

郑州晚报  
这厢有“礼”!

继“郑州晚报首届读者节”之后,郑州晚报再次派送大礼。即日起,凡固话尾号、手机尾号、车牌尾号、身份证尾号为61或8的读者,144元订一份全年《郑州晚报》,将有1名读者获得价值61倍(8784元)的珠宝礼品,将有61名读者获得价值8倍(1152元)的珠宝礼品。

订报热线:67659999

订报地址:郑州市陇海西路80号郑州晚报大厦305室

2010年6月8日 星期二 主编 褚金炎 编辑 刘书芝 校对 席梅 版式 陶萍

### 关注2010河南旅游市场系列报道之一——挺进中原

## 港中旅并购河南豫龙 深航假期布局郑州 宝安中旅牵手河南金城 民航圆方横空出世

# 河南旅游步入“战国”时代

### 事件一:中旅“巨轮”停靠郑州公交“港湾”

4月6日,中国旅行社总社与郑州市公交总公司正式签署旅游项目合作协议,双方将联手成立中国旅行社总社(河南)有限公司。这是国内旅行社行业巨头——中国旅行社总社首次在中原地区出资设立旅行社。据悉,这种旅游产业与城市公交行业牵手合作的模式在国内也属首创。

据悉,中国旅行社总社是港中旅集团的全资公司,拥有遍布全国、延伸海外的100多家旅行社,连续多年在“全国百强国际旅行社”评比中名列第一。目前,该社正在全国跑马圈地,力求做大做强“大中旅格局”。签约会上,中国旅行社总社总裁莫跃明在接受记者采访时曾表示,即将成立的中国旅行社总社(河南)有限公司是中国旅行社总社在中原地区出资设立的第一家旅行社,也是其在华中地区的第一个子公司。郑州市公交总公司负责人介绍说,郑州公交在为市民出行提供优质服务的同时,积极发展旅游产业。此次与中国旅行社总社的合作,将进一步实现城市公交行业与旅游产业的深度整合,推进河南旅游业集团化、多元化经营战略的进程。

对此,有业内专家分析认为,“港中旅兼并河南豫龙,其实看重的就是它在河南庞大的公交系统”。贯穿于全省大中小城市的公交系统不仅有利于港中旅对河南旅游市场的直接介入,同时又能为其提供强大运力支撑和区域资源的有效整合,这才是港中旅中意河南豫龙旅行社的原因所在。

**点评:**形势就是这么残酷!如果往后倒推,也就在2008年年底,记者采访时任河南豫龙国际旅行社有限公司总经理的王睢平时,刚刚走马上任的他还在步步为营地开展工作:“3年时间,我们要做到河南旅游企业前三,难度很大。我们现在已开始分解任务,以倒推的方法把任务逐步分解到每一年、每一月、每一天、每一分、每一秒,每一个部门、每一个人身上,形势就这么严峻,任务就这么艰巨。总公司对我们的要求是‘大而全’,即车队、景区、旅行社、酒店齐头并进;我们则结合豫龙国旅目前的现状力争做到‘专而精’,即打造自己的产品,在自己的产品领域做精。在此基础上我们还要继续把我们的景区做好;把我们的车队做好;利用拥有的全国公交旅行社联盟大网络的优势,拿到更优惠的价格,让市民享受平民价格出游的乐趣。”

两年时间不到,当时还在“诚聘各旅游同业加盟”的河南豫龙国际旅行社,如今已被并购至港中旅旗下。而两家“联姻”后的首家店已选址成功,目前仍在装修中。

### 事件二:深航假期布局郑州

4月20日,郑州市深航假期旅行社金城国贸店开业迎宾。

与港中旅并购河南豫龙悄无声息形成鲜明对比的是,郑州市深航假期旅行社金城国贸店一开业,就尝试营业部门和直客,并开始广告整版的投放。要知道,这对于旅游这个相对较小的行业来说,张扬的一整版甫一见报,当天就引来电话无数,这中间,更多是业内人士的打探:郑州深航假期旅行社来自何方?意欲何为?

回答这个问题需先了解深圳航空国际旅行社有限公司(简称“深航国旅”)。这个成立于1997年、属于国家一类社的公司,是深圳航空有限责任公司全资子公司,业务涵盖国内旅游组团、出境旅游组团、商务旅游、粤港旅游、珠三角地接及国内航空包机块,拥有郑州市深航假期旅行社、河南假日旅行社、武夷山深航假期旅行社、三亚深航假期旅行社、深圳航空(香港旅游)有限公司、无锡分社、常州民航航空旅行社、台湾分社等7个全资分社,并控股“深圳市深航假期旅行社”和“深圳汇游网络有限公司”。其发展战略即为“旅游加航空、立足深圳,放眼国内国际、借势航空,领跑特色旅游”。坚持统一采购、统一产品、统一财务、统一形象、统一选址、统一广告、统一人事的“八统一”的管理制度,让其2006~2008年度连续获评全国国际旅行社百强社。

6月1日,郑州市深航假期旅行社中原路店正式试营业。布局郑州、两店开业诚如副总经理黄勇所说,只是深航假期高速发展迈开的第一步,接下来深航假期布点郑州商圈及居民区,建40个门店,构造完美旅游服务网络,为郑州市民提供便捷、高效的旅游服务,打造郑州市民放心的旅游品牌。

**点评:**深航假期来郑布局,带给人耳目一新的,不仅仅是其广告投放的大手笔,更有其诸多亲民线路、优惠线路、高端线路的接连亮相。中原路旗舰店不仅是深航假期旅行社的旗舰店,是郑州西区最大的旅游门店,更可满足顾客对常规旅游产品的需求,进行自由行、商旅、机票预订及酒店预订等个性化服务的定制。

