查团队对康辉旅行社本地分社进行前期走访调查，全面了解康辉旅行社的基本情况、主要旅游产品及面向大学生人群现有产品状况、现有校企合作项目、开拓校园旅游市场的打算与目标等信息，为制订科学的调查方案奠定基础，也为后期企业政策的效度分析打下基础。

（2）调查工具设计及准备：在前期旅行社访谈的基础，充分分析调查主题和目的、要求，搜集资料，初步了解校园旅游市场，设计大学生旅游需求调查问卷及校园旅游市场状况访谈提纲，制作、打印，同时进行辅助调查工具的准备。

（3）调查人员组织与培训：根据调查任务的需要，发动本校市场营销专业 50 名同学共同开展调查活动。为了保证调查的顺利进行和提高调查质量，由调查团队对参与调查的 50 名同学进行培训，培训内容主要包括关于大学生旅游情况的介绍、调查目的、问卷填写与访谈要求、调查时所要注意的问题等方面。

2.6.2 实地调查

实地调查分组进行：

（1）问卷调查——校园拦截调查。问卷调查大队 30 人，每 3 人一小组，共 10 组。调查人员按组进入南通各高校分散选择拦截地点，在校园人群聚集区拦截大学生，指导其正确填写问卷，并回收整理，每组完成不少 30 份有效问卷。

（2）校园访谈——学校重点部门走访调查。访谈大队 20 人，每 4 人一小组，共 5 组，分别对南通各高校教务处、学生处、团委等职能部门、各院系专业及学生社团组织进行访谈，每组完成 1-2 所院校的部门访谈。根据访谈提纲及采访现场状况，收集校园旅游市场相关信息，进行汇总整理，形成访谈纪要。

2.6.3 后期整理分析

对调查资料进行整理分析

（1）对实地调查回收的问卷及访谈资料进行分类审核，保留有效问卷；

- (2) 分组整理，根据问卷及访谈问题及类别，对审核后的有效信息进行归纳分类；
- (3) 统计数据，通过计算机辅助汇总，生成统计图表；
- (4) 数据分析，计算相关分析指标，全面分析大学生的消费、偏好等需求情况；

3 调查结果分析

3.1 大学生旅游市场总量大

近年来，高等院校为深入贯彻教育改革政策，不断扩大教育规模，适应新兴经济发展，开设众多新兴专业。在校大学生数量逐年增多，总体消费水平不断提高，大学生消费市场规模不断扩大。仅从本校看，近年来学生人数保持在 18000 人以上，2017 年上半年在校人数为 18625 人。

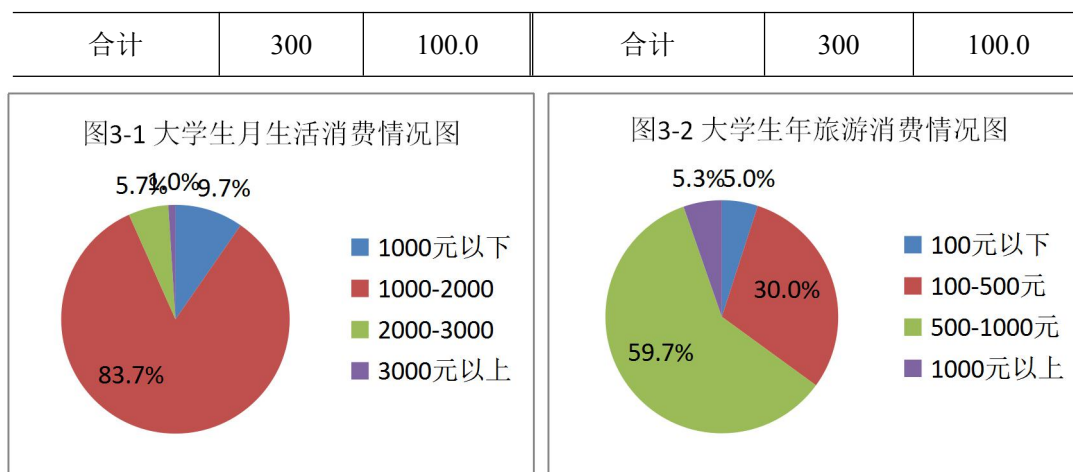
表 3-1 大学生旅游喜好与参与情况表

是否喜欢旅游	人数 (人)	比率 (%)	每年旅游次数	人数 (人)	比率 (%)
是	278	92.7	0	84	28.0
否	22	7.3	1 次以上	216	72.0
合计	300	100.0	合计	300	100.0

