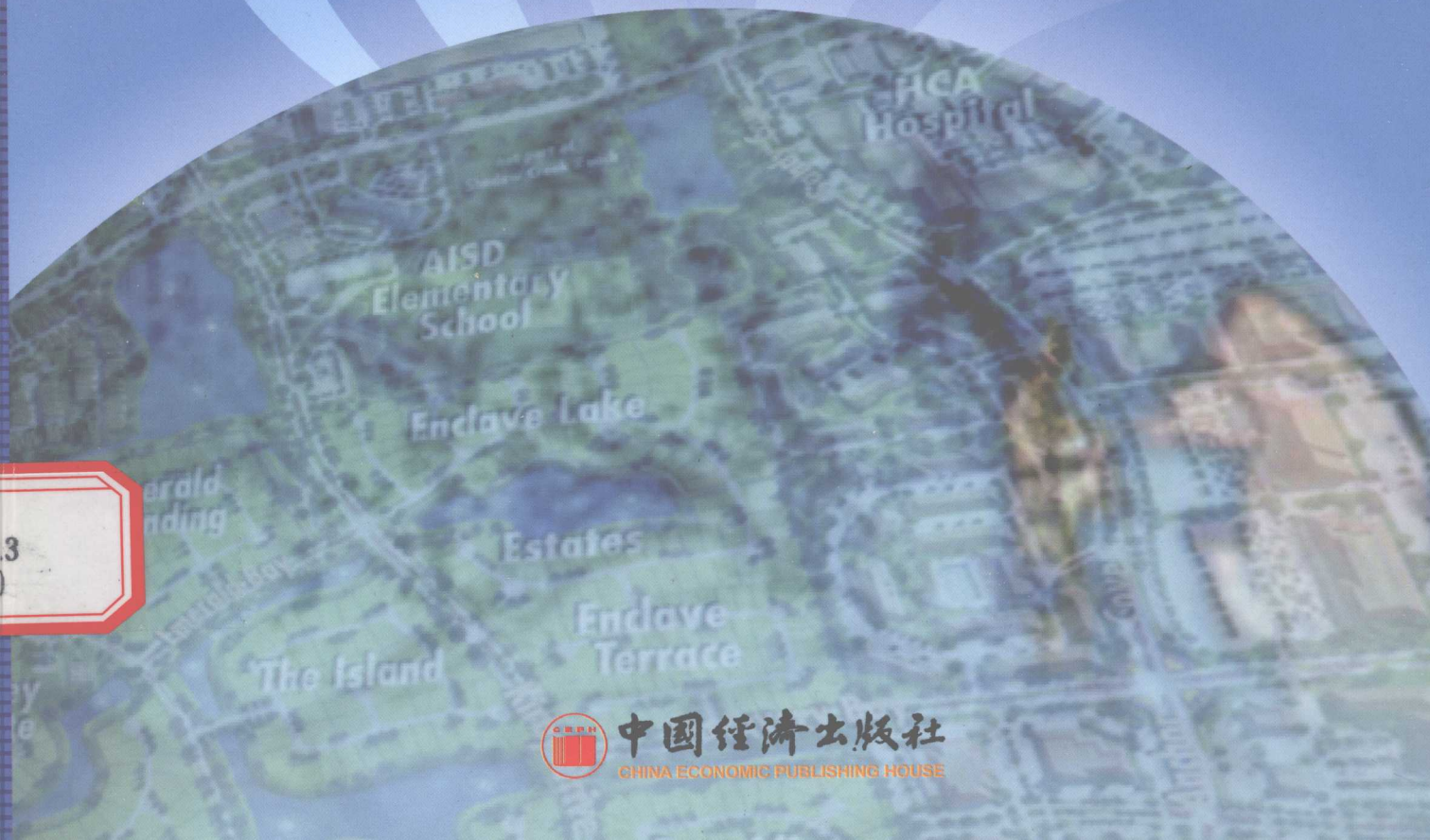


旅游房地产营造宝典

TRSPC 模式

旅游房地产系统工程策划与营造

段咏新 陈生 华穗 著
美国AAM集团



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

旅游房地产营造宝典

TRSPC 模式

旅游房地产系统工程策划与营造

段咏新 陈生 华穗 著

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

TRSPC 模式——旅游房地产系统工程策划与营造/段咏新 陈生 等著.-北京: 中国经济出版社, 2008.1

ISBN978-7-5017-8437-0

I.T… II.①段… ②陈… III.旅游-房地产经济学-研究-中国 IV.F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 004972 号

