

中·国·闲·暇·经·济·论·丛

INNOVATION OF
HOLIDAY PROPERTY

度假地产 创新之道

崔丹 魏翔 秦川◎著

开启度假地产全新模式 助力度假地产再造传奇

度假地产商业案例：万达集团、今典集团等发展度假地产，
万科集团发展养老度假地产的创新点和盈利模式

度假地产关键词：文化创新、业态突破、分权运营、综合开发



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中·国·闲·暇·经·济·论·丛

INNOVATION OF
HOLIDAY PROPERTY

度假地产 创新之道

崔丹 魏翔 秦川◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

度假地产创新之道/崔丹, 魏翔, 秦川著.

北京: 中国经济出版社, 2015. 11

(中国闲暇经济论丛)

ISBN 978 - 7 - 5136 - 4000 - 8

I. ①度… II. ①崔… ②魏… ③秦… III. ①旅游度假村—房地产开发—研究—中国

IV. ①F299. 233

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 254409 号

策划编辑 崔姜薇

责任编辑 焦晓云

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 任燕飞装帧设计工作室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京科信印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 14.5

字 数 219 千字

版 次 2015 年 11 月第 1 版

印 次 2015 年 11 月第 1 次

定 价 48.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

旅游业是我国正在培育的战略性支柱产业，但旅游业从来都不是一枝独秀，既需要其他产业的支持，诸如交通、餐饮、娱乐等，也需要与相关产业融合发展，特别是与体育、文化和房地产的互动融合。度假地产正是旅游业与房地产业的最佳组合方式。

度假地产是伴随着 20 世纪 60 年代至 70 年代法国地中海沿岸盛极一时的度假需求而诞生的。有需求就有供给，面对蜂拥而至的贵族和客商，海滨度假别墅群拔地而起，有商业头脑的开发商以等分时段度假（分时度假）的方式招徕客户，这标志着度假地产市场的开始。

美国在 20 世纪 70 年代开始发展度假地产，是为了应对金融危机造成的房产积压。20 世纪 70 年代末，美国的度假地产几乎全是由房地产及其他项目改造而成的，改造比例高达 95%。随着美国度假地产行业法规的逐渐健全、管理模式的逐渐成熟，美国休闲度假业飞速发展起来。2007 年，美国休闲度假业直接从业人员占总就业人数的 1/4，间接从业人员占 1/2，为美国相关产业创造了巨大的财富，更为多数投资者带来了极大的收益。休闲度假业逐渐成为美国第一大经济活动产业。

面对旅游度假产业的光明前景，日本、巴西、以色列等国家也不甘落后，争相发展度假地产。日本制定税收优惠政策，鼓励旅游度假发展；巴西对旅游委员会准许建造的饭店免除十年联邦税收；在以色列，只要投资重点旅游项目，就可以获得高额的政府补贴。新加坡、泰国近几年也大力发展旅游度假产业，以税收减免等政策鼓励金融投资商、地产开发商、饭店管理机构等投资旅游度假产业。

中国的度假地产始于 20 世纪 80 年代末，当时十几万人南下，涌入深圳、海南等地区创业。大量的资金和人才流入刺激了海南房地产业的



发展。90年代初如火如荼的房地产开发激起地产泡沫，1~2年的时间房产价格飙升了300%多。面对国家的宏观调控，海南地产热浪应声而退，地产市场一度冷若冰山。部分开发商引入分时度假、产权式酒店等方式处理积压房产，此后度假地产在中国开始发展。

旅游度假地产是投资物业的升级版。除海南房地产外，1920年美国佛罗里达的房地产、1980年日本的房地产，都是房地产泡沫的终端版本，最后都以度假地产收场。中国相继出台多项政策支持旅游度假产业的发展，《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》、2015年《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》等政策为度假地产提供了一个广阔发展的平台。此外，老年市场、康体市场、商务市场、大学生市场等市场份额的扩大也进一步推动了度假市场的发展。除政策和市场因素促进外，经济和社会因素也起着至关重要的作用。在经济层面上，人均收入的显著提升推动了休闲度假市场的快速发展。2014年，中国休闲度假市场规模约4500亿元，休闲度假人次达10.13亿。此外，城市化进程的加快和双重空间的收缩（城市发展空间和企业利润空间）推动了逆城市化度假地产的进一步发展。在社会层面上，节假日的完善、旅游消费观念的提升和旅游消费结构的转型升级也推动着度假市场进一步扩大。另外，中国老龄化率的显著提升也成为促进度假地产发展的重要因素之一。

