

★ 旅游业创业创新智库专辑



旅游创业 启示录

思辨商业模式与
多元化创业

郑 红 钟栋娜 张德欣◎编著



旅游教育出版社

★ 旅游业创业创新智库专辑

旅游创业 启示录

思辨商业模式与
多元化创业

郑 红 钟栋娜 张德欣◎编著



 旅游教育出版社

责任编辑:刘彦会

图书在版编目(CIP)数据

旅游创业启示录:思辨商业模式与多元化创业/郑红,钟栾娜,张德欣编著. —北京:旅游教育出版社, 2016.4

ISBN 978-7-5637-3352-1

I. ①旅… II. ①郑…②钟…③张… III. ①旅游业—电子商务—研究 IV. ①F590.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第058895号

旅游创业启示录——思辨商业模式与多元化创业

郑红 钟栾娜 张德欣 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	teplx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京艺堂印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	710毫米×1000毫米 1/16
印 张	15.25
字 数	235千字
版 次	2016年4月第1版
印 次	2016年4月第1次印刷
定 价	39.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

内容简介

本书采访了出国去旅行网、哈达旅行网、喊你玩旅行网、6人游旅行网、露营天下等16家旅游企业的创始人,涉及亲子游、海岛游、美食游、民宿游、研学游、银发游等主题旅游,境外租车、P2P服务及智慧旅游落地实践等不同的企业类型。对其创业起源、团队的组建、商业模式、创业一元化到多元化的转变等方面进行了深入的剖析。本书以思辨商业模式与多元化创业为主题,契合了多变的旅游市场需求,顺应了发展时代的脉络,客观地对旅游创业者的心路历程进行了总结和描述,希望能给更多的创业者提供参考。

寄语

创业没有美感，这是我创业10年的深刻感悟。创业绝不是一时的灵感迸发，而是更像久病成良医，不断地试错、调整、创新，才有了日积月累的逐渐感悟。这个心智历练的过程，与美感无关；创业是个竞技场，不是为了感受闪光灯，而是为了赢、为了不倒下，从站上台的那一刻起，与美感无关；创业维艰，我每天几乎凌晨两点睡七点开始工作，这不是最艰难的，最艰难的是除了99%的汗水，你还需要1%的机遇。能等到机遇，能抓住机遇，这个过程，与美感无关。

创业没有美感。好在，一定有快感。

途家网创始人兼CEO 罗军



喜闻张德欣老师与北京第二外国语学院旅游管理学院合作的新书《旅游创业启示录——思辨商业模式与多元化创业》问世，受邀为此书撰写寄语是我的荣幸。

我在旅游业31年，期间有欢乐，也有忧愁；有喜悦的泪花，也有辛酸的泪水，但我从未停止前进。就创业体会而言，我觉着心智磨炼对创业者很是重要。比如“坚持”，说起来容易，做起来很难，失败是创业路上常有之事，缺乏“坚持”是许多创业者离去的主要原因。“实干”是创业者不可或缺的品质，“少说空话、埋头实干”会提高创业成功的几率，实干精神是“众信旅游”企业文化的灵魂。

创业环境今非昔比，衷心希望更多的年轻人投入到“全民创业，万众创新”的热潮中，为中华民族的伟大复兴贡献我们的力量！

北京众信国际旅行社股份有限公司董事长、总裁 冯滨



旅游是实践“大众创业、万众创新”国家战略最好的领域之一。在旅游创业的征程中需要处理好空白与空间之间的关系，只有具有相应市场需求规模支撑的空白点才能提供足够的创业空间；要处理好投钱与投资的关系，尽量避免无畏烧钱、削价竞争的老路，从正常的商业逻辑基础上推进创业；要处理好旅游APP与旅游创业的关系，旅游需求实现需要多元化创业，旅游也完全能支撑得起多元化创业的未来。

北京第二外国语学院旅游管理学院院长
中国旅游改革发展咨询委员会副秘书长 厉新建



欣闻《旅游创业启示录——思辨商业模式与多元化创业》出版，本书系统总结多家旅游创业公司的创业模式和经验，这对旅游创业理论和实践将有极大的推进和借鉴意义，这本身也是创业精神的良好体现。在“创新创业”成为中国最重要商业精神的时代背景下，日益涌现的旅游创业一定是中国旅游经济发展最根本的动力和希望。

