

第一章 概述

投资活动是旅游企业最重要的经济活动之一，其有效性和科学性直接决定了旅游企业的经济效益。旅游企业的投资活动，具有一般企业投资活动的共同特点，但由于产品的特殊性，在实践中与一般企业投资活动又有所区别。本章主要介绍投资的基本概念、旅游企业的构成、旅游企业投资的作用、旅游企业投资管理观念以及投资管理的内容。

第一节 投资的含义、特征和分类

一、投资的含义

(一) 投资

投资是现代经济生活中最为重要的内容之一。今天，无论政府、企业、金融组织还是个人，作为经济主体，都在不同程度上以不同的方式直接或间接地参与投资活动。作为一种经济活动，投资具有非常广泛的含义。

1. 投资的经济学含义

简单地说，投资就是“用钱生钱的过程”。在经济学领域，经济学家们分别从两个角度给投资下定义：

从投资行为和投资过程的角度分析，投资有三种解释：

《帕格雷夫经济辞典》的观点是：投资是一种资本积累，是为取得用于生产的资源、物力而进行的购买及创造过程。②《经济大辞典》（金融卷）的观点是：投资是经济主体以获取未来收益为目的，预先垫付一定量的货币或其他资源，以经营某项事业的行为。《简明不列颠全书》第七卷认为：投资是指在一定时期内期望在未来能产生收益而将收入变换为资产的过程。

从价值与资本的角度分析，投资有三种解释：《经济大辞典》（工业卷）中认为：投资是指经营盈利性事业预先垫付的一定量的资本或其他实物。夏皮罗在《宏观经济分析》一书中认为：投资在国民经济分析中只有一个意义——该经济在任何时期以新的建筑物、新的生产者耐用设备和存货变动等形式表现的那一部分产量的价值。萨缪尔森在《经济学》中认为：投资的意义总是实际的资本形成——增加存货的生产，或新工厂、房屋和工具的生产……只有当物质资本形成生产时，才有投资。

以上的投资定义都强调一定数量的货币、资本以及实物的投入，带来新的实际生产要素的扩大和外来收益的增加。

2. 从投资学的发展看投资概念

西方的投资学又称为证券投资学，投资的对象是政府公债、公司债券、公司股票以及其他有价证券，即证券投资。至于直接投资，如企业更新改造投资等则被认为属于公司理财的内容以及工程经济的研究对象；国家投资则被认为是属于宏观经济政策的研究范畴。

随着我国社会主义市场经济的发展，对投资的认识从基本建设投资学扩展到了证券投资学，投资的概念既包括股票、债券等间接投资，也包括购置和建造固定资产，购买和储备流动资产等直接投资。

综上所述，投资一词具有双重含义，既用来指特定的经济活动（即投资行为和过程的角度），又用来指特种资金（价值和

本的角度)。因此,在社会主义市场经济条件下,投资应定义为:投资是将一定数量的资财投放于某种对象或事业,以取得一定经济效益或社会效益的活动;也指为获得一定经济效益或社会效益而投入某种活动中的资财。

(二) 与投资相联系的几个概念

1. 资产

资产是所有者付出经济代价而占有的能够给所有者带来权益的财产,资产是投资的结果。不同投资的结果是不同的,有实物也有契约,但都能给投资者带来经济效益。其中,实物投资形成实物资产,金融投资形成金融资产。

2. 资本

从理论上说,与投资有更密切关系的是资本。资本是带来剩余价值的价值。资本不是物,而是一种社会关系。马克思指出:资金只有当它给自己的所有者带来收入或利益的时候,才叫做资本。从资本入手,马克思揭示了资本运动和增值的规律。马克思还指出,生产资料和生活资料,作为直接生产者的财产不是资本,它们只有在同时还充当剥削和统治工人的手段的条件下,才成为资本。

因此,资产与资本是具体与抽象的关系。资产是资本的具体化,资本是资产的抽象。资产是法律概念,资本是经济学名词。资产有各种具体的表现形式,资本则集中反映增值的要求,它们有不同的应用范围。在研究具体投资问题时,必须从资产入手;而在研究投资中的经济关系和社会总投资问题时,必须以资本为出发点。

