
武汉市大学生旅游消费情况调查

罗丽 张琦 杜为公

(武汉工业学院, 湖北 武汉 430023)

【摘要】大学生旅游已逐渐成为我国重要的旅游细分市场, 具有很大的开发潜力。本文通过调查问卷的方式, 从武汉工业学院大学生出游频率、出游偏好、出游目的等方面总结了大学生的旅游消费需求及消费特点, 从而对大学生的旅游消费行为进行分析。

【关键词】大学生; 旅游消费; 问题

随着我国旅游业的快速发展, 大学生旅游已逐渐成为我国旅游消费的一个重要组成部分。据统计, 有的大学生在节假日和同学或朋友外出旅游, 有的在寒假和家人一起旅游。他们一年的旅游消费高达 1000 元以上, 最低的也接近 100 元。但是, 实际情况是大学生旅游市场潜力巨大, 但却备受旅游企业冷落。在这种情况下, 发现大学生旅游消费中存在的问题并找出适当的解决办法, 对于大学生旅游消费市场的开发具有重大的现实意义。

一、调查概况

调查时间: 2012 年 6 月 8 日; 调查地点: 武汉工业学院; 调查对象: 武汉工业学院在校大学生; 调查方法: 问卷调查; 调查人: 罗丽、张琦。采用问卷调查的方法, 对武汉工业学院的在校大学生进行随机抽样调查。共发放问卷 2000 份, 回收 1920 份, 回收率为 96%; 有效问卷为 1860 份, 有效率为 93%。在本次调查中, 一共有 16 道题目, 其中客观题 15 道, 主观题 1 道, 受访大学生的男女比例基本持平, 年龄在 20—25 岁左右。调查问卷内容涉及出游方式、出游时间、资金来源、消费金额、出游限制等方面。调查问卷具体见表 1。

表1 大学生旅游消费调查问卷

个人基本信息		
性别:A 男 B 女 所在年级:A 大一 B 大二 C 大三 D 大四		
1	您的月生活费为多少?	A 500 元及以下;B 501—800 元;C 801—1000 元;D 1000 元以上
2	您喜欢旅游吗?	A 非常喜欢;B 比较喜欢;C 一般;D 不喜欢
3	在大学期间,您每年都有旅游计划吗?	A 经常有,已出游了 5 次以上;B 有时有,已经出游了 3—4 次;C 偶尔有,已经出游了 1—2 次;D 目前没有,但未来可能有
4	您最喜欢选择与谁一同出游?	A 同学、朋友;B 男(女)朋友;C 家人;D 独自出游
5	您没有出游或没有实行出游计划的原因是什么?	A 没有时间;B 没有旅游经费;C 没有出游伙伴;D 没有心仪的旅游项目或地点
6	(多选)您外出旅游的目的是什么?(最多选三项)	A 开阔视野,陶冶情操;B 获取知识,增长见识;C 放松心情,缓解压力;D 热爱旅游,广交朋友;E 找同学熟人玩;F 消磨时光;G 零距离接触自然享受自然;H 艺术采风,摄影创作
7	在大学期间,您一般选择何时出游?	A 寒暑假;B 五一、十一黄金周;C 周末;D 任何时间
8	您一般出游多长时间?	A 当天往返;B 2 天以内;C 3 天到一周;D 一周以上
9	您经常采取那种旅游方式?	A 班级出游;B 同学结伴;C 跟随旅游团,但有自由活动的时间;D 独自外出旅游
10	(多选)您比较喜欢哪些类型的旅游景观?(最多选两项)	A 自然风光;B 人文景观;C 野外探险;D 民俗风情;E 繁华都市;F 娱乐场所
11	您以往出游的平均消费大概是多少?	A 300 元及以下;B 300—600 元;C 600—1200 元;D 1200 元以上
12	您的旅游费用主要来自哪里?	A 家长资助;B 奖学金;C 平时节省的生活费;D 自己兼职、工作所得;E 信用卡预支
13	在旅游产品的选择上,您更倾向于?	A 经济型(主要在乎游,吃、住、行不讲究);B 舒适型(最在乎游,对吃、住、行有一定标准);C 有较高要求的豪华型
14	您在出游中最关注的问题是什么?	A 费用;B 安全;C 旅游地点;D 便利性;E 舒适度;F 同行旅伴
15	您如何看待当前大学生的旅游消费?	A 赞成,因为可以学到很多东西,并可以调节心理缓解学习压力;B 反对,因为浪费金钱,造成沉重的家庭负担;C 中立,大学生旅游消费量力而行;D 其他看法
16	您对大学生旅游消费市场有何建议?	

