

1997年海外旅游者 购物抽样调查资料

中华人民共和国国家旅游局



1997年海外旅游者 购物抽样调查资料

中华人民共和国国家旅游局

责任编辑：关家声 鲁英委

图书在版编目(CIP)数据

1997 年海外旅游者购物抽样调查资料 / 中华人民共和国
国家旅游局编著. - 北京: 中国旅游出版社, 1998.5

ISBN 7-5032-1543-7

I. 19… II. 中… III. 外国人-旅游-抽样调查-中
国-1997 IV. D669.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 11441 号

1997 年海外旅游者购物抽样调查资料

中华人民共和国国家旅游局 编著

中国旅游出版社 出版

(北京建内大街甲九号 100740)

清华大学印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 8 字数: 125 千

1998 年 4 月第 1 版 1998 年 4 月第 1 次印刷

印数: 500 册 定价: 50 元

**《海外旅游者购物抽样调查资料》
编辑委员会名单**

主 编： 何光玮

副 主 编： 程文栋 孙 钢 佟华龄

编辑委员： 杨建原 李任芷 李承榕

 马晓明 田 伦 马文汀

 任佳燕 康 力 孙秀莲

 蒋正鸣 隆 伟 贺 静

前 言

旅游购物作为旅游业的六大要素之一，在旅游创汇总量的构成中占有很大比例。大力发展旅游商品市场，积极引导海外旅游者购物，增加旅游外汇收入，是实现我国旅游业效益增长的重要途径。为进一步了解海外旅游者在华购物行为和购物结构，研究我国旅游商品市场的发展趋势，为制定旅游商品发展策略和方针政策提供依据，国家旅游局于1997年6月下旬至8月中旬，分别在北京、上海、广州、深圳、厦门、青岛、烟台、桂林、黑河和伊犁十个口岸城市开展了海外旅游者在华购物抽样调查工作。

本书内容是根据购物抽样调查取得的数据和资料，经过汇总、审核、整理、汇编出的全面反映调查过程和调查结果的翔实资料，可供研究旅游购物工作时参考使用。

在1997年海外旅游者购物抽样调查的实施和本书编辑过程中，得到了国家统计局城调总队和有关省、自治区、直辖市旅游局、有关口岸城市旅游局和边检站的领导和同志的大力支持和协助，在此一并表示衷心感谢。

《海外旅游者购物抽样调查资料》

编辑委员会

1998年3月30日

目 录

前 言

第一部分 综合分析报告

1997 年海外旅游者购物抽样调查综合情况报告	3
附 录:	
关于开展对海外来华旅游者购物情况抽样调查的通知	10

第二部分 分类数据

一、海外旅游者在华人均购物花费	19
1-1 1997 年海外旅游者在华人均购物花费 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	21
1-2 1997 年海外旅游者在华人均购物花费 (按性别、团体及散客分组)	21
1-3 1997 年海外旅游者在华人均购物花费 (按年龄、团体及散客分组)	22
1-4 1997 年海外旅游者在华人均购物花费 (按旅游目的、团体及散客分组)	22
1-5 1997 年海外旅游者在华人均购物花费 (按职业、团体及散客分组)	23
1-6 1997 年海外旅游者在华人均购物花费 (按旅游次数、团体及散客分组)	23
1-7 1997 年外国旅游者在华人均购物花费 (按国别、团体及散客分组)	24
1-8 1997 年外国旅游者在华人均购物花费 (按职业、团体及散客分组)	25
1-9 1997 年外国旅游者在华人均购物花费 (按旅游目的、团体及散客分组)	25
1-10 1997 年外国旅游者在华人均购物花费 (按年龄、团体及散客分组)	26
1-11 1997 年海外旅游者在华人均购物花费	