在多重因素推动下，度假地产逐渐成为投资新宠。万达、恒大、万科，甚至联想、华谊等百强企业也纷纷涉足度假地产。万达的文化旅游城、长白山度假综合体，以及今典红树林度假世界等已成为度假地产成功的典范，吸引了不少中小投资商如过江之鲫般投身度假地产。但是，不少企业是“项庄舞剑”，借度假地产之名开发传统房地产。在利益的驱使下，很多开发商在度假配套尚未完善的情况下便将项目以地产形式推向市场；或许是对市场的盲目乐观，很多开发商还未细细想清楚度假地产的发展定位和客群定位便急于面向市场，最终导致“鬼城”“空城”接二连三地出现。

鉴于当前度假地产发展的现状，运用创新理念，跳出传统地产发展

模式，探索度假地产发展之道，帮助部分度假地产商突破发展瓶颈，是非常有意义的。但是，完成一部逻辑严谨清晰、体系结构合理、针对每个度假地产发展困境进行模式创新研究的著作实为一项非常巨大的工程。本书从度假地产发展现状中提炼出主要矛盾，并以简明的模型进行阐述，希望能为度假地产的创新发展提供参考，也希望不久的将来，中国的度假地产能走出寒冬，迎来发展的春天。

我不是专门做旅游研究的，但多年来区域规划、旅游规划的实践使我明白，度假地产虽然已出现很多年，但在中国，其发展的内在规律还没有被完全把握，其发展的成功经验远没有失败教训多，有必要对其进行深入研究。崔丹等几位年轻朋友就是在这样的情况下，勇挑重担，大胆探索，做了大量耐心细致的调查和思考，最终提出度假地产的创新路径。现在摆在读者面前的这部著作，就是他们奉献给我国旅游业和房地产业的创新力作，我有幸提前拜读，受益匪浅。

是为序。

吴殿廷

2015年5月28日于京师

未来学家格雷厄姆·莫利托预言，休闲度假业在 2015 年将主导世界劳务市场，占据世界生产总值的 1/2 份额。如今，格雷厄姆·莫利托的预测正在逐步成为现实。随着社会经济的发展，中国人均收入的快速增长，廉价劳动力驱动的“人口红利”逐渐转变成人口“消费红利”。在度假需求日益增长的时代背景下，“度假红利”占据“消费红利”的比例将大幅上升。

我国相继出台多项政策支持旅游度假产业的发展。《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》中提出，“到 2015 年，将旅游业初步建设成为国民经济的战略性支柱产业和国人更加满意的现代服务业”。2015 年，《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》中提出，“旅游业是现代服务业的重要组成部分，加快旅游业改革发展，是适应人民群众消费升级和产业结构调整的必要要求”，旅游业改革发展的任务将落实到各个单位和部门。政策上的这些支持无形中为我国旅游度假地产的发展提供了一个广阔的平台。

我国的旅游消费结构不断变化，六大市场（老年养生、康体保健、带薪休假、商务旅游、大学生旅游、家庭亲子）的推动使得度假所占市场份额进一步扩大，在国家房地产宏观调控的背景下，辉煌的度假前景驱使房地产商大举进军度假地产。万科、恒大、万达、远洋、中坤等百强房企中，至少有 1/3 介入了旅游度假地产领域。然而势高力极，度假地产泡沫较大，且 90% 的度假地产因定位不明确而陷入发展困境，70% 的度假地产因配套设施不完善、交通可进入性差而处于搁置状态，度假地产“鬼城”接二连三地出现。

