

# 核心企业信用扩散背景下旅游供应链 金融信用风险评估研究

——基于旅游餐饮行业上市公司的数据分析

倪向丽<sup>1</sup>, 吕波<sup>2</sup>

(1. 云南大学 工商管理与旅游管理学院, 云南 昆明 650091;

2. 北京交通大学 经济管理学院, 北京 100044)

**摘要:** 与中国旅游业蓬勃发展所伴生的是旅游供应链中众多的轻资产型中小企业难以从金融机构获得资金支持, 资金需求成为制约阻碍其发展的较大问题之一。在旅游供应链中拥有核心资源和竞争力的核心企业, 利用自身的优势及资信能力, 为供应链内与其合作的中小企业提供信用扩散, 可以帮助中小企业盘活资产, 打通企业资金循环。基于此, 文章选取 29 家旅游餐饮行业上市公司, 以企业盈利能力、企业偿债能力、企业运营能力、企业成长能力、企业现金流量作为一级指标, 利用因子分析的方法获得其各自的信用状况评分, 建立了旅游供应链金融视角下的核心企业信用风险评价模型, 并对旅游供应链金融发展提出相关建议。

**关键词:** 旅游供应链金融; 信用风险评估; 因子分析; 旅游餐饮行业上市公司

**中图分类号:** F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841(2020)04-0023-11

近年来, 国内旅游业规模不断扩大, 产业地位逐渐提高, 但还未能摆脱“小、散、弱、差”的局面。特别是由于需求的价格敏感性以及无形性、不可分割性, 加之行业高度复杂、零散化, 这导致旅游供应链中企业抗风险能力较弱, 且长期以来行业内部结构的失衡, 削弱了旅游业的竞争力, 也影响了旅游业与金融业融合。

旅游供应链是由酒店景区、航空公司、批发商、分销商、销售商、客户等组成的网状结构。对于旅游供应链而言, 其与其他行业的主要区别在于, 供应链中分布着众多轻资产公司, 普通中小企业较产业链中的核心企业抗风

---

**基金项目:** 云南大学部省共建双一流重点项目“云南健康旅游目的地建设研究”(C176802802)。

**作者简介:** 倪向丽 (1975 年—), 女, 云南石屏人, 博士, 研究方向为旅游金融、旅游资本市场; 吕波 (1996 年—), 男, 山西吕梁人, 硕士, 研究方向为公司金融与资产定价。

险能力更弱,中小企业难以直接从银行等金融机构获得资金支持,资金短缺成为阻碍其发展的较大问题之一。而通过旅游供应链金融合作能为产业链上下游提供资金支持,帮助合作伙伴整合产业链,扩大双方合作规模,达到多方共赢。

考虑到中小企业资产匮乏、财务不规范、经营数据不完整等因素,银行更愿意针对核心企业提供融资支持,从而形成了行业内部中小企业融资难、融资贵的困局。从过去的实践来看,由于管理体制、产权不明晰等原因,大多数旅游景区只有经营使用权而没有所有权,申请商业银行融资时往往缺乏有效抵押担保。一部分景区以收费权作为质押,银行考虑到质押标的潜在风险和不确定因素,同样难以获得有效融资。作为旅游业的中介机构,旅行社品牌的附加值高,而抵押物不足值,也成为制约银行贷款发放的瓶颈<sup>[1]</sup>。

在供应链金融管理过程中,核心企业通过信用扩散使自身的信用价值被释放出来,得以分配给产业链上的配套企业。只要与核心企业相关联的“配套”中小企业存在真实订单与应收应付款项,通过核心企业的授信,为旅游供应链中弱小企业提供担保,就能通过降低信息不对称程度,缓解融资约束,减少融资成本,进而带动整条产业链的发展。

基于此,本文以旅游供应链核心企业的信用扩散为基础,通过对核心企业进行信用风险评级,来控制整个旅游供应链的信用风险。我们选取了29家旅游餐饮行业上市公司数据,使用因子分析方法对核心企业的信用状况问题进行综合信用评分。