(按十个口岸城市、团体及散客分组)	26
二、海外旅游者在华人均花费构成	27
2-1 1997 年海外旅游者在华人均花费构成 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	29
2-2 1997 年海外旅游者在华人均花费构成 (按性别、团体及散客分组)	30
2-3 1997 年海外旅游者在华人均花费构成 (按年龄分组)	30
2-4 1997 年海外旅游者在华人均花费构成 (按职业分组)	31
2-5 1997 年海外旅游者在华人均花费构成 (按旅游目的分组)	32
2-6 1997 年海外旅游者在华人均花费构成 (按旅游次数分组)	32
2-7 1997 年外国旅游者在华人均花费构成 (按国别、团体及散客分组)	33
2-8 1997 年外国旅游者在华人均花费构成 (按职业分组)	36
2-9 1997 年外国旅游者在华人均花费构成 (按旅游目的分组)	36
2-10 1997 年外国旅游者在华人均花费构成 (按年龄分组)	37
2-11 1997 年海外旅游在华人均花费构成 (按十个口岸城市分组)	37
三、海外旅游者在华不同停留时间的人均购物花费	39
3-1 1997 年海外旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	41
3-2 1997 年海外旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按性别、团体及散客分组)	42
3-3 1997 年海外旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按年龄分组)	42
3-4 1997 年海外旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按职业分组)	43
3-5 1997 年海外旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按旅游目的分组)	43
3-6 1997 年外国旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按国别、团体及散客分组)	44

3-7	1997 年外国旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按职业分组)	47
3-8	1997 年外国旅游者在华不同停留时间的人均购物花费 (按旅游目的分组)	47
四、海外旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例		49
4-1	1997 年海外旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	51
4-2	1997 年海外旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按性别、团体及散客分组)	52
4-3	1997 年海外旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按年龄分组)	52
4-4	1997 年海外旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按职业分组)	53
4-5	1997 年海外旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按旅游目的分组)	53
4-6	1997 年外国旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按国别、团体及散客分组)	54
4-7	1997 年外国旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按职业分组)	57
4-8	1997 年外国旅游者在华不同停留时间购物花费占总花费的比例 (按旅游目的分组)	57
五、海外旅游者在华不同购物花费组的情况		59
5-1	1997 年海外旅游者在华不同购物花费组的情况 (按停留时间分组)	61
5-2	1997 年海外旅游者在华不同购物花费组的情况 (按旅游次数分组)	61
六、海外旅游者在华购物的商品类别		63
6-1	1997 年海外旅游者在华购物的商品类别 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	64
6-2	1997 年海外旅游者在华购物的商品类别 (按性别、团体及散客分组)	66
6-3	1997 年海外旅游者在华购物的商品类别 (按年龄分组)	66
6-4	1997 年海外旅游者在华购物的商品类别 (按职业分组)	68
6-5	1997 年海外旅游者在华购物的商品类别	

(按旅游目的分组)	68
6-6 1997 年外国旅游者在华购物的商品类别 (按国别、团体及散客分组)	70
6-7 1997 年外国旅游者在华购物的商品类别 (按职业分组)	76
6-8 1997 年外国旅游者在华购物的商品类别 (按旅游目的分组)	76
七、海外旅游者对商品质量的评价	79
7-1 1997 年海外旅游者对商品质量的评价 (按外国人、华侨、港澳台胞分组)	81
7-2 1997 年海外旅游者对商品质量的评价 (按性别分组)	81
7-3 1997 年海外旅游者对商品质量的评价 (按年龄分组)	82
7-4 1997 年海外旅游者对商品质量的评价 (按旅游目的分组)	82
7-5 1997 年海外旅游者对商品质量的评价 (按职业分组)	83
7-6 1997 年海外旅游者对商品质量的评价 (按购物场所分组)	83
7-7 1997 年海外旅游者对商品质量的评价 (按购物花费分组)	84
八、海外旅游者对商品价格的评价	85
8-1 1997 年海外旅游者对商品价格的评价 (按外国人、华侨、港澳台胞分组)	87
8-2 1997 年海外旅游者对商品价格的评价 (按年龄分组)	87
8-3 1997 年海外旅游者对商品价格的评价 (按性别分组)	88
8-4 1997 年海外旅游者对商品价格的评价 (按职业分组)	88
8-5 1997 年海外旅游者对商品价格的评价 (按旅游目的分组)	89
8-6 1997 年海外旅游者对商品价格的评价 (按购物场所分组)	89
8-7 1997 年海外旅游者对商品价格的评价 (按购物花费分组)	90

