

2017 年东莞市游客抽样调查 分析报告

东莞市旅游局

深圳市维度统计咨询股份有限公司

二〇一八年二月

前言

为全面掌握东莞市旅游市场的基本情况，分析东莞市旅游业的发展现状及趋势，促进本地区旅游业持续、稳步、健康地发展。2017年东莞市旅游局委托维度市场研究咨询有限公司组织实施了2017年“入境游客到莞旅游情况”、“到莞国内游客旅游情况”问卷抽样调查。本次调查采用问卷面访的方式，在辖区内主要景点、住宿设施等场所随机访问游客，共调查问卷2000份，其中国内游客1600份，入境游客400份。问卷回收后，借助专业统计分析软件（SPSS18.0）进行数据处理、分析研究，并结合宾馆酒店、景区景点、旅行社等相关统计资料，最终形成《2017年东莞市到莞游客抽样调查分析报告》。

2017年，在东莞市旅游局的高度重视和领导下，东莞市旅游市场实现安全有序地发展，游客接待量和旅游收入均小幅上涨。

深圳市维度市场研究咨询有限公司

二〇一八年二月五日

第一章 2017 年东莞市旅游经济运行情况	1
一、东莞市旅游业总体规模及概况	1
(一) 接待游客 4141.85 万人次	1
(二) 按是否过夜分游客接待量	1
二、旅游收入	2
(一) 旅游总收入	2
(二) 过夜游与一日游旅游收入	3
第二章 旅游企业接待和经营情况	4
一、景区（景点）	4
(一) A 级景区游客接待量	4
(二) A 级景区总收入	5
二、星级酒店	6
(一) 客房出租率（开房率）和平均房价	7
(二) 星级酒店营业收入	7
三、旅行社	8
(一) 旅行社游客接待量	8
第三章 旅游市场的主要特点	9
一、游客接待量与旅游收入双增长	9
二、产业规模有提升，旅游品牌创建成效初显	9
三、消费主体年轻化	10
四、省内周边游持续升温	10
五、“自驾游”成为旅游业发展的新常态	11
第四章 入境旅游市场	12
一、入境样本分析	12
(一) 客源地	12
(二) 人口统计特征	12
(三) 旅游目的	14
二、入境过夜游客停留时间及住宿情况	14

(一) 过夜游客过夜停留情况.....	14
(二) 过夜游客住宿设施选择情况.....	15
三、旅游花费分析.....	15
(一) 游客花费分析.....	15
(二) 过夜游客花费情况.....	16
(三) 一日游游客花费情况.....	16
四、入境游客对旅游服务质量的评价	17
五、入境游客感兴趣的旅游资源	18
六、入境游客了解东莞的途径	19
第五章 国内旅游市场.....	20
一、游客的人口统计特征	20
(一) 性别.....	20
(二) 年龄.....	20
(三) 职业.....	21
二、游客客源地分析.....	21
(一) 国内游客主要客源地分布情况.....	21
(二) 省内市外游客主要客源地分布.....	22
(三) 国内省外游客主要客源地分布.....	23
三、旅游目的	23
四、游客旅游方式分析.....	24
五、游客停留时间及住宿情况	26
(一) 过夜游客停留情况.....	26
(二) 过夜游客住宿设施选择情况.....	26
六、旅游花费分析.....	27
(一) 国内游客人均花费 1019.63 元	27
(二) 过夜游客花费结构分析.....	27
(三) 一日游游客花费结构分析.....	28
七、游客游览景区景点情况.....	29
八、国内游客对东莞旅游服务质量的评价.....	29
九、国内游客对改善东莞旅游服务的建议.....	30

第一章 2017年东莞市旅游经济运行情况

一、东莞市旅游业总体规模及概况

(一) 接待游客 4141.85 万人次

经调查测算，2017年东莞市共接待国内外游客 4141.85 万人次，同比增长 9.23%。其中，国内游客 3738.18 万人次，同比增长 10.19%；入境游客 403.67 万人次，同比增长 1.03%。按是否过夜分，接待过夜游客 2161.48 万人次，同比增长 7.66%，接待一日游游客 1980.37 万人次，同比增长 10.99%。

表 1 2017年东莞市游客接待量

指标	2017年(万人次)	2016年(万人次)	同比增长(%)
国内游客	3738.18	3392.43	10.19
入境游客	403.67	399.54	1.03
过夜游客	2161.48	2007.67	7.66
一日游游客	1980.37	1784.30	10.99
合计	4141.85	3791.97	9.23

(二) 按是否过夜分游客接待量

2017年全市接待过夜游客 2161.48 万人次。其中，国内过夜游客 1907.22 万人次，同比增长 8.72%；入境过夜游客 254.26 万人次，同比增长 0.32%。入境过夜游客中，接待香港游客人数最多，占入境过夜人数的 49.71%，其次是外国游客，占比为 34.63%，台湾过夜游客和澳门过夜游客相对较少，分别占入境过夜人数的 13.39%和 2.26%。

2017年全年接待一日游游客1980.37万人次。其中，国内一日游游客1830.96万人次，同比增长11.77%；入境一日游游客149.41万人次，同比增长2.27%。

表2 2017年东莞市游客接待量（按是否过夜分）

指标	2017年		2016年	
	过夜游游客 (万人次)	一日游游客 (万人次)	过夜游游客 (万人次)	一日游游客 (万人次)
国内游客	1907.22	1830.96	1754.23	1638.21
入境游客	254.26	149.41	253.44	146.10
#香港同胞	126.40	106.94	125.15	105.71
#澳门同胞	5.76	2.61	5.91	2.38
#台湾同胞	34.05	15.38	35.44	14.32
#外国人	88.05	24.49	86.94	23.68
合计	2161.48	1980.37	2007.67	1784.30

二、旅游收入

（一）旅游总收入

2017年全年全市实现旅游总收入488.90亿元(人民币，下同)，同比增长9.64%。其中，国内旅游收入381.15亿元，同比增长11.37%；旅游外汇收入107.75亿元，同比增长3.92%。

表2 2017年东莞市旅游总收入

指标	2017年全年(亿元)	2016年全年(亿元)	同比增长(%)
国内旅游收入	381.15	342.23	11.37
入境旅游收入	107.75	103.69	3.92
合计	488.90	445.92	9.64

（二）过夜游与一日游旅游收入

数据显示，2017年全年全市旅游总收入中，过夜游旅游收入为391.95亿元，同比增长9.41%；一日游旅游收入为96.95亿元，同比增长11.22%。其中过夜旅游收入中，入境过夜游旅游收入92.38亿元，国内过夜游旅游收入299.57亿元。一日游旅游收入中，入境一日游旅游收入15.37亿元，国内一日游旅游收入81.58亿元。

表3 2017年东莞市旅游总收入（按是否过夜分）

指标	2017年		2016年	
	过夜游游客 (亿元)	一日游游客 (亿元)	过夜游游客 (亿元)	一日游游客 (亿元)
入境旅游收入	92.38	15.37	88.66	14.51
国内旅游收入	299.57	81.58	269.57	72.66
合计	391.95	96.95	358.23	87.17

第二章 旅游企业接待和经营情况

一、景区（景点）

东莞市富有特色的各类 A 级景区景点 21 个。其中 AAAA 级景区 15 家，新增寮步香市文化旅游区、常平隐贤山庄 2 个 4A 级景区，4A 级旅游景区数量居全省第三位；AAA 级景区 6 家。

2017 年全年，东莞市 21 家各类 A 级景区景点共接待游客 1798.68 万人次，总收入 32420.73 万元

表 4 2017 年全年东莞市 A 级景区接待和经营情况

指标	A 级景区总计
接待人数（万人次）	1798.68
旅游总收入（万元）	32420.73

（一）A 级景区游客接待量

2017 年全年，东莞市 A 级景区游客接待量排名首位的为东莞市鸦片战争博物馆，全年共接待游客 524 万人次，占 A 级景区游客接待总量的 29.13%。其次是东莞市银瓶山森林公园，全年共接待游客 286.72 万人次，同比增长 21.90%。此外，2017 年游客接待量超过百万人次的景区还有东莞香市文化旅游区、隐贤山庄、观音山国家森林公园和南社村和塘尾村古建筑群景区，各景区游客接待量分别为 150 万人次、120 万人次、116.18 万人次、113 万人次。

表 5 东莞市 A 级景区景点接待人数 (单位: 万人次)

景区名称	2017 年	2016 年	同比 (%)
东莞市鸦片战争博物馆	524.00	543.00	-3.50
东莞市银瓶山森林公园	286.72	235.21	21.90
东莞香市文化旅游区	150.00	--	--
东莞隐贤山庄	120.00	--	
东莞市观音山国家森林公园	116.18	91.00	27.67
东莞市南社村和塘尾村古建筑群景区	113.00	98.00	15.31
东莞市稻香饮食文化旅游区	82.20	--	--
东莞市可园博物馆	78.57	19.95	293.83
东莞市龙凤山庄影视旅游区	66.40	76.80	-13.54
东莞展览馆	57.32	56.17	2.05
东莞市科学技术博物馆	42.59	56.84	-25.07
东莞市逸颐艺舍博物馆	34.90	13.80	152.90
东莞市松山湖景区	30.00	22.00	36.36
广东东江纵队纪念馆	29.60	25.25	17.23
东莞市香市动物园	29.52	40.00	-26.20
东莞市唯美陶瓷博物馆景区	13.20	14.41	-8.40
东莞市森晖自然博物馆景区	8.57	4.68	83.12
东莞市粤晖园旅游景区	7.54	6.56	14.94
东莞市冠和博物馆	3.94	2.53	55.73
东莞市中国圣心糕点博物馆	2.43	1.35	80.00
东莞市仙溪福地欧公文化景区	2.00	2.00	0.00
合计	1798.68	1309.55	--

