



南开旅游案例丛书

总主编 邱 鸣

旅游业资本运营 理论与研究与案例分析

◎ 尹美群 / 主编

南开大学出版社



南开旅游案例丛书

旅游业资本运营 理论与案例分析

尹美群 主编

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游业资本运营理论与案例分析 / 尹美群主编.

—天津:南开大学出版社, 2013.8

(南开旅游案例丛书)

ISBN 978-7-310-04246-3

I. ①旅… II. ①尹… III. ①旅游业—资本运营—
研究 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 154960 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

148 × 210 毫米 32 开本 8.75 印张 252 千字

定价:20.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

总 序

改革开放以来,我国旅游业一直保持较快的增长速度,2010年,我国已成为世界第三大出境旅游客源国和第四大入境旅游目的地,实现了从旅游资源大国向世界旅游大国的历史性跨越,今后还将由世界旅游大国向世界旅游强国迈进。旅游业已经确立为国家“战略性支柱产业”。世界旅游组织预测,到2015年,中国将成为世界第一旅游大国,中国入境旅游和出境旅游均将超过1亿人次,国内旅游将超过28亿人次。

旅游业在我国国民经济发展中的地位日益提升,国家对旅游产业、旅游企业发展的关注度提高。2007~2009年间,国务院及各省人民政府及办公厅出台了5000多个文件,其中151个与旅游业相关。2009年底,《国务院关于加快发展旅游业的意见》(国发〔2009〕41号)提出“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。这些文件充分说明,旅游业在我国国民经济中的战略性地位已经确立。

伴随着我国旅游产业的迅速发展,我国旅游产业服务能力和服务水平有了非常大的改进和提高。我国的旅游产业服务已经呈现出规范化、国际化的特点。旅游业基于其自身的扩张能力和较好的渗透性,在原有生活性服务核心业态的基础上,受到生产服务业、专业服务业、信息服务业、创意服务业的明显影响,引致旅游业内部结构和能级提升,出现了高增值性、高层次性、高功能性、高技术性、高知识性的新特点。

伴随着我国旅游产业的迅速发展,旅游企业也出现了一些新的发展特征:第一,企业规模不断增大,涌现出了一批在全球范围内都名列前茅的公司(例如饭店业中的如家、锦江、首旅、香港中旅、开元,旅行社业中的携程、国旅,会展业中的中青旅会展公司、中旅会展公司,以及餐饮业中的俏江南、海底捞、小肥羊);第二,连锁经营企业数量急剧扩张,经营地域不断扩大;第三,越来越多的旅游企业采用了全新的商业模式与管理模式,旅游企业中的创新日益增长,新业态如游轮、高尔夫、旅游综合体等不断涌现;第四,旅游企业的产业实践发展变化速度很快,集团化、品牌化、信息化、国际化发展正处于高速进化期。但是我们也应该看到,我国旅游企业与国际上的大型旅游跨国集团相比仍存在较大差距。因此,在未来很长一段时间里,能否提高中国旅游企业的竞争力,将是我国能否从旅游大国向旅游强国转变的关键。通过对旅游企业的市场营销、资本运营、新业态创新、信息化管理、多元化发展、国际市场开拓等方面进行分析研究,很好地总结旅游企业以往经营中的经验、教训,这必将有助于推动一批高效率的本土旅游企业的快速成长。

北京第二外国语学院是一所以外国语言文学为主体学科、以旅游管理为特色学科,文、管、经、法等多学科门类协调发展的大学。作为国家级特色专业和北京市特色专业的旅游管理专业,顺应国际化背景下旅游产业发展的要求,依托学校的外语优势,以“全球旅游产业领袖”人才培养目标为导向,树立全球愿景,强调置身于真实的全球旅游产业环境,走“产学研”一体化与国际化并重之路,注重学生专业理论知识和实践创新能力的结合,建立了包括港中旅、洲际、雅高、香格里拉、希尔顿酒店集团等国际旅游集团以及首都旅游集团、国旅集团、青旅集团、沙湖旅游集团等国内旅游企业集团在内的一批实践教学基地,其中首旅集团为北京市级校外人才培养基地。多年来,学校旅游管理专业教学研究团队一直关注旅游业发展中热点问题,在旅游产业发展、旅游企业管理、旅游经济学、旅游市场营销、旅游区域

