

旅游复苏下的旅游企业现状、财务问题及应对策略研究

乔夫, 毛亮

四川轻化工大学管理学院, 四川 宜宾

收稿日期: 2024年5月21日; 录用日期: 2024年5月31日; 发布日期: 2024年7月10日

摘要

自2023年开始, 中国旅游市场可以说是百花齐放, 市场复苏成效显著, 到2024年我国旅游业的主基调依旧是“快速复苏”并逐步转向“理性繁荣”。在复苏阶段中旅游企业如何将“流量”变“存量”, 如何为企业减轻负担, 更迅速地完成复苏, 进入繁荣阶段成为企业面临的问题。文章从旅游企业现状出发, 总结其所面临的四类问题, 并提出科学有效的应对策略, 旨在为旅游企业应对相关问题提供参考。

关键词

旅游企业, 旅游复苏, 财务管理, 财务风险

Research on the Current Status, Financial Issues, and Coping Strategies of Tourism Enterprises under the Recovery of Tourism

Fu Qiao, Liang Mao

School of Management, Sichuan University of Science and Engineering, Yibin Sichuan

Received: May 21st, 2024; accepted: May 31st, 2024; published: Jul. 10th, 2024

Abstract

Since 2023, China's tourism market can be said to be blooming, and the market recovery has achieved remarkable results. By 2024, the main tone of China's tourism industry will still be "rapid recovery" and gradually turn to "rational prosperity". In the recovery stage, how to change the "flow" into "stock", and how to reduce the burden for enterprises to complete the recovery and

enter the prosperity stage more quickly have become the problems faced by enterprises. Starting from the current situation of tourism enterprises, this paper summarizes four kinds of problems faced by tourism enterprises, and puts forward scientific and effective coping strategies, aiming at providing references for tourism enterprises to cope with related problems.

Keywords

Tourism Enterprise, Tourism Recovery, Financial Management, Financial Risk

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

旅游业是中国经济的重要组成部分,对经济增长、就业和外汇收入等方面具有重要影响,它的发展不仅能够促进国内消费、提高人民生活水平,还能够助推相关产业的发展,如交通、餐饮、住宿等。同时,旅游业也是中国对外开放的重要窗口,对于推动中国与世界各国的文化交流和旅游合作具有重要意义。对于中国旅游行业来说,过去的几年既是一次终结,也是一次新生,过去三年使得旅游行业头部竞争力差距被快速压缩,再加上新的竞争者的入局,旅游行业竞赛的上半场竞争以一种“黑天鹅”方式终结,旅游业的竞争格局没有盖棺定论,甚至没有赢家。2024年中国旅游市场处于大复苏的关键时间节点,处于更加公平、开放及多元的竞争环境中,谁抓住旅游业大复苏的机遇,竞争格局将会被重塑,一个旅游大复苏背景下的旅游行业竞争时代已经快速展开,适应时代背景的旅游企业将获得新生,获得持续的竞争优势,并改写重塑行业竞争格局。

2. 旅游复苏

2022年12月“新十条”的落地使中国迎来全面放开,国内旅游市场经过三年萎靡与沉淀立刻散发出磅礴的活力,据文化和旅游部统计,如表1所示,2023年,国内出游人次48.91亿,比上年同期增加23.61亿,同比增长93.3%。其中,城镇居民国内出游人次37.58亿,同比增长94.9%;农村居民国内出游人次11.33亿,同比增长88.5%。国内游客出游总花费4.91万亿元,比2022年增加2.87万亿元,同比增长140.3%。其中,城镇居民出游花费4.18万亿元,同比增长147.5%;农村居民出游花费0.74万亿元,同比增长106.4% [1]。整个旅游市场呈现的是一幅全面复苏的市场画卷,并且恢复增速还在逐步提升。在2023年,旅游行业重拾增长,努力再现辉煌的大时代背景下,对于众多旅游企业来说意味着巨大的机遇,抓住大复苏时代的机遇,将有机会占领更多的市场获得更高的利润。为了推动旅游业的持续健康发展,2023年11月,文化和旅游部正式印发了《国内旅游提升计划(2023~2025年)》。这份计划不仅对旅游业提出了更高的要求,而且为其长远发展制定了更具体的规划和指导。通过政策上的支持和制度上的完善,这份计划旨在助力旅游业实现高质量发展,提升旅游业的整体竞争力和影响力。该计划还注重加强旅游业与其他产业的融合发展。通过推动旅游业与文化、体育、农业等产业的深度融合,计划旨在打造更多具有地方特色的旅游产品和服务,丰富旅游业的内涵和外延,提高旅游业的综合效益。其为旅游业的发展指明了方向和目标,也为众多旅游企业提供了更广阔的发展空间和更多的发展机遇。相信在各方的共同努力下,我国旅游业将迎来更加美好的明天[2]。

