

2013年全国大学生旅游意向调查报告发布

本报记者 姜 蕾 齐 征

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2013年《大学生旅游意向调查报告》日前出炉。此次调查于2013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%。

调查从大学生旅游偏好、旅游花费、旅游方式、出游准备、旅行关注点、分享方式等方面分析了大学生群体的旅游特点。

就数据来看,大学生旅游偏好很强,出游频率较频繁。有85.43%的被调查大学生表示热爱旅游,占受访学生的大多数。47.91%的被调查大学生一学期至少会旅行一次,26.71%的被调查大学生一学年旅游一次,另有12.66%的被调查大学生一学年旅游3次及以上。

从出游范围看,52.69%的被调查大学生曾在省内及周边旅游;46.65%的被调查大学生曾去国内其他城市旅游;有5.84%的被调查大学生曾经出境游。

大学生感兴趣的旅游目的地集中在:“适合户外运动的野山”(占52.62%)、“森林公园”(占37.34%)、主题公园(占36.48%)和休闲农庄(占25.85%)。

51.12%的被调查大学生表示,愿意把旅行时间安排为3天至1周,有7.35%的学生愿意安排一周及以上的时间。

在旅游投入方面,有36.42%的被调查大学生表示愿意把10%~20%的生活费用于旅游,而有31.30%的被调查大学生愿意把20%~30%的生活费用于旅游,较去年增长3%。

在旅游花费方面,大学生多靠父母补助,花销呈上涨趋势,但结构向来自给自足微转。

调查发现,在受访者中,46.19%的学生每月生活费在500~1000元,32.74%的学生每月生活费在1000~1500元之间。

与去年相比,2013年最大的不同为旅游花费的来源有从依赖父母资助逐渐转向自己补给的趋势。虽然被调查学生2013年

的出游费用仍主要来自父母,但构成略有变化,其中,52.23%的被调查学生的旅游花费直接来自父母资助,比去年下降了8.41%;而27.03%的学生表示,旅游花费来自平时节俭的生活费,比去年增长了4.02%。此外,有13.78%的学生表示旅游花费来自兼职收入,比去年增长了2.08%。

在旅游花费的安排上,住宿为花销最多项,大学生旅游时最愿为美食花钱。

在短途旅游中(3天以内),34.78%的人花费在200元以内,39.11%的人花费在200~500元,21.19%的人花费在500~1000元。

在中长途旅游(3天以上)中,花费在200~500元的比例下降至29.40%,而500~1000元的比例上升至30.64%。

在所有花销中,住宿成为大头(占28.22%),其次是餐饮(占21.06%),景区门票(占19.55%)和交通(占18.90%)位列其后。

而在花费意愿上,美食是被调查者的首选(占71.13%)。

自助游是大学生群体青睐的旅游方式,火车是他们的首选交通工具。

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%)。

大学生更倾向暑假出游,网络是信息主要来源。

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。

大学生出游首先关注目的地舒适度。在选择旅游目的地时,“旅游舒适度”仍是被调查大学生考虑的首要因素,占37.27%;其次是“费用”,占22.64%;再次是“安全”,占19.82%。此结果基本与去年持平。

而在旅途中,“住宿”(37.53%)和“纪念品没特色”(27.76%)是让被调查大学生容易感到不满的环节。

在分享方式上,新媒体是大学生群体的首选,图片是他们主要分享内容。

大学生群体是最容易接受新事物的群体,在分享旅游感受的方式上,传统方式如互赠照片、发彩信等早已不是主流方式,而博客(占58.27%)、微博(占35.24%)和微信朋友圈(占22.51%)则成为被调查大学生最倾向选择的分享方式。69.75%的被访者会选择与他人分享旅行图片,只有17.45%的被访者会选择用文字记录旅行感受。

2013年是国家旅游局推出的海洋旅游年,因此在本次调查中,专门设计了海滨旅游的相关题目,调查显示,大学生群体更青睐干净的自然环境,对滨海旅游目的地管理混乱最为不满。