二、问卷分析

1、出游方式选择分析。在出游方式的选择中,同学结伴和班级出游两种方式分别占了32.94%和23.63%,这说明大学生出游存在明显的小群体特征;而选择旅行社出行的同学只占11.81%,这说明旅行社推出的产品不能够满足大学生出游的需求,而且其服务力度不足。另外,在出游中大学生最关心的是费用(41.2%)和安全(33.5%)问题,由此可见,旅游企业也必须在这些方面进行完善。

2、大学生出游态度分析。在收回的有效问卷中,有68.33%的人有过大学期间出游的经历,而在没有出游经历的人中,有81.53%的同学有出游的意向。这说明大学生这一特殊群体,对出游持有非常肯定的态度。

3、出游时间段选择分析。选择周末出游（33.72%）和寒暑假（34.01%）出游的同学占的比重稍大，而且以班级组织或是个别同学结伴出游的形式居多。

4、大学生出游的限制性因素分析。调查结果表明，在有出游经历的人中，31.85%的人认为没有旅游经费是限制出游的最主要原因，而没有心仪的旅游项目或地点（25.28%）和没有出游伙伴（18.34%）则是限制出游的另外两个主要原因。

5、大学生出游消费情况分析。大学生的经济尚不能独立，多属于中低层次消费者。调查显示，38.34%的人每次旅游的实际费用支出为300—600元，支出在300元以内的人占到了25.37%，24.9%的人支出在600—1200元之间。而在这些旅游费用中，35.1%来自于家长的资助，19.5%来自于平时节省的生活费，只有18.9%来自于平时兼职和工作所得。由此可见，大学生旅游花费来源构成多元化，但是大学生可自由支配的资金仍然有限，所以对价格比较敏感。在旅游产品的选择上，有49.21%的选择了经济型（主要在乎游、吃、住、行不讲究），选择舒适型（最在乎游，对吃、住、行有一定标准）的为45.69%，只有5.1%的人选择了有较高要求的豪华型。

6、出游目的地的选择分析。对旅游目的地类型的偏好方面，选择“自然风光”的同学占51.3%，选择“人文景观”的同学占16.89%。由此可见，大学生出游的主要目的是观光和休闲。

三、影响大学生旅游消费的因素

1、较高的文化素质和求知欲。受教育程度高和出游率高通常有着密切的正相关关系。在对武汉工业学院学生的调查中，调查对象全都为本科以上学历，充分体现了大学生旅游市场的高文化素质特点。知道的越多，发现自己不知道的事情也越多。调查问卷中，很大一部分同学回答外出旅游是为了开阔视野。

2、充裕的闲暇时间和金钱。高校学生具有暑假和寒假近90天的宽松闲暇时间，还有70多天的周末及“五一”、“十一”黄金周等固定假日，闲暇时间非常充裕，这极大地刺激了大学生外出旅游的需求。目前生活水平有了很大提高，加上现在的大多数高校学生是独生子女，生活费都颇有富余，有了不少自由支配的资金，这也是大学生外出旅游的原因之一。

3、特殊的个性特征和行为方式。旅游可以消除紧张心态，缓解精神压力。大学生所具有的求异、求新等个性特征及心理需要，使他们喜欢离开自己的常居地外出追求美丽的生态环境、大自然的无限风光和浪漫的情趣；还有的大学生喜欢中外历史文化，喜好参观各类文物古迹和历史遗址；年轻人强烈的社交需求特征使他们经常结伴出游，或者去走亲访友。

四、大学生旅游消费的行为特点

1、旅游消费行为的普遍性。旅游、上网、谈恋爱成为21世纪大学生活的三门“必修课”。由于各种原因，大学生纷纷走出校门，加入到旅游者行列当中，使得大学生旅游这一队伍逐年增加，旅游也成为大学生生活中的一种时尚，一种必需品。调查结果显示，近70%的大学生都外出旅游过，没有外出旅游过的人当中大部分是因为经济原因，只有极个别的人是因为不喜欢。