创新创业是一种态度、一种精神、一种能力；是企业、民族和国家进步最根本的力量。期待旅游创业之花越开越盛！

浙江工商大学旅游与城市管理学院院长 易开刚



我们正处在一个万众创新、创业的时代！旅游业是站在这个时代最前沿的产业，涌现出众多的创新创业时代的弄潮者与领潮人！张德欣先生的新作《旅游创业启示录——思辨商业模式与多元化创业》中多家旅游创业公司的经验分析与发展思辨，为我国旅游创新创业者提供了有益的启示与借鉴！这种正能量的经验分享与发展思辨，一定能进一步促进线下旅游创新与线上旅游创业相互交辉，让“旅游”“旅行”等“旅业”亮相线上线下！



华侨大学旅游安全研究院院长、二级教授、

博士生导师，中国旅游改革发展咨询委员会委员 郑向敏

人生犹如一次华丽的旅行，每一段旅程都需要装点出不同的色彩。人之所以爱旅行，不是为了到达目的地，而是为了享受沿途的醉人风光。旅游创业，为别人打开一片新的世界，给自己一张通往全世界的人境卡。让我们在行走和创业的路上去发现美好、感触未知、丰满生活、点亮人生。旅游创业，虽千万里，吾往矣！

旅行家、作家、演员、编导、优秀策划人

《一路东去》《101个西藏》作者 路东



旅游是一种生活方式，是美好的。作为一个行走17年，经历6次生死的我，创立了旅游社群“旅行故事”。同作为一个创业者，和大家分享下自己的看法。

- 1.要足够细分，做旅游垂直领域。
- 2.要重视碎片化服务，注重用户使用的便捷性。
- 3.要重视分享功能。
- 4.要重视移动互联网。
- 5.要线下落地，要有利润产品支撑，先活着，再发展。
- 6.要有坚持到底的决心。不要迷恋资本市场，选定一个领域，坚持到底。

知名旅行家、旅行故事品牌创始人 大鹏



虽然我不鼓励人人创业，但却并不妨碍人人都像创业者一样去思考。旅游是一个很好的创业题材，也是发展第三产业的需要。物质生活水平的提高，客观上要求旅游业也与时俱进。而创业者的加入，无疑会给这个产业带来跟传统不太一样的东西。我看好这个方向，也希望这本书能给创业者带来思维的跳跃，碰撞出新的火花。

破风骑行联合创始人 豪客



在旅游行业创业，就像打一场痛并快乐着的闯关游戏，终极关底是万亿级的市场、强劲的增长率，给人“无论如何都能分到一杯羹”或者“喝汤都能饱”的想象空间。但是闯关路上的深坑却是一个接着一个——频次低、利润低、非标准、品控难。深坑之间还有无数的岔道——做入口还是做体验？做“轻”还是做“重”？做“小而美”还是“大而全”……这本书提供了案例以及关于这个行业深层次规律的思辨和探讨供创业者参考。同时，希望创业者在创业的过程中始终不要忘了时时向内观察和拷问自己——自己拥有什么、自己想做什么、自己能做什么、自己正在做什么（不忘初心），这样无论成败都不会辜负一段全情投入的时光。

北京交通广播 FM 103.9《联e会》节目制作人、主持人 盛博



在“大众创业，万众创新”的大背景下，创业已是趋势、潮流、文化。创业必定是九死一生，一旦迈出脚步，定要有脚踩大地，头顶蓝天，心中有数之气魄。在创业的路上既要能吹能秀，亦要能熬能干。《旅游创业启示录——思辨商业模式与多元化创业》这本书的呈现，希望能够给众多创业者带来创业新思路，在创业的道路上，能够扬帆远航。