开业当天三重大礼的相送,也让我们见识了类似“家电卖场”开业才有的优惠大手笔。业内人士对此认为,随着深航假期发展规划的逐步实施,一人+一桌就可以开旅游公司的“小作坊”时代将被终结,旅游业将向着更加规范、更加理性的方向发展。

4月至今,相信省会旅游市场每一个关心旅游、热爱旅游,尤其是从事旅游的人,都隐约感受到了一股又一股无形压力和挑战的逼近。这种压力和挑战,来自4月初港中旅与河南豫龙的并购,来自4月中旬深航假期郑州店的开张,来自5月深圳宝安中旅与金城国际的签约,来自6月初民航圆方的横空出世……群雄逐鹿中原,燃起战火纷飞。

旅游“战国”时代,何家称王?业界“大鳄”来袭,能否对河南旅游业产生冲击?本土旅游大社如何看待?河南旅游格局会否发生变化?市民又能从中得到实惠?即日起,《第一旅游》将遍访业内人士及专家,为大家一一呈现。

晚报记者 刘书芝

### 事件三:宝中旅游牵手金城

5月底,宝中旅游正式进入郑州,这条曾在深圳、厦门、成都、重庆、四川等地将旅游零售市场做得风生水起的“大鳄”,直指郑州旅游零售市场。河南金城接盘,取名“河南宝中旅游”。

据了解,自2009年8月重庆、四川宝中率先组建运营起,宝中旅游正式迈出了其向全国发展的战略步伐,截至2010年2月底,宝中旅游已经完成深圳、香港、四川、重庆、福建、山西、辽宁等地子公司的组建运营,初步实现了旅行社经营规模化,逐渐从单一入境旅行社转向综合旅游集团发展的转型。而河南、内蒙、云南、吉林四地子公司则正在组建之中。

目前,宝中旅游旗下服务网点已达600余家,2010年计划完成全国12~15个子公司的组建运营,服务网点达到1000个,营业收入80亿的目标;2011年宝中旅游将完成全国25~30个子公司的组建运营,服务网点2500个,营业收入力争突破200亿的目标。

根据其他地方的例子,宝中旅游在门店管理方面,将采取统一采购、统一产品、统一广告、统一财务、统一人事、统一选址、统一形象和统一组团等措施,最大限度提升标准化程度,同时启用宝中独家开发的电子商务系统,实行产销分离,让出游者、集约采购者和媒体都受益。

那么,宝中旅游进入河南,将对河南旅游有何带动?其成功经验是否能够在郑州、河南得以成功复制?是否真正助推河南旅游的发展,让河南游客真正受惠?我们拭目以待。

**点评:**河南是旅游大省,是客源地市场,也是目的地市场。布局社区、门面店面的优势,让一向看重省内游市场的宝中旅游也很关注“河南人游河南”。金城国际旅行社总经理宋宇辉告诉记者,“在深圳,人们花几十元甚至十几元都可以完成一日游。”在郑州为什么不呢?河南本土那么多资源被闲置,周一至周五人们没地方可去,一周时间景区也只有到了周末才迎来人来人往,我们为什么不能把这些闲置资源整合利用起来呢?”

### 下期阅读提示

从不同的视角,看港中旅并购河南豫龙、深航假期布局郑州、旅游新通知下发、宝中旅游牵手河南金城、民航圆方横空出世,会有所不同。旅行社同行看到的是刀光剑影,游客看到的是越来越低的出游价格,业内专家看到的是河南旅游市场格局的震动。

“大鳄”频袭,群雄逐鹿下河南旅游路在何方?格局会否发生变化?旅游大戏如何演绎?下期,本刊将继续关注。

### 事件四:民航圆方横空出世

6月1日,省会一家媒体的一则广告引发业界普遍关注,广告中超大号字告诉读者“旅游大卖专利即将盛大开业”,发布者河南民航圆方国际旅游有限公司。

河南民航圆方国际旅游有限公司来自何方?上周五记者采访时,省旅游局行业管理处工作人员的答复是:不清楚,没见过注册。但透过高调广告,记者费多大劲儿就联系到了这个“横空出世”的河南民航圆方国际旅游有限公司的副总经理王宏奇。通过王宏奇的讲述,一种全新模式的“旅游超市”形象逐渐清晰起来:圆方集团牵手新郑国际机场打造的这种“旅游超市”,首批将在郑州签约30家门店,全部采用门面房,正在装修的已有十几家。至年底,预计将达到80家门店。在“旅游超市”里,来自全国各大旅游目的地的专业人员携带成熟产品进驻民航圆方,圆方物业旗下的1万多名员工共同来做市场推广,变以往等客上门为主动上门营销。门市管理也将实行店面外观、店员装饰、店员服装等“十统一”原则。“我们不经营旅行社,也没有导游,我们实行产销分离,实行集中采购、集约化经营,对接的是游客和景点。”王宏奇说,这种经营模式可以省去很多中间环节,直接让利消费者。

**点评:**何谓旅游超市?就是提供旅游产品与服务的超级市场,为旅游爱好者提供全面的国内游、出境游线路以及吃、住、行、购、娱等各类旅游产品资讯与旅游预订服务的平台,提供旅游人群需要的个性化服务。旅游超市的概念是以人为本,能针对丰富的旅游项目,推出全方位、多层次的旅游产品,来满足不同文化背景、不同年龄层次、不同欣赏品位游客的需要。听着王宏奇的介绍,给人的第一感觉是“类宝中模式”。但“宝中模式”有几个省市的成功检验做后盾,民航圆方毫无经验可谈,近身肉搏“宝中金城”,是两败俱伤还是齐头并进?有待时间检验。