责任编辑: 衣丽伟 陈建宇

TRSPC 模式——旅游房地产系统工程策划与营造

段咏新 陈生 等著

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

邮政编码: 100037

发行电话: 010-68349408

新华书店经销

北京交通印务有限公司印刷

开本: 850×1168 毫米 1/16 14.5 印张 380 千字

2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

ISBN978-7-5017-8437-0/F·7429

定价: 198 元

作者及所在单位简介

段咏新博士简历

段咏新，博士，先后在南京大学、中山大学攻读硕士、博士学位，欧美访问学者，现任美国 AAM 集团公司常务副总裁、中资子公司广州市金山河建设工程有限公司和广州博谷知识经济有限公司法人代表、总经理；并担任国际建设联盟（ICA）副主席、国际易学风水科学院理事会副主席、广东省江苏商会副会长、广东省河南商会副会长、广州市青年企业家协（商）会副会长、广东省青年企业家协（商）会常务理事、广东省侨联委员会委员、中国青年企业家协（商）会常务理事、广州市工商联常委、越秀区政协委员、越秀工商联副会长、越秀女企业家协会副会长、博士俱乐部常务理事等职，多次应邀在知名大学、政府机关、大型房地产及上市公司演讲，并担任北京大学、清华大学、复旦大学、中山大学、重庆大学等院外研究生导师。

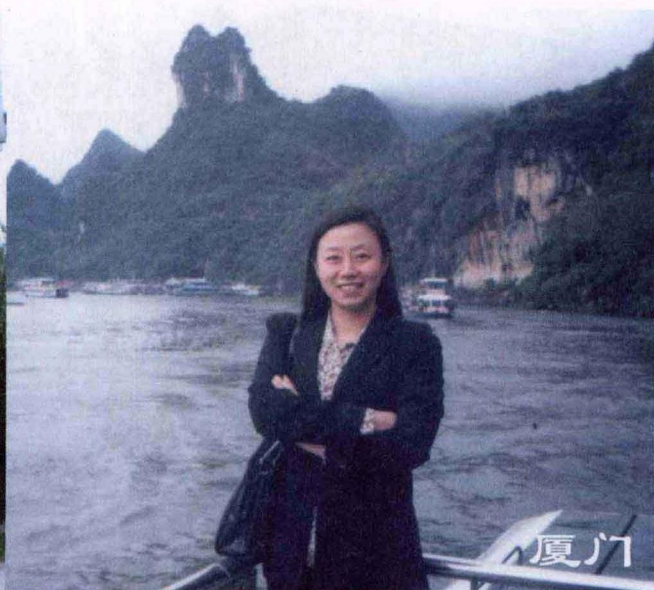
段咏新博士先后主持设计和营造了多个著名上市公司的大型项目，服务过的客户包括万达、万科、顺驰、鲁能、中信、美的、恒大、保利、中房、华能、宏宇、同仁、华侨城、河南省政府等。

由于长期的实践操作，学习和掌握国际前沿理念，并将国际先进的理念充分运用到房地产及旅游规划实践中来，所操作项目获得业界专家、合作单位和消费者一致认可，她所带领的美国 AAM 集团在大陆获得了“国际风格设计机构”、“中国旅游地产突出贡献企业”、“中国十大建筑设计公司”、“中国知名景观设计机构”、“中国知名景观施工单位”、“广东省企业家协会优秀会员单位”，她本人先后也获得了“国际风格设计师”、“国际知名旅游规划设计师”、“中国知名景观设计师”、“全球易学推动人物突出贡献奖”、“国际华夏易学堪舆拓新杰出成就金像奖”、“广州市优秀女企业家”等荣誉称号。