面对度假地产的瓶颈，投资大鳄们投消费者所好（结合消费者多



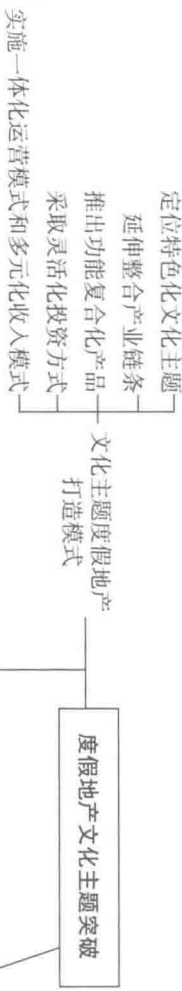
元化的度假消费需求) 抢占先机, 引领发展潮流——万达、今典投资综合型度假地产, 开辟度假地产发展新模式; 重庆美尔投资有限公司、华润国际长城(乳山) 酒店管理有限公司以“分权度假”的新模式抢占市场先机; 万科、保利成功进军养老度假地产。也有部分度假地产商面对度假地产瓶颈, 尤其是接二连三的“鬼城”现象, 信心不足、望而却步。

本书结合旅游度假消费趋势、度假地产发展现状, 针对度假市场六大消费主体, 提出度假地产突破路径, 即度假地产文化主题突破、度假地产产业业态突破、度假地产产权权限突破、度假地产经营方式突破, 以及度假地产其他创新突破(新常态下乡村旅游创新发展、休闲旅游引导的新型城镇化发展、旅游引导的区域综合开发、度假时代下部分“鬼城”现象突破), 并针对每种度假地产突破路径提出相对应的发展模式, 如文化主题度假地产开发模式、候鸟分权模式、乡村型度假综合体开发模式、城郊互动下半城镇化田园新城模式、区域联动下的综合旅游开发模式等。

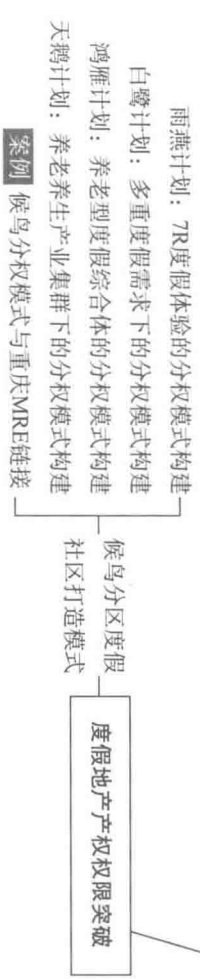
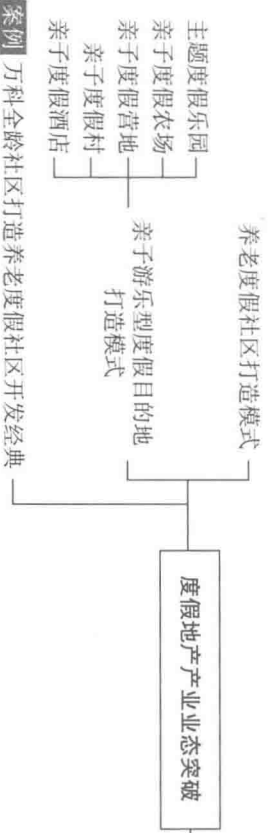
度假地产的创新发展是一项非常巨大的工程, 本书观点是我们在参与、总结和分析数百个实例的基础上提出的, 希望能为企业提供发展参考。当然, 本书观点仅为一家之言, 所涉及的范围也比较单一, 限于篇幅, 不能把全部研究成果呈现给广大读者, 希望能借此抛砖引玉, 引发更多的研究与思考。