规划、会展经济与管理、现代服务业运营、文化创意产业管理等多方面进行了卓有成效的教学和研究,取得了丰收成果,为全国特别是首都经济建设和社会发展培养输送了一大批优秀的经营管理人才。

为了适应旅游业新形势发展的需要,本着对旅游相关问题的执著探索精神以及服务教学的宗旨,北京第二外国语学院旅游管理教学科研团队致力于编撰这样一套案例丛书,高屋建瓴地将旅游产业发展中的关键问题通过案例的形式加以回顾、总结和分析,期待和旅游界同仁共同探讨。丛书选题紧紧围绕“大旅游学科”,囊括了诸多国内外著名旅游企业的经典案例。丛书包括:《旅游业资本运营理论与案例分析》、《旅游饭店经营经典案例》、《旅游企业管理信息系统案例》、《会展活动策划与管理经典案例》、《旅游营销经典案例》和《创意旅游经典案例》。丛书紧密结合国际、国内旅游发展的实际,从较高的理论起点阐述了现代旅游企业管理和经营的一般规律,总结旅游产业发展中的经验教训,以最新的案例和旅游研究成果展现旅游学科体系的理论知识和实践技巧。

旅游学是一门发展中的学科,丰富的理论内涵和综合的知识结构,飞速发展的社会实践,均需要进行不断深入研究和精心归纳。我们希望通过这套教材的出版,能与同仁共同推进与提高旅游教材的编写水平,为中国旅游事业贡献绵薄之力。

当然,丛书中尚有许多不尽如人意的地方,希望各位读者多提宝贵意见和建议,以便于我们不断修订、完善。

邱鸣

博士 教授

北京第二外国语学院副校长

2011.9

前 言

进入 21 世纪以来,我国旅游业凭借巨大的资源优势,在国际和国内两大市场需求的拉动下,迅速发展。从 1949 年 11 月第一家旅行社诞生起,我国旅游业产业形象日益鲜明,产业规模不断壮大,成为国民经济中发展速度最快的行业之一,同时也是具有明显国际竞争优势的产业之一。

旅游企业是旅游业发展的载体,随着旅游业的不断发展,我国旅游企业也在逐步发展壮大。中国旅游研究院发布的《中国入境旅游发展年度报告 2012》显示,我国入境旅游接待人数从 1978 年的 181 万人次增长到 2011 年的 1.35 亿人次,增长近 75 倍,年平均增长率为 28.3%。我国入境旅游外汇收入从 1978 年的 2.6 亿美元增长到 2011 年的 470 亿美元,增长近 181 倍,年平均增长率为 28.9%。我国接待过夜旅游者人次数和入境旅游外汇收入的世界排名分别从 1980 年的第 18 位和第 34 位上升至 2010 年的第 3 位和第 5 位。2012 年我国入境旅游接待人数有望达 1.37 亿人次,入境旅游外汇收入有望达到 510 亿美元。

2009 年国务院通过《关于加快旅游业发展的意见》,将旅游业作为国民经济战略型支柱产业,这给我国旅游业带来了前所未有的机遇。从 1993 年 6 月 7 日上海新锦江大酒店股份有限公司(现称上海锦江国际实业投资股份有限公司)成为国内第一家旅游上市公司起,到目前为止,沪深两市共计有 23 家旅游板块上市公司。

2012 年 2 月 16 日,由人民银行、发改委、旅游局、银监会等七

部委联合发布了《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》(后简称《意见》)。此次《意见》的出台,旨在加快和改进旅游业金融服务,支持和促进旅游业的快速发展。根据此前正式发布的《旅游业“十二五”发展规划纲要》,中国旅游业收入到2015年将达2.5亿元,年均增长率为10%。

随着我国国民经济的稳健发展和快速增长,资本市场的不断发展壮大,相应法律法规的不断完善,中介机构、投资者队伍以及投资品种的不断增加,我国资本市场进入比较规范的发展阶段。在旅游业利好政策的引导下,可以预测,随着旅游业在国民经济中地位的提升将会有越来越多的旅游企业进入资本市场。

