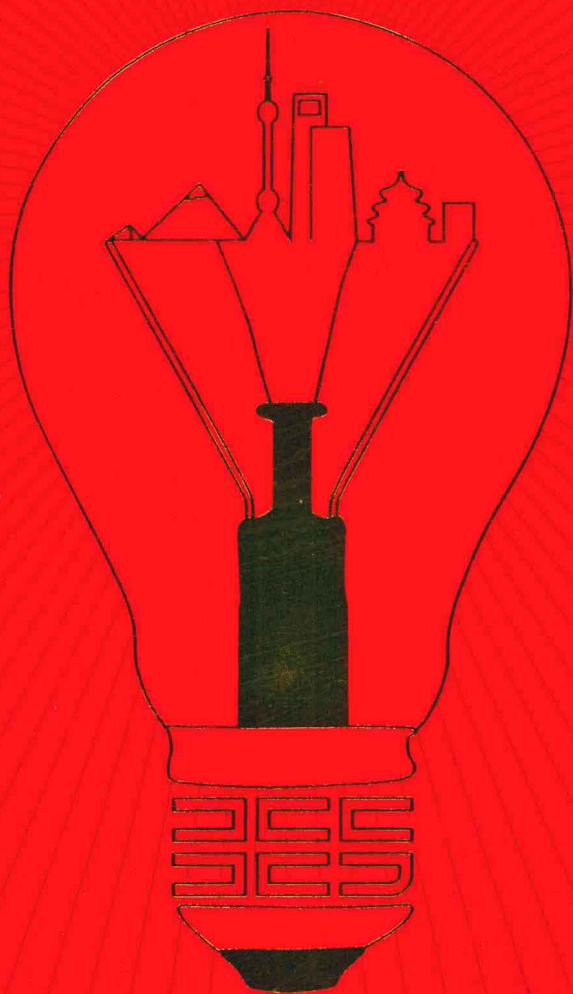


迅速提升旅游地产全程价值的BES经验

谁的地产被旅游照亮

——中国旅游地产十大模式分析

盛永利 杨小兰 赵永忠 等编著



化学工业出版社

谁的地产被旅游照亮——中国旅游地产十大模式分析

盛永利 杨小兰 赵永忠 等编著



化学工业出版社

·北京·

内容简介

本书以大量实战案例为主要内容,详细剖析了中国旅游地产的十大驱动模式,即:5A级景区、创意农业、历史文化遗产、温泉、主题商业、滨水、文化创意、宗教文化、高尔夫、主题公园。丰富的经典案例辅以深刻、精辟的理论阐释。理论分析与实践经验相互印证,图文并茂,资料翔实,是一本具有较强指导性和操作性的经典著作。

图书在版编目(CIP)数据

谁的地产被旅游照亮 —— 中国旅游地产十大模式分析 /盛永利, 杨小兰, 赵永忠等编著. —北京:化学工业出版社, 2011. 11

ISBN 978-7-122-12736-5

I. 谁... II. ①盛...②杨...③赵... III. 旅游-房地产开发-案例-中国 IV. F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第220724号

责任编辑:李丽

装帧设计:刘小波 田志月 张辉

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印刷:北京云浩印刷有限责任公司

装订:三河市万龙印装有限公司

710mm×1000mm 1/16 印张 19³/₄ 字数 387千字

2012年1月第1版 2012年1月第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 68.00 元

版权所有 违者必究

序

随着工业化、城市化在全球的全面推进，自动化、信息化使人类劳动强度减少和生产效率提高，人类社会总体上用于从事体力劳动的时间缩短，促进了人类社会的休闲化发展。另一方面，交通技术和基础设施，特别是跨国界、长距离旅行的速度、便捷和安全系数的提高，使得人类社会正以前所未有的态势走向移动性全面提升时代。1999年美国《未来学家》杂志刊登的一篇文章指出：2015年部分发达国家将进入“休闲时代”，发展中国家也将紧随其后。“有钱”、“有闲”和“有移”，使得人们在满足基本生活需求的基础上，进一步产生了旅游度假的需求，且这种需求不单纯是异地观光，而是回归自然、复归人性的休闲度假旅游。我国旅游业已经从大众观光的“门票旅游时代”向观光游览、商务旅游和休闲度假三驾马车并驾齐驱的“泛旅游时代”转变。伴随着观光旅游和度假旅游，房地产领域出现了旅游地产和度假地产。