## 一、相关概念与文献回顾

供应链金融(Supply Chain Finance)是一套以技术为基础的业务和融资流程,将交易中的买方、卖方和融资机构中的各方联系起来,以降低融资成本和提高业务效率。供应链金融提供短期信贷,优化买卖双方的信息和资金流,为企业提供了流动性<sup>[2]</sup>。针对供应链金融定义,Hofman<sup>[3]</sup>认为供应链金融是供应链上两个或两个以上的组织,包括外部服务供应商,通过在组织间层面上规划、指导和控制财务资源的流动,共同创造价值的方法。Camerinelli<sup>[4]</sup>称供应链金融是金融机构为促进供应链的物理和信息流动而提供的产品和服务的集合。从上游供应链的角度出发,Wuttke D A, Blome C & Henke M<sup>[5]</sup>提出供应链金融重点关注相关方之间实施的组织结构,以实现可见性和控制,并不断地进行现金流优化行动。

当前在供应链金融中的信用风险研究集中在风险的识别,度量和评估

上, 其中对信用风险的评估进行了广泛的研究<sup>[6-8]</sup>。供应链金融网络中企业之间的关系很复杂, 除业务交易外, 相互关联的企业之间存在信用风险传播, 企业之间的违约行为和信用状况是相关的。一方面, 相关性来自共同的宏观因素对经济中企业的影响。另一方面, 相关性源自不同企业之间的相互联系, 违约行为导致了信用风险的传染<sup>[9]</sup>。Davis 和 Lo<sup>[10]</sup>将信用风险传染描述为债务人的违约强度由于另一名债务人的违约而增加的现象, 而与企业之间的关系无关。Jarrow 和 Yu<sup>[11]</sup>用违约强度来表征信用风险的传染, 他们将具有业务关系的企业分为两个层次, 其中第二层企业的违约强度受第一层企业的影响, 风险可以仅从第一级企业传输到第二级。Giesecke 和 Weber<sup>[12]</sup>发现信用风险的传染源于企业间的相互作用。通过建立一个具有不同网络结构和企业间局部交互的影响模型, 发现企业的违约与企业直接相关的合作伙伴数量有关。Jorion 和 Zhang 通过实证研究发现, 业务关系是信用风险传导的渠道, 而信用水平较低的交易对手更容易受到影响, 关联企业间信用风险的蔓延将导致产业集群的违约。但很少有研究集中在旅游供应链金融的特征上来研究信用风险扩散现象。

在国内供应链金融信用风险研究方面, 熊熊、马佳和赵文杰等<sup>[13]</sup>分析了供应链金融模式中采用主体加债项双评级的信用风险评价方法, 借助回归模型以及主成分分析法对信用风险进行了测度, 以解决以往单一依赖专家打分法的限制。胡海青, 张琅和张道宏<sup>[14]</sup>创新采用 SVM 模型构建供应链金融信用风险评估模型, 并通过与 BP 神经网络模型的对比发现 SVM 分类模型更为准确、稳定性也更高。刘艳春和崔永生<sup>[15]</sup>通过中小企业信贷风险中财务和非财务指标, 采用 SEM 和灰色关联法对供应链金融下中小企业的信用风险进行了评价。蒋曼曼<sup>[16]</sup>则是采用 logistic 回归模型对所选定的 61 家上市公司的信用风险进行了评价。

但综合国内外文献来分析, 专门针对旅游供应链金融进行的研究尚属缺失。关于旅游供应链金融的相关研究绝大多数仍停留在定性方面, 测度和实证研究还很少。特别是由于数据的难获得性、指标的复杂性、供应链金融的整体性、评价主体的变动性以及评价方法的有限性, 以往研究也无法很好地应用于旅游供应链金融的应用, 所以有必要对此部分内容进行扩展研究。