魏翔

2015年8月26日



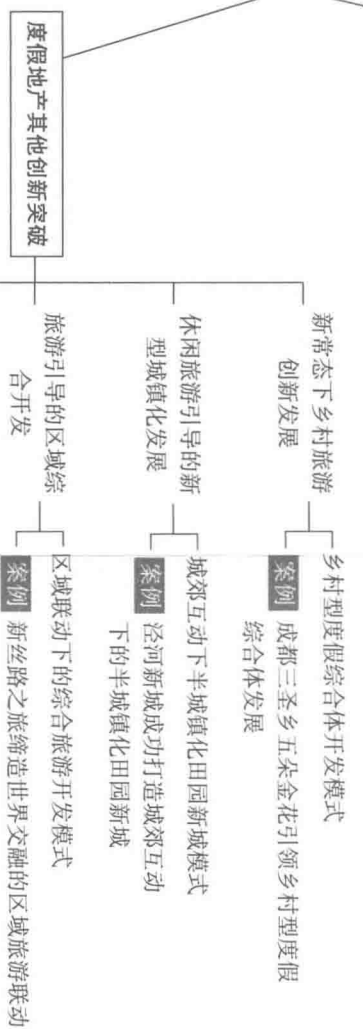
案例 奥兰多迪士尼缔造文化主题度假地产开发传奇



度假地产
创新之道



案例 山东蓬达度假网开启度假地产金融化经营时代
旅游财富网以O2O20模式引领度假地产互联网经营创新



房产度假功能附加模式

中国西部地区部分“鬼城”形成原因及突破途径
中国东北地区部分“鬼城”形成原因及突破途径
中国东部沿海地区部分“鬼城”形成原因及突破途径
中国其他地区部分“鬼城”形成原因及突破途径
案例 郑东新区中国最大的“鬼城”逆袭

第一章 缘起——中国度假地产发展现状	1
第一节 应势而生——度假地产发展迅猛	1
一、度假地产概述	1
二、中国度假地产产生的时代背景	2
三、度假地产发展历程分析	8
第二节 兴势而盛——度假地产遍地开花	13
一、度假地产投资主体多元化	13
二、度假地产产品多样化	15
三、度假地产区域不平衡化	16
第三节 势高力极——度假地产陷入瓶颈	18
一、度假地产泡沫较大	18
二、度假地产市场混乱	19
三、“鬼城”接二连三	20
四、90%度假地产陷入发展瓶颈	22
第二章 明道——中国度假地产发展趋势分析	23
第一节 前景辉煌——度假市场潜力巨大	23
一、中国人均经济收入的增长为度假市场发展奠定基础	23
二、六大市场加快速度假市场发展	26
三、旅游消费结构的变化推动度假市场快速发展	33
四、多元化的旅游消费趋向推动度假市场进一步扩大	35



第二节 商机无限——投资大鳄引领潮流	41
一、综合型旅游度假地产遍布	41
二、分权度假渐成趋势	54
三、养老地产独占鳌头，养老养生度假地产潜力巨大	59
第三章 谋径——度假地产再造传奇	63
第一节 度假地产文化主题突破	63
一、度假地产文化主题突破概述	63
二、文化主题度假地产打造模式	64
第二节 度假地产产业业态突破	71
一、养老度假社区打造模式	73
二、亲子游乐型度假目的地打造模式	76
第三节 度假地产产权权限突破	84
一、度假客群细分	85
二、四类度假客群度假产品需求分析	87
三、构建候鸟分权模式	90
四、候鸟分权模式运营分析	96
第四节 度假地产经营方式突破	97
一、度假地产金融化经营模式	97
二、度假地产+互联网经营模式	98
第五节 度假地产其他创新突破	101
一、新常态下乡村旅游创新发展——乡村型度假综合体开发模式	101
二、休闲旅游引导的新型城镇化发展——城郊互动下半城镇化田园新城模式	108
三、旅游引导的区域综合开发——区域联动下的综合旅游开发模式	114