与大众观光旅游相比，“泛旅游时代”打破了传统旅游产业内部的界限，也突破了旅游业与上下游产业的界限。泛旅游时代的特点主要可以从这样四个方面进行概括：首先是游客层面，旅游者泛化，称之为“广义游客”；第二是旅游活动的泛化，称之为“无限活动”；第三是旅游活动空间的泛化，即“全景空间”；第四是

旅游产业的综合化、链条化，即“综合产业”。所谓综合产业，是指超出观光、休闲与度假等传统愉悦旅游概念的更加泛化的旅游产业群概念，是为人们提供具备趣味性、艺术性、知识性、刺激性、福利性和服务性等体验消费的一系列产业的总称，其内容拓展到了商务会展、康体运动、文化娱乐与生态探险等领域，产业链连接到酒店、餐饮、运输、地产、商业、农业和创意产业等层面，融合之后的产业结构将形成很高的附加值和溢出效应。

在中国现代化与城市化进程中，人们的 lifestyle 也好，旅游形式也罢，都呈现双轨并行的情况：一方面逐渐与西方现代社会潮流融合、同化；另一方面也形成其自身特点。了解这些不同，或者从更高的要求来说，开发者应该努力创新和保持中国自身的独特品质，也许才是我们能够寻找到自身定位、长久立于不败之地的一个解决之道。比如，中国人的度假行为与西方人的度假方式存在着很大差异，为度假者提供的度假地产也就应该有所不同。我们注意到，以欧美为代表的西方国家现代化日程比我们早一个世纪左右，他们已经实现了较充裕的物质条件、较完善的社会保障福利制度和习以为常的假期安排，所以他们在旅途中更爱刺激与冒险的旅行生活。而中国正处于高速发展期，工作，生活普遍压力大、节奏紧张，社会保障体系不完善，缺少带薪休假的支持能力和社会习惯，因此在旅游度假时希望尽可能地放松和快乐。与此相呼应，投资商开发的新型旅游度假开发项目中，“娱乐主导、快乐优先”的产品就会更受市场青睐。在规划中，我们经常提“重文化、轻旅游”，就是说文化要作为旅游开发的重点来抓，但其表现形式必须是轻松的、愉快的。

中国人的度假市场是一种综合性的旅游消费市场。与西方相比，除了为数不多的高端市场，大多数中国游

客对于每次出游的支付意愿低、价格敏感性高、体验组合性强、边际效益大、市场分化度弱，即一次出行能够去尽可能多的地方、看尽可能多的景点、体验尽可能多的产品和项目，特殊兴趣旅游的市场尚不成熟。针对中国旅游度假市场的综合特点，旅游地产和度假地产的开发往往需要设计提供多种项目和产品。大量项目在一个目的地的集中，就需要占用较大面积的土地，投入较大规模的资金，依赖复杂细腻的运用与营销团队。其结果，必然导致对开发商的融资能力、地方政府的供地能力、开发管理者的创新和专业化水平，产生极大的依赖。而恰恰在这一点上，我们的房地产业界似乎并未做好准备。在几次有关旅游地产论坛上，我都呼吁旅游地产应该是旅游加上地产，让旅游地产变得更加旅游一些，其根据就是我们的准备尚未就绪。

东西方文化上的差异还表现在对度假方式和度假产品偏好的不同上。东方人强调集体主义感，欧美人则强调个体主义（Individualism）。反映在旅游方式和度假产品方面，欧美人的第二住宅盛行，背包客普遍，家庭旅馆大行其道，喜欢孤身走近原野、走近乡村；而中国人则喜欢集体聚会、热热闹闹、吆五喝六，热点景区趋之若鹜，原野地域避之不及。正是基于这样的观察，我才在国际上流行的四种度假地即海滨大众旅游、温泉水疗旅游、冬季滑雪基地和乡村度假旅游之外，还提出中国有些城市本身可以建设成为另外城市市民的度假地：城市型度假地。现成的案例就是成都。

近年来的房地产紧缩政策和休闲社会的款款到来，催热了旅游与度假地产的发展。所谓旅游与度假地产，是以优美、丰富和深厚的景观资源为核心，养生福利、互动参与和怡情娱神的多种游乐、商业、运动等项目为依托，完善的旅游度假经营设施和丰富的活动组织相配套，从而对旅游者产生强烈吸引的服务综合体。其核心

