

 **旅聘网**
专注旅游职业机会

 **溢美金融**
Emax Financial Group

旅行社岗位培训系列丛书

旅游金融专家

马洪亮 主编



旅游教育出版社

旅行社岗位培训系列丛书

总主编 曹戈

旅游金融专家

马洪亮 主编

北京·旅游教育出版社

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

旅游金融专家 / 马洪亮主编. --北京: 旅游教育出版社, 2017. 3

ISBN 978-7-5637-3555-6

I. ①旅… II. ①马… III. ①旅游—金融支持 IV. ①F59②F830. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 074981 号

旅游金融专家

马洪亮 主编

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	tepx@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	880 毫米×1230 毫米 1/32
印 张	8.5
字 数	166 千字
版 次	2017 年 3 月第 1 版
印 次	2017 年 3 月第 1 次印刷
定 价	68.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《旅游金融专家》编委会

主 编 马洪亮

执行主编 李 岷

编委会委员 盛 越 刘金鹏 刘 疆
陈 羽 李希仁 李 爽
董宏岩

《旅游金融专家》

——中国旅游业的新千亿机会

游庆冀 元钛长青基金合伙人

认识溢美金融的马洪亮先生是 2016 年 3 月的一个旅游行业年度峰会上,我们作为一组嘉宾讨论旅游行业投资和金融的一些话题,当时对他留下了深刻的印象:热忱和执着(日后他也笑称对我的印象是真知和敢言)。那之后一段时间,我在产业链研究和价值投资的逻辑驱动下,拜访了数百家旅游企业,其中有创业公司、组团社、包机商、专线批发商、地接社和小型 OTA 等。令我惊奇的是,不少公司都已经是溢美的客户了,此后的故事就是一个典型的莫逆之交的范本。

然而,他要我为他的新作写点什么,大概除了我身在旅游投资领域,更多因为我对旅游供应链金融以及消费金融同样抱有巨大的市场期望。我知道洪亮心中的创业对标公司是美国运通(AE),中国大概没有几个人对 AE 的研究和学习如他一般痴迷,把供应链金融和消费金融做到融合的中国创业公司寥寥无几,我相信只有垂直领域有这样的机会,旅游业一定是最初可以完成实践的垂直行业之一,而溢美已经是屹立潮头的佼佼者了。

碰巧的是接到洪亮邀请的当天,我正在洛杉矶与一些当地旅游从业者讨论几个热点话题,境外业者提及最多的是对前几

年旅游创业和投资双泡沫的不解以及对 B2B 平台几近集体性崩塌的唏嘘。旅游创业和投资去泡沫化是正向的修补行业生态的过程,对真正在解决客户问题和脚踏实地的创业者只会更好,资本的集聚效应会加大。旅游 B2B 平台可以出现和发展是因为部分解决了传统的旅游供应链分散和低效的问题,但最终遭遇瓶颈的根本原因是过度利用了金融工具(账期、补贴和授信),而不是重点解决上下游的痛点。正解是 B2B 平台去解决供应链问题,而把金融的应用交给第三方独立公司,这样回归各自本源对于恢复供应商和采购商的信心才有帮助。还有一类我反对的“伪供应链金融”,个别接近消费者的旅游企业利用自身的流量垄断或优势地位一方面占压供应商或者其他参与者的资金,另一方面用原本应该支付的货款或从银行获得的低利率资金,反过来以“供应链金融”的名义融资给被占压资金的中小企业,这是一种建立在损坏整体供应链环境上的行为,违背了供应链金融的本来含义。

依赖个人信贷进行消费或提前消费人群的兴起是中国消费者结构发生改变的必然结果,虽然由于监管措施滞后导致了各种社会问题,但不可否认消费意识的觉醒已经是不可逆转的洪流。对于旅游产业而言,旅游保险集成和服务商和旅游消费信贷服务商的创业机会真正来到了,而这类消费金融产品也有机会成为旅行灵感激发的手段。

然而,无论是面向旅游供应链还是旅游消费者,金融科技(Fintech)一定是其中不可或缺的力量,我认为未来区块链技术在其中将扮演重要的角色。比如在供应链金融链条中,上下游企业的信息流、库存动态、资金流信息的整合至关重要,但目前各企业维护自己的数据信息,信息孤岛增大了整合的难度。而区块链技术将每个交易方变成网络中的一个节点,企业的各

