

中国房产信息集团编
克而瑞(中国)信息技术有限公司著

新旅游地产的 开发样本

——中国海南岛

首部旅游城市开发模式研究范本

- 这里原是一个隶属广东省的边陲小岛，却在**22年间**从“大特区”发展为“国家战略要地”
- 这里曾湮没了**千万家**参与房地产开发的企业，却在几年间吸引了“百企千亿”进入旅游地产领域
- 这里曾经是出现**600多栋**烂尾楼的省份，如今却建立起旅游地产全面运作的新思维



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

新 旅游地产的 开发样本



——中国海南岛



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

新旅游地产的开发样本: 中国海南岛/中国房产信息集团, 克而瑞 (中国) 信息技术有限公司编著

北京: 中国经济出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0254 - 9

I. ①新… II. ①中… III. ①房地产—开发—研究—海南省 IV. ①F299. 276. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 192245 号

责任编辑 张 卉

责任审读 霍宏涛

责任印制 石星岳

封面设计 中国房产信息集团

克而瑞 (中国) 信息技术有限公司

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京金华印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 17

字 数 241 千字

版 次 2011 年 1 月第 1 版

印 次 2011 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0254 - 9/Z · 946

定 价 58.00 元

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 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

编委会

编著单位:中国房产信息集团

克而瑞(中国)信息技术有限公司

总 编:周 忻 张永岳

编 委:丁祖昱 罗 军 张 燕 金仲敏 喻颖正 陈小平 彭加亮

龙胜平 刘文超 于丹丹 黄子宁 吴 洋 章伟杰 陈啸天

王 路 肖 鹏 张兆娟 王 永 陈倍麟 胡晓莺 叶 玮

李敏珠 郭 杰 汪 波 杨 莹 叶 婷 付 东 刘丽娟

主 编:丁祖昱

特约顾问:沈文健 倪 侃 顾本波(按姓氏笔画排列)

执行主编:刘丽娟 罗克娜 李白玉

美术编辑:王晓丽 何 胜 杨春烨

特约校审:顾芳恒 仲文佳 李石养 李燕婷

专业支持:  

网站支持:  新浪乐居

 DiChan.com
中国地产网

 中国房商网
Winfang.com

上帝用5亿年造海南岛， 我们呢？

海南岛原本不是岛，它来自亿万年前上帝的一次土地整理。历经地壳上升与“雷琼凹陷”，直至第四纪冰期结束，海平面大幅度上升，方形成琼州海峡和海南岛之现状。

漂浮在中国南部的梦幻之地，海南岛，因置身一个民族自省与崛起的独特时期，而迎来一段空前的燃情岁月。22年前，海南建省开办经济特区时，这个边陲海岛还没学会扶着历史的墙壁，便匆匆上路。地理上的隔离，令其有机会被赋予使命去探索与内陆迥异的前途。也因这隔离，那突进途中不可避免的跌倒与伤痕，仿佛也被关在岛上了。

那段年少轻狂已被岁月炼制得可供缅怀。当年我看了部名为《钥匙》的小说，亲历了海南岛风浪的作者，用马尔克斯风格的魔幻现实主义文字，讲述了金融、房地产的商战跌宕。我还在赴广州的火车上读到本《中国10大富豪》的杂志，知道了1993年的中国十大富豪、海南首富冼笃信。

随后，这块试验田如古战场般被遗忘，人们提起她，要么是说起那些烂尾楼里养的猪，要么是各路地产豪杰们回忆起自己如何从那如梦的狂热岁月中逃出，如万通六君子，那时他们都还年轻，输得起，跑得动，更懂得如何将青春蹉跎转化为商旅能源。

2010年，海南宣布将建设国际旅游岛先行试验区。在此之前，海南岛已经凭借自然资源与充沛的土地，吸引了众多静悄悄的地产商。那些年

里，买了很多套房子的人们开始有了更加浪漫的置业需求，例如在三亚买几年也住不上一次的别墅或者公寓。由于海峡另一侧的内陆如此之大，以至于即使是冲动消费，也足以将沙滩旁的建筑抢购一空。

