



中国旅游日
China Tourism Day



2012

中国旅游财务信息 年鉴



中华人民共和国国家旅游局
NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

中国旅游出版社

THE YEARBOOK OF CHINA TOURISM FINANCIAL INFORMATION



中国旅游日
China Tourism Day

2012

中国旅游财务信息 年鉴



中华人民共和国国家旅游局
NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

中国旅游出版社

THE YEARBOOK OF CHINA TOURISM FINANCIAL INFORMATION

责任编辑：王建华 王 军

装帧设计：中文天地

责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

2012 中国旅游财务信息年鉴/中华人民共和国国家
旅游局编. --北京：中国旅游出版社，2012. 9
ISBN 978 - 7 - 5032 - 4513 - 8

I. ①2… II. ①中… III. ①旅游业 - 财务信息 - 中
国 - 2012 - 年鉴 IV. ①F592. 6 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 211387 号

书 名：2012 中国旅游财务信息年鉴

编 者：中华人民共和国国家旅游局

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cna.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷：北京工商事务印刷有限公司

版 次：2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：17

印 数：4000 册

字 数：220 千

定 价：68.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4513 - 8

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

《2012 中国旅游财务信息年鉴》是一本在 2012 年编辑的反映 2011 年度中国旅游企业财务信息状况的资料性年刊。汇总范围是纳入企业年度财务报表填报工作的各旅行社、旅游饭店、旅游景区和旅游集团等旅游企业。本年鉴希望通过对 2011 年度旅游企业财务效益、资产营运、偿债能力和发展能力等主要财务指标,以及人均增加值、人均财政贡献等补充指标特别是社会贡献方面的分析评价,为广大旅游财务信息使用者提供翔实的行业平均参考数据,为完善旅游产业的表征体系,提升旅游产业素质,推进旅游业管理深化,引导旅游企业健康发展贡献微薄力量。

2011 年是“十二五”的开局之年。面对复杂严峻的国内外经济形势和挑战,全国旅游行业认真贯彻党中央、国务院的决策部署,以科学发展为主题,以转变发展方式为主线,以国务



院 41 号文件为指导,着力扩大旅游消费,着力提高服务质量,着力推进改革创新,着力转变发展方式,实现了“十二五”旅游业发展良好开局。年鉴数据显示,2011 年旅游企业经营状况整体向好,融资能力和抗风险能力进一步提升,各项经济评价指标均优于 2010 年,特别是净资产收益率提高近两个百分点,总资产增长率提高近四个百分点,人均增加值提高近万元,销售增长率达到 17.7%。与此同时,旅游企业加大了与三产融合的广度和深度,创新了商业盈利模式,填报企业的类型明显丰富。

与往年相比,《2012 中国旅游财务信息年鉴》用更多的笔墨对旅游企业经济效益之外的综合效益进行了深度剖析,从经济效益稳定、发展潜力巨大、社会效益明显等方面,解答了“旅游业资本效益不高,却成为市场投资热点”的疑问,印证了国家大力发展旅游业、充分发挥旅游业经济社会和文化生态功能的国家战略决策意义。

《2012 中国旅游财务信息年鉴》的编辑工作得到了社会各界人士的大力支持和帮助。中国社科院旅游研究中心、社科院财经战略研究院旅游与休闲研究室副主任戴学锋及其团队基于旅游财务数据所做的研究报告,以及宏源证券股份有限公司旅游酒店行业研究员孙妍基于上市公司样本数据撰写的上市旅游企业财务效益研究报告,进一步提升了《中国旅游财务信息年鉴》

的利用价值和可读性。此外，为保证财务数据的准确性，北京中瑞达财税服务有限公司总经理陈益坚及其团队、北京久其软件股份有限公司朱子豪承担了大量基础性审核工作，在此一并表示感谢。

由于财务信息统计体系不够健全，汇总企业数据还不能完全反映旅游业的全貌，加之时间和水平限制，年鉴中难免会存在缺憾，敬请广大读者批评指正，我们将在今后工作中不断改进和完善。研究报告中有关观点仅代表课题组专家意见，仅供研究分析参考。

