



实用旅游经济学课件



第三章 旅游需求与供给



1

旅游产品需求

2

旅游产品供给

3

旅游产品供求矛盾规律

案例导入：年轻群体旅游需求

产品升级：亲水及户外活动受青睐

6

休闲旅游搜索十大关键词



最受消费者青睐的游玩项目

信息来源：2017休闲度假指数，2017年中国旅游目的地白皮书

《2021微度假风行报告》

- https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA3NTAyNDcxNw==&mid=2651175887&idx=1&sn=b3f59f2064d94e10f2922afbd7c5819a&chksm=8487cbedb3f042fb9a2ef3b6ac7b60f2d4f960c1199a3032e4344561705675da5751c9628bd1&mpshare=1&scene=24&srcid=12024gpAuKDvcLrAytDDUyXN&sharer_sharetime=1638442282616&sharer_shareid=04ce55c46faa7e3b6036638eec0c11b6&ascene=14&devicetype=android-29&version=28001057&nettype=cmnet&abtest_cookie=AAACAA%3D%3D&lang=zh_CN&exportkey=AXJoeCpWWYXppo8v9vY%2F6F4%3D&pass_ticket=bMRLmSWwAxLiZY7sfgFCV9T8GXF%2BI563yN2aXCyIrxhfUTtQ%2F0iMK2D9nMcAF9Gv&wx_header=1

第一节 旅游产品需求

一、旅游需求的概念

- 旅游需求，顾名思义就是人们对旅游活动的需要或要求，是人们在**一定时期内愿意并能够以一定货币支付能力购买**旅游产品的数量。旅游需求是旅游经济学研究的一个重点，从许多方面看，决定旅游目的地、旅游行业独立化及经营能力的首要因素是市场对旅游服务的需求。

一、旅游需求的概念

1. 旅游需求表现为旅游者对旅游产品的购买欲望。
2. 旅游需求表现为旅游者对旅游产品的购买能力。
3. 旅游需求表现为一种有效需求。

二、旅游需求的特征

(一) 旅游需求的指向性

1. 旅游需求时间指向性：淡旺季
2. 旅游需求地域指向性：热点冷点

时间指向性



时间指向性



地域指向性



二、旅游需求的特征

(二) 旅游需求的多样性

案例：休闲时代旅游需求的十大趋势

- (1) 大众化需求
- (2) 休闲化需求
- (3) 学习化需求
- (4) 预约化需求
- (5) 远程化需求
- (6) 理性化需求
- (7) 多元化需求
- (8) 体验化需求
- (9) 精神化需求
- (10) 短期化需求

二、旅游需求的特征

（三）旅游需求的综合性

旅游者在出行之前，总是将旅游产品从食、住、行、游、购、娱等六方面进行考虑，其目的是花费一定的时间、精力、费用所获得物质上和精神上的满足。

（四）旅游需求的复杂性

- 是受人的心理活动的复杂性所决定
- 是受旅游环境的复杂性所影响

案例：旅游需求的复杂性

- “人们对旅游的认识不再停留在‘看山看水看风景’阶段，开始走向‘观文品史、体验生活’的新阶段。”
- 去看一场电影，听一场音乐会，欣赏一场展览，都可以让周末的生活更为丰富多彩；当然，还可以择一郊区小镇，度过周末的美好时光。

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/956123151154010122>