## 二、评价指标体系的构建

旅游供应链中的核心企业通过自身的规模实力、信用评级, 在提供信息, 保证资金方面发挥着关键的作用。由于核心企业掌握着上下游融资企业

的交易数据，以及整条供应链上的应收、应付账款，商业银行正是基于此对核心企业进行信用风险评估，从而对上下游中小企业开展授信业务。一旦核心企业出现信用风险危机，通过供应链网络很快将传导至上下游其他企业，并引发资金的挤占，威胁到整个供应链金融的安全性，具体表现在以下两点：

一是核心企业能否承担起对整个供应链金融的担保作用是一个问题，核心企业可能因信用捆绑累积的或有负债超过其承受极限使供应链合作伙伴之间出现整体兑付危机。二是当核心企业在行业中的地位发生重大不利变化时，核心企业可能变相隐瞒交易各方的经营信息，甚至出现有计划的串谋融资，利用其强势地位要求并组织上下游合作方向商业银行取得融资授信，再用于体外循环，致使银行面临巨大的恶意信贷风险，这为供应链中共谋超额融资带来了制度空间。

为减少违约风险的扩散，需要对核心企业的信用资质进行全面评价，本文中，我们通过选取企业盈利能力、企业运营能力、企业偿债能力、企业成长能力、企业现金流量五个维度 12 个指标，构建了旅游供应链核心企业的风险评价体系。所选指标应包括了企业财务与经营状况各个方面，尽可能使模型具备适用性，指标体系如表 1 所示。

表 1 旅游供应链核心企业金融信用风险评估指标体系

评估因素		指标名称	指标定义
核心企业信用扩散背景下旅游供应链金融信用风险评估模型	企业盈利能力	净资产收益率 ROE (X1)	净利润/所有者权益
		息税折旧摊销前利润/营业总收入 (X2)	息税折旧摊销前利润/营业总收入
		资产负债率 (X3)	负债总额/资产总额
	企业偿债能力	清算价值比率 (X4)	(资产总额 - 无形及递延资产合计) / 负债合计
		流动比率 (X5)	流动资产合计/流动负债合计
	企业运营能力	存货周转率 (X6)	营业成本与平均存货余额的比率
		应收账款周转率 (X7)	营业收入与平均应收账款余额之比
		基本每股收益 (同比增长率) (X8)	本期基本每股收益增长额/上期基本每股收益
	企业成长能力	营业总收入 (同比增长率) (X9)	本期营业总收入增长额/上期营业总收入
		总资产 (同比增长率) (X10)	本期总资产增加额/上期总资产
	企业现金流量	经营活动产生的现金流量净额/营业收入 (X11)	经营活动产生的现金流量净额/营业收入
		现金营运指数 (X12)	经营现金流量与经营所得现金的比值

三、旅游供应链金融信用风险评价

(一) 样本数据选取及描述统计

供应链核心企业是在产业供应链中居于关键位置的企业,一方面自身掌握核心技术,这种核心技术可以是生产制造技术,也可以是管理或信息技术。另一方面,核心企业的生产经营规模或资金规模居于链条上相关企业之首,它的存在决定了产业供应链的存在。在旅游供应链中,分散着众多轻资产型中小微企业,无法形成规模化经营,上市公司数量也远低于其他行业。鉴于旅游供应链中上市公司在市场占有率、主营业务收入、资产总额和净资产的规模等方面居于领先地位,以及对数据可获得性的考量,我们将旅游餐饮行业29家上市公司认定为旅游供应链金融核心企业,选取了截至2018年的相关数据。本文采用数据来自Wind数据库,各指标的描述性统计结果如表2所示。

首先,利用Python对数据进行标准化处理。然后进行KMO检验,检验结果如表3所示。结果显示KMO值为 $0.6736 > 0.5$ ,样本数据可适用于因子分析,并且Bartlett球形检验达到显著水平,说明共同因素存在。

