

2023 旅游市场现状分析调查报告

2023 旅游市场现状分析调查报告精选 7 篇

2023 旅游市场现状分析调查报告（篇 1）

一、调查说明

（一）、调查目的

近些年来，随着我们生活水平的提高，精神文化需求也越来越旺盛，旅游也就成了现在的热门词汇。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。因此，大学生作为一支旅游生力军的地位确实不容忽视。根据数据统计，中国有大学生，2468.1 万人，可见大学生旅游是一个庞大的市场。所以，大学生旅游的意义在哪？

大学生如何选择旅游路线，以及如何在旅游中确保自己的安全。这一系列问题就有必要做一份调查报告来分析一下。所以，我们通过问卷形式做了相关调查。并在校内发放了调查问卷。通过对学生的旅游情况进行问卷调查，对得到的相关数据进行解释分析。

（二）、调查时间：20__年 x 月 x 日至 x 月 x 日

（三）、调查地点：淮南师范学院

（四）、调查对象：淮南师范学院部分在校学生

（五）、调查方法：由于本次调查时间有限，且考虑到科学性和可行性。采用问卷调查，本次调查共计发放 100 份问卷，实际收回 100 份问卷。方式：采取在校内随机发放填写问卷

二、报告正文

（一）、调查结果及分析

1、样本结构分析

（1）、性别结构特征

本次调查的女生占 73% ，男生占 27% 。女生比例大于男生比例。

（2）、年级分布特征

本次调查结果显示大一占 40% ，大二占 33% ，大三占 26% ，大四

占 1% 。大一学生居多。

2、旅游基本特征分析

(1)、旅游喜好

根据统计结果，非常喜欢旅游的人占 26% ，喜欢的占 61% 。

(2)、旅游次数

根据图表显示，本次调查中至少每年旅游次数在 1 次以上的比例为 78% ， 2 次以上的比例为 43% 。

(3)、旅游花费

调查表明 1000 元以下的学生所占比例为 73% 。 1000 元以上所占比例为 27% 。说明大部分大学生经济条件有限，在旅游花费上面投入不多。

(4)、旅游时间

根据图表显示，多数人选择寒暑假旅游，占总人数的 48% ，选择在法定假日旅游的比例排第二，占 38% ，周末旅游的人数占总调查人数的 24% 。说明寒暑假比较长适宜长时间的外出旅游。

3、旅游的目的地及意义

(1)、旅游地点的选择

92% 的人选择国内游，仅有 8% 的人选择国外游。国内游中，省外占的最多，为 47% 。说明大学生旅游地点的选择呈现多元化。

(2)、旅游景点的选择

这个问题的选择上，调查中显示大学生偏好于名山大川等自然文化景观，其人数占到总数的 38% 。其次是历史文化景观，人数比例占总数的 31% 。而对于其他景观和现代都市文化景观只占到 20% 。这说明大学生旅游景点的选择偏好自然和历史文化。

(3)、旅游的意义

调查中发现，休闲娱乐为主要意义，占总人数比例的 47% 。增长知识为意义的有 24% 。走亲访友为目的的则有 10% 。

(二)、建议与结论

大学生旅游市场前景广阔，旅游市场庞大。具有巨大的市场潜力。综上所述，给出以下

结论和建议：

1、本次调查中男女比例失调，女生过多。

2、法定假日和寒暑假是出游高峰。

3、多数大学生喜欢旅游且偏爱自然和历史人文景观。对现代都市人文景观兴趣较低。

4、制定旅游计划时要根据大学生的经济状况来定。

建议：

1、薄利多销

旅游价格制定的是否合理，直接关系到旅游产品的竞争力，影响着市场开拓的效果。大学生旅游市场相对集中，规模大，但是大学生的旅游费用来源相对单一，大部分是来自于家中给予的零花钱和兼职所赚。金钱成为大学生出游的重要考虑因素，对价格非常敏感。因此旅游企业要想取得大的经济效益，就必须利用它的市场特点，降低成本，充分考虑大学生的价格承受力，才能取得价格优势，激发大学生的出游热情，形成规模市场，通过“薄利多销”取得良好的经济效益。

