

2023年台州旅游市场调查报告 旅游市场 调查报告(优质5篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

台州旅游市场调查报告篇一

报告名称：

调查地点：

调查方法：

调查时间：

被访者：

样本量：

调查机构：

报告来源：

报告内容：

旅游已逐渐成为人们娱乐生活中不可缺少的一部分，人们除了能享受到旅游过程中的惬意与放松，其实的是对生活的体味。但随着旅游逐步深入生活，关于旅游的投诉也常见于报端。据最近的一次调查显示，五分之一的受访者对随团旅游表示不满意，不满意的原因主要来自导游和旅行社方面。对

于没有随团的受访者，旅游费用以及旅行社的信誉仍是主要的影响因素。

该项调查由北京科思瑞智市场调查公司于xx年2月底在北京实施，调查采用电话访问的方法，共完成有效问卷201份，调查对象为年龄在18—60岁之间，家中有电话的北京居民。调查结果可以推论北京有电话的居民。

随团旅游：不满意。

旅游服务一直以纷争不断而出名，从调查显示的结果看，人们对随团旅游的评价的确不高。在有随团旅游经验的受访者中，有五分之一的人对其最近一次随团旅游表示不满意，而表示满意的只有三分之一，近一半的受访者表示服务一般。

导致受访者不满意的主要原因是“导游未尽职责”和旅行社“降低等级标准”。这两项的比例分别达到30.8%。其次是“擅自变更行程安排”占23.1%，和“配套设施不完善”占15.4%。

在整个旅游过程中，游客与旅行社的接触的在出游前期的报名环节。而在旅行途中，导游则很大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不到导游的妥善处理，则很容易转化成对导游的不满。

科思瑞智的研究人员认为，旅游作为一个服务行业，消费者花钱购买的既是旅游社和导游提供的服务。对服务的满意程度的高低是保持回头客的关键所在。对于旅行社来说，其所提供的服务并非杀鸡取卵的短期利益行为，所带来的回报应是长期收益。随着世贸组织的加入，国外旅行社加入竞争，必然会使旅行社的客源结构发生变化。对于某些愿意尝新，或更加信任外国货的人来说，参加外国旅行社出游具有不小的诱惑力。国内旅行社可能会发现，他们所面临的问题很简单，就是服务质量的竞争。

费用和信誉：参团出游的主要障碍。

受访者中，有7成的人没有随团出游过。其中，近一半的人是由于“没有时间”，而三分之一左右的受访者则是因为“费用较高”。还有7%的受访者表示不随团旅游是因为“对旅行社不信任”。从这一结果看，费用和旅行社的信誉问题是阻碍人们参团旅游的重要因素。

从交叉分析看，家庭收入越高，有随团旅游经历的人所占比例越大。在家庭月收入低于xx元时，90%左右的人没有随团旅游的经历，而在家庭月收入达到5000元以上时，则超过一半的人有随团出游的经历。看来，尽管对旅行社而言，价格的可调节余地不太大，但普通工薪阶层对旅游费用的可支持能力依然有限。

或许在达到规模效益情况下，价格还可以适当调整，毕竟目前，降价仍是屡试不爽的刺激需求的看家法宝。但对于信誉问题，树立起良好的形象，扭转人们心中已形成的观念则非短时间内即可达到的，因为人们更愿意接受与自己观念相近的意见。

台州旅游市场调查报告篇二

截止到20xx年xx月，x共有流动党员6人，其中流出党员6人，流入党员0人，流出党员占党员总数660人的%。其中：外出务工党员全部是男性，共计6人。年龄结构为：35岁以下3人、35岁到45岁2人、45岁到55岁人；学历结构为：高中学历4人、本科2人。分布情况为：省内5人，省外人，均是外出3个月以上流动党员。