在西方国家,实物资产又称为资本资产,金融资产往往表现为投资者持有的金融证券。现代西方投资理论的奠基人、美国著名经济学家威廉·夏普对此曾形象地说:资本资产是投资者与“外界”之间的一种契约,金融证券则是投资者之间的契约。

3. 资金

资金是国民经济中物资的货币表现。在企业的生产经营活动中，资金不仅仅表现为用于生产经营过程中的货币，企业拥有或控制的任何财产和物资（当然也包括本身就是财产的货币在内），能够用货币形式计算和衡量的，都是企业的资金。资金是为生产经营服务的，并在生产和服务过程中不断地改变其表现形态，形成资金的运动过程。在资金运动中，资金的物质性、周转性、增值性及资金的本性得以体现。从某种意义上说，资金就是资本。

4. 筹资

筹资是指经济主体通过各种途径筹措生存和发展所必需的资金。企业筹资是企业生产经营活动中经常进行的工作，不仅创办新企业、扩大再生产需要筹资，维持企业正常的经营活动也需要筹资。

筹资与投资是资金活动不可分割的两个环节。筹资是投资的先行活动，没有筹资就不能形成投资过程；投资则是筹资的目的，没有投资活动，筹资也就失去了存在的意义。因此，在进行投资决策时，既要重视投资过程的若干环节，也要重视筹资活动的相关步骤。因为筹资活动的成效直接关系到投资效果的好坏。

5. 融资

融资的简单定义是资金的调剂融通行为，是指融资主体通过某种方式运用金融工具，从潜在投资者手中获得所需资金的过程。与融资相比较，筹资不仅包括利用金融工具“聚财”的过程，还包括通过自身积累实现聚集资金的含义。从这个意义上看，筹资与融资的范畴是不同的。

(三) 投资的要素

投资主体、投资客体、投资目的和投资方式是投资活动的四大要素。

1. 投资主体

投资主体即投资者，是指具有资金或资财来源和投资决策权的投资活动主体。投资主体可以是自然人、法人或国家。

2. 投资客体

投资客体即投资对象、目标或标的物。投资客体的表现形式多种多样：可以是将资金直接投入建设项目形成的固定资产和流动资产，也可以是有价证券及其他对象。

3. 投资目的

投资目的是指投资者的意图及所要取得的效果。投资者的目的是保证投资回流，实现增值，以获取经济效益或社会效益。但是，就投资自身而言，实现投资的经济效益，才是投资行为的出发点（用于个人或集体消费的开支都不是投资）。如果不能带来经济效益，投资便缺乏生命力。

4. 投资方式

投资方式指投入资金运用的形式与方法。投资可以运用多种方式，包括直接投资方式和间接投资方式等。直接投资方式是把资金直接投入建设项目，形成实物资产或投入社会生产经营活动，以促进经济增长。间接投资方式是通过购置有价证券进行投资。此外 还有风险投资 例如开发高新技术的投资等。

二、 投资的特征

投资是一种经济活动，除了具有一般经济活动的特征以外，还具有其自身的特点。

（一）投资效应的“供给时滞”性

投资有两大效应，一是需求效应，二是供给效应。需求效应是指与投资活动同期相伴而生的需求活动。例如，投资必然伴随着用货币购买物资、支付工资等，引起对生产资料和消费资料的大量需求，从而引起社会需求总量的大幅度增长，包括物品需求

量和就业需求量的增加。供给效应是指因投资而形成新的生产能力，从而引起社会总供给能力的上升。需求效应伴随于投资过程，而供给效应则要等投资项目完成之后才能实现，供给效应总是滞后于需求效应，形成所谓的“供给时滞”。“供给时滞”长短不一，从而形成投资活动独特的特征。例如，一个饭店或一个旅游景区在其建设期间可以产生很大的投资需求，包括建筑材料、电力、水等能源以及劳动力需求，但此时没有供给能力。只有当建设完成，并且与地方的交通、通讯和能源供应结合起来，开始投入经营活动时，投资的供给效应才显现出来。因此，供给时滞不仅包括项目的建设期，还包括与其他配套资源有机结合并最终形成供给能力的时间。