2、机动灵活，诚信为本

大学生思想活跃，精力旺盛，旅游动机多样化且追求个性化，因此要灵活推出旅游产品组合，令旅游方式多样化。

3、推出多种符合学生需求的主题旅游产品

像体育旅游、探险旅游、生态旅游等等，以吸引大学生的关注度，提高旅游企业的知名度及信誉度。

4、采取多种旅游促销方式

比如与高校社团合作、培养学生直销店、利用网络促销、采用宣传单及海报等宣传形式宣传。

附录：大学生旅游市场调查问卷

1.您的性别（ ） A.男 B.女

2. 您所在的年级（ ）

A.大一 B.大二 C.大三 D.大四

3. 您喜欢旅游吗（ ）

A.非常喜欢 B.比较喜欢 C.没有感觉 D.不喜欢 E.完全不喜欢

4. 在大学期间,您每年的外出旅游的次数 ()
A. 至今没有旅游经历 B. 1-2 次 C. 3-4次 D. 5-6 次 E. 7次以上
5. 您一年花费在旅游上的费用为 ()
A. 500 元以下 B. 500-1000 元 C. 1000-2000 元 D. 2000 元以上
6. 您一般选择在什么假期出游 () A.周末 B.寒暑假 C.法定假日
7. 您选择旅游目的地一般是 ()
A. 学校周边 B.省内 C.国内 D.国外
8. 您更愿意选择何种旅游目的地 ()
A. 历史文化景观 B.自然文化景观 C.现代都市人文景观 D.其他
9. 您参加旅游最主要的意义是 ()
A. 休闲娱乐 B.增长见识 C.探访亲友 D.人际交往 E.其他
10. 关于在高校旅游方面, 你有哪些建议呢?

2023 旅游市场现状分析调查报告 (篇 2)

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。《中国统计年鉴 20__》数据显示, 截止 20__年底, 我国普通高校在校生人数 2144 . 657 万人, 可见中国的大学生旅游是一个巨大的市场。

一、调查背景

大学生旅游市场常常被旅行社看作低利润、低消费的群体。因此, 对大学生旅游市场的研究常常被旅游公司忽略。特别是在济南这个风景名胜多, 高等学府密集的地方, 大学生旅游市场商机巨大, 只是旅游目的地、旅游企业对这个市场的认识 and 了解还不够。对旅游的认知目前还没有统一的意见。 旅游学至今仍是一门尚未定型的新兴学科。对这门学科的性质、研究对象、研究内容以及研究方法上争论持续至今, 而结论却很不统一。

二、调查目的

通过本次问卷调查我们想了解齐鲁师范在校生闲暇时间的外出旅游状况，包括影响外出旅游的因素、旅游倾向、旅游需求、及男女生旅游消费特点。

三、调查方法

本次研究以齐鲁师范在校生为对象。调查采用问卷、网络调查的方法，对齐鲁师范在校大学生进行随机抽样调查，获取了第一手资料。本次调查共发放问卷 200 份，回收 200 份，回收率为 100% ，有效问卷 200 份。从调查对象范围考察，本次调查涉及本校的章丘校区的 11 个系，大一大二大三，三个级别，具有一定的代表性，能够客观反映当前齐鲁师范大学生旅游行为的特征。

四、结论与思考

（一）结论

（二）思考

大学生闲暇时间，相对普遍的职业闲暇时间实际情况应该是比较多的，可是闲暇时间却成为本次调查的第二大的阻碍大学生出游的理由，虽然所占比例小于金钱因素，但也反映出闲暇时间对大学生出游有较高影响，休闲本是在减去工作时间，生理时间后，可自由支配的时间，大学生课时较少，假期完整，为什么会出现调查中较高比例的休闲时间不足呢？我个人认为，休闲时间可分为，每日休闲时间和短长假休闲时间，由于课时少，从高中的高压学习中释放出来，在上大学后他们普遍有了自己的每日休闲时间安排，上网，体育运动，谈恋爱是三种主要的每日休闲时间的安排，长期的把时间花在每日的休闲时间中后，他们感觉到时间的不足和过快流失。而习惯了每日休闲的大学生，不在愿意花时间区出游，所以我认为大学生的每日休闲时间，普通休闲时间的阻碍是大学生旅游市场开发的一个因素。

