

2010年中级旅游专业复习指南（10）经济师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/646/2021\\_2022\\_2010\\_E5\\_B9\\_B4\\_E4\\_B8\\_AD\\_c49\\_646946.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E4_B8_AD_c49_646946.htm)

旅游竞争调节机制一、旅游竞争对旅游供求关系的调节作用旅游市场竞争是指旅游产品供给者之间以及旅游产品供需双方之间为了获得经济利益，在市场上进行的抗衡或较量。这种抗衡或较量存在于市场经济的各个方面和全过程，是价值规律的特殊表现形式。二、旅游竞争的目标与途径在不同时期和不同的市场状况下，旅游竞争的目标随各有不同，但最终都是为了获取最大的利润，而实现这一终极目标的途径无外乎通过对旅游者和旅游中间商的竞争，直接或间接地吸引更多的游客到访并在目的地进行更多的消费，从而1、竞争游客2、竞争旅游中间商三、旅游竞争策略竞争是市场经济有效性的最根本保证。市场机制正是通过优胜劣汰的竞争迫使企业降低成本、提高质量、改善管理、不断创新，从而达到提高效率、优化资源配置的效果。旅游企业在日益激烈的市场竞争中，要求得生存和发展的机会，除了要有切实可行的竞争目标和竞争战略外，还必须选择与其相适应的竞争策略，方能达到与预期的目的。（一）价格竞争策略（二）非价格竞争策略1、高质量创新策略2、宣传促销策略编辑推荐：2009年中级旅游经济专业考点精粹2010年中级旅游专业复习指南汇总 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)