

# 目录

一

文化驱动下美食旅游发生了怎样的变化?

二

美食+文化催生出哪些热门新业态?

三

美食文化如何助力美食爆款从“网红”变“长红”?

四

美食文化如何成为旅游产业新质生产力?

五

文化驱动下美食旅游面临何种挑战?

六

美食文化何以赋能美食旅游高质量发展?

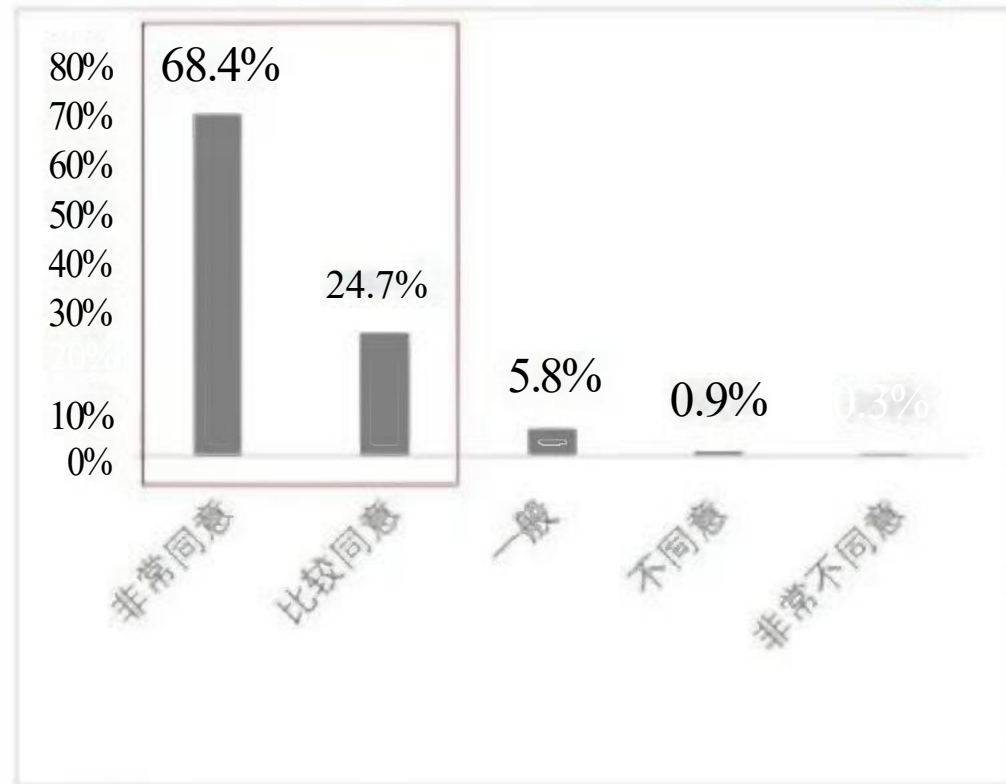


文化驱动下美食旅游发生了怎样的变化?