这类各自为政的开发可以持续多久呢？我曾经对一个投资者说：环岛海岸线长 1528 公里，纵深三五公里的土地，都是开发商眼中的猎物，供应量惊人。假如大家都这般低水准、同质化的折腾，盛宴能撑几时？

再说城市。过去四五年间，我每年都要去海南岛参加一个地产论坛。多数时候只是呆在酒店里。那些一个比一个豪华的五星级酒店，要的只是海南岛的清纯秀丽，却没有长相厮守的承诺与融合。它们一个个盘踞在最好的沙滩上，紧闭营门，远离老城。

我曾经在一篇《台湾的乡愁，海南的消愁》文中写道：

挖掘大脑深处从未被自己踏及的所在，为全新的场景所触发，是我理解的“旅游”的本质。否则，风景永远没有他人描绘及图册中美丽。

我终于要讲到这篇命题作文的核心了。我还要对比海南与台湾吗？那么新的三亚，那么多的五星酒店，那么漂亮的沙滩，却只是肌体与感官的“消愁”，从未触及内心。我们过来宰风景，风景区宰我们，这不是中国旅游的本质吗？

麦金托什说，“旅游是获得愉悦感和浪漫性的最好媒介”。请记住，仅仅是“媒介”。可我们却将稀缺的气候、大海等资源当作一次异性按摩，似乎我们只需赶到海景别墅的游泳池边，一切便会信手拈来，自然赋予我们的神工只是暴发户的一杯酒，结果，借酒消愁愁更愁。

旅行教给人们宽容之美德。我该再念叨几下爱利克的这句话。海南和我们的国度一样年轻，她所欠缺的，恰是充满无限想象空间的未来留白。也许很久以后，我在变得彬彬有礼的天涯海角，会怀念多年前这个澎湃时代的燥热与青涩。

扯起新大旗的 2010 年，海南岛会开启新纪元吗？

本书无意承载如此庞大的叙事。有的是国际国内专家来献计献策。我只祈求建设者勿以爱的名义巧取豪夺。在这片湛蓝的天空下，伟绩与龌龊一样分外鲜明。你们要爱着岛上的一草一木，爱比你在这岛上住了更久的原住民，要明白伟大的建筑需要缓慢地种植，要理解旅游是一次心灵的沉浸。

“云散月明谁点缀，天容海色本澄清”。60多岁的苏东坡被流放到海南，曾因无房住与儿子睡在槟榔树下，依然咏出如此诗句，千古不灭。中国的开发商们，除了讲述自己的青春传奇，还可以为这个岛屿做些什么？

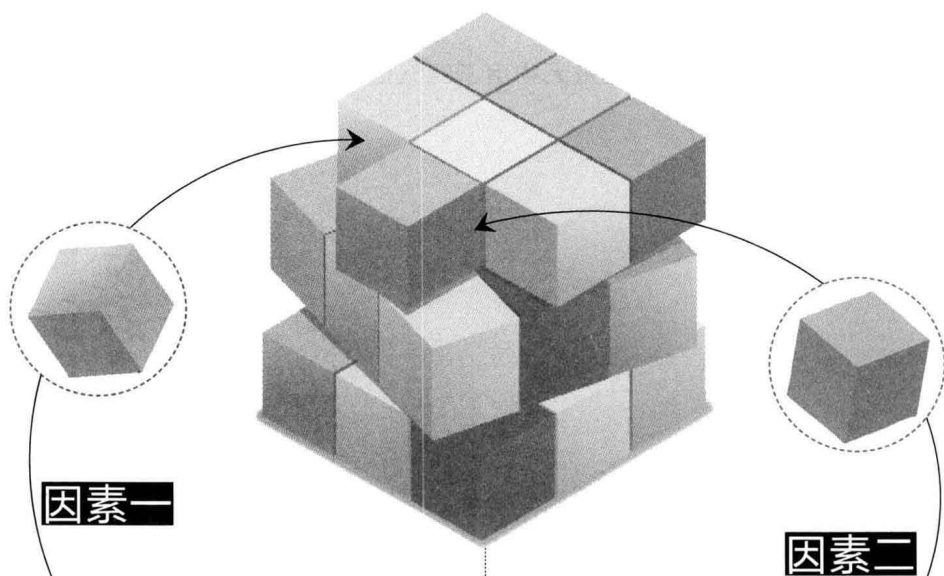
海南岛原本不是岛，上帝大约用了四五亿年的漫长地质运动，来造就这颗耀目的天涯明珠。