九、海外旅游者在华主要购物城市	91
9-1 1997 年海外旅游者在华主要购物城市 (按外国人、华侨、港澳台胞分组)	93
9-2 1997 年海外旅游者在华主要购物城市 (按团体、散客分组)	93
9-3 1997 年海外旅游者在华主要购物城市 (按旅游目的分组)	94
十、海外旅游者在华购物商店的选择	95
10-1 1997 年海外旅游者在华购物商店的选择 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	97
10-2 1997 年海外旅游者在华购物商店的选择 (按年龄分组)	98
10-3 1997 年海外旅游者在华购物商店的选择 (按旅游目的分组)	98
10-4 1997 年海外旅游者在华购物商店的选择 (按职业分组)	99
十一、海外旅游者在华购物愿望的实现程度	101
11-1 1997 年海外旅游者在华购物愿望的实现程度 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	103
11-2 1997 年海外旅游者在华购物愿望的实现程度 (按性别分组)	103
11-3 1997 年海外旅游者在华购物愿望的实现程度 (按年龄分组)	104
11-4 1997 年海外旅游者在华购物愿望的实现程度 (按旅游目的分组)	104
11-5 1997 年海外旅游者在华购物愿望的实现程度 (按职业分组)	105
十二、海外旅游者在华购物时间的充分程度	107
12-1 1997 年海外旅游者在华购物时间的充分程度 (按外国人、华侨、港澳台胞、团体及散客分组)	109
12-2 1997 年海外旅游者在华购物时间的充分程度 (按性别分组)	109
12-3 1997 年海外旅游者在华购物时间的充分程度 (按年龄分组)	110
12-4 1997 年海外旅游者在华购物时间的充分程度	

	(按旅游目的分组)	110
12-5	1997 年海外旅游者在华购物时间的充分程度	
	(按职业分组)	111

第一部分 综合分析报告

1997 年海外旅游者购物 抽样调查综合情况报告

由国家旅游局组织、各有关地方旅游局实施的 1997 年海外旅游者购物抽样调查,经过现场调查、问卷审核、数据录入、资料汇总等阶段,已按计划圆满完成。现将购物抽样调查的基本情况、调查数据的基本结果及分析、调查数据的质量评估等报告如下:

一、购物抽样调查的基本情况

1997 年海外旅游者购物抽样调查是作为经国家统计局审核批准的 1997 年全国海外旅游者抽样调查方案的一部分,将购物抽样调查问卷作为“海外来华旅游者在华花费情况调查表(A)”的附表,由国家旅游局组织,各有关地方旅游局负责实施。现场调查工作于 1997 年 6 月下旬至 8 月中旬,分别在北京、上海、广州、深圳、厦门、青岛、烟台、桂林、黑河和伊犁十个口岸城市,与海外来华旅游者在华花费情况调查的口岸调查同步进行。调查对象是已结束购物行为,即将离境的海外旅游者,包括外国人、华侨、港澳同胞和台湾同胞。8 月中旬至 9 月中旬,分别由十个口岸城市所在地的省、自治区、直辖市旅游局进行购物抽样调查问卷的审核、数据录入工作。9 月中旬,国家旅游局对各地送交的购物调查问卷进行复审,并于 10 月初将全部合格调查问卷送交国家统计局城调队进行资料汇总。国家统计局城调队于年底前完成了购物抽样调查的基本结果及调查数据的质量评价报告等工作。

购物抽样调查的计划样本量为 4500 人,占全国口岸调查(表[A])样本量 14000 人的 32.1%。为保证购物抽样调查与“表(A)”的一致可比性,购物抽样调查问卷按 6 种语种(中、英、法、日、俄、韩)印刷;有关调查对象的国籍、性别、年龄、职业、旅游目的、团体及散客、住宿天数、来华旅游次数、旅游花费等相关指标均取自于表(A)。

二、购物抽样调查的基本结果及分析

(一)、抽样人数的构成

十个口岸城市共回收购物抽样调查问卷 4513 份,比计划超过 0.2%;合格问卷 4442 份,有效率为 98.4%。在有效合格问卷中:

1、外国人 2622 人,占 59.0%;华侨 47 人,占 1.1%;港澳同胞 1430 人,占 32.2%;台湾同胞 343 人,占 7.7%。

2、团体游客 1409 人,占 31.7%;零散游客 3033 人,占 68.3%。

3、男性旅游者 3112 人,占 70.1%;女性旅游者 1330 人,占 29.9%。

4、14 岁以下的旅游者 15 人,占 0.3%;15 至 24 岁的旅游者 388 人,占 8.7%;25 至 44 岁的旅游者 2385 人,占 53.7%;45 至 64 岁的旅游者 1345 人,占 30.3%;65 岁以上的旅游者 309 人,占 7.0%。

