

即日起至7月31日,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》,将可能获得订报款61倍或8倍的大奖和惊喜

创刊·改版季 每年五、六、七
创刊61年 改版8年

郑州晚报
B19
第一旅游

2010年6月22日 星期二 主编 褚全兴 编辑 刘书芝 校对 晓梅 版式 陶莎

深圳宝中旅游强势入豫,一年内,要在郑州开80家门店

河南人游河南,天天都能成行

周一至周五,费用有望比周末少掏三成



深圳市宝中投资顾问有限公司董事兼总经理方朝晖

端午节前一天,深圳市宝中投资顾问有限公司董事兼总经理方朝晖,从深圳飞到了郑州。

方朝晖此行,只为一件事:深圳宝中旅游牵手河南金城国际旅行社新成立的河南宝中,历经两个月的紧张筹备,6月25日即将试营业。这也标志着深圳旅游行业龙头企业——宝中旅游正式入豫。

这条曾在深圳、厦门、成都、重庆等地,将旅游零售市场做得风生水起的“大鳄”,此番入豫将剑指河南旅游零售市场。方朝晖称,进军河南的目标十分明确,将宝中旅游创新的旅行社经营管理模式输入河南。而选择和河南金城合作也是经过慎重选择的,河南金城作为郑州唯一的民营国际社,实力雄厚且充满活力,在业内口碑和声誉都很不错,有着良好的市场基础;而河南金城总经理宋宇辉更是曾经在深圳工作过,对于宝中的先进模式能够很快接受,合作中的磨合过程也会更容易一些,因此,宝中旅游与河南金城相结合而孕育出的河南宝中,条件可谓得天独厚。

河南宝中产品预计7月正式上市,郑州近20个临街门店将率先开业;一年内,争取在郑州布局60~80家旅游连锁门店;明年下半年,正式启动全省营业部的构建,争取布下150~200家旅游连锁门店,全面拉开“做大河南旅游零售蛋糕”的序幕。

晚报记者 刘书芝 贾晓娜 文/图

一年全国布局10家子公司 5年要在全国开万家门店

业界对宝中旅游的“昵称”有很多,“旅游大鳄”、“组团王”……但在方朝晖看来,更为恰当的说法应该是“宝中模式创造了中国旅游界的一个‘神话’”。

6月13日采访方朝晖时,素有“宝中旅游新闻发言人”美称的她自嘲:“脑子这会儿反应有点慢,来河南有4天了,4天连轴转,不停地约见经销商,不停地介绍商讨,感觉都有点木了。”

如此大的动静,很是引发了河南旅游业界的关注与好奇,“宝中旅游”是何来头?

细一打听不难发现,宝中旅游的前身是深圳的一家旅行社,成立于1985年,原名“深圳宝安中旅”。在2006年底实现华丽转身,首创深圳乃至中国领先的旅行社行业运营模式,实现了从行业“黑马”到深圳旅游行业龙头的飞速

成长,也创造了业界的一段传奇。

然而,这个深圳的“组团王”似乎并不满足于本土市场,它的触角越伸越远。在其快速发展的2008年,该公司启用全国统一品牌“宝中旅游”,在这一年,它就在深圳建立了近100个网点,并做到了全深圳营业额以及组团数排名第一,“组团王”的称谓不胫而走。

此后它开始迈上扩张之路。先是2009年1月在厦门试水,仅仅用了3个月,合作伙伴厦门航空国际旅行社新增营业部40家,组团人数每月突破万人,收客量在厦门拔了头筹。随后它南下西进,

在四川、重庆等省市安营扎寨。曾有媒体披露,它的雄心是,到2010年底在全国12~15个一线或二线城市设立子公司,发展门店近千家;3~5年内遍布全国主要市场,发展门店近万家。

截至目前,宝中旅游已完成深圳、四川、重庆、福建、山西、辽宁、内蒙古、云南等地子公司的组建运营,再加上即将开业的河南、湖南子公司,宝中旅游短短一年时间已在全国布局10家子公司。“旅游大鳄”也好,“组团王”也罢。方朝晖说,“在我看来,说它创造了中国旅游界的一段‘神话’更为恰当。”

总部、专线、门店三方协作 连锁经营集中采购

“宝中模式”为何能在不到一年之内席卷全国?它究竟是一种什么样的模式?有什么吸引力能让业界产生如此大的反应?“神话”、“神迷”光环笼罩下的宝中旅游很是令人期待。

“简单来说就是实现旅游产品的产销分离。”深圳市宝中投资顾问有限公司董事兼总经理方朝晖一语中的:“采用连锁加盟、产销分离、集约采购、统一调度、资源整合的管理模式,突破传统旅行社的规模瓶颈,帮助旅行社迅速成长。”

