

# 微旅游研究综述

赵红莉

(武夷学院 旅游学院,福建 武夷山 354300)

**摘要:**为满足多元化、多层次、复合型的旅游需求,2008年,中国在旅游工作会议上将现代旅游业转型作为国家层面的旅游发展战略,明确提出新型旅游产品的开发,使之更具有休闲化、体验性、多元化、特色化。微旅游作为一种新型的旅游形式,在出游时间、方式、目的地、活动内容等方面更加灵活自由。它与短途旅游、背包旅游有着本质的区别,具有时间短,距离近,小众市场,体验性强,无景式,消费少,随意性大等特色,这正迎合了中国旅游产品转型的市场需求。微旅游的发展应在政府部门引导和旅游企业参与之下,遵循自身特色和传统旅游开发的基本性原则,抓住特色旅游市场需求,创造新型的微旅游产品,改善旅游服务质量,努力挖掘潜在微旅游市场,运用信息网络平台加大营销力度,在现有的旅游政策基础上完善微旅游保障机制。唯其如此,微旅游得以持续稳定地发展,促进中国旅游业的有效转型。

**关键词:**微旅游;旅游产品;旅游市场;短途旅游;背包旅游;自助旅游

**中图分类号:**F590.7;C93 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-8580(2014)05-0073-09

## 一、引言

2010年,随着新浪微博的正式上线,标志着中国已经进入微时代。现今“微”字已经对中国人的日常生活和语言生活造成深刻影响。于是出现了微电影、微分析、微公益、微祝福、微达人、微信、微爱情、微淘、微支付、微理财、微客服等一系列与“微”有关的词语和现象。随着中国旅游业的不断发展,2011年也出现了带“微”字的“微旅游”一词。微旅游的流行离不开当今快节奏生活方式的影响,新时期的旅游者特别是青年人的时间越来越碎片化,由于压力的存在有着强烈的出游动机,他们不拘泥成规,不限于假期,不在乎旅游的目的地,看重的是在旅游过程中的发现、体验、惊喜与放松,于是就有了微旅游<sup>[1]</sup>。

在国外,没有“微旅游”一说,只是笼统指休闲旅游。2002年澳大利亚昆士兰大学的尼尔首次论述了休闲与旅游的关系,并对休闲行为与旅游体验行为的区别进行比较研究<sup>[2]</sup>。如今,休

---

**基金项目:**福建省教育厅社会科学资助项目(JA13314S)

**作者简介:**赵红莉,硕士,讲师(E-mail:wyszhaohongli@126.com)

闲旅游现已成为城市居民日常生活的重要部分,它的出现标志着现代社会文明的进步。据国外学者预测,2015年左右,发达国家将陆续进入“休闲时代”,发展中国家也将紧随其后,休闲业将取代信息产业成为推动全球经济增长的第一引擎<sup>[3]</sup>。

2008年国家旅游局邵琪伟局长在中国旅游工作会议中将“转型升级”、“转型增效”上升为国家层面的旅游发展战略,这意味着中国在未来的数年里将进入现代旅游业转型期,其中旅游产品的升级转型成为业界和学界关注的焦点,学术界对此争议颇多。比如刘思敏认为中国需要走出“从观光旅游向度假旅游转型”的误区<sup>[4-5]</sup>;徐菊凤认为西方传统主流的旅游方式是以度假旅游为主,中国则以观光旅游为主,随着旅游价值观的变化,多元化与休闲化将是中国旅游发展的大方向<sup>[6]</sup>;张广瑞认为观光旅游与度假旅游是满足不同旅游市场需求的两种产品,旅游产品转型应该以旅游市场需求和当地开发条件为依据<sup>[7]</sup>;刘少和认为我国旅游产品应从事务性旅游到休闲性旅游,从单一观光旅游产品向以观光旅游与休闲度假为基础的多元化休闲旅游产品转变,同时还需要向创新化、体验化转型,从服务经济向体验经济升级<sup>[8]</sup>。徐福英认为在产品开发方面应大力推广“短、平、特”(短途、平价、特色)旅游产品,成倍提高乡村和城郊旅游市场规模,加强旅游产品组合编排,完善自助旅游服务体系<sup>[9]</sup>。微旅游是一种休闲体验性强的新型自助旅游,具有时间短、距离近、消费低的特点,这正迎合了当今中国旅游业转型所需的休闲旅游产品。然而与其他休闲性的旅游如背包游、周边游相比较,我国目前对于微旅游专门性的理论研究还比较缺乏。从当前所能查到的学术文献看,尚未有研究微旅游的著作,有关的学术论文也屈指可数,目前只有3篇,且都是发表于一般性的刊物,而在有关新闻报纸上的发表或媒体报道相对比较多见。为此,在当今中国旅游业转型的背景之下,研究微旅游及其发展实属必要,不仅利于丰富休闲旅游产品内容,促进旅游多元化和城乡经济的平衡发展,还能有效补充微旅游理论研究的不足,以期提供理论参考。