（二）投资领域的广泛性和相关性

投资的领域十分广泛，广义划分包括固定资产投资、流动资产投资、证券投资、风险投资、国际投资、教育投资、人力资本投资等。按照投资项目进行划分，包括公益性投资、基础性投资和竞争性投资。各类投资都有其特有的规律性，因此形成投资活动的广泛性和复杂性。同时，投资活动之间还具有明显的相关性，阻断其他领域的单项投资不能发挥好的效应，而且一项投资必然引起其他相关领域的投资需求，也必然受到其他领域投资状况的影响。

（三）投资周期的长期性

投资周期是指一项投资从可行性研究、决策、筹集资金、投放资金、使用资金到回收资金的全过程。这个过程大致包括三个阶段：投资决策期、投资建设期、投资回收期。每位投资者都希望尽早收回投资，因此，短的投资回收期是每个投资项目高效益的标志。而确保短的回收期的基础是科学的决策和高效优质的建设，因此，投资三个阶段的合理匹配应是较长的决策期，适中的建设期，短的投资回收期。当投资项目的规模比较大，投资所涉

及的领域比较广泛，社会化程度比较高时，必然形成投资的长期性特点。

（四）投资实施的连续性和波动性

资金周转的连续性与资金收益性直接相关。投资收益取决于资金的时间价值和风险价值。资金周转越连续，投资周期越短，资金的回收就越快，时间价值就越高；同时，投资周期越短，风险越低，投资遭受损失的概率就越小，风险价值就越大。二者结合必然产生高的投资效益。当然，连续不等于均匀，投资周期各阶段特点不同，必然导致投资用量不同，形成投资的波浪形波动。

（五）投资的风险性和收益的不确定性

投资收益的不确定性来自于其固有的风险性，而风险性则来自于投资活动的预测性和长期性。投资可行性分析和决策的依据是预测来的数据，而预测通常是以事物的现有数据为基础得出其未来趋势。由于已有数据不可能包容未来环境的变化，因此使投资带有不可克服的风险性，导致其收益的不确定性。同时，由于投资周期的长期性，使得不确定因素增多，从而影响投资收益的稳定。一般来讲，投资周期越长，不确定因素越多，投资者的风险就越大，收益就越不确定。

三、投资活动的类型

在投资实践中，为了认识不同投资的性质和活动的特点，可以根据不同的划分标准，对投资进行分类。投资分类的目的是为了采取相应的措施和对策，对投资活动进行科学管理。

（一）按照投资对象的存在形态分类，分为实体投资和金融投资

实体投资是指投资者用于购买实体资产的投资。实体资产也叫实质资产，是指具有实物形态的资产。例如，旅游企业为扩大

现有经营规模而增建客房、餐厅、娱乐设施，或者为提高饭店档次进行的重新装修，或者在江海湖滨新建一座码头或购置一条游船。金融投资是投资者投资于金融资产或金融工具的投资活动，例如旅游企业购买国家或其他企业发行的债券或股票等。

（二）按照投资时间长短，分为长期投资和短期投资

长期投资是指不准备随时变现，投资时间在一年或超过一年的一个经营周期以上的投资；短期投资是指能够随时变现，投资时间在一年以内或超过一年的一个营业周期以内的投资。

（三）按照投资的经营方式分类，分为直接投资和间接投资

直接投资是指投资者将货币资金或其他资源投入到开发产品、提供服务及兴办基础设施上等。固定资产投资、流动资产投资都是直接投资。

间接投资通常又称为证券投资，是指投资者以其拥有的资金投放于金融市场，购买政府公债、国库券、公司股票、债券等有价值证券方面的投资。

（四）按投资方案间的关系分类，分为独立性投资和相关性投资

独立性投资是指不依赖于其他投资就可以实施的投资，如购买一台设备，建设一条生产线等。如果一项投资的实施依赖于其他投资的实施，该项投资就称为相关性投资，如建设电厂，必须相应地架设输电线路等等。