5、政府工作人员 171 人,占 3.8%;专业技术人员 651 人,占 14.7%;职员 508 人,占 11.4%;技工/工人 257 人,占 5.8%;商贸人员 1422 人,占 32.0%;服务员/推销员 132 人,占 3.0%;退休人员 283 人,占 6.4%;家庭妇女 344 人,占 7.7%;军人 7 人,占 0.2%;

学生 260 人,占 5.9%;其他人员 407 人,占 9.2%。

6、观光度假的旅游者 1666 人,占 37.5%;探亲访友的 469 人,占 10.6%;商务的 1788 人,占 40.3%;会议的 79 人,占 1.8%;健康疗养的 30 人,占 0.7%;宗教朝拜的 22 人,占 0.5%;文体科技交流的 101 人,占 2.3%;其他的 287 人,占 6.5%。

(二)、购物花费及在人均总花费中的比重

4442 名海外旅游者在华人均花费 948.46 美元,其中人均购物花费为 217.20 美元,占人均总花费的 22.9%,位居第二。其它花费在人均总花费中的构成比例分别为:长途交通费占 26.2%,住宿费占 16.3%,餐饮费占 7.4%,游览费占 5.4%,娱乐费占 6.7%,市内交通费占 2.5%,邮电通讯费占 4.1%,其他费用占 8.5%。

1、按客源地分 外国人在华人均花费 988.70 美元,其中人均购物花费为 259.04 美元,占 26.2%;华侨在华人均花费 1156.95 美元,其中人均购物花费为 290.39 美元,占 25.1%;港澳同胞在华人均花费 500.72 美元,其中人均购物花费为 81.62 美元,占 16.3%;台湾同胞在华人均花费 1245.89 美元,其中人均购物花费为 226.75 美元,占 18.2%。外国人、华侨和台湾同胞的人均购物花费均高于海外旅游者人均购物花费 217.20 美元。其中,外国人、华侨购物花费所占比重,不仅高于海外旅游者人均购物花费 22.9% 的平均值,而且明显高于港澳同胞、台湾同胞 7-10 个百分点。

2、按旅游方式分 团体游客在华人均花费 752.19 美元,其中人均购物花费为 236.19 美元,占 31.4%;零散游客在华人均花费 1100.30 美元,其中人均购物花费为 205.76 美元,占 18.7%。直观比较,团体游客购物花费高于零散游客 30.43 美元,所占比重相差近 13 个百分点。但调查表明,零散游客占总调查人数的 68.3%。因此,零散游客的购物能力应引起注意。

3、按性别、年龄分 男性旅游者在华人均花费 998.15 美元,其中人均购物花费为 208.61 美元,占 20.9%;女性旅游者在华人均花费 900.94 美元,其中人均购物花费为 243.25 美元,占 27.0%。女性旅游者不仅在购物花费上高于男性 34.64 美元,而且购物花费比重也要高出 6.1 个百分点。女性旅游者的购物能力大大高于男性旅游者。

1997 年海外旅游者的人均购物花费是 217.20 美元,占人均花费的 22.9%。高于这两个数值的年龄组有:45 至 64 岁的人均购物花费为 250.99 美元,占人均花费的 25.0%;65 岁以上的人均购物花费为 226.31 美元,占人均花费的 23.3%。低于这两个数值的年龄组依次为:25 至 44 岁的人均购物花费为 197.89 美元,占人均花费的 20.9%;15 至 24 岁的人均购物花费为 112.34 美元,占人均花费的 14.7%;14 岁以下的人均购物花费为 96.08 美元,占人均花费的 10.4%。可以说,随着年龄的增长,购物能力也越高,中老年游客的购物花费高于青年游客。

4、按职业分 在不同职业的海外旅游者中,人均购物花费和购物比重分别为:家庭妇女为 351.05 美元和 33.1%,退休人员为 217.25 美元和 23.8%,服务员/推销员为 178.84 美元和 23.7%,职员为 204.76 美元和 23.0%,其他人员为 179.96 美元和 22.7%,技工/工人为 207.46 美元和 21.5%,军人为 164.06 美元和 20.0%,政府工作人员为 150.82 美元和 19.4%,商贸人员为 157.72 美元和 18.4%,专业技术人员为 197.28 美元和 18.1%,学生为 153.60 美元和 18.1%。家庭妇女的人均购物花费要明显高于其他职业 133.8 美元以上,购物比重也要高出 9.3 个百分点以上。