## 二、微旅游概念界定

对于微旅游的概念,当前尚未有统一的定论。最早的定义是来自2011年的新民晚报:“微旅游”就是指短小的旅行,随时可以出发,不需要太多的行装,不需要长时间精心计划和刻意安排;可能到一个陌生的城市,走一条陌生的小路,看陌生的一切;也可能逗留在生活的城市,逃离电子产品,只是读读书、晒晒太阳、发发呆,甚至只是慢慢享用一顿可口的大餐或在丝瓜棚下尝尝农家土菜<sup>[10]</sup>。之后,这一说法被广泛引用。

随着各地微旅游的不断兴起,学术界对微旅游概念的论述也层出不穷。贾云峰认为微旅游是区别于长时间、远距离的中长途旅游,具有时间短、距离近、成本低、慢体验的特点,目的是为了避开长途跋涉奔波的疲累和繁琐的旅游筹备,就近地、随行地进行一次彻底放松身心、体验另一种生活乐趣的休闲旅行<sup>[11]</sup>。随即,同年中国旅游新闻网在调查、总结各地微旅游发展状况后提出:微旅游即指不需要太多的时间,不去太远的地方,不准备太多的行装,不为某个景点而前往,也不必做行前的周密计划,要的只是一种旅程短、费用低、又具特色的休闲之旅<sup>[12]</sup>。

吕杨、周磊认为“微旅游”是利用被分割的“微时间”,进行化整为零的“微消费”,形成细致真实的“微体验”<sup>[13]</sup>。

熊丽蓉、张文建把微旅游看成是一种短小精悍的旅游;并指出微旅游比传统旅游产品的旅游时间更短,游玩距离更近,旅游人数较少,出行更加灵活自由,不以传统的观光景点为目的,更加注重旅游者在整个行程中的体验性与互动性<sup>[1]</sup>。

何鑫、汪京强从传统旅游的暂时性、异地性和非生产性三要素和短途旅游的区别来界定微旅游是具有旅游属性的休闲方式<sup>[14]</sup>。

结合当下学者对微旅游的概念,可以理解为:微旅游,即一种利用零散的闲暇时间,为释放压力,放松心情,无需太多计划与筹备,随意到市郊宁静的乡村或山间进行为期 1—2 天低消费的休闲体验旅游。

### 三、“微”本质

微旅游是一种新型的旅游形式,一些消费者在其概念的理解上,往往会误解为类似于“换汤不换药”的短途旅游、背包旅游。其实,从某些方面比较三者,还是有一些明显的本质区别(见表 1)。