中国创业家俱乐部创始人 庄岩



我们的时代是举国共筑“中华民族伟大复兴之梦”的伟大时代。“大众创业，万众创新”是我们时代发展的动力之源。在出口复苏乏力、扩大投资难以为继的现实情况下，旅游行业作为最具现实发展动力的现代服务业是我们大众创业最具增长潜力的行业。

创新发展，进行供给侧改革，增强旅游消费的供给能力，提高旅游产品的内涵质量，净化旅游消费环境，是摆在旅游创业者面前的一个新课题。你们正在用你们的行动探索，求证着面前的课题。

你们，一群圆梦之人，你们在顺应时代脉搏而行动，“人因梦想而伟大，人因行动而成功”，成功属于你们！

中国旅游车船协会秘书长 刘汉奇



休闲旅游产业的创新创业是迎接未来十年的好机会，你很有可能成为名人，但请注意你也有可能一文不值。我们现在拥有的机会有可能是别人等了一辈子都不可求的，所以我们要珍惜。

创业者在创业前要做好：

（1）充分的准备：你的创意设计，合作伙伴，财务，营销，目标客户，核心吸引力，盈利模式，如何可持续性发展，这些一定要想清楚。

（2）优质创业心态：创业就和人生一样，是一种经历和体验，不管结果怎样都很宝贵。心态应该是不急不躁的，不怕失败。

（3）盈利与急于盈利：盈利模式是必须确定的，否则不可持续，但财富是旅游创业的伴生物，切忌过度浮躁地急于盈利或过度杠杆化的财物操作，都会导致创业失败。

做，不一定成功，但不做，一定不会成功，预祝大家创业成功。

台湾亚太青年创意休闲产业智库执行长 郑敏庆



序一：大众创业与个性旅游

随着《旅游法》《国民旅游休闲纲要》《国务院关于加快旅游业发展的若干意见》等承载国家意志和政府战略的一系列纲领性文件的实施,标志着旅游业发展环境的进一步优化,以及依法治旅、依法兴旅时代的来临。2014年到2015年,从消费行为和消费结构等微观层面加以辨识,无论是境内旅游,还是入境和出境旅游,人们越来越倾向于自主选择目的地,借助智能手机和移动互联网完成出行和异地生活的体验过程。当超过96%的境内游客、超过65%的出境游客不是跟着旅游团,而是跟着各种手机上的攻略完成自己的旅游活动;当年轻人开始感觉“旅游”两个字“土土的”,而选用“旅行”来表达一种清新的情绪;当一批写代码出身的年轻人唱着“小苹果”走向创业舞台;当旅游卫视的当家节目从《看今天》《行者影像节》《最美中国》进化到《疯狂星旅行》,大家能够明显地感觉到,“我的行程我做主”的个性旅游新时代开始了。

回顾过去的35年,旅行社和导游在旅游市场组织,甚至旅游经济运行中居于中心地位,扮演了组织者、生产者和销售者的多重角色。发源于入境旅游时期的“团队、观光、包价、线路”在相当长的时间里都是旅游的代名词,大规模生产和标准化作业则是主流的商业模式。在消费需求及其自然与历史文化资源指向相对稳定的时代,这一经典模式有其存在的客观必然性,也为降低消费门槛,从而推动我国进入大众旅游初级阶段做出了历史贡献。考虑到人口基数,特别是广大农村市场和老年人市场,标准化作业的团队旅游仍然有很大的市场空间,观光旅游也会是今后一个时期的基础产品形态。然而,由于但不限于如下几个方面的原因,传统的旅游组织方式开始面临个性旅游需求的巨大挑战。

第一,经济新常态下的社会消费基本面正在从统一走向分散。初级需求容易搞标准化生产,尤其是在短缺时代,更是容易形成生产决定消费的现象,比如早些年不同版本的“三大件”等。随着全面小康社会的建成,居民的基本生活需求有了相对充分的保障,特别是与衣食住行相关的商品消费已经度过了“有没有”的阶段,正在向“好不好”的需求演化。一旦居民消费进入了满足精神需求的高级阶段,可定义、易识别的群体市场就会为变化的、多元的个性需求所取代。正是在这