(二) A 级景区总收入

2017 年东莞市 A 级景区总收入 32420.73 万元。其中门票收入 13382.64 万元, 商品收入 7981.67 万元, 餐饮收入 6145.86 万元, 交通收入 2947.00 万元, 住宿收入 588.00 万元, 演艺收入 12.00 万元, 其他收入 1363.56 万元。A 级景区中总收入排名首位的为东莞市稻香饮食文化旅游区, 景区

收入 11440.40 万元。

表 6 东莞市 A 级景区总收入（单位：万元）

景区名称	2017 年	2016 年	同比 (%)
东莞市稻香饮食文化旅游区	11440.40	--	--
东莞市观音山国家森林公园	8198.23	6320	29.72
东莞市龙凤山庄影视旅游区	4181.00	4202.60	-0.51
东莞隐贤山庄	2780.00	--	--
东莞市香市动物园	2390.11	4073.00	-41.32
东莞市南社村和塘尾村古建筑群景区	952.00	943.00	0.95
东莞市逸颐艺舍博物馆	750.00	800.00	-6.25
东莞市唯美陶瓷博物馆景区	704.30	702.00	0.33
东莞市粤晖园旅游景区	310.23	328.37	-5.52
东莞市可园博物馆	231.39	53.77	330.33
东莞市松山湖景区	226.50	291.00	-22.16
东莞市科学技术博物馆	187.60	210.44	-10.85
东莞市中国圣心糕点博物馆	27.23	25.50	6.78
东莞市仙溪福地欧公文化景区	23.00	23.00	0.00
东莞市森晖自然博物馆景区	18.06	9.07	99.12
东莞市冠和博物馆	0.68	0.50	36.00
东莞市银瓶山森林公园	0	0	--
广东东江纵队纪念馆	0	0	--
东莞香市文化旅游区	0	--	--
东莞展览馆	0	0	--
东莞市鸦片战争博物馆	0	0	--
合计	32420.73	17982.25	--

二、星级酒店

2017 年前三季度，有效上报星级酒店共 36 家。其中，五星级酒店 14 家，四星级酒店 12 家，三星级酒店 8 家，二星级酒店 2 家。2017 年第四季度，有效上报星级酒店 33 家，

其中，五星级酒店和四星级酒店数量不变，三星级酒店减少了两家，二星级酒店减少一家。

（一）客房出租率（开房率）和平均房价

纳入统计的星级酒店中，星级酒店房价随着级数依次上升。从各星级酒店的客房出租率来看，三星级酒店出租率最高，为 42.59%；其次是五星级酒店和四星级酒店，出租率分别为 41.59%和 41.58%；二星级酒店出租率最低，为 19.22%。

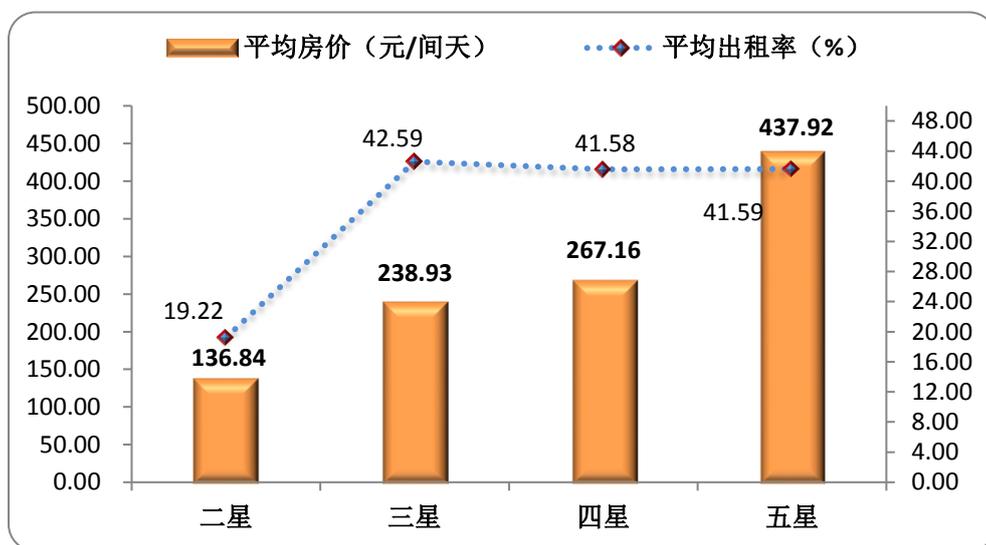


图1 东莞市纳入统计星级酒店客房出租率和平均房价

（二）星级酒店营业收入

2017年，纳入统计的星级酒店共实现营业收入14.72亿元，其中客房收入5.49亿元，餐饮收入7.55亿元，分别占星级酒店营业收入的37.28%和51.28%。星级酒店营业收入随级数依次上升，五星级酒店营业收入最高，为9.59亿元，二星级酒店营业收入最低，为0.03亿元。

表 8 纳入统计星级酒店营业收入构成

指标	单位	营业收入	#客房收入	#餐饮收入
二星级酒店	千元	3029.51	1065.29	1588.60
三星级酒店	千元	104156.28	34113.64	42857.10
四星级酒店	千元	406516.11	116159.86	247212.76
五星级酒店	千元	958694.26	397606.57	463409.07
合计	千元	1472396.16	548945.36	755067.53

三、旅行社

(一) 旅行社游客接待量

据统计,2017年纳入统计的旅行社共接待入境游客 2922 人次;组接国内游客 151.91 万人次,其中接待国内游游客共计 3.13 万人次,组织国内游游客共计 148.78 万人次。

表 9 2017 年旅行社组接游客情况

指标		单位	2017 年	
一、入境游客		人次	2922	
1、外国人		人次	1264	
2、香港同胞		人次	917	
3、澳门同胞		人次	447	
4、台湾同胞		人次	294	
二、国内游客	合计		万人次	151.91
	接待	小计	万人次	3.13
		省内	万人次	1.74
		省外	万人次	1.39
	组团	小计	万人次	148.78
		省内	万人次	125.48
省外		万人次	23.30	

第三章 旅游市场的主要特点

一、游客接待量与旅游收入双增长

2017 年全年，东莞市来莞游客接待量 4141.85 万人次，同比增长 9.23%；旅游收入 488.90 亿元，同比增长 9.64%。国内旅游和入境旅游的游客接待量和收入较去年同期均有所增长。其中国内游客接待量同比增长 10.09%，旅游收入同比增长 11.37%；入境游客接待量同比增长 1.03%，旅游收入同比增长 3.91%。

二、产业规模有提升，旅游品牌创建成效初显

2017 年，东莞市共有国家 A 级旅游景区 21 家，其中，4A 级旅游景区 15 家，新增寮步香市文化旅游区、常平隐贤山庄 2 个 4A 级景区，4A 级旅游景区数量居全省第三位。星级饭店 33 家，其中，四星以上饭店数量排全省第三位。旅行社达到 133 家，新增出境游组团社 2 家、国内游旅行社 14 家。旅游产品品类更为多样，旅游品牌创建成效显著，寮步镇被评为“广东省文化旅游融合发展示范区”；望牛墩镇获评为“全省休闲农业与乡村旅游示范镇”；石碣檀香岛乐活生态农场和麻涌菇花果园获评“全省休闲农业与乡村旅游示范点”；鸦片战争博物馆被评为全国首批港澳青少年游学基地；石碣镇檀香岛乐活生态农场被国家旅游局、全国妇联评

为“全国巾帼示范农家乐”。“东莞亚马”成功举办，通过“赛事+旅游”的推介方式，让更多观众对东莞绿水青山、科技创新、人文魅力有了更深入的了解。

三、消费主体年轻化

25-44 岁中青年仍是东莞市旅游客源市场的主体，该年龄段占受访入境游客的 52.0%，占受访国内游客的 63.4%。该年龄段游客大多是 70 后和 80 后的中青年，工作和收入普遍稳定，拥有较为充裕的时间，商务、休闲旅游等活动也较为频繁。从游客职业结构来看，来东莞旅游的游客中，企事业单位管理人员、商贸人员最多，而这部分群体的年龄大多也是在 25-44 岁。

四、省内周边游持续升温

省内周边游具有耗时少，花费低，时间安排弹性较大等优点。随着汽车的普及，公路、铁路等交通网络的完善，人们休闲旅游意识增强，加上东莞生态农场、酒店会展业等的大力发展，成功吸引了周边城市的游客前来消费。2017 年东莞市接待的国内游客中，省内游客占 63.1%。省内游客中，来自深圳的游客最多，为 45.3%，其次是河源、广州，分别占 10.4%、9.4%。可见周边游客是东莞旅游接待的主体。

五、“自驾游”成为旅游业发展的新常态

2017年来东莞旅游的国内游客，选择自驾车出游的占到了45.9%，比去年同期增加12.3个百分点；其中，本市游客选择私家车的比例高达49.5%，来东莞旅游的国内市外游客选择私家车的比例也达到39.1%。自驾游的游客是较富裕的群体，有助于带旺景区景点的消费，积极促进地区的旅游收入，但同时也对景区景点的停车场地及周边旅游交通形成压力，既是亮点，也是对东莞旅游业提出更高的要求或者挑战。

第四章 入境旅游市场

一、入境样本分析

(一) 客源地

2017 年全年来东莞旅游的香港同胞占入境游客总体的 57.6%，是东莞最大的入境客源地；台湾、澳门游客分别占 12.2% 和 2.1%，外国游客占比 28.1%。