是旅游资源和旅游设施，旅游与度假地产表面上看属于房地产业，实际上首先是旅游产业，因为如果没有旅游需求也就谈不上旅游度假地产。旅游度假地产的核心是“旅游”和“度假”而不是“地产”，其产品形式是“度假服务”而不是“房屋供应”。正是基于此，旅游与度假地产的销售模式、管理模式也就明显不同于以往的住宅地产和商业地产模式。认识到这一点非常重要，从这里出发，我们需要做出更多的努力，探索和建立符合中国市场特点、政策要求和社会发展的旅游地产框架。

如何构建这样一个符合中国环境的旅游与度假地产框架，显然不是一蹴可就的目标。但我们至少可以从这样几个角度进行思考和探索：旅游度假地产如何与全国城市化进程相结合？中国本土文化如何与西方经验相结合？旅游度假地产如何与其他多种产业有机结合？不断细分的市场如何与综合产品开发相结合？我们的人口基数庞大，人均占有资源数量很少，人均面积都是别人的几百分之一、甚至几万分之一，中国大量城市化以后，一方面，纯自然的度假旅游资源会越来越少，另一方面，中国有度假需求的庞大城市人口又没有那么多的地方可以去，如此一来，就会出现城市内度假的现象，在城市周边的郊区也会出现一系列环城市休闲度假地产。未来中国会有一批城市变成度假地，如成都、桂林、丽江、苏州和扬州等，未来都有会成为度假城市的可能性，也就是说，中国的一些城市不必再走工业化道路，而是应走服务业和旅游业的道路，这些城市的旅游度假地产应该得到充分的发展。

本书是一部集体创作的结晶，大地风景（BES）团队近年来一方面关注从理论角度研究探索旅游地产的基本规律，另一方面积极投入旅游度假地产的规划设计和投资管理咨询，逐渐建立了一套相对完整的体系，从旅

游导向型土地综合开发模式（TOLD），到创意旅游综合体理论（CTC），再到这一本对旅游度假地产开发具体场景模式的提炼。尽管目前这些探索仍未臻成熟，但我们的团队将会继续努力。我想，一本书，有了自己的案例积累，有了深入的理性思考，多多少少能够触及一些这个行业的穴位。至于如何诊断治理、如何创新建设和如何健康发展，就将依靠我们业界、学界和政界更多、更广泛的合作来实现了。



吴必虎
北京大学旅游研究与规划中心主任、教授、博士生导师
国际旅游学会秘书长
大地风景国际咨询集团首席合伙人
2011年10月23日

1 5A级景区驱动型旅游地产开发模式…………1

- 1.1 模式解读 5A级景区的“二次创业”转型开发模式解读 / 2
- 1.2 BES实操案例一 张家界天门仙境国际养生度假区——大项目带动的养生地产开发模式 / 6
- 1.3 BES实操案例二 环九寨沟的产品创新突围 / 18
- 1.4 BES实操案例三 峨眉山半山养生度假区：以度假地产为核心的立体产业链模式 / 26
- 1.5 经典案例 区域主题旅游地产发展路径——以东黄山旅游度假区为例 / 32

2 创意农业驱动型旅游地产开发模式…………35

- 2.1 模式解读 创意农业导向型旅游地产开发模式解读 / 36
- 2.2 BES实操案例一 中国（宁夏）贺兰山东麓葡萄文化长廊——葡萄为导向的全产业链发展模式 / 40
- 2.3 BES实操案例二 创意蓝色经典——蓝莓为导向的全产业链发展模式 / 58
- 2.4 BES实操案例三 西双版纳茶禅世界旅游度假区——茶主题创意驱动下的地产开发模式 / 60
- 2.5 BES实操案例四 紫海香堤艺术庄园——精细化创意与浪漫典范的香草艺术 / 62
- 2.6 经典案例 波尔多小镇 / 66
- 2.7 媒体报道 葡萄长廊狂想曲——专访大地风景设计总监盛永利 / 68

3 历史文化遗产驱动型旅游地产开发模式…73

- 3.1 模式解读 传统在现代之中重生——历史文化遗产驱动型旅游地产模式分析 / 74
- 3.2 BES实操案例一 传奇世界，东方经典——西安华清宫模式 / 78
- 3.3 BES实操案例二 旅游地产的传奇——曲江新区的爆炸式发展之路 / 84
- 3.4 BES观点 历史文化遗产驱动型旅游地产发展的问题与预测 / 96
- 3.5 媒体报道 曲江的成长故事——专访大地风景设计总监盛永利 / 100