（五）按照投资主体分类，分为国家或中央政府投资、地方政府投资、企业自筹投资、个人或家庭投资

国家或中央政府投资是指以中央政府作为投资主体，运用国家财政资金进行投资。地方政府投资是指以地方政府为投资主体，以地方财政资金为主要资金来源而进行的投资。企业运用税后留利进行投资，或运用自筹资金所进行的投资称为企业自筹投资或企业投资。社会公众把消费后的结余资金积累起来进行的投

资为个人或家庭投资。

(六)按投资的范围分类，可分为广义的投资和狭义的投资

广义的投资包括了固定资产投资、流动资产投资、证券投资、风险投资、国际投资、教育投资、人力资本投资等等。狭义的投资仅仅指金融意义上的投资，即证券投资。

第二节 旅游企业投资的特点和作用

一、旅游业和旅游企业

(一)旅游业的概念

瑞士学者汉泽克尔 (Hunziker) 和克拉普夫 (Krapf) 在 1942 年提出，旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赚钱的活动。事实上，旅游者的活动所引起的现象和关系是多方面的，涉及文化、社会、政治、经济等各个方面。从经济方面看，旅游者为了达到和实现其旅游目的，必然会在吃、住、行、游、购、娱等方面发生经济支出，进行旅游消费，而社会也必须为这种活动提供必要的条件，进行等价交换，实现供需双方各自需要的价值和使用价值。因此，旅游活动所引起的经济现象就集中地体现在旅游消费需求者和旅游消费提供者之间的市场关系上。在满足旅游活动需求并从中盈利的共同目标下，不同大小、地点、性质、组织类型、服务范围、服务方式的旅游消费提供者组合起来，构成了一项重要的经济性产业——旅游业。

关于旅游业的定义问题，人们有着不同的理解。日本旅游学家土井厚语认为：“旅游业是为国内外旅游者服务的一系列相互有关的行业。旅游业关联到旅客、旅行方式、膳宿供应设施和其

他各种事物。它构成一个综合性概念——随着时间和环境不断变化的、一个正在形成和正在统一的概念。”

从理论上讲，旅游业不能构成一项标准的产业。标准的“产业”（Industry）是“其主要业务或产品大体相同的企业类别的总称”，即隶属于同一产业的企业都经营相同的业务或生产相同的产品。显而易见，旅游业距离这一标准相去甚远。旅游业不是由同类企业构成的，这些企业的业务和产品差别很大。而且，绝大多数旅游企业事实上都隶属于某一传统的标准产业，例如，旅游汽车公司隶属于交通运输业，饭店隶属于住宿业等等。

但是，在实践中，旅游业却是一项实际存在着的产业。虽然各国在自己的产业划分标准中未将旅游业作为一项产业单独立项，但在经济发展规划中都将旅游业作为其中一项重要的内容。由此可见，旅游业作为一项产业，是客观的存在。这一产业是以旅游者对象，为其旅游活动创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。同其他传统产业的定义相比，旅游业的定义有两点明显的不同：第一，这是一个需求取向的定义，而非供给取向的定义；第二，旅游业作为一项产业，其界定标准是其服务对象，而不是业务或产品。

二、旅游企业的构成

由于旅游业是满足旅游者在旅游活动中的行、游、食、住、购、娱等各种需要的综合性产业，其内部的构成相当复杂，既包括支撑旅游业生存和发展的基本行业，也涉及许多相关的行业、部门、机构及公共团体。

在这些行业、部门、机构、公共团体中，有相当一部分组织是不以盈利为目的的非企业组织，例如，旅游研究机构、政府办事机构。不过，这些机构在促进和扩大商业性经营部门盈利方面起着重要的支持作用。

整个旅游业中最活跃的部分是旅游企业。在旅游业中，旅游企业与其他非企业组织不同，是一种以盈利为目的的经济单元。它们集合了土地、资本、劳动等生产要素，在创造利润的动机和承担风险的前提下，对旅游事业做有组织的经营。这里所说的旅游事业即是通过满足旅游者在旅游活动中的各项需求来实现其盈利目的。因为旅游者的需求包括吃、住、行、游、购、娱各个方面，因此旅游企业的构成也相当复杂。