表 1 三种不同旅游形式本质区别

区别内容	微旅游	背包旅游	短途旅游
类型、目的	自助旅行。释放工作、生活和学习压力,不求常规景点,寻求轻松自由的休闲体验性旅游。	自助旅行。逃离日常生活,减轻自身的社会压力,放松心情,重视与当地人的交流和互动,为了能够真正地体验和融入其中。	半自助旅行。放松心情,以传统的观光旅游为主,注重景点质量。
时间范围	时间短。旅游时间灵活,除大小长假之外的零散闲暇时间,一般以 1—2 天为宜。	时间不定,但较长,一般为 4—24 周,甚至更长。	时间可长可短,一般利用大小长假的闲暇时间。
空间跨度	就近旅游。都市内部或市郊乡村地区,一般在市内、周边 300 千米辐射范围内。随着交通工具的不断升级,范围有扩大趋势。	距离比较远(有时还很偏僻),有的甚至跨国。	距离较近,一般在省内、周边 400 千米辐射范围内(含微旅游的近郊游或都市周边游、周末游)。随着交通工具的不断升级,范围有扩大趋势。
决策行为	无需太多的计划或装备,随意性大,即兴旅游。	有计划有准备。	有计划有准备,有的参与旅行社的团队旅游。
交通行为	汽车、动车、自行车皆可,甚至可以徒步。	一般以徒步或乘坐公共交通为主;部分人选择出租汽车或自行车;另外也有选择在目的地购买车辆的。	以乘公共交通汽车或自驾车或列车(含动车)为主。
旅游主体	都市上班族(包括单身族、已婚族)、高校学生,以青年人为主。	以闲暇时间比较宽裕的青年人为主,如自由职业者,自主创业者,探险者等。	群体不限,身体力行者。

资料来源:根据文献[14-16]整理。

### 四、“微”特色

根据媒体和学者对微旅游的概念性研究,总结微旅游具有以下几点“微”特色。

#### (一)“微”时间

微旅游基本限定在一日游的范畴内,最多不超过两日游。主要集中在周末(与小长假非重叠部分),也有的是在平时上班期间的闲暇时间,在时间上类似于一日游、二日游、周末游。

随着现代生活节奏不断加快,都市中里的上班族和高校学生面对现实的工作、生活和学习压力,难以挤出闲暇时间进行旅游以释放压力。两日以上的多日游耗时耗力,需要精心计划和刻意安排,较长的闲暇时间对于上班族和高校学生来说不会因为工作、生活和学习压力可随时转移或提前。另外,大小长假的集中旅游不仅增加人们出游的时间和开销成本,由于拥挤而造成体力上的劳累也严重影响了旅游者的旅游体验感受,造成旅游满意度和质量低下,进而影响旅游者的重游率。微旅游的出现,使得原本零碎的闲暇时间能够得到充分有效利用,正好满足时下生活紧张青年人。微旅游不一定需要大小长假,只要微旅游者能抽出半天或一天或两天的时间,就可以体验一场既愉快又轻松的短暂旅行,将压力得以释放。如市场上出现的 CityWalks、SideTours 与 TravelTime 等“微旅游”活动,持续时间都较短,参与者最多花一天的时间便能享受到一次微缩的旅程<sup>[1]</sup>。

## (二)“微”空间

由于微旅游的时间短,空间上微旅游不会像中远程旅行那样跋涉,微旅游者的游憩点可能是其熟悉的城市或乡村的某一处,可以坐汽车或自驾车或骑车,也可能步行就能到达的目的地。随着现代交通的不断完善与升级,自驾游、动车游、高铁游迅速兴起,微旅游活动的空间跨度一般在市内、周边 300 千米辐射范围内。主要分布在都市区和近郊乡村游憩地,少数微旅游位于远郊区<sup>[7]</sup>。在空间上类似于周边游、近郊游、远郊游。

## (三)“微”主体

微旅游的主体是一个较为小众的市场,微旅游者与大众旅游者有着鲜明的差别<sup>[1]</sup>。客源上,微旅游者以都市上班族(含单身族和已婚族)、高校学生为主,工作、生活或学习压力较大;年龄、学历方面,多为青年人,文化程度较高;思想方面,微旅游者追求独立、自由的生活,喜欢使用微博、微信等信息化工具,他们在旅游过程中在意的是自我情感的表达。根据旅游业内人士介绍,微旅游简单、随意的形式受到市民的青睐,在白领阶层更是十分受宠。