（一）流动党员流动方位很难掌握

由于外出党员的流动性很大，因此党组织很难随时掌握外出党员的去向。一是有的基层党组织对外出党员管理认识不到

位，教育管理不严、制度不全，导致流入和流出党员无登记，使部分党员“来去自由”。二是有的外出党员由于情绪心态和家庭等情况对党组织报有怨言，逐步疏远了党组织。

（二）流动党员党组织活动不好开展

一是外出党员远离属地党组织，无法参加原党支部的活动。二是流动党员因怕受约束，不愿暴露党员身份，不说自己是党员。有的存在两耳不闻窗外事、一心一意去挣钱的心态，外出期间对原党支部的工作不闻不问，不能正常发挥党员带头作用。由此造成外出党员的正常组织生活以及教育培训等都难以落到实处。

（三）流动党员管理存在不足

由于党员目标管理和民主评议党员制度对于外出党员都难以落实，致使外出党员疏于管理和监督。特别是党章规定的“党员如果没有正当理由，连续6个月不参加党的组织生活，不交纳党费或不做党所分配的工作，就被认为是自行脱党”要求难以落实。

（四）流动党员组织隶属关系难接转

流动党员的接转组织关系程序较多，繁多的接转程序导致党员不情愿心态，有的成为了口袋党员。

（五）流动党员身份不好确定

一是要了解流动党员的身份，只是靠本人自己说，没有有关的证明材料，党组织难以确定其身份；二是有的党员在私营企业务工，由于工作时间紧和工作量大原因，没有时间参与党组织的活动或不愿暴露党员的身份。

（一）深化认识，抓好教育

一是要求外出党员要主动与所在地区党组织取得联系，按规定及时转移党组织关系；二是对未能及时转出组织关系的，要出具《流动党员活动证》，要求党员自觉严格要求自己，积极参加所在党组织的活动，按期交纳党费，完成党组织任务；三是要求流动党员主动通过适当方式与党支部保持联系，每季度汇报一次以上在外的思想、生活、工作、学习情况；四是要求外出党员返乡时及时与支部联系，如实汇报外出期间的情况，把《流动党员活动证》交支部查验。

（二）建章立制，强化约束

要把外出党员教育管理的有关措施、办法以制度的形式固定下来，形成一套行之有效的外出党员管理机制。一是政治和道德观念教育；二是建立流动党员档案。对流动党员的基本情况、家庭情况、外出时间、地点、就业情况、工资报酬、参加流入地党支部的活动情况等要有详细的记录；三是建立联系制度。党支部要确定一名正式党员的预备党员，流入地党组织要提供其现实表现情况，原所在党组织要加强与流入地党组织联系，做好跟踪考察工作。

台州旅游市场调查报告篇三

加强旅游企业的亚运商机策划意识。策划经济是亚运经济的一个突出特征。只有策划得当，才能抓住亚运商机，才能在发展亚运经济中取得更为直接的效益。树立机遇意识，着力打造和提升各旅游地品牌形象。最大限度地扩大旅游业的机会，争取成功的效果。旅游业应该抢抓机遇，及早出击，先声夺人，快速树立各地亚运旅游品牌形象，在未来旅游市场竞争中占据显著有利位置，做大、做强国际、国内两大市场。加快培养高质量的涉外旅游人才。发展入境旅游，突出的矛盾是涉外旅游人才的严重不足。建议在全国高校、中等院校旅游专业人才培养中，突出加强关于涉外旅游的电子商务。信息和多语种翻译以及导游、领队人才的精心培养，为我国涉外旅游和新世纪国际旅游的迅猛发展储存、聚集一批高质

量的各类涉外旅游人才。未了解涉外旅游的市场占有率，评估东华理工大学的环境，制定响应的营销策略，先进行东华理工大学及各高校市场调查大有必要。本次市场调查将围绕市场环境、消费者、竞争者为中心来进行。

要求详细了解东华理工大学及各高校市场各方面情况，为该活动的扩展制定科学合理的营销方案提供依据，特撰写此市场调研计划书。

- 1、全面摸清涉外旅游在消费者中的知名度、渗透率、美誉度和忠诚度。
- 2、全面了解东华理工大学及各高校涉外旅游的现状。
- 3、全面了解目前涉外旅游主要竞争对手、广告、促销等营销策略。
- 4、了解东华理工大学及各高校消费者的观点、习惯。
- 5、了解东华理工大学及各高校在校学生的人口统计学资料，预测涉外旅游市场容量及潜力。