2023 旅游市场现状分析调查报告（篇 3）

实践时间： 20__年 11 月 28-29 日

实践地点： 网络、学校

一、调查对象的基本情况

西藏自治区是中华人民共和国的五个民族自治区之一，成立于

1965年9月1日，位于中国的西南边疆，青藏高原的西南部。自古以来，这片土地上的人们创造了丰富灿烂的民族文化。青藏高原是世界上隆起最晚、面积最大、海拔最高的高原，因而被称为“世界屋脊”。西藏以其古老的历史气息、浓郁的传统文​​化、神秘的宗教色彩吸引着世界各地的人们，是令人神往的旅游圣地，有无与伦比的旅游资源优势，既有独特的高原雪域风光，又有妩媚的南国风采，而与这种大自然相融合的人文景观，也使西藏在旅行者眼中具有了真正独特的魅力。至今，还有许多藏族人的生活习俗与高原之外的现代人有着很大的距离，也正由于距离的产生，才使西藏的一切具有了观赏价值。西藏名胜古迹众多，如：布达拉宫、珠穆朗玛峰、青藏高原、拉萨河、八角街、大昭寺、哲蚌寺、甘丹寺等等。目前，全区有各级文物保护单位251处，其中，国家级重点文物保护单位27处，自治区级重点文物保护单位55处，市、县级文物保护单位169处。这也是吸引我们小组做本主题调查分析的主要原因，我们分析了西藏旅游的现状，思考了其中存在的一些问题，并提出了我们对西藏旅游发展的一些建议和看法。

二、调查结果的基本概况

通过我们小组成员调查统计，具体分析如下：

调查问卷客观数据显示，利用寒暑假前往西藏旅游的人较多，因为此次调查对象以大学生居多；40%的被调查者的经济水平低于中等经济水平，一般人群的

月收入大约在1500-5000元，只有近10%的被调查者的收入大于5000元。多数被调查者的出游频率在每年1-3次左右且旅游动机大多为休闲度假与观光；只有极少数被调查者的旅游动机为增长知识、探亲访友和公务出差。同时，火车仍然是人们出游西藏的首要选择。旅游者在选择旅游地过程中获取旅游信息的渠道也多种多样，近50%的被调查者是通过朋友推荐和旅游书籍来选择旅游目的地的；而通过旅游电子商务网站、旅行社、旅游达人的微博、微信等方式获取旅游信息的较少，只有少数旅游者会选择在专业的旅游论坛来获取旅游信息。同时，多数被调查者向往青藏高原的自然风景、布达拉宫的文化名迹和具有西藏地方特色的人文风俗。

被调查者主观意向显示，过半的被调查者对西藏旅游最关注的服务要素是住宿和餐饮，还有一部分人关注交通方式、导购与娱乐方面。西藏旅游也存一些问题，多数被调查者认为路线表达不清楚、特色介绍不明确；同时，还存在住宿、饮食介绍不全面、超过费用预算等问题。被调查者希望景区在游客安全及旅游指导、便民设施、旅游点的景点维护和相关配套设施如停车场、宾馆、餐厅等方面做足准备措施，这样不仅可以提高游客的满意度，而且可以令景区更好的可持续发展。

三、调查中发现以及存在的基本问题

1. 基础设施建设滞后 服务功能有待提升：

所谓旅游业，包括“吃、住、行、游、购、娱”六要素，日前山南地区大部分景区没有过硬的基础设施，旅游景区建设投入渠道单一，旅游产业发展还停留在原始阶段。

2. 基础薄弱, 观念保守：

西藏因为经济发展速度缓慢, 经济基础薄弱, 所以生产方式和经济结构相对落后, 更无力去开发和利用丰富的旅游资源；部分地区自我封闭的经济观念根深蒂固。

3. 远离客源市场, 受地理环境制约

西藏地处“地球第三极”，西藏地广人稀，交通不是很便利，交通费占旅游费用的主要部分，西藏远离国际和国内主要客源市场，虽具有独特的民俗，但路途遥远险恶，高原反应严重，成为制约其旅游市场发展的一大因素。