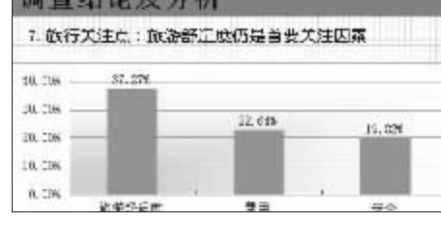
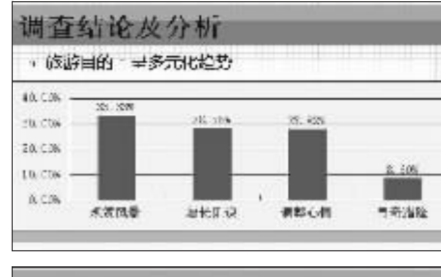
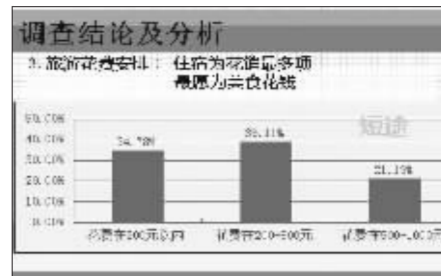
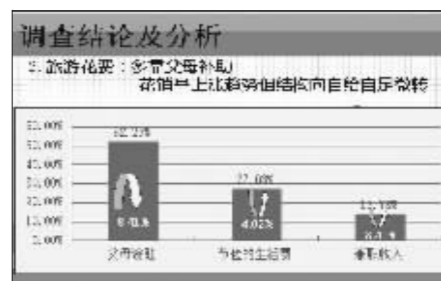
“干净的海水”(60.10%)成为被调查大学生选择海滨景区景点旅游的最看重因素,其次是“新鲜的空气”(46.78%)和“舒适的度假休闲环境”(46.39%)。根据调查结果,大学生在去过的海滨旅游景点中最不满意的因素为景区“管理混乱”和“环境脏乱”。

随着经济的发展,全国人民生活水平大幅度提高,旅游逐渐成为大众生活中一项必不可少的活动。正因为如此,旅游业蓬勃发展,成为一个极具发展前景的产业。对大众进行调查,了解他们的旅游意向十分必要,而其中大学生群体是最有活力与市场潜力的群体。

对大学生群体的旅游意向、旅游方式及旅游态度等进行调查主要有以下几点原因:一、有助于旅游主管部门及时了解、掌握该群体的旅游意愿、消费动态,为旅游相关政策的制订提供客观的参考依据,对旅游市场发展作出前瞻性判断,并制定相关计划引导促进整个行业的发展,从而对于整个经济的发展起到一定促进作用,在一定意义上加快我国经济转型的步伐;二、有助于旅游企业和旅游地区及时了解市场动态,并且作出相应的措施适应市场的改变,满足该消费群体的需求,从而促进旅游地区及相关旅游企业的发展;三、对于青年群体,特别是大学生群体而言,能在同一坐标系下,了解同龄人的喜好,为出游提供很好的参照系。

基于此,中国青年报社于2010年3月,进行了首次大学生旅游市场调查,得到旅游主管部门、旅游企业、旅游目的地政府等的一致好评。

中国青年报社一向以“推动社会进步,服务青年成长”为办报理念。为了在旅游产业向“国家战略支柱产业及人民群众满意的现代服务业”迈进过程中,切实推动旅游产业又好又快发展,为旅游主管部门及旅游企业提供客观的第三方调查数据。中国青年报社将于今年10月再次启动全国范围的“大学生旅游意向调查”,并拟将该调查常态化,每年进行一次,以形成连贯的可供追踪比较的数据库。