2、旅游欲望强烈。在调查问卷中，有81.3%的人表示非常喜欢旅游，16.6%的大学生表示一般喜欢，不喜欢的几乎为零。性别差异对大学生外出旅游欲望产生不同的影响，调查表明，在81.3%非常喜欢旅游的人当中有72%都是女生，这说明相对于男生来说，女生更喜欢外出旅游。

3、出游目的分析。调查发现，大学生旅游的主要目的依次为放松心情、缓解压力，开阔视野、陶冶情操，获取知识、增长见识，找熟人玩儿和消磨时光，其中放松心情、缓解压力的占58%，开阔视野、陶冶情操的占28%，获取知识、增长见识的占9%。

4、旅游内容的丰富性。自然风光，以及自然与人文风光相结合的景观等旅游产品尤其受大学生的青睐，特别是一些知名度高的景区，更是受到大学生的追捧，由问卷可以看出，更多的大学生还是喜欢自然景观，体现了他们对祖国大好河山的热爱。

5、旅游方式的多样性。调查显示，47.4%的学生喜欢集体外出旅游，26%的大学生愿意和几个好友结伴出游，只有20%的大学生喜欢独自外出旅游。出游方式的选择与个体心理素质有关，这表明当前的家庭教育和学校教育只注重身体和文化的培养，而忽视独立个性的培养。

6、旅游时间的集中性。学生的主要任务就是学习，大学生当然也不例外，因此他们主要利用课余时间出游。寒暑假、双休日、“五一”、“十一”黄金周为大学生旅游的集中时间，双休日一般选择短途旅游，其他时间则选择中长途旅游。

五、大学生旅游市场开发及存在的问题

1、产品质量不高。大学生旅游产品质量不高，不能满足大学生的旅游需求，使大学生一心期望的美好的旅游受到撞击，很多大学生旅游一次，外出旅游的动机就差了很多，失去了旅游的热情，这就导致大学生达不到外出旅游的目的。另一方面，很多外出旅游过的大学生对去过的景点没有再去的想法，因为所游览过的景点没有让他们流连忘返的经典内容，这就是大学生旅游产品吸引力不足的主要问题。

2、旅游企业对大学生旅游市场关注度不高。大部分旅行社都没有针对大学生设计旅游线路，只是在法定假期对大学生旅游给予打折优惠。这并没有对大学生产生足够的吸引力。除此之外，旅行社对大学生市场不重视，部分旅行社没有针对大学生做相应的定期宣传计划。大学生对旅游宣传的印象，只是停留在某旅游景点的特色上。在旅游旺季，特别热门的景点，并没有对校园内部做宣传，许多大学生是在校外了解到的相关旅游信息，因此导致了大学生旅游市场还处于停滞阶段。

3、旅游产品不能满足大学生的需求。大学生思想单纯，外出旅游目的在于可以多接触社会，借此锻炼、培养自己的社交能力和提高自己的人际交往技能。同时，大学生也希望有丰富多彩的文体活动来充实自己的课外生活，所以在选择旅游产品时不会顾虑太多，以自己的喜好为主，对一些新奇的旅游产品比较有兴趣。

在价格方面，由于大学生没有更多的可支配资金，一般情况下只能进行短途、近距离的旅行。但大学生追求的是一种完全不同的生活环境，又与自身条件相矛盾，对其造成巨大吸引力的景点费用一般又比较高，从而限制了大学生出游。

【参考文献】

- [1] 刘川：大学生旅游消费调查与市场开发策略分析——以长江师范学院为例[J].当代旅游，2010（3）.
- [2] 李军、张俐俐：大学生旅游消费行为特征研究[J].安徽农业科学，2009（3）.
- [3] 洪艳：当代大学生旅游消费行为分析[J].南昌高专学报，2006（3）.
- [4] 王金枝：大学生旅游市场的认识与开发策略[J].忻州师范学院学报，2010（4）.
- [5] 于婧：大学生旅游消费行为的调查与分析——以北京市大学生为例[J].经营管理者，2010（10）.
- [6] 王明艳、许二凤：大学生旅游市场开发对策研究[J].中外企业家，2009（6）.