通过几年的实操，在吸收国际先进理念的基础上，段咏新博士探索了将系统工程思想指导房地产全程运作的理论，其中用于指导环境优化的《ESPC 模式——环境系统策划与营造》和将传统风水思想充分运用现代科学手段进行环境改造，利用数学模型指导人居环境建设的《环境六维系统论》两本专著分别已由中国经济出版社和经济日报出版社出版发行，ESPC 模式理念可用于指导城市、房地产景观规划与营造专业著作。《环境六维系统论》则是将我国传统文化易学取其精华，去其糟粕，批判地吸收，科学地发展，用六维参数（空间三维、时间维、物理维、意识维）建立数学模型 $E=f(X、Y、Z、T、P、C)$ 来描述和优化环境的一部专著。而《系统工程思想指导旅游房地产运作》一书是在旅游房地产作为 21 世纪房地产发展的一个重要的增长点的特定大环境下应运而生的，著作积极引进当今国际先进理念，借鉴国内外优秀的旅游房地产成功开发经验，系统探索提高人们生活品质空间的旅游房地产元素，营造人与自然和谐发展的旅游休闲度假环境系统，指导旅游房地产这种新兴的边缘产业的合理有序发展，为旅游房地产运作提供科学的决策和项目操作体验。



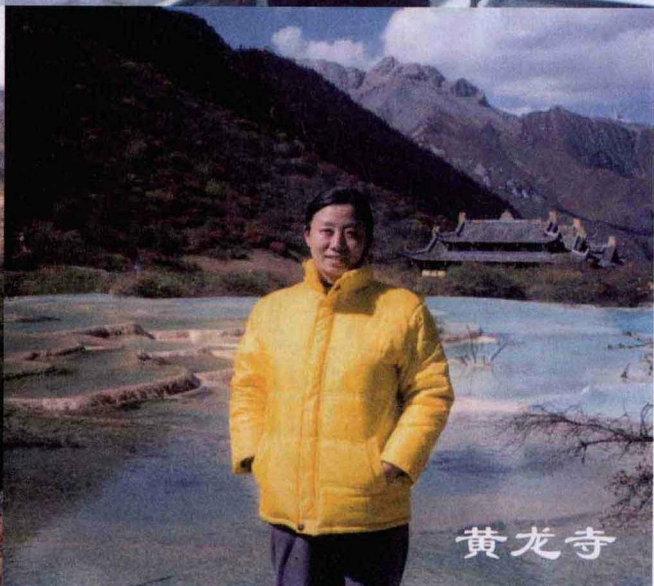
湖南



厦门



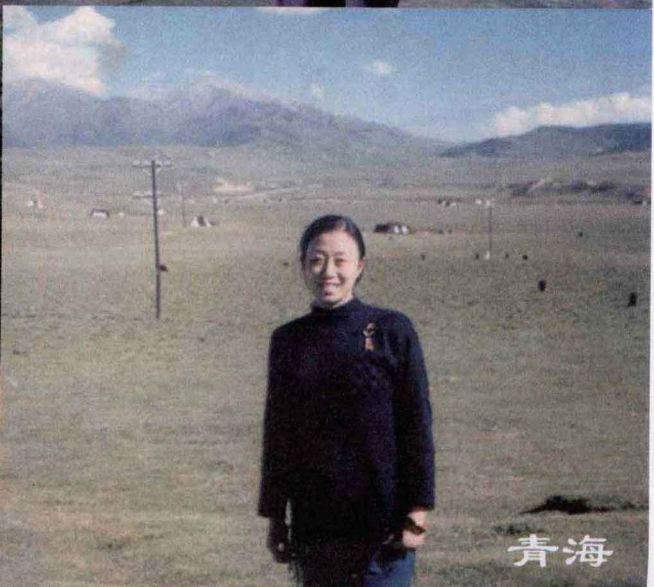
西藏



黄龙寺



香港



青海



黄山



张家界



青岛



桂林



新疆



都江堰



北京



昆明



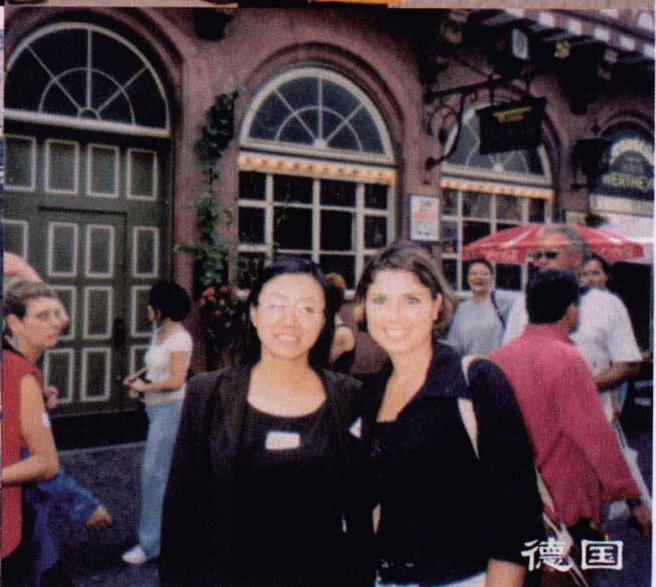
台湾



梵帝冈



罗马



德国



澳洲



比利时



荷兰



法国



英国



芬兰



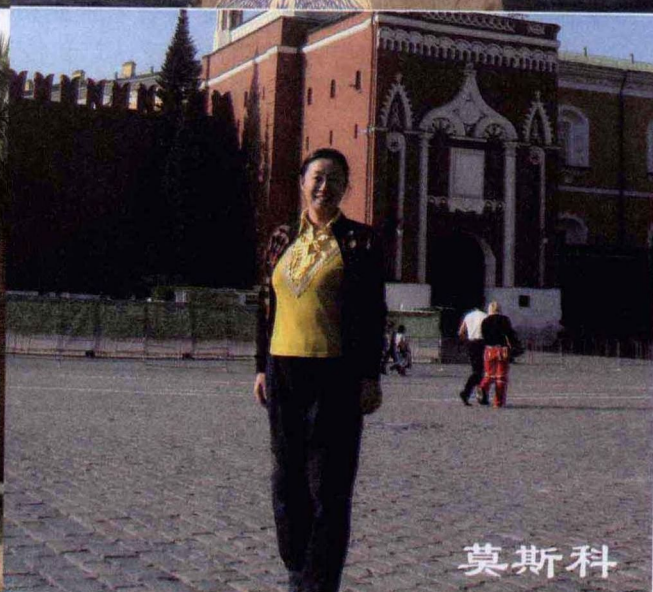
加拿大多
伦多大学



美国