4 温泉驱动型旅游地产开发模式…………105

- 4.1 模式解读 温水里泡大的中国第一大休闲产业 / 106
- 4.2 BES实操案例 固安温泉城——温泉资源的TOLD模式提升 / 110
- 4.3 经典案例一 多点布局，连锁制胜——天沐温泉成功之道 / 122
- 4.4 经典案例二 珠海御温泉：创造多端盈利“温泉+X模式” / 128
- 4.5 经典案例三 北京九华山庄——温泉产业链深耕模式 / 132

5 主题商业驱动型旅游地产开发模式……137

- 5.1 模式解读 从探索到成熟——主题商业驱动型旅游地产开发模式解析 / 138
- 5.2 BES实操案例 屯溪老街：重现徽派商业文化的历史街区 / 144
- 5.3 经典案例一 宽窄巷子——打造“最成都”范本 / 150
- 5.4 经典案例二 丽江古城——多元业态下的新型生活方式引导者 / 154
- 5.5 经典案例三 云顶高原娱乐城——山水之间的大型旅游商业综合体 / 156

- 5.6 经典案例四 蓝色港湾——打造北京首席新生活商业中心 / 158
- 5.7 经典案例五 三里屯Village——时尚、艺术与商业交融的前沿地带 / 160
- 5.8 BES观点 主题街区的现状及出路 / 162

6 滨水驱动型旅游地产开发模式·····167

- 6.1 模式解读 滨水驱动型旅游地产开发模式与特征 / 168
- 6.2 BES实操案例 天津团泊湖国际休闲博览园 / 170
- 6.3 经典案例一 雅居乐·海南清水湾 / 180
- 6.4 经典案例二 龙湖·葡醍海湾——亚洲唯一的世界葡萄海岸 / 184
- 6.5 经典案例三 滨海旅游综合体“欢乐宝石”圣淘沙岛 / 186
- 6.6 BES观点 湖泊型旅游生态社区建设 / 194

7 文化创意驱动型旅游地产开发模式·····199

- 7.1 模式解读 文化+创意+产业+旅游的TOLD综合开发模式 / 200
- 7.2 BES实操案例一 鄂尔多斯文化创意产业园——创意鄂尔多斯 / 204
- 7.3 BES实操案例二 泥人文化创意博览园——创意无锡旅游、传承泥人文化 / 220
- 7.4 经典案例 798——中国当代艺术的飞翔地 / 226
- 7.5 BES观点 文化为媒、产业为魂打造文化创意产业 / 230

8 宗教文化驱动型旅游地产开发模式·····233

- 8.1 模式解读 宗教驱动型旅游地产的开发模式及特征 / 234
- 8.2 BES实操案例 道田执手楼观台——西安楼观道文化展示区 / 238
- 8.3 经典案例一 世界佛都进化论——法门寺文化景区 / 244
- 8.4 经典案例二 在别处，在南山——南山文化旅游区 / 250

9 高尔夫驱动型旅游地产开发模式·····255

- 9.1 模式解读 高尔夫驱动型旅游地产开发模式与特征 / 256
- 9.2 BES实操案例一 青岛藏马山国际旅游度假区——香草及蓝莓的休闲高尔夫体验 / 258
- 9.3 BES实操案例二 青山国际生态旅游度假区——国际级山地度假高尔夫的高端体验 / 270
- 9.4 BES观点 新形势下的高尔夫与度假地产的关系 / 276

10 主题公园驱动型旅游地产开发模式·····279

- 10.1 模式解读 主题公园驱动型旅游地产开发模式——新政下的主题公园走向 / 280
- 10.2 BES实操案例 洛阳·黄河风情水乐谷 / 282
- 10.3 经典案例一 主题公园综合体——奥兰多迪斯尼世界 / 288
- 10.4 经典案例二 常州环球恐龙城 / 294
- 10.5 经典案例三 常州春秋淹城——文化休闲型旅游主题公园 / 298
- 10.6 BES观点 如何在洛阳打造创意主题公园 / 300