第八届中国青年喜爱的(海洋)旅游目的地专家推荐榜单

- 城市:
- 北海
 - 三沙
 - 宁波
 - 三亚
 - 上海
 - 厦门
 - 烟台
 - 舟山
 - 杭州
- 景区景点:
- 三亚亚龙湾国家旅游度假区
 - 秦皇岛北戴河景区
 - 北海市银滩度假区
 - 大连老虎滩海洋公园
 - 丹东鸭绿江风景名胜景区
 - 福州平潭岛旅游风景区
 - 威海刘公岛景区
 - 西沙群岛
 - 烟台蓬莱阁自然风光景区
 - 秦皇岛昌黎黄金海岸

(海洋)旅游目的地专家点评

第八届中国青年喜爱的(海洋)旅游目的地推介活动专家顾问团成员、北京联合大学旅游学院副院长、旅游发展研究院院长张凌云,中国社会科学院研究员、财经战略研究院旅游研究室主任戴学锋,中国科学院地理科学与资源研究所创新基地副研究员、联合国开发计划署(UNDP)旅游专家席建超,北京第二外国语学院旅游管理学院院长、全国休闲标准化技术委员会委员、中国旅游协会教育分会副秘书长厉新建在参与本次活动投票的同时,也为他们心仪和喜爱的海洋旅游目的地特别给出了评语。

城市
北海是个干净浪漫的城市,中西合璧、新旧结合的骑楼建筑,柔软如地毯的银滩,梦幻如画的涠洲岛,对于追求浪漫的青年来说是绝佳的旅游地。(席建超)

三亚是几乎每个有休闲度假需求的中国人每年都会想到、每年都无法不想的成熟的滨海休闲度假地。(厉新建)

丹东与朝鲜接壤,是抗美援朝战场入口,素有“北国江南”美誉;特殊地理位置,丰富的自然历史文化资源、缤纷的红叶和丰富的地热资源使它成为温泉疗养胜地。(席建超)

宁波是山海、文化历史、自然传统组合最好的海滨城市。(戴学锋)

三沙,中国最具世界潜力的海洋休闲度假目的地。(厉新建)

上海是一座开放而又保守的城市,西洋建筑、弄堂和现代大厦交相辉映;中西文化在此融会贯通,它象征着美丽、摩登和情调。(席建超)

海岛、仙境、美酒,不可不去烟台。(厉新建)

泉州,海上丝绸之路起点,历史文化积淀最深厚的海滨城市。(戴学锋)

厦门的岛、礁、岩、寺、花、木相互映衬,侨乡风情、闽南习俗、海滨美食、异国建筑融为一体,这里空气清新、四季如春,是非常浪漫的避风地。(席建超)

景区景点
秦皇岛北戴河景区,是中国旅游业的发展端和缩影之一。(席建超)

三亚亚龙湾国家旅游度假区,柔软沙滩、惬意阳光、怡情忘我。(厉新建)

西沙群岛,中国最有潜力的海滨旅游区,且西沙旅游对“突出主权,显示存在”意义重大。(戴学锋)

北海市银滩度假区,东西绵延约24公里,可容纳国际上最大规模的沙滩和海上运动娱乐项目,沙滩在阳光下会泛出银光,有“天下第一滩”的美誉。(席建超)

大连老虎滩海洋公园,是以展示海洋文化、突出海滨特色为主题,集观光、娱乐、科普、购物、文化于一体,园内奇石怪松、山水相映,构成了绚丽的海滨风光。(席建超)

丹东鸭绿江风景名胜景区以水景为主线,山景相依托,名胜古迹历史悠久,游一江可观赏中朝两国风光。(席建超)

福建莆田湄洲岛,素有“南方小蓬莱”之美誉,也是妈祖文化的发祥地,是世界上20多个国家和地区近2亿信众顶礼膜拜的圣地,被誉为“东方麦加”。(席建超)

青岛崂山风景区,是传统的旅游区,知名度高。(戴学锋)

三亚天涯海角风景区,是全国最著名的海滨旅游区,几乎无人不知,且特色鲜明。(戴学锋)