南非



莫斯科



圣彼得堡



日本

美国 AAM 集团公司

简 介

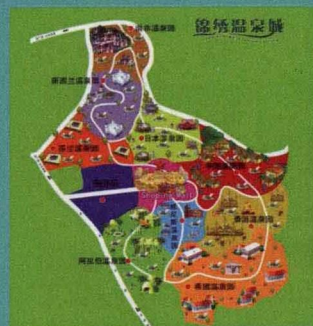
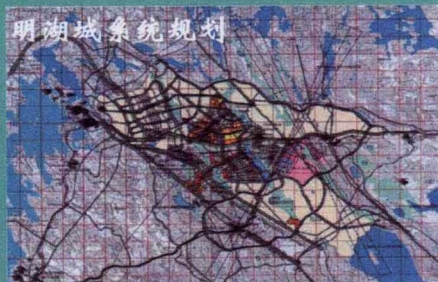
美国 AAM 集团公司成立于 1965 年，是由 AAM Consultants Inc、PKT Consultants Inc、CDC Consultants, Corp、TWX Project Consultants Inc、FULTA Consultants Inc、Northamerica AAM Construction Inc. 等美资公司和广州市金山河建设工程有限公司、广州博谷知识经济有限公司、北京矿大工程设计研究院以及大陆若干合作公司组成。公司以其广泛的社会联系和四十多年的经营经验，具有资金、技术、管理三个方面的优势，集聚了一大批高素质人才和经营渠道，拥有独立完成项目策划、规划和建筑设计、景观、装饰设计和营造及土地勘测等整个过程一条龙服务体系。公司服务过的客户包括万达、顺驰、美的、鲁能、中信、恒大、保利、同仁、宏宇、中房、华能等著名企业和上市公司，进一步在中国拓展了公司品牌。所操作项目获得了业界和消费者的广泛认可和赞许，先后获得了“国际风格设计机构”、“中国旅游地产突出贡献企业”、“中国十大建筑设计公司”、“中国知名景观设计机构”、“中国知名景观施工单位”、“广东省企业家协会优秀会员单位称号”等荣誉称号。公司主要负责人获得了“国际知名旅游规划设计师”、“国际风格设计师”、“中国知名旅游地产突出贡献人物”、“全球易学推动人物突出贡献奖”、“国际华夏易学堪舆拓新杰出成就金像奖”、“中国知名景观设计师”、“中国房地产企业国际化领军人物”、“中国房地产模式创新人物”、“广州市优秀女企业家”等荣誉称号，公司在中国建立了连锁加盟机构，目前已有会员单位 200 多家。

