

2024年文旅集团投资运营发展报告

2024 Investment and Operation Development Report of Culture and Tourism Group

迈点研究院首席分析师
郭德荣

北京·2024年6月

CONTENTS

01 | 宏观经济背景

02 | 文旅集团概况

03 | 投资并购分析

04 | 财务运营分析

05 | 发展趋势展望

PART 01

宏观经济背景

经济变化：GDP、居民人均可支配收入逐年递增

消费变动：消费者信心指数偏低，消费信心不足

旅游提升：旅游人次和收入恢复，对GDP的贡献度回升

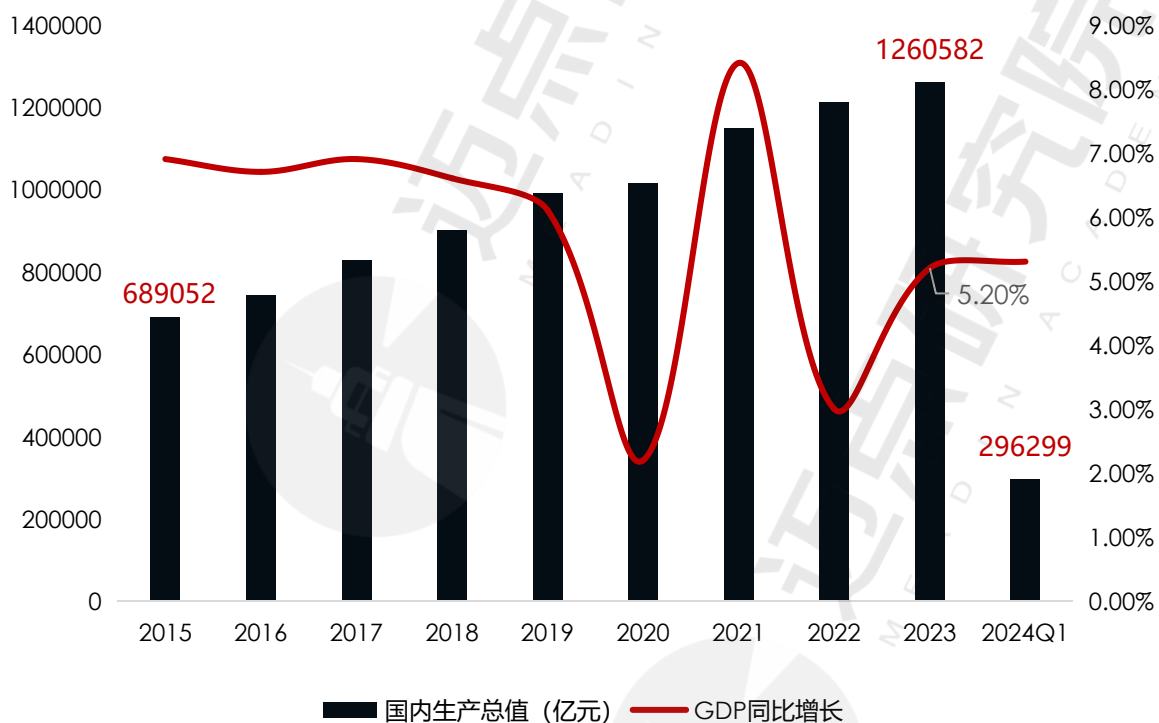
信心增长：注册旅游企业数量创新高，产业发展信心全面增长

经济变化

GDP、居民人均可支配收入逐年递增，带动旅游消费需求潜力增加、旅游产业发展

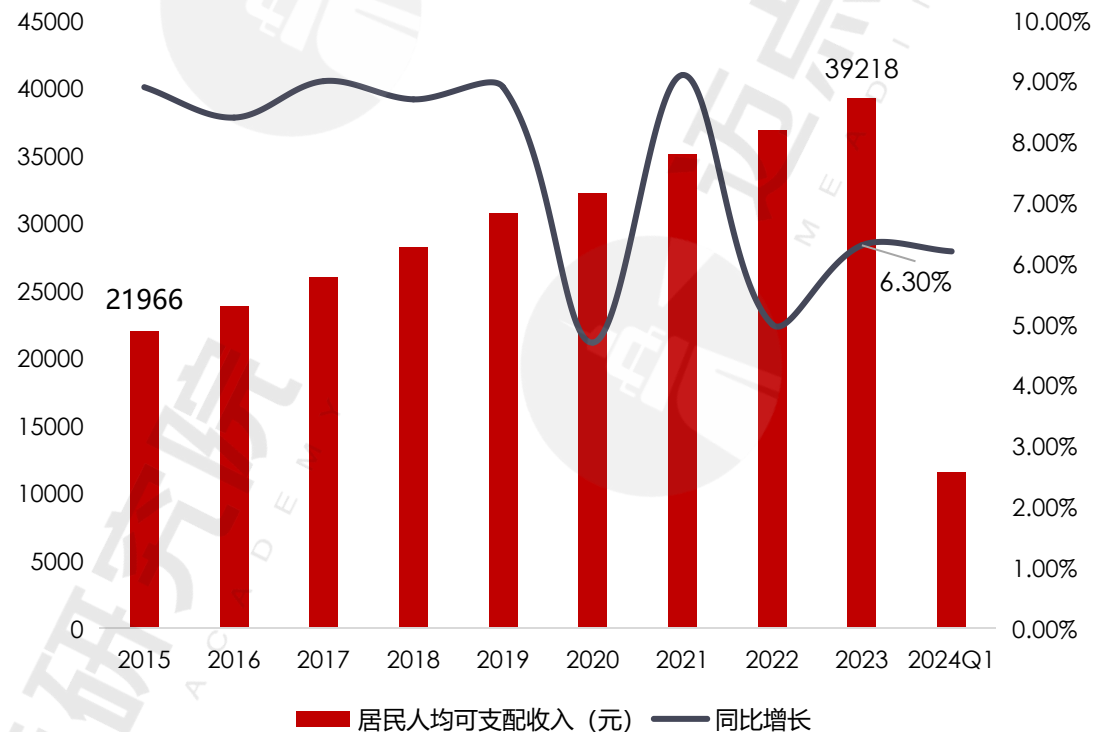
- 中国GDP从2015年的68.9万亿元增长到2023年的126万亿元，**年均增长率约6%**；
- 全国居民人均可支配收入由2015年的2.2万元增长到2023年的3.9万元，9年间增加1.7万元；
- **二者的变化基本同步，且近年来增速变缓。**

2015-2024Q1中国GDP及同比变动情况



数据来源：国家统计局，迈点研究院整理制图

2015-2024Q1全国居民人均可支配收入及同比

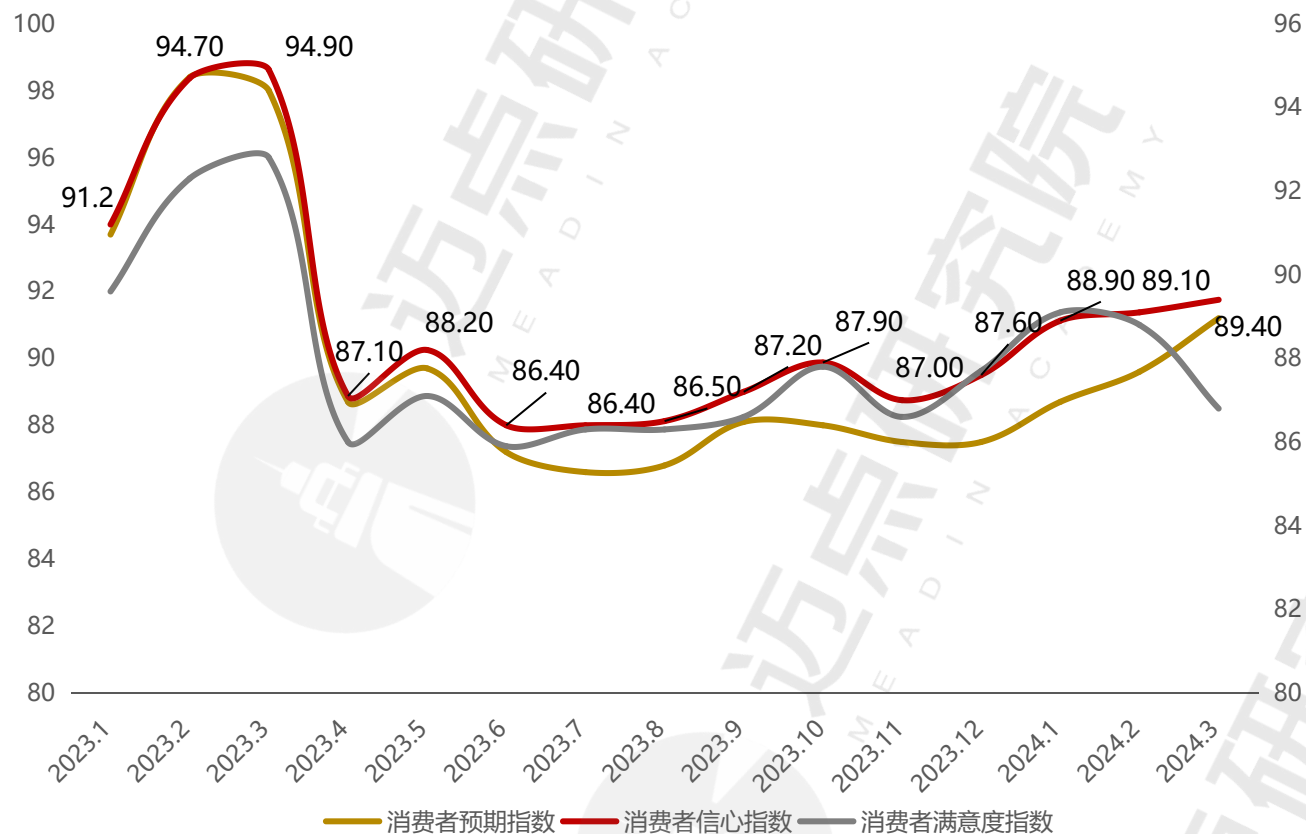


数据来源：国家统计局，迈点研究院整理制图

消费变动

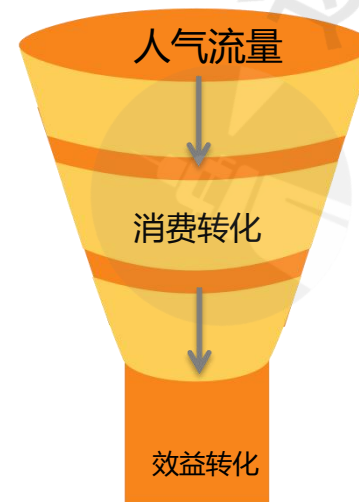
消费信心不足、收入预期偏悲观、消费意愿不强，各文旅集团的经营面临挑战

2023年1月至2024年3月消费者信心指数变化



数据来源:国家统计局, 迈点研究院整理制图

- 消费者信心指数统计满分为200分，指数大于100，表明消费者趋于乐观，消费意愿强烈，越接近200乐观程度越高；指数小于100，表明消费者趋于悲观，消费意愿不强。
- 近一年多来，各月的消费者满意度指数、消费者信心指数、消费者预期指数均低于100，整体宏观消费市场疲软。