《中国旅游财务信息年鉴》编辑委员会

二〇一二年七月

目 录

财务信息报告

中国旅游企业效益透视	2
2011 年上市旅游企业财务效益研究报告	22
2011 年度中国旅游企业财务信息报告	66

附表

2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (全部旅游企业)	128
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (全部旅行社)	132
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (经营出境游旅行社)	136
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (经营非出境游旅行社)	140
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (全部旅游饭店)	144
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (五星级饭店)	148



2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (四星级饭店)	152
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (三星级饭店)	156
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (二星级饭店)	160
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (一星级饭店)	164
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (未评星级饭店)	168
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (旅游集团)	172
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (全部旅游景区)	176
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (自然类旅游景区)	180
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (文物类旅游景区)	184
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (主题类旅游景区)	188
2011 年度全国旅游行业经济效益评价主要财务 指标表 (其他旅游企业)	192
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (全部旅游企业)	196
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (全部旅行社)	200
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (经营出境游旅行社)	204

2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (经营非出境游旅行社)	208
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (全部旅游饭店)	212
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (五星级饭店)	216
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (四星级饭店)	220
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (三星级饭店)	224
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (二星级饭店)	228
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (一星级饭店)	232
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (未评星级饭店)	236
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (全部旅游景区)	240
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (自然类旅游景区)	244
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (文物类旅游景区)	248
2011 年度全国旅游行业经济效益评价补充财务 指标表 (主题类旅游景区)	252



2012 中国旅游财务信息年鉴

财务信息报告

中国旅游企业效益透视

中国社会科学院财经战略研究院
国家旅游局规划财务司

2012年7月

2011年度我国旅游企业财务数据分析显示，旅游企业经济效益并不高，与社会资本投资旅游企业热情不减的现实形成巨大反差，因此，从新视角、新认识和新定位出发，对旅游企业的经济效益进行深入全面的分析显得尤为必要。

一、从企业视角综合分析旅游企业的经济效益

与2010年相比，2011年旅游企业经济效益有所提高，但与社会其他行业相比，收益水平依然偏低。2011年全国旅游企业净资产收益率平均为5.32%，比2010年的4.02%上升1.3个百分点；全国旅游企业的总资产报酬率平均为3.98%，比2010年的2.54%上升1.44个百分点；全国旅游企业营业利润率平均为4.17%，比2010年的2.51%上升1.66个百分点。而从统计数据上看，

2010年中国国有企业的净资产收益率平均为7.4%，其中教育文化广播业净资产收益率平均为8.2%，批发零售餐饮业净资产收益率为12.8%，信息技术服务业净资产收益率为9.4%^①。

从世界旅游业角度看，旅游企业的经济效益也不高。据美国纽约大学 Aswath Damodar van 教授 Damodar Online 数据库监测的数据显示，2011年美国饭店行业（Hotel/Gaming）的净资产收益率（ROE）为4.59%，资本回报率（ROC）为6.95%，日本饭店行业的净资产收益率为-2.92%^②。Ming-Hsiang Chen 测算了1997~2008年台湾饭店效益，得出台湾饭店的平均净资产收益率为1.248%，总资产收益率（ROA）为1.089%^③。与全球旅游业相比，中国旅游企业的盈利并不低。2011年中国旅游业企业总体平均净资产收益率为5.32%，其中，净资产收益率最低的饭店行业为3.02%，略低于美国，但高于日本、中国台湾等地区。饭店业中，五星级饭店的净资产收益率为6.36%，高于美国饭店业净资产收益率。

而从资本投资的角度看，2011年中国旅游企业的实收资本净额平均为972.85万元，比2010年的959.28万元提高了1.41%，说明旅游企业吸引的资金在逐步增多，旅游企业的原始规模在逐步扩大。对典型案例的调查也显示，一些地区的所谓旅游综合体项目，投资动辄几十亿元，甚至上百亿元、几百亿元。

① 国务院国资委财务监督与考核评价局，2010年度企业国有资产统计数据资料，P64。

② 数据来源Damodar Online 数据库http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/data.html。

③ Ming-Hsiang Chen, The economy, tourism growth and corporate performance in the Taiwanese hotel industry, Tourism Management, 31 (2010) 665-675.