个意义上,去年底召开的中央经济工作会议做出了“模仿型排浪式消费已经过去”的判断。当旅游成为老百姓常态的消费选项以后,同样不可能脱离社会消费的基本面而独善其身。

第二,移动通信、云计算和大数据为代表的技术进步让分散的、个性化的旅游需求有了现实的可能。应当说个性旅游的需求一直都是存在的,但是在大规模生产、标准化作业的时代,如果要满足普遍意义上的个性需求,就旅游者的消费预算和旅行社的生产成本而言都是非理性的。在高速交通网络的完善和汽车的普及让老百姓的自由出行更加便利的同时,技术的进步让旅游者获得目的地商业服务信息的成本得到了有效降低,而广义旅行服务和本地人服务的商业创新让供应商满足分散需求有了现实的可能性。

第三,大众创业和市场主体创新为个性旅游提供了更多可供选择的商业空间。旅游曾经是一个相对封闭的系统,旅行社、旅游大巴、旅游饭店、旅游景区、旅游餐饮、旅游厕所、旅游购物……总之是居民日常生活之外的另一个世界。今天,至少在城市旅游的范围内,自助出行、自主选择的旅游者已经完全进入了目的地居民的公共生活空间。加上过去十年的资本助推的创业浪潮,经济型酒店、中端酒店、民居客栈、在线旅行服务、百度地图、打车软件、专车服务、以及更多的文化创意和商业创新……旅游越来越走向一个开放的体系,很多时候,我们甚至无法分清谁是游客,谁是市民,谁是旅游企业,谁是一般意义的商业企业。对于短期内分享和体验目的地生活方式的广大游客而言,大众创业和市场主体创新的意义在于服务选择的可能性空前地扩大了。

在大众旅游发展的初级阶段谈论个性旅游,既要看到其现实必然性,也要看到其蕴含的历史意义。

个性旅游让我们看到人民群众对美好生活和自由旅行的向往一天都没有停止过。正是千千万万的父老兄弟对美好生活的向往,才让我我国稳步进入了大众旅游的初级阶段。根据国家旅游局的数据,2015年,国内旅游和出境旅游都会有10%的增长,将分别达到39.5亿人次、1.2亿人次。到2020年全面实现小康社会的时候,人均出游率将超过4.5次,达到中等发达国家的收入水平。正是年青一代对“大地上自由行走”的向往,使得个性旅游开始从亚文化圈接近了主流价值观的中心。“有钱就是任性”的网络热词很快成公众的流行语,并引发了网民比附造句的狂欢;草根歌手庞麦郎的《我的滑板鞋》、乡村诗人余秀华的《穿过大半个中国去睡你》、新生代组合EXO的《咆哮》则让我们一次又一次见证并包容亚文化的生长。个性旅游既是追求自我实现的价值观在旅游中的现实反映,也是新的主流价值观的有机塑造者。

个性旅游让我们看到了产业投资、技术应用、大众创业和市场主体创新的新希望。从中央经济工作会议到总理的讲话,都可以看到国家正在提倡,并创造条件推动大众创业、万众创业和草根创业。过去的一年也是历史上旅游领域创业创新最为活跃的一年,年轻人创业的激情一旦被激发起来,就再也没有力量阻止它的发育与成长。难能可贵的是,越来越多的创业创新者开始意识到,仅有任性的表达和创业的激情是远远不够的。在个性旅游从理念走向实践的过程中,需要技术、资本和企业家的支撑,更需要扎扎实实的商业理性,否则还会有更多的国人要飘洋过海去日本买一只马桶盖。为了更好地满足个性旅游的需求,不仅需要平台,还需要内容;不仅需要渠道,还需要产品和服务;不仅需要商业,还需要价值观。

个性旅游让我们看到了政府发展旅游,特别是目的地营销的新方向。根据两国元首的倡议,2015年和2016年,中韩两国将互办旅游年。我常常在想,就传统的旅游资源而言,这个半岛国家并没有什么突出的优势,可是为什么会吸引成百上千万的中国游客到访呢?很大程度上与其电影、电视、歌曲、美容、餐饮等时尚文化有关,唯美的画面和吸粉力极强的偶像让我们的青少年对韩国的旅游意愿日增。很大程度上也与其高品质的服务和完善的目的地接待体系有关,便利的签证政策、中文标识、免税店、银联卡、Wi-Fi、中转服务等,都是冲着自助出行的个性旅游者来的。就在上周于首尔举办的开幕式上,演员延政勋正式出任“2015中国旅游年宣传大使”。看到这则消息的时候,我就在想:要是我们旅游卫视推出的某位艺人或者某个组合能够在韩国民众中有海量的粉丝,让他/她代言中国旅游,不是更好吗?