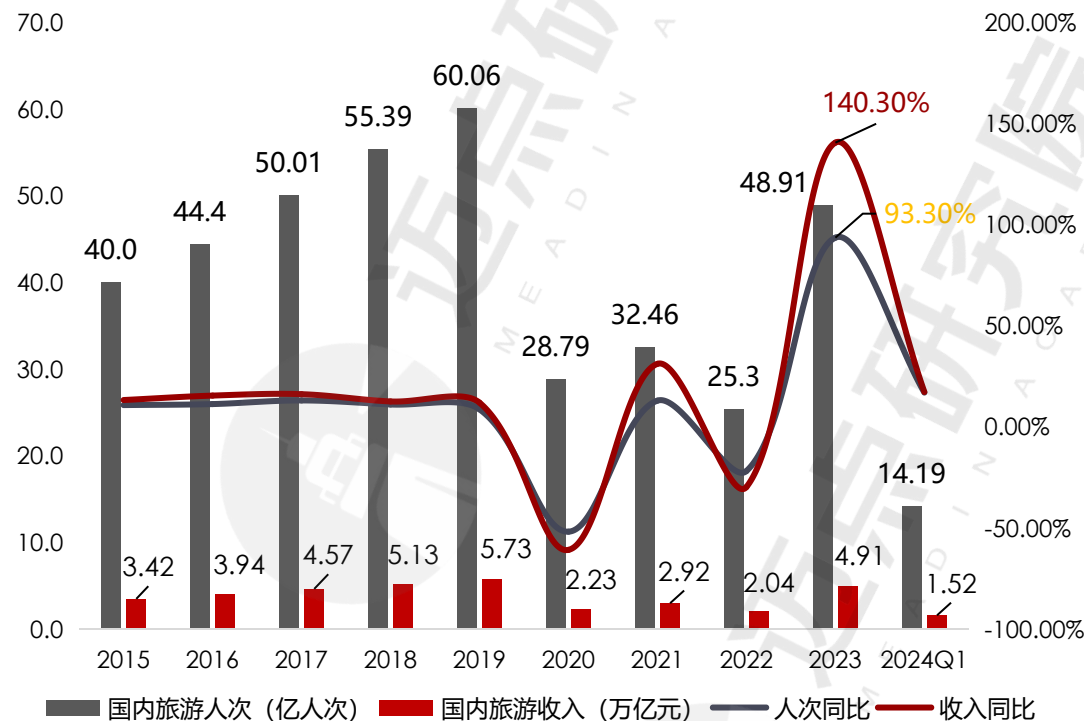
漏斗效应：从流量到“留量”，再从“留量”到效益转化
消费偏向保守和谨慎，如何让旅游者“花钱”？

旅游提升

旅游收入、旅游人次触底反弹，旅游对国民经济的贡献度显著提升

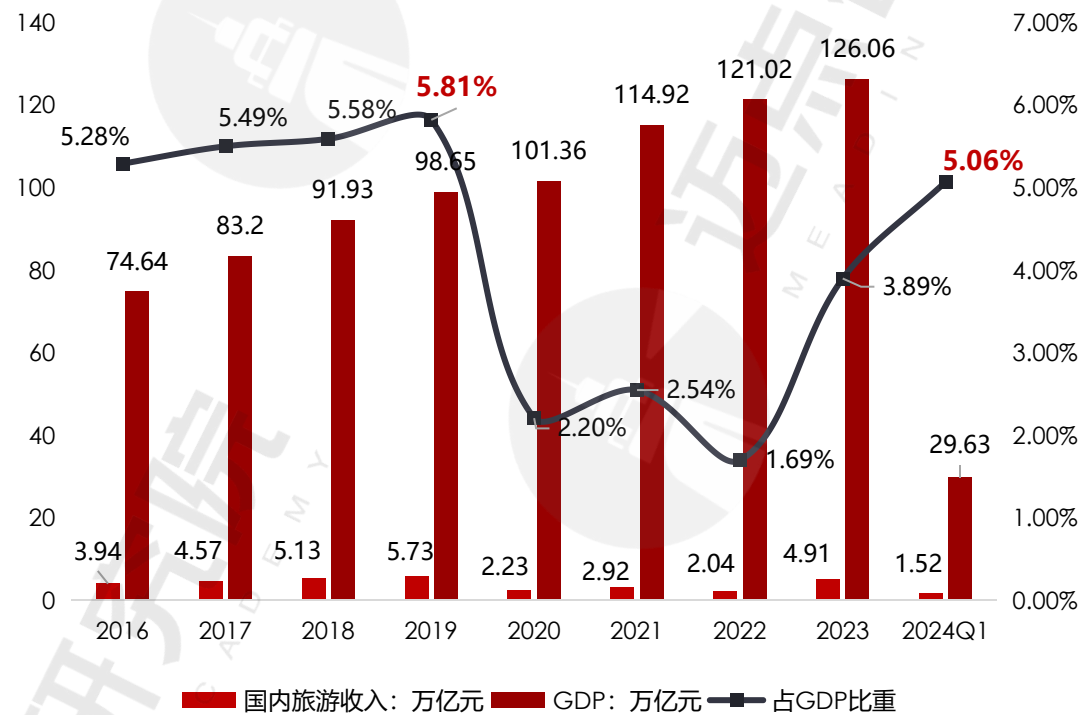
- 2023年国内旅游人次和旅游收入强劲恢复，2024年迈入常态化稳步向上发展轨道
- 2024Q1国内旅游收入GDP占比为5.06%，重回2019年“5%”的基线水平

2015-2024Q1国内旅游人次与旅游收入及同比情况



数据来源：国家旅游局（原）、文化和旅游部，迈点研究院整理制图

2016-2024Q1国内旅游收入及GDP占比情况

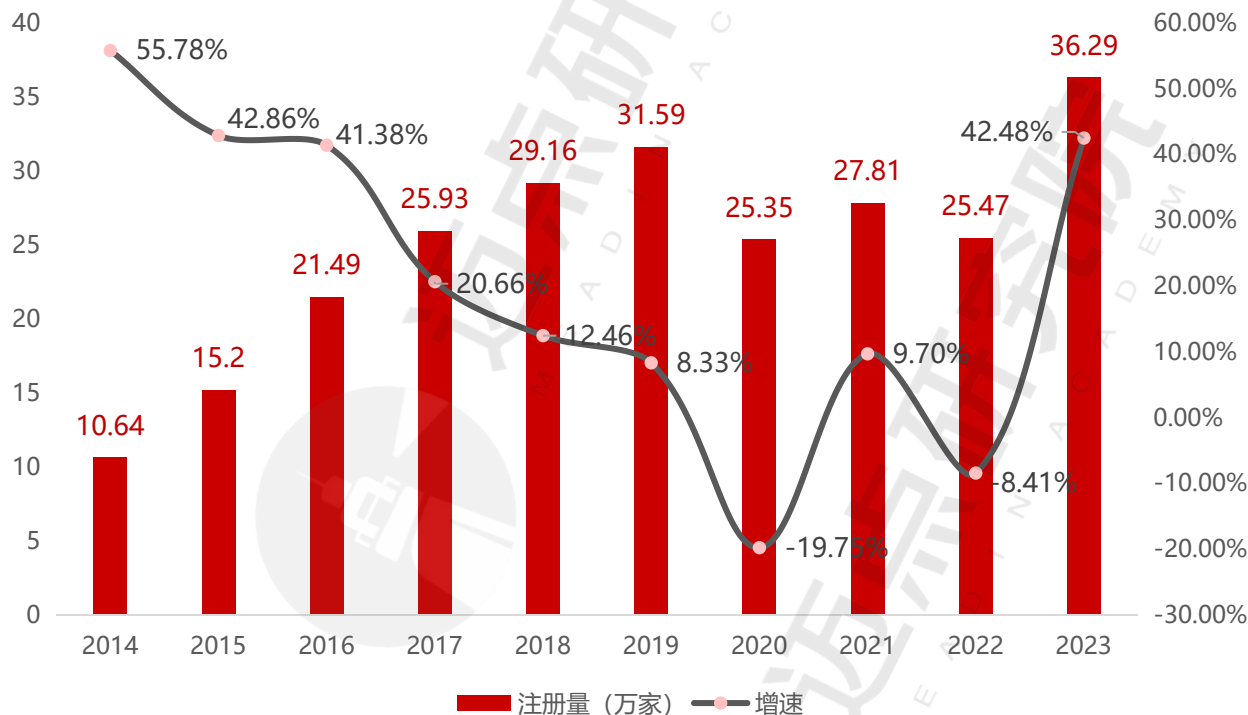


数据来源：国家统计局、国家旅游局（原）、文化和旅游部，迈点研究院整理制图

信心增长

2023年旅游相关企业注册数量大幅上涨，超越2019年水平，创历史新高，产业发展信心全面增长

近十年我国旅游相关企业注册数量及同比增速



数据来源：企查查，仅统计企业名称、品牌产品、经营范围含旅游、旅行的企业

2023年度新注册或揭牌的代表性文旅集团一览表 (不完全统计)

公司名称	权属关系与注册资本	成立时间
德州文旅集团	注册资本10亿元，市国资委、市财金集团、市城投集团分别占股20%、10%、70%。定位为全市重要文旅资源整合主体、重大文旅项目综合开发主体、新型文旅业态引领主体	2023-6-19 (注册)
贵州村超文化旅游开发集团	榕江县古州文化旅游投资开发(集团)有限责任公司100%持股，注册资本500万元	2023-7-12 (注册)
北京新东方文旅有限公司	公司由新东方教育科技集团有限公司全资持股，注册资本10亿元	2023-7-19 (注册)
安庆文化旅游产业发展集团	安庆市政府直属国有独资公司，注册资本20亿元	2023-7-19 (注册)
福建云霄文旅康养集团有限公司	位于福建漳州，注册资本2亿元	2023-8-2 (注册)
哈尔滨马迭尔文旅投资集团	由原太阳岛集团和哈尔滨文旅集团全面整合成立，哈尔滨市市属国有独资企业，注册资本10亿元	2023-8-16 (揭牌)
眉县文化旅游发展集团	宝鸡市眉县属国有独资企业，注册资金5000万元	2023-8-23 (揭牌)
浙江金柯桥文化旅游集团	以柯桥区旅游发展集团有限公司为主体，同时整合柯桥区文化和旅游资源组建而成，文旅集团为区属国有独资企业，注册资本5亿元	2023-9-20 (揭牌)
黄冈文化旅游集团有限公司	黄冈国有资本投资运营集团公司为主要股东，注册资本6亿元	2023-12-26 (揭牌)

信息来源：公开资料、企查查等，迈点研究院整理



PART 01

文旅集团概况

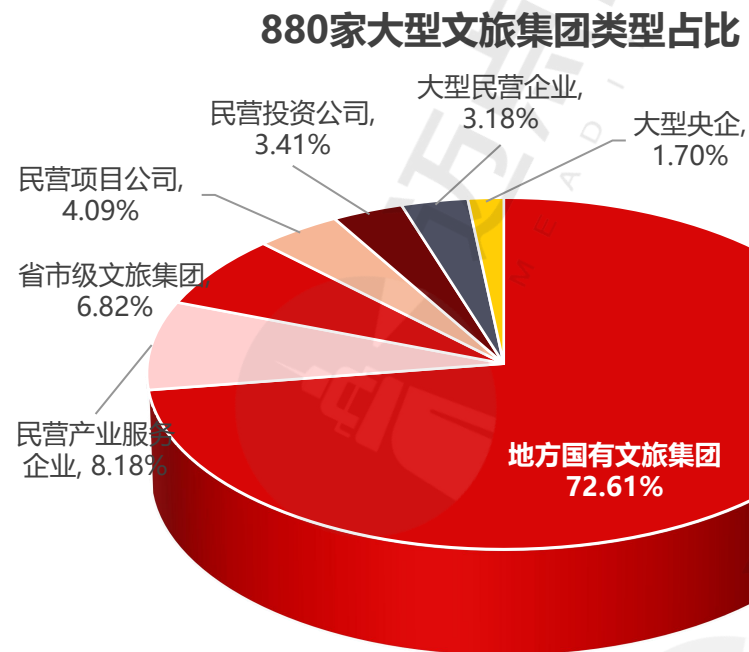
数量：880家

类型：省市级文旅集团、地方国有文旅集团、民营产业服务企业等7类

分布：32个省（直辖市、自治区、特别行政区）、300个城市

基本概况：数量类型

- 共监测880家大型文旅集团；
- 包括省市级文旅集团、地方国有文旅集团、民营产业服务企业、民营项目公司等7大类型；
- 其中，**地方国有文旅集团占比最高，为72.16%**。