表2 原始数据描述性统计

	N	平均值	标准差	最小值	最大值
X1	29	7.355352	10.35311	-17.2336	41.1182
X2	29	-41.6054	260.7838	-1016.06	60.0732
X3	29	37.93035	19.85165	6.1058	73.5573
X4	29	217.3605	289.4074	-38.8261	1391.982
X5	29	1.944535	1.466669	0.4219	7.4413
X6	29	206.2445	829.0197	0.032	4551.006
X7	29	45.34817	52.02765	2.6602	220.7802
X8	29	58.28152	466.4088	-538.318	2325
X9	29	4.168732	22.85026	-57.5049	66.2076
X10	29	4.945329	16.63982	-28.2444	54.3194
X11	29	-38.2433	224.1116	-875.253	51.2969
X12	29	0.773542	1.15471	-5.1308	1.5389

表3 KMO与Bartlett球形检验

KMO Measure of Sampling Adequacy.		0.6736
Bartlett's Test of	Approx. Chi - Square	745.26
Sphericity	Sig.	0.00

从碎石图（图 1）的结果来看，前 5 个因子坡度线十分陡峭，从第 5 个因子以后坡度线相对平缓，这表示我们所构建的指标体系应该保留 5 个因子。处于拐点左侧的各点是有决定意义的因子，所以本文使用这 5 个指标因子取代原来的 12 个指标，作为最终进行信用评价的预测变量。

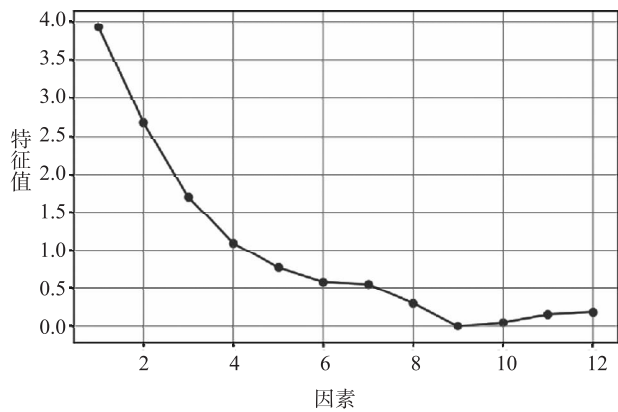


图1 因子碎石图

表 4 为指标因子进行正交旋转后的成分矩阵。通过旋转，可实现变量在较少的因子上有较高的载荷，便于明确各个因子所代表的实际意义。

表 4 旋转后的因子载荷矩阵

	F1	F2	F3	F4	F5
X1	0. 562958	-0. 05254	-0. 1408	-0. 05054	0. 537328
X2	0. 896259	-0. 10042	0. 092812	0. 082911	0. 209499
X3	-0. 12493	0. 830915	0. 114479	-0. 19596	0. 254204
X4	0. 018428	-0. 96875	-0. 03471	0. 089093	0. 034621
X5	0. 00722	-0. 95974	0. 006881	-0. 10504	0. 075753
X6	-0. 06001	0. 093751	0. 956365	0. 042977	0. 023359
X7	0. 156913	-0. 12367	-0. 10249	0. 947939	0. 044885
X8	0. 222495	0. 096052	-0. 02227	0. 060689	0. 877573
X9	0. 872542	-0. 03589	0. 059621	-0. 07998	0. 134164
X10	0. 74784	0. 079235	0. 056904	0. 367498	-0. 07355
X11	0. 892081	-0. 09264	0. 089336	0. 090776	0. 195809
X12	-0. 41942	-0. 00856	-0. 78445	0. 269231	0. 161997

从表 4 可看出，因子 F1、F2、F3、F4、F5 分别在不同的指标上具有较高的因子载荷值。净资产收益率、息税折旧摊销前利润/营业总收入、营业

总收入（同比增长率）、总资产（同比增长率）与经营活动产生的现金流量净额/营业收入这5个变量在因子F1上有较高的载荷；资产负债率、清算价值比率、流动比率这3个变量在因子F2上有较高的载荷，因此因子F2主要反映企业偿还债务方面的能力；存货周转率与现金营运指数这2个变量在因子F3上有较高的载荷；应收账款周转率与总资产（同比增长率）这2个变量在因子F4上有较高的载荷；净资产收益率ROE与基本每股收益（同比增长率）这2个变量在因子F5上有较高的载荷。