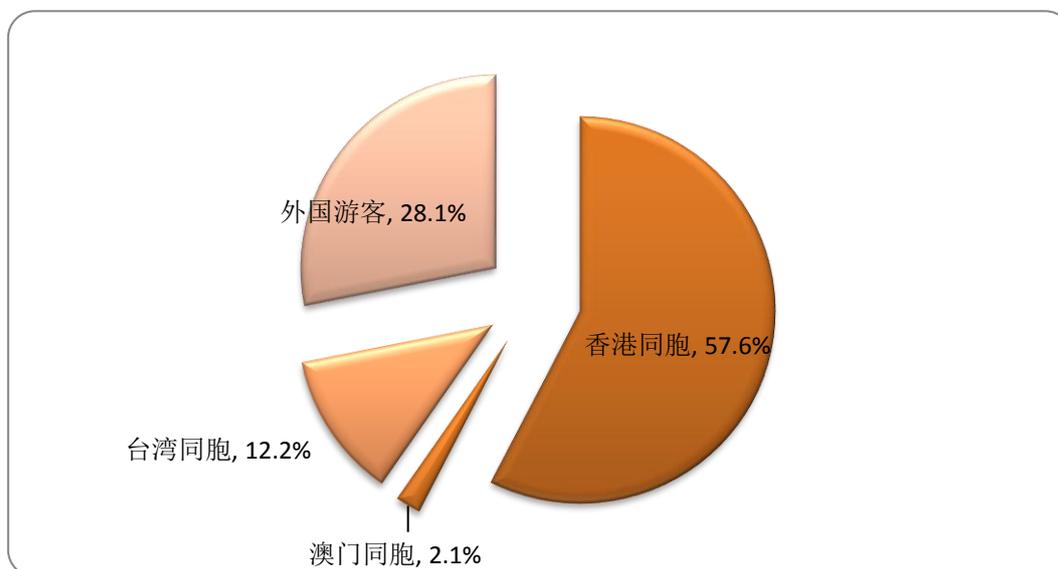


图 2 2017 年东莞市入境游客客源地

(二) 人口统计特征

1、性别

入境游客中，男性游客占 61.8%，与去年相比增长了 4.45 个百分点，女性游客占 38.3%。

2、年龄

从游客的年龄来看，来东莞的游客以 25-44 岁年龄段居

多，占 52.0%；其次是 45-64 岁游客占比 32.8%；其它年龄段游客相对较少。

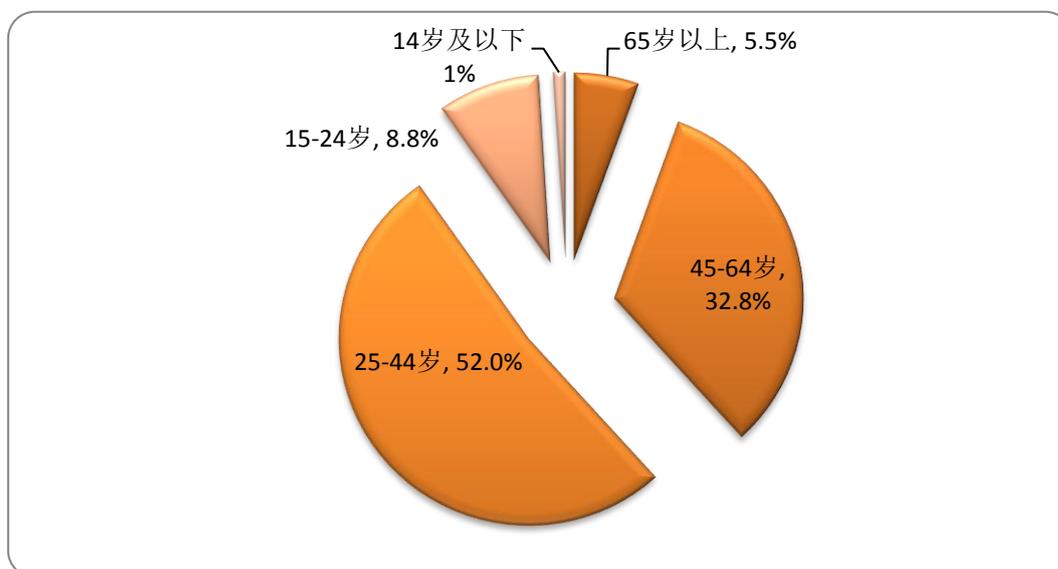


图 3 2017 年东莞市入境游客年龄占比

3、职业

从游客的职业来看，来东莞旅游的入境游客中，职员、商贸人员、专业技术人员占比较大，分别占 29.0%，27.8%，19.0%；其它职业游客的占比均在 10%以下。

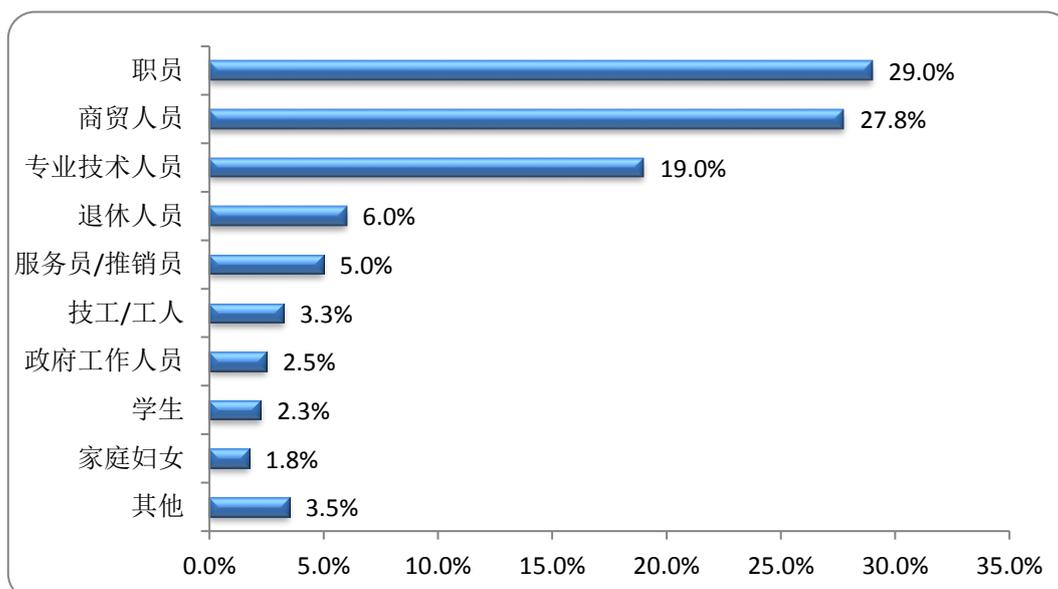


图 4 2017 年东莞市入境游客职业结构

（三）旅游目的

2017年，入境游客来东莞开展商务活动和休闲度假的比重较高，分别为27.5%、24.5%，观光/游览、探亲访友、会议位列其后，分别占比14.8%、13.5%和9.3%，以文化/体育/科技交流、宗教/朝拜等为旅游目的的游客占比较少，均不到5%。

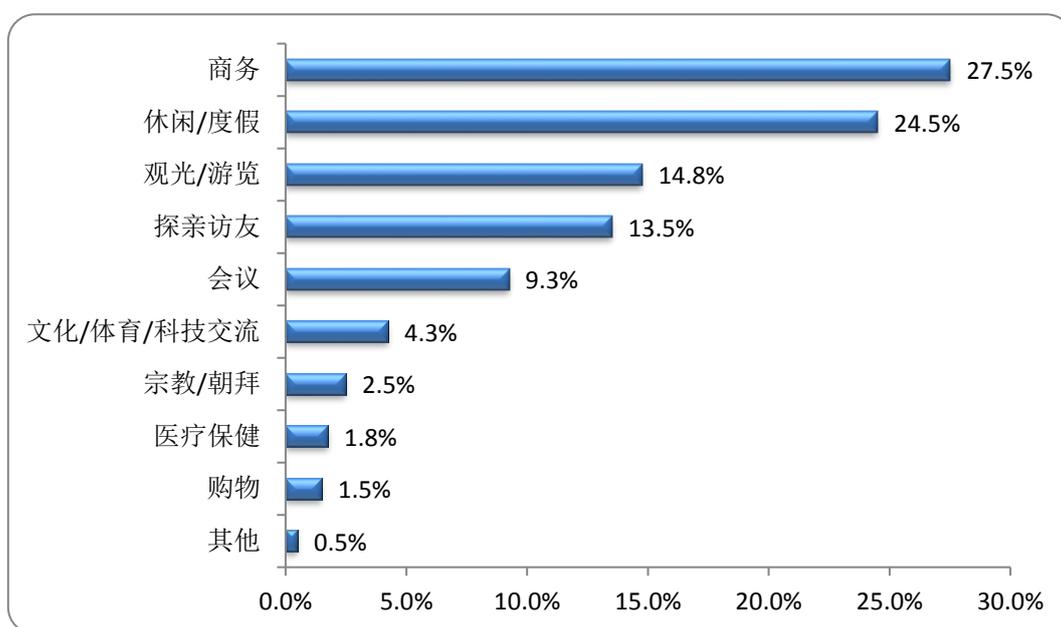


图5 2017年东莞市入境游客旅游目的

二、入境过夜游客停留时间及住宿情况

（一）过夜游客过夜停留情况

调查显示，2017年东莞市入境游客中，过夜游客占62.99%；入境过夜游客在东莞人均停留时间为2.73天，与去年同期相比，过夜游客人均停留时间减少了0.01天。

（二）过夜游客住宿设施选择情况

入境过夜游客主要选择经济型酒店和私人住所住宿，占比分别为 49.90%和 26.24%。不同客源地入境过夜游客在住宿设施选择上有一定的差异。香港过夜游客选择私人住所住宿的比例较高，为 40.13%，澳门、台湾和外国过夜游客选择经济型酒店住宿的比例较高，分别占 53.39%、67.23%和 60.52%。