个性旅游还让我们看到了各级政府的公共服务和行政监管面临的新挑战。在一个封闭的旅游世界里,服务质量和游客满意是容易控制的,而在分散、自助、个性张扬的开放体系中,要想保持和提升旅游发展的水平则不是那么容易的事情。过去,旅游目的地可以通过政府主导的资源开发和旅行社组织的接待体系加以保障,现在则面临个性的需求与分散的供给。如何向散客和个性旅游者提供有效的行程安全和品质保障,如何引导离开导游和领队视线的游客也能够文明旅游,如何在大众创业和市场主体创新的进程中寻求产业促进和运营监管之间微妙的平衡,都是对各级政府的政治智慧、治理能力以及耐心的考验。

在这个大众旅游与个性旅游交织的年代,希望我们不要忘记千千万万老百姓的旅游需求才是推动产业发展的市场基础,不要忘记大众创业和市场主体创新才是支撑旅游经济运行的产业基础。无论市场如何演变,都要自觉肩负起建设旅游强国的历史使命,永远做阳光下的生意。最后,我想用顾城的几句诗结束我的演

讲,“我是一个任性的孩子……我希望能心爱在白纸上画画/画出笨拙的自由/画下一只永远不会/流泪的眼睛……我想在大地上画满窗子/让每一双习惯黑暗的眼睛/都习惯光明”。

中国旅游研究院院长、国家旅游局数据中心主任 戴斌

序二：旅游创业新机会 ——需求细分与多元交互

“大众创业、万众创新”已成为当前国家社会经济发展中的重要战略措施。旅游业需要创新,更适合大众创业。一者,旅游业是“拉动经济发展的重要动力”。中央高度重视“旅游在扩内需、稳增长、增就业、减贫困、惠民生中的独特作用”,加强加快旅游业领域的创业创新将“为推动经济提质增效升级、人民群众生活水平跃升做出新贡献”。二者,旅游业是天然的集群经济,具有明显的关联集消费特征。作为旅游者整体转移的关联消费,“吃住行游购娱”具有显著的多样性特征。这其中每一个环节都蕴含着极大的细分机会,每一次再细分都意味着全新的创新创业空间。三者,旅游需求的多样性特征以及市场细分的多元性决定了旅游创业门槛的多层次性,很多旅游细分领域的创业创新门槛要低于其他行业。社会配套设施与服务的不断完善,旅游需求的不断迸发,则进一步降低了创业的门槛,旅游业成为最适合创业领域之一。

大数据时代的到来,对消费者进行更深层次、更具个性的需求细分成了可能,通过分析虚拟空间中大量的旅游消费数据,创业企业可以发现一个又一个在传统统计分析环境中无法识别的全新需求和小众需求;随着互联网技术的不断成熟,通过全域集合、规模生产的方式满足个性需求成了可能,创业企业可以在全世界范围聚拢小众需求,通过市场区域的全域化实现“碎片化”需求产品的规模化生产。因此,我们观察到的大量旅游创业创新案例是来自在线旅游服务领域的。不过,在线创业创新最终仍需线下服务的配套,在线旅游的快速发展并不妨碍旅游领域的离线创业创新,反而为传统旅游服务领域的创业创新提供了新的动力和空间。