Table 1. Statistical data of domestic tourism market**表 1.** 国内旅游市场统计数据

指标	2023	2022	2021	2020	2019	2018
国内游客(百万人次)	4891	2530	3246	2879	6006	5539
城镇居民国内游客(百万人次)	3758	1928	2342	2065	4471	4119
农村居民国内游客(百万人次)	1133	601	904	814	1535	1420
国内旅游总花费(亿元)	49,100	20,444	29,191	22,286	57,251	51,278
城镇居民国内旅游总花费(亿元)	41,800	16,881	23,644	17,967	47,509	42,590
农村居民国内旅游总花费(亿元)	7400	3563	5547	4320	9742	8688

从 2022 年底到 2024 年在中国旅游市场上可以说是百花齐放, 迎来了一轮又一轮的旅游热潮, 比如文旅局长的带动当地旅游、淄博烧烤、西安大唐不夜城、贵州村超、哈尔滨冰旅游等等, 还产生了许多新颖的旅游形式或是旅游经济, 比如: 特种兵旅行、City Walk、演唱会经济。可以通过这些热点旅游现象充分的展现中国旅游市场的生机与活力, 在过去三年累积的旅游意愿在得到了快速释放, 从需求侧有力推进了旅游经济的快速复苏。2023 年各季度居民出游意愿维持在 90% 以上, 全年平均达 91.86%, 创下监测记录以来新高, 较 2019 年高 4.52 个百分点。据中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)测算, 2023 年全国旅游经济运行综合指数(CTA-TEP)始终处于景气区间, 均值为 109.95, 已经接近 2019 年的同期水平。年内旅游环境不断改善, 旅游市场高开高走, 复苏态势不断由客源地扩散至目的地, 由城市扩散至农村, 由产业链上游扩散至下游[3]。

2023 年, 国内出游人次 48.91 亿, 同比增长 93.3%; 国内游客出游总花费 4.91 万亿元, 同比增长 140.3%; 国内出游人次和国内旅游收入分别恢复到 2019 年的 81.38%、85.69%。国内游客数量经过三年沉寂期后快速增长, 无论是城镇居民还是农村居民, 都表现出强烈的旅游意愿。这表明在疫情影响逐渐消退的背景下, 旅游市场正在迅速恢复。并且城镇居民国内游客数量大幅的增加, 反映出城市居民对休闲旅游的需求增长。同时, 农村居民国内游客数量也在快速增长, 显示出农村旅游市场的巨大潜力。这一变化表明旅游市场的覆盖面正在扩大, 旅游活动的参与度在不断提高。国内旅游总花费增长迅速, 其中城镇居民国内旅游总花费占据较大比重, 旅游消费水平的提高, 人们在旅游过程中的消费意愿和消费能力不断增强。同时, 农村居民国内旅游总花费的增长也值得关注, 表明农村旅游市场的消费潜力正在逐步释放。在旅游复苏的过程中, 不同类型的旅游产品和服务均呈现出增长态势。无论是传统观光游还是新兴的主题游、自驾游等, 都受到了消费者的青睐。旅游市场正在向多元化、个性化方向发展, 满足消费者日益多样化的旅游需求。全年数据证明旅游已经成为城乡居民美好生活的刚性需求, 没有任何力量可以阻挡旅游市场的长期繁荣和旅游产业的高质量发展。

3. 旅游企业分类及复苏现状

在旅游复苏的背景下, 旅游企业相较于 2019 年展现出了良好的恢复态势。随着市场需求的回暖, 旅游企业营收稳步增长。文旅融合成为企业创新的重要方向之一, 通过推出多元化、个性化的旅游产品和服务, 以满足游客日益增长的需求, 上市旅游企业纷纷加大产品创新力度, 推出更多具有地方特色、文化底蕴的旅游产品和服务。这些高品质、个性化的旅游产品不仅吸引了大量消费者的目光, 也为企业带来了可观的收益。与此同时, 旅游企业也在对大数据实行创新发展, 不断尝试和探索新的应用场景, 对现有的数据分析模型进行调整与改进, 通过持续的创新在智慧旅游中获得竞争优势[4]。整体而言, 旅游企业在复苏中展现出强大的韧性和活力, 为旅游市场的繁荣发展奠定了坚实基础。