市场调研的内容要根据市场调查的目的来确定。市场调研分为内、外调研两个部分，此次市场调研主要运用外部调研，其主要内容有：

(一)行业市场环境调查主要的调研内容有：

- 1、涉外旅游市场的容量及发展潜力；
- 2、东华理工大学及各高校该行业的营销特点及行业竞争状况；
- 3、学校教学、生活环境对该行业发展的影响；

4、当前东华理工大学及各高校对涉外旅游的态度及运营状况；

(二) 消费者调查主要的调研内容有：

1、消费者对涉外旅游的地点状态(看过什么景色、到过什么地点、选地点的标准等)与消费心理(必须品、偏爱、经济、便利、精彩等)。

2、消费者对涉外旅游的了解程度(包括时间、地点等)；

3、消费者对时间的意识、对景点及竞争景点的观念及景点的忠诚度；

4、消费者平均月开支及消费比例的统计；

5、消费者理想旅游景点的描述。

(三) 竞争者调查主要的调研内容：

1、主要竞争者的地点及景点设计；

2、主要竞争者的营销方式与营销策略；

3、主要竞争者市场概况；

4、旅游景点在主要竞争者的经销网络状态；

因为涉外旅游在高校的独特性，全体在校学生都是调查对象，但因为家庭经济背景的差异，全校学生月生活支出还是存在较大的差距，导致消费购买习惯的差异性，因此他(她)们在选择涉外旅游的地点、时间、价格上都会有所不同。为了准确、快速的得出调查结果，此次调查决定采用分层随机抽样法：先按其住宿条件的不同分为两层(住宿条件基本上能反映各学生的家庭经济条件)——公寓学生与普通宿舍学生，然后

再进行随机抽样。

消费者样本要求：

- 1、家庭成员中没有人有在涉外旅游的工作单位
- 2、家庭成员中没有人有在市场调查公司或广告公司工作。
- 3、消费者没有在最近半年中接受过类似产品的市场调查测试。
- 4、消费者所学专业不能为市场营销、调查或广告类。

- 1、仪表端正、大方。
- 2、举止谈吐得体，态度亲切、热情。
- 3、具有认真负责、积极的工作精神及职业热情。
- 4、访员要具有把握谈话气氛的能力。
- 5、访员专业素质好。

1、对消费者以问卷调查为主，具体实施方法如下：在完成市场调查问卷的设计与制作以及调查人员的培训等相关工作后，就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发给各调查人员，统一选择中餐或晚餐后这段时间开始进行调查(因为此时学生们多刚呆在宿舍里，便于集中调查，能够给本次调查节约时间和成本)。调查员在进入各宿舍时说明来意，并特别声明在调查结束后将赠送被调查者精美礼物一份以吸引被调查者的积极参与、得到正确有效的调查结果。调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。记得一定要求其在调查问卷上写明学生姓名、所在班级、寝室、电话号码，以便以后的问卷复核。调查员可以在当时收回问卷，也可以第二天收回(这有利于被调查者充分考虑，得出更真实有效的结果)。

2、对经销商以深度访谈为主：由于调查形式的不同，对调查者所提出的要求也有所差异。与经销商进行深度访谈的调查者(访员)相对于实施问卷调查的调查者而言，其专业水平要求更高一些。因为时间较长，调查员对经销商进行深度访谈以前一般要预约好时间，访谈前调查员要做好充分的准备、列出调查所要了解的所有问题。调查者在访谈过程中应占据主导地位，把握着整个谈话的方向，能够准确筛选谈话内容并快速做好笔记以得到真实有效的调查结果。