表 10 2017 年东莞市入境过夜游客住宿设施选择

游客类型	星级酒店	经济型酒店	公寓	私人住所	其他
香港同胞	16.77%	37.70%	3.55%	40.13%	1.87%
澳门同胞	5.06%	53.39%	2.25%	35.50%	3.81%
台湾同胞	15.52%	67.23%	2.62%	11.16%	3.48%
外国游客	23.84%	60.52%	2.01%	12.39%	1.25%
入境游客	18.79%	49.90%	2.39%	26.24%	2.68%

三、旅游花费分析

（一）游客花费分析

全年来东莞旅游的入境游客人均花费 2669.24 元，比去年同期增长 3.36%。其中过夜游客人均花费 3633.30 元，同比增长 3.86%；一日游游客人均花费 1028.68 元，同比增长 3.59%。

表 11 2017 年东莞市入境游客人均花费

单位（元/人）	2017 年全年	2016 年全年	同比增长
过夜游客	3633.30	3498.36	3.86
一日游游客	1028.68	993.05	3.59
总体	2669.24	2582.25	3.36

（二）过夜游客花费情况

按是否过夜划分,入境过夜游客人均花费为 3633.30 元,同比增长 3.86%。入境过夜游客到莞的人均花费中,购物花费所占比重最高,为 28.1%;其次是住宿花费,占总花费的 24.4%;餐饮花费、长途交通花费、娱乐花费也占有一定的比例,分别为 16.3%、11.2%和 9.3%。;景点游览、市内交通、邮政电信等花费占比较少,均不到 3%。

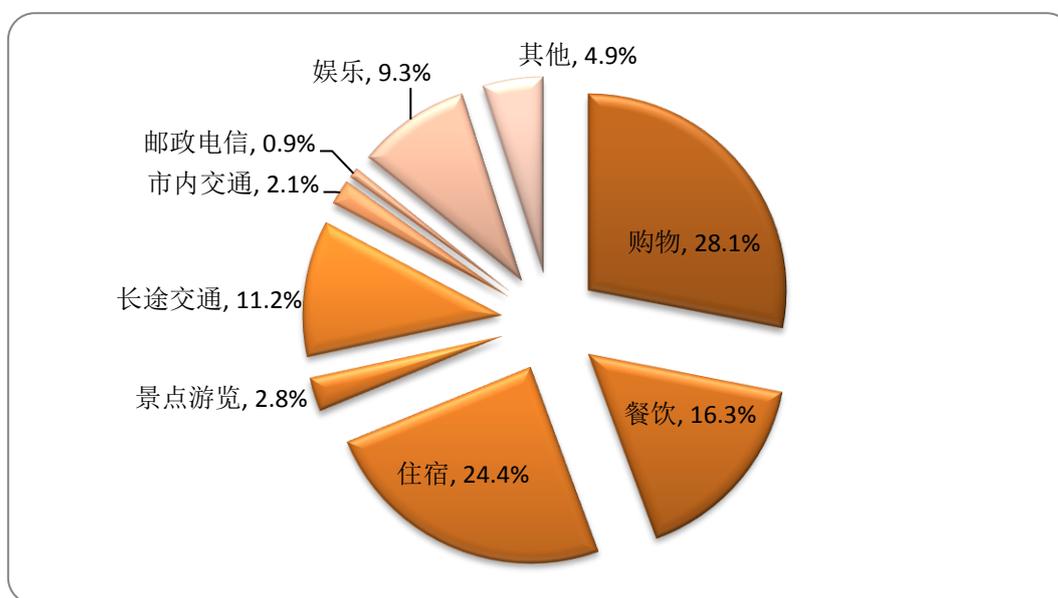


图 6 2017 年东莞市入境过夜游客花费构成

（三）一日游游客花费情况

调查显示,入境一日游游客人均花费为 1028.68 元。入

境一日游游客的人均花费中，同样是购物花费占比最高，为 26.6%；其次是餐饮花费和长途交通花费，分别占 24.3%和 21.7%；娱乐、市内交通、景点游览也占有一定的比重，分别为 9.6%、5.6%和 5.6%。

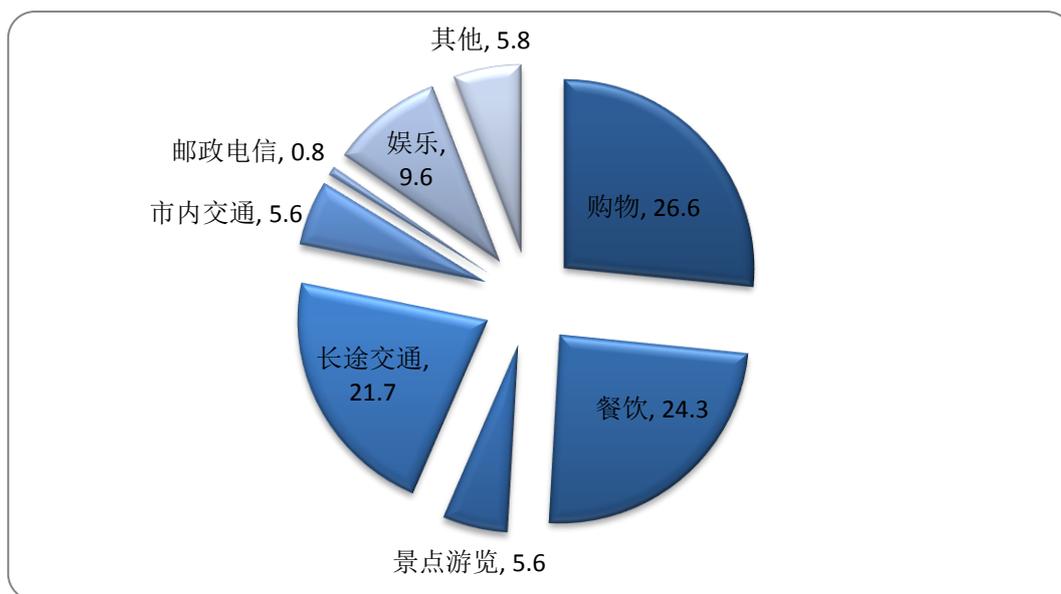


图 7 2017 年东莞市入境一日游游客花费构成

四、入境游客对旅游服务质量的评价

游客对各项旅游服务评价显示 (用 10 分制表示, 10 分表示最好, 1 分表示最差), 城市旅游环境评价得分为 7.52 分, 比去年高 0.13 分 (7.39 分), 满意程度一般。其中, 对住宿的评价相对较高, 得分为 8.23 分; 其次是餐饮, 得分 7.90 分; 此外购物、导游服务、文化娱乐和景点秩序评价在 7.50 分-7.82 分间; 厕所卫生的评价相对不高, 得分为 7.29 分。

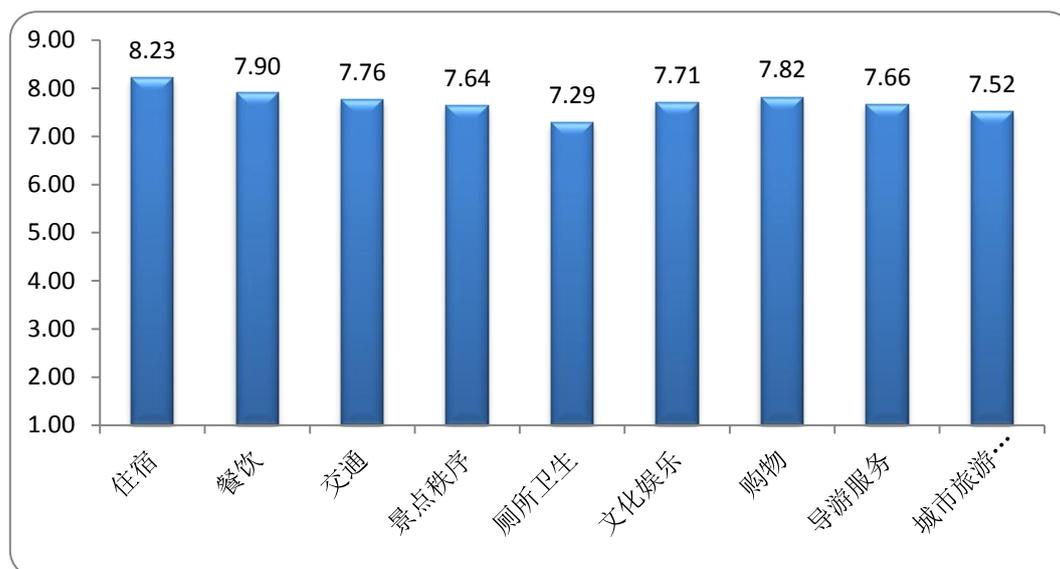


图 8 2017 年东莞市入境游客对旅游服务质量评价

五、入境游客感兴趣的旅游资源

众多旅游资源中，入境游客对山水风光、文物古迹和民俗风情较感兴趣，提及率分别为 41.3%、38.5%、37.5%。其次是商务、旅游购物、文化艺术和饮食烹饪，提及率分别为 24.0%、18.7%、18.3%和 15.4%，其他旅游资源的提及率相对较低，均在 10%以下。