四、度假时代下部分“鬼城”现象突破	119
第四章 构境——新常态下度假地产创新模式案例分析	128
第一节 奥兰多迪士尼缔造文化主题度假地产开发传奇	128
一、复合型文化主题做强吸引力	130
二、多元化产业融合形成多元消费服务体系	131
三、动静分离的空间布局和便捷的交通系统提升服务品质	134
四、依托形象吸引创造品牌效应	136
五、复合化收入模式保障收益	138
第二节 万科全龄社区打造养老度假社区开发经典	139
一、基于老年人行为分析规划全龄社区	139
二、万科全龄社区规划	144
三、万科全龄社区运营模式	148
第三节 候鸟分权模式与重庆 MRE 链接，开启大众旅居时代	149
一、雨燕计划与重庆 MRE 的链接	150
二、白鹭计划与重庆 MRE 的链接	152
三、鸿雁计划与重庆 MRE 的链接	154
四、天鹅计划与重庆 MRE 的链接	156
五、候鸟 MRE 计划运营分析	159
第四节 山东蓬达度假网开启度假地产金融化经营时代	161
一、山东蓬达度假网金融化经营模式分析	161
二、山东蓬达度假网运营模式分析	163
第五节 旅居财富网以 O2O2O 模式引领度假地产互联网经营	
创新	163
一、旅居财富网的核心产品	164
二、旅居财富网的运作模式	165
三、旅居财富网 O2O2O 互联网经营模式	167



四、旅居财富网成功运营案例分析	168
第六节 成都三圣乡五朵金花引领乡村型度假综合体发展	169
一、依托特色化的乡村主题打造核心吸引力	169
二、乡村休闲为引擎的一体化产业系统构建	170
三、景观田园化，城郊互动化发展模式	173
四、以乡村休闲为主导，连片联户开发经营策略	174
五、政府主导，市场运作，多元融资渠道促发展	174
六、创新发展，未来再创辉煌	175
第七节 泾河新城成功打造城郊互动下的半城镇化田园新城	176
一、泾河新城简介	176
二、泾河新城走半城镇化田园新城发展之路	177
三、泾河新城倡导政府把控、产业主导、市场运作的开发 模式	182
第八节 新丝路之旅缔造世界交融的区域旅游联动	185
一、新丝路之旅发展机遇	185
二、丝路之旅发展现状	188
三、新丝路之旅发展之道	192
四、新丝路之旅前景展望	193
五、新丝路之旅带动下的综合型旅游开发	195
六、新丝路之旅对我国旅游发展格局的影响	198
第九节 郑东新区——中国最大的“鬼城”逆袭	200
一、规划背景	200
二、郑东新区规划	201
三、郑东新区挑战	202
四、“鬼城”强势逆袭	202
参考文献	206



第一章

缘起——中国度假地产发展现状

第一节 应势而生——度假地产发展迅猛

一、度假地产概述

目前，我国对度假地产还没有一个权威或者公认的概念，一般认为度假地产是以良好的自然景观为基础（建立在风景名胜区或秀美山水之地）、以一定的主题为特色（民俗主题、影视主题等），依托多种体验互动性游乐项目和完善的度假配套设施发展的地产项目，其价值主要体现在特色主题项目、体验游乐项目和地产项目互动发展下的长期经营收益。

从上述定义不难发现，度假地产的核心要素是景观资源、体验游乐项目和度假配套设施。度假地产与传统房地产的区别在于，其核心产品是“旅游度假项目”，而不是“房地产”。本书认为，度假地产除强调物质层面的度假外，更强调高层次的精神度假，体验互动性游乐只是精神度假的一种体现。

本书认为，度假地产也称休闲房地产，是与休闲度假相关的所有地产物业，具体指依托核心主题、以休闲度假为目的的地产开发经营项目。度假地产有三大特性：一是地理位置较为偏僻，通常位于城郊；二是景观资源良好；三是核心配套服务完善。度假地产与旅游地产的区别在于：旅游地产的必备要素是核心景观和特色景点，开发目的是满足游客休闲旅游的



需求，在旅游地产里，旅游者是游客身份；而度假地产会让游客有主人的感觉，突出居家度假的特性。

二、中国度假地产产生的时代背景

未来学家格雷厄姆·莫利托预言，大休闲时代将在 2015 年到来，届时休闲度假业将成为继信息产业后的第四波经济大潮，占世界生产总值的 1/2 份额。例如，美国休闲度假业的直接从业人员占总就业人员的 1/4，间接从业人员占 1/2^①。休闲度假业带动美国相关产业创造了巨大的财富，更为多数投资者带来极大收益，显然已成为美国第一位的经济活动产业。