我们呢？

喻颖正

二〇一〇年十二月

海南受国家青睐 两大战略因素



因素一

石油护航 海南的世纪机遇

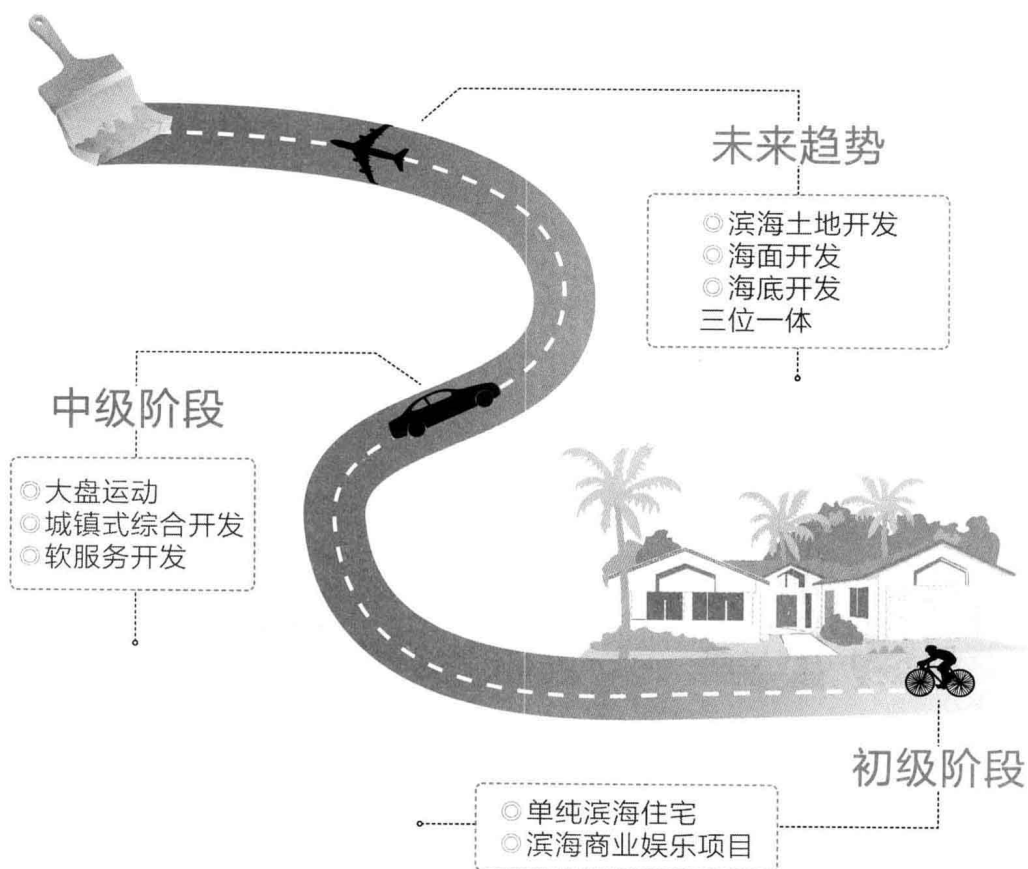
海南作为全国唯一具有海洋管辖权的省份，具有十分丰富的能源储备。仅石油一块，在未来20年内只要开发30%，每年可能为全国GNP增长贡献1~2个百分点，并且可以成为战略石油储备的重要组成部分。