旅游创业需要外部政策和资金方面的支持,但更重要的是在观念、思路和战略方向上的把握。除了需要善于发现市场空白点、善于搭建需求与供给之间的桥梁,创业还要紧紧围绕“封闭”与“开放”“微旅游”与“深服务”两条主线来展开。所谓“封闭”是指创业需要更多地着眼于构建旅游产业生态圈,通过打造旅游产业生态闭环、打破传统的盈利模式,在“封闭”的环境下形成基于整合的盈利模式创新;所谓“开放”是指创业需要更多地发挥旅游经济内生的分享经济特征,在旅游经济运

行中使用权分享的基础上,立足于信息的分享、资源的重组和成长的平台战略,在“开放”的空间中形成基于分享的商业模式创新。此外,从生活节奏、交通条件和便捷服务等角度看,近距离流动、快节奏消费、多频次体验的“微旅游”将成为旅游中的主力军,“微旅行、慢休闲、深度游”将成为消费的典型方式,从中衍生出的以“超便利、优体验”为特征的“深服务”需求亟须引起旅游创业创新的高度重视。在“封闭”与“开放”交织中,从单向的“线思维”,走向多元交互、融合发展的“场思维”,推动从价值链到生态圈的思想转型,创业创新的空间将会更加宽广。

北京第二外国语学院旅游管理学院院长
中国旅游改革发展咨询委员会副秘书长 厉新建

序三：群雄逐鹿 百花齐放

有人说这是个最好的时代，也是个最坏的时代。国家处于盛世，人民生活水平提高。市场开放度和自由度增加，所以竞争也更加激烈。从 2009 年起到现今，国家出台了几项重要的决策和意见，助推中国旅游业的快速发展。2015 年更是号召“大众创业万众创新”，众多因素复合之下，旅游业的创客大量涌现，创业项目层出不穷，创新度不断进步。

作为朝阳产业的中国旅游业，迎来了蓬勃发展的大时代。从整体市场来看，依然延续 2014 年“两升一降”的发展态势，周边游及乡村旅游业持续火热，而出境游在 2014 年突破 1 亿人后，有望 2015 年达到 1.2 亿。在南开参加中国—西班牙国际旅游学术会议，得知一条信息是目前中国持有护照的人数仅占 5%，可想而知未来的出境游市场潜力将是多么的巨大。

中国的旅游电子商务仍处于快速成长期，可以说是群雄逐鹿，百花齐放。我们看到 O2O 已经从高大上的假大空口号逐步下沉落实，而原来叫嚣要颠覆传统旅游业的在线旅游企业，也开始意识到线上和线下其实是合作伙伴关系而日渐变得融洽。

我经常说现在是分工协作的时代，原来讲短板，现在我认为应该讲长板，把各自的优势发挥到最长，短板让合作伙伴弥补，将会达到 $1+1>2$ 的效果，避免了无效竞争，提升了效率，把蛋糕做大从而能分得更多份额的市场。

从互联网时代步入移动互联网时代，最明显的是手机成为人的离体器官并渗透到人们的日常生活中，几大 OTA 手机端的预定量已经接近 50% 甚至可能超过 50%，因为可以随时随地下订单。而从较重的 APP 过渡到很轻的微信号，企业在初期可以快速有效的聚集用户，节省了资金和人力，并作为网络运营中最重要手段的粉丝经济，让用户成为粉丝，成为朋友，增强了黏性和忠诚度。

旅游业的变革，赖于生产方式的变革与 IT 技术的演进。变革既有内生动力也有外生动力，是什么驱动行业变革？要么是技术革命，要么是用户需求倒逼，要么就是外来渗透了。时代的进步，政策的支持，技术的可行性，都让创业者们更有条件和能力做自己想做的事情。

中国众多的人口，催生出更多个性化的需求，而这些新的需求并不是几家大企业能满足的。大平台提供通用化和标准化的产品与服务，而小而美的平台则能满

足长尾市场,这也是我反复说的,即便携程和去哪儿合并,也有很多的创业机会。虽然看上去巨头笼罩,但仍有顽强的创业项目生长出来。

纵观中国旅游业,远远没到尘埃落地的时候。为了更快占领市场,会出现更多的行业并购甚至是跨行业并购,所谓“跨界凶猛”是也。大企业都在做自己的商业生态链或者说是商业帝国,在项目很难短期上市的情况下,被大平台收购或控股也是退出机制的一种选择。