3、通过网上查询或资料查询调查东华理工及市区人口统计资料：调查者查找资料时应注意其权威性及时效性，以尽量减少误差。因为其简易性，该工作可直接由复核员完成。

1、准备阶段：它一般分为界定调研问题、设计调研方案、设计调研问卷或调研提纲三个部分。

2、实施阶段：根据调研要求，采用多种形式，由调研人员广泛地收集与调查活动有关的信息。

3、结果处理阶段：将收集的信息进行汇总、归纳、整理和分析，并将调研结果以书面的形式——调研报告表述出来。在客户确认项目后，有计划的安排调研工作的各项日程，用以规范和保证调研工作的顺利实施。

台州旅游市场调查报告篇四

庐山

抽样调查法

xx年9月16日至10月1日

来庐山旅游的人

一、庐山旅游市场的总体情况

(一) 客源市场呈现分散化趋势

庐山客源市场呈现分散化趋势. 虽然全国范围内市场面扩大了, 但主要客源市场的地位不稳定, 给宣传促销带来一定的难度; 客源流量增长缓慢, 近年来一直在一百万左右徘徊.

(一) 人均消费适合自助旅游者, 停留天数下降.

来庐山旅游者, 可根据景点不同进行消费. 庐山门票一共180元每人, 其中景点包括王老峰. 花径, 锦绣谷. 仙人洞. 大天地. 龙首涯. 三宝树. 芦林湖等. 学生票约在135元每人, 其中三叠泉80元每人, 来回缆车80元每人, 美庐25元每人. 现役军人免费, 庐山恋电影25元每人, 庐山园优惠有待于新规定. 在校学生来庐山旅游. 实习, 凭有效证件在园门登记后, 实行7.5折优惠, 教师在教师节期间, 凭有效政见在园门登记后, 实行5折优惠. 据消费结果显示, 来庐山旅游者大多属于自助旅游者.

(二) 旅游形式以”自助旅游”为主

随着城乡居民生活水平的提高, 自由自在的旅游方式成为节假日全家或朋友们出游的最佳选择, 庐山接待的游客中, 自助旅游占80%, 而团队旅游仅占20%, 比xx年下降40个百分点.

(三) “吃. 游. 行”占游客花费的绝大部分

旅游花费是指游客在庐山浏览期间的吃, 住, 行, 游, 购, 娱等方面的支出. 从调查结果显示: 游客主张宁可少玩几个景点, 但每个玩到的景点必须尽兴! 游玩第一, 品尝当地特色美食第二, 方便交通第三, 住宿第四, 购物第五. 从游客花费构成看, 游玩占30%, 餐饮占25%, 交通占15%, 住宿占10%, 购物占8.2%. 以上数据充分说明: 游玩(游), 餐饮(吃). 交

通(行)等刚性支出一直占大头.

(四)庐山旅游人数创新高

“十一”黄金周临近将至，庐山游客持续攀升.9月28日，来山人数1.4万人，同比增长21%，9月29日，来山人数3.05万人，同比增长38.6%，创造了庐山黄金周以来游客人数之最.

(五)绝大部分游客对庐山旅游环境和服务质量给予充分肯定

所有游客综合满意率90%，从满意的程度看：“很满意”占28%，“基本满意”占69%，“不满意”占6%.说明庐山旅游环境建设取得显著成效，旅游服务质量在旅游者心中的总体形象良好.

二、庐山旅市场常存在的主要问题

虽然近年来，庐山在改善旅游环境，创建旅游城市方面做了大量的工作，并且取得显著的成绩.但是对游客进行的调查结果表明:还有一些滞后于旅游发展的现象存在.具体情况如下:

(一)庐山匡城宾馆的环境有待于改善

当前，来庐山旅游的游客对庐山旅游环境总体印象是比较好的，对庐山旅游服务质量也比满意，但也有不少游客对庐山软硬件提出意见.如:一些游客认为匡城宾馆价钱不实惠，不太值得推荐，宾馆内的灯光很昏暗浑浊.

(二)在住宿方面的消费是比较昂贵的

从抽样调查结果看，游客在住宿方面消费相对于游玩等方面的消费是比较少的，大部分游客是因为宾馆住宿价格较贵，这充分显示庐山的旅游产业依然停留在吃，行游的发展阶段，而忽略了改善住宿价格上.

(三) 思想道德建设持续深入.

