

引言

2023年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2019年同期的88.6%。中国文旅业度过了极不平凡的三年，开始进入回暖复苏阶段，多地也出台相关政策扶持当地文旅发展。在“疫”后复苏的大背景下，本文从投融资维度探寻为文旅项目持续“输血”模式。



03

招商引资

加大对外招商引资力度，融资灵活性大，其融资范围及幅度可无限拓展。

可以通过政府招商部门、旅游企业的招商部门、专业招商机构、关联企业及关联人、专题招商会、参加招商会、专用招商网站、其它媒体传播招商等渠道发布招商信息，与开发商取得联系。根据项目自身条件及开发商情况，确定具体的招商引资方式。

从招商引资流程看

，具体包括：①对具体的项目制作商业计划书；②具体事项进行评估，取得评估报告；③由专门的会计师事务所出具审计报告；④由律师出具法律意见书和律师工作报告；⑤做成投资价值报告；⑥办理政府审批手续；⑦形成招商报告书。

从招商引资模式看

，包括：①招募入股融资。开发商以股份有限公司的主发起人的身份，向社会定向招募投资人入股，共同作为发起人，形成资本融资。②定向募股融资。开发商先成立自己绝对控股的有限责任公司或股份有限公司，再向社会定向募股，以增资扩股的方式，引入资本金。具体方式有战略投资人、搭车投资人、资产整合等。③整体项目融资。开发商在开发中，设立为若干个旅游项目，并制作单个项目的商业计划书，按照投资规范的要求、准备招商材料，并依据招商材料，向境内外的社会资金进行招商，其中可以采用BOT等多种模式，也可合成开发、合资开发、转让项目开发经营权等。

04

金融市场融资

充分利用金额市场，融资规模大但流动性和变现性相对较弱。

从总体特征看，企业从社会公众筹集资金

，拓宽融资渠道，提升融资能力，可筹集资金量较大，保障长时期的资金供应

。仅适用于

资产规模较

大、最近三年盈利较好

且稳定增长的文化旅游企业，不适合

初创型中小型文化旅游企业融资。前期成本较高，且融资时间较长，涉及股份制改造、资产重组、制度重新设计等多个重要环节。

融钱难点主要体现在

：①独立性。文旅企业经营业务受政府影响大、公司资产由政府划拨权属不明、公司机构和政府混同等。②门票收入剥离。2006年《风景名胜区管理条例》出台后，规定风景名胜区门票收入不能纳入上市公司体系。门票收入不得上市，营收难以触及上市门槛。③抗风险能力弱。业务模式单一、季节性特征明显、独家经营权等问题，令文旅企上市难上加难。