## (四)“微”消费

物美价廉是众多消费者所期望的。由于微旅游的活动相对简单,无需投入太多成本,不设立门票,产品定价较低。这种定价无论是对于都市上班族还是高校学生都能接受,不会使他们犹豫不定,而且还可能引起他们的持续关注或重复购买,让微旅游市场经久不息。

## (五)“微”内容

微旅游的开发是为了鼓励更多人尤其是年轻人走出家门,以缓解工作、学习或家庭带来的压力,追求一种体验式的旅游活动,对旅游景点要求不高。有时就是到附近一个宁静偏僻的小村庄走走,闻闻乡村田野的鸟语花香;有的也可能是暂时为了逃离都市的喧嚣,去山间踏青散步而已;还有的是骑车或是开车到更远的较僻静的地方体验民情或地方农村文化活动。微旅游者不在意是否观光型的旅游产品,而更在乎的是体验性强的休闲旅游产品。从心理需求角度看,微旅游者在乎的不是美好的风景,而是看风景时的心情,以求休闲、求体验、求释放、求补偿、求个性化的心理需求,内容形式多样,比如可去主题公园游乐、去郊外烧烤或钓钓鱼、去城郊泡泡温泉、去乡下观赏田园风光等等,没有跟团旅游的诸多不便,一切全凭自己做主<sup>[8]</sup>。所以,微旅游者不选择常规集中旅游的景区或景点即无景式旅游。

## (六)“微”体验

微旅游者大多为都市上班族和高校学生,他们旅游的目的就是为了摆脱工作和学习的压力,获得休闲和体验的空间。他们在一定程度上引领着社会旅游消费的潮流,比其他旅游人群更加追求个性化的旅游体验,要让微旅游者在微旅游中感受到有别于其他旅游体验。这种求释放、求解脱的旅游动机决定了微旅游者相对于其他群体对个性化的体验型旅游产品有更高的需求,比如去农家采摘农产品、去农家参与体验加工农产品制作过程(如制茶、自酿葡萄酒)等这些体验性强的活动。

## (七)“微”准备

一次完整的旅游行为发生必须具备三个基本条件:经济能力、闲暇时间和旅游动机。一般情况下,经济能力和闲暇时间是阻碍人们出游的主要限制因素,而微旅游费用低,时间灵活,无需等到大小长假,相对中远程旅游来说,这两个因素对微旅游的限制会小得多,影响极为有限。为此,旅游动机就成了微旅游者能否实现旅游行为的决定性因素。由于微旅游动机的产生不可预测,很多潜在的微旅游者往往是因为偶然之间或临时起意而产生的动机,具有一定的偶然性和随意性,这说明微旅游者的旅游出行并没有完整的计划。相对于中长途旅行,微旅游的形式更加轻松,拿起背包说走就走,无需太多准备,出游时间和方式随意性大。这种随意性、即时性非常适合身心放松、追求休闲生活旅游者的旅游动机,很大程度上也削弱了旅游者出游的阻力,使众多的潜在旅游者能够最大限度地转化为现实微旅游者,利于扩大微旅游市场。

## 五、“微”策略

微旅游是近几年兴起的一种新型休闲旅游产品,正在为旅游地带来无限商机。然而,面对日益盛行的微旅游,其在产品设计、开发、营销、政策体系等方面还未完全步入正轨。旅游地有关政府部门和旅游企业应当根据微旅游的特色和当地条件制定一套行之有效的策略,才能将“微”商机转化为大财富。

### (一)遵循“微”原则

#### 1. 就近原则

由于微旅游的活动空间与旅游者出发地之间距离近,故微旅游地域空间不宜太远,遵循“距离衰减规律”,按照现今的交通状况,一般控制在 300 千米的空间范围内。比如在都市周边可以考虑开发周边游,市郊游;稍远一点可开发一日游、二日游、自驾游等。