项资产、服务和产品以数字化的形式在网络中体现,任一节点间的交易都会被全网认定。同时,区块链保证交易信息不可篡改。

《旅游金融专家》一书第一次全面且系统地对旅游行业中各类企业可能面临的金融问题做了阐述,同时提供了详实的分析和解决问题的思路,可以说一书在手,方案全有,相信广大旅游企业可以从中收获良多。

目 录

第一章 全域旅游时代的旅游金融	1
一、旅游金融是旅游产业发展的必然需求	1
二、旅游金融促进旅游企业发展要素资本化	5
三、旅游金融帮助旅游企业通过产业链管理获得资本 助力	7
四、案例：旅游金融新势力 ——溢美金融	8
第二章 旅游投融资市场	14
一、旅游产业投融资现状	14
二、旅游产业投融资的问题和成因	43
三、旅游产业投融资发展路径	50
四、案例：景区投融资	57
第三章 旅游金融市场	63
一、旅游金融市场的界定	63
二、旅游金融市场及其构成：平台提供商、交易风险 管理者和风险承担者	66
三、旅游金融的基本业务形态	67
四、旅游金融的资金来源与走向	79

五、案例:溢美金融	
——解决中小旅游企业资金荒	86
六、案例:途牛旅游网的旅游金融业务	94
第四章 互联网领域的旅游金融创新	98
一、互联网领域的旅游金融发展历程	98
二、互联网旅游金融产生的原因	100
三、互联网旅游金融现状	101
四、互联网旅游金融即将进入加速发展期	106
五、互联网旅游与金融的实操路径:纵向四流合一, 横向六大产品	108
六、基于互联网的企业商旅金融	
——以溢美金融为例	120
七、案例:腾邦与途牛的旅游金融实践	134
第五章 旅游金融风险管控	143
一、旅游金融风险管控的定义和内容	143
二、旅游金融信用风险管理	146
三、旅游金融操作风险管理	166
四、旅游金融法律风险管理	174
五、旅游金融风险管理的两个重要手段:现金流控制 和结构性授信安排	176
六、旅游金融风险的管控实操	185
第六章 旅游企业融资能力建设	203
一、旅游企业融资决策的内容和任务	203
二、旅游企业融资决策的程序	203

三、旅游企业融资决策的原则·····	206
四、旅游企业融资的沟通与谈判·····	208
五、旅游企业融资能力的提升·····	210
六、旅游企业融资风险管理·····	220
七、案例:旅游企业融资申请材料范本·····	227
 第七章 全球旅游金融典范	
——美国运通·····	233
一、发展历程·····	233
二、产品策略·····	236
三、市场策略·····	238
四、核心发展战略·····	241
 附录 《首席财务官》杂志专访	
——溢美金融 CEO 马洪亮·····	247
 参考文献·····	255
后 记·····	258
旅聘网简介·····	260

第一章 全域旅游时代的旅游金融

一、旅游金融是旅游产业发展的必然需求

(一)全域旅游时代催生旅游金融

1.全域旅游时代的解读

中国旅游业历经三十余年的发展,已经成为世界第一旅游大国,进入了一个崭新的全域旅游发展阶段。

全域旅游跳出了传统旅游和小旅游的拘囿,将一个区域整体作为功能完整的旅游目的地来建设,是一种带动和促进经济社会协调发展的新理念、新模式。

全域旅游的核心内涵是在旅游资源富集地区,以旅游产业为主导或引导,在空间和产业层面合理高效优化配置生产要素,以旅游产业来统筹引领区域经济发展,持续增强区域竞争能力的创新模式;全域旅游也是对“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念的贯彻落实,从区域社会经济发展的全局高度,明确旅游业的战略地位和社会价值。

2.全域旅游的核心要素

结合国家旅游局李金早局长对全域旅游的系列论述,总结出全域旅游的核心要素应包括以下六个方面:

第一,推进旅游行政管理体制的变革。只有将全域旅游落实为地方“一号工程”,以其统筹体制机制配套改革,才能真正

实现以旅游产业为主导或引导,优化配置区域生产要素和落实适合社会经济发展制度安排。

第二,在旅游资源富集区,建立以旅游产业为主导的区域发展新平台、新模式。在以工业等产业为优势的地区,也可以运用全域旅游的理念,来促进区域产业发展,形成更人性化和有益于提高人民群众幸福指数的产业发展创新模式。

第三,引导多产业融合发展,形成区域泛旅游产业集群。以旅游产业为核心,引领产业结构转型升级,统筹产业空间布局,集聚多元化业态,推进三次产业门类之间的主动融合、充分融合和创新融合。