表 3-1 表明，旅游活动对在校大学生具有普遍的吸引力，根据抽样调查的点估计测算，南通每年大学生参与旅游活动的人数超过 90000 人，对旅游不感兴趣的大学生，也会出现外出游玩的行为，属于潜在顾客，这无疑是一个总量巨大、潜力巨大的市场。但是，目前各旅行社方面针对大学生需求特点开发的旅游产品较少，大学生旅游市场供给缺乏，通过此契机改善大学生旅游市场现状，一定会经济利益与社会效益双丰收，这对所有旅行社都具有较大的吸引力。

3-2 大学生生活消费与旅游消费情况表

月消费额	人数 (人)	比率 (%)	年旅游消费额	人数 (人)	比率 (%)
1000 元以下	29	9.7	100 元以下	15	5.0
1000-2000	251	83.7	100-500 元	90	30.0
2000-3000	17	5.6	500-1000 元	179	59.7
3000 元以上	3	1.0	1000 元以上	16	5.3



由于大学生还属于“伸手一族”，经济主要来源于家庭，个人消费能力有限，生活消费与旅游消费水平还处于较低水平。表 3-2 表明，南通在校大学生月生活费支出 1000-2000 元的占 83.7%，2000 元以上的不足 10%。由此估计，学生年平均消费额约为 17748 元（1479*12）。同时由上表计算可知南通高校学生年旅游平均消费约为 606.5 元，尽管旅游消费只占大学生生活消费的 3.4%，但南通各高校学生在校规模推算，年旅游消费金额却超过 3000 万元。旅行社只要开发出具有吸引力的产品，保持充足的客源，经济效益依然是可以预期的。

3.2 大学生旅游市场特点明显

3.2.1 旅游集中于节假日，主要为省内短线旅游

表 3-3 大学生旅游时点及时长分布图

旅游时点	人数 (人)	比率 (%)	旅游时长	人数 (人)	比率 (%)
寒暑假	183	61.0	1-3 日	136	45.3
闲暇时间	39	13.0	4-6 日	93	31.0
周末	16	5.3	7 日以上	45	15.0
法定假日	62	20.7	不定	26	8.7
合计	300	100.0	合计	300	100.0

表 3-4 大学生旅游目的地分布表

地点	人数 (人)	比率 (%)

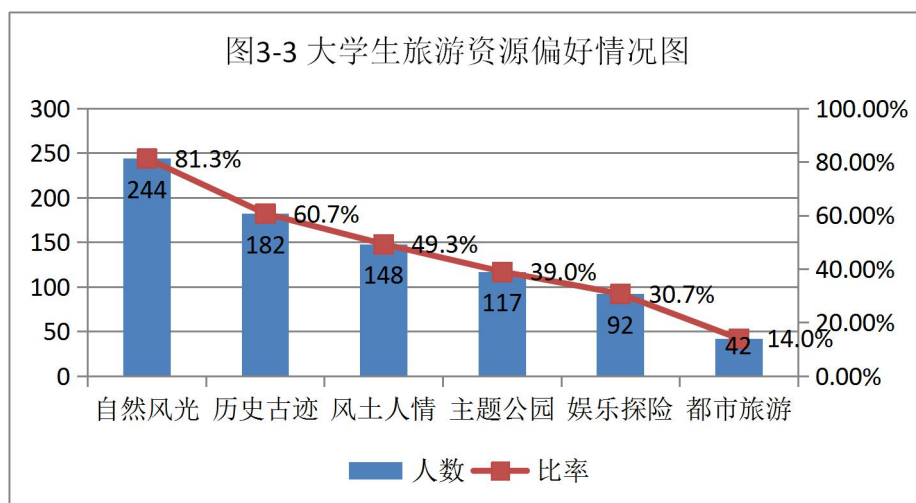
本省内	179	59.7
本省外	42	14.0
国外	6	2.0
本市内	73	24.3
合计	300	100.0

由于大学生尚处在求学阶段，有更多的空闲时间，因此他们在旅游时点选择上有明显倾向性，从表 3-3、3-4 可以看到：61.0%的在校大学生选择利用寒暑假的时间出游，而一周之内、省市内的中短途旅游是大学生的第一选择。因此旅行社应更多地将眼光放在省市内短线旅游产品开发上，特别是针对独特性、稀缺性旅游资源的利用，合理的开发利用省、市内旅游资源，更应将传统旅游资源融入现代元素的开发和设计上，吸引大学生旅行者。