从提高广大干部群众的文明素质着手，全面落实《公民道德建设实施纲要》，实施“提升中国公民旅游文明素质行动计划”，坚持不懈地对干部群众进行培训和教育，引导游客遵守《中国公民国内旅游文明行为公约》，不断提升景区整体文明程度.

台州旅游市场调查报告篇五

xx年1月21日到1月31日

山西祁县文物旅游局

胡文奎

外国语学院商务英语二班

通过实践调查和参与体验的方式对家乡的旅游产业，旅游文化及旅游景点进行调查，加深对家乡的了解和认识。

大一生活的第一个学期结束了，学校放了寒假，同时也布置一个寒假实践调查的任务，大学的学习生活要比高中轻松得多，但我们却获得了更多的生活经验与实践经验，这个假期放了足足40多天，所以也打算在这些天里多参加一些实践活动，锻炼一下自己的能力，顺便完成假期作业，于是就以调查为名进入了县文物旅游局开始了自己本次的实践调查活动。

由于是调查，自己又对这工作方面毫无经验，所以并未真正参与其中的工作，而是查阅了一些关于家乡旅游的发展前景，同时也客串了一下景点导游，顺便在这里为大家介绍一下我家乡的旅游产业，也算是展示一下我的实践成果吧。

祁县是国家历史文化名城和晋商故里，有着悠久的历史，灿

烂的文化和丰富的旅游资源，也是山西旅游业发展比较快的县之一。现已形成了乔家大院、昭馀古城、梨花苑、九沟四个核心景区，12个景点一日游格局，形成了较为完善的吃、住、行、游、购、娱等旅游产业体系。推出了独具特色的节庆活动“晋商社火节”、“梨花节”，影响力不断提升。乔家大院为国家4a级景区，国家二级博物馆。先后荣获“山西省十大优秀旅游景区”、“中国最具影响力旅游景区”、“中国最美旅游胜地排行榜”，同时被中国大学生推选为“中国大学生最喜欢的100个旅游景区”之一。

调查中我也学到了不少知识。山西省是文物大省，祁县又是文物重点县之一，而祁县的旅游业又是以文物资源为依托发展起来的。县级重点文物保护单位135处，一般不可移动文物254处。但是以上文保单位大部分分布在偏僻的乡村，道路崎岖，交通不便，给文物保护及管理带来诸多不便。而从事文物保护及管理工作的人员匮乏，尤其没有文物修复、古建筑设计 and 电脑制图的专业人员，这样使全县的文物保护、管理及安全工作带来很大的困难。所幸的是开放的乔家大院、渠家大院由于有专门的保护机构并有专人管理，再加上每年有一定的保护资金投入，使这两处国保单位得以保存完好，多年来未发生失火、失盗以及人为、自然损毁等事件。

其中最让我印象深刻的就是当导游的那几天，为了当好导游，把家乡的景点宣传给外来的游客，花了好长时间把景点的手册和内容牢记于心，甚至自己一个人在家自己联系，每天早早的就要坐上班车赶到景点，下午再坐回家，在解说的过程中也遇到不少问题，我及时的请教前辈，纠正了自己的不足，在这个过程中不但锻炼了自己的胆量，增长了知识，也加深了对家乡的了解和热爱。

1. 在社会实践的同时，一定要认真思考，认真总结经验。使自己在社会上的实践上升一个层次。不要为了实践而实践，而是要拓展自己的认识，提高自己的认识水平，为以后自己的生活提供一个良好的基础。

3. 对于自己的理想必须去敢于坚持，在打工或者社会实践的同时，我们一定会遇见许多挫折的，我们一定要敢于纠正自己的错误，解决自身存在的矛盾。只有这样，学习与社会实践相结合，我们才能使自己的人生更加完善和充实。通过参加社会实践，使自己充分了解了自我，使自己的人生观更加科学。对于自对自己以后的人生规划更加的清醒。

4. 在实践的过程中来自父母无微不至的关怀和帮助，学会感恩，出门在外更别忘常给父母打几个电话，问问平安。