#### 2. 非主景原则

根据微旅游的微内容即无景式的特点,在规划微旅游项目时不应按照常规的旅游景区规划进行设计开发,应将城市及其周边的乡镇等非常规景点作为微旅游的景区来规划开发,不设立门票收费,便于微旅游者自由出入,达到个性化、特色化的景观效果<sup>[9]</sup>。可考虑开发自助游、乡村游、农业游、工业游、森林游、村野游等。

#### 3. 整体性原则

根据微旅游的随意性特点,微旅游者一般是走到哪儿吃住就在哪儿,为此,这些内容所涉及的交通、餐饮、住宿以及不可或缺的现代信息通讯设备等相配套服务体系就要进行改造或

建设,但要考虑与正在改造或建设的城市、乡镇形成整体效应,达到协调的景观效果<sup>[19]</sup>。

#### 4. 特色化原则

龙行网导游郭靖表示有的旅游者会认为微旅游与自助游差不多,只不过是地点选在离家更近的周边地区。其实,微旅游者对周边景区环境及其配套设施的要求并不会降低,他们对价格更加敏感,故旅行社在包装微旅游产品更需要创新,挖出更多符合未来发展趋势,又别于传统旅游概念的新元素。不一定要针对高端市场,但是,要在细节上追求精致,还需要一些比较特色的垄断性资源(如茶叶、果蔬、毛竹等农业资源),提供高品质、个性化的特色产品才能受到微旅游者青睐,否则“换汤不换药”的产品难以打动他们<sup>[20-21]</sup>。

#### 5. 可持续发展原则

在开发微旅游产品时,必须有可持续发展的观念,以旅游可持续发展为目的。不能破坏都市周边或乡村的自然和人文风貌,保证人与自然的和谐;不能对当地居民的生产和生活造成不良影响,保证环境生态效益、社会效益和经济效益的同步<sup>[22]</sup>。

### (二)抓住“微”商机

随着微时代的到来,微旅游为平静的旅游市场注入了新活力,成为一种新时尚、新趋势,为旅游企业带来无限商机。而旅行社想要抢占这种“微”商机,需要俘获旅游者的心理需求,在微旅游的产品设计上下功夫,注重开发品质旅游,让大家享受旅行,爱上旅游。

首先,旅游经营企业应加强创新理念,鼓励并支持员工创新,制定创新奖励机制;其次,注重创新人才的培养。旅游经营企业应对员工进行创新能力评估,加强相关员工的岗位培训,提高创新能力,并组建一批创新专业团队,便于挖掘利用旅游市场潜在的“微”商机;最后,积极调查分析微旅游者的旅游需求,加强对微旅游产品内容的创新,深度挖掘都市或乡村文化的内涵,结合社会旅游时尚,重视开发非常规景点,设计出或新或奇或特的体验型微旅游产品,吸引广大旅游者前来消费。目前,一些旅行社在网站上已经开始关注微旅游市场的开发,把传统旅游产品的包装进行创新,即把固定的传统旅游线路改成菜单式、组合式的可选择线路,推出短途“微旅游”套餐,微旅游者可自由选择门票加酒店的自驾游和大巴或短途动车加门票、酒店的半自助旅游<sup>[23]</sup>。这种微旅游套餐能最大限度满足旅游者的个性需求,有别于传统的旅游线路,更偏向自助型产品,既方便又省心,现已逐步成为各旅行社定制微旅游的一大趋势。

### (三)改善“微”服务

由于微旅游追求的是无景式旅游,与传统旅游相比,对旅游资源质量的要求不高,但特别注重旅游中的体验活动,为此,在整个旅游活动中,旅游服务工作人员作用就显得尤为重要。为保证微旅游者获得满意的旅游体验,首先,无论是旅行社还是旅游点的服务人员,都应树立“服务至上”、“游客就是上帝”的思想观念;其次,加强旅游服务管理。旅游经营者要加强对服务人员的岗前专业培训,提高员工的服务工作能力,将微旅游服务标准化、规范化、统一化、细微化,尽所能地做好微旅游中的每一处“微”细节,有效完成旅游服务,以提高微旅游者的满意度,增加重游率,增强企业竞争优势。比如辽宁铁岭的当铺屯村 2010 年在当地旅游局和村委会的开发与管理下,抓住都市人的旅游心理,契合当前旅游业态,嵌入微旅游模式,精心打造出一种供都市人体验的山水田园短期休闲度假旅游模式,采取“五统一分”的管理方式,即统