法国学者罗贝尔·朗加尔(Robert Lanquar)认为，按照旅游企业具体提供的产品的差别，可以将旅游企业归为以下几类：

- (1) 旅馆业集团，“出售”它们的名牌形象、管理和商业的经验；
- (2) 餐馆（包括传统餐馆、快餐馆或集体餐馆）；
- (3) 生产与旅馆业和餐饮业有关的专门物资和设备的制造商；
- (4) 旅游规划和工程方面的咨询企业；
- (5) 公共工程的建设者和公司；
- (6) 专门从事重大旅游建筑群，如冬季体育运动站或度假村的管理和发展的公司；
- (7) 专门从事旅馆业、旅游业和休闲活动的职业培训学校和公司。

根据我国目前的情况，旅游企业基本上可以划分为旅行社、以饭店为代表的住宿企业、交通运输企业、游览娱乐企业、旅游用品和纪念品销售企业。本教材将重点研究以下四类旅游企业的投资活动。

(一) 旅行社

1. 旅行社的性质

旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构，它在不同的国家和地区有不同的含义。在我国，国务院 1996 年 10 月颁布的《旅

行社管理条例》规定：“旅行社是指有盈利目的，从事旅游业务的企业。”其中旅游业务是指为旅游者代办出境、入境和签证手续，招徕、接待旅游者旅游，为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。按照国家旅游局发布的《旅行社管理条例实施细则》，凡是经营上述旅游业务的营利性企业，不论其所使用的具体名称是旅游公司，还是旅游服务公司、旅行服务公司、旅游咨询公司等其他称谓，都属于旅行社企业。作为企业，旅行社是依法设立并具有法人资格、自负盈亏、实行独立核算的经济实体。

2. 旅行社的类型

欧美国家的旅行社，可按主要业务的不同分为以下两大类：

(1) 旅游批发经营商，即指主要从事批发业务的旅行社或旅游公司。这类旅游公司通常批量地购买运输公司、饭店、观光景点和目的地经营接待业务的旅行社等旅游企业的产品（使用权），将这些单项产品组合成若干不同日程、节目和等级的包价旅游线路产品或包价度假集合产品，然后通过一定的销售渠道销售给旅游者。根据其销售渠道的差别，人们又将这些从事批发业务的旅行社分为旅游批发商和旅游经营商。旅游批发商在组成自己的包价旅游产品后，自己并不直接向消费者出售这些产品，而旅游经营商除了通过第三方向消费者出售自己的产品外，还拥有自己设立的零售网络。旅游批发经营商一般经济实力比较雄厚，经营规模较大，且有广泛的社会联系，如美国的运通（American Express Vacation）、亚太（Asia Pacific Travel, Ltd.），日本的交通公社（Japan Travel Bureau, Inc.），英国的托马斯·库克（Thomas Cook Holidays）等。

(2) 旅游零售代理商，即向旅游批发商及各有关旅游企业购买产品，出售给旅游者的商业组织和个人。旅游零售代理商的角色，既是代表旅游者向旅游批发商及有关旅游企业购买产品，又是替批发商向旅游者销售产品。旅游零售代理商是当前全世界范

围内的主要旅游中间商。许多旅游供给者如航空公司、游船公司、饭店、餐馆以及旅游批发商，都要通过旅游零售代理商去实现大量销售额。

按照经营的业务范围不同，我国的旅行社划分为国际旅行社和国内旅行社两种类型。国际旅行社的经营范围包括入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务。国内旅行社的经营范围限于国内旅游业务。除了在业务内容是否涉外方面有所不同外，各类旅行社的业务职能并无根本区别。同欧美国家的旅行社相比，我国的旅行社既经营“批发”业务，也经营销售业务。

（二）饭店与住宿业

住宿业是旅游业的重要支柱，包括饭店、宾馆、农场出租住房、出租公寓和别墅、由个人分时占有的公寓套间、度假村、提供住宿的会议和展览中心、野营营地、旅行拖车度假营地以及提供住宿设施的船坞。^① 饭店（Hotel）只是住宿业中的一种企业类型，但它是一种现代化的、专业化的和高标准化的商业性综合接待企业。饭店的设立不仅仅是为旅行者提供商业性食宿接待服务，其功能的扩展和服务项目的增多使其日渐成为旅游者及当地社会的重要社交中心。饭店的类型很多，但是并没有统一的划分标准。现在可以看到的类型主要包括以下几种：