## (一) 美食文化体验成了游客主要的目标指向

首先，随着大众旅游的不断发展，美食其在游客体验中的地位发生了重大变化，已成为游客规划行程时的重要考量因素，甚至成为旅游的核心目的。

93.1%的游客认为体验美食是前往外地旅游的主要因素



游客对体验美食是前往外地旅游主要因素的认同程度

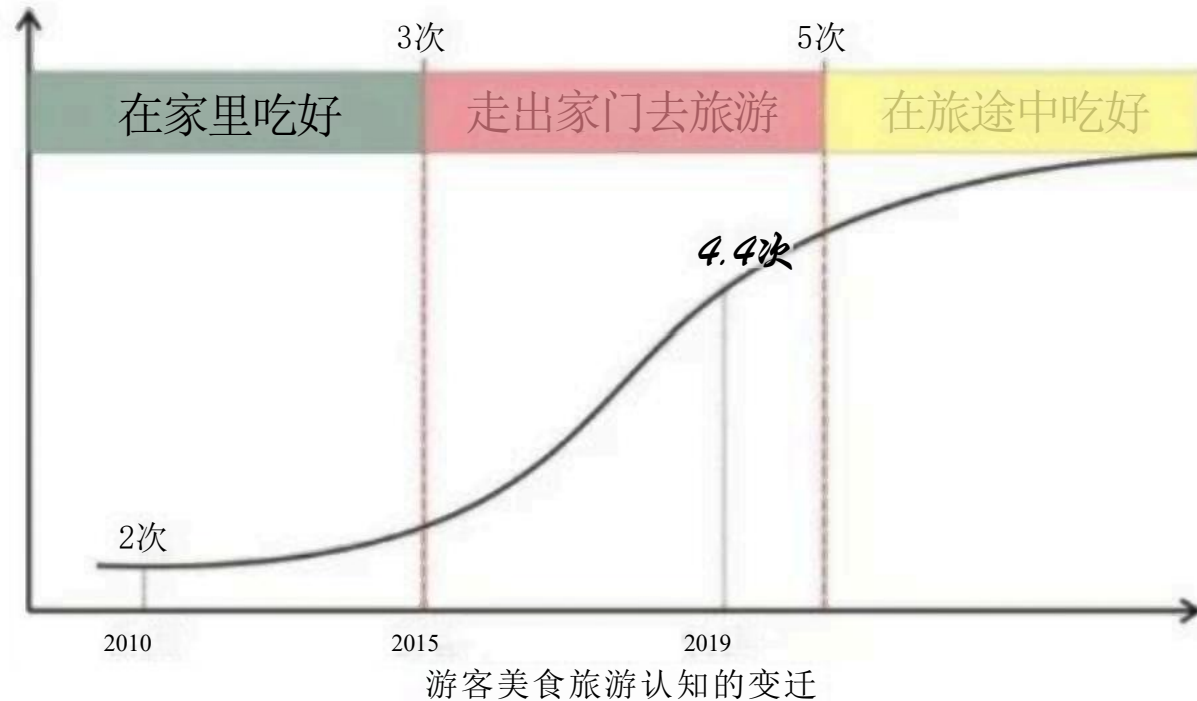
## (一) 美食文化体验成了游客主要的目标指向

美食旅游认知的变迁，让美食文化体验成为游客旅途中的重要选项。

2010年，“在家里吃好”是游客对美食的主要诉求。

2015年，旅游开始进入老百姓的日常生活，“走出家门去旅游”逐渐成为常态，品尝体验异地美食和美食文化开始成为人们旅游的关注事项。

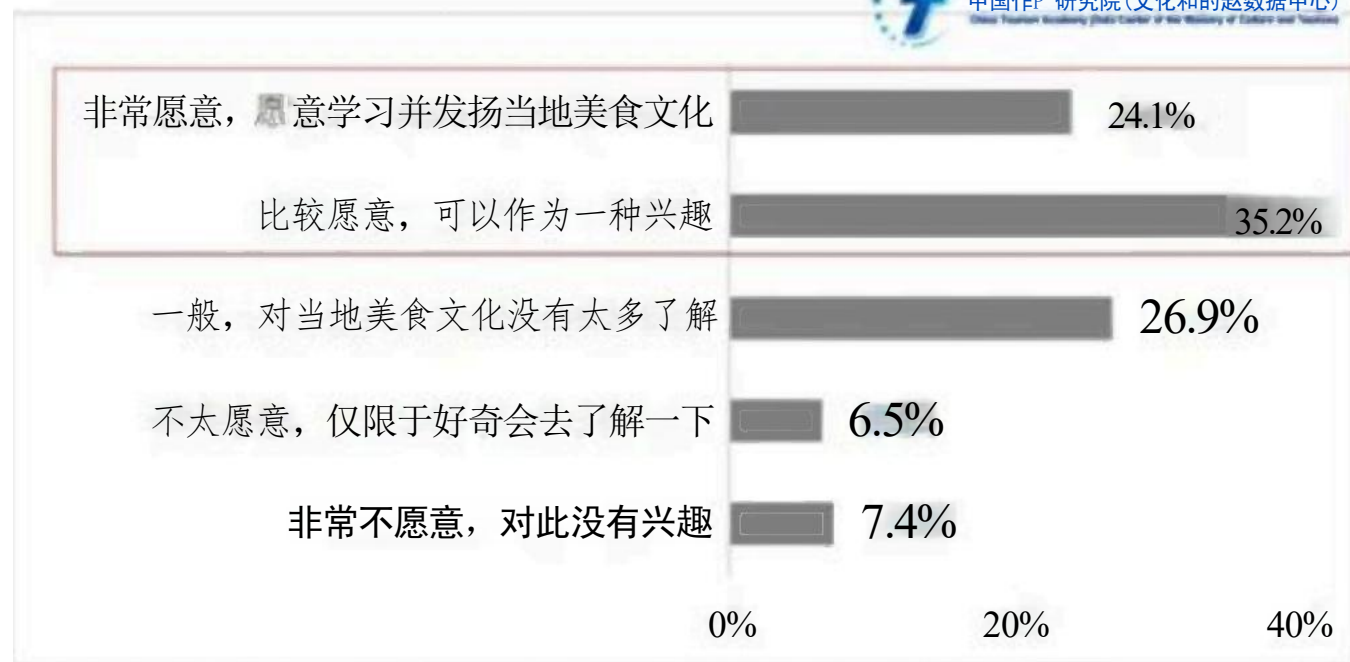
2019年以来，我国进入了感受美好生活的中高级阶段，以旅游的方式享受异地美食、品味美食文化成为游客的重要选项。