（一）经济背景

1. 休闲度假时代的来临

中国的休闲度假业潜力巨大。2014 年中国休闲度假市场占旅游市场规模的 27.91%，市场规模约 4500 亿元。中国休闲度假人次年均增长 17%，2014 年休闲度假人次达 10.13 亿，2020 年休闲度假人次将达 25.98 亿，度假市场规模将达到 38.90%。数据表明，我国正全面进入度假时代，度假地产拥有极大的发展前景和利润空间。

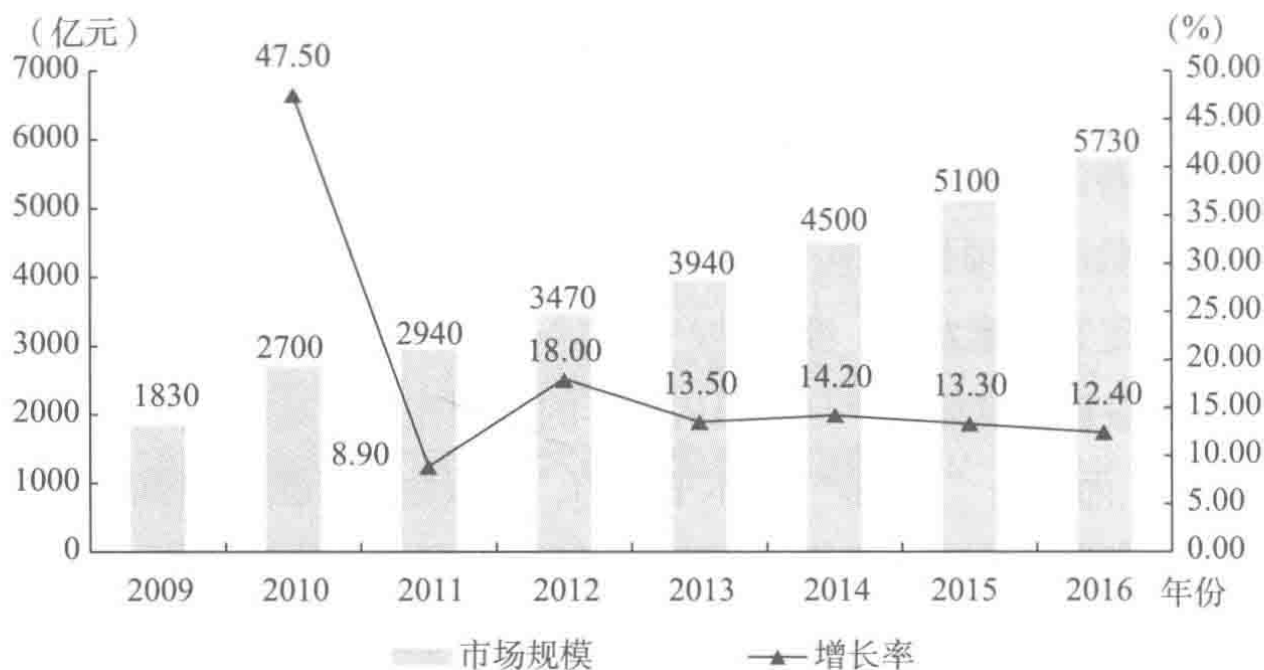


图 1-1 2009—2016 年中国休闲旅游度假市场规模

资料来源：艾瑞咨询。

^① 屠高平. 郑州市居民休闲旅游的现状调查及对策研究 [D]. 郑州: 河南大学, 2007: 60.