数据来源：迈点研究院

大型央企

15家

省市级文
旅集团

60家

地方国有
文旅集团

639家

民营产业
服务企业

72家

民营项目
公司

36家

民营投资
公司

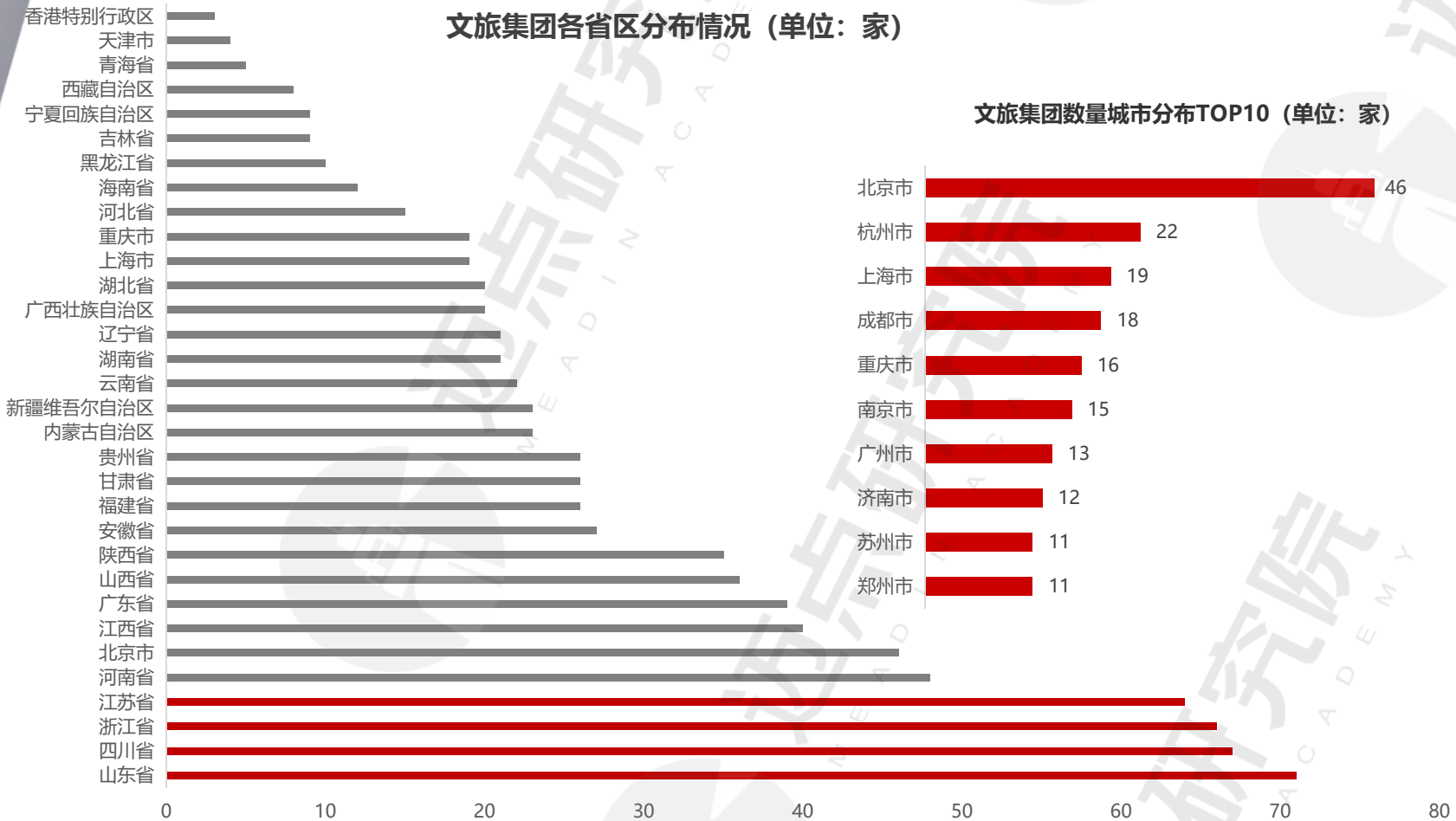
30家

大型民营
企业

28家

基本概况：空间分布

文旅集团各省区分布情况 (单位: 家)



分布于全国32个省（直辖市、自治区、特别行政区），以**山东、四川、浙江、江苏、河南**等文旅大省最为集中；

分布于全国300个城市（直辖市、自治州），排名前十的城市依次为**北京、杭州、上海、成都、重庆、南京、广州、济南、苏州和郑州**；

上述省份与城市的文旅资源丰富、产业基础优良、文旅消费能力强，利于优秀文旅集团（企业）的培育、发展与成长壮大。



PART 03

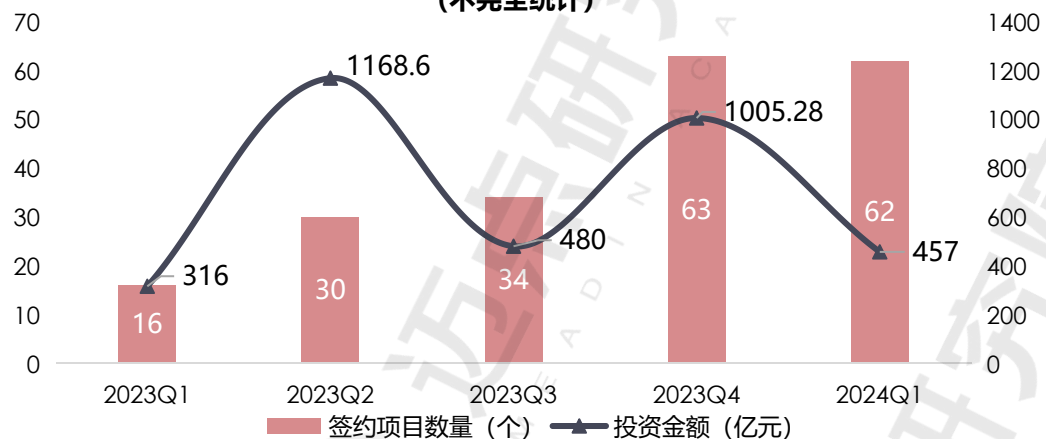
投资并购分析

投资：偏好于旅游景区乐园及新兴项目，数字化、沉浸式项目成为热门赛道
并购：文旅行业并购重组活跃，加快资产的整合优化，塑造集团核心竞争力
融资：国企文旅集团积极利用资本市场融资，为企业经营扩张提供资金保障

投资分析 (体量规模、类型)

累计投资金额超3400亿元，偏好于旅游景区乐园及新兴项目，数字化、沉浸式项目成为热门赛道

2023-2024Q1文旅集团投资签约项目数量及金额 (不完全统计)

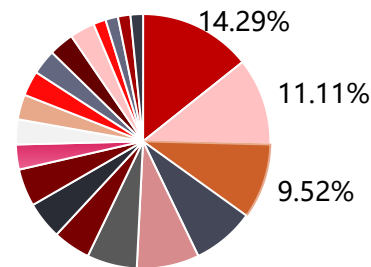


数据来源：迈点研究院统计整理，投资金额仅统计已公布数据

- 据迈点研究院不完全统计，2023年至2024Q1各大文旅集团投资签约重点项目205个，投资金额超3400亿元；
- 且从签约数量来看，2023Q4、2024Q1有大幅增加，表明文旅市场的复苏带动了资本对于文旅行业的投资信心，各集团纷纷加大优质项目布局及供给。

- 从签约项目类型分析，以旅游度假区、旅游综合开发、主题乐园等为主导，旅游核心吸引物的打造仍然是各文旅集团的投资重点；
- 同时，伴随数字科技、跨界融合的发展，数字文旅、沉浸式体验夜间旅游等项目成为近年来的热门投资赛道。

2024年一季度文旅集团签约项目类型分布



数据来源：迈点研究院统计整理

投资分析 (特征趋势)

各文旅集团不断丰富和优化文旅产品项目供给，助力文旅行业复苏和高质量发展



投资主体：头部文旅集团集中，亦呈现多元化、国际化、跨界化



项目类型：新建项目为主导，存量改造提升类有增长



投资转向：从重建设投资向精细化运营、营销品牌软性投资

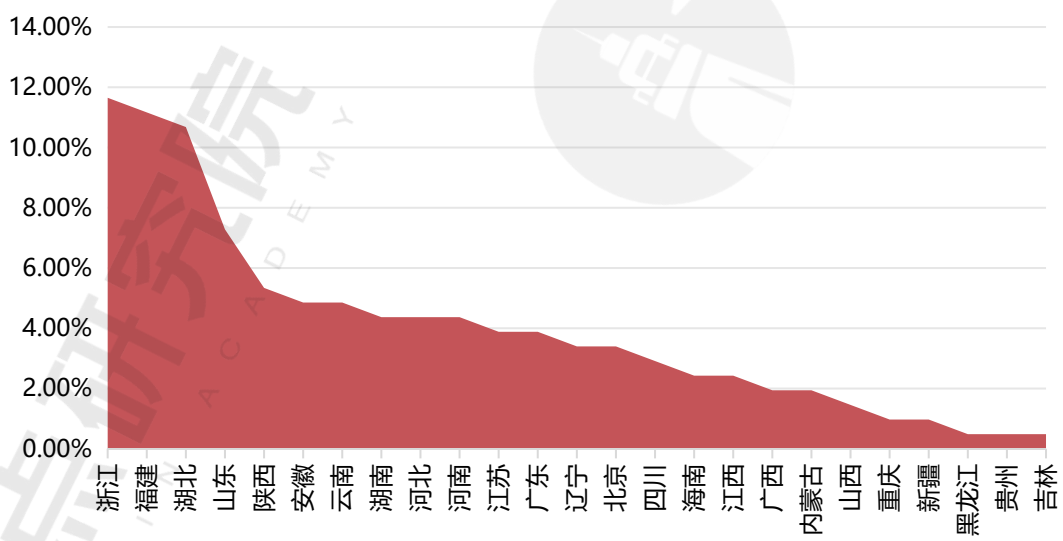


空间区域：浙江、福建、湖北三省为文旅投资相对热门省份

2023年至今国际性文旅集团在华参与签约投资项目 (案例)

集团名称	国家	投资签约项目	项目金额
普德赋PuyduFou	法国	法国普德赋(狂人国)主题乐园	50亿元
缙合缙集团	印度尼西亚	缙合缙国际文旅项目	70亿元
阿联酋宾扎耶德集团 亚洲投资公司	阿联酋	武当山-丹江口文化旅游带项目	500亿元
新加坡 SINGCOUNIQUE	新加坡	海南五指山热带雨林飞禽动物园	13亿元

2023-2024Q1文旅集团签约重大项目省份分布情况



数据来源：迈点研究院统计整理

并购重组

文旅集团并购重组交易活跃，推进企业补链延链、转型升级发展步伐，提高集团综合竞争力。

文旅集团并购重组目标：或聚焦业务、或谋求上市、或优化资产、或多元化发展

收购资产类

- **豫园股份**：拟以8.28亿元收购日本北海道滑雪场相关资产，利于其全球化布局。

■ 收购资产交易

优点：直接取得公司主业经营所需的资产和业务，非主业及其他资产、人员、法律瑕疵继续留在原企业，可以实现主业的整合；

缺点：需要缴纳一定的流转税；涉及各类资产权属、资质变更，交易程序相对繁杂。

收购股权类

- **海南旅投**：同康泰旅游、东方俄贤岭签署股权收购协议；
- **中国中免**：拟以12.28亿元参与中出服增资，收购中出服免税49%股权；
- **国旅联合**：以自有及自筹资金5088.06万元收购海际购公司100%股权；
- **祥源文旅**：以自有资金5.3亿元收购雅安东方碧峰峡旅游有限公司80%股权；拟5773.73万元收购齐云山旅游100%股权；
- **香港中旅**：拟8.98亿港元收购银达(香港)有限公司的100%股份；
- **同程旅行**：以6.91亿元收购同程旅业100%股权；
- **唐山文旅**：以7.13亿元受让周镇科及大晟资产所持17.35%公司股份，成为新控股股东，2024年5月股东转让股份完成过户登记；
- **青岛环海湾文旅**：出资3.60亿元，受让凯撒旅业17.02%股权，将成为实际控制人；
- **西岭文旅投资运营集团**：拟以现金收购成都文旅约33.33%股份。

资产置换类

- ◆ **成都文旅**：与莱茵体育重大资产置换过户，将旗下冰雪旅游资产纳入上市平台；
- ◆ **祥源文旅**：置出与文旅主业协同性较弱的无线增值等业务及其相关资产，置入“大黄山”区域旅游目的地综合服务业务及配套资产，包括齐云山酒店、黄山云谷酒店等。