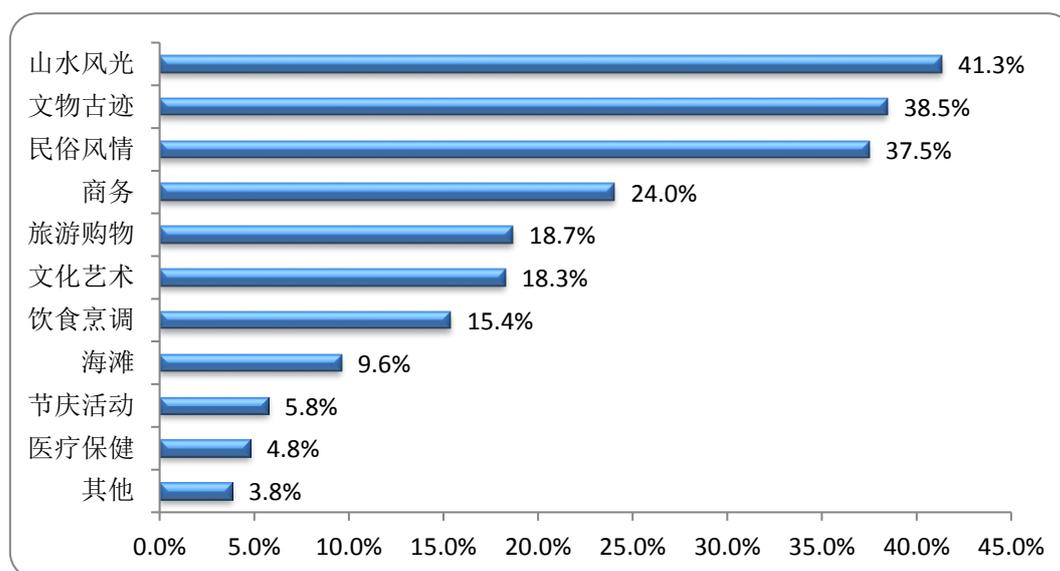


图 9 2017 年东莞市入境游客感兴趣的旅游资源（提及率）

六、入境游客了解东莞的途径

入境游客了解东莞旅游信息的最主要途径是互联网，提及率达 54.8%；亲戚朋友、旅行社等途径也占据重要地位，提及率分别为 34.6%、26.9%。其他途径的提及率较低，均在 10%以下。

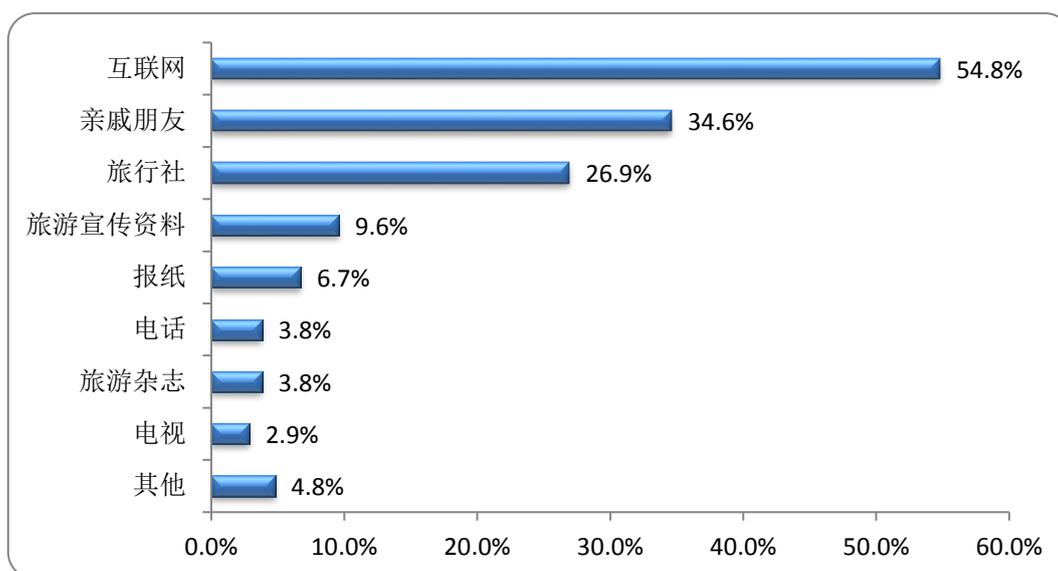


图 10 2017 年入境游客了解东莞的途径

第五章 国内旅游市场

一、游客的人口统计特征

(一) 性别

2017 年全年到莞国内游客中，男性占 50.4%，女性占 49.6%，男性占比较去年下降 6.2 个百分点，男女游客的比例为 1:0.98。

(二) 年龄

从游客的年龄段来看，2017 年来东莞的国内游客以 25-44 岁年龄段居多，占 63.4%；其次是 45-64 岁和 15-24 岁的游客，分别占 21.6%和 14.0%；65 岁以上及 14 岁以下年龄段的游客较少。

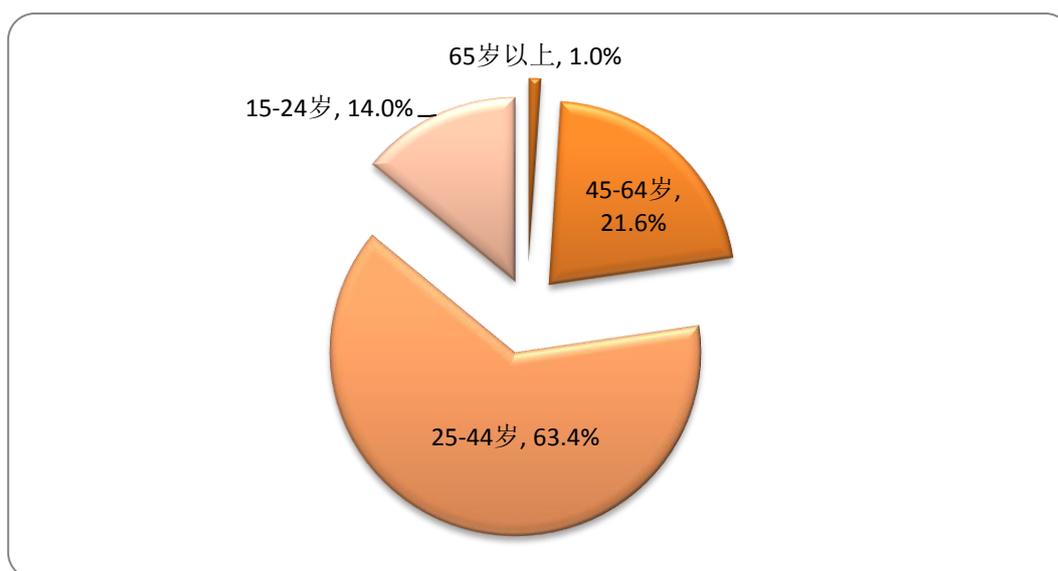


图 11 2017 年东莞市国内游客年龄占比

（三）职业

调查显示，2017 年全年到莞的国内游客中，企事业管理人员最多，占 32.7%；其次是专业/文教科技人员和服务销售人员，分别占 19.8%和 17.2%。

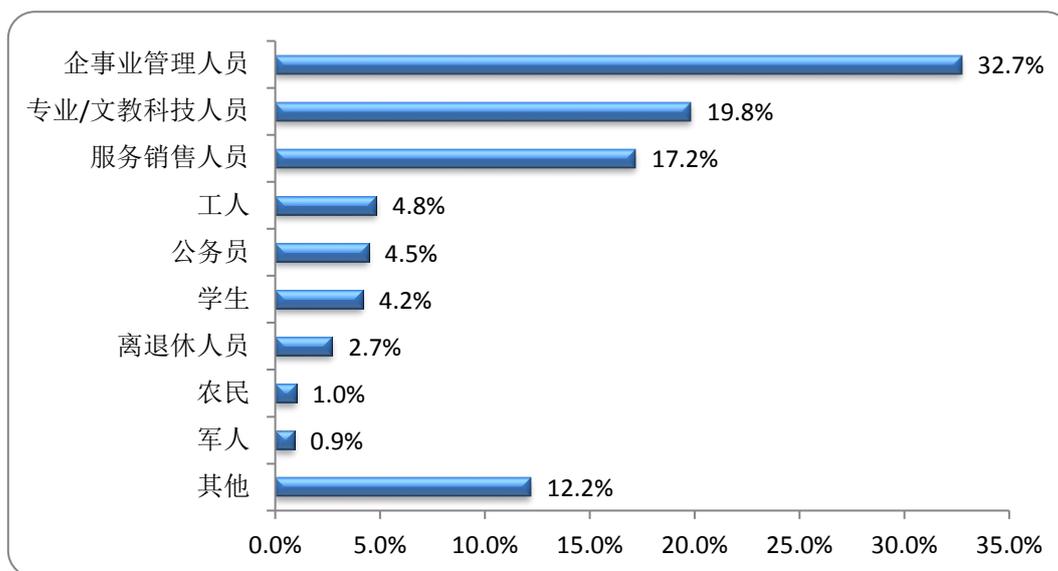


图 12 2017 年东莞市国内游客职业结构

二、游客客源地分析

（一）国内游客主要客源地分布情况

2017 年来东莞旅游的国内游客中东莞市本地游客占国内游客的 16.5%，省内市外、国内省外游客分别占 46.6%和 36.9%。与上年同比相比，本地游客和国内省外游客比例分别下降 0.9、4.1 个百分点，省内市外游客占比上升 5 个百分点。

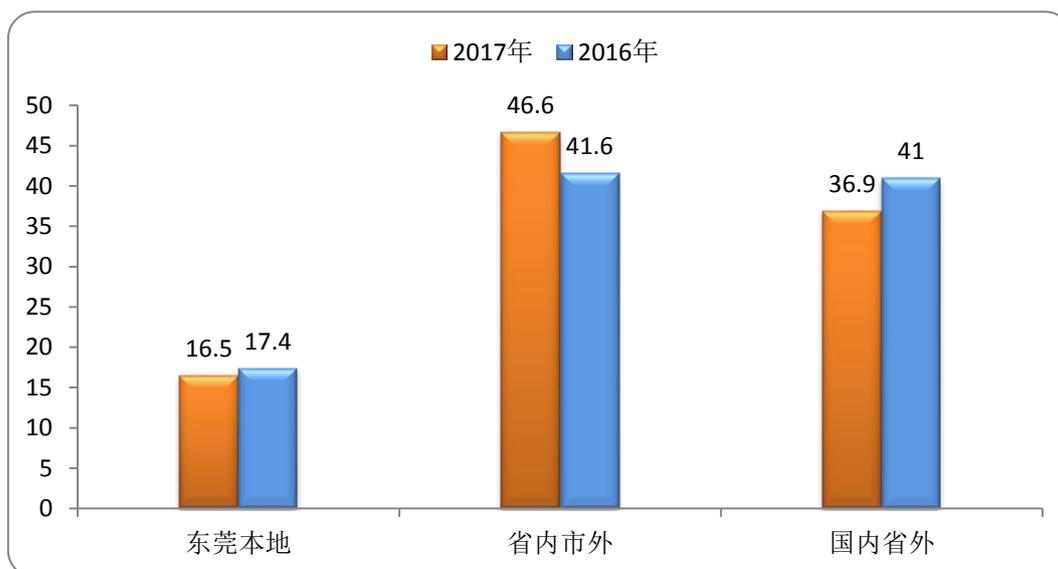


图 13 国内游客客源地分布 (%)