4. 旅游业投入不足, 政策性依赖过强。

西藏经济在对资金的分配利用上倾向于传统产业，且对旅游业认知不足，在一定程度上造成了旅游业景点开发滞后, 宣传力度不够。

四、今后的建设方向或应该采取的措施

旅游业是高投入、高产出、高创汇、高效益的产业，没有有效的投入就难以形成产业规模。日前在山南地区召开的旅游产业研讨会上，地区行署副专员普布顿珠一针见血地指出：“山南地区旅游产业发展还停留在原始阶段，大部分景区没有过硬的基础设施。”这严重阻碍了山南旅游业发展，因此，要推动旅游业跨越式发展，就必须把改善和

提升旅游发展条件放在首位。

通过对调查问卷的分析，我们所提出建议如下：

1、加强对西藏旅游的宣传促销，以增加游客数量

重视旅游宣传尤其对主要客源地的宣传,是旅游业赖以生存发展的重要手段，必须加以改进。据香港旅游协会资料,每增加 1 美元的旅游宣传投资,可增加 123 美元的旅游收入。西藏也应加强对旅游业的宣传工作，每年划出一部分经费，其来源可从政府税收拨款，另一方面也可督促有关旅游企业支付一定的宣传费用，把宣传工作做好。对主要客源地，宣传应有的放矢，具有针对性。因为不同的客源地有不同的爱好，西藏对客源地则可以“文化古迹、民族特色、宗教圣地”等为宣传侧重点。在宣传方式上，也宜采取多样化，如通过举办旅游产品展销会、各行业交流会、缔结友好城市、组织友好访问团、现代网络信息技术、各种图文并茂的印刷宣传品进行宣传。

2、加强西藏旅游设施和基础设施的建设，提高服务质量

所谓旅游业，实际包括吃、住、行、游、娱、购六个要素。西藏对旅游设施的资金投入比较少，设施不全，导致基础设施比较落后。比如，有些旅游景点交通不够便捷，客运能力差，在旅游旺季长期处于紧张运营状态。可见便利的交通对西藏旅游业的贡献非同小可。另外，基础设施方面比较突出的问题是卫生条件差、公交车秩序比较乱，关于这一点，很多被调查者都曾提出意见。服务质量差是旅游景点内的通病，这一点在西藏也不例外，旅游商品往往缺乏统一标准，且中外旅客有别。旅游消费品则品种单调，缺乏高质量的新颖产品。西藏要想发展

好旅游业，必须在改善这些基础设施方面加大力度。

3、加强旅游资源及产品开发创新

围绕西藏旅游资源，以市场为导向，以资源为依托，以产品为基础，以效益为中心，以创新为灵魂，将西藏巨大的旅游资源优势转变为经济优势。据世界旅游组织预测，世界五大旅游时尚产品分别为生态旅游、探险旅游、文化旅游、海洋旅游和沙漠旅游，而西藏在这五中里占了三种，这是先天优势，应该充分利用。比如在西藏可以充分

利用历史名人或探险家走过的路线，利用西藏的民族节日，利用处在边境的条件，设计专题、专项旅游项目：文成公主路线游、唐蕃古道游、体验藏历年（望果节、雪顿节）游等

4、必须高度重视旅游安全，建立有关法规和相应的管理制度

对游客的人身和财物安全，必须引起高度重视，避免一切事故的发生。因此，西藏应该建立健全的安全管理机构，重视旅游旺季、重大节日等特殊时期的安全保障问题，关注可能影响游客生命的环境因素，加强对旅游设施的安全管理和检查，注重提高安全管理部门人员专业素质，努力帮助游客提高自身安全意识，建立有关法规和相应的管理制度，层层落实，特别要让风景点所属的主管政府部门负起应有的责任。

5、充分利用西藏文化条件，加强对西藏古老文化的保护

知识除来自课堂书本外，更多的来自于实践活动中，这也是中国古人追求的“读万卷书，行万里路”的境界。旅游实践活动可以极大地丰富人们历史、地理、文学、民俗风情、宗教等各方面的知识，西藏有着得天独厚的优势，而且民族文化更是吸引国内外游客的源泉。与此同时，在旅游活动开放性的允许下，在西藏，不同文化背景人群间的交流越来越普遍，给西藏带来丰厚旅游收入的同时，也对西藏环境产生了一定的不良影响，给当地人民的风俗习惯、日常生活、社会活动，甚至信念、人生观、价值观等带来影响，特别是原来传统文化、民族文化、地域文化在外来游客的冲击下发生异化，传统习俗、服饰、生活方式、举止行为等会在不经意中发生改变甚至消亡。