一方面旅游企业投资的效益不高,另一方面是旅游业的投资在迅速扩张,对此中玄机,有必要进行全面的分析。

(一) 综合辩证地看待旅游企业的经济效益

旅游产业链较长,涵盖食住行游购娱等六要素以及其他延伸的产业业态,不同业态、不同性质的旅游企业效益差异极为明显,其中不乏投资效益极佳的业态,但由于旅游产业尚处于初级发展阶段,绝大部分企业属于中小型企业,盈利能力较弱,拉低了行业整体效益水平。此外,旅游业是一个综合性、公益性很强的产业,在其发展过程中,有一部分旅游企业已从事业单位转型过来,有一部分目前依然是事业单位,这些单位不以经济效益为主要目标,如旅游业中的很多景区,主要是为当地居民提供休闲的场所,如北京的中山公园、红领巾公园等,或者主要以文物修缮保护、宗教活动为主要工作,如帝王陵墓及有关寺庙景区。

1. 上市公司效益明显高于非上市企业

2011年全国有旅游景区、旅游饭店、旅行社、餐饮等多种业态的上市企业27家,其中旅游景区13家,旅游饭店7家,旅行社3家,餐饮3家,其他旅游企业1家。旅游类的上市公司通过整合国内顶级的旅游优质资产,其资源价值、投资价值极佳,在资本市场的运作下,上市公司的企业经营效益明显高于非上市公司,旅游类上市企业日渐受到资本市场的青睐。从盈利能力来看,旅游类上市企业明显高于旅游行业企业的平均水平。2011年旅游类上市公司净资产收益率为10.27%,同期全国旅游行业平均仅为5.32%;上市公司总资产报酬率为6.32%,同期全国旅游行业平均仅为

3.98%。从发展能力方面来看,旅游类上市企业的整体水平同样要明显高于一般旅游企业。2011 年旅游类上市公司销售增长率为 26.73%,同期全国旅游企业平均为 17.66%。总资产增长率旅游类上市公司为 13.71%,同期全国旅游企业平均为 11.40%。从上述数据可以看出,旅游类上市公司企业效益明显高于全国其他旅游企业,代表了旅游行业内企业的佼佼者。

2. 综合性旅游业态的投资效益高

旅游业具有带动一方经济发展的巨大潜力,较小规模旅游企业难以获得全部的外部效益,这些外部效益大都被其他行业企业获得;旅游集团由于具有控制外部效益的能力,其效益明显高于其他业态的旅游企业,一些综合性的大型旅游集团的经济效益表现十分抢眼,已经展露出较强的盈利能力和经济价值。在营业净利润方面,2011 年旅游集团的企业净利润最高,平均为 11971.61 万元,远远超过了旅游企业的平均水平(平均为 55.17 万元),也高于其他业态的旅游企业水平(旅游景区 2011 年平均净利润为 208.38 万元)。在旅游企业净资产收益率和总资产报酬率方面,2011 年旅游集团平均分别为 10.80% 和 5.92%,明显高于单一的旅行社、旅游景区和旅游饭店等业态的资产收益率和总资产报酬率。

3. 旅游业态内部差异显著

旅游企业中不仅不同业态之间的效益存在差异,即使是同一业态内部也存在着显著的差异。旅游景区行业内,5A 级旅游景区的企业效益明显好于其他类型的旅游景区,这也从侧面说明很多低 A 级景区的公益性质;旅游饭店行业内,五星级饭店的企业效益好于其他类型的旅游饭店;旅行社行业内,经营出境游的旅行社的企业效益好于经营非出境游旅行社。以企



业净资产收益率为例,2011年五星级饭店净资产收益率为6.36%,经营出境旅游业务的旅行社的净资产收益率为12.70%,5A级旅游景区的净资产收益率为10.75%,均高于同业态其他类型的旅游企业。因此,如果单独看待5A级旅游景区、五星级饭店和经营出境游旅行社,旅游企业的经济效益是非常好的。