那么,如何培育一个健康的旅游产业?一方面需要国家法律法规的规范与政策的扶持,另一方面要依靠资本运营来做大做强旅游产业。目前我国旅游企业的发展状况可以概括为大而不强——旅游企业总体数量规模已居世界前列,但国际竞争能力却大相径庭,小、弱、散、差的现象严重。我国旅游企业管理机制老化,企业平均规模小,经营管理分散,营销手段滞后,技术依托和网络化水平低,服务质量高低不一,经济效益差,竞争手段单一,过度竞争现象严重。问题就是旅游上市公司总体比例太小,旅游业进行资本运营的经验不足,不能充分利用我们的金融政策进行合理的资本运营。因此,如何利用好我们的资本市场,运用资本运营的手段将旅游产业做大做强,是目前紧迫的任务。

本书从关联交易、股份回购、兼并与收购、资产剥离与财务分割、分拆上市与利益分享几个方面阐述了旅游业资本运营的理论方法,并通过相关实际案例分析介绍了旅游业资本运营的操作方法。希望能总结目前国内外旅游业资本运营的经验教训,对学习或从事旅游业经营管理的人员有所启发与帮助。

本书分为六章:第一章总论;第二章旅游业关联交易与财务判断;第三章旅游业的并购及其案例分析;第四章旅游业资产剥离及财务分

割；第五章旅游企业的分拆上市与利益分享；第六章旅游业的股份回购与财务评价。本书内容丰富，通俗易懂，适合作为旅游管理专业和相关经济管理类专业旅游管理课程教材，以及经济管理类人员在职培训的教材和自学参考书。

本书由尹美群任主编，参与本书初稿编写的还有硕士研究生江海霞、朱兆博、张丽静、王琦、王祚、张华心、陶蕾、张海霞。初稿完成后，由尹美群进行了统一定稿。特别感谢北京第二外国语学院国际财务与会计研究中心李伟副教授、陈咏英副教授在本书写作过程中提出的宝贵意见。

由于编者水平有限，书中难免存在不妥之处，请广大读者批评指正。

编 者

2012年8月30日

目 录

总序	1
前言	1
第一章 总 论	1
第一节 资本的性质与构成	1
第二节 资本运营的概念和特点	4
第三节 资本运营的分类	6
第四节 旅游资本运营的目标和意义	8
第二章 旅游业关联交易与财务判断	14
第一节 关联交易概述	14
第二节 企业关联交易文献综述	22
第三节 关联交易的特征及我国旅游业企业关联交易现状	31
第四节 旅游业关联交易的案例	45
第三章 旅游业的并购及其案例分析	62
第一节 兼并与收购概述	62
第二节 旅游企业并购文献综述	76
第三节 旅游企业并购分析	81
第四节 旅游业并购案例	87

第四章 旅游业资产剥离及财务分割	110
第一节 资产剥离概述	110
第二节 旅游企业资产剥离文献综述	125
第三节 旅游业资产剥离的案例	138
第五章 旅游企业的分拆上市与利益分享	166
第一节 分拆上市概述	166
第二节 企业分拆上市文献综述	176
第三节 旅游企业分拆上市案例	185
第六章 旅游业的股份回购与财务评价	208
第一节 股份回购概述	208
第二节 股份回购文献综述	221
第三节 旅游业股份回购案例	226
参考文献	254

第一章 总 论

第一节 资本的性质与构成

随着社会主义市场经济的深入发展，企业资本运营已经毋庸置疑成为我国现代经济生活中的重要内容。因此，我们必须对资本的性质及构成有一个全新的、更加准确的认识，才能使企业资本运营研究更加深入、全面。

一、资本的性质

根据马克思的资本观，我们可以把资本分解为两部分，也就是说，资本具有二重属性，即资本具有自然属性及社会属性。所谓资本的自然属性是指，任何资本从本质上说都要实现价值的增值，它与商品经济相联系，反映社会化大生产和生产力发展需要。所谓资本的社会属性是指资本归谁所有的问题，它与一定社会的基本经济制度相联系，反映社会生产关系发展的需要。资本的自然属性存在于资本的使用价值之中，属于生产要素，是生产力的构成部分，在不同经济制度的社会中资本的自然属性都是一样的。资本不管掌握在谁手中都要实现价值的增值，即资本运营的利润最大化。因此，资本的自然属性就是资本的共性，不会因其所处的社会制度的性质而改变。资本的社会属性就是其所有权到底归谁所有，以及由此决定的生产关系，它主要与一定的社会基本经济制度相联系。它体现为，资本的运营总是要为一定的社会经济主体服务，总还有某种占统治地位生产关系的印记，反映