3.2.2 放松、阅历、锻炼成为大学生旅游的三大热点

表 3-5 大学生旅游动机及旅游资源偏好情况表

旅游动机	人数 (人)	比率 (%)	旅游资源偏好	人数 (人)	比率 (%)
消遣娱乐	188	62.7	自然风光	244	81.3
拓宽视野	163	54.3	历史古迹	182	60.7
户外锻炼	92	30.7	风土人情	148	49.3
结识朋友	37	12.3	主题公园	117	39.0
寻奇探险	12	4.0	娱乐探险	92	30.7
逛街购物	8	2.7	都市旅游	42	14.0



大学生精力充沛、探索求知欲强、喜欢个性化、同时又具有较强的社交愿望，从表3-5可以看出消遣娱乐和拓宽视野是大学生出游的主要目的，分别占62.7%和54.3%，户外锻炼和结识朋友也有较高比例，分别占30.7%和12.3%，大学生热衷于增加见闻，了解民风民俗，在旅途中建立深厚友谊。大学生旅游偏爱游览自然风光和探寻历史古迹，分别占81.3%和60.7%。自然风光侧重形式美，历史古迹侧重内在美。因此旅行社在大学生旅游产品开发中应更多地融入参与性、互动性强的活动，注重开发具有特殊文化底蕴的旅游景点，满足大学生重体验、重自我实现的心理需求，同时注重形式美和内在美的有机结合。

3.2.3 自由行成为大学生出行的首选

表3-6 大学生优先选择的旅游方式统计表

优先选择的旅游方式	人数 (人)	比率 (%)
自助旅游	92	30.7
自由行	148	49.3
跟团游	42	14.0
其他	18	6.0
合计	300	100.0

大学生自主意识和自我学习的意识强，好奇心和探索欲强。喜欢DIY和自主创作，旅游也是如此。从表3-6可以看出选择自由行的大学生几乎占总人数的一半，达到49.3%。自主安排行程的同时可以节约部分开支，经济实惠又具有高度的自由和灵活性，自己预订部分旅游服务，旅行社提供部分旅游服务的组合式旅游深受学生们的欢迎。同时，有

近三分之一的大学生外出旅游时倾向于选择自助旅游方式，所以虽然大学生人数众多，但如果旅行社不能摒弃传统的团队全包价旅游思维，开发出组合型、套餐型、自助型等多样化、适应大学生需求的旅游产品，校园旅游大市场对旅行社来说就会成为“风景”，而非现实的市场。

3.2.4 网络信息成为大学生获取旅游信息主渠道

表 3-7 大学生获取旅游信息渠道统计表

渠道	人数 (人)	比率 (%)
网络媒体	249	83.0
亲朋好友介绍	178	59.3
报刊杂志	108	36.0
咨询旅游代理商	72	24.0
其他	37	12.3

现代信息技术发展日新月异，网络科技，移动终端发达，网络传播信息量大，速度快。大学生更是对新技术趋之若鹜。从表 3-7 可以看出，大学生通过网络媒体获取旅游信息的比例高达 83.0%，亲朋好友作为重要的参照群体，他们的推荐占 59.3% 比例也相对较高，其次是报刊杂志占 36.0%，而 24.0% 的大学生选择向旅行代理商咨询旅游相关信息，其他占 12.3%。由此可以看出旅行社应更多地采用现代网络营销手段，通过网络宣传旅游资源，刺激大学生的行动欲望，开发网络多渠道宣传手段，特别是针对现代大学生人手一个的移动终端的营销政策开发不容小觑。

3.2.5 资金与路线成为阻碍大学生旅游的两大杀手

表 3-8 阻碍大学生出游的主要因素统计表

因素	人数 (人)	比率 (%)
资金不足	286	95.3
缺乏新颖的旅游路线	196	65.3
缺少同伴	88	29.3
缺乏时间	72	24.0

家人反对	42	14.0
旅游体验差	38	12.6

大学生旅游市场具有较大潜力，但专业细分市场尚未真正形成。从表 3-8 可以看出阻碍大学生出游的主要因素是资金不足，占 95.3% 的绝对比重，由于大学生经济主要来源于家庭，生活费多用于日常开支，多数情况下面临资金不足的情况。同时缺乏新颖的路线比例也较高，占 65.3%。而这两点恰恰也反映出了目前大学生旅游市场供需两难的窘境，旅游资源供给缺乏和大学生需求间的矛盾。大学生资金不足、消费水平不高，造成旅游消费有限，旅行社无利可图，无暇顾及大学生旅游市场的开发，造成特色旅游线路匮乏，大学生旅游动力受限。解决问题的根源还在于旅行社，如何开发低成本、高效益、受欢迎的大学生旅游产品是旅行社必须研究的问题。