主成分得分系数矩阵，如表5所示。

表5 因子得分系数矩阵

	F1	F2	F3	F4	F5
X1	0.099	-0.026	-0.099	-0.119	0.356
X2	0.260	-0.009	-0.012	-0.023	-0.004
X3	-0.060	0.290	0.053	-0.085	0.226
X4	-0.064	-0.385	0.061	0.027	0.107
X5	-0.058	-0.398	0.064	-0.142	0.144
X6	-0.177	-0.031	0.703	0.231	0.202
X7	-0.075	0.011	0.093	0.840	0.057
X8	-0.150	-0.015	0.108	0.084	0.801
X9	0.303	0.015	-0.080	-0.179	-0.094
X10	0.254	0.095	-0.025	0.247	-0.246
X11	0.262	-0.005	-0.015	-0.016	-0.017
X12	-0.124	0.028	-0.421	0.176	0.154

$$F1 = 0.099X1 + 0.260X2 - 0.060X3 - 0.064X4 - 0.058X5 - 0.177X6 - 0.075X7 - 0.150X8 + 0.303X9 + 0.254X10 + 0.262X11 - 0.124X12$$

$$F2 = -0.026X1 - 0.009X2 + 0.290X3 - 0.385X4 - 0.398X5 - 0.031X6 + 0.011X7 - 0.015X8 + 0.015X9 + 0.095X10 - 0.005X11 + 0.028X12$$

$$F3 = -0.099X1 - 0.012X2 + 0.053X3 + 0.061X4 + 0.064X5 + 0.703X6 + 0.093X7 - 0.108X8 - 0.080X9 - 0.025X10 - 0.015X11 - 0.421X12$$

$$F4 = -0.119X1 - 0.023X2 - 0.085X3 + 0.027X4 - 0.142X5 + 0.231X6 + 0.840X7 + 0.084X8 - 0.179X9 + 0.247X10 - 0.016X11 + 0.176X12$$

$$F5 = 0.356X1 - 0.004X2 + 0.226X3 + 0.107X4 + 0.144X5 + 0.202X6 + 0.057X7 + 0.801X8 - 0.094X9 - 0.246X10 - 0.017X11 + 0.154X12$$

结合各因子的贡献率，得出旅游供应链核心企业信用评分模型为：

$$F = 0.3279F1 + 0.2233F2 + 0.1415F3 + 0.0913F4 + 0.0639F5$$

将上述 29 家公司中 F1 ~ F5 的值带入评分模型，可得出各公司信用状况综合评分，如表 6 所示。

表 6 旅游行业上市公司综合信用评分

排名	证券代码	证券名称	F 值	排名	证券代码	证券名称	F 值
001	600593. SH	大连圣亚	0.817132	016	300144. SZ	宋城演艺	0.064066
002	002707. SZ	众信旅游	0.619067	017	603099. SH	长白山	0.043768
003	002159. SZ	三特索道	0.502025	018	601007. SH	金陵饭店	0.006755
004	601888. SH	中国国旅	0.417648	019	600088. SH	中视传媒	-0.0087
005	000430. SZ	张家界	0.316048	020	603136. SH	天目湖	-0.03055
006	600706. SH	曲江文旅	0.229561	021	000610. SZ	西安旅游	-0.06987
007	600258. SH	首旅酒店	0.204274	022	600749. SH	西藏旅游	-0.07149
008	600138. SH	中青旅	0.194151	023	000428. SZ	华天酒店	-0.11397
009	000978. SZ	桂林旅游	0.177794	024	000613. SZ	大东海 A	-0.23071
010	000721. SZ	西安饮食	0.176672	025	002186. SZ	全聚德	-0.27981
011	603199. SH	九华旅游	0.175068	026	000888. SZ	峨眉山 A	-0.3094
012	000796. SZ	凯撒旅业	0.169647	027	600054. SH	黄山旅游	-0.68114
013	002306. SZ	ST 云网	0.132324	028	002033. SZ	丽江旅游	-0.96697
014	000524. SZ	岭南控股	0.128569	029	600555. SH	海航创新	-1.31018
015	600754. SH	锦江酒店	0.094826				