1

1.1 模式解读 5A级景区的“二次创业”转型开发模式解读

1.2 BES实操案例一 张家界天门仙境国际养生度假区——大项目带动的养生地产开发模式

1.3 BES实操案例二 环九寨沟的产品创新突围

1.4 BES实操案例三 峨眉山半山养生度假区：以度假地产为核心的立体产业链模式

1.5 经典案例 区域主题旅游地产发展路径——以东黄山旅游度假区为例

截至2011年9月，全国共有119家旅游景区成为国家5A级旅游景区。5A级景区因为其独有的特色资源及品牌价值，成为国内旅游的重点目的地，并且因景区及所在地拥有更多的境内外客源市场份额，产生了较大的社会效益及可观的经济效益。

随着中国旅游产业的进一步发展，5A级品牌景区给区域旅游及地方经济发展带来越来越大的影响。但是，5A级景区也受到景区面积有限，游客需求越来越大，保护要求越来越高，产业发展越来越多元的挑战。基于游客、企业、政府、居民等多方对5A级景区的诉求，顶级景区正逐步走向“二次创业”的转型之路，与旅游地产的联姻及互动式开发是转型阶段最重要的举动。5A级景区的类型有文化类、主题类、自然类等多种类型，本文选取山地型旅游景区作为研究和探讨的主体样本。

在“5A景区+地产”模式的驱动下，国内众多景区开始“二次创业”或跨越式发展的实践。地产巨头万达联合多家地产公司巨资打造长白山休闲度假区，泰山脚下方特欢乐世界主题旅游地产项目开始运营，环峨眉山、青城山休闲度假地产及旅游地产布局趋于完善，环黄山脚下以徽派风格为主的文化旅游地产做得有声有色，就连原生态经典景区九寨沟也开始在外围布局精品酒店、旅游小镇、高端住宅、会议中心等服务集群。传统的5A级山地型景区，年接待游客数量基本都在200万人次以上，并且呈现逐年上升的趋势。人数众多的游客为旅游地产项目提

供了大量潜在的购买和消费人群，解决了旅游地产的市场问题。这是在5A级山地景区开发旅游地产的优势。同时，旅游地产的开发又为景区提供了大量的服务设施及休闲度假产品，进一步扩大了景区的承载力，提升了游客的消费水平，增加了游客的停留时间。因此，在一定意义上说，在山地型5A级景区借力旅游发展地产，依托地产平衡景区发展是一种可行的互动模式。本文以张家界、九寨沟、峨眉山等景区开发案例来解析该类型旅游地产的开发模式及操作流程。

目前，顶级景区的“二次创业”模式大概可概括为以下几类。

1.1.1 新型旅游度假区配套TOLD模式（旅游导向型土地综合开发模式）

随着顶级景区“二次创业”转型的需求越来越迫切，由核心景区作为核心吸引物及经营主体，外围配套建设休闲度假设施，增强区域产品的丰富性及游客停留的时间，成为众多顶级景区选择的一种模式。

该类模式的典型特征为：度假区地块选址围绕核心景区，在其近距离范围内（一般不超过50公里），且不属于景区保护区范围，这是生态环境优异、未开发（或浅开发）的原生态区域。通过管委会或大投资商进行整体运营开发，引入核心引擎项目，塑造度假品牌形象，后期通过旅游地产等多产业链收益等进行风险对冲。

随着度假区大规模投资，对旅游吸引物及度假主题的选择也尤为重要，通常情况下包含有：温泉主题驱动、养生主题驱动、运动主题驱动、娱乐主题驱动、文化主题驱动和多元主题综合驱动等多种驱动模式。各个度假区应该充分考虑现有基地自然环境、外围文化环境、整体投资环境和区域市场环境，选择合适的主题及产品产业体系，只有这样才能形成以旅游为导向的土地综合开发的新型模式。

1.1.2 旅游景区+旅游城市模式

国内多个知名5A级景区都是依附于某个旅游型城市，在传统发展模式，景区扮演着承接游客观光的主体，而城市只是起作为核心景区的旅游集散、旅游基础服务和旅游设施配套等功能，形成了国内普遍的“白天看庙、晚上睡觉”的旅游现象，基本为门票经济代表的传统观光旅游形式。

随着游客需求的变化及产品结构的升级，中心景区由于其生态基底功能的强调，旅游产品还是集中在观光及功能体验，更多的产品功能必须外置。于是形成

了以休闲、娱乐、购物、演艺及会议等功能集中的旅游型城市。游客在选择顶级景区作为旅游直接目的地之外，也选择将景区所在的城市作为间接旅游目的地。

旅游城市的打造则为核心景区提供了更多的产品序列，更好地提升了城市的品牌影响力及软实力。由于城市功能的日益多元与完善，最终会形成游客与居民和谐共处的“居游共享”模式。同时，旅游城市也因为整体生态环境和人居环境的优化，使更多的城市外围旅游地产得以蓬勃发展。