一管理、统一接待、统一标准、统一价格、统一安排食宿,分户结算;在服务接待上也实行“五统一”,即统一灯箱标识、统一服装、统一被褥、统一餐具、统一厨卫标准<sup>[24]</sup>。这种管理模式既能保证旅游服务质量,还能避免无序的恶性竞争。

#### (四)扩大“微”市场

目前,微旅游市场主要还是针对都市上班族和高校学生群体。随着全国多地陆续开展微旅游,客源市场在不断扩大,除了主要的上班族和高校生群体外,其他群体也正在加入这种以健康休闲的旅游活动中。比如退休健康的老年人(60—70岁),随着我国老龄化的不断加强,银色市场是一支潜力非常大的旅游群体,由于他们在经济和时间上的特殊性,旅游需求并不弱。虽然他们的身体状况和灵敏度不如青年人,但他们可以参加一些就近的轻松、便捷易于健康的体验活动,丰富老年人的生活乐趣。比如在政府和社区的支持下,运用微旅游模式在大都市的住宅小区可以考虑开发微旅游产品——“社区游”。这种产品是以旅游业发展为纽带,以旅游市场增长带动旅游产业发展,推动社区全面建设,以特色社区吸引积聚人气、以景观环境改造推动生态提升,以人居品质优化促进民生改善为发展模式,打造景区化社区<sup>[14]</sup>。2013年南京市鼓楼区在有关部门的支持下将全区的特色街巷、场馆进行旅游化改造,打造成具有观赏游憩价值的“微景点”,这是鼓楼区对微旅游发展模式的一种新探索。在不同社区推出了不同的微旅游形式,如石头城社区“历史文化”游、紫金智梦园“创新创业体验”游、颂德里社区“乒乓文化”游、下关体校“羽毛球体育”游、丁山社区“电影文化”游、颐和路社区“将军文化”游、马台街社区“广厦美术”游等七大主题旅游体验项目,活动内容丰富多样<sup>[14]</sup>。这种微旅游产品不仅能满足老年人的旅游体验需求,又能吸引小区其他年龄段的居民前来参与体验,利于挖掘潜在微旅游市场。

#### (五)注重“微”营销

在激烈的竞争中,为抢占旅游市场,以有效吸引游客为现实目标,各旅游地在旅游宣传和促销上,投入越来越大,手段越来越新。在网络营销普及的今天,旅游经营企业应对微旅游打造多元化互动宣传平台,如SNS社交网络、微博、微信、微电影以及携程旅行网、穷游网、驴评网、团购网等网络平台,在分析传统目标市场和潜在市场特征的基础上,对微旅游进行必要的口碑营销,向旅游者呈现微旅游产品的优势、亮点和潜在价值<sup>[125]</sup>。

#### (六)完善“微”政策

微旅游的发展在很大方面需政府部门的大力支持,相关的旅游政策及规章制度还需政府部门牵头统一制定和实施。随着各地微旅游的不断开展,目前还未有一套完整的关于微旅游的管理制度与政策。为此提出以下建议。

##### 1. 建立一个多部门的协调组织管理机制

微旅游的开发关系到城市与目的之间的各种资源利用,牵涉多个部门,比如国土资源、交通、农业、林业、财政等。作为旅游开发的旅游行政主管部门不仅要协调好多个部门的关系,还要做好村民的工作。为此,旅游行政主管部门有必要发挥主导作用,建立一个多部门和村民共同参与的协调组织管委会,具体负责景观建设、微旅游者往返的交通运输、旅游接待服务、投诉处理等等相关工作<sup>[26]</sup>。

