

绿色城市
GREEN CITY

O2O

旅游
地产

洲联集团 编著

中国建筑工业出版社

绿色城市
GREEN CITY

O2O

旅游
地产

洲联集团 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游地产 / 洲联集团编著. — 北京 : 中国建筑工业出版社, 2014.12

(绿色城市O2O)

ISBN 978-7-112-17466-9

I. ①旅… II. ①洲… III. ①旅游—房地产开发—世界—文集 IV. ①F299.1-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第253933号

责任编辑: 马彦

责任校对: 陈晶晶 刘钰

绿色城市O2O

旅游地产

洲联集团 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

洲联集团五合视觉制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 7¼ 字数: 200千字

2015年4月第一版 2015年4月第一次印刷

定价: 45.00元

ISBN 978-7-112-17466-9

(26270)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

目录

总序

绿色城市 O2O	004
----------	-----

序

看好旅游地产的几点理由	006
-------------	-----

市场趋势篇

2014 年旅游地产大趋势	010
O2O 让旅游地产插上在线营销的翅膀	018
再论海南旅游房地产业广阔前景	024

观点热议篇

旅游城镇的可持续发展之路 ——美国奥林匹克国家公园行记	032
旅游地产之风景名胜区	042
酒店业与旅游地产的相互依存	048
浅谈体验型商业中的主题表达	060
旅游地产从“商品化”走向“资产化”	066
让高端旅游走出象牙塔	070

规划设计篇

旅游地产开发中的 D+D 设计模式	076
新型城镇化视野下的人文景区规划初探 ——以湖北省黄梅县禅宗文化园规划设计为例	084
宗教文化旅游产品的体验性策划设计 ——以茅山盐泉小镇为例	094
汉文化，可以创造怎样的旅游地产奇迹？	106
宗教文旅产品的落地 ——以宗教文化主题明星产品塑造文旅地产品牌	112

绿色城市
GREEN CITY

O2O

旅 游
地 产

洲联集团 编著

中国建筑工业出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

旅游地产 / 洲联集团编著. — 北京 : 中国建筑工业出版社, 2014.12

(绿色城市O2O)

ISBN 978-7-112-17466-9

I. ①旅… II. ①洲… III. ①旅游—房地产开发—世界—文集 IV. ①F299.1-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第253933号

责任编辑: 马彦

责任校对: 陈晶晶 刘钰

绿色城市O2O

旅游地产

洲联集团 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

洲联集团五合视觉制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 7¼ 字数: 200千字

2015年4月第一版 2015年4月第一次印刷

定价: 45.00元

ISBN 978-7-112-17466-9

(26270)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

编委会

主编：
刘力

副主编：
赵云伟 卢求 陶滔 严涛

编委会成员：
金童 范赞 秦威 高怡 王一林 陈国强 周雄
陈迎 徐小茜 程晓珊 罗丹珩 满莎 王玮琦
宋寅伍 杨文斌 刘海强 吴茂辉 杨振宇
洲联集团·五合智库

美术编辑：

 五合视觉
WUHEHART VISION

总序

绿色城市 O2O

文：刘力\洲联集团

人类社会进入信息时代，生产方式、生活方式甚至社会结构都因移动互联网技术进步而颠覆。

城市注定因生产方式与消费方式的变化而改变。信息技术进步使得生产地、研发地、原料产地、消费市场、总部可以完全分开，因而改变了城市的结构，推动世界级城市区域（Global City Region）的形成。

城市生态同样需要重新调整，绿色城市是全球人居事业追求的新方向。城市功能更加有机综合，城市空间更加多中心组团化，城市环境更重视生态低碳。对绿色城市提供最强信息技术支持的是互联网，对绿色城市生产和生活方式提供创新模式的就是 O2O。

新型城镇化的大潮下，人口毫无悬念地向大城市及周边地区聚集。城市用地规模的增长并不是传统意义上的摊大饼，而新的不动产将不是传统物业的简单复制。由于信息汇总与交互方式的革命，城市建设的决策与生产方式正在发生重大改变。

首先，大数据改变了对需求的判断与应对。投资

决策、项目定位、业态与服务的选择都离不开对大数据的掌握。从微观的项目筹划到宏观的城市规划都正在进入大数据时代，而 O2O 正是大数据生成的重要基础来源。O2O 基础上形成的大数据质量、及时性和准确性将极大优化，从而提高决策的速度和精度，使得产品和服务的大规模定制成为现实。

其次，线上公众舆论与公关活动决定了线下的市场规模与商业物业价值。无论是文化时尚价值、品牌口碑价值、线上服务交易价值，都由线上虚拟社会的公众互动决定。实体店的消费活动不过是线上文化与消费活动的延伸，实体店越来越多承载文化社交的功能，以体验性来兑现其传统零售商业价值。脱线上决策与商务互动的不动产开发时代彻底终结。