6、加强核心景区建设，打造旅游精品线路

推动西藏旅游业快速发展，必须把打造旅游品牌作为重要突破口。山南各县、各级旅游部门在景区打造、包装推介上应学习兄弟地市的成功经验，围绕雍布拉

康、桑耶寺、藏王墓、拉姆拉错神湖和羊湖做文章，推出叫得响、名气大的核心旅游景区。发展山南旅游，精品路线的规划设计显得尤为重要。现在的游客，提起山南，知道的仅仅是几个“第一”，来山南旅游基本上当天到当天回，没有像样的特色路线。地方政府应进一

步加大引导和投入，集中力量打造精品线路，大力发展特色文化产业，着力推动全地区旅游产业整体上水平。山南要依托藏源历史文化资源，建设具有世界影响力的历史文化旅游板块；利用高原生态旅游资源，建设高原国家山水休闲度假旅游胜地；以勒布红色旅游资源，建设山南一流红色旅游板块；依托雍布拉康、桑耶寺宗教文化资源，建设国际知名宗教文化旅游板块；发挥地热资源优势，建设沃卡温泉等休闲旅游板块；依托雅鲁藏布江流域的湿地、峡谷、民俗等地质构造和文化资源，建设雅鲁藏布江风情旅游板块。

2023 旅游市场现状分析调查报告（篇 4）

第一部分日本出境游趋势

自__年日本实行海外旅行自由化以来，出境旅游人数迅速增加。1990 年突破了 1000 万人次，20__年达到 1782 万人次。此后，受日本泡沫经济破灭、非典和世界金融危机等事件和因素的影响，长期处于低迷和徘徊状态。20__年，在经历了“失去的十年”之后，日本经济出现转机，表现在失业率逐渐降低，国民消费信心逐步恢复，从而再次引发了日本国民出境旅游的热潮，出境旅游人次首次超过 1800 万。

20__年，受日中、日韩关系恶化以及日元贬值的影响，日本出国旅游人数减少到 1747 万人次(比上一年减少 5.5%)。总体来看，日本的出境游未来会以 1700 万人次为中心上下徘徊，很难有进一步的上升空间。

20__-20__年日本出境旅游总人数情况(数据出处：日本旅游发展局)

一、七成以上日本人有海外旅游经历

从调查结果看，在近 5 年，6 成以上的日本人有海外旅游的经历，超过三分之一的人有 3 次以上海外旅游经历。

日本人有过海外旅游经历的比例

其中，女性平均海外旅行次数略高于男性，随着家庭收入的增高，女性海外旅行的次数明显增多。

出境游客中男女比例的变化

二、出境旅游意愿偏冷

从调查结果看，超过 2 成人对过去一年的家庭收入满意，并认为未来一年收入会有所增加。但认为未来一年收入会减少的也有 2 成。

而对于当前是否是海外旅游的好时机这一问题，认为是好时机的不足两成，不好也不坏的为 3 成左右，持正面和中性看法的接近 5 成，持否定态度的占 4 成以上。

对当前是否海外旅游好时机的看法

综合来看，日本人的海外旅游消费信心指数为 39.65，出境意愿处于偏冷的状态。

三、旅游目的地从亚洲转向欧美

从海外旅游目的地看，迄今为止，日本游客到访最多的地区是美国，其次是中国、韩国。

在有关今后 3 年最想去的目的地这一问题上，回答美国的占 36.8%，第二位和第三位分别是法国和澳大利亚，香港和台湾排第 5 位，中国大陆则在第 10 位。

未来 3 年想去的国家和地区

其中，20-39 岁的中青年人群选择想去欧洲旅游的比例高于 40 岁以上的中老年人群，亚洲国家中，20-39 岁的中青年人群更偏爱中国香港/台湾和新加坡，中国大陆的吸引力不高。