##### 2. 建立资金政策改革与创新机制

国家和地方政府应制定微旅游开发相关的资金扶持政策,积极争取多元化多渠道的投资融资,吸引集体、个人和外来资金,投入到城乡道路建设、农村建设、特色农产品综合开发、文化资源保护、乡村民宿或自助营地建设等方面<sup>[9]</sup>。

### 3. 建立利益分配改革机制

微旅游的发展不存在门票收益,旅游收益主要来源于微旅游者在目的地住宿及旅游体验项目的消费,如民宿吃住、乡村农产品采摘及相关的文化活动体验等。而这些收益必须制定合理的分配机制,如股份分红、生态补偿等方式,采用合法分配手段,使直接和间接参与者都能从中获益,避免利益分配不均引发矛盾冲突而阻碍微旅游持续稳定地发展<sup>[9][27]</sup>。

### 4. 制定旅游教育政策

由于微旅游涉及市郊的乡村地区,为提高当地居民的服务意识和水平,能更好地完成旅游接待服务工作,首先,政府及相关教育部门应对村民推行本土文化与自然的知识教育,便于村民能更好地了解和掌握本地的文化旅游资源和自然物产丰饶度;其次,由政府和相关旅游部门牵头引导,与都市的相关高校建立校企合作,实现产学研结合,高校可派相关专业教师对当地居民进行必要的专业、职业授课培训。

### 5. 制定旅游安全保障制度

微旅游是一种新型的户外自助性旅游,与传统旅游一样,涉及吃、住、行、游、娱等旅游行为,有爬山涉水等旅游活动,旅游安全不可忽视,所以在发展微旅游时,国家和地方有关部门应制定并实施关于微旅游安全管理条例,比如通过立法明确禁止集体和个人有偿组织微旅游活动;明确微旅游者的权利与义务职责;加强微旅游的安全宣传教育,提高群众的旅游安全意识;开展微旅游的意外伤害保险等等管理办法<sup>[28]</sup>,适当引导,使微旅游规范发展、安全有序。

总之,由于微旅游的特色,它的开发与发展需要政府的引导,旅游经营者的协助参与,各相关部门充分发挥自身的职能作用。根据微旅游者的特征将旅游需求落到实处,不断创新微旅游产品和改善微旅游服务质量,加强休闲体验型微旅游产品的开发,想微旅游者之所想,才能在微旅游发展中取得效益,引导微旅游往更好的方向发展,顺应旅游业的转型。

## 参考文献:

- [1] 熊丽蓉,张文建.从“微旅游”兴起看都市旅游新形态[N].中国旅游报,2013-08-23.
- [2] Neil Carr. The Tourism-Leisure Behavioral Continuum[J]. Annals of Tourism Research, 2002, (4): 970-985.
- [3] 屠高平.郑州市居民休闲旅游的现状调查及对策研究[D].河南大学,2007:1.
- [4] 刘思敏.走出“从观光旅游向度假旅游转型”的误区(上)[N].中国旅游报,2007-08-08.
- [5] 刘思敏.走出“从观光旅游向度假旅游转型”的误区(下)[N].中国旅游报,2007-08-10.
- [6] 徐菊凤.中国休闲度假旅游研究[M].大连:东北财经大学出版社,2007:1-2,83-86.
- [7] 张广瑞.2008年中国旅游发展分析与预测[M].北京:社会科学文献出版社,2008:23-26.
- [8] 刘少和.旅游转型研究综述及我国旅游转型发展的探讨[J].旅游论坛,2008,(3):322-325.
- [9] 徐福英,刘涛.新时期我国旅游业转型升级路径探讨[J].商业时代,2010,(22):125-126.
- [10] 沈敏岚.到不远处晒太阳都市白领选择周末“微旅游”[N].新民晚报,2011-05-02.
- [11] 贾云峰.微时代旅游需要“微策划”[N].中国旅游报,2012-02-13.