3.2.6 服务水平和知名度高的旅行社受到大学生的广泛青睐

表 3-9 大学生选择旅行社的考虑因素

因素	人数 (人)	比率 (%)
知名度	201	67
服务水平	232	77.3
企业文化	178	59.3
产品特点	183	61
价格合理	188	62.7

目前市面上旅行社众多，旅游产品千篇一律，但旅行社经营特色各不相同，大学生有较多的选择空间。从表 3-9 中可以看出大学生在选择旅行社注重旅行社知名度和服务水平，分别占 67% 和 77.3%，这说明大学生的心理上日趋成熟，在注重产品表面信息的同时也开始了解企业相关信息。旅行社只有完善特色服务体系，才能脱颖而出，需要增强员工素质训练，完善旅游设施，提高旅游服务水平，注重口碑效应，宣传企业正面信息，诚信经营，提高企业知名度，从而获得消费者的信赖。

3.3 团队旅游项目可以成为旅行社开拓校园旅游市场的重要抓手

与一般旅游市场存在较大区别的是，大学生旅游市场相对集中，群体特征明显，且具有较强趋同性。旅游企业开拓大学校园旅游市场必须找到植入校园的抓手。根据《校

园旅游市场发展状况访谈调查》，各高校与旅游相关专业活动包括：采风活动、校外见习等，这些专业教学活动为旅游企业与学校提供了一个良好的合作平台。另一方面，学校社团组织众多，尤其是旅游协会、摄影协会等学生自助组织，贴近大学生的兴趣爱好，激发热情，活动影响大，学生积极性和参与度高。比如：本校旅游协会吸收会员人数达600余人，定期开展活动，组织学生自助旅游项目，据统计平均年旅游费用达八万元。旅游企业完全可以选择与校、院相关职能部门、学生自助组织进行深入合作，一方面可以借此机会成功打入大学生内部，进行广泛宣传，增加旅行社知名度，另一方面有利于进一步开拓大学生旅游市场。如与学校摄影协会合作，提供赞助支持，在旅游景区开展摄影技术比拼大赛，与艺术学院合作，开展户外景点采风绘画大赛等，一方面可提高旅游企业在大学生市场中的知名度，另一方面可为旅行社和学校方面节约一定的人力、物力、财力，能够达到良好的促销效果，成为打开校园旅游市场的尖兵。随着教学改革的不深入，学校相关职能部门还推出了游学活动，开始走向国际。旅游企业应该广泛地参与到学校的教学改革之中，校企广泛合作，是打开校园旅游市场、建立旅游品牌的重要抓手。

4 调查结论和建议

4.1 大学生旅游市场消费集中，市场容量与市场潜力巨大，值得开拓

大学生旅游动机强烈，好奇心和探索欲望强烈，时间相对自由，可支配收入也随着收入渠道的不断增加而日益增多。旅游企业只要充分了解大学生旅游需求的主要特征，开发出既能满足大学生旅游需求又能保证旅游企业获利的产品，大学生旅游热潮必将全面爆发，激发大学生旅游市场的潜在经济效益，形成一定的规模效益。

4.2 构建校园旅游专业细分市场，打造经济、多元产品与特色营销体系

(1) 成立高校市场开拓部，建立专业队伍，加强与高校的联系，重点开拓与普惠相结合，打造专业细分市场。与高校社团及学生组织保持密切关系，定期了解校园活动及在校大学生需求动向，及时转变策略，贴合大学生喜好。同时引进校园代言人，起到宣传和引导作用。

(2) 根据大学生心理、生理方面的特点，立足特色需求，开发主题专供产品，追求旅游产品的个性化。满足大学生的生理、安全、社交方面的需求，营造健康舒适的环境，保障大学生的人身安全、财产安全及心理安全。根据大学生乐于把休闲时间用于增长见识、拓宽视野的特点，开发修学旅游产品；根据大学生精力旺盛、乐观开朗，喜爱运动的特点，开发体育旅游产品；根据大学生行事作风个性化，追求与众不同，具有冒