该类型模式的代表有：泰山+泰安双核驱动、都江堰+都江堰市、西湖+杭州、玉龙雪山+丽江等。

国内十大山地型景区及其旅游地产开发状况分析表

序 列	名称	位置	核心资源与特色	游客量 /万人次	收费情况	主要旅游地产项目
1	长白山	吉林	天池、三江源头、植被群落、峡谷瀑布	200	门票 100 元/人	200 亿万达长白山地产
2	泰山	山东	历史文化、山峰古树、建筑石刻、遗址石窟	396	旺季 127 元/人，淡季 100 元/人	100 亿峨秀湖度假区
3	黄山	安徽	黄山四绝（奇松、怪石、云海、温泉）黄山三瀑	252	旺季 230 元/人，淡季 150 元/人	东黄山旅游度假区 黄山区徽府 黄山中信湾
4	峨眉山	四川	佛教文化、四绝（日出、云海、佛光、圣灯）峨眉新旧十景	500	门票旺季 150 元/人，淡季 90 元/人	峨眉山天颐温泉度假小镇、峨秀湖国际度假区、峨眉山七里坪国际度假区、峨眉山景区蜀尚国等旅游地产
5	庐山	江西	温泉瀑布、山峰植被、历史文化、宗教文化、《庐山恋》	209	门票 180 元/人，旅游环 保车 65 元/人	天沐星子温泉 中僑庐山云海旅游地产项目
6	华山	陕西	华山五峰、华山松、道教文化	153	门票旺季 180 元/人，淡季 90 元/人	320 亿打造华山太华湖生态旅游度假示范区
7	武夷山	福建	道教文化、野生动植物资源、山水风光、丹霞地貌、大红袍	635	门票 1 日游 140 元/人，2 日游 150 元/人	万达集团武夷山旅游地产 武夷新区旅游地产
8	五台山	山西	佛教文化、奇峰灵崖、五大高峰、五台古刹、以翠海（高山湖泊）、叠	321	门票旺季 168 元/人，淡季 140 元/人	禅宗主题酒店 山居式旅游地产 九寨天堂会议中心
9	九寨沟	四川	海、彩林、雪山、藏情“五绝”驰名中外	170	门票旺季 320 元/人 观光车	喜来登国际酒店 月亮湾度假村
10	张家界	湖南	石英砂岩、天门山、典型地貌及生态植被景观	1524	张家界森林公园 248 元/人（两天）301 元/人（周末）	20 亿、阳和国际休闲度假区 150 亿、天门仙境国际养生度假区

1.1.3 多元驱动共赢模式

当核心景区具有大范围复合影响力时，多元驱动的区域旅游发展模式得以实现。核心景区在生态、文化、资源和城市发展等多重作用力的推动下，会在不同层面形成针对不同客户群的产品体系。

该种模式以政府主导及多元投资为驱动，将各种序列产品在宏观范畴内进行资源整合，进而形成多元投资多端收益的共赢模式，最后会形成环山型多组团开发模式。

该种模式的代表有黄山多元复合型产品驱动、庐山度假复合型产品驱动及长白山地产复合型产品驱动等。

黄山旅游在原有观光旅游基础上大力发展乡村旅游、会展旅游、自驾车旅游、体育探险旅游、师生修学旅游和银发养生旅游等新的旅游产品，加快推动黄山旅游从以观光型为主向观光、休闲度假和专项旅游于一体的复合型转变。目前已在黄山景区东大门建立了东黄山旅游度假区，黄山景区也与东黄山度假区联手互动，把山上观光与山下休闲度假结合起来，围绕黄山形成多个度假功能及旅游地产组群，做到市场共拓、资源共享、携手共赢的大黄山开发新模式。

从旅游地产层面进行切入时，投资商及地产商在进行旅游资源框定和土地资源整合的过程中，为实现最终的地产收益及产业收益，会更多地选择第一种模式作为突破口。BES大地风景旅游咨询集团在最近几年中介入了大量类似项目，希望通过部分案例的解读，让读者更好地理解以顶级景区为核心的新型旅游度假区的地产发展模式（TOLD+主题度假地产模式）。

