



当前位置: [首页](#) > [焦点关注](#) > 正文

透视“民间”现象-访民间总经理蒋月琴

文章来源: 中国旅游报 文章作者: 王赵洵 发布时间: 2008-07-03 字体: [大 中 小]

海口民间旅行社自1994年创办以来,在14年的时间里,已经发展成为拥有700多名员工,年销售额连续三年超过了1亿元的企业,成为海南旅行社的领航者。该社曾连续多年荣获“海南最具影响力十大品牌企业”、“中国旅行社消费者十大满意品牌”等多种称号,在全国百强旅行社国内社中也位居第9名。一位海南旅游业内人士评价,民间旅行社的发展过程,其实为海南旅行社业竖起了标杆,开拓出了一条海南旅行社业转型升级之路。

转型:以产品转型带动企业进入标准化时代

“海南这么好的旅游资源不能被贱卖了!”蒋月琴谈到海南旅行社业的现状时,脱口而出的第一句话。海南是典型的远程海岛旅游,使得旅游者呈现单向流动的特征,以地接为主的经营模式决定了海南旅行社对接团价格没有话语权,价格的恶性竞争,让海南一流的旅游资源卖不出好价钱,让人很心痛。

蒋月琴分析,当前,旅行社最头痛就是新产品的开发保护,一个产品开发成功后,同行跟风模仿线路可以省去实地考察、线路编排、食宿安排等环节,后期广告投入也会缩减,节省了成本。如此,却造成了旅游线路产品内容重叠、形象定位相似、经营理念趋同的局面。

蒋月琴介绍,针对现状,民间旅行社以吃、住、行、游、购、娱旅游六大要素为基本原则,在策划——研发——包装——销售——接待——回访等各个环节上充分准备,精心打造。“也许走的路线相同,但是细节是模仿不去的,产品的转型要伴随着标准化的实施。我们细化海南旅游产品到细分客源市场,我们推出了丰富的具有差异化的团队线路、个性套餐、主题度假和自助旅行等新概念产品,每个产品我们都制定出严格的服务标准,为每位游客发放服务手册,让他们了解服务流程,更好的进行对比和监督。以质定价,规范服务,透明价格,理性消费,让游客充分享受和体验到高品质的旅游快乐”。

该旅行社还为他们的高端旅游品牌“逍遥海南”进行了商标注册,这也是一种保护的手段。

发展:从目的地资源整合到客源地终端销售

蒋月琴说,产品上的转型是立足眼前的,而旅行社模式的发展要有长远的目标。在旅行社小的时候往往看中的是如何赚到眼前的利润,所使用的是直线型的组织结构和操作模式。而旅行社发展到了一定规模,要开始考虑战略了,要保证合理的增长速度、利润值、风险控制、品牌建设等多因素的平衡。

海南旅行社要想突破地域的限制,必须去客源地进行终端销售,民间旅行社在全国三十多个城市都建立了分公司和驻外办事处。整合内部资源和外部资源是民间旅行社发展到今天规模后最重要的工作。民间旅行社已经经历了水平分工和产品销售时代,开始进入重点分工和品牌营销时代,当前的战略定位是立足海南,辐射全国,专注旅游批发和接待。

谈及将来的发展,蒋月琴表示,民间旅行社的首要任务是建设企业诚信品牌,打造品质旅游产品。利用海南丰富的旅游资源、畅通的网络渠道和多年的专业经验,致力于提供品质化、多元化、个性化的旅游服务,并打造出从目的地资源整合到客源地终端销售完整价值链的海南旅游第一品牌,最终组建成为声誉卓著、实力雄厚的海南旅游集团型主渠道批发运营商。

[↑返回顶部](#) [打印本页](#) [关闭窗口↓](#)

用户名: (新注册) 密码: [匿名评论](#) [所有评论] [发表评论](#)

评论内容: (不能超过250字,需审核后才会公布,请自觉遵守互联网相关政策法规。)

§ 最新评论:

[♂ 推荐文章](#)

[♂ 热点文章](#)

- 中国旅行社业的未来发展趋
- 旅行社品牌建设的整合营销
- 特别推荐:网络时代我国旅
- 养生休闲:健康引领旅游发
- 从高端旅游产品特征及本质
- 怎样才能做好高端旅游产品
- 山东省韩语导游现状调研及
- 养生休闲:健康引领旅游发

[♂ 相关文章](#)

- 海南:景区“小”厕所做出
- 立体交通网助推海南迈向国
- 大陆游客要来了,台湾业界
- 开启未来的旅程-中国公民
- 中国饭店行业突发事件应急
- 中国饭店行业突发事件应急
- 面对入境旅游下滑局面三亚
- 四川汶川大地震后关于旅游

**吸收研究员
公告**

到邮局订阅
《中国旅游报》
 邮发代号: 1-40 全年228元

中国旅游报

海南旅游
金牌榜

海南度假网

海南省旅游发展研究会 秘书处 [位置示意图](#)

地址:海口市南海大道28号四季华庭5栋 B座首层 中国旅游报社海南记传真: 31653050

网址: www.hi898.com 邮箱: 66800778@163.com 邮编: 570216