因素二

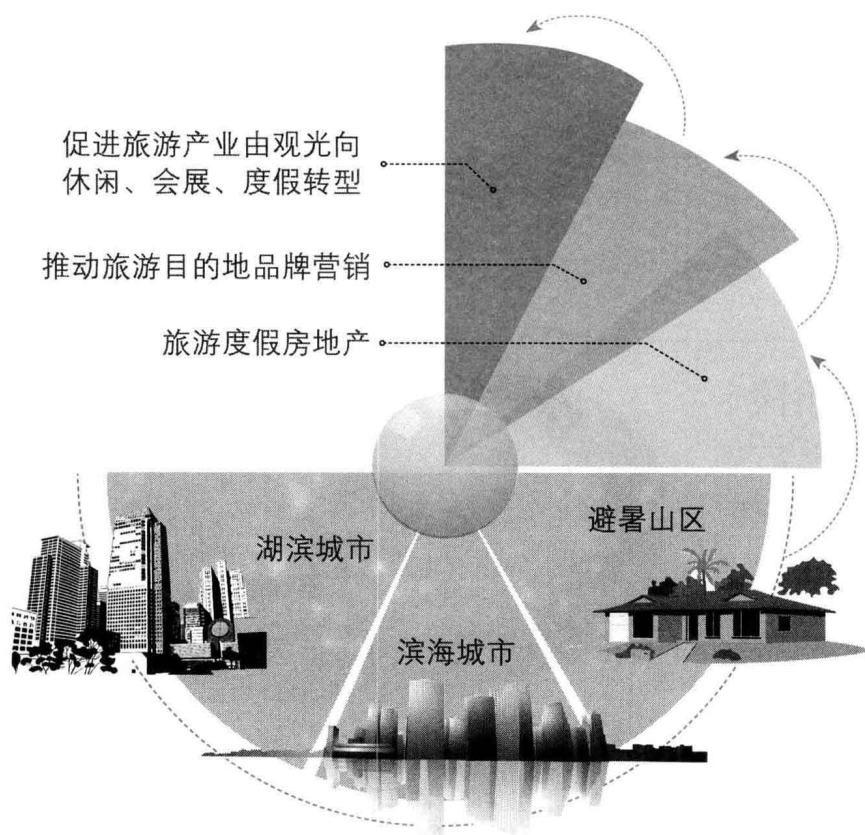
南向桥头堡 突出的区位优势

海南在地缘上处于中国内陆从海上通向东南亚的中心位置，同时海南环岛岸线是我国重要的海上能源生命线，又有便捷的海陆空交通，区位优势显著。

单纯滨海住宅、滨海商业娱乐项目的开发是海南旅游地产发展的初级阶段，大盘运动、城镇式综合开发、软服务开发是海南旅游地产发展的中级阶段，其未来趋势将表现为滨海土地开发、海面开发、海底开发三位一体的开发模式。



城市旅游运营的重要手段，是旅游房地产开发。旅游度假房地产的开发，可以有效地推动旅游目的地品牌营销。许多拥有休闲度假型旅游资源的城市，比如滨海城市、湖滨城市、避暑山区等，已把旅游地产的发展放在一个战略性的位置。旅游地产的发展，能够促进旅游产业转型——由观光向休闲、会展、度假过渡。