5、按旅游目的分 在不同旅游目的的海外旅游者中,健康疗养的人均购物花费为

336.89 美元,探亲访友的人均购物花费为 247.66 美元,均高于海外旅游者人均购物花费 217.20 美元的平均值。而以购物花费的比重而言,健康疗养为 26.5%、探亲访友为 25.0%、观光度假为 23.5%,均高于海外旅游者人均购物花费比重(22.9%)。在调查中,观光度假、探亲访友、健康疗养的人数占抽样调查总人数的 48.8%。显然,健康疗养、探亲访友和观光度假三种旅游目的的海外旅游者,是旅游购物的主体。

6、按来华旅游次数分 此次抽样调查中,首次来华旅游者人数为 1160 人,占总人数的 26.1%,人均购物花费为 239.67 美元,占人均花费的 26.1%;第 2-3 次来华旅游者人数为 945 人,占总人数的 21.3%,人均购物花费为 202.43 美元,占人均花费的 20.4%;第 4 次以上来华旅游者人数为 2337 人,占总人数的 52.6%,人均购物花费为 176.58 美元,占人均花费的 18.1%。随着来华旅游次数的增多,购物花费额及所占比重均呈下降趋势。

(三)、旅游购物商品种类

本次购物抽样调查划定了 12 个商品类别。由调查可知,海外旅游者在华购物的商品结构为:纪念品/手工艺品/玩具类占 18.6%、食品/茶叶类占 14.8%、服装/丝绸/棉毛织品类占 12.1%、其他商品类占 9.5%、中成药/保健品类占 8.1%、景泰蓝/陶瓷类占 7.4%、酒/香烟类占 6.7%、字画/文房四宝类占 6.5%、首饰/珍珠类占 4.8%、文物复制品/收藏品类占 4.5%、胶卷/电器类占 4.5%、地毯/挂毯类占 2.5%。总体上讲,没有任何一类商品超过 20% 的购物比例,10% - 20% 的商品有 3 类,5% - 10% 的商品有 5 类,5% 以下的有 4 类。海外旅游者的购物结构呈现多类别、多品种的发展趋势。

1、按客源地分 外国人在华购物的商品结构为:纪念品/手工艺品/玩具类占 20.2%、景泰蓝/陶瓷类占 8.9%、文物复制品/收藏品类占 5.1%、字画/文房四宝类占 7.3%、地毯/挂毯类占 3.0%、服装/丝绸/棉毛织品类占 12.8%、首饰/珍珠类占 5.3%、胶卷/电器类占 4.5%、中成药/保健品类占 7.2%、酒/香烟类占 6.0%、食品/茶叶类占 12.7%、其他商品类占 7.0%。

华侨购物的商品结构为:纪念品/手工艺品/玩具类占 19.0%、景泰蓝/陶瓷类占 6.1%、文物复制品/收藏品类占 3.4%、字画/文房四宝类占 6.1%、地毯/挂毯类占 2.2%、服装/丝绸/棉毛织品类占 13.6%、首饰/珍珠类占 7.5%、胶卷/电器类占 2.7%、中成药/保健品类占 8.8%、酒/香烟类占 6.1%、食品/茶叶类占 17.0%、其他商品类占 7.5%。

港澳同胞购物的商品结构为:纪念品/手工艺品/玩具类占 14.2%、景泰蓝/陶瓷类占 3.3%、文物复制品/收藏品类占 2.4%、字画/文房四宝类占 3.2%、地毯/挂毯类占 1.3%、服装/丝绸/棉毛织品类占 11.3%、首饰/珍珠类占 2.6%、胶卷/电器类占 8.8%、中成药/保健品类占 8.8%、酒/香烟类占 7.1%、食品/茶叶类占 22.5%、其他商品类占 18.1%。

台湾同胞购物的商品结构为:纪念品/手工艺品/玩具类占 16.8%、景泰蓝/陶瓷类占 6.8%、文物复制品/收藏品类占 5.2%、字画/文房四宝类占 8.6%、地毯/挂毯类占 2.3%、服装/丝绸/棉毛织品类占 8.8%、首饰/珍珠类占 6.0%、胶卷/电器类占 2.9%、中成药/保健品类占 13.2%、酒/香烟类占 11.6%、食品/茶叶类占 11.3%、其他商品类占 6.5%。