## (一) 美食文化体验成了 客主要的目标指向

同时，美食旅游认知的变迁也促使游客更加追求深度体验和文化连接。他们不再满足于简单地品尝美食，而是希望通过美食感受到当地特有的生活气息和人文魅力。

近六成的游客愿意进一步了解目的地美食文化。



游客对了解当地美食文化的意愿程度

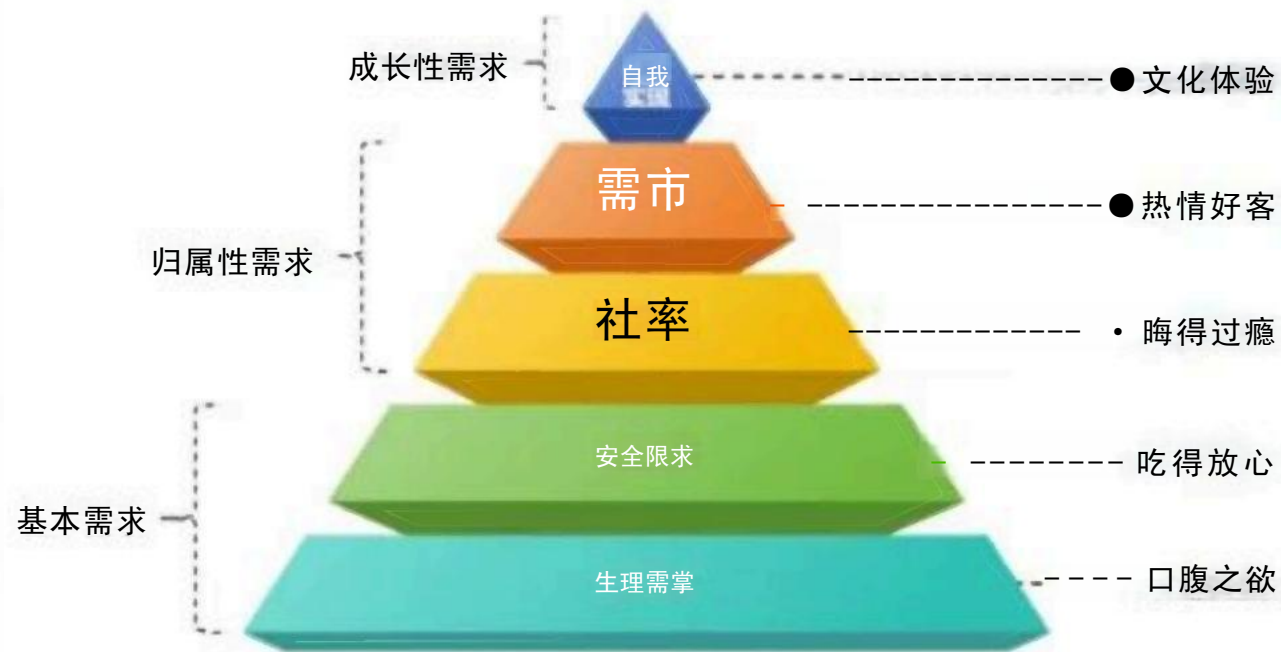
## (一) 美食文化体验成了游客主要的目标指向

对美食文化体验的需求根植于游客美食旅游需求的升级。

第一个层次的美食旅游需求为基本需求，包括口腹之欲、吃得放心。

第二个层次的美食旅游需求是归属需求，包括社交需求和受尊重需求。

第三个层次的美食旅游需求为成长性需求，即美食文化体验需求。



基于马斯洛需求层次理论的美食旅游需求模型

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/907140034020006161>