1 / 序 言



CHAPTER ONE

第海南 章地产开发新秩序

第一节 海南房地产开发的历史思考



1 海南第一次房地产开发热潮的反思

- 6/ ① 规范的市场化经营是恒久之路
- 7/ ② 政府需适度调控预防房地产泡沫
- 11/ ③ 重塑海南投资开发精神

2 批建国际旅游岛为海南带来多方投资

- 15/ ① 旅游新市场为房地产开发企业开辟更大舞台
- 15/ ② 多方投资介入,拉伸地产开发空间

3 海南前后期开发格局的六大差异

- 17/ ① 开发状态差异——无序开发 VS 有序开发
- 18/ ② 开发心理差异——机会主义的开发导向 VS 战略先行的开发思维
- 20/ ③ 市场进入方式差异——盲目进入 VS 分步开发
- 21/ ④ 进入企业差异——现金型项目公司 VS 规范化管理的现代企业
- 24/ ⑤ 投资形式差异——投机型投资 VS 长期理性投资
- 26/ ⑥ 行业产业链差异——缺少规范化、制度化管理 VS 高度专业化运作

第二节 海南房地产市场开发新方向



1 海南发展靠什么

- 28/ ① 准确的城市经济定位



30/ ② 清晰的城市品牌形象

32/ ③ 精确的经济发展突破口

34/ ④ 优质的旅游服务能力

2 新政下海南房地产四大开发模式

36/ ① 度假地产——升级产品,转型高端地产

38/ ② 旅游地产——实现生态环境优势最大化

39/ ③ 商业地产——打造旅游新元素,为海南“贴金”