方朝晖介绍,宝中旅游各个子公司通过四大措施确保自身的竞争优势:

首先确保产品的丰富、优质、实惠。旅行社将对供应商进行严格筛选,同时与国内外众多航空公司、酒店、景区建立和保持紧密战略合作关系。

其次确保市民咨询预订便捷。在全国各个子公司的服务网点,旅行社坚持所有门店选在一楼门面位置,如超市、百货、酒店、大型住宅小区及临街商铺等,方便消费者“走进来”。

同时,销售人员将更多地“走出去”,走进社区,主动服务客户。

再次,确保各门店产品和服务标准化。宝中旅游开发的电脑软件管理系统,无论从产品发布、前台的收客报名,到后台的操作流程,都将严格按照标准执行。

也就是说,市民在任何一家宝中旅游的门店预订产品,都可以获得完全一样的产品信

息。杜绝了目前传统旅行社营业网点普遍存在的诸如“货不对板”、“转客拼团”之类的服务漏洞。

“宝中旅游是国内第一个采取营业部加盟模式的旅行社,其运作方式类似麦当劳,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,从而保障每个环节的品质。”方朝晖说,“连锁经营、集中采购,让集约化采购的优势更加突出,带给全国消费者的也是更多样、更优化的旅游产品。”

近百家旅游超市开到家门口 “河南人游河南”天天可出发

“我们最大的希望就是和同行一起来做大‘蛋糕’,提升宝中旅游市场竞争力和品牌影响力的同时,让河南人在家门口就能享受到高品质的旅游服务。”

“我们计划在一年时间内,在郑州开60~80家旅游连锁门店。”方朝晖说,“河南是人口大省,也是组团大省,宝中旅游在河南的发展,特许加盟模式不会变,同时还会根据河南的市场特点调整部分产品。”

方朝晖透露,宝中旅游的经营模式中,当地游、国内游、出境游的比重分别占到6:3:1的份额。在进入河南市场的前期,河南宝中不会像传统旅行社,把重点放在长线上,河南宝中看重的仍是本省旅游市场,仍将重点发展“河南人游河南”,“当然后期也会逐步把其他省市宝中的游客,乃至国外宝中的游客,带入河南,促进河南旅游的

发展”。

“来郑州后,考察市场我们发现,一楼沿街门店最多的当数烟酒店。这一方面说明郑州旅游市场还有很大的空间等着我们来挖掘;另一方面又令人发愁,旅游离市民的生活还很远。等我们的旅游连锁门店开业后,市民会发现,我们的门店都是在街边,很方便大家选购。同时,我们也想传递一个信息,我们要以散客为主。届时,我们会根据河南人的喜好,制定‘河南人游河南’的特色旅游产品。”

“除了周末、节日大家有出游线路可选外,周一至周五也有那么多线路可以出游,同时还

可优惠达30%,想出游‘天天出发’,再也不用等到周末跟团走了。”

针对业界普遍关心的,宝中旅游入豫是否会带来一场竞争恶战?方朝晖表示,宝中旅游不是来抢“蛋糕”的,而是希望和同行一起来把“蛋糕”做大,“宝中旅游取的是做大的那部分,而不是分割原有的份额。同时,河南宝中还将保持宝中旅游品质的基础上,提升宝中旅游的市场竞争力和品牌影响力,让河南人在家门口就能享受到高品质的旅游服务。”

目标既定,蓝图绘就,中原逐鹿胜出,几多期许几多期待!

新闻1+1

“宝中”模式

宝中旅游的创新模式究竟是何样?它又是如何创新的呢?

“简而言之,宝中模式就是连锁加盟、直营管理、集中资源采购的方法使旅行社连锁经营,价格透明,服务统一。”方朝晖说,“宝中模式”可以概括为“产销分离、加盟连锁”,其运作方式类似国际连锁快餐店,总公司组合好后台,提供统一产品,各营业部负责销售。

同时对加盟门市进行八统一,即统一选址、统一形象、统一产品、统一采购、统一广告、统一财务、统一人事和统一组团。换句话说,就是无论从产品发布、前台的收客报名,到后台的操作流程,都将严格按照标准执行。杜绝了目前传统旅行社营业网点普遍存在的诸如“质价不符”之类的服务漏洞。

而对于加盟商而言,由于宝中旅游有一套独家开发的电脑软件管理系统,这套系统涵盖了“吃、住、行、游、购、娱”各大要素的相关信息,在这个全国联网、实时更新的系统里,加盟商可以清楚地掌握八方信息,诸如:目前某条线路还有多少个名额、某酒店还余多少间房……一目了然。如此一来,加盟商的实际操作更加简单、便捷。