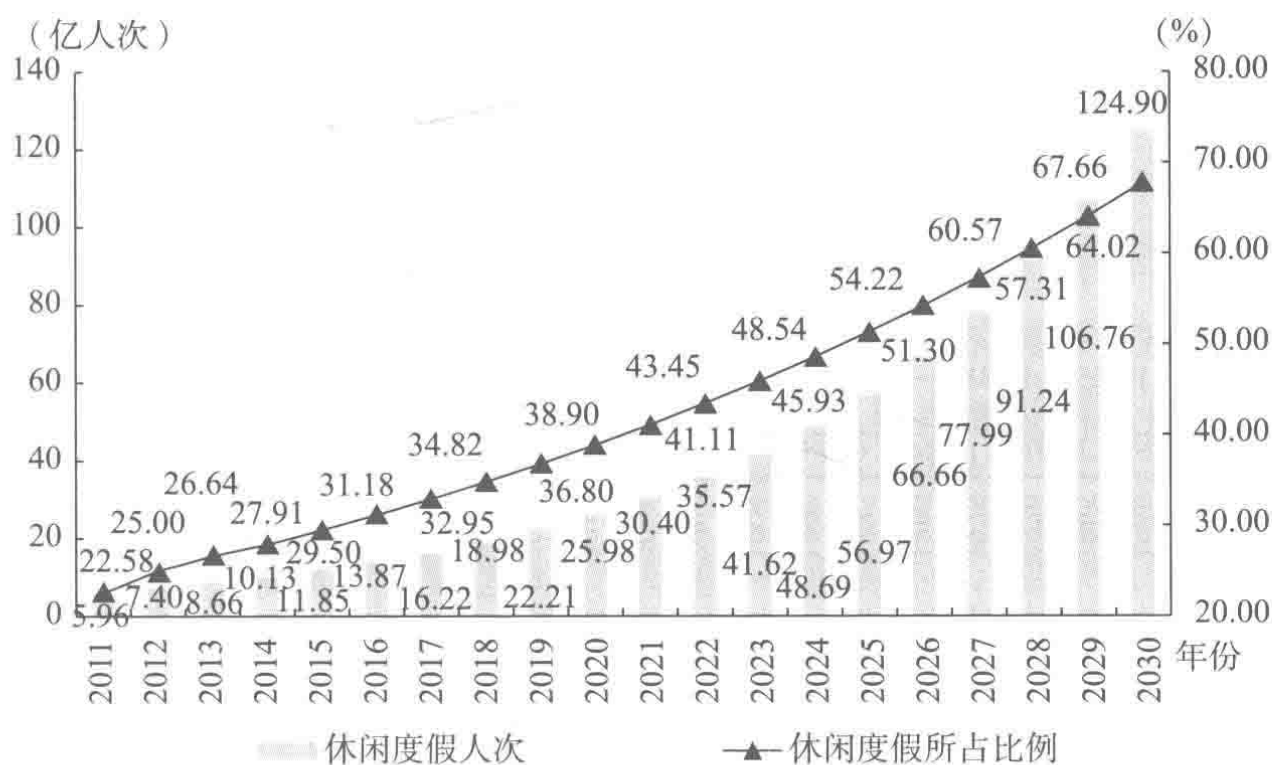


图 1-2 2011—2030 年休闲度假人次分析及预测

资料来源：国家旅游局。

2. 城市化进程加快

近年来，我国经济发展和城市化率提升扩大了城市的住宅产业增量需求，拉动城市房价飙升。与城市的寸土寸金相比，郊区或农村的度假地产（又称城郊型度假地产）在生态品质及整体房产价格上都有较大优势。城郊型度假地产正凭借其优势与城市度假地产抢占市场。

（1）城市化进程引发庞大度假需求。

农村的推力和城市的引力是城市化推进的两种动力。改革开放以来，越来越多的农民从土地上转移出来。2014 年，我国城市化率达到 51% ~ 52%（1980 年为 19.39%）。预计到 2050 年，我国的城市化率将达到 72.9%^①。城市化的加剧带来了拥堵的交通、恶化的环境、高昂的房价，从而迫使大部分中高层收入人群以不同形式提高住房消费水平，或是到郊区度假，或是购买第二居所。

（2）双重空间收缩推动度假地产发展。

大城市地产空间收缩主要体现在两方面：一是土地资源有限，城市发

① “城镇化质量”其实也是民生问题 [EB/OL]. 中国网, 2012-12-17.