41/ ④ 空港——带动海南旅游的关键

第三节 海南房地产市场开发新机遇



1 城市全面发展,带动区域经济繁荣

43/ ① 海南经济发展潜力大

43/ ② 海南人均收入跨入中等行列

43/ ③ 完善产业结构形成特色产业

2 促进基础设施建设,完善城市配套

44/ ① 投资量空前膨胀,强力改变海南基础设施环境

45/ ② 岛内公路交通网络密布

45/ ③ 连接岛内外的海陆空立体交通网络成形

3 经济活力大幅提升

46/ ① 投资规模扩大,重点大型项目上马

46/ ② 房地产业、建筑业、旅游业三驾马车领航海南经济

48/ ③ 消费需求旺盛,拉动效应明显

4 建立旅游带动地产发展的新模式

49/ ① 海南旅游经济发展迅猛

49/ ② 旅游的强势发展催生海南房地产市场再度火爆

50/ ③ 二、三线土地资源受到关注

50/ ❶ 海南房地产客户户外居多



CHAPTER TWO

第二章 海南 旅游地产的黄金怎么圈

第一节 建设和利用海南独特的旅游资源



1 充分利用海南丰富的热带海岛型旅游资源

56/ ❶ 海南旅游资源独具特色

57/ ❷ 海南旅游资源的四大特性

58/ ❸ 东南亚四大旅游圈综合性对比

2 海南旅游资源与旅游地产结合的三大潮流

61/ ❶ 与海的距离就是价位的体现

62/ ❷ 山水呼应才是真的风水宝地

62/ ❸ 高尔夫球场取代了别墅后院花园

第二节 海南旅游地产发展三大新气象



1 发展区域及品类布局优化

67/ ❶ 区域发展趋势:旅游地产开发东线沿海是首选

69/ ❷ 长线产品布局:优质的高星级酒店是企业长线投资的对象

2 重现海南资源价值

71/ ❶ 建立国际旅游岛:海南旅游优势和潜力被重新认识

71/ ❷ 城市热点:旅游业逐渐成为海南经济的推动力和热点

73/ ❸ 国际旅游岛建设:为海南旅游资源产业带来新转机



3 地产产品向国际旅游岛标准转型

85/ ① 高端旅游地产是地产业在海南的发展方向

88/ ② 海南旅游地产市场三大“长青”产品

第三节 地产名企在海南



1 地产名企的海南势力图

99/ ① 名企“圈地”海南

101/ ② 海南地产开发企业名录

2 海南三大热点旅游地开发区域

116/ ① 泛三亚区域:海南传统湾区

121/ ② 海口区域:豪华、绿色是未来海口地产的关键词

125/ ③ 东海岸区域:海南旅游开发最热的地区

第四节 海南旅游地产的购房者客群模型



1 国际旅游岛带动海南房地产消费市场

131/ ① 海南投资板块划分

132/ ② 海南旅游地产消费市场具有三大特征

2 海南购房客户基本特征分析

135/ ① 来自经济发达城市,学历高、收入高,绝大部分有置业经历

138/ ② 选购以公寓为主,六成拥有 100 平方米以上自有住宅

139/ ③ 南北客户偏好各有侧重

142/ ④ 经济水平影响产品偏好,中低总价、中小房型的公寓受关注

147/ ⑤ 网络是最主要的信息媒体

3 六大投资潜力客户成为海南旅游地产主流

150/ ① 经济投资型客户:以投资或兼自住为主

152/ ② 中产休闲型客户:消费力高于经济型客户,以度假为目的

154/ ③ 中产投资型客户:多能接受 300 万元以上的别墅

155/ ④ 富裕投资型客户:能支配的投资金额较大

157/ ⑤ 富裕休闲型客户:更倾向于享受型房产

160/ ⑥ 养老型客户:看重海南休闲环境



CHAPTER THREE

第三章

推进海南旅游 可持续发展路线

第一节 国际旅游岛以建设生态型自然环境为前提



1 国内旅游城市开发容易触发的四大问题

168/ ① 对旅游地资源认识不足导致开发程度低

169/ ② 旅游地开发方式单一化、简单化

170/ ③ 对资源的掠夺式开发

171/ ④ 旅游地品牌管理粗放

2 海南生态资源:两大核心生态圈布局与发展

177/ ① 海洋生态圈:发展海洋产业的重要资源

180/ ② 海岸生态圈:保护岸边环境资源

3 保护与建设海南生态旅游资源环境

181/ ① 四项措施构成海南生态保护与建设体系

183/ ② 防治海南旅游资源的污染

4 加快建设海南生态优势产业,实现资源、经济双赢

186/ ① 融合海岛与生态资源的旅游业

186/ ② 新建生态型房地产业,打造海南特色产业



第二节 坚持可持续发展，延续海南优势



1 维护海南环境资源可持续发展的措施

192/ ① 坚持以低碳模式发展海南旅游地产

193/ ② 改变生态资源保护方式

2 以海岸带推动海南的可持续发展

196/ ① 海岸带开发是影响国际旅游岛的关键

197/ ② 划分六大功能区开发海岸带



CHAPTER FOUR

第四章 海南的榜样

第一节 国内优秀旅游城市的成功开发标杆



1 差异化区分城市优势品牌

202/ ① 优秀旅游城市品牌具有三大特征

204/ ② 塑造旅游城市品牌的五大策略

2 “海边城市”范本——滨海型城市

207/ ① 大连——围绕“浪漫之都”建立旅游产品特色

213/ ② 厦门——创建美丽、温馨的花园城市

218/ ③ 秦皇岛——京津后花园

3 热点旅游城市样本——休闲型旅游城市

223/ ① 杭州——从“旅游城市”到“城市旅游”的变迁

229/ ② 丽江——特色民族文化铸就品牌旅游

233/ ③ 成都——休闲之都

第二节 世界名岛屿城市榜样



1 海南的三大国际榜样范本

237/ ① 普吉岛——高性价比旅游产品是绝对优势

240/ ② 巴厘岛——政府支持与资源保护缺一不可

241/ ③ 新加坡——花园城市是世界性标志

2 热门度假岛屿成功发展的七大细节

246/ ① 大力发挥政府部门的作用

246/ ② 旅游规划编制起点高、执行严格

247/ ③ 高度重视生态环境的保护

247/ ④ 加强旅游地的宣传促销

248/ ⑤ 引进西方投资和管理,提高开发和经营管理水平

248/ ⑥ 营造良好的社会环境

249/ ⑦ 注重不同度假区的开发时序和分布

251 / 后 记