Table 2. Listed tourism enterprise samples and classification
表 2. 上市旅游企业样本及分类

股票简称	行业分类	股票简称	行业分类	股票简称	行业分类	股票简称	行业分类
众信旅游	旅游服务	锦江酒店	酒店	丽江股份	景区	西藏旅游	景区
中青旅	旅游服务	金陵饭店	酒店	云南旅游	景区	长白山	景区
国旅联合	旅游服务	华侨城 A	景区	三特索道	景区	九华旅游	景区
国脉文化	旅游服务	张家界	景区	宋城演艺	景区	岭南控股	餐饮
中国中免	旅游服务	西安旅游	景区	黄山旅游	景区	西安饮食	餐饮
华天酒店	酒店	峨眉山 A	景区	大连圣亚	景区	全聚德	餐饮
首旅酒店	酒店	桂林旅游	景区	曲江文旅	景区	中科云网	餐饮

根据 A 股上市旅游企业去除退市、ST 等异常企业后以 28 家上市企业为样本如表 2 中所示, 因旅游企业业务较为重叠, 所以根据其产品类型以及主营业务划分为四类: 旅游服务、景区、酒店、餐饮。通过计算样本中各企业从 2018 年到 2023 年每年的营业收入增长率并按照分类计算每一类的营业收入增长率平均值, 如图 1 所示。通过该表可见旅游企业在经历三年沉寂期后在 2023 年迎来了大幅度的营收增长, 景区类、旅游服务类、餐饮类、酒店类的营业收入变动率平均值分别为 142.67%、119.46%、108.83%、39.87%, 增长无疑是巨大的, 展现出旅游行业复苏势头的强劲。但从分类来看所能获得的实际效益是存在差别的。

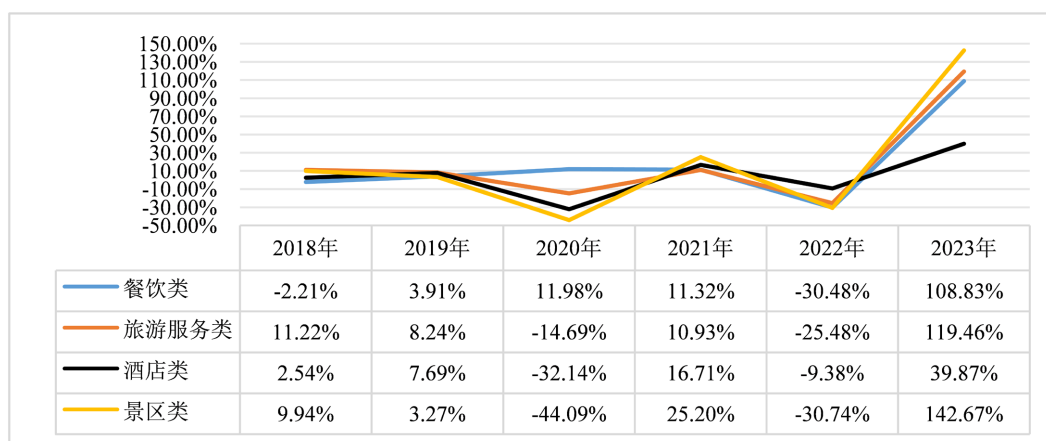


Figure 1. Average change rate of operating income of tourism enterprises from 2018 to 2023
图 1. 2018 年~2023 年旅游企业营业收入变动率平均值

2023 年营业收入变动率平均值最大的是景区类企业, 原因主要有以下几个方面: 游客数量增加, 随着旅游市场的恢复, 游客数量逐渐增加。景区作为旅游目的地的主要组成部分, 直接受益于游客数量的增加。游客数量的增加意味着景区门票、观光车、索道等相关旅游服务的需求增加, 从而带动景区类企业的营业收入增长。并且景区类企业除了门票收入外, 还拥有多元化的收入来源。例如, 景区内的餐饮、住宿、购物等旅游商业服务也是景区类企业的重要收入来源, 随着旅游市场的复苏, 这些商业服务的需求也将逐渐增加, 进一步推动景区类企业的营业收入增长。并且随着经济的复苏和消费者信心的增强, 游客的消费能力逐渐提高, 这意味着游客在景区内的消费将增加, 包括购买纪念品、品尝特色美食、体