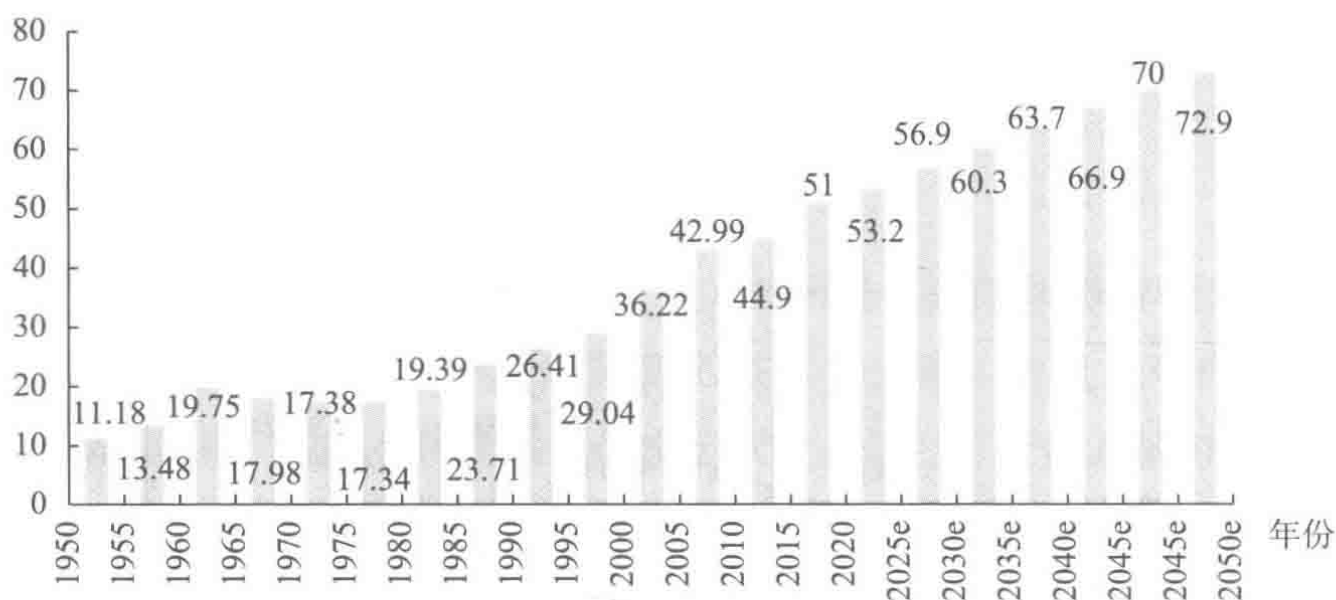


图 1-3 1950—2050 年中国城市化率

资料来源：国家统计局。

展空间收缩。二是城市地价飙升，地产企业利润收缩^①。部分地产企业家突破传统思维向大城市城郊发展，开辟田园度假地产；部分地产开发商到资源优越的二、三线城市探寻度假地产发展空间。目前，以生态旅游资源为基础的度假地产渐成规模，逐渐成为中高阶层度假目的地或第二居所。

（二）社会背景

1. 旅游度假观念提升

随着社会经济的发展，我国居民的旅游观念从最初的“走马观光式旅游”提升为追求舒适、自由、康体、养生的“休闲度假”，从传统意义上的观光旅游逐渐发展成观光与休闲度假并存的体验式旅游。我国居民旅游度假观念的提升推动了度假地产的快速发展，促进了我国度假地产在数量和品质上的提升，也促进了度假行业的不断丰富和完善。

2. 节假日完善

我国法定节假日（115 天）加上带薪年假，年休假日约占全年的 1/3，有力地推动了度假地产行业的发展。周末、节假日、带薪年假等多元化的休假方式也为度假地产提供了市场细分方式。根据居民可支配时

^① 张明明．我国旅游地产投资分析 [D]．天津：天津大学，2008：61．