第四,在适合发展全域旅游的地区,以全域旅游规划作为区域顶层设计,引导实现“多规合一”,使“全域旅游”理念在城乡规划与国民经济和社会发展规划、土地利用总体规划等法定规划及各职能部门规划中得到切实体现。

第五,借力供给侧改革,推动全域旅游产品的提档升级。一是以旅游发展思维引导新型城镇化和美丽乡村建设;二是通过产业交叉融合显著提升全域旅游服务容量和丰富服务门类;三是推动涉旅公共资源管理与公共设施和服务体系创新,以满足国民休闲需求;四是将主导产品门类从单一的观光产品转型升级为观光、休闲、度假于一体的复合型产品。

第六,全域旅游的发展推动了整个旅游行业从业者数量的快速增加,由原来相对垄断的状态过渡到充分的市场化竞争。

3. 全域旅游时代与金融的关联

金融是产业发展的血液,旅游金融不仅是新形势下旅游产业与金融的融合,为旅游产业提供的一种新型金融服务,更是对旅游产业链条的整合与重塑,最终实现整个生态圈的共赢。

全域旅游时代,大量新进入的从业者和被迫改革的传统从

业者如何全面拓宽旅游产业发展资金来源,突破企业自身信用天花板的限制,成为旅游产业整合产业资源,优化产业结构,促进转型升级的关键。

随着全域旅游的深入发展,以及我国经济结构、经济发展方式的转变,传统的金融服务手段难以满足当前旅游业发展的巨大需求。从而使立足于旅游产业,主要面向各类旅游企业的提供专业金融服务的旅游金融业务应运而生。旅游金融有着巨大的发展空间,蕴含重要的战略性机遇,是旅游产业发展的战略制高点。

(二) 旅游产业链高速的资金运转特点催生了旅游金融

旅游产业链上的各企业为了缓解自身的资金缺口问题,往往会单方面延长支付,比如零售商对其供应商要求延长账款支付周期至 $T+N$ 的情况。这种方式虽然有利于部分企业的资金流动和效率,但是却为供应商带来了较大的资金障碍。为解决这一问题,反过来又加大了供应商的融资成本,最终使得供应商不是在生产和产品质量上下功夫,而是更加关注如何解决资金问题。因此,如果不能有效地解决资金流与商流、物流和信息流的整合,旅游产业链就会难以为继。

(三) 旅游产业链一体化催生旅游金融

随着旅游产业核心企业的成熟,旅游产业链一体化发展方兴未艾,促使资金在旅游产业内的重新配置,使资本流向效益更高的企业和平台。满足了核心企业转型升级的诉求,通过金融服务,实现其产业链生态系统的价值。

以此为基础,旅游市场要求金融以产业链为中心提供更为灵活、成本更低、效率更高、风险可控的金融产品和融资模式。旅游产业链融资正是在这种背景下应运而生的。

(四) 中小企业融资难催生旅游金融

旅游金融给予了中小企业全新的融资工具,这在中小企业

融资难背景下,对全国两万多家旅行社,几千万家产业链从业者具有了强大的现实意义;而对于资金供给方而言,降低了向中小企业放款的风险。这种多方共赢的生态系统,正是旅游金融未来的商业价值和发展方向。

由于缺乏资金,很多中小旅游企业在成长道路上举步维艰,不堪重负,这在很大程度上限制了中小旅游企业提升竞争力的机会,中小企业融资难的问题一直是个亟待解决的棘手问题。

从融资渠道来看,大多数中小企业主要采用的是内源性融资模式。然而,由于大多数中小企业利润率水平不高,企业自身的资本积累能力不足,内源性融资在很大程度上无法起到扩大经营,提高企业竞争力的客观要求。

而从外源性融资方式来看,由于国内股票市场的准入门槛很高,很多中小企业受注册资本和公司股本总额的限制,根本无法进入主板市场。可以说,我国绝大多数的中小企业还无法进入公开的证券市场进行融资,这在很大程度上限制了中小企业的发展。

迄今为止,银行信贷是中小企业最主要的融资渠道。但是,旅游业的中小企业很难从商业银行那里获得贷款。由于中小企业的资信状况较差、财务制度不健全、抗风险能力弱、缺乏足够的抵押担保,商业银行为了尽量地减少呆账、坏账,基本不愿意向中小企业放贷,而是把重点放在了大型企业身上。

而旅游金融的核心就是结合产业运行的特点,有效地解决企业,尤其是中小企业日常经营管理活动中的融资难问题,将金融资源和产业资源高度结合,实现产业效益与金融效益的共赢。