(二) 省内市外游客主要客源地分布

省内市外游客中，来自深圳的最多，占 45.3%；其次是来自河源、广州和惠州，分别占 10.4%、9.4%和 5.3%；来自佛山、梅州、潮州、中山、汕头、江门等城市的游客比重介于 1.0%-5.0%之间。

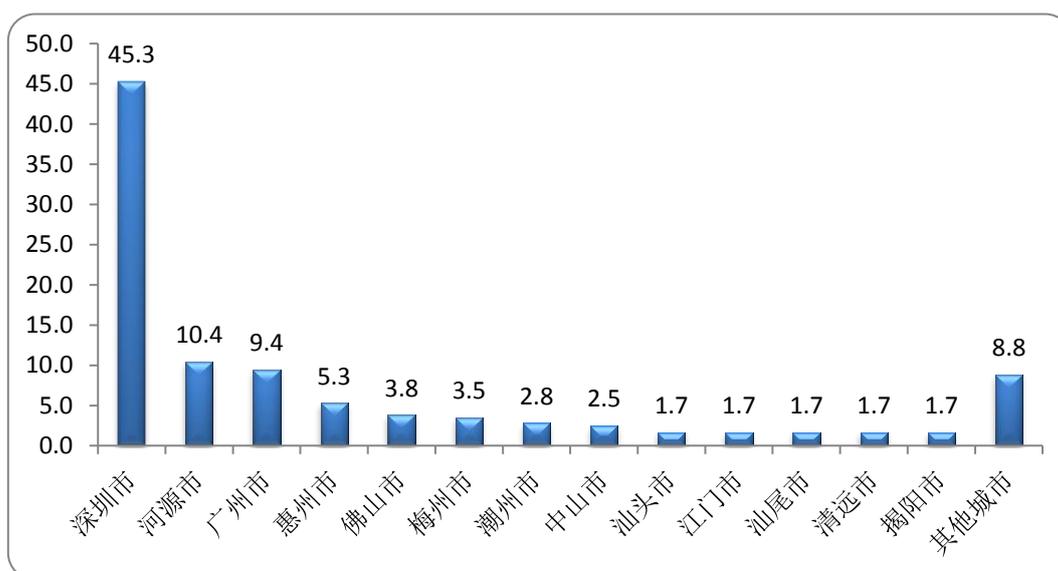


图 14 国内游客客源地分布 (%)

（三）国内省外游客主要客源地分布

省外游客中，来自湖南省的最多，占 20.0%；其次是来自广西、湖北和四川的游客，分别占 14.0%、13.3%、8.4%。此外，来自江西、浙江、河南、贵州、海南的游客的比重介于 3%-6%之间；其它省份游客相对较少。

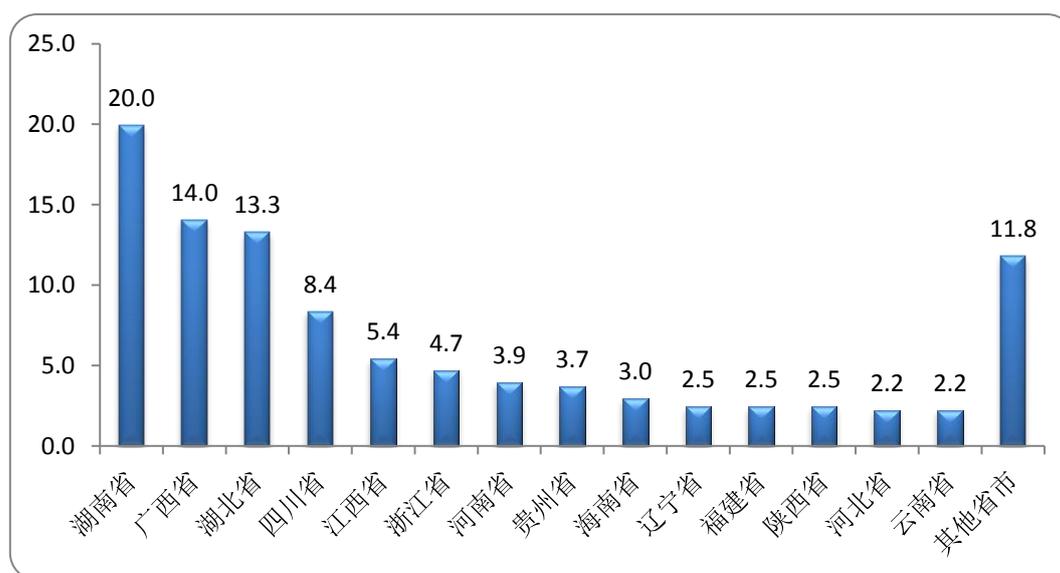


图 15 国内省外游客主要客源地分布 (%)

三、旅游目的

2017 年全年，国内游客来东莞的旅游目的中观光/游览比重最大，占 54.5%；其次为休闲/度假，占比 21.3%；探亲访友和商务分别占比 11.1%和 6.3%。