相对于其他行业,旅游企业想上纳市是非常难的,去哪儿与途牛也是经历了多年的苦熬,不像陌陌三年就上市了。而这个熬,不是每家创业公司都能承受和坚持的,这必然有相当大的部分是要你干苦活儿、脏活兒和累活兒的。所以虽然大家都想做轻平台,但为了建立牢固的市场壁垒,必须轻重结合,建立自己的护城河。

新的机会在哪里?一是避开巨头擅长的领域,二是从细分市场切入,三是引导和发现新的社会需求。目前看,我们可以从3个维度来考量创新与创业的发展机会。第一是区域性或地域性,针对某一特定地域,才能在有限的条件下倾注全力,凿穿市场。第二是主题性,这来源于个性化的游客需求,根据主题旅游来入手发展。第三是目标人群,针对不同人群的属性提供与之相匹配的产品和服务。

我也一直认为不要怕做细分市场,哪怕分的再细,只要你做到细分市场的老大和老二,都有机会。两个机会,一个是被投资机构关注与投资的机会,一个是被用户关注与投资的机会,这两个机会,都会让创业者能够获得成长的支持和助力。

最后要补充的是,虽然每个人都想创业,但并不是每个人都能成功。创业成功是极小概率的事情,低于百分之一或者更少,但我也一向认为,创业是种生活态度与生活方式。努力过了就随缘吧,让它作为人生重要体验之一。

每个创业者都值得尊敬,不管是成功还是失败。因为他们心怀让行业和世界变得更加美好的纯朴愿望,敢于放弃原来拥有的一切,投身于一个风险重重千辛万苦的未知世界。

正如秦宇教授所说:我们可以给创业者贴上各种标签:“创造者”“远见者”“实干家”“乐观主义者”。但是,回归到人性的深层次,他们都是独立的思想家、他们都有理想、他们随时准备好去冒险和尝试新事物并以此为乐,创业者通过创办事业去实现自己的理想——让这个世界不一样!

中国旅游业,风雷动,起宏图。

中国创业者,初亮剑,天地变。

中关村智慧旅游创新协会会长 张德欣

2015年9月6日

前言



创业是一种思考、推理和行为方式,它为机会所驱动,需要在方法上全盘考虑并拥有和谐的领导能力。创业必须要贡献出时间、付出努力,承担相应的财务的、精神的和社会的风险,并以获得金钱的回报、个人的满足和独立自主为目的的社会行为。有人说创业需要机遇,有人说创业者要有“基因”。但是我们通过本书的写作,想告诉所有想要创业的、正在创业的创业者们,创业需要不断地学习,并在学习的过程中不断实践创造与变革的过程。

《旅游创业启示录——思辨商业化模式与多元化创业》是继《旅游创业启示录——创造与变革进行时》之后的又一倾心之作。本书立足于旅游教育对国内实践案例的迫切需要,从旅游创业家协会会员单位中选择了16家旅游企业的创业实录,在众若繁星的旅游创业者中,这16家只是沧海一粟。但是,他们所展现给我们的启示让我们受益匪浅:勇气与热情、睿智与决断、探索与跋涉、经验与教训……

本书最大的特色在于:①本书所涉及的资料主要来源于对这16家典型旅游企业CEO或者高管的访谈,部分内容来自于企业提供的资料。②本书中许多资料是我们独家采访并首次面世。③本书案例的撰写中有大量内容系我们原创作品。④编著后的书稿均经过相应企业的审阅和反馈。

本书适合作为工商管理、旅游管理等专业的本科生、研究生以及MBA、MTA的教材使用,也可以作为旅游从业人员以及想要创业、正在创业的人员的参考用书。

全书分为16个案例,案例排名不分先后,是根据这些旅游企业全称的首汉字的汉语拼音首字母排序。本书的编写得到了学校许多专家、学者以及领导的指导和支持。北京第二外国语学院旅游管理专业的研究生董慧云参与了本书全部的采访和大部分案例的编写,陈梓柠、胡莹、何玉春同学参与了本书的部分采访和编写