验高端住宿等。这些消费的增加将直接转化为景区类企业的营业收入。在旅游复苏的背景下, 旅游市场需求旺盛。游客对旅游产品和服务的需求不断增加, 这为景区类企业提供了广阔的市场空间。而在景区这样的旅游场所带动下, 其所发带来的产业带动效果使得餐饮类和旅游服务类快速增长。这既是市场需求释放的必然结果, 也是经济因素和政策支持共同作用下的产物。

而酒店类旅游企业营业收入变动率平均值相较其他三类较低的原因主要有以下几方面: 一是在旅游复苏的过程中, 酒店类正经历着结构性的调整和供给侧改革。为了适应消费者日益多样化的需求, 酒店需要调整其经济型、中档、精选以及高端酒店的比例, 并优化酒店产品和服务。然而, 这种结构性调整需要时间, 需要酒店进行市场调研、制定战略、投资改造等一系列复杂的流程。此外, 酒店业的供给侧改革也要求酒店提升服务质量、降低运营成本、提高管理效率等, 这些都需要酒店在复苏初期投入大量的资源和精力, 从而在一定程度上影响了其增长幅度。且根据《2024年4月中国酒店业发展报告》, 虽然高端酒店市场呈现持续增长状态, 但经济型酒店仍作为主流品牌, 其签约数额增长尤为明显。这表明在复苏过程中, 经济型酒店的增长可能更为显著, 而旅游业涉及的高端酒店的增长会相对较慢。二是酒店通常拥有较高的成本, 如房租、员工工资、设备维护等。在旅游复苏期, 这些成本会对酒店的盈利能力造成压力。随着酒店用品和原材料的成本逐渐上升, 为了保持盈利能力, 酒店需要在成本控制和供应链管理方面做出努力, 这可能需要牺牲一部分增长速度[5]。三是酒店的一个特点, 其客容量相对固定。一旦酒店建成并投入运营, 其客房数量、会议室、餐厅等设施的规模就基本确定, 难以在短时间内进行大规模扩张。因此, 在旅游复苏的过程中, 即使市场需求迅速增长, 酒店也可能因为客容量有限而无法迅速增加其营收。此外, 酒店还需要考虑如何平衡客房出租率和平均房价之间的关系, 以确保在最大化营收的同时保持较高的客户满意度。这种平衡策略的制定和执行也需要酒店投入一定的资源和精力, 从而进一步影响其增长幅度。这些因素共同作用, 导致酒店类在旅游复苏过程中的增长幅度相对较低。

4. 旅游企业复苏过程中面临的财务问题

4.1. 高成本低收益

旅游行业的高成本低收益状况主要源于行业特性和市场竞争等多方面因素。首先, 旅游行业具有季节性和周期性的特点, 这导致企业在淡季时可能面临收入下滑、成本负担加重的问题。其次, 旅游资源的稀缺性和不可再生性使得旅游企业在获取资源时需要支付高昂的成本。此外, 旅游行业的市场竞争激烈, 企业为了争夺市场份额而不得不投入更多的成本用于营销和品牌推广[6]。

通过对样本中 28 家上市旅游企业 2023 年财务数据分析发现, 平均营业毛利率为 30.629%, 平均营业利润率为 1.715%, 平均营业净利率为-2.565%, 平均营业成本率 69.371%。高成本可能源自多个方面, 如旅游资源的获取成本、旅游线路的开发成本、人力资源成本以及市场营销成本等。同时旅游企业的成本结构复杂, 包括直接成本和间接成本两大类。直接成本如旅游产品的采购成本、导游的薪酬、住宿和餐饮费用等, 而间接成本则包括广告费、管理费用、财务费用等。成本结构的复杂性使得企业在成本控制上面临更大的挑战, 需要更加精细化的管理来确保成本的合理控制。平均营业净利率为-2.565%, 这可能是由于市场竞争激烈, 企业为了争夺市场份额而不得不降低价格, 或者由于高成本导致利润被压缩。此外, 一些企业由于投资失误、管理不善等原因导致收入下滑, 进而使得营业净利率出现负数。