烟台蓬莱阁自然风光景区,蓬莱阁与黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁并称为“中国四大名楼”。(席建超)

目的地如何抓住年轻游客的心

本报记者 齐 征

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2013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。

第一,大学生旅游过程中资金的来源,有52%左右是来自父母的。“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。

第二,有50%多被调查大学生喜欢户外运动,到野山去,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。

第三,有53%的大学生选择城市周边或者省内游。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。”

第四,自由行在大学生市场中将持续大发展。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时候,把美食的信息推送给他……如何让大学生花更少的钱选择更适合自己的产品也值得研究。

第五,如果景区或目的地城市重视大学生群体旅游产品的开发,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。

大学生代表推荐榜单

- | 城市 | 景区景点 |
|----|-------------|
| 厦门 | 三沙 |
| 夏州 | 舟山 |
| 三亚 | 海口 |
| 上海 | 日照 |
| 北海 | 烟台 |
| | 西沙群岛 |
| | 福州平潭岛旅游风景区 |
| | 太姥山风景名胜景区 |
| | 三亚亚龙湾风景区 |
| | 温州雁荡山风景区 |
| | 三亚天涯海角风景区 |
| | 北海市银滩度假区 |
| | 丹东鸭绿江风景名胜景区 |
| | 秦皇岛昌黎黄金海岸 |
| | 青岛崂山风景区 |



本报记者 郑萍萍摄



西沙美景 CFP供图

第八届中国青年喜爱的(海洋)旅游目的地推荐活动综合榜单

城市

- 厦门
- 北海
- 三亚
- 上海
- 三沙

景区景点

- 杭州
- 舟山
- 烟台
- 宁波
- 丹东
- 西沙群岛
- 三亚亚龙湾国家旅游度假区
- 福州平潭岛旅游风景区
- 秦皇岛北戴河景区
- 北海市银滩度假区
- 丹东鸭绿江风景名胜景区
- 三亚天涯海角风景区
- 温州市雁荡山风景名胜景区
- 威海刘公岛景区
- 秦皇岛昌黎黄金海岸

张凌云:别再把海洋视为畏途

我国海洋的国土面积299.7万平方公里,二十一世纪是海洋时代,我们应该首先培养海洋意识,认识到海洋战略在国家战略发展中的地位。从小培养国民的海洋意识很重要,而旅游是一个很有有效的途径。从年轻人抓起,培养他们的海洋战略,让他们了解海洋、认识海

洋、亲近海洋,而不是再把海洋视为畏途。

世界旅游组织认为,海洋旅游占国际旅游收入的50%。而中国在海洋旅游方面刚刚起步,我看到这次的榜单有一个体会:我们现在讲旅游,可能还是在讲以城市为依托的滨海旅游,而这只是

海洋旅游发展的起步阶段和初级阶段。海洋旅游是一个完整的系统,比如说一些海上的活动、项目,包括热气球、探险,还有海中,比如潜水、海底观光、海岛旅游等,再远就是远洋邮轮旅游。这个系列可以覆盖从观光向休闲、度假的整个产品系统。

从这个意义上讲,这些和海相关的资源,既是国家领土安全的需要,也是释放国内旅游的需要,是青年人未来发展的需要。所以,青年喜爱的(海洋)旅游目的地的推介活动的举办意义非凡。

戴学锋:借海洋资源释放国内旅游需求

中国的海洋资源非常丰富,而开发海洋旅游资源最主要的作用是突出主权、显示存在,使得我们这个国土真正被利用。我认为,现在很好地利用海洋资源更加重要。海湾、海岛、海滨,和海相关的旅游是世界旅游的最大明珠。

中国前些年由于不重视这些,造成了传统旅游目的地的非常拥挤,产生了国内旅游的挤出效应。

在这种情况下,哪里是释放国内旅游需求的重要空间?我觉得是海岛、海湾、海滨,这些与海相关的旅游资源。