再次，不动产的价值都离不开后期运营服务的支持，无论是酒店办公与商业类的运营、健康养老类的监控护理、社区生活便利服务配套，还是物流路线规划和仓储管理，都直接依赖线上服务与大数据资源的占有。O2O 服务的实现也使得产权共享、项目服务连锁、跨城市跨区域跨国界的分

时度假居住得以实现。

更值得关注的，掌握线上服务的电商已经成为市值最高的产业，并且华丽转身成为投资线下不动产的新势力。无论电商向下游物流实体店的扩张，还是开发商向上游线上服务的延伸，O2O 注定成为不动产行业的标配，更引发不动产行业生产方式与产品形态的变化。

O2O 不只是交易与服务的方式的进化，更成为决定不动产价值的一个全新维度。对于城市，人居品质的提升也取决于 O2O 作为催化剂，对空间环境与服务环境的重新塑造。毕竟，O2O 中的虚拟决策技术将减少社会实践的盲目性，降低实体物质的浪费和无谓的能源消耗。从这一意义而言，人们期待的绿色城市、智慧城市时代，随着不动产开发与运营层面 O2O 的实现，才会真正到来。

正如钢材水泥的出现改变了建筑形态，汽车的出现改变了城市形态，O2O 的出现注定改变城市区域形态。所谓“互联网思维”，改变的不仅是不动产形态、决策与生产方式、整个投资开发大行业的格局，而是彻底改善我们的生存环境。

毫无疑问，当今时代是一个产业革命和结构调整的大时代，新能源和互联网已然成为两大重要支点。它们对传统产业的重塑和再造，在大幅提高经济效率的同时，也极大地降低能源消耗。因此，在这个大时代，对城市与不动产的研究，不可能忽视 O2O 这一产业革命与城市革命新动力。

洲联集团作为绿色城市全产业链服务机构，以敏锐的观察提出 O2O 是整合城市、金融、不动产的关键。这套“绿色城市 O2O 系列”丛书，好比一把智慧钥匙，开启展望中国城市未来的窗口。

序

看好旅游地产的几点理由

文：陈国强\中国房地产学会副会长、北京大学教授

近年来，有别于常规住宅领域市场的起伏与冷热转换，旅游地产如雨后春笋般正遍布祖国的大江南北，并成为房地产诸多业态中的一道亮丽风景。

从发展环境看，融旅游、休闲、度假、居住等功能于一体的旅游地产的异军突起，既是伴随着中国经济快速发展，新兴中产阶层特别是财富阶层全新生活理念的特殊表现，也是房地产行业转型发展的结果，同时也与国内旅游产业的蓬勃发展、地方政府的积极助推是分不开的。

改革开放已逾 30 年，在中国经济实现快速发展的同时，也催生了一批数量庞大的财富阶层。美国波士顿咨询公司于 2013 年 6 月发布的全球财富报告显示，2012 年全球百万美元资产家庭的数量达到 1380 万，美国是百万资产家庭最多的国家，其次为日本和中国。该机构预计，中国将很快超过日本位列第二。这些财富阶层在生活理念上更加注重休闲度假，注重向精神层面回归。在目前的地产业形势下，旅游休闲地产无疑既能满足他们休闲度假需求，同时也是符合他们新生活理念的最好产品。消费群体在快速壮大，这是我们看好旅游地产未来发展的第一个理由。

其次，从房地产行业升级发展和地产变革的角度看，中国房地产行业用十多年的时间走过了其他国家用 30 年、50 年甚至更长时间才完成的发展历程，我国城镇居民达到了 80% 以上的住房自有率水平。从产业升级的角度，我们可以预见，一些中心城市传统住宅地产独领风骚的时代很快将成为历史，商业地产、养老地产等复合型地产将越来越多地进入人们的视野，而兼顾了旅游和地产两个重要产业，兼具了消费和投资双重特性的旅游地产将成为一种重要的地产形态。从发达国家的经验看，当一个国家或地区的人均 GDP 达到 3000 美元以上时，旅游地产开发将成为房地产的重要方向。

第三，中国旅游业的蓬勃发展为旅游地产创造了巨大需求。从全球旅游行业总体情况看，现在全球旅游业及其相关产业所形成的 GDP 大约占到了世界 GDP 总量的 20%，在一些市场经济成熟的国家，旅游业的支柱产业地位就更加突出。从国内情况来看，旅游业已经和住宅产业、汽车产业及通信产业一起成为我国国民经济的四大重要增长点。目前中国旅游业的收入已占国内生产总值的 6%。根据国家旅游局发布的统计数据，