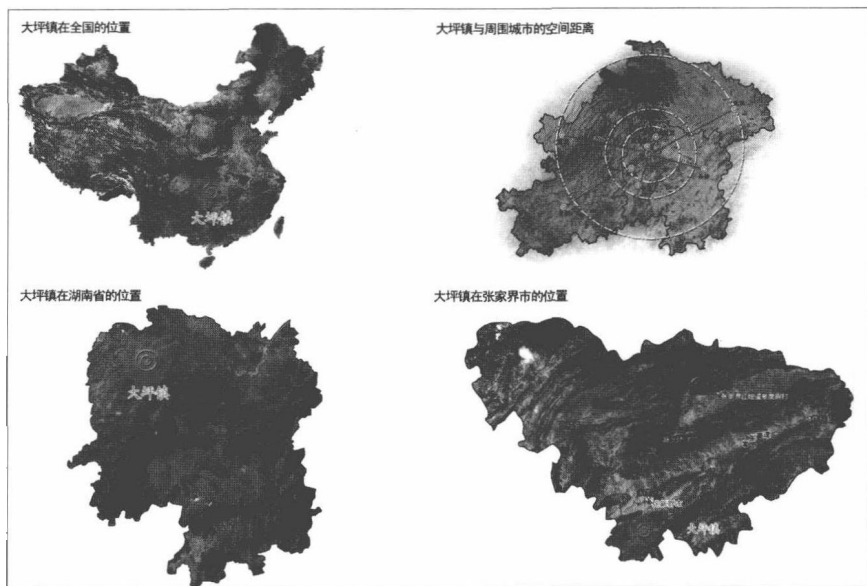
张家界天门仙境国际养生度假区位于张家界市永定区天门山南麓的大坪镇，与张家界市区仅由天门山分隔，交通距离张家界市33公里（直线距离12公里），距武陵源景区61公里。

在张家界旅游风生水起的发展背景下，张家界旅游发展也面临着“二次创业”的挑战。世界遗产的观光旅游已在全国乃至世界产生了广泛的影响力。随着旅游市场由观光旅游向休闲度假旅游转变，张家界已有的旅游产品已不能完全适应新时期的发展需求，需要不断开发新的旅游产品。张家界自身也在积极进行调整和转变。

天门仙境度假区，将在现有的天门山观光景区的基础上，实现天门山南坡、北坡的立体开发，吸引游客探寻“天门洞背后的故事”，建设休闲度假旅游区，将观光旅游与休闲度假旅游进行有效结合，共同构建大天门旅游区，为游客提供可住、可养、可动、可赏、可玩的综合旅游度假区，实现天门山一体化的跨越式发展，最终将极大提升中心城区旅游服务的核心作用，推动张家界实现“二次创业”的战略性结构调整。

天门仙境国际养生度假区是以张家界市区发展为依托，以天门山旅游和大坪独有的休闲度假环境为基础，打造以康体养生地产为主要带动力的，集生态旅游、休闲度假、高山避暑、体育休闲、山水风光与民俗风情体验等功能于一体的

效益显著、功能完善、特色鲜明、可持续发展的具有规模带动效应的中国最佳山岳型生态养生休闲度假旅游目的地。规划到2025年，建设成为国际一流的世界级休闲度假旅游胜地。



天门仙境国际养生度假区的总体规划由北京大地风景国际咨询集团于2010年制作完成，于2011年2月吸引香港正御集团投资，该集团决定投资人民币150亿打造这一集养老、旅游、休闲为一体的综合项目，该项目被列为湖南省十二五发展规划重点项目。

1.2.1 项目简介

整体国际养生度假区共118.4平方公里，其中包括一个镇区95.4平方公里，一个国有林场17平方公里及一个村庄约6平方公里。

1.2.1.1 发展背景

(1) 景区密集的张家界旅游发展面临的新形势

张家界是中国旅游发展的传奇，凭借世界级的旅游资源和国际化的旅游市场，加上张家界政府部门超级灵敏的营销嗅觉和极具轰动效应的推广手腕，张家界旅游知名度不断增加。经过三十多年的发展，张家界已成为国内外知名的旅游目的地，并将“建设世界旅游精品”和“打造世界级旅游目的地”作为旅游业发展的目标。张家界资源品质较高，优质资源较多，形成了以武陵源为首的系列旅游产品，5A级和4A级旅游景区在2A至5A级旅游景区数量中占到了一半以上。