（1）根据饭店的坐落地点划分为城市饭店、度假地饭店、海滨饭店等等。

（2）根据同交通工具或交通设施的关系划分为汽车旅馆、铁路饭店、机场饭店、港口饭店等等。

（3）根据使用者的访问目的或饭店主要针对的目标市场划分为商务旅馆、度假饭店、会议饭店、旅游饭店等等。

（4）根据设施及服务范围划分为综合饭店、公寓旅馆等等。

(5) 根据饭店的规模划分为大型、中型、小型饭店。

(6) 根据饭店的等级划分为高档、中档、低档饭店，豪华饭店，一星至五星级饭店。

(7) 根据经营管理方式划分为独立饭店、连锁饭店等等。

(8) 根据饭店的经济类型划分为国有饭店、内资饭店、外资饭店、合资饭店等等。

(三) 交通运输企业

交通运输企业包括航空公司、海运公司、铁路公司和公共交通运输公司、长途汽车公司。它们共同解决了旅游者在定居地与旅游目的地之间的往返，从一个目的地到另外一个目的地，以及在一个目的地内的各地区间便利往来的问题。交通运输企业不仅是旅游企业的重要组成部分，其本身也是旅游收入和旅游创汇的重要来源。例如 1989 年美国国内旅游收入共 6324 亿美元，其中旅游交通收入约占 55%。我国目前对国内旅游收入虽无确切的统计，但根据目前国内旅游的消费水平可以估计，交通运输收入在全部国内旅游收入中所占的比例可能会更高。另外，根据国家统计局 1996 年的抽样调查，海外来华过夜旅游者的在华消费构成中，用于长途交通和市内交通的消费约占 32%。在我国，大型的交通运输企业，包括航空公司、铁路和轮船公司基本上以国有企业占主导，目前随着市场化进程的深入，这些企业纷纷加大了管理力度，提高了服务水平，同时，为了应对外来的竞争，也加快了改组、改造和集团化的步伐。

(四) 旅游区（点）

根据《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（GB/T 17775-1999）中的规定，旅游区（点）是指经县级以上（含县级）行政管理部门批准成立，有统一管理机构，范围明确，具有参观、游览、度假、康乐、求知等功能，并提供相应旅游服务设施的独立单位。它包括旅游景区、景点、主题公园、度假区、保护区、

风景区、森林公园、动物园、植物园、博物馆、美术馆等。根据设立性质的不同，旅游区（点）可以划分为纯商业性的旅游区（点）和公益性的旅游区（点）。前者是指投资者完全出于营利目的而建造或设立旅游区（点），这类旅游区（点）属于企业性质。后者指政府部门和社会团体出于社会公益目的而建造或设立旅游区（点）。这类旅游区（点）中的一部分虽然也多采用收费准入的管理方法，但收费的目的不是赢利，更不是为了借以回收其建设投资。当然也有一些旅游（区）点的性质介于二者之间，它们依托自然或人文景观，由政府部门设立，委托其他部门或企业经营管理。为了更有效地保护和开发旅游资源，这些旅游区（点）在经营管理中也要讲求营利性，因而也具有企业的性质。

以上关于旅游企业类型的分析表明，旅游企业在经营内容和经营规模方面具有多样性。一些旅游企业，具有重工业的特征，例如豪华旅馆、运输企业和大型主题公园，需要进行大量的基础建设和设备投资，具有资金密集、投资额巨大和投资回收期长等特征。另一些旅游企业具有劳动密集型产业的特征，例如普通餐饮企业和中小型旅游咨询机构，投资额较小，投资回收迅速。由于经营内容和经营规模的差别明显，旅游企业的投资管理活动也呈现出多样性，这是旅游企业投资管理的显著特点。