公司经营理念：

整合资金、技术、管理优势 一体化的设计与管理
最少设计费用 最少协调时间 最好整合效果

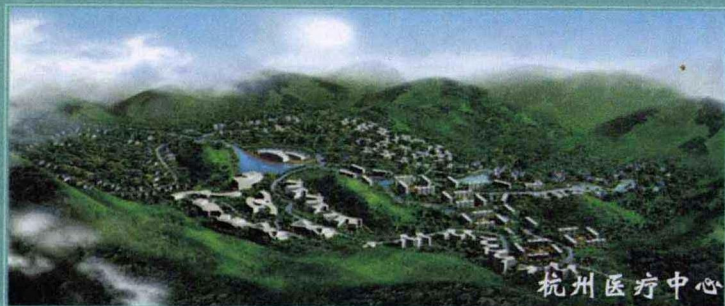
欲 了 解 详 情 ， 请 登 陆 公 司 网 站
[Http://www.jinshanhe.com](http://www.jinshanhe.com)
或致电 020-83882601 61180870 13602799688
001-626-2806186

- ▲ 整合资金技术管理优势
- ▲ 强化营造
- ▲ 实现一体化的设计与管理
- ▲ 规划、建筑设计
- ▲ 景观、装饰设计与施工
- ▲ 项目管理与策划
- ▲ 投资营造



美国总部: 230 E Valley Blvd., Suite 203 San Gabriel. CA 91776 U.S.A.

电话: 001-626-2806268 传真: 001-626-2806268 E-mail: aam@mail.wf.net



杭州医疗中心



阿比达商务中心



南京同仁社区



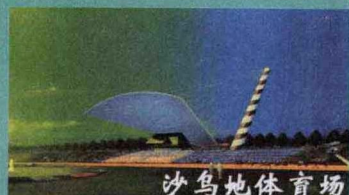
新月公寓



月季商贸城



杜拜办公楼



沙乌地体育场



沙乌地阿拉伯国际会议厅



广州基地：广州越秀区越秀南路178号13楼 邮编：510100
 电话：0086-20-83882601 61180870 传真：0086-20-61180871
 E-mail：aam@jinshanhe.com jinshanhe@163.com
 网址：http://www.jinshanhe.com

序 言

几年前，我在欧美游历，在回祖国的路上，我一直在思索着，为什么国外的旅游房地产正在如火如荼地发展，而在我国，旅游房地产却举步维艰，甚至对本来美好的产品持有成见，误入了套钱的黑洞，让中国的消费者谈旅游房地产色变，有的甚至对簿公堂。进入消费者不愿意消费，投资者不愿意投资，开发者不愿意开发的怪圈。

为了找到酿出这种症状的原因，寻求解决的办法，经过多年的辛勤耕耘，《旅游房地产系统工程策划与营造》这本书终于开花结果了。本书试图运用当今国际最前沿的视觉，审视我国旅游房地产的发展方向，并结合本人多年在旅游及房地产领域中的实操，运用系统工程思想，探索我国旅游房地产的操作新途径。

