解读旅游业的成功密码

——专访宝中旅游·湖南湖湘天下国际旅行社有限公司董事长邱克西

2009年，宝中入湘，不到四年时间，其在省内设立的服务网点已达160多个，创造了业内神话。2013年，中央“厉行勤俭节约”之风劲吹，公务团带来的市场繁荣戛然而止，湖南宝中却逆势而上，斩获营业额同期上涨25%的佳绩。

近年来自由行日趋风行，当传统旅行社因此惊慌失措之时，湖南宝中旅游率先试水电子门票预订系统，成功打响了蓝海突围战。10月1日，《旅游法》将正式实施，业内普遍担忧的价格回归将使旅游市场经历阵痛，湖南宝中旅游却认为这将是一次难得的发展契机。

无论是发展势头还是应对挑战，湖南宝中旅游始终都保持着领跑者的姿态。问及缘由，湖南省旅行社协会的副会长、宝中旅游·湖南湖湘天下国际旅行社有限公司董事长邱克西一语中的：办企业和开车一样，如果我们只盯着眼前，就会心怀忐忑，说不定还会误入歧途，把眼光始终投向远方，我们不仅会获得坚定的信念，还会收获一路的美丽心情。

■三湘华声全媒体
记者 潘海涛
通讯员 赵浪
实习生 易丹

宝中旅游·湖南湖湘天下国际旅行社有限公司董事长邱克西。

宝中模式
加盟新模式打造家门口旅游超市

起源上古的围棋，体现着中国人的传统智慧。“金角银边草肚皮”，先远远地落子，等站稳脚跟了，最后才有实力逐鹿中原。湖南宝中旅游由省内各市州的14家优秀旅行社联合打造而成，在这点上和围棋之道可谓不谋而合。

对于湖南旅行社业界而言，湖南宝中旅游既是一个后来者，又是一个领跑者。后来者，顾名思义主要因他2009年才正式进入湖南市场；领跑者则有两层含义，除了其急速扩张的规模和业绩，更重要的是其创新的“宝中模式”。

宝中模式自诞生之日起，“旅游大鳄”、“旅游神话”、“组团王”等称号就如影随形。何谓宝中模式？从邱克西深入浅出的解释中便能窥见一斑：宝中模式类似于麦当劳，总部组合好后台，提供统一的产品，门店只负责销售，而专线部门则负责与门店对接客源并负责团队的安排和具体操作。他的创新体现在产销分离，通过采用连锁加盟、产销分离、集约采购、统一调度、资源整合的管理方式，打破传统旅行社规模瓶颈，实现迅速成长。

除了抱团取暖、迅速崛起，在邱克西看来，宝中旅游最大的意义在于将“旅游送到了市民家门口”，让市民报名旅游参团也能像购买日用品一样方便，在家门口就可随心所欲地挑选采购。市民走进任何一家门店，都可以享受到快捷服务，只需通过电脑就能自主查询到所有旅游产品，如景点景区、机票、酒店等信息一览无余，甚至包括剩留机位、航班、行程特色等。

正是因为将“深入社区，服务市民”理念深植于心，宝中旅游在将店面送到市民家门口的基础上，还不遗余力的拉动经典景区举办各类社区活动，无论是去年的“冰与火之歌”，还是今年的“崀山红”主题社区活动都极具特色，吸引了长沙数以万计的市民参与。

宝中创新
电子门票预订系统“蓝海突围战”

对于世界更替的永恒议题，《周易·系辞下》曾有这样一段经典论述，“穷则变，变则通，通则久”。这一朴素真理同样适用于当下。在这个日新月异的年代里，特别是竞争日趋白热化的旅游行业中，只有做到人无我有、人有我优，才有可能崭露头角，而后立于不败之地。

近年来，随着市民生活水平的不断提高，自由行也因此日趋风行，这对于依靠组团出游的传统旅行社来说无异于釜底抽薪。正当大多数传统旅行社因此惶惶不知所措之时，湖南宝中旅游却率先试水电子门票预订系统，祭出搭建“游客与景区桥梁”利器，进而顺利摆脱了当下旅游市场的红海攻坚战，成功打响了蓝海突围战。

商机未现，则静若处子；商机一现，则动若脱兔。一名优秀的企业家除了有智慧、有谋略，更得有胆识、有执行力，邱克西便是这样的人。在一次翻看公司业绩报表之际，尽管公司组团市场依然保持递增，但看到自由行游客也同步大幅增长的情况，这个有着十几年旅游从业经验的“老江湖”立刻意识到，该是要改变的时候了。

说干就干，湖南宝中旅游第一时间便主动牵手中国专业的景区电子门票营销企业——美景天下，率先抢占电子门票预订市场。邱克西告诉记者，目前公司已与包括张家界在内的省内12个景区签订了合作协议，并与国内在线旅游巨头去哪儿网等达成战略合作，游客以团购的低折扣价格，通过网络或者旅行社门店预订进而获得电子门票，此举不仅适应了市民的网络消费习惯，也找到了游客与景区的共赢，势必将引发新的一轮行业变革。

宝中优势
集中采购
让宝中稳坐钓鱼台

一个企业的成功在于创造一种新的生活方式，具体来讲便是一个鲜活的模式，足可一骑绝尘；一块响当当的招牌，方能厚积薄发；一种服务至上的态度，必然挺立潮头。这句话用来形容湖南宝中旅游显然再恰当不过。

在宝中旅游之前，中国的旅行社一直存在着“弱小散差”的特点。国内的旅行社组团采用直营或承包两种形式，“直营门店做品牌，承包门店做利润”，这在旅游行业内几乎人尽皆知。直营的管理和品质相对较好，但成本高；承包的成本低，而问题是服务质量难以有保证。其结果是，旅游市场猫腻重重，游客利益被损害，旅行社自身也做不大。

正是看到了旅游产业链条中这种“两头乱”，酝酿多年的《旅游法》将于10月1日正式实施，由于其中明令禁止“零负团费”、强迫购物等行为，《旅游法》不仅将倒逼行业洗牌，而且将助推行业以“价涨”换“质优”。业内普遍担忧，价格的理性回归将促使旅游市场经历阵痛期，“价增量减”窘境无可避免。

变幻莫测的生意场上，变革与机遇总是相生相伴。对于湖南宝中旅游来说，此次《旅游法》引发的行业地震却给湖南宝中旅游带来了一次难得的发展契机。邱克西进一步分析称，宝中模式最重要的环节是“统一采购”，集约化采购是降低成本的保障。宝中旅游利用其庞大的销售网络，在全国范围内吸引游客报名参团。报名基数大，旅行企业就能在采购过程中，从景区、酒店、交通以及地接社等处拿到更低的折扣，进而降低成本，在激烈的价格竞争中获胜。

事实胜于雄辩，今年7月份湖南宝中旅游以199元/人的超低折扣价，先后组织了两次“千人游湘西”大型主题活动，游峡谷、赏苗寨，超高的性价比产品，不仅让湖南宝中旅游赢得了数千名游客的一直认可，也让德夯等合作景区对此赞不绝口，“当下旅游业界，能做到这么大规模的团，舍宝中其谁”。