◆ 资产置换交易

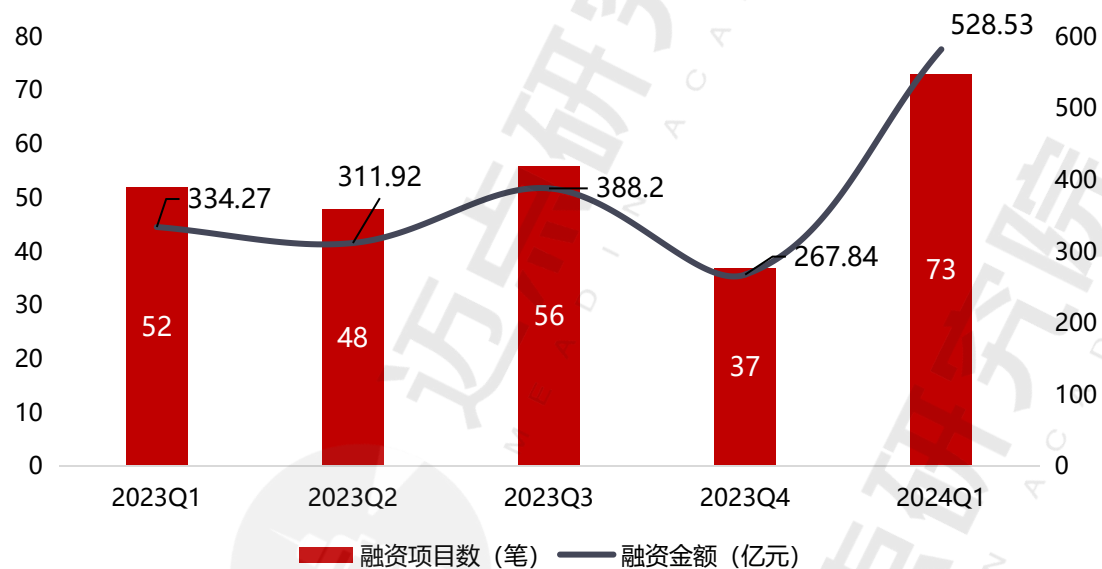
优点：优化资源配置、提高资产质量和盈利能力、降低财务风险、实现企业战略目标等。

缺点：操作复杂、风险较高、需要专业人士进行评估和定价等。

融资分析 (债务融资)

国企文旅集团积极利用资本市场融资，创新融资方式，加快“增资补血”，为企业经营扩张提供资金保障

2023-2024Q1文旅集团融资项目数量及金额



数据来源：上海证券交易所、上清所等，迈点研究院整理，统计范围为2023-2024Q1已通过和已发行

- 2023年度各文旅集团完成193笔债务融资，融资金额1302.23亿元；
- 2024Q1文旅集团完成73笔债务融资，融资金额528.53亿元，同比2023Q1增长58%，融资活跃度和力度提升。

2023-2024Q1文旅集团债券融资类型及数量、金额情况

债券类型	项目数 (笔)	融资金额 (亿元)
PPN (定向债务)	1	4
超短期融资券	102	608.54
短期融资券	24	130.84
私募债券	40	444.79
中期票据	99	642.59
合计	266	1830.76

数据来源：上海证券交易所、上清所等，迈点研究院整理，统计范围为2023-2024Q1已通过和已发行

- 从融资工具类型看，包括超短期融资券、短期融资券、私募债券、中期票据等，其中以超短期融资券发行数量最多，广受青睐，其具有融资成本低、融资便利快捷、一次筹集金额数额大等优点。

融资分析 (权益融资)

文旅集团旗下5A级景区REITs项目有序推进，创新景区融资手段，缓解景区融资难题

2023-2024年国家5A级景区REITs项目情况 (不完全统计)

序号	集团 (公司) 名称	项目名称	发行规模 (亿元)	项目进度
1	武当山文化旅游发展集团	武当山风景区公募REITs项目	15	2023年2月与西部证券、华夏银行签约合作
2	福建土楼旅游投资集团	南靖土楼景区类REITs产品	不超过15亿元	2023年2月中信银行漳州分行中标
3	黄山旅游集团	黄山风景区公募REITs项目	—	2023年2月与浙商证券签订协议
4	陕西华山旅游集团	华山景区REITs试点项目	—	2023年3月开展专题调研，西部证券参与
5	洛阳龙门旅游集团	龙门景区基础设施公募REITs项目	—	2023年3月中航基金中标
6	遵义文旅产业发展集团	赤水5A级景区公募REITs项目	—	2023年4月南方基金 (联合体西部证券和南方资本) 中标
7	无锡文旅集团	江苏无锡鼋头渚景区基础设施REITs项目	13.8	2023年4月无锡景区特许经营权公募REITs咨询服务招标完成
8	安徽省万佛湖旅发公司	六安市万佛湖风景区REITs项目	—	2023年5月舒城县发改委组织项目推进会，申万宏源证券参与
9	吉首市天行健文旅投公司	湘西矮寨奇观景区基础设施公募REITs项目	不低于15亿元	2023年4月启动项目招标
10	山海关区第一关旅游发展有限公司	山海关景区公募REITs项目	—	2023年6月发布项目信息9月邀请深交所债券业务部开展培训讲座
11	江西武功山实业有限公司	萍乡武功山AAAAA旅游景区基础设施公募REITs项目	不少于10亿元	2023年11月申万宏源中标
12	云南机场集团	火山热海景区基础设施公募REITs项目	计划10-20亿	2024年1月中海基金中标
13	赛旅投公司	赛里木湖景区公募REITs项目	—	2024年4月底启动喀纳斯景区旅游REITs前期咨询

信息来源：各地文旅部门、各集团官网等公开资料，迈点研究院整理

- 2021年6月，国家发展和改革委员会发布《关于进一步做好基础设施领域不动产投资信托基金 (REITs) 试点工作的通知》中指出，在交通基础设施、能源基础设施等九大类基础设施方面试点REITs。其中，**特别指出在自然文化遗产 (以《世界遗产名录》为准)、国家5A级旅游景区**等具有较好收益的旅游基础设施开展试点。



福建土楼



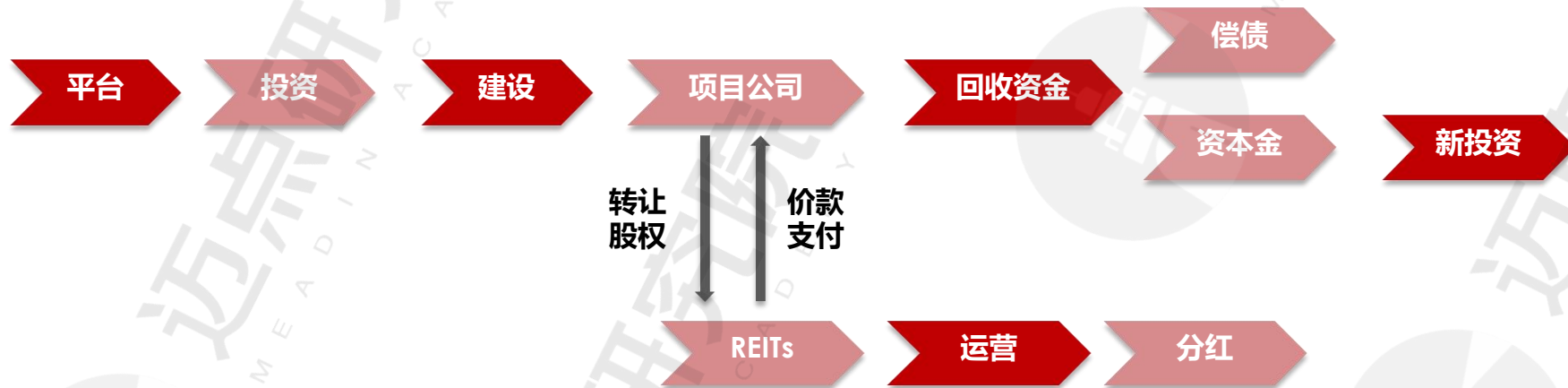
武功山景区

- 截止2024年6月，我国拥有**339家5A级景区、57项世界遗产** (其中文化遗产39项、文化和自然遗产4项、自然遗产14项)。
- **景区基础设施REITs被认为是文旅行业与金融结合作出的重大机制改革创新，未来的发展探索空间较大。**

融资分析 (景区REITs)

文旅项目公募REITs的推出，助于景区实现建设、运营、退出、投入、新建设的正向循环和完整投资闭环

文旅项目公募REITs操作结构和循环：



传统基建投资面临的问题

- 资本金不足，扩张面临隐形债务约束；
- 项目运营收入用于偿还债务，财政一般还需要承担担保、差额补足等责任；
- 债务周期长，项目投资方完成投资收回和债务偿还通常需要10-20年。



文旅项目公募REITs可解决的问题

- 项目运行稳定，稳定运行3年即可发起成立文旅项目公募REITs实现资产转让，项目投资周期短；
- 股权完全转让，政府后期不再承担任何债权债务；
- **文旅项目公募REITs收益完全由运营收入决定**，无需政府增信；
- 项目股权转让给文旅项目公募REITs后获得的资金鼓励投资于新的基础设施项目建设。

资料来源：“公募REITs助推旅游景区高质量发展”沙龙主题演讲《文旅REITs的政策要求和发行流程》

PART 04

财务运营分析

财务表现：文旅上市公司及国企文旅集团2023年业绩恢复，但2024Q1不如预期
运营创新：各文旅集团以流量赋能、跨界融合、数字技术应用等，探寻新质生产力

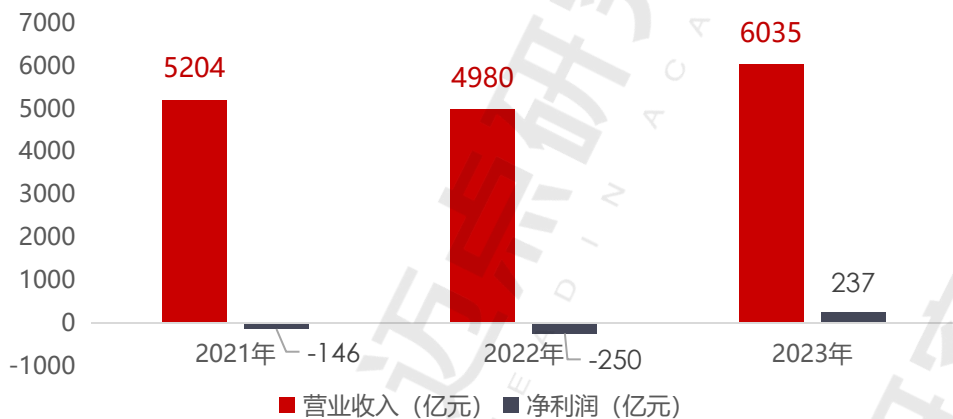
1 文旅上市公司

2023年经营情况明显好转，2024Q1业绩承压

成长能力

2023年文旅上市公司经营情况明显好转，整体大幅扭亏；营收同比均值为1倍、净利润同比均值为3.88倍，利润恢复快于收入

2021-2023年49家文旅上市公司营收及净利润合计情况



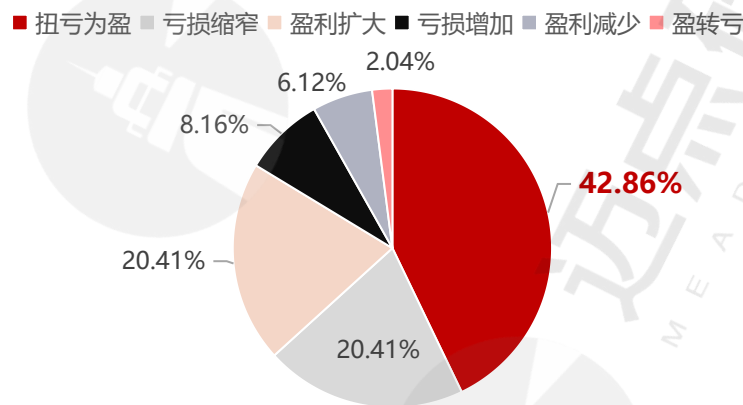
数据来源：各文旅上市公司财报，迈点研究院整理
具体包括8家港股、1家美股、40家A股

2023年文旅上市公司营收TOP10、营收同比TOP10

集团名称	营收 (亿元)	集团名称	营收同比
美团	2767	飞扬集团	598.65%
中国中免	675.4	众信旅游	550.60%
豫园股份	581.5	宋城演艺	320.76%
华侨城A	557.4	桂林旅游	260.89%
携程	445.6	锦旅B股	235.51%
复星旅游文化	171.52	岭南控股	229.02%
王府井	122.2	长白山	218.73%
同程旅行	118.96	张家界	217.02%
中青旅	96.35	*ST西域	198.46%
香港中旅	40.73	大连圣亚	197.75%