不同客源地旅游者在华购买的 12 类商品中,共有 6 类商品分别超过 10% 以上的购物比例。

2、按性别分 男性旅游者和女性旅游者在华购物的商品结构比例基本相同,纪念品/手工艺品/玩具、服装/丝绸/棉毛织品、食品/茶叶类均超过 10% 以上,只是女性旅游者在

服装/丝绸/棉毛织品类上高出男性 3.5 个百分点。在其他类别中,男性在酒/香烟类上高出女性 4 个百分点,而女性在首饰/珍珠类上高出男性 1.2 个百分点。

3、按团体和散客分 团体游客在纪念品/手工艺品/玩具、景泰蓝/陶瓷、文物复制品/收藏品、字画/文房四宝、地毯/挂毯、服装/丝绸/棉毛织品、首饰/珍珠等类商品上的购物比重重要高于零散游客,而在胶卷/电器、中成药/保健品、酒/香烟、食品/茶叶和其他商品类上的购物比重则低于零散游客。

(四)、购物场所的选择

海外旅游者在华购物时对商店的选择为:综合商店占 28.7%、旅游定点商店占 18.8%、集贸市场占 14.3%、免税店占 13.3%、宾馆商品部占 13.2%、景点占 11.7%。为了较充分地反映海外旅游者对商店类型的选择问题,此次调查还设立了对各类型商店所售商品的质量和价格的评价:

对不同类型商店所售商品的质量,持较好和基本肯定态度的分别是:综合商店占 93.5%,集贸市场占 93.3%,旅游定点商店占 92.0%,景点占 91.8%,宾馆商品部占 91.5%,免税店占 91.2%。海外旅游者对综合商店的商品质量的满意程度较高。

对不同类型商店所售商品的价格,认为价格较低和比较适宜的分别是:综合商店占 89.1%,景点占 86.9%,宾馆商品部占 85.8%,集贸市场占 85.5%,旅游定点商店占 83.9%,免税店占 81.2%。综合商店的商品价格最低。

显然,由于我国各中心城市综合商店设施条件的改善及商品品种、质量、价格等方面的有利因素,综合商店已成为海外旅游者较理想的购物场所。

1、按客源地分 外国人对购物场所的选择是:综合商店占 23.6%、旅游定点商店占 21.7%、宾馆商品部占 16.3%、景点占 14.1%、免税店占 13.9%、集贸市场占 10.4%。

华侨对购物场所的选择是:综合商店占 35.8%、旅游定点商店占 18.5%、免税店占 12.3%、宾馆商品部占 11.2%、景点占 11.1%、集贸市场占 11.1%。

港澳同胞对购物场所的选择是:综合商店占 42.1%、集贸市场占 24.7%、旅游定点商店占 11.0%、免税店占 10.9%、景点占 5.7%、宾馆商品部占 5.6%。

台湾同胞对购物场所的选择是:综合商店占 29.4%、旅游定点商店占 18.4%、免税店占 16.1%、集贸市场占 14.4%、宾馆商品部占 11.2%、景点占 10.5%。

2、按团体和散客分 团体游客对购物场所的选择是:旅游定点商店占 26.9%、综合商店占 17.9%、景点占 15.8%、集贸市场占 13.7%、宾馆商品部占 13.3%、免税店占 12.4%。团体游客在旅游定点商店购物的比例最高。

零散旅游者对购物场所的选择是:综合商店占 35.7%、集贸市场占 14.6%、免税店占 13.9%、旅游定点商店占 13.5%、宾馆商品部占 13.2%、景点占 9.1%。零散旅游者在综合商店购物的比例最高。

(五)、对商品质量和价格的评价

1、商品质量的评价 海外旅游者对我国商品质量的评价分为三类:认为质量较好的占 28.4%,质量一般的占 64.2%,质量较差的占 7.4%。对商品的质量,虽然不少游客认为是比较好的,但认为质量一般的评价比例高达 64.2%,说明我国商品质量仍需改进和提高。

(1).按客源地分 外国人对商品质量的评价是:认为质量较好的占 34.1%,质量一般的占 57.1%,质量较差的占 8.8%。