4. 旅游企业现金流巨大,具有资金运作的巨大潜力

旅游企业的资产收益率不高,但旅游企业与零售企业非常类似,具有极大的现金流,比如旅游饭店、旅行社等每天都会直接收入大量现金,这对大型旅游企业,特别是旅游集团来说尤为重要。如上海锦江集团在上世纪80年代中期就组建了自己的财务公司,将所属企业的巨大现金流整合起来为集团服务。北京首旅集团每天的现金流高达一亿元,几年前也组建了自己的结算中心,统一运作巨大的现金流,为集团服务。2011年旅游集团的资产收益率为10.80%,大大高于旅游企业5.32%的平均水平,其中相当收益来自于资本运作。

因而,具有资金盈余的大型企业愿意投资旅游行业作为资产保值增值的手段,也是看重了旅游企业具有较大的现金流,即便一时旅游企业可能出现亏损,由于具有较大的现金流,一般不会出现资金链断裂等严重问题,这为旅游企业的资本运作提供了重要保障。

(二) 旅游业拥有众多优质资产,具有巨大的潜在升值潜力

旅游业内拥有许多的优质资产,既有一些世界级品质的旅游资源,比如世界文化遗产,截至2011年6月24日,中国已有41处世界遗产;也

有一些代表中国旅游景区的最高水平的 5A 级旅游景区，截至 2012 年 4 月 27 日，全国共有 132 家国家 5A 级旅游景区；不仅如此，还有其他一些尚不为众人所知的旅游景区、旅游饭店等优质资产，只是受限于国家政策和国家资本的控制，其资本效益未得到充分的体现。

目前国内高等级的旅游景区大多由国有资本控制，再加上国内现时缺乏完善的旅游产权交易平台，一些优质旅游资产无法在资本市场中充分实现自己的价值。因此，尽管从总体上看旅游业的效益并不好，但是只要深入探究就能发现，旅游业内存在许多优质旅游资产，存在着极大的商业开发机会。

（三）旅游综合体效益潜力巨大

由于旅游企业一般都与优美的风景结合在一起，或极大地改善某地区的风景，能够形成独特的“稀缺资源”，具有极大的升值空间和发展价值，如旅游企业往往占地面积较大，且拥有较好的资源如旅游风景资源或者是所处地理位置极好等，因此，其往往能与地产结合在一起。旅游的发展能极大地改善区域环境，带来良好“外部效益”，如土地升值等收益。比如芜湖的方特集团开发的主题公园极大地带动了周边地产的发展，其主题公园本身的经济效益并不突出，但是由于其能够为周边地区和其他产业带来效益，集团通过控制外部效益获得了极大“额外”收益，弥补了旅游业效益的不足。

因此，近年来“旅游综合体”这一新的发展模式在国内异军突起，其围绕旅游业的发展，建构起一系列相关产业，涵盖观光、游乐、休闲、度假、运动、文化、会议、商务、居住等多个产业，其核心就在于借助旅游



业的发展,充分地吸纳旅游业所创造的外部效益,如深圳华侨城在全国的开发模式。

(四) 旅游行业资本运作效益突出

旅游业的资产往往集中在城市核心区,或风景优美的地区,即便一些经济不发达地区,由于旅游业的发展必然带动区域经济的发展,使得该地区的总体收益大大提高,这就为旅游企业的资本运作提供了可能性。因此,很多旅游项目投资,往往不是简单的一般项目投资,而是一种长远的资本项目投资,甚至是一种不动产投资。以燕京饭店为例,2002年海航酒店仅以4646万元就获得了燕京饭店45%的控股权。7年之后,2009年11月海南航空以6.19亿元收购北京燕京饭店45%股权,尽管燕京饭店的经济效益不高,但是短短7年后的收购价格溢价11.49倍。因此,从资本效益角度来看,旅游业是一个适合长远投资的极佳行业,业内许多沉淀并被掩盖着的优质资产,在未来充裕、通畅的资本撬动下,将以倍增速度给投资者带来良好的资本杠杆效益。

(五) 旅游行业发展稳定,已经成为资本的避风港

随着人们生活水平的提高,旅游已经成为人们重要的生活方式,其发展潜力巨大,且不可逆转。旅游业尽管效益一般,但旅游业却具有较强的灵活性和可持续发展的能力,其受经济周期影响较小,即使是受到外部事件冲击之后,因其自身的适应性和内在的活力,往往能够迅速恢复增长,因此收益非常稳定,尤其重要的是旅游业有着较为稳定的现金流。