着社会生产关系发展需要的性质。因此,资本的社会属性就是资本的个性。资本的自然属性和社会属性既有一定区别又相互联系,是同一个客观实在性的两个不同方面,其中资本的社会属性是由其自然属性决定的。认识到资本的二重属性,我们对资本的认识就更深一层,有利于揭示资本的本质,更加准确地定义资本。

所谓资本的特殊属性,是指在社会里资本的所有权属于谁即资本的归属问题,也即资本所有者依据资本所有权享有相应权利的属性。运用到现实生活中,也就是资本所有权拥有者有权自主决定将资本投向何处、投入多少以及投入后如何实现收益等。虽然,有时资本所有者会把资本的管理权、经营权暂时转移到别人手中,但这并不会影响到其对资本最后去留的决策。而资本的一般属性是指资本作为一种客观存在具有一定要实现价值增值的属性。资本与我们日常所用的衣服、电器等东西一样具有物的属性,其物的属性可通过不同的形态表现出来。但是,资本必须投入到社会经济体系中,参与社会生产或经营,才能体现其增值的特性。从这种意义上说,资本不是普通的物,两者有着质的区别。而且,哪个地方更有利于资本实现增值或增值量更大,它就会流到哪里,全然不顾阶级性、地域性。事实上,资本就是按照这一规律在不停地运动着,不管这种运动形态是明显的还是不明显的,是被人们察觉还是没有被人们所察觉,这一事实客观存在着。与马克思的资本观相比,资本的一般属性是相对于马克思的资本的物质属性(生产资料、生产工具、劳动对象)以及产生剩余价值属性的组合而言,而资本的特殊属性则体现了马克思“资本是一种制度的象征”这一观点,只是相比之下这一概念更加具有普遍性。

二、资本的构成

根据马克思主义政治经济学的基本原理和现代经济学理论对资本的新认识,结合剖析参与国民经济运行的各种因素,可以简单地将资本划分为有形资本和无形资本。

所谓有形资本,是指企业中一切可以具体形象地描述、度量并转换的资本。它可以从形态和功能上分为货币资本和实物资本。就货币资本来说,主要包括企业自有资金和各种借贷资本等要素。严格地说,借贷资金不能算作企业的资本,但是它作为一种特殊形态的资本(社会资本金)自始至终参与了企业资本的营运过程,并对企业资本的增值或减值产生了重大的影响。就实物资本来说,主要包括企业固定资产(厂房、机器、设备等)和流动资产及人(简单劳动力)这一特殊的实物要素。所谓无形资本是指与有形资本相比不具备独立具体的资本形态,无法度量和形象地描述为一种潜在的企业财富,主要包括作为再生劳动力的人(智能)、信息、管理、信誉等要素。企业资本的营运过程是有形资本与无形资本共同作用的过程。但是这种营运过程却是以有形资本中的货币与实物通过流通—生产—流通的运动转换形式来表现的。因而人们往往只注重对有形资本中资金运动的研究和把握,而严重地忽视了对无形资本的认识、研究和把握。在企业实际资本营运过程中,必须要处理好有形资本与无形资本的关系。有形资本总是有限的,无形资本才是无限的。有限的有形资本能否实现效益最大化,关键在于它与无形资本结合的程度。因此,企业资本营运的状况发展到现阶段面临的严酷现实,就在于能否使无形资本的能力得到最大限度的释放。这就充分说明,有形资本是企业资本营运的基础,无形资本是企业资本营运的潜力。

三、旅游资本

旅游由远离个人通常生活环境的相关活动组成。世界上绝大多数国家都在致力于研究、测算旅游对经济的影响。因为旅游业投资及资本形成是旅游经济活动的重要环节,所以我们首先从旅游资本这一概念分析旅游企业资本营运的过程。

旅游资本是非金融资产的一部分,是指可能投入到游客消费中的各种具有实物形态的有形旅游固定资产和各种不具有实物形态或依附

于某种实物形态的无形旅游固定资产及出于旅游目的的土地改善。有形旅游固定资产如旅游风景区、旅游建筑物、旅游艺术品和珍贵物品、旅游设备等；无形旅游固定资产如各种商标、计算机软件等。旅游资本的关键特征是它可以被投入到那些被游客消费的商品和劳务的生产中。例如在专门的航行计算机系统中，空运控制软件或者生产过程中其他耐用品的投入，将有助于旅游商品和劳务的生产，因此被认为是旅游固定资本形成的投资的一部分。旅游资本又有狭义和广义之分：狭义的旅游资本是指旅游行业获得的各种资产，如旅馆、饭店的资产净获得；广义的旅游资本是指旅游所需的资产，不论是什么性质的单位购买，都记录为旅游资本。