高成本低收益的状况对旅游企业的影响是深远的。它会影响到企业的盈利能力, 使得企业难以实现盈利或盈利微薄。这将影响到企业的长期发展, 使得企业难以扩大规模、提升服务质量或进行研发等创新活动。持续的亏损可能导致企业资金紧张, 影响到其投资能力和市场竞争力。这将使得企业在市场竞争中处于不利地位, 难以抵御外部冲击或抓住发展机遇。投资者和债权人可能对企业的发展前景持悲观态度,

进而影响企业的融资能力和市场信誉, 使得企业在融资和扩大市场份额等方面面临更大的困难。

4.2. 资产负债率高居不下

一个不容忽视的现象是这些企业的平均资产负债率呈现出持续且快速的上升趋势。2018年至2023年平均资产负债率分别为38.826%、40.265%、43.432%、46.886%、47.260%、48.373%, 从2018年的38.826%一路攀升至2023年的48.373%, 这一变化不仅反映了旅游行业财务结构的调整, 也揭示了企业在经营过程中所面临的财务风险与挑战。

较高的资产负债率主要有以下原因。一是行业特性, 旅游行业具有显著的季节性和周期性特点。在旅游旺季, 企业需要投入大量资金以应对游客数量的激增和服务需求的增加, 而在淡季, 则可能面临收入锐减、现金流紧张的局面。为了保持运营的稳定性, 旅游企业往往需要借助外部融资, 这自然导致了资产负债率的上升。二是投资扩张, 随着市场竞争的加剧, 一些旅游企业为了扩大市场份额、提升品牌影响力, 会选择进行投资扩张。然而, 这种扩张往往需要大量的资金投入, 而企业自身的资金积累往往难以满足这种需求。因此, 企业需要通过借贷等方式筹集资金, 从而导致资产负债率的上升。三是融资环境, 虽然近年来金融市场的发展为旅游企业提供了更多的融资渠道, 但由于旅游行业的特殊性, 一些企业在融资过程中可能会面临较高的门槛和成本[7]。一些旅游项目可能因为风险较高或回报周期较长而难以获得银行贷款或其他低成本融资。这导致一些企业不得不选择高成本的融资方式, 进一步推高了资产负债率。

当然较高的资产负债率高也会带来巨大的影响, 形成较高的财务风险, 高资产负债率意味着企业需要承担更多的债务成本, 包括利息支出和本金偿还等。一旦市场环境发生变化或企业经营出现困难, 企业可能会面临资金链断裂的风险, 甚至可能陷入破产的境地。由于资产负债率较高, 企业在融资过程中往往需要支付更高的利息或接受更严格的担保条件。这不仅增加了企业的财务负担, 还可能影响企业的信用评级和融资能力。并且长期背负高额债务将限制企业的投资能力和创新能力。企业可能无法将足够的资金投入研发、市场推广等关键领域, 从而影响其竞争力和市场地位。此外, 高资产负债率还可能影响企业的股价表现, 降低投资者的信心。

4.3. 运营资金短缺

旅游企业在其复杂的运营过程中, 常常深陷营运资金短缺的困境, 这一现象在行业的复苏阶段尤为凸显。这种资金短缺的问题不仅束缚了企业的日常运作, 还对企业整体的发展战略和市场竞争力构成了不小的挑战[8]。

首先, 旅游企业往往需要在旅游旺季前进行大量的前期投入。这些投入包括但不限于市场推广、产品策划、客户服务等多个方面, 旨在吸引更多的游客, 提升旅游体验, 进而增强企业的市场竞争力。然而, 由于旅游业的季节性特点, 旺季之后可能会面临资金回流缓慢的问题, 导致企业营运资金出现紧张状况。其次, 旅游企业在日常运营中需要承担各种固定成本, 如员工工资、租金、水电费、设备维护等。这些费用不会因为旅游淡季的到来而相应减少, 反而可能因为游客数量的减少而使得单位成本上升, 进一步加剧了企业的资金压力。此外, 旅游企业还可能因为客户欠款、坏账等问题导致应收账款无法及时收回, 使得本已捉襟见肘的营运资金雪上加霜。旅游业作为服务性行业, 其产品或服务的价值往往需要在客户消费后才能得到确认, 这种特性使得企业更容易面临资金回笼的风险。