数据来源：各文旅上市公司财报，迈点研究院整理

2023年49家文旅上市公司相比2022年盈亏情况分布



数据来源：各文旅上市公司财报，迈点研究院整理

2023年文旅上市公司净利润TOP10、净利润同比TOP10

集团名称	净利润 (亿元)	集团名称	净利润同比
美团	138.6	丽江股份	5971.91%
携程	99.18	三峡旅游	2848.55%
中国中免)	67.14	九华旅游	1374.94%
豫园股份	20.24	*ST西域	1235.17%
同程旅行	15.54	同程旅行	1164.41%
王府井	7.09	锋尚文化	813.92%
*ST凯撒	6.07	祥源文旅	670.72%
黄山旅游	4.23	天目湖	623.90%
*ST新联	3.52	携程	606.91%
复星旅游文化	3.1	黄山旅游	424.29%

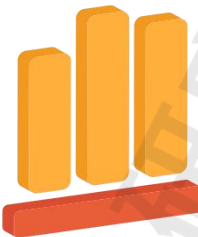
数据来源：各文旅上市公司财报，迈点研究院整理

成长能力

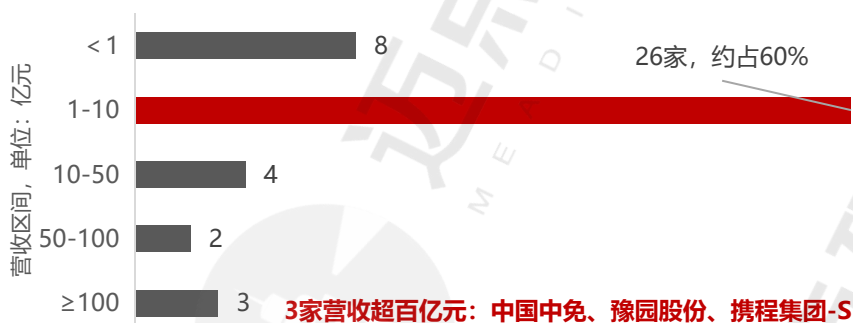
低基数效应减弱，2024Q1文旅上市公司的营收恢复优于净利润情况，亏损企业占比约43%，“增收不增利”、经营承压

营收同比均值33%

净利润同比均值-2.2%

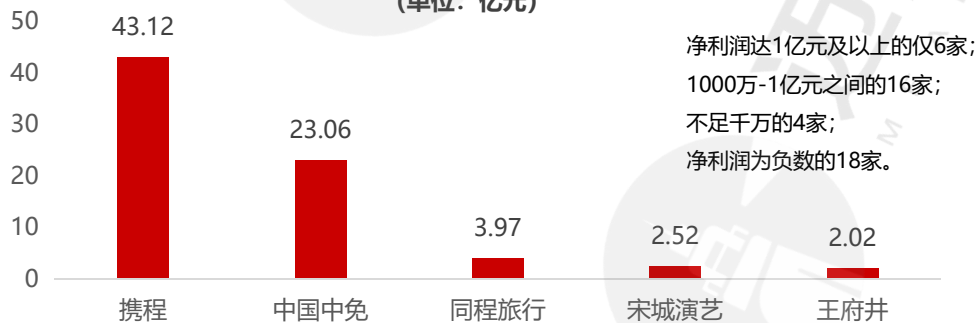


2024年一季度43家文旅上市公司营收分布情况
(单位: 家)



3家营收超百亿元: 中国中免、豫园股份、携程集团-S

2024年一季度42家文旅上市公司净利润TOP5
(单位: 亿元)

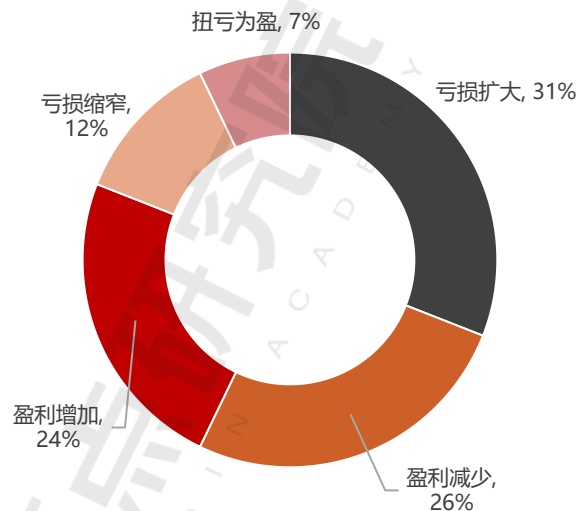


数据来源: 各文旅上市公司财报, 迈点研究院整理



- 一季度, 42家公司中, 亏损企业18家, 占比超四成;
- 亏损额超亿元的包括华侨城A、*ST东园和棕榈股份, 且东方园林面临退市压力, 并于6月启动预重整计划。

42家文旅集团2024Q1同比2023Q1
盈亏分布情况



数据来源: 各文旅上市公司财报, 迈点研究院整理

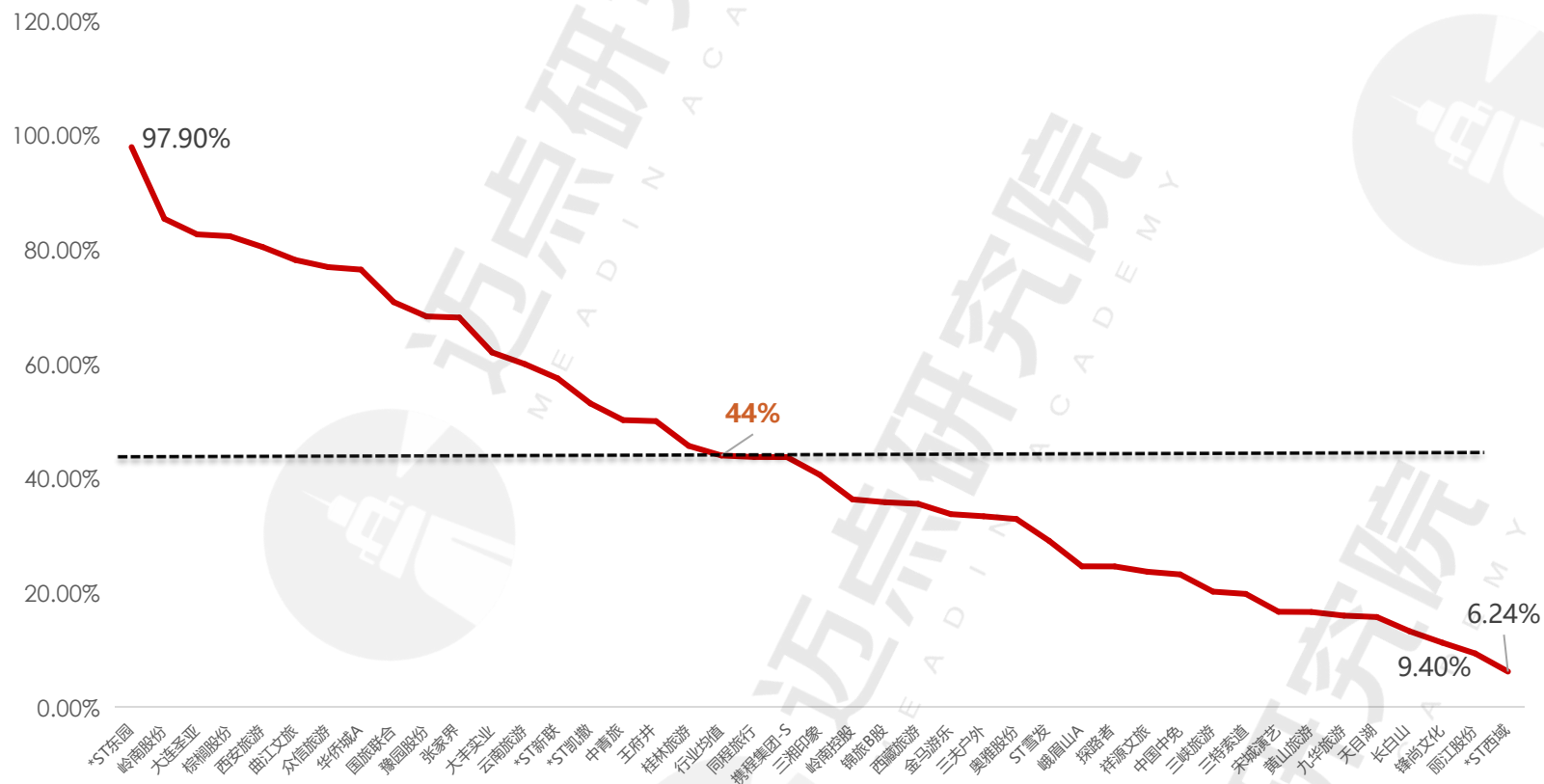
2024Q1亏损文旅上市公司

业务类型	公司名称	亏损情况
旅行社	中青旅	亏损2900万
旅行社	国旅联合	亏损437.8万元
综合类	ST雪发	亏损646.0万元
综合类	华侨城A	亏损3.520亿
旅行社	锦旅B股	亏损895.4万元
产业链	棕榈股份	亏损1.028亿元
旅行社	*ST凯撒	亏损1428万元
景区乐园	桂林旅游	亏损1248万元
产业链	锋尚文化	亏损586.5万元
产业链	奥雅股份	亏损3859万元
综合类	西安旅游	亏损3011万元
综合类	云南旅游	亏损3168万元
产业链	岭南股份	亏损9016万元
景区乐园	*ST西域	亏损1198万元
景区乐园	张家界	亏损4648万元
产业链	*ST东园	亏损2.88亿元
景区乐园	西藏旅游	亏损1980万元
产业链	三湘印象	亏损2423万元