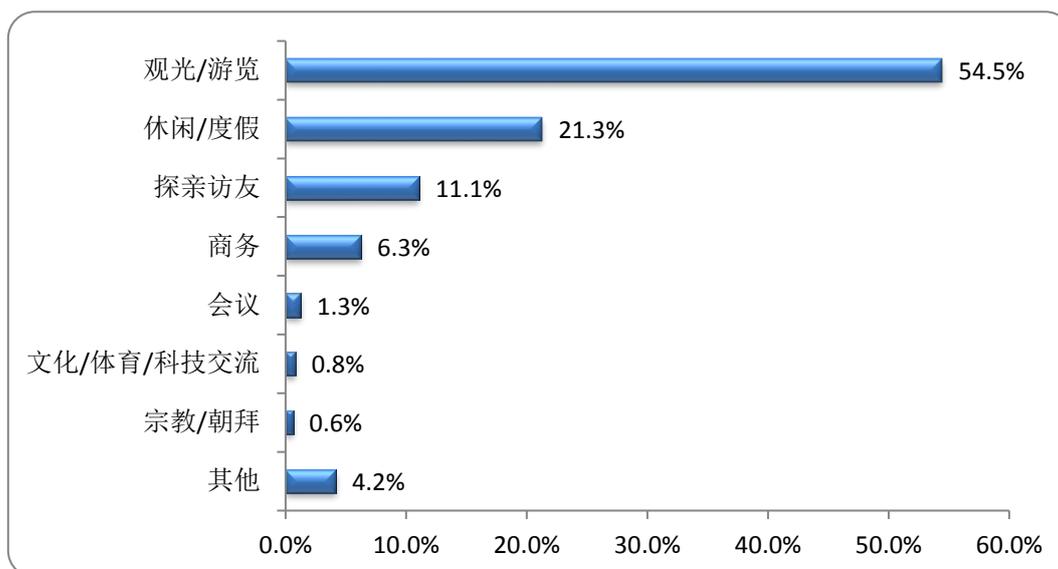


图 16 东莞市国内游客旅游目的

四、游客旅游方式分析

调查显示，全年东莞市国内游客自驾车占比 58.9%，选择旅行社组织游客占比 6.7%，其他旅游方式游客占 47.4%。

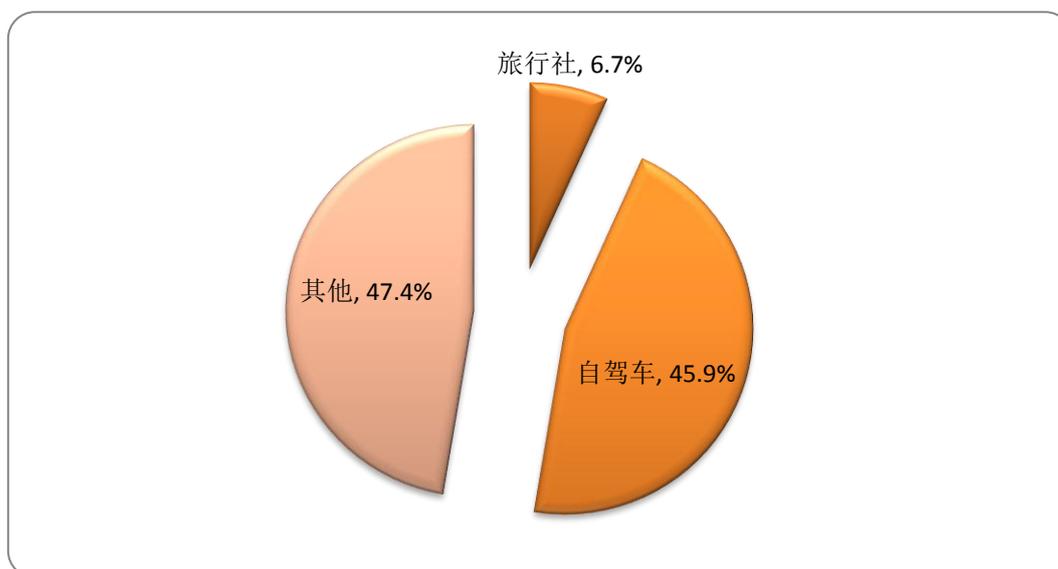


图 17 东莞市国内市外游客旅行方式

2017 年，来东莞旅游的国内市外游客所使用的交通工具主要以城际大巴（包括旅行社巴士）、私家车和高铁为主，

所占的比例分别为 40.2%、39.1%、8.4%，三者合计占 87.7%。

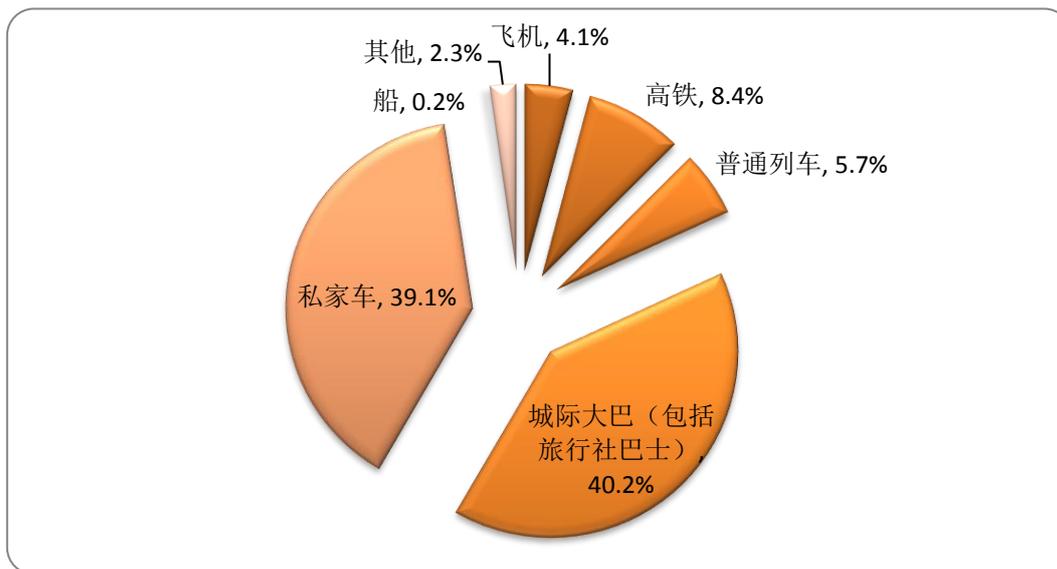


图 18 东莞市国内市外游客交通工具选择

2017 年东莞市旅游的市内游客，49.5%游客自驾私家车，选择乘坐公交汽车的也占到一定的比重，为 40.6%，两者合计 90.1%。其它的交通方式较少。

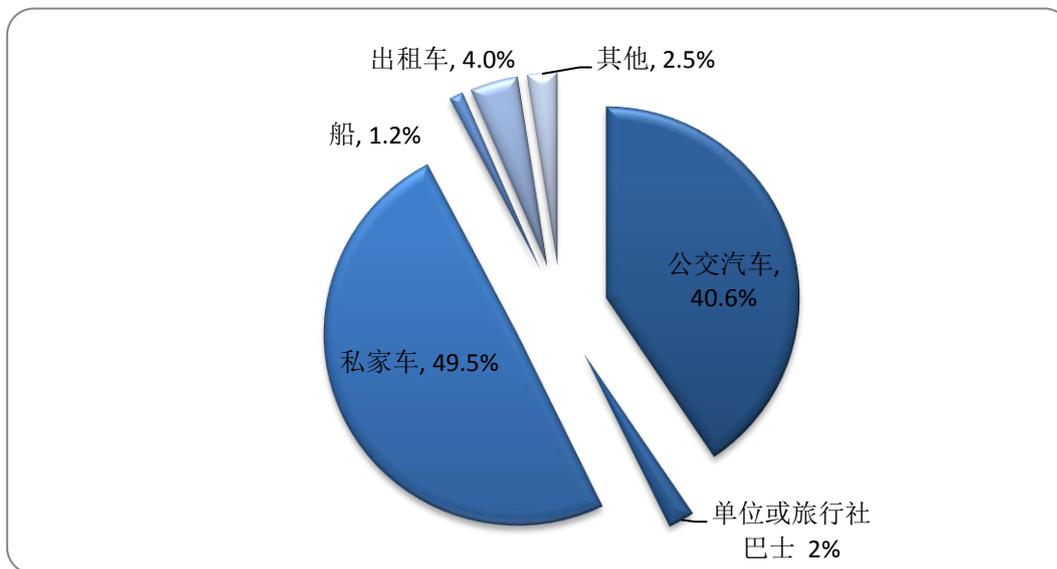


图 19 2017 年东莞市市内游客交通工具选择

五、游客停留时间及住宿情况

（一）过夜游客停留情况

调查显示,全年国内过夜游客人均停留时间为 2.31 天,与去年同期持平。

（二）过夜游客住宿设施选择情况

抽样调查显示,2017 年东莞市国内游客中,选择星级酒店住宿的比重最高,为 32.38%;选择亲友家庭住宿的占 28.65%;选择旅馆/招待所住宿的占 16.73%;选择经济型酒店住宿的占 13.78%;选择第二住所住宿的占 4.32%;选择其他类型住宿设施住宿的占 4.14%。

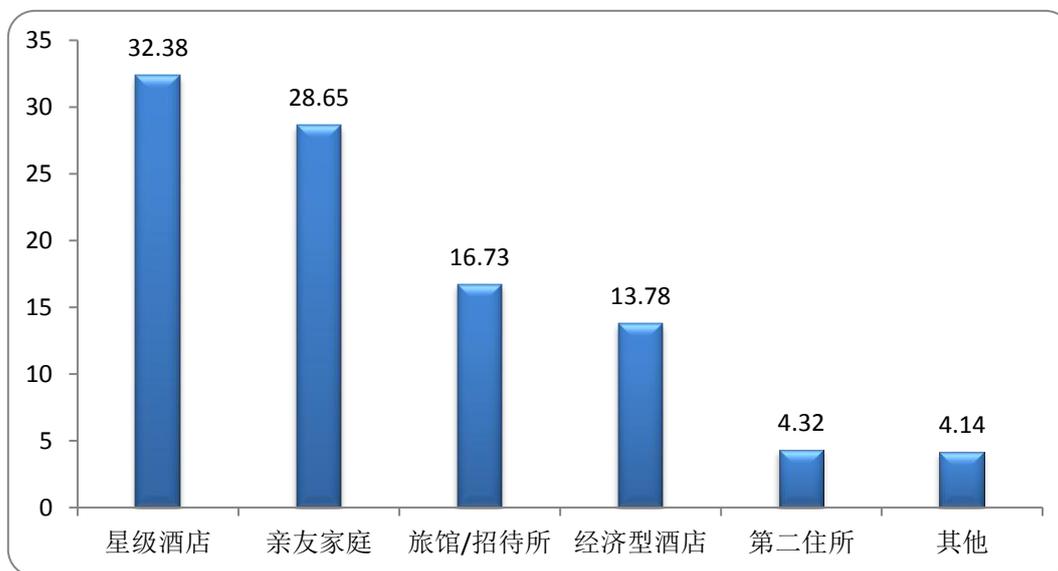


图 20 2017 年东莞市国内过夜游客住宿设施选择

六、旅游花费分析

（一）国内游客人均花费 1019.63 元

调查显示，2017 年全年到莞的国内游客人均花费为 1019.63 元，较去年同期增长 1.07%；其中过夜游客人均花费 1570.72 元，增长 2.22%；一日游游客人均花费 445.56 元，增长 0.45%。

表 12 2017 年东莞市国内游客花费

单位（元/人）	2017 年全年	2016 年全年	同比（%）
过夜游客	1570.72	1536.66	2.22
一日游游客	445.56	443.56	0.45
总体	1019.63	1008.80	1.07

（二）过夜游客花费结构分析

国内过夜游客人均花费为 1570.72 元，较去年同期增长 2.22 个百分点，人均天花费为 680.34 元。

2017 年国内游客的人均花费中，购物花费所占比重最大，为 23.3%，人均花费 365.98 元；其次是住宿和餐饮花费，分别占总花费的 22.7%和 22.2%；交通、娱乐和景区游览分别占 17.8%、5.3%和 5.2%。

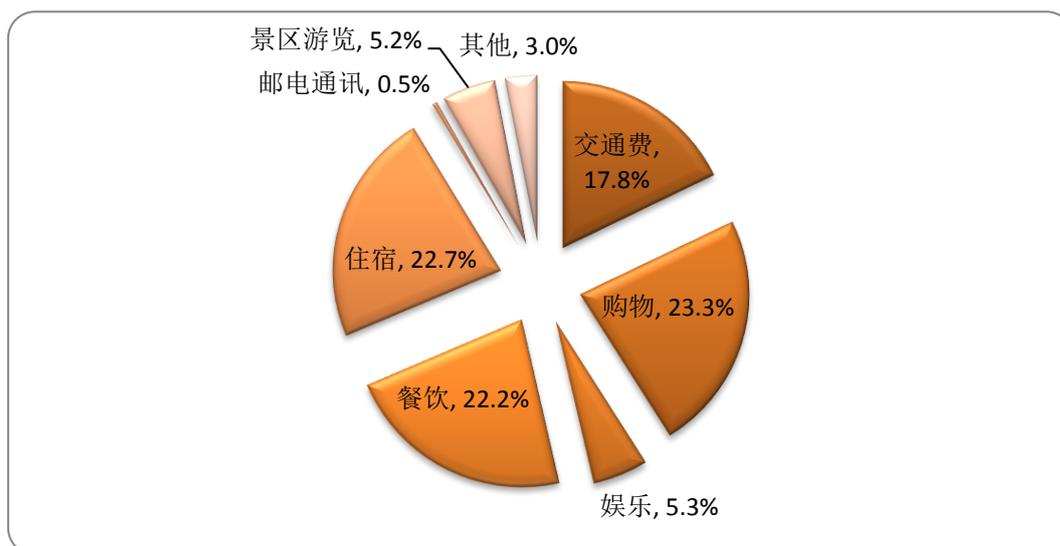


图 21 2017 年东莞市国内过夜游客花费结构

(三) 一日游游客花费结构分析

国内一日游游客的人均花费为 445.56 元，较去年同期 (443.56 元) 增长了 0.45%。2017 年国内一日游游客的人均花费中，餐饮花费所占比重最大，为 27.9%，人均花费 124.11 元；其次是购物和交通花费，分别占总花费的 27.4% 和 17.4%；景区游览和娱乐分别占总花费的 14.8% 和 9.4%；其他项目花费占比较低。