旅游企业营运资金短缺的问题是一个复杂而严峻的挑战。它不仅影响了企业的日常运营, 还可能对企业的长期发展产生深远的影响。因此, 对于旅游企业来说, 如何有效管理资金, 提高资金使用效率, 成为了亟待解决的问题。

4.4. 短贷长投

在旅游行业中, 经营性现金流的短缺已成为不少企业所面临的共同挑战。在这种情况下, 为了维持日常运营、推动固定资产投资和进行并购活动, 这些企业往往不得不采取一种被业内广泛称为“短贷长投”的策略。这种策略的核心在于通过短期贷款来筹集资金, 以支持长期的投资项目[9]。深入分析这一现象的成因, 可以发现两大主要原因。首先, 部分旅游项目的条件并未完全符合金融机构的信贷政策。这些政策往往对项目的风险、收益、稳定性等多个方面有着严格的要求, 而一些旅游项目可能因为各种因素未能满足这些条件, 导致难以获得贷款。其次, 即使项目条件符合金融机构的要求, 但如果项目的预期收益评估未能达到金融机构设定的贷款门槛, 企业同样难以获得所需的资金。“短贷长投”的策略虽然在一定程度上缓解了旅游企业的资金压力, 但同时也带来了不少风险。最显著的风险之一就是现金流的进一步紧张。由于短期贷款的还款期限较短, 而旅游项目的现金回流期往往较长, 这种策略很容易导致债务偿还期限与项目现金回流期的不匹配。这种不匹配不仅增加了企业的还款压力, 还可能对项目的整体效益产生消极影响。当旅游企业同时运营多个这样的项目时, 资金流动性风险将进一步加剧, 可能使企业陷入更加严重的财务困境。当企业的融资策略无法满足其还本付息的刚性需求时, 企业将面临巨大的还款压力。在这种情况下, 不仅偿还贷款变得困难, 企业的信用也将受到严重损害。一旦企业信用受损, 将很难再从金融机构获得贷款支持, 进一步加剧企业的财务困境。

5. 会计视角下的应对策略

5.1. 优化成本控制和提升盈利能力

旅游企业应深入分析成本结构, 对直接成本和间接成本进行精细化管理。在直接成本方面, 通过优化产品的采购渠道、提高员工的效率等方式来减少直接成本的支出。对于间接成本, 如广告费、管理费用和财务费用等, 企业应进行预算控制和费用审查, 确保每一笔支出都合理且有效。并利用会计工具和方法, 如成本效益分析、作业成本法等, 对旅游项目进行全面的成本效益评估。通过评估, 企业可以识别出成本效益不佳的项目或环节, 并采取相应的措施进行优化或调整, 以提高项目的整体收益[10]。

针对旅游行业的季节性和周期性特点, 企业应加强现金流管理和财务预测。通过合理的财务规划和预算安排, 确保在淡季时能够维持正常的运营活动, 并减少不必要的成本支出。此外, 企业还可以探索多元化收入渠道, 如开发特色旅游产品、提供定制化服务等, 以增加收入来源并降低对单一市场的依赖。

注重规模经济效应和资源整合, 通过扩大规模、优化资源配置和提高运营效率等方式, 降低单位成本并提高盈利能力。此外, 企业还可以探索与其他企业或机构的合作与联盟, 共同开发旅游资源、分享市场信息和资源等, 以实现互利共赢。

5.2. 优化财务结构, 降低资产负债率, 减轻财务风险

应深入分析自身的财务状况和市场需求, 制定更为精准的财务规划。在旅游旺季, 企业应提前规划资金需求, 合理安排融资结构, 避免过度依赖短期高成本融资[11]。在淡季时, 企业可以通过加强现金流管理、优化库存管理等方式, 减少不必要的资金占用, 降低资金成本。同时企业应审慎进行投资扩张, 避免盲目跟风或过度扩张。在投资前, 企业应进行充分的市场调研和风险评估, 确保投资项目的可行性和盈利性。还可以通过优化资产配置、提高资产周转率等方式, 提升资产使用效率, 降低资产负债率。此外, 企业应积极寻求多元化的融资渠道, 降低融资成本。企业可以探索与金融机构的合作, 争取获得更优惠的贷款条件。同时, 企业还可以考虑发行债券、股权融资等方式, 拓宽融资渠道, 降低对单一融资渠道的依赖。加强财务风险管理, 建立健全的财务风险预警机制。企业应定期对自身的财务状况进行