偿债能力

资产负债率均值为44%，长期偿债能力较强，整体风险可控；现金流量比率均值为2%，整体短期偿债能力不足、现金流短缺

2024Q1 42家文旅上市公司资产负债率情况



数据来源：各文旅上市公司财报，迈点研究院整理

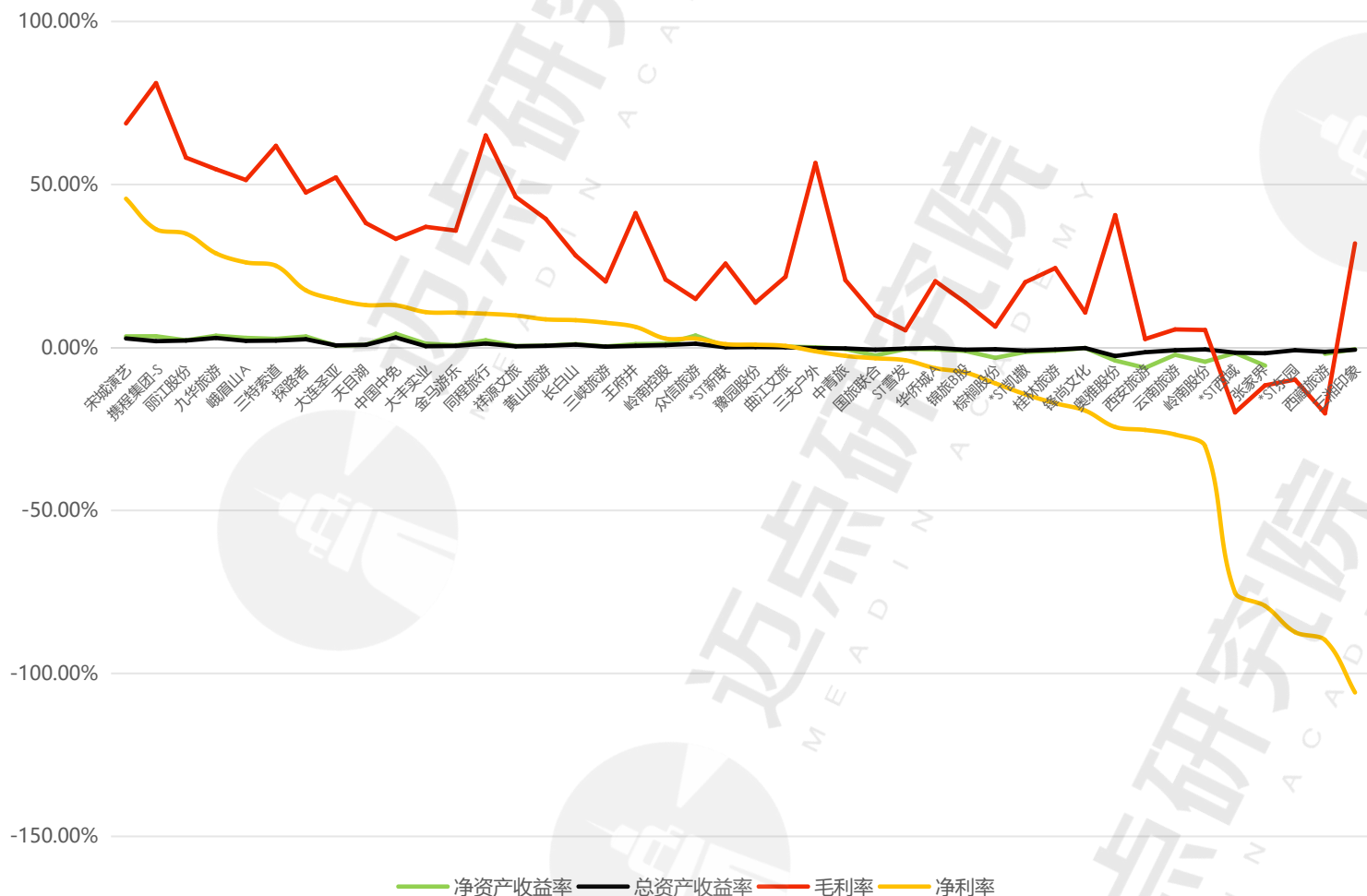
2024Q1现金流量比率为正		2024Q1现金流量比率为负	
宋城演艺	0.443	*ST东园	-0.002
同程旅行	0.384	岭南控股	-0.016
中国中免	0.372	西安旅游	-0.018
丽江股份	0.313	国旅联合	-0.022
携程集团-S	0.253	*ST凯撒	-0.023
三特索道	0.199	三湘印象	-0.024
峨眉山A	0.178	岭南股份	-0.026
天目湖	0.1	张家界	-0.033
众信旅游	0.067	华侨城A	-0.034
王府井	0.066	*ST新联	-0.039
金马游乐	0.052	黄山旅游	-0.041
锋尚文化	0.043	西藏旅游	-0.044
大连圣亚	0.038	ST雪发	-0.05
曲江文旅	0.013	奥雅股份	-0.066
豫园股份	0.01	九华旅游	-0.067
棕榈股份	0.006	桂林旅游	-0.068
中青旅	0.005	云南旅游	-0.076
大丰实业	0.003	三夫户外	-0.076
		祥源文旅	-0.079
		锦旅B股	-0.104
		长白山	-0.106
		探路者	-0.134
		三峡旅游	-0.159
		*ST西域	-0.397

- 2024Q1，42家文旅上市公司的资产负债率均值为44%，高于均值的18家、低于均值的24家，整体财务风险可控、长期偿债能力较强；各公司的资产负债率差异较大，*ST东园高达97.9%，而丽江股份、*ST西域则不足10%。

盈利能力

总资产收益率、净资产收益率均值低于1%；毛利率均值约28%、净利率均值为负；盈利能力整体薄弱

2024一季度42家文旅上市公司主要盈利指标表现



- 各细分领域的文旅上市公司拥有较高市场竞争优势和产品定价能力，创造利润的能力强。

2024Q1文旅上市公司总资产收益率、净资产收益率TOP5

证券名称	总资产收益率	证券名称	净资产收益率
中国中免	3.06%	中国中免	4.19%
九华旅游	2.92%	众信旅游	3.67%
宋城演艺	2.77%	九华旅游	3.61%
探路者	2.53%	携程集团-S	3.45%
丽江股份	2.13%	宋城演艺	3.41%

2024Q1文旅上市公司毛利率、净利率TOP10

证券名称	毛利率	证券名称	净利率
携程集团-S	81.09%	宋城演艺	45.63%
宋城演艺	68.75%	携程集团-S	36.28%
同程旅行	65.04%	丽江股份	34.92%
三特索道	61.86%	九华旅游	28.89%
丽江股份	58.24%	峨眉山A	26.10%
三夫户外	56.58%	三特索道	25.07%
九华旅游	54.68%	探路者	17.53%
大连圣亚	52.18%	大连圣亚	14.73%
峨眉山A	51.38%	天目湖	13.01%
探路者	47.54%	中国中免	12.95%

2

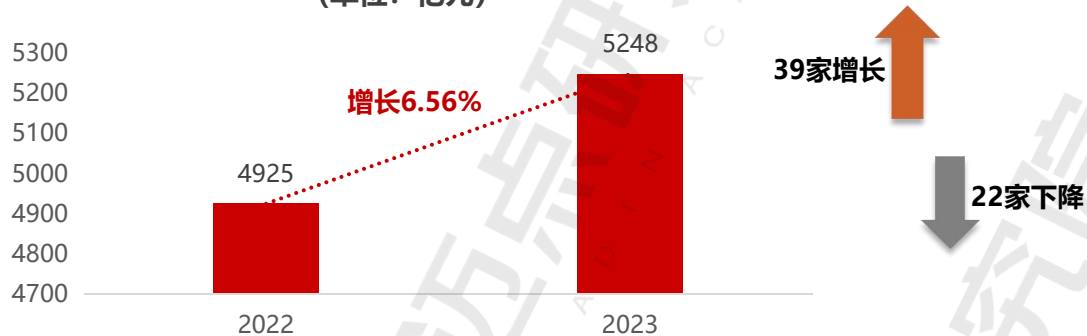
国企文旅集团

2023年业绩有所恢复，2024Q1不如预期

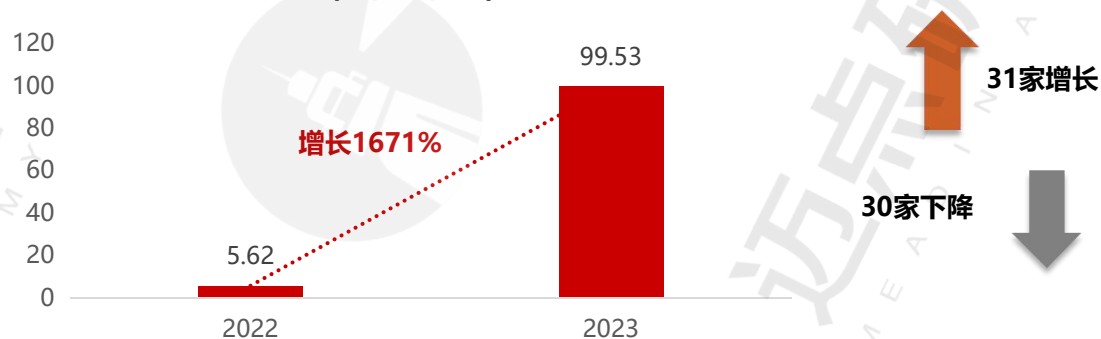
成长能力

2023年国企文旅集团整体营收小幅攀升、净利润暴增；内部分化明显，梯级结构逐步形成

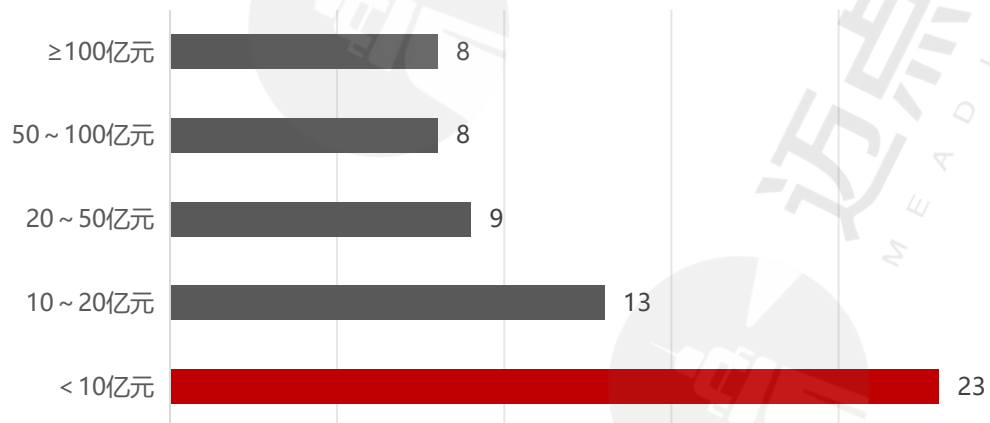
2022-2023年61家国企文旅集团营业收入总计对比
(单位: 亿元)



2022-2023年61家国企文旅集团净利润总计对比
(单位: 亿元)



2023年61家国企文旅集团营业收入区间分布情况



2023年61家国企文旅集团净利润及同比TOP10

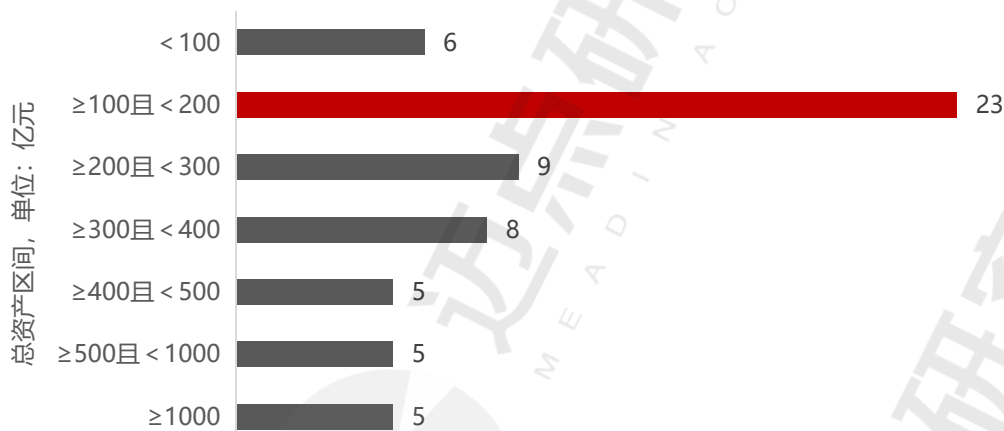
集团名称	净利润 (亿元)	集团名称	净利润同比
中国旅游集团	48.35	浙旅投资集团	1213.33%
杭商旅集团	16.32	广东旅控集团	503.23%
泉州文旅集团	4.91	舟山旅游集团	423.68%
景德镇陶文旅集团	4.55	瘦西湖旅游集团	275.51%
黄山旅游集团	4.38	南京旅游集团	165.26%
镇江文旅集团	4.01	南京牛首山文旅集团	128.57%
甘肃公航旅集团	3.62	九华山文旅集团	100.12%
南京牛首山文旅集团	2.88	首旅集团	95.43%
南京旅游集团	2.52	山西文旅集团	89.96%
陕旅集团	2.07	河北旅投集团	79.70%

数据来源: 各集团2023年度报告, 迈点研究院整理 (不完全统计, 样本数据)

资产规模与偿债能力

资产规模逐步壮大，承债压力增加；资产负债率均值约为60%，处于警戒线水平，自有资金不足，具有一定的财务风险

2023年61家国企文旅集团总资产分布情况 (单位: 家)



数据来源: 各集团2023年度报告, 迈点研究院整理 (不完全统计, 61家样本数据)