根据综合信用评分结果，大连圣亚、众信旅游、三特索道、中国国旅、张家界五家上市公司评分最高，在由这些上市公司所组成的旅游供应链中，由于核心企业承担起了对整个供应链金融的担保作用，整体潜在违约风险低，与其进行合作的上下游中小企业在其信用扩散的基础上更能有效地解决自身的融资瓶颈。

四、结论、建议与讨论

(一) 研究结论

旅游供应链金融是解决旅游供应链中众多轻资产型中小企业融资问题的重要手段，一方面中小型供应商的融资成本普遍较高，高额的融资成本会转嫁到核心企业，另一方面中小供应商如果因为资金流断裂而倒闭，也不利于



核心企业供应链的稳定性。随着越来越多的核心企业成为旅游供应链金融中的主导力量,它们通过释放自己的信用价值,为上下游中小企业提供信用担保,实现了多方共赢。

不过,信用风险作为供应链金融的重要风险之一,具有传染性,会导致信用风险在供应链中扩散。在核心企业主导的供应链金融网络中,由于各个相互关联的实体之间的复杂关系,可能引发大规模的信用风险扩散,与传统的针对单个企业的融资行为中的信用违约和传染相比,可能给整个旅游产业链带来更为严重的后果。所以,科学准确地评价旅游供应链中核心企业信用风险是旅游供应链融资得以实现的关键。

本文通过搭建信用评价模型对旅游餐饮行业上市公司的财务与经营指标进行因子分析,找出最能反映企业信用风险的指标因子,建立了旅游供应链金融视角下企业信用风险评价模型,该模型对我国旅游业开展供应链金融业务的信用风险管理具有一定的借鉴作用。

## (二) 研究建议

在以核心企业信用扩散为基础的旅游供应链融资模式下,供应链中上下游的中小企业能够通过融资直接获利,而核心企业将其自身信用与上下游企业进行捆绑,不仅直接效益不显著,而且加大了自身的潜在风险。根据中国银保监会办发〔2019〕155号《关于推动供应链金融服务实体经济的指导意见》,核心企业要承担担保、回购、差额补足的责任。所谓担保,即为下游买方企业的订单融资进行担保;回购是指在下游客方进行货物质押融资,无法归还借款时,核心企业要将销售给下游企业的货物买回,款项交付银行;差额补足是指上下游企业归还借款时不足部分由核心企业补足。

由于成本效益不成正比,核心企业动力难免不足,从而增大了旅游供应链金融合作的难度。本文建议建立对核心企业参与供应链融资的激励机制,通过让核心企业分享旅游供应链融资业务带来的收益,并对其所承担的风险得到适度补偿,调动核心企业参与供应链金融的积极性,促进整个旅游供应链的发展。

## (三) 进一步讨论

由于旅游供应链金融尚处于发展的萌芽阶段,我们无法获得供应链上下游整体数据进行信用分析,只能依托于核心企业的信用能力评估,供相关授信机构予以参考,完整的旅游供应链中小企业信用评价体系还仍未建立。

另一方面,旅游供应链金融融资虽能有效规避单一企业的信用风险,但却不能完全消除风险。随着区块链+供应链金融技术的出现,为旅游供应链

金融多方参与者提供了更加安全、透明的解决方案。在这种模式下,与核心企业交易形成的真实交易背景连同付款承诺生成电子凭证,经核心企业认领后,就能成为可流转、可融资的资产。中小企业可向合作银行在线申请贷款、贴现,从而大大提升融资覆盖面,激活旅游供应链金融这一创新融资模式。