险精神的特点，开发探险旅游产品；根据大学生自我实现的需要，开发蹦极、攀岩、极限运动等挑战自我、发挥潜力的旅游项目；根据当代大学生环保理念强的特点，开发生态旅游；根据旅游相关专业大学生学习旅游文化的需求，开设趣味课堂等。

（3）建立大学生旅游定价形成机制，薄利多销，实现规模效益。根据大学生对价格敏感、价格变动弹性大的特点，建立大学生旅游产品的专门价格形成机制。通过变动成本加成定价、需求导向定价、边际贡献法等定价方法，使产品定价更接近大学生的心理预期。旅游产品的价格的高低也取决于市场需求情况，价格变动要坚持提价“小步走”，降价“大步行”，力求在旅行社的竞争中取得价格优势。

（4）利用网络渠道构建大学生旅游网络社区，搭建互助旅游活动与经验分享平台。通过平台对旅游业务进行导航，提高旅行社经营效率；发布广告传递旅游资源、企业特色服务体系等，吸引客源；利用公关渠道，宣传企业服务理念及企业文化特点，树立良好的企业形象，提高在大学生市场的可信度；如旅行社官方微博及微信公众号，提高旅行社在大学生旅游市场中的知名度。同时，进一步拓展校企合作渠道，广泛参与学校教学与学生自助组织活动，直接进入大学校园，在高校开设大学生自助旅游服务办公点，聘请大学生担任校园咨询顾问，真正成为校园旅游市场的直接参与者和必不可少的一分子。让大学生不仅在无所不在的网络中，也在真实多彩的校园生活中感受到旅游企业的真诚服务始终就在身边。

4.3 主动进行服务升级，提升旅行社大学生旅游产品供给的有效性

旅游社是服务型企业，服务影响、决定着企业的生死，现代网络是张无形的网，一点差错就会被无限放大，影响企业形象。旅游员工作为直接为消费者提供服务的人员，工作中应避免出错，避免造成消费者不满情绪。旅行社需加强员工培训，尤其是一线服务人员，直接与消费者面对面交流，需要加强专业知识和技能培训，保持健康的心理状态和高度的工作热情，与顾客保持良好的人际关系，举止得体，有较强的心理素质。旅行社诚信经营，保证服务质量，旅行费用相对透明化，能够一定程度上提高在大学生消费者心中的依赖感和诚信感。

通过本次调查，进一步验证了康辉旅行社对大学生旅游市场关注的及时、有效。希望我们的调查结果能够对企业有所帮助。我们将与康辉旅行社一起，满怀期望，走在成长的路上。

参考文献

- [1] 朱天高,周艳春.市场调查与预测[M].清华大学出版社,2015
- [2] 杨红,周洋阳.大学生旅游行为研究[M].中国财富出版社,2016
- [3] 苏立,侯爽.旅游心理学.第二版[M].电子工业出版社,2013
- [4] 王若军.市场调查与预测.第二版[M].中国人民大学出版社,2015
- [5] 李君轶.旅游市场调查与预测[M].科学出版社,2017
- [6] 徐佳.大学生旅游市场现状分析[J].视野—成长新观察.2011.5
- [7] 郭伟.西安市大学生旅游市场收益现状分析[J].旅游纵览, 2017.7
- [8] 李涯.大学生旅游现状与市场需求的调查分析[J].新经济, 2016.12
- [9] 万红珍等.“90后”大学生旅游市场开发研究[J].商业经济, 2014.2
- [10] 汪勇刚.大学生消费心理与行为研究[J].新西部, 2014.10

致 谢

本论文是在朱天高、季晓芳老师的耐心指导下完成，感谢导师在忙碌的教学活动中抽出时间，以其专业的知识和态度对我的论文提出建议并耐心指正。从论文选题之初到确定主题，搜集资料、设计调查方案及调查工具、实地调查、整合资料、最终经过修改完成调研报告，每个阶段都离不开老师的耐心指导。导师不仅学识渊博，工作态度更是精益求精，使我受益匪浅，在此对导师的帮助和支持表示衷心的感谢！

附件：调查工具

调查问卷：

关于南通在校大学生旅游市场需求的调查问卷

亲爱的同学：

你好！我是来自南通职业大学经济管理学院的一名大三在校生。感谢您参与本次调查活动，本次调查的目的是帮助旅行社了解在校大学生旅游需求情况，您不用有任何顾虑，本次调查活动由匿名进行，您的所有回答仅用于调查的统计分析，我们会进行严格保密！