2013年,我国旅游业全年实现总收入29475亿元,比上年增长14.0%。国内旅游市场方面,2013年,国内旅游人数32.62亿人次,比上年增长10.3%;国内旅游收入26276亿元,同比增长15.7%。我国继续保持了世界上第四大入境旅游接待国、世界上最大的国内旅游市场和亚洲第一大出境旅游市场的地位。根据世界旅游组织的预测,中国将在2020年发展成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游输出国,中国的旅游收入将占到国内生产总值的10%。可以说,旅游业的快速发展将为旅游地产创造巨大的需求空间。

第四,地方政府的积极推动,为旅游地产的发展提供了一股推力。出于发展地方经济、促进区域发展、彰显执政业绩的愿望,一些地方政府敏锐地发现旅游度假产业的巨大成长空间,因此扬长避短因地制宜地在旅游休闲度假产业上大做文章,做大文章,并且雷厉风行地采取举措加以推动,甚至将此作为城市营销的有效手段。

第五,互联网思维中诞生的O2O方式,让旅游地产插上了在线营销的翅膀,大有一飞冲天的气势。O2O凭借网络效应,将传统旅游的吃、住、行、

游、购、娱等轻资产服务要素,以及地产中的酒店、公寓等重资产物业资源,一并与日益增长的旅游需求进行精确有效对接,从而在时间和空间配置方面重塑了旅游行业,也扩大了旅游地产的辐射范围,提高了资产使用效率。

还有一个不容忽视的理由,即国内外成功案例的示范效应。国内先行一步的旅游地产的实践者以及国际上众多旅游地产的成功案例,已经成为越来越多的后来者们的学习样板。从国内来说,这样的案例正日益多元化和丰富化。比如大家耳熟能详的华侨城模式、万达城模式、中坤模式等都是很好的样板。

作为国内外知名的规划设计机构,洲联国际近年来参与了众多旅游地产项目的规划实践,对旅游地产主题也作了深入研究与探讨,现在他们将其其中的一些研究成果及规划案例汇集成册,相信对我国旅游地产的健康发展可以提供有益的参考。是为序。



广东英德广晟生态城

目录

总序

绿色城市 O2O	004
----------	-----

序

看好旅游地产的几点理由	006
-------------	-----

市场趋势篇

2014 年旅游地产大趋势	010
O2O 让旅游地产插上在线营销的翅膀	018
再论海南旅游房地产业广阔前景	024

观点热议篇

旅游城镇的可持续发展之路 ——美国奥林匹克国家公园行记	032
旅游地产之风景名胜区	042
酒店业与旅游地产的相互依存	048
浅谈体验型商业中的主题表达	060
旅游地产从“商品化”走向“资产化”	066
让高端旅游走出象牙塔	070

规划设计篇

旅游地产开发中的 D+D 设计模式	076
新型城镇化视野下的人文景区规划初探 ——以湖北省黄梅县禅宗文化园规划设计为例	084
宗教文化旅游产品的体验性策划设计 ——以茅山盐泉小镇为例	094
汉文化，可以创造怎样的旅游地产奇迹？	106
宗教文旅产品的落地 ——以宗教文化主题明星产品塑造文旅地产品牌	112