三、旅游企业投资的特点

旅游企业的投资活动是以旅行社、旅游交通企业、旅游饭店为代表的旅游消费供给者为获取经济效益而垫付货币或其他资源于某些事业的经济活动。同其他投资活动相同，旅游企业投资活动的主体必须是符合市场经济要求，具有相对独立的投资决策权，自我筹集、运用资金，并拥有投资所形成的资产的所有权或经营权，同时承担投资风险的经济主体。与其他企业相比，旅游

企业的投资活动具有某些鲜明的特点，认识这些特点，对于科学地进行投资决策具有重要意义。

（一）投资主体的多样性

旅游活动是一种涉及经济、社会、文化等方面的综合性活动。旅游者在旅游活动中，涉及食、住、行、游、购、娱等多方面综合性的物质和精神需要。需求的综合性决定了供给的综合性，供给的综合性决定了参与供给的企业类型的复杂多样，既有建立在中介服务基础上的旅行社，也有以大量设施设备建设为前提的交通运输服务和大型饭店的住宿餐饮服务。投资主体的多样性对投资目的、投资方式和投资客体产生影响，使得在同一行业内，投资活动的差异性大于共性。

（二）投资客体的复杂性

投资主体的多样性决定了投资客体的复杂性。旅游企业的投资客体包括流动资产、固定资产、股票、债券、投资基金、期货、期权、外汇等所有可能的投资标的物。但是，对于不同的企业，其投资的侧重点是有很大的区别的。仅就旅游企业的对内投资而言，存在的差别也很大，以中介服务、信息咨询服务为主的旅行社行业短期投资、流动资产投资的比例较大，投资管理的重点是货币资金和应收应付款项。提供住宿功能和餐饮功能的旅游饭店，特别是大型旅游饭店面临的最大问题是大型建设项目的投资和管理，这类建设性投资的回收期长，管理成本高。而旅游商品的生产企业则具有明显的制造企业投资特征。在对外投资方面，成功的旅游企业都经历了一条经营规模从小到大、投资方向从旅游主营业务向行业内关联业务、行业外关联业务渗透，投资领域从地区业务向国内业务、从国内业务向国外业务扩张的集团化之路。但是，对于不同类型的旅游企业而言，集团化起步的方式是不同的。旅行社通过遍布各地的分公司、办事处以及门市服务网点的设立实现网络化，在网络化的基础上通过兼并、收购实现集

团化。大型饭店集团更多的是依靠连锁经营和管理输出实现集团化。

(三) 投资目的的特殊性

任何投资的终极目的都是为了取得投资收益，而对于以各个独立项目进行的投资项目来说，其直接目的是有差别的。一般而言，投资项目的直接目的可以归纳为三个方面：

(1) 通过取得规模效益、维持现有规模效益和降低成本来实现投资收益，即实现资本增值；

(2) 通过多样化经营和风险控制来降低投资风险；

(3) 以不妨害社会整体利益和与企业有关的各方利益为目的，承担社会义务，如在工业安全和环境保护方面的投资。

对于旅游企业而言，虽然各类企业的异质性很大，但从满足旅游者需求的角度出发，各种类型旅游企业业务的关联性很强。为了最大限度地增强获利能力和降低风险，产生了一项特殊的投资目的，即扩大关联业务领域的参与和控制能力。例如广州广之旅国际旅行社有限公司与峨眉山旅业发展公司投资成立的四川峨眉山广之旅国际旅行社，将旅游客源地和旅游目的地联系在一起，使四川广之旅在景区供给成本的控制和客源市场的开发方面取得了优势。创建于 1928 年的香港中国旅行社经过近 80 年的发展，已经成为一个多元化经营和跨国经营的庞大集团企业，它不仅在我国香港地区和海外十多个国家和地区形成了全球化业务网络，也同时进入了与旅游相关的许多领域，在国内外投资购置和兴建了近 20 家饭店，拥有汽车、航空、船运、旅游公司，在深圳投资开发了“锦绣中华”、“中华民俗村”、“世界之窗”等主题公园，在集团内部建立了相对完整的产业链条，实现了对关联业务的控制。

(四) 投资收益的不确定性

资本的运动可分为两个阶段：一个阶段是资本的形成过程，