评估和分析, 及时发现潜在的财务风险, 并采取相应的措施进行防范和应对。同时, 企业还应加强内部控制, 确保财务数据的真实性和准确性, 为财务风险管理提供可靠的数据支持, 为企业的长期稳定发展奠定坚实的基础。

5.3. 优化资金管理和提高资金使用效率

建立精细化的资金预算和计划体系, 根据旅游业的季节性特点, 合理预测旺季和淡季的资金需求, 并提前进行资金筹措和储备。在旺季前, 企业可以适度增加市场推广和产品策划的预算, 以吸引更多游客; 而在淡季时, 则应通过优化库存管理、降低固定成本等方式, 减少不必要的资金支出。旅游企业需使会计部门积极参与经济活动的管理过程, 注重过程控制, 采用管理会计的各种科学方法, 为旅游企业获得最佳经济效益出谋划策[12]。

加强应收账款管理, 建立完善的客户信用体系, 并加强对应收账款的催收和监控。通过加强与客户的沟通和协商, 提高应收账款的回收率, 降低坏账风险, 从而增加企业的营运资金。探索多元化的融资渠道, 如与金融机构合作、发行债券或股权融资等, 以获取更多的资金支持[13]。同时, 企业还可以考虑优化资产结构, 如出售部分非核心资产或利用现有资产进行融资, 以增加流动性并缓解资金压力。加强内部控制和风险管理, 确保资金使用的合规性和有效性。通过建立健全的财务管理制度和内部审计机制, 防范财务风险, 保障企业资金的安全和稳定。

6. 结论及展望

我国旅游业在 2023 年全面解封后呈现出强劲的复苏势头, 旅游业正经历着“快速复苏”阶段。如今旅游市场正处于关键节点, 为旅游企业提供了重塑竞争格局的宝贵机遇, 但与此同时旅游企业之间的竞争也更加激烈。想要在激烈的市场环境中谋求一席之地, 旅游企业应努力克服高成本低收益、资产负债率高居不下、运营资金短缺、短贷长投等问题, 给企业减轻负担, 增强核心竞争力, 助力旅游企业高质量快速发展。

参考文献

- [1] 刘钊, 陈潇. 我国旅游业从“快速复苏”转向“理性繁荣” [N]. 证券日报, 2024-04-16(A01).
- [2] 王雅文, 罗盛锋, 黄燕玲, 等. 中国旅游政策研究三十年回顾与展望——基于 VOSviewer 和 CiteSpace 的综合应用[J]. 旅游研究, 2023, 15(1): 1-14.
- [3] 邵鹏璐. 两个 20 度零上零下旅游市场“南北互跨” [N]. 中国经济导报, 2024-01-09(003).
- [4] 杨春梅, 曾涛. 黑龙江省智慧旅游发展现状与对策[J]. 时代经贸, 2024, 21(4): 168-170.
- [5] 陶梦瑶. 基于价值链视角的 X 旅游酒店成本控制研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆理工大学, 2022.
- [6] 姜小红. 大型主题乐园投资成本与收益分析[J]. 市场周刊, 2024, 37(4): 126-130.
- [7] 肖伟. 国有省级旅游集团降低负债率提升投融资能力的路径研究[J]. 现代商业, 2023(15): 55-58.
- [8] 李利杰. 企业运营资金管理和控制方式分析[J]. 纳税, 2020, 14(22): 133-134.
- [9] 赵璐茵. 市场复苏时期旅游企业财务风险管理探究[J]. 投资与创业, 2023, 34(12): 109-111.
- [10] 刘尉轩, 王丹. 大数据时代旅游企业成本控制优化研究[J]. 冶金管理, 2021(7): 131-132.
- [11] 陈士博. 上市公司财务治理结构优化的对策分析[J]. 中国乡镇企业会计, 2019(4): 102-103.
- [12] 韦新艳. 浅谈管理会计在旅游企业的应用[J]. 现代经济信息, 2018(19): 196.
- [13] 胡旭阳. 企业战略转型中的资本运作与投融资能力提升策略研究[J]. 全国流通经济, 2024(5): 108-111.