- [12] 柏路原.2012 流行微旅游[EB/OL].(2012-02-25)[2014-08-20].<http://www.cntour2.com/viewnews/2012/02/25/cs5gn94cuPN3MF17VwE80.shtml>.
- [13] 吕扬,周磊.南京鼓楼区“微旅游”浅析[N].中国旅游报,2013-12-13.
- [14] 何鑫,汪京强.概念、原因、特点:微旅游的思考[J].湖北文理学院学报,2014,(2):70-73.
- [15] 盛蕾.背包旅游及其特征[J].社会科学家,2003,(7):88-90.
- [16] 朱瑞琪,苏勤,彭敏.国内外背包旅游研究进展及启示[J].旅游论坛,2013,(1):17-23.
- [17] 杨艳.“微时空”视阈下的微旅游研究——以济南市微旅游发展为例[J].华章,2014,(4):55.
- [18] 赵黎明,邢雅楠.基于因子分析法的旅游投资环境评价研究[J].西北农林科技大学学报:社会科学版,2012,(1):101-105.
- [19] 胡海胜.微旅游:现状、内涵、对策[J].旅游论坛,2013,(3):1-5.
- [20] 刘芳.微旅游商机显现[N].中国旅游报,2012-02-13.
- [21] 房士林.关于当代中国乡村旅游的几点讨论[J].江苏大学学报:社会科学版,2012,(3):68-72.
- [22] 方浩范.中国共产党领导人对生态文明建设理论的贡献[J].延边大学学报:社会科学版,2013,(5):66-71.
- [23] 佚名.新华调查:“微旅游”成假日新宠[EB/OL].(2011-10-05)[2014-08-25].[http://news.xinhuanet.com/society/2011-10/05/c\\_122120914.htm](http://news.xinhuanet.com/society/2011-10/05/c_122120914.htm).
- [24] 于岫立.当铺屯在“微旅游”中焕发精彩[N].铁岭日报,2011-11-01.
- [25] 陈卓威,王康力.微传播语境下盐文化旅游推广策略[J].四川理工学院学报:社会科学版,2013,(1):54-57.
- [26] 范春.大城市郊区旅游发展探析——以重庆市为例[J].重庆工商大学学报:社会科学版,2013,(5):54-59.
- [27] 关永彬.财政分权、双重激励与地方政府供给偏好的异质性[J].重庆师范大学学报:哲学社会科学版,2012,(1):102-111.
- [28] 刘雅静,图登克珠.非传统安全视角下的西部民族地区旅游安全探析[J].西藏大学学报:社会科学版,2013,(3):50-55.

责任编辑:万东升

## A Research Review on Micro Tourism

ZHAO Hongli

(Tourism Department, Wuyi University, Wuyishan 354300, China)

**Abstract:** In order to satisfy the diversified, multi-level and complex travel demand, at the meeting of China tourism work in 2008, China National Tourism Administration (CNTA) decided to transform the modern tourism as tourism development strategy of national level, proposed the creation of new tourism products, and made it more leisurely, experiential, diversified and characteristic. As a new tourism form, the micro tourism is now getting more popular for most tourists as to the travel time, the method, the destination and the activity contents. It has essential difference from the jaunt and backpacker tourism. It shows the characteristic of a short time, short distance, niche market, no scene type, less consumption and randomness, which caters to the demand of the Chinese tourism products transformation. In accordance with the rule of the micro tourism, the government departments and tourism enterprises shall follow their own characteristics and the fundamental principle of traditional tourism development to meet the demand of special tourism market, create a new type of the micro tourism products, improve the quality of tourist services, and explore the potential for the micro tourism market. Under the environment of the micro tourism market, the government departments and tourism enterprises shall make full use of the information network platform to increase marketing efforts and improve the mechanism of micro travel security. Based on the existing tourism policy, it is suggested to make sustained steady development of the micro tourism and promote the effective transformation of Chinese tourism industry.

**Key words:** micro tourism; tourism products; tourism market; excursion; backpack travel; self-service travel