### [参考文献]

- [1] 龚艳. 旅游业与金融业融合: 影响因素、模式及路径 [J]. 云南民族大学学报 (哲学社会科学版), 2015 (9): 115 - 120.
- [2] D'AVANZO R, LEWINSKI H V, WASSENHOVE L V. The link between supply chain and financial performance [J]. Supply Chain Managing Review, 2003, 7 (6): 40 - 47.
- [3] HOFMANN E. Supply chain finance: Some conceptual insights [J]. Logistic Management, 2005 (6): 203 - 214.
- [4] CAMERINELLI E. Supply chain finance [J]. Journal of Payments Strategy & Systems, 2009, 3 (2): 114 - 128.
- [5] WUTTKE D A, BLOME C, HENKE M. Focusing the financial flow of supply chains: An empirical investigation of financial supply chain management [J]. International Journal of Production Economics, 2013, 145 (2): 773 - 789.
- [6] LEUNG K S, YUE K K. Counterparty risk for credit default swaps: Markov chain interacting intensities model with stochastic intensity [J]. Asia - Pacific Financial Markets, 2009, 16 (3): 169 - 181.
- [7] SCHOLKOPF B, SUNG K K, BURGESS C J C, et al. Comparing support vector machines with Gaussian kernels to radial basis function classifiers [J]. IEEE Transactions on Signal Processing, 1997, 45 (11): 2758 - 2765.
- [8] PETER F. Supply chain risk management revisited [J]. Supply Chain Management, 2016, 19 (3): 142 - 156.
- [9] LEORA K. The role of reserve factor in supplier financing of SME [J]. World Bank, 2004, 76 (9): 75 - 90.
- [10] DAVIS M, LO V. Infectious defaults [J]. Quantitative Finance, 2001, 1 (4): 382 - 387.
- [11] JARROW R A, YU F. Counterparty risk and the pricing of defaultable securities [J]. Journal of Finance, 2001 (56): 1765 - 1799.
- [12] GIESECKE K, WEBER S. Cyclical correlations, credit contagion, and portfolio losses [J]. Journal of Banking & Finance, 2004 (28): 3009 - 3036.
- [13] 熊熊, 马佳, 赵文杰, 等. 供应链金融模式下的信用风险评价 [J]. 南开管理评论, 2009 (4): 92 - 98.
- [14] 胡海青, 张琅, 张道宏. 供应链金融视角下的中小企业信用风险评估研究——基于 SVM 与 BP 神经网络的比较研究 [J]. 管理评论, 2012 (11): 72 - 82.
- [15] 刘艳春, 崔永生. 供应链金融下中小企业信用风险评价——基于 SEM 和灰色关联度模型 [J]. 技术经济与管理研究, 2016 (12): 14 - 19.
- [16] 蒋曼曼. 供应链金融视角下企业信用风险评价研究 [J]. 经济与管理, 2017 (2): 140 - 142.

## Research on the Evaluation of Financial Credit Risk of Tourism Supply Chain Under the Background of Credit Diffusion of Core Enterprises: Data Analysis Based on Listed Companies in Tourism and Catering Industry

NI Xiangli<sup>1</sup>, LYU Bo<sup>2</sup>

(1. School of Tourism and Business Administration,

Yunnan University, Kunming 650091, Yunnan, China;

2. School of Economics and Management, Beijing Jiaotong University, Beijing 100044, China)

**Abstract:** With the rapid development of China's tourism industry, many small and medium-sized light asset enterprises in the tourism supply chain are difficult to obtain financial support from financial institutions, and the demand for funds has become one of the major issues hindering their development. The core enterprises with core resources and competitiveness in the tourism supply chain can make use of their own advantages and creditability to provide credit diffusion for the small and medium-sized enterprises cooperating with them in the supply chain, which can help the small and medium-sized enterprises to activate their assets, ease the financial constraints and achieve win-win results in many ways. Based on this, this article has selected 29 listed companies in the tourism and catering industry extracting their corporate features including the corporate profitability, solvency, operating capacity, growth capacity, and corporate cash flow as the first-level indicators for factor analysis to obtain their respective credit status scoring. Moreover, a core enterprise credit risk evaluation model has been further established from the perspective of tourism supply chain finance and put forward relevant suggestions for the development of tourism supply chain finance.

**Keywords:** tourism supply chain finance, credit risk assessment, factor analysis, listed companies in tourism and catering industry