(五)政策和技术环境催生旅游金融

法律的完善、技术的发展,都为旅游金融的发展提供了良

好的契机。

《物权法》等在动产担保制度上的一系列突破,为旅游金融的发展提供了良好的法律环境:

扩大了动产担保的范围,允许以协议方式对现有或将有的生产设备、原材料、半成品、产品进行抵押;允许抵押人将其财产一并抵押;允许应收账款抵押等。

不再要求对担保物进行具体描述,而由当事人书面进行约定;赋予了当事人更多的自治空间,比如,动产担保的创设更加灵活、实现担保物权的条件可以自由约定,等等。

而信息技术的进步也为旅游金融提供了发展空间。

一方面,信息技术帮助旅游金融的各方参与者及时掌握产业链运行的状态、资金运行的效率以及不同阶段存在的风险及其程度;另一方面,信息化的手段本身也构成了旅游金融的主要内容。

二、旅游金融促进旅游企业发展要素资本化

(一) 旅游与金融的关系

在实体经济与虚拟经济相互依存和产业间不断融合的推动下,以产业为代表的实体经济和以金融为代表的虚拟经济必然走向耦合发展的同一轨道,形成产业金融。从产业融合的演变逻辑来看,各具体产业也将与金融业相互融合,形成产融结合。产业金融既是当代经济发展的主要特征,也是产业未来发展的必然趋势。

如今,旅游业已发展成为我国的一个重要新兴经济产业,对优化经济结构、转变发展方式和扩大内需都有显著的作用,对国民经济的贡献也越来越突出,旅游产业必然和汽车产业、

钢铁产业和房地产业一样,将与金融业不断耦合发展,形成产业金融新的细分领域——旅游金融。

(二) 旅游金融的定义与实质

从产业金融的角度来理解,旅游金融是指以旅游产业为实体经济和以金融业为虚拟经济相互融合、互动发展的新兴业态,是通过旅游资源,包括人、财、物的资本化配置,来实现产业与金融业融合发展,实现旅游产业价值增值的金融路径或金融工具。其中,旅游产业为本,金融工具为用,通过两者间的密切融合,促进旅游资源和金融资源的优化配置,最终实现旅游产业的价值提升和快速健康发展。基于此,旅游金融的商业模式,可概括为通过把旅游资源、资产、产权和未来收益等旅游产业发展要素资本化来实现旅游产业价值的快速增值。

从产业金融的角度出发,旅游金融的实质就是金融服务提供者通过对旅游产业链参与企业的整体评价,针对旅游产业链各渠道运作过程中的企业拥有的流动性较差的资产,以资产所产生的确定的未来现金流作为直接还款来源,运用丰富的金融产品,采用闭合性资金运作的模式,并借助中介企业的渠道优势,来提供个性化的金融服务方案,为企业、渠道和产业链提供全面的金融服务,提升旅游产业链企业的协同性,降低其运作成本。

(三) 旅游金融的特点

具体来看,旅游金融的特点有:

- (1) 现代产业链管理是旅游金融服务的基本理念。
- (2) 大数据对客户企业的整体评价是旅游金融服务的前提。
- (3) 闭合式资金运作是旅游金融服务的刚性要求。
- (4) 构建旅游产业链商业生态系统是旅游金融的必要

手段。

(5)企业、渠道和产业链,特别是成长型中小企业是旅游金融服务的主要对象。

三、旅游金融帮助旅游企业通过产业链管理获得资本助力

旅游金融在旅游产业链发挥作用的基本原因是:在一个协作的产业链环境里,一方的采购通常涉及另一方的销售。

基于此,在旅游金融环境下,传统上认为的公司内外部发生了转变,以前从组织之外获取的资源被认为是外部融资,现在却不一样了,原因在于把协作成员当成一个实体。只有这个实体外的组织所提供的资源才被认为是外部融资。表面上看起来可能与传统的观念相悖,但事实上,融资机构和融资手段都没有发生改变,仅仅是在旅游金融环境下,内部融资的可选择性被扩展了。

旅游金融为产业链各成员提供的资本助力主要体现在以下三个方面:

(一)追踪产业供应链资金流

这应该说是旅游金融成功实施的一个基本的驱动因素,竞争性战略到协作性战略的转变,需要重新审视企业的资金管理体系,旅游产业链上的成员需要追踪发生在价值创造活动过程中的支付交易,共同建立一个金融结算中心用以获得相应的财务信息。如果合适的金融结算体系没有建立,就有可能引起信息的偏误,这会引致分歧及不信任,以及旅游金融运行的风险。

(二)金融资金的灵活有效运用

协作投资可能发生在旅游产业链的各个环节上,当对不同