第一部分：被调查者基本情况

1.你的性别是（）

- A. 男 B. 女

2.你所学专业的类型是（）

- A.文科类 B.工科类

3.你每月的生活费是（）

- A. 1000 元以下 B. 1000-2000 C. 2000-3000 D.3000 元以上

4.你生活费的主要来源有（）（可多选）

- A. 家庭提供 B. 勤工俭学 C. 资助学金 D. 其他 _____（请具体列明）

第二部分：旅游市场需求信息

5.你喜欢外出旅游吗？（） A. 喜欢 B. 不喜欢

6.你的年旅游消费额大约是多少？（）

- A.100 元以下 B. 100-500 元 C. 500-1000 元 D.1000 元以上

7.你的旅游经费主要来源是？（）

- A.勤工俭学 B.家庭提供 C.奖学金 E.日常节省 F. 其他_____

8.你外出旅游的频率大约是每年（）

- A.0 次 B.1 次 C.2 次 D.3 次 E.4 次及以上

9.你通常选择外出旅游的时期是？（）

- A.寒暑假 B.闲暇时间 C.周末 D.法定假日 E.其他 _____

10. 你外出时优先选择的旅游方式是什么？（）

- A 自助旅游（自行安排住宿、交通、行程等）
B.跟团游（由旅行社提供一切服务）
C.自由行（饮食自理，行程自由，住宿交通由旅行社安排）
D.其他 _____

11. 你一般会选择哪种交通工具外出旅行？（）
A.自驾车 B.大巴 C.火车 D. 自行车 E. 其他_____
- 12.你外出旅行时通常会选择的住宿条件？（）
A.露营 B.特色民宿 C.宾馆 D.青年旅社
E.其他_____
- 13.你在外出时优先选择的旅游范围是？（）
A.本省内 B.本省外 C.国外 D.本市内
- 14.你外出旅游目的主要有（）（可多选）
A.拓宽视野 B.寻奇探险 C.消遣娱乐 D.户外锻炼 E.结识朋友 F.逛街购物
15. 你一般会选择哪种类型的旅游景点（可多选）？（）
A.自然风光 B.名胜古迹 C.民俗风情 D.都市旅游
E.主题公园 F.娱乐探险
16. 你平时了解旅游信息的主要渠道是（可多选）？（）
A. 网络媒体 B.亲朋好友介绍 C.报刊杂志 D. 咨询旅游代理商
E. 其他_____
17. 主要有哪些限制条件影响你外出旅游（可多选）？（）
A.资金不足 B.缺乏时间 C.旅游体验差 D.缺少同伴 E.对旅游不感兴趣
F.缺乏新颖的旅游路线 G. 其他_____
18. 如果你需要跟团旅游，在选择旅行社时，你会注重旅行社的哪些方面？
A.知名度 B.员工素质 C.企业文化 D.产品特点 E.价格合理
- 19.康辉旅行社准备与贵校团委共建大学生旅游协会，你会参加协会吗？对协会组织与活动有何建议？

感谢你能够参与此次调查活动，祝你生活愉快！

访谈提纲：

校园旅游市场访谈提纲

您好！我是来自南通职业大学经济管理学院的一名大三在校生。本次访谈的目的是向您了解校园旅游市场的相关信息，帮助旅行社开发大学生旅游市场，从而为高校师生提供更优质的旅游服务。您不用有任何顾虑，本次访谈内容我们将严格保密。感谢您的协助与支持，您的参与对我们非常重要！

第一部分 教务处、学生处、团委等相关职能部门

1. 全校学生数是多少？有哪些专业大类有？主要有专业校外实践活动？
2. 学校教学计划内是否有旅游相关的教学活动活动？具体是哪些项目？

3. 本校是否有旅游相关的学生组织？对学生旅游是否有鼓励和指导作用？
4. 本校与旅游企业的合作怎么？有哪些合作项目？

第二部分 各院系、专业

1. 本学院学生数是多少？有哪些专业校外实践活动？
2. 本学院旅游性专业活动是怎么组织的？是否需要通过专业旅游机构？对旅游机构有什么要求？

第三部分 学生社团

1. 贵社团主要开展哪些方面的活动？是否有旅游性活动？如何组织这些活动的？
2. 旅游性活动的学生参与情况如何？对大学生旅游活动的组织有何意见或建议？