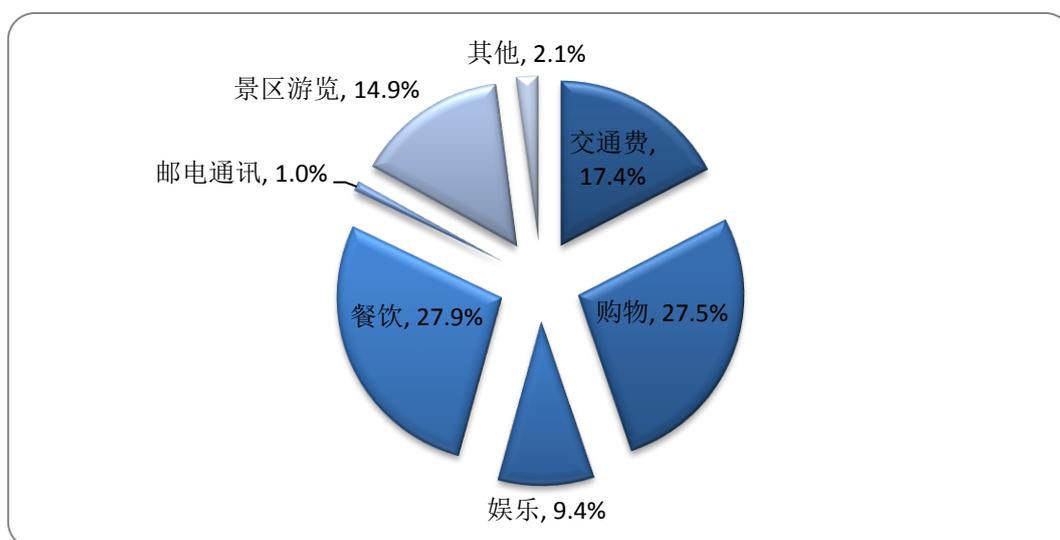


图 22 2017 年东莞市国内一日游游客花费结构

七、游客游览景区景点情况

调查数据表明，2017 年全年游客游览的景区景点中，提及率最高的景点是虎门大桥（32.8%），其次依次为鸦片战争博物馆（30.8%）、松山湖（28.7%）、海战博物馆（27.7%）、威远炮台（24.5%）、观音山国家森林公园（22.3%）、龙凤山庄影视度假村（20.4%）。

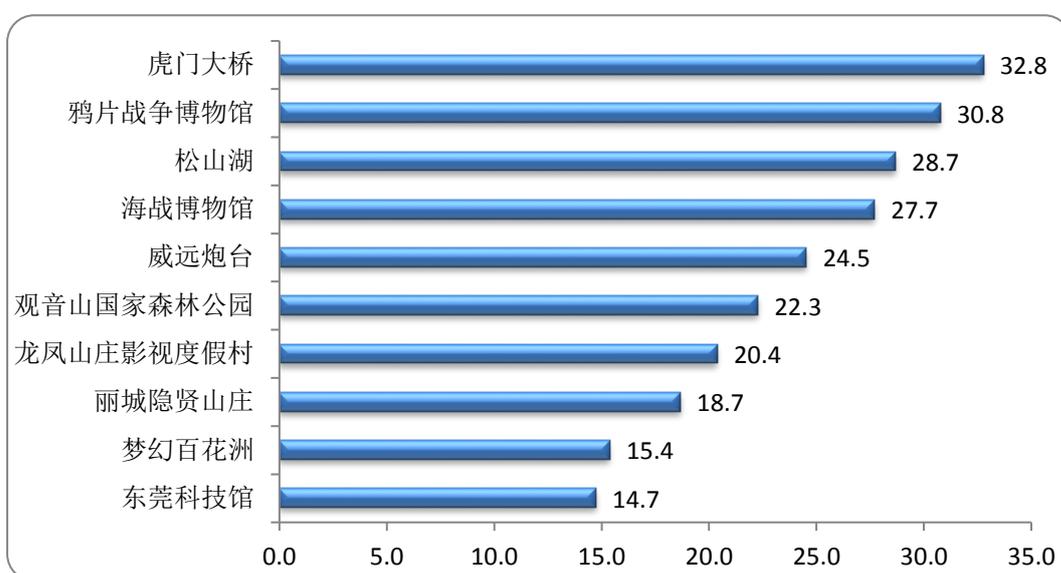


图 23 2017 年东莞市国内游客提及率前十名景区景点（提及率 %）

八、国内游客对东莞旅游服务质量的评价

游客对各项旅游服务评价显示（用 10 分制表示，10 分表示最好，1 分表示最差），游客整体印象得分为 7.72 分，较去年（7.30）有所提升。其中，对厕所、住宿、餐饮和导游服务的评价相对较高，得分超过 7.5；交通、娱乐、景区秩序、购物的评价得分在 7.0-7.5 分之间。

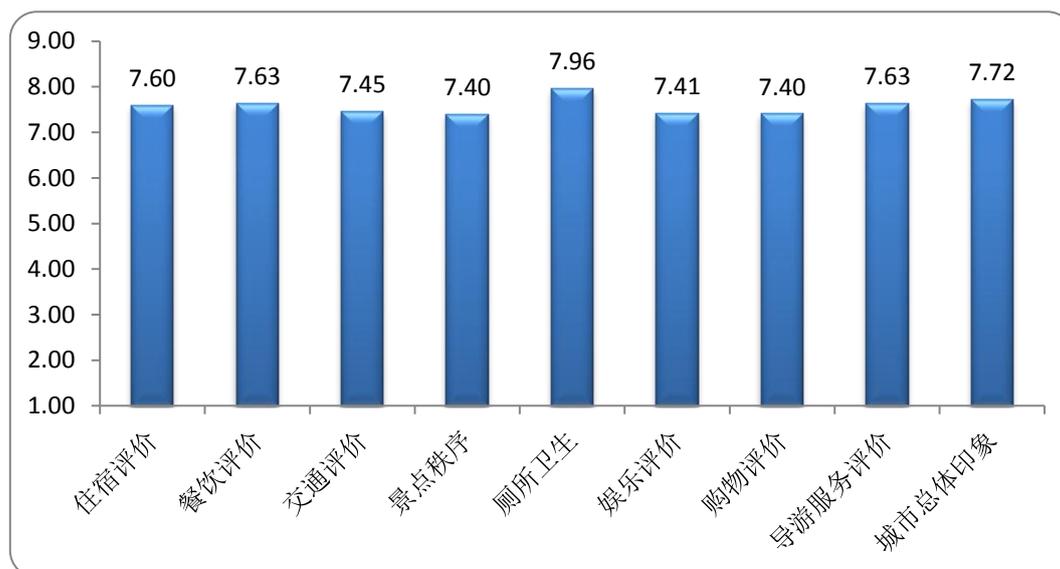


图 24 2017 年东莞市国内游客对东莞旅游服务评价

九、国内游客对改善东莞旅游服务的建议

为了进一步提高东莞市旅游服务质量，本年度调查收集了游客对东莞市旅游业发展的意见及建议若干条，反馈问题主要集中在以下几个方面：

交通方面，“改善交通问题”的提及率为 24.16%，据游客反映，每逢节假日东莞虎门大桥就会出现拥堵，因此建议相关部门针对重要交通枢纽制定合理可行的通行方案，保障游客便利出行。

公共服务方面，建议主要集中在“改善公共环境卫生”和“加强治安管理”，提及率分别为 22.31%和 20.35%。

景点及消费价格方面，游客建议各大旅游景点能够增加游览景点和游玩项目，实现游玩设备多样化，历史文化类景区多配备一些讲解员。

服务态度及餐饮方面，“提高餐饮服务质量”提及率为9.72%，同时游客还希望能有提供东莞本土特色美食，更多地体现本地文化。

设施设备方面，主要集中在“增加休息场所，增加桌椅、遮阳的地方”、提及率为2.37%。

表 13 国内游客对改善东莞旅游服务的建议

建议		提及率 (%)
交通方面	改善交通问题	24.16
	路标，景点标志不清	0.52
公共服务方面	改善公共环境卫生	22.31
	加强治安管理	20.35
	改善工作人员的服务态度	0.89
	规范商品质量、加强打假力度	1.21
景点及消费价格方面	旅游景点设施实现多样化、增加景点游览	7.06
	降低景区的消费(吃饭、饮料、物品存放等)	0.89
	历史文化类景区都配备一些讲解员	1.19
服务态度及质量	提高餐饮的服务质量(包括服务态度)	9.72
	提高本地饮食的知名度	6.77
	改善购物服务质量	1.07
设施设备	多建厕所(特别是女厕所)	1.02
	增加休息场所，增加桌椅、遮阳的地方	2.37
	改善增加住宿设施	1.23
	增加新的娱乐节目	1.58
市民素质	市民素质有待提升	1.02
其他	其它	0.51