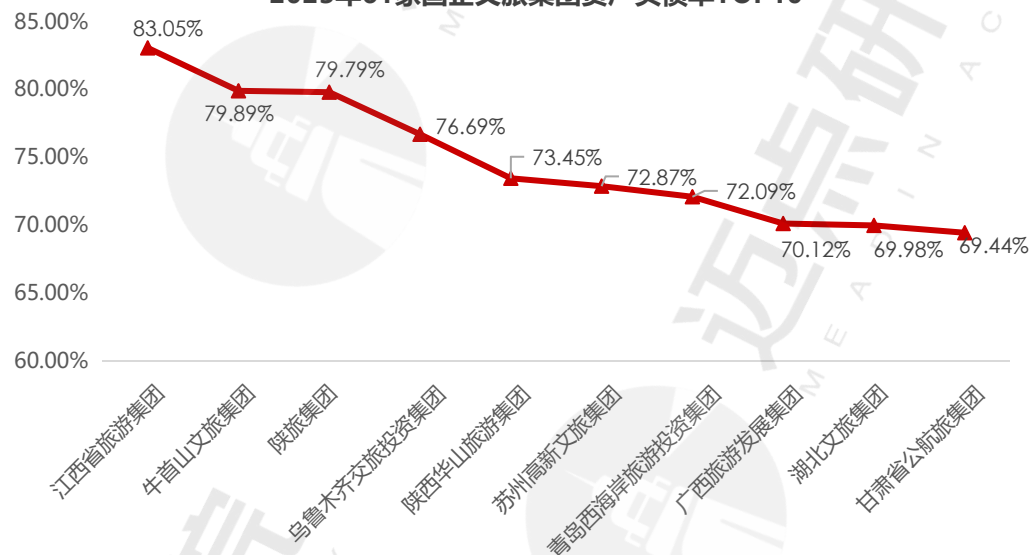
资产总计
2.76万亿元

负债总计
1.77万亿元

资产负债率均值
60.43%

数据来源: 各集团2023年度报告, 迈点研究院整理 (不完全统计, 61家样本数据)

2023年61家国企文旅集团资产负债率TOP10



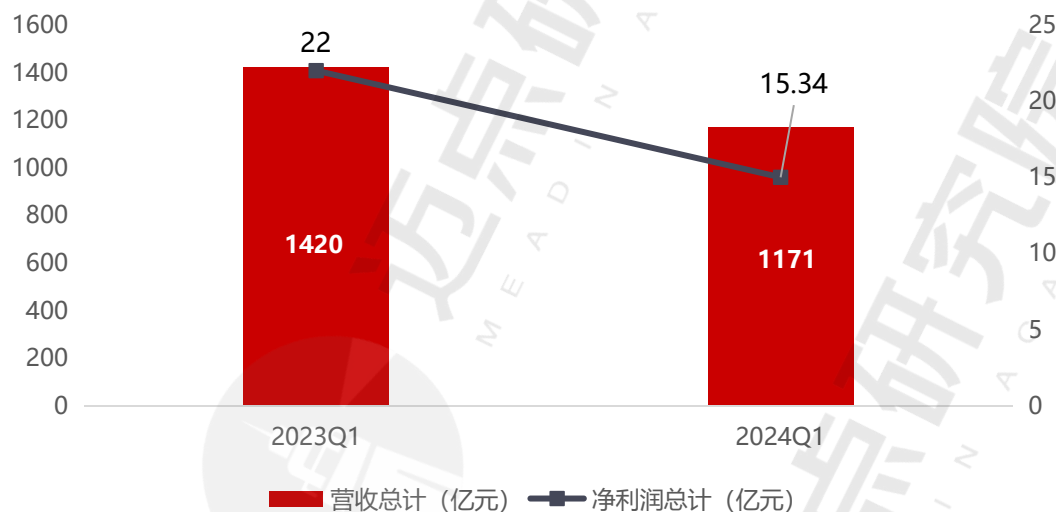
数据来源: 各集团2023年度报告, 迈点研究院整理 (不完全统计, 61家样本数据)

- ◆ 受文旅产业重资产、长周期的特性的影响，国企文旅集团面临着投资与债务的双重压力；
- ◆ 据迈点研究院不完全统计，2023年度64家国企文旅集团通过发放超短期融资券、中期票据、私募等融资约**1300亿元**以缓解资金压力、满足资金投入需求；
- ◆ 国企文旅集团自身“造血”能力有待提升。

业绩下滑

2024Q1整体营收合计同比降低约18%、净利润总计同比下降约30%，即“双降”明显，业绩不如预期、发展挑战明显

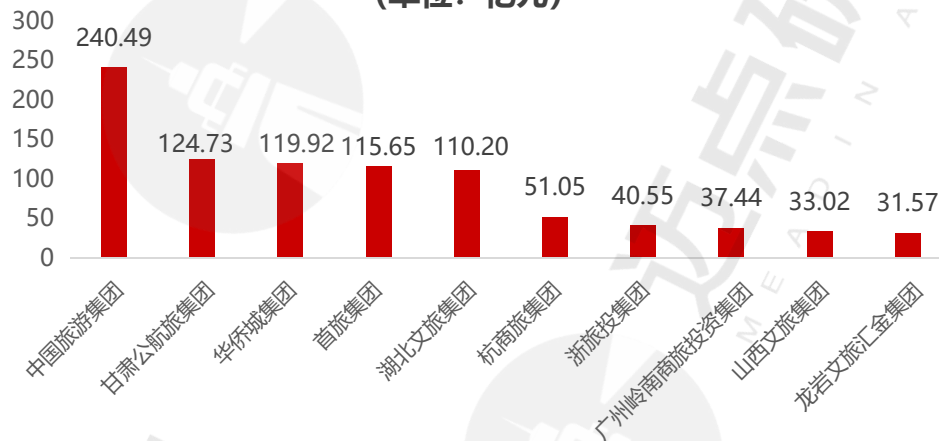
65家国企文旅集团2024Q1与2023Q1营收合计、净利合计对比情况



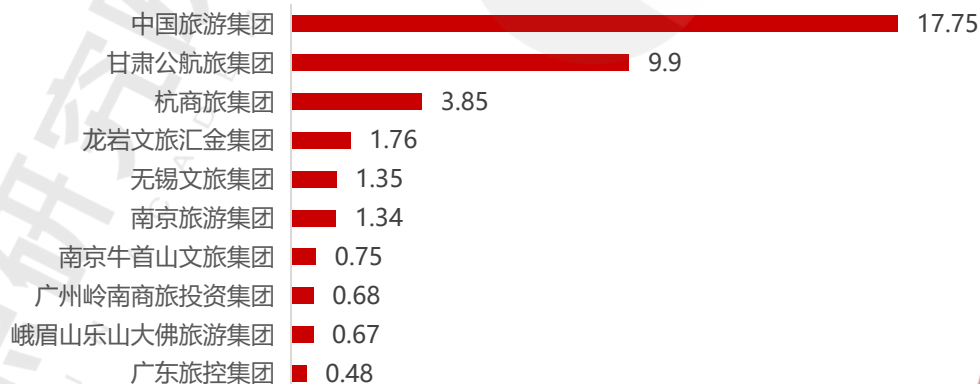
数据来源：各集团2024一季度报告，迈点研究院整理（不完全统计，65家样本数据）

- 2024一季度65家国企文旅集团营收总计1171亿元，同比下降约18%；净利润合计15.34亿元，同比增长约30%；
- 2024一季度64家国企文旅集团中，营收同比下降的共计22家，约占34%；
- 2024一季度64家国企文旅集团中，净利润为负数即亏损的共计23家，约占36%。

65家国企文旅集团2024Q1营业收入TOP10 (单位：亿元)



65家国企文旅集团2024Q1净利润TOP10 (单位：亿元)



数据来源：各集团2024一季度报告，迈点研究院整理（不完全统计，65家样本数据）

3

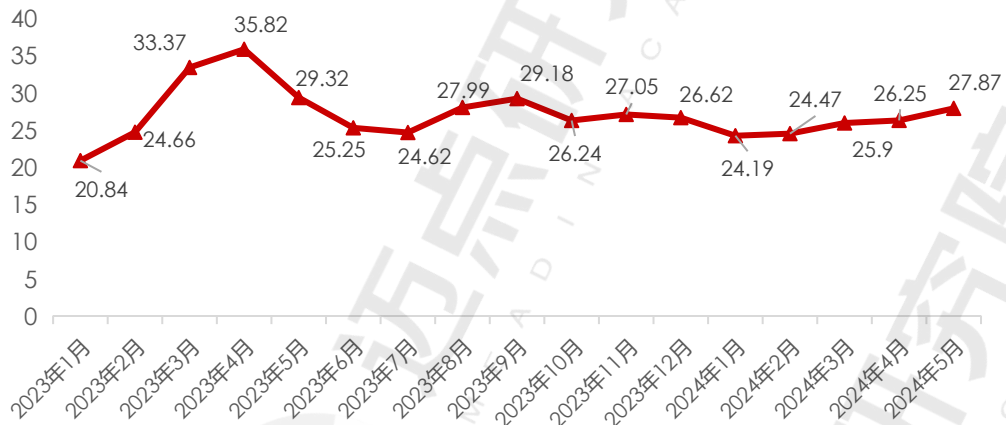
运营创新

流量赋能、跨界融合、数字技术应用，探寻新质生产力

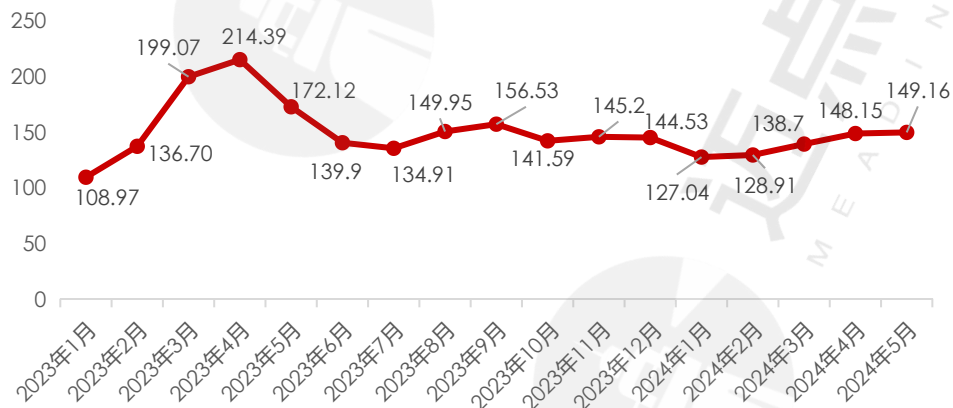
品牌指数

头部文旅集团更加重视品牌的构建、营销推广，且主要通过微信、抖音、小红书等新媒体运营

2023年1月至2024年5月文旅集团品牌指数

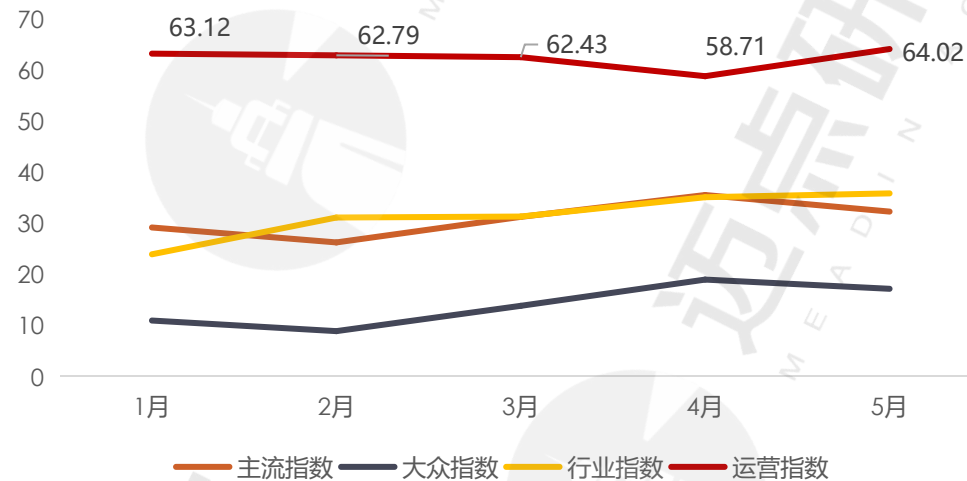


2023年1月至2024年5月TOP100文旅集团品牌指数



数据来源：迈点研究院

2024年1-5月TOP100文旅集团各维度指数分析



流量赋能

重构品牌传播，新媒体运营为文旅集团旗下景区或所属城市带来流量与人气，焕新出圈、激发新活力



贵州“村超” (贵州村超文旅开发集团)

精心培育了1.2万个新媒体账号和2200个本地网络直播营销团队，发动全县群众自发拍摄赛事短视频，并通过抖音、快手等新媒体平台大力宣传。2023年榕江县累计接待游客765.85万人次，同比增长52.2%；实现旅游综合收入83.98亿元，同比增长73.94%。

“村超”IP、“村超”系列文创、国际化



哈尔滨冰雪大世界 (马迭尔文旅投资集团)