第二部分日本来华旅游进入停滞期

截至 20__年，日本一直居中国入境游国外游客的第一位。20__年虽然被韩国超越退居第二位，但入境人数一直保持增长。20__年，日本来华游客达到创纪录的 397.8 万人次，20__年和 20__年，因世界金融危机的爆发而有了大幅度下降，20__年和 20__年虽然开始有所恢复，但从 20__年起，受中日政治关系影响，开始又进入下降趋势。20__年，日本来华游客为 287.8 万人次，同比下降 18.2%，较 20__年减少了 110 多万人次。

日本来华旅游人数的增长

以 20__年为例，日本出境游整体增长 8.2%，其中，增长比例最大的是泰国，达 21.8%，其次是越南，为 19.7%，第三位是新加坡，增长 15.3。在主要国家中，中国是唯一例外，减少了 3.8%。

20__年日本出境游主要国家、地区的增长比率

一、日本来华旅游的特点

从日本游客来华旅游的目的看，回答观光旅游的占 8 成，回答美食、购物的均为 4 成左右，其次是度假，占 3 成，商务出差的接近 3 成。

来华旅游目的

与此相关联，在日本出境游游客中，男女比例接近 1:1，但在来华游客中，男女比例为 6:4，男性多于女性。

日本来华游客与海外游客的性别比较

从年龄来看，在有过来华旅游经验的人中，45 岁以上年龄层的比例超过总体的一半以上，较日本出境游客的平均值来说，来华游客中中老年的比例偏高。

日本来华游客的年龄构成

从以上分析看，日本来华游客中男性和中老年人偏多，来华旅游多是为了观光游览而非休闲度假。而从日本出境游的总体来看，休闲度假旅游所占比例越来越大，且女性和青少年旅游者正处于不断上升的阶段。由此可见，日本来华旅游的游客属性与日本出境游的主流有一定偏差。

二、来华旅游的概况

1. 来华旅游的方式

从本次调查看，日本来华旅游的方式，以选择“自由行”的最多，超过半数；其次是“全包价旅行团”。通常来说，高收入人群、二次旅游的人多选择自由行，而低收入人群和第一次来华旅游的游客倾向于选择参团旅游。其中，男性选择自由行的比例明显高于女性，女性更偏好全包价旅游团。

来华旅游方式

2. 在华游览的城市数量

接近 60% 的日本游客到中国旅游会选择走访 2 至 3 个城市，但也有三分之一的人只到 1 个城市。

来华旅游的`城市数量

3.逗留时间

关于旅游期间在华逗留时间，3-5 天为最多，占总体的 61.6%。一周以上的占 8.3%。

来华旅游的逗留时间

4.在华旅游花费

日本游客每次来中国旅游的花费以 1000-1500 美元最为普遍，以此消费为界高低两边大致相当，2500 美元以上仅有 10%，平均值为 1300 美元左右。其中，男性每次来中国旅游花费在 2500 美元以上的比例最高。

在华旅游花费

三、对来华旅游满意度：得分为 76 分

在旅游满意度方面，对于最近一次来中国旅游体验的回答，绝大部分人喜欢选择“一般”这样的中性评价。如果以 50 分为基线，将“比较满意”+“满意”视为高评价，将“不太满意”和“不满意”视为低评价，则旅游住宿、整体体验、旅游景点、旅游餐饮四项明显是高评价，而旅游交通、购物体验、旅行社服务、旅游娱乐和出入境服务等软性指标则为 50 分以下的低评价。而对中国旅游整体体验明确表示满意的为 66.7%，按照百分制换算的话，得分为 76 分。

对中国旅游的满意度评价

其中，女性对旅游景点、旅游信息和整体体验的满意度均明显高于男性。50 岁以上人群对中国旅游的整体体验满意度高于其他年龄段的人群。

四、今后来华旅游意愿

对来华旅游表示“非常有兴趣”和“有些兴趣”的总计为 37.8%。而回答“没有兴趣”的接近 6 成。没有兴趣的多于有兴趣的超过两成。其中，50 岁以下中青年男性对来华旅游表示有兴趣的比例更高。

对中国旅游感兴趣程度

在各项来华旅游的因素中，悠久历史占的比例最高，为总体的 34.5%，其次是优美的自然风光，国宝熊猫居第三位。其中，40 岁以上中青年人群对自然风光最感兴趣，女性对大熊猫感兴趣的比例高于

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/898140022052007001>