我们都知道，旅游在 20 年前对大多数人来说还是一个奢望，走出家门，远离喧嚣的城市，看看外面鲜活的世界，追求旅游过程中高质量的休闲和享受，渴望身心彻底的放松，与家人享受自然界赐予的天伦之乐，是许多人的梦想。20 年后的今天，随着人们观念的改变、生活水平的提高以及国家休假制度的调整与完善，人们有了更多的金钱、精力和时间拥入大自然的怀抱，与大自然进行亲密的接触。旅游业也就逐步成为我国重要的行业，进一步发展，并且在经历了初期单纯以观光为目的发展阶段后，度假休闲式旅游正逐渐取代过去走马观花式的旅游，成为旅游消费的主流。

在马斯洛的《需求层次理论》里，他把需求分成生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求五类，依次由较低层次到较高层次。我们可以这样解释。当我们满足了其基本的需求以后，对较高的需求会有更高的要求，而旅游作为其中的一项重要花费，理所当然也要有相应的提高了。随着人们生活水平提高，衣食住行满足之后，更多的是体现在精神和休闲健康层面的追求。

有资料显示：一旦一个国家或地区人均 GDP 达到 1000 美元时就会产生旅游休闲需求，旅游，是人们对美好的休闲生活的必然追求。但是人的最基本的衣食住行需求也会更加强烈，居住愿望，代表着人类社会的不断进步。作为旅游与地产融合的边缘地带，旅游房地产是浓缩两者文明的结晶。推动旅游房地产的发展，创新旅游房地产的模式，提倡休闲、健康的生活方式，促进中国居住水平的进步。

所谓旅游房地产是指以旅游度假为目的房地产开发、营销模式，开发项目全部或部分实现了旅游功能。简单说来就是由旅游+房地产而形成的产业。

现在，我国的旅游房地产概念已经浮出了水面，市场运营已初露端倪，而且发展潜力巨大。同时，国家和地方政府相继出台了一系列推动旅游和相关产业发展的新的政策，不仅为旅游业发展提供了可持续性发展的动力保证，而且也为房地产业营造了一个广阔的发展平台。面对旅游房地产业如此巨大发展空间，各地房地产业和旅游业应该发挥本地的风景优势，以及结合其本身的文化、经济、交通、区域发展等诸多有利条件来大力发展旅游房地产业。

如何将这一新型边缘产业的产生对旅游业发展起到积极的作用。进一步将房地产发

展业市场推向前沿阵地。提高这种边缘产业的品牌竞争力，丰富人们的生活，利用旅游开发区、旅游景区、休闲度假区的优越自然条件、地理位置，开发具有投资回报和多种功能的旅游房地产项目，满足人们休闲度假旅游的需求的目的，最大化促进房地产和旅游行业的发展，是本书的根本目的所在。

本书将从旅游房地产概述、旅游房地产的前期开发、旅游房地产的规划建设、旅游房地产的构成元素、旅游房地产景观特征、旅游房地产景观的利用和延伸、旅游房地产的类型、旅游房地产的组织与管理、未来旅游房地产发展的新产品、关于小产权房的问题思考、经典案例等十一个方面对旅游房地产进行全方位的详尽描述。全书理论与实践结合，在吸收了国际国内各种前沿观点和技术的的基础上，结合我们自己操作项目的实际经验，力求最大限度为旅游和房地产行业奉献绵薄之力，为我国旅游与房地产行业的发展起到抛砖引玉的作用。

本书在成书过程中得到了各界专家和朋友的 support，中山大学彭华教授为本书出版做出了巨大的奉献，提供大量资料文件，为本书形成提供了有力帮助；也综合参考了绿维机构网、君兰高尔夫生活村网、华侨城网站等相关资料以及其他专家的意见，同时还得到公司员工的大力帮助，公司员工欧名发先生负责了全书的整稿工作，白兰菊小姐负责全书的美编工作等等，在此不一一列举，均一并表示感谢。