第25届哈尔滨冰雪大世界整体宣传可统计曝光量达885.06亿次。61天的运营期内，接待海内外游客271万人次，各项销售指标均超过历届最高值，成就了一项又一项的最佳业绩。

《遇见·哈尔滨》沉浸式演出

迈点网 迈点研究院



万岁山·大宋武侠城 (开封文投集团)

“王婆说媒”节目的情感营销、传统文化的植入，短视频平台传播宣传，圈粉600万，带动了开封旅游热度的上涨。根据美团数据，截至3月26日，开封景区门票订单量周环比增长超3倍，在开封美团趣玩榜中，万岁山武侠城位列“必玩人气榜”第一名。

一个节目盘活景区，景区NPC的合作问题

跨界融合

文旅新场景、跨界新业态，从门票经济到产业经济，商业模式创新促进收益提升

陕旅集团

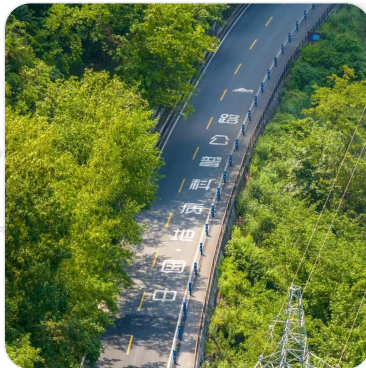
重构“文化+旅游+科技”融合发展路径

科技赋能文旅新业态

以文塑旅、以旅彰文实践

从《长恨歌》到丝路欢乐世界《丝路之声》

2023年《长恨歌》演出销售收入5.3亿元，超过华清池景区门票收入



宜昌交旅集团

“交旅融合”的先行军

G348三峡公路交旅研学廊道、“绿色游轮产业”

不断拓展船舶应用场景，做精游轮旅游文章

成功打造了“两坝一峡”水上移动爱国主义教育基地

杭州商旅运河集团

打造具有国际竞争力国内领先文旅农商融合发展的标杆企业

大运河杭钢公园，围绕音乐内容、场景、用户三大要素推进

杭钢公园文、旅、产、商融合

“工业锈带”正式转向“生活秀带”



景德镇陶文旅集团

“陶瓷+文旅”出圈

聚焦老城保护、文创旅游、陶文化IP

“陶然集”艺术集市\植入了产品化的思维\陶溪川直播基地

数字技术应用

推动科技在旅游领域应用，数字赋能文旅产业，探寻文旅数字经济发展路径与新质生产力

数字化激活新场景，创造新体验新业态

- ◆ **黄山旅游集团**：全国首个“黄山先游后付·信用游”景区，提升订单转化率，促进景区二次销售；
- ◆ **泰山文旅集团**：“泰山神启”跨维数字艺术体验馆，智能交互、沉浸式体验。



文旅数据资产化，挖掘大数据价值

- **陕文投集团**：陕西首单数据资产入表、融资应用双突破；
- **四川能投文旅集团**：牛背山景区完成全国第一笔，旅游景区交易数据资产入表。



数字化驱动文旅营销宣传与服务

- **中传文旅文化公司**：探索性研发了数字人“华诗远”，定位数字导游和数字主播；
- **携程集团**：推出旅游行业垂直大模型“携程问道”，AI智能助手。



数字化治理，提升管理效能

- **云南康旅集团**：启动财务数字化管理系统建设项目，数智化转型；
- **湖北文旅集团**：“办公一张网，管理一盘棋”，经营、工程、投资、协同办公、大数据可视化等。





PART 05

发展趋势展望

投资趋势：投资规模质量提升、投资目标效益精准、投资动能转换等
运营转变：运营管理将由粗放化进入品质化、规范化、精细化、数字化等
研讨话题：旅游强国建设背景下，如何建设世界级文旅集团

投资趋势

以新质生产力推动文旅经济高质量发展新阶段，投资目标、投资重点、投资主体等将发生结构性调整与变化

文旅市场的稳步复苏带动了文旅投资呈现回暖扩张趋势，未来文旅投资将呈现如下特征与变化：

1

投资规模质量提升

伴随国家对旅游业的新定位和新指示及其“十五五”规划的来临，各地将加大文旅项目的投资，无论是数量还是质量将持续提升；

2

投资目标效益精准

“双碳目标”、ESG和文化强国背景下，文旅投资将从注重经济效益的单维度目标向强化社会、生态、文化效益的多元综合目标转变；

3

投资重点调整转变

一是，人工智能、大数据、虚拟现实等新技术驱动因素下，文旅投资重点从传统的文旅项目向智慧文旅、数字文旅项目倾斜；二是，随着文旅行业进入“存量盘活”时代，存量改造项目亦将成为投资重点；

4

投资主体趋向多元

文旅市场的持续火热吸引了不同领域的玩家，逐步形成以地方国企系、全国性房企系、地方民企系、传统文旅企业系和跨界大型企业系为代表的多元化格局；

5

投资动能结构转换

随着文旅产业发展的演进成熟，文旅投资动能将从依靠文旅地产投资拉动向产业投资拉动转换。

运营转变

运营是核心关键，运营管理将由粗放化进入品质化、专业化、规范化、精细化、数字化等



从景区整体运营向精细化项目运营转变

对景区内部各项目状态数据进行采集，实现项目的动态化、可视化管理，运营人员可进行实时查看，精细化监管、运营与调整。



从经验指导运营向数据指导运营转变

将文旅项目的运营数据进行精准呈现，梳理运营指导意见，将既有的运营经验通过数据转化为运营指导，实现以数据支撑的可视化、科学化运营。



从千篇一律、网红化、盲目跟风向内涵品质转变

摆脱严重依赖“滤镜”、“网红”炒作营销的运营模式，转向用心经营，以内容为王，注重内涵和品质、差异化。



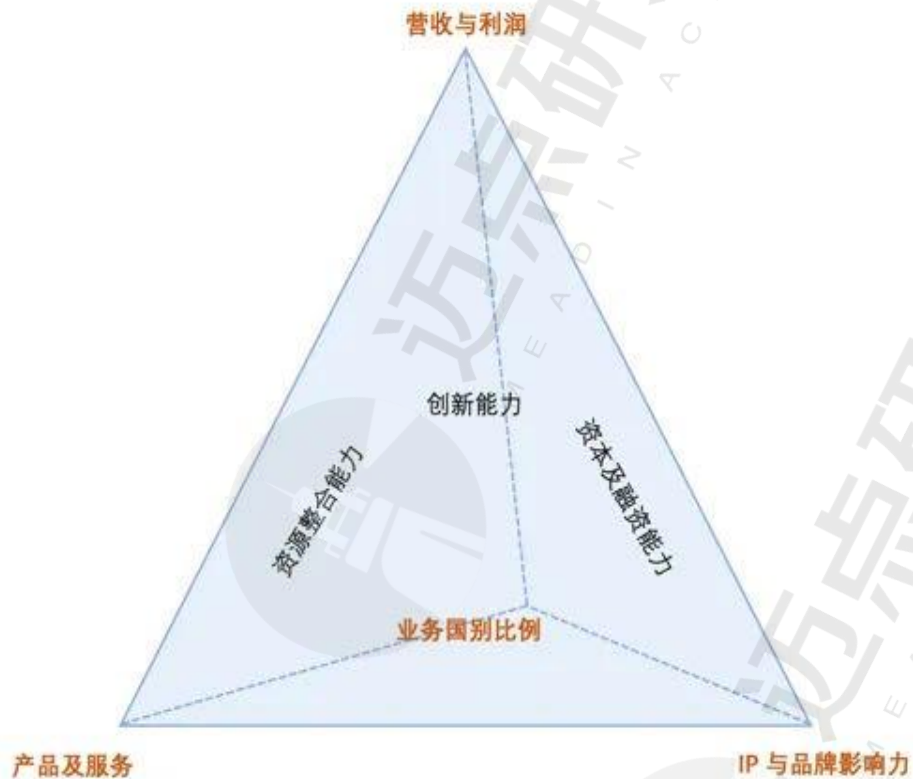
从单一的项目运营向资本、资产复合运营转变

当前文旅运营的重点主要围绕实体的“项目”，探索其价值的最大化和相关利益主体的平衡；而针对国有文旅企业，文旅资本运营、资产的有效管理问题亦非常关键。

旅游强国建设背景下，如何建设世界级旅游集团

做大营收与规模；产品力、运营力与服务力”三效“提升；文旅企业出海与国际化；创建世界级文旅IP等

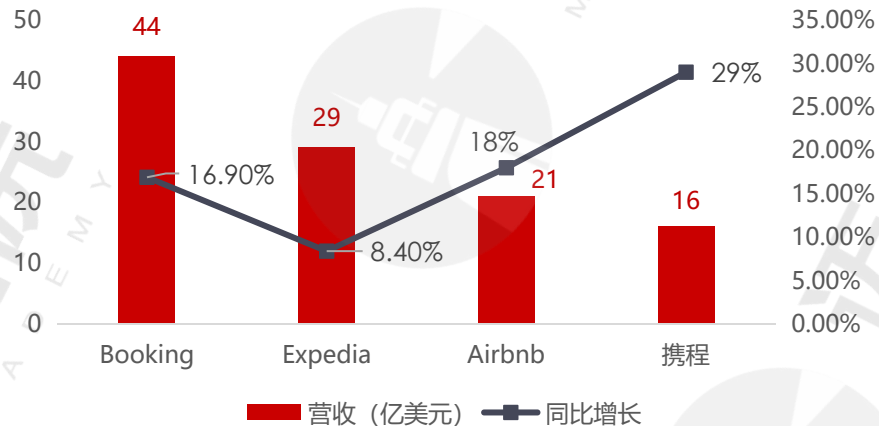
对标世界级文旅企业 仍存在一定差距



世界级旅游集团的多维透视评价模型

图片来源：中国旅游研究院

2024Q1全球主要旅游企业营收



数据来源：各企业财报，迈点研究院整理

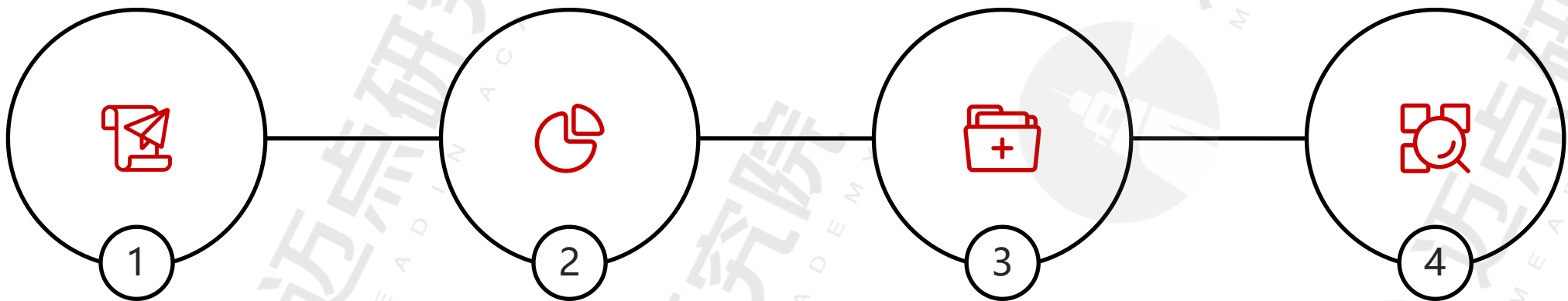
《2023全球休闲旅游品牌十强》



说明：该榜单由全球性的独立第三方品牌价值评估和咨询机构英国品牌评估机构“品牌金融” (Brand Finance)发布

旅游强国建设背景下，如何建设世界级旅游集团

突破内卷，中国文旅企业出海拥抱世界，是大势所趋，但需做好战略布局与风险规划



制定出海战略

- 与国家、省市文旅发展战略相协调
- 与企业自身的发展目标相匹配
- 评价企业的综合竞争实力

选择出海区域

- ◆ 结合免签、外交等政策红利
- ◆ 优先选择一带一路沿线国家
- ◆ 中国外交友好国家及地区如东盟、中东等

确立出海模式

- 重资产并购投资
- 轻资产品牌输出
- 供应链产品出口
- “内容出海，合作制作”
合作伙伴模式

评估出海风险

- 法律风险
- 语言障碍
- 文化冲突与差异
- 汇率变动
- 支付交易安全防范
- 环保



THANK YOU
FOR WATCHING