2014 年旅游地产大趋势

文：洲联集团·五合智库

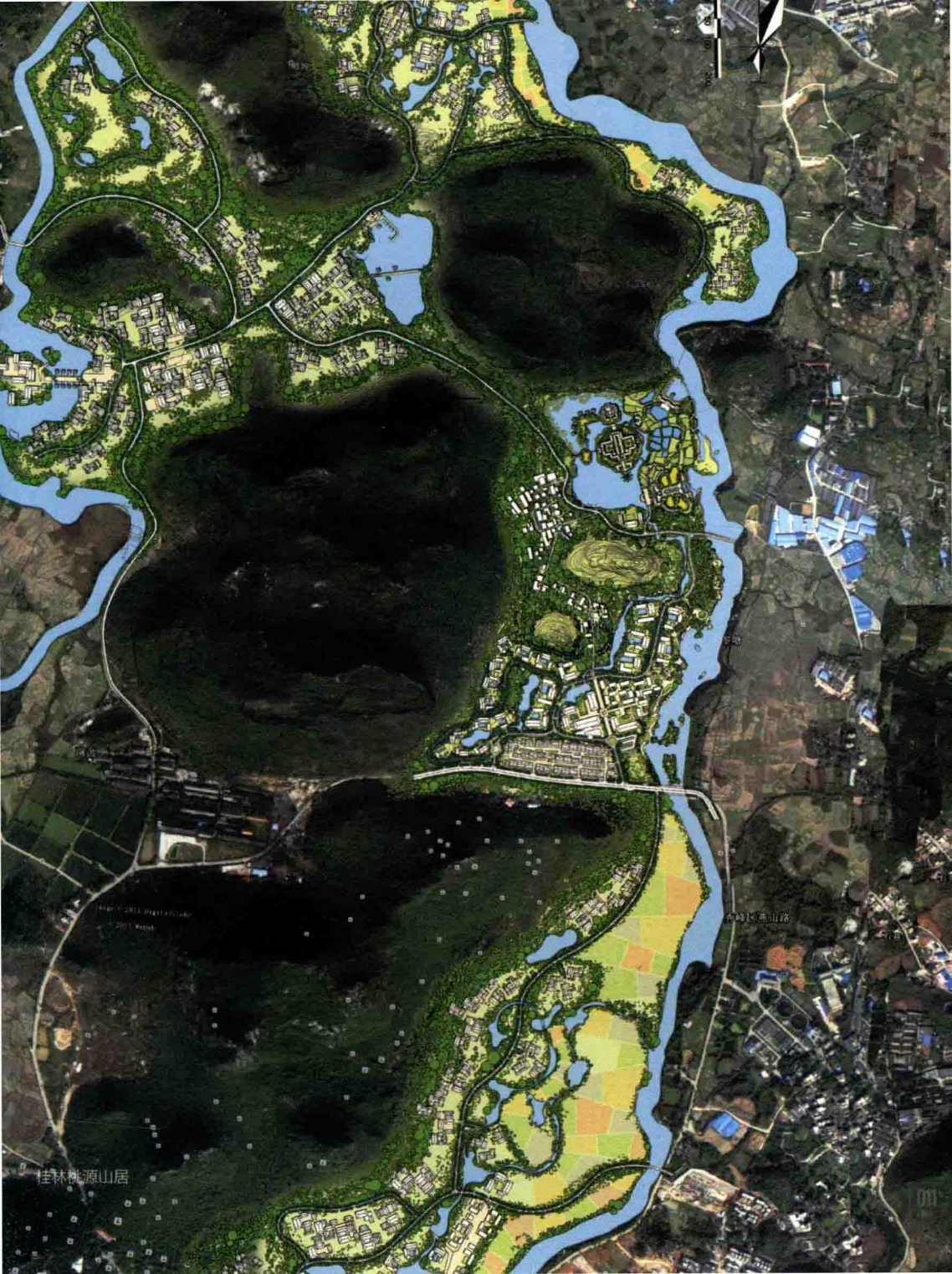
2013 年房地产开发投资增速从 2012 年的 16.2% 提高了 3.6 个百分点，住宅投资增速更是增加了 8 个百分点，行业景气度有了大幅提升。旅游地产也保持了较高的热度，行业龙头企业加大了对旅游地产的投资规模，尤其是万达集团，全年有三座万达文旅城开工，另外，无锡、桂林万达文旅城与青岛东方影都项目签约，新增投资超过 2000 亿元。不过，与 2012 年初百家房企涌入旅游地产投资相比，今年旅游地产投资更为低调。2012 年投入的旅游地产项目，在 2013 年也纷纷进入收获期，只不过收获更多的是卖房的收益，行业内仍鲜见优质旅游地产项目的运营。

随着大型房企越来越关注投资的收益，旅游地产投资也更加务实，不同类型的企业在旅游地产投资方面的诉求也开始分化，企业获益也不尽相同。随着更多的开发商旅游地产项目进入市场检验期，未来，旅游地产的成效也将更加明朗。总体来看，在未来的 3~5 年内，旅游地产将会呈现 6 大趋势。

国际化高端旅游度假区将会呈现

随着全国人均 GDP 连续越过 5000 美元、6000 美元关口，人均 GDP 超过 1 万美元的省市数量也在增加，高收入群体旅游消费也早已从休闲旅游向深度度假转变，只是因国内高质量的度假设施有限而转向了出国度假。中高收入阶层规模的发展壮大促进了我国旅游度假产业的发展。近年来，中西部一大批拥有优质旅游资源的度假项目得到开发，云南、海南、贵州、吉林等非发达省份的旅游地产投资均保持较大规模。

大型房地产企业主导了本轮旅游地产开发热潮，万达集团在文化旅游产业方面有明确的发展战略与较高的企业定位，以国际化视野主导旅游度假区开发，这将推动我国旅游度假区开发的升级。万达长白山旅游度假区拥有 70 条雪道与 54 洞高尔夫球场，良好的天然度假环境与国际化团队的操作，使长白山国际度假区的度假环境未来可媲美阿尔卑斯地区，而近 10 家国际高端品牌度假



桂林桃源山居

桂林桃源山居
2015.06

桂林桃源山居



惟爲龍又時陽
 之而色入雲深
 又二龍在蒼日
 中諸龍相保也
 三二龍在蒼日
 中諸龍相保也
 又二龍在蒼日
 中諸龍相保也
 三二龍在蒼日
 中諸龍相保也
 又二龍在蒼日
 中諸龍相保也
 三二龍在蒼日
 中諸龍相保也