由于成书仓促，书中难免有许多杂言谬语，请各位专家和同仁斧正！

段咏新

丁亥年十一月于广州

目 录

序 言	1
第一章 旅游房地产概述	1
第一节 旅游房地产的由来	1
第二节 旅游房地产行业的形成条件	2
第三节 旅游房地产的开发意义	3
第四节 西方旅游房地产的发展概况	4
第五节 旅游房地产在中国的发展	6
第六节 旅游房地产的发展前景	8
第七节 旅游房地产获取综合效益最大化途径	9
第八节 旅游房地产的品质	10
第九节 旅游房地产的可持续发展	12
第十节 旅游房地产开发中应注意的问题	12
第二章 旅游房地产的前期开发	15
第一节 旅游房地产调研的内涵	15
第二节 旅游房地产调研的方法	16
第三节 旅游房地产调研的流程	19
第四节 可行性研究报告的撰写	21
第五节 旅游房地产的项目定位	22
第六节 旅游房地产的品牌策略	24
第七节 旅游房地产的功能定位	25
第八节 旅游房地产的营销主题策划	26
第三章 旅游房地产的规划建设	29
第一节 旅游房地产总体规划概述	29
第二节 旅游房地产的规划布局	35
第三节 旅游房地产的景观最大化营造	44
第四节 旅游房地产的恬适营造技艺	47
第五节 旅游房地产的装修风格	48
第六节 旅游房地产的配套系统	50
第四章 旅游房地产的构成元素	52
第一节 旅游房地产中的景观	52
第二节 旅游房地产中的休闲	53
第三节 旅游房地产中的文化	55
第五章 旅游房地产景观特征	59
第一节 旅游房地产景观营造的高品位性	59
第二节 旅游房地产景观营造的知识性	60
第三节 旅游房地产景观营造的参与性	62
第四节 旅游房地产景观营造的趣味性	63

第六章 旅游房地产景观的利用和延伸.....- 64 -

第一节 旅游房地产利用自然生态进行景观设计.....- 64 -

第二节 旅游房地产景观的创意.....- 66 -

第三节 自然景观功用的弥补和延伸.....- 67 -

第七章 旅游房地产的类型.....- 68 -

第一节 郊区别墅式旅游房地产.....- 68 -

第二节 度假式旅游房地产.....- 69 -

第三节 酒店公寓式旅游房地产.....- 71 -

第四节 高尔夫式旅游房地产.....- 73 -

第八章 旅游房地产的组织与管理.....- 75 -

第一节 旅游房地产的组织.....- 75 -

第二节 旅游房地产的物业式管理.....- 76 -

第三节 旅游房地产的酒店式管理.....- 78 -

第四节 旅游房地产的商业管理.....- 79 -

第九章 未来旅游房地产发展的新产品.....- 81 -

第一节 绿色庄园旅游房地产.....- 81 -

第二节 分时度假社区.....- 83 -

第三节 和谐亲情健康社区.....- 87 -

第四节 绿色健康社区可行性分析.....- 95 -

第十章 关于小产权房问题的思考.....- 100 -

第一节 房价高企的原因分析.....- 100 -

第二节 小产权房的呼之欲出.....- 101 -

第三节 小产权房的市场化建议.....- 101 -

第四节 小产权房的法律问题.....- 102 -

第十一章 经典案例.....- 105 -

案例一、羊角山森林度假区.....- 105 -

案例二、广州“林海石船”旅游度假区.....- 134 -

案例三、南海金沙湿地公园.....- 136 -

案例四、东江源热泉河旅游度假区.....- 139 -

案例五、清新澳洲风情园度假区.....- 144 -

案例六、增城派潭旅游度假区.....- 147 -

案例七、增城仙踪台生态景区.....- 150 -

案例八、锦绣大封门旅游度假区.....- 153 -

案例九、青青世界.....- 156 -

案例十、杭州健康养老社区.....- 161 -

案例十一、郑州大中原野生世界.....- 164 -

案例十二、彭州市白鹿镇旅游度假区.....- 166 -

案例十三、玉海·国际度假公寓.....- 184 -

第一章 旅游房地产概述

旅游房地产是经济发展的产物，是旅游和房地产的有机嫁接，随着人们生活水平的提高，人们消费观念的转变，流动的生活方式已经飞入寻常百姓家，旅游业也日益兴盛，达到前所未有的高潮。据不完全统计，2007年“五一”黄金周期间，全国共接待旅游者1.79亿人次，比2006年“五一”黄金周增长22.7%；实现旅游收入736亿元，比2006年同期增长25.8%；与之同时，酒店、宾馆等配套设施频频告急，巨大的经济利润诱惑和社会利益驱使，旅游就一直是房地产投资开发商觊觎的对象，是房地产开发的一个重要领域，除按传统方式开发经营的酒店和度假村外，随着度假旅游的兴起而旅游房地产应运而生。

