

# “做从来没有做过的事,做其他企业不敢做的事” 传统旅行社如何把握市场开辟新领域

◎ 记者 章一琳

当智能科技越加强大,留在传统旅行社手里的客源越来越少。内需疲软,市场走弱,在宏观环境不利的条件下,传统旅行如何解开扼住“发展脖子”的瓶颈,爬坡过坎,在风雨中成长前进。当信息不对称的护城河渐成沙土,传统旅行社如何开辟新市场领域,在大时代发展中书写自我的坚持,找到真正适合自身发展的道路。

近日,在一场汇集众多优质旅行商的大会上,记者找到了答案。



## 长三角首个百亿级别联盟诞生



中游联盟会长顾明庆

百亿数据从何而来,一个旅行社民间联盟为何敢喊出“百亿”口号?

在活动现场,中国旅游合作联盟会长顾明庆给记者算了一笔账。联盟目前共有152家成员单位,其中百强社25家,省级会长单位6家,每家社平均年营收超过5000万,这样综合营收就是76亿至100亿间。按照这样算法,中国旅游合作联盟创造的综合产值位居长三角首位。

旅行社联盟一直被业界视为松散型的民间组织,数年间多少联盟高起低落,黯然隐退。而中游联盟历经14年风雨,越办越好,越来越强,从嘉兴创立一路闯到全国成名,甚至敲开了世界市场的大

门。迎风斩浪中还有不少社要求搭船同行。这不是简单“抱团取暖”,是其制度化下形成的成人达己、相互赋能、利益共享的一种“强强联手”。其强悍处在于把散珠一盘的国内强社、大社纳入麾下,由此迸发出了不可思议的剽悍战斗力。如浙江的新世界国旅属于浙江省级协会会长单位,甘肃省旅行社是甘肃省旅行社协会会长单位。2024年中游联盟新吸收近30家优秀企业,多是当地具有影响力的五星级旅行社、全国百强社。根据顾明庆给出的数据,2024年联盟内成交额达到20亿,是长三角区域内营收最高的一个民间企业联盟。

## 巧用“三招”问鼎长三角

采访中,“发展新质生产力、培育年轻力量、创造利好政策”是顾明庆频频谈及的关键词,这也是旅行社行业面对销售疲软、效益下滑等宏观性困难时,冲破困局的有效之法。

在顾明庆看来“发展新质生产力就是一种企业动能的创新”。简而言之,就是企业主动出击,做从来没有做过的事,做其他企业不敢做的事,提升企业经营能力。如中游联盟通过建立大数据平台实时统计联盟152家成员单位的交易流水数据,使交易项目、营收回款、团队走向等统计更为

快捷、透明,有效提高联盟内部交互合作管理效率。此外,去年嘉兴假日国际旅行社牵头,带领联盟成员赴日本谋出路、求发展,通过在日本设立公司,成功敲开海外市场之门。据说不过一年多时间,已经由日本为中转口,接入世界游客,特别是组织海外华人企业前往中国度假旅游。此举有效助力实力型成员单位快速实现国际化发展。

“培育年轻力量”也是采访中他时常提到的内容。他觉得,年轻企业家是旅行社未来拓展商业

格局的关键力量。重点培养年轻一代,不仅能跟上时代发展,降低被智能技术淘汰的风险,还能提升联盟整体战斗力。他认为年轻人有思想、有活力、有新想法,敢于冲破老经验的束缚,能给联盟带来更多延展的可能性。应该给与他们机会和空间发挥所长。现场,年过半百的顾明庆被不少年轻企业家围着探讨未来发展方向。顾会长如同一个慈爱的大家长,亲和地分析判断经济形势,甚至以自身走过的弯路为例为年轻一代指点迷津。

“主动创造利好政策”是顾明庆执掌中游联盟重要理念。他认为企业就是要企业做好才是王道。“在经营中,不管政府有政策没有政策,我们企业都要想办法创造政策,创造有利于企业发展的客观环境”。不仅让各项工作紧贴市场,紧贴经营,紧贴效益,更要及时调整思路和策略,牢牢掌握经营的主动权。比如此次吉安市文化广电旅游局专为中游联盟出台了“引客入吉”奖励政策,对积极输送客源的旅行社给予有力的奖励与扶持。

顾明庆透露,2025年,中游联盟将继续稳扎稳打,重点发展以组团为主的旅行社,特别是发展各省市的三线城市的主力旅行社成为中游联盟的成员单位,力争两年时间发展到200家,让中游成为以长三角为核心辐射全国的一个全国性紧密型战略合作联盟。

(本文图片由活动主办方提供)