第二节 资本运营的概念和特点

一、资本运营的概念

所谓资本运营就是对集团公司所拥有的一切有形与无形的存量资产，通过流动、裂变、组合、优化配置等各种方式进行有效运营，以最大限度地实现增值。从这层意义上来说，我们可以把企业的资本运营分为资本扩张与资本收缩两种运营模式。以资本最大限度增值为目的，对资本及其运动所进行的运筹和经营活动，有两层意思：第一，资本运营是市场经济条件下社会配置资源的一种重要方式，它通过资本层次上的资源流动来优化社会的资源配置结构。第二，从微观上讲，资本运营是利用市场法则，通过资本本身的技巧性运作，实现资本增值、效益增长的一种经营方式。

1. 资本运营的主体可以是资本的所有者，也可以是资本所有者委托或聘任的经营者，资本运营主体承担资本运营的责任。

2. 资本运营的对象，或是一种形态的资本，如运营金融资本；或

是两种以上形态的资本,如运营生产资本、商品资本、房地产资本等。

3. 资本的各种形态必须投入到某一个或多个经营领域之中,即投入到某一产业或多个产业之中,才能发挥资本的功能,有效利用资本的使用价值。

4. 资本作为生产要素之一,必须同其他生产要素相互组合,优化配置,才能发挥资本的使用价值,才能创造价值。

5. 资本运营的目的是要获取理想的利润,并使资本增值。

二、资本运营的特点

(一) 资本运营具有价值性

价值性是资本运营的首要特征,资本运营也要以实物资产为基础,但它侧重的并不是实物资产本身,而是注重各类资产所表现的价值。

(二) 资本运营具有流动性

运动是资本的内在属性,资本只有通过不断的流动才能实现合理配置和增值。对于资本运营来说,存量资产已经不单纯具有实物意义,资本运营要求的不仅仅是实物形态的完整,而是注重实物资产的利用效率。只要有利于存量资产效率的提高就会进行资本的流动和组合。

(三) 资本运营具有市场性

资本运营离不开资本市场,从根本上说,资本本身就是市场经济发展的产物,市场是资本运营的必要条件。无论资本是作为一种生产关系,还是作为一种生产要素,都要通过市场才能实现。资本价值的大小和运营效率的高低,通过市场才能得到检验。资本的竞争、产权交易、资本产权主体和经营主体的选择,也必须通过市场活动才能完成。

(四) 资本运营具有增值性

实现资本增值是资本运营的根本目的,也是资本的本质所要求的。无论资本的配置还是产权重组,其核心是实现利润的最大化,以最少的资本成本去获取最多的资本收益。资本运营不注重资产规模的简单

扩张，而是侧重于追求增加新的价值，注重生产要素运营的实际和有效。

第三节 资本运营的分类

从资本运营的概念层面上来说，可以把企业的资本运营分为资本扩张与资本收缩两种运营模式。

一、资本扩张

资本扩张是指在现有的资本结构下，通过内部积累、追加投资、吸纳外部资源即兼并和收购等方式，使企业实现资本规模的扩大。

（一）横向型资本扩张

横向型资本扩张是指交易双方属于同一产业或部门，产品相同或相似，为了实现规模经营而进行的产权交易。横向型资本扩张不仅减少了竞争者的数量、增强了企业的市场支配能力，而且改善了行业的结构，解决了市场有限性与行业整体生产能力不断扩大之间的矛盾。

（二）纵向型资本扩张

处于生产经营不同阶段或者分处不同行业、有直接投入产出关系的企业之间的交易称为纵向资本扩张。纵向资本扩张将关键性的投入产出关系纳入自身控制范围，通过对原料、销售渠道及用户的控制来提高企业对市场的控制力。

（三）混合型资本扩张

两个或两个以上相互之间没有直接投入产出关系和技术经济联系的企业之间进行的产权交易称为混合资本扩张。混合资本扩张适应了现代企业集团多元化经营战略的要求是跨越技术经济联系密切的部门之间的交易。它的优点在于可以分散风险，提高企业对经营环境的适应能力。