第一节 旅游房地产的由来

旅游房地产发源于法国地中海沿岸。20世纪初，地中海沿岸开发了大量海滨别墅，欧洲、北美的政府要员、贵族、富商蜂拥而至，一时间地中海成为世界乃至欧洲的休闲度假中心。60年代，法国阿尔卑斯山地区的别墅度假村首先以分时销售（出售以酒店为主的物业使用时间段）的方式招揽客户。旅游房地产市场开始由此形成，今天遍布世界各地的分时度假酒店、高尔夫度假村、山地度假村、休闲别墅等使欧洲旅游房地产市场发展到一定规模。

70年代中期，由于美国经济衰退、泡沫经济造成大量房地产积压、空置，特别是市场景气时期开发的大量别墅积压。为处理积压与空置，充分盘活闲置资产，美国从欧洲引入时权酒店这一概念，取得了巨大成功。1977年美国市场95%以上的度假物业是由其他项目改造过来的。到1987年后，大量的投资商、开发商纷纷进入这一领域，使产品模式更加清晰，法规也相应健全；配套的服务业、管理业、交换业务也迅速成熟。据资料统计，2006年全球分时度假物业销售额达到152亿美元，970万个家庭参与了分时度假网络。近几年市场上又崛起了一批新的以旅游地产开发为主的分时度假网络公司，如：SUNTERRA公司，不但经营交换业务，还自己开发并销售时权酒店，已在美国、加拿大、澳大利亚等国家开发了89个度假村，拥有5600个单位。

在亚洲，日本、韩国、菲律宾、泰国、马来西亚、新加坡等国家，近几年大打“旅游度假牌”，假日休闲、周末度假、旅游度假、会议休闲、运动健康休闲等。随即，大批国际金融投资商、地产开发商、酒店投资管理机构纷纷介入旅游物业开发，并取得了可观的收益。

所谓旅游地产，是指以旅游人群为目标，以旅游、休闲度假为主题的物业形式。包括休闲度假村、旅游景区主题休闲公园、旅游(休闲)培训基地、会议中心、运动村、产权酒店、分时度假酒店、高尔夫度假村、风景名胜度假村等旅游房地产项目。

随着中国经济的高速发展，人们生活水平的不断提高，国家各类休假制度和保障制度的不断调整和完善，休假时间的延长，生活观念也发生了前所未有的根本变革，同时，由于标准的“5+2”的生活工作方式的实行，生活节奏的越来越快，工作、学习带来的竞争越来越强，人们的身心承受的压力也就越来越大，带薪休假等各种休假制度，人们大概有三分之一的时间在各类休假中度过，休假为生活节奏越来越紧张的人们提供了难得的彻底休闲时间。

各种休假制度的完善和健全带来直接的作用就是“假日经济”的兴起与蓬勃发展，休闲产业炙手可热，以旅游、娱乐、健身为主的休闲产业形成了一种共生共荣的发展态势，并极大地促进了旅游地产的发展。

与传统房地产不同，旅游地产具有高度的人性化内涵、先进的规划和多功能属性以及较高的附加值和投资价值三大特征，由于起复合了旅游和房地产两大行业的内涵，糅合了旅游与房地产的基本品质，是对旅游和房地产品质的交叉分支，在居住品质、投资价值和发展前景方面比单一的房地产项目具有更多的优势，受到开发商和购房者追捧，并日益表现为流行的趋势，其基本特征主要表现在以下几个方面：

一、旅游房地产业主定居时间不多，一般业主都是将其作为“第二居所”而存在的，因强烈依靠旅游资源特点，具有很强的资源依赖性，时段性比较强，假期、旅游季节则火爆，平时比较平淡；