

中国房地产第三次革命！

继住宅地产、商业地产之后的地产新蓝海！

旅游地产 改变中国

上册

不得不说的华侨城 成就一个国家的高度
深圳东部华侨城 复制旅游综合体之华侨城的全国扩张
从海南国际旅游岛说起 中国人的第二居所 万达旅游地产战略
圈地从城市到农村 中国大陆最美的海岸线青岛 威海与烟台
国家战略与人口迁徙 中国房地产的城市群时代来了
复杂的中国多变的中国 中国区域经济一体化 社会 已经悄然改变
城市群房地产来了、城地中国打开一个新世界！

 **黑龙江美术出版社**

编著：段宏斌

旅游地产 改变中国

Tourism real estate can change China

上册

美 黑龙江美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游地产改变中国 : 全2册 / 段宏斌著. -- 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2012.9

ISBN 978-7-5318-3669-8

I. ①旅… II. ①段… III. ①旅游—房地产开发—研究—中国 IV. ①F299.233

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第204262号

图书策划: 广州道本文化传播有限公司·华南旅游地产网

登陆网站: www.dcl38.com

联系电话: 020-87515275

总策划 / 袁颖

特约编辑 / 常军妮

书 名 / 旅游地产改变中国
LVYOU DICHAN GAIBIAN ZHONGGUO

编 著 / 段宏斌

出 品 人 / 金海滨

责任编辑 / 赵立明

装帧设计 / 黄惠敏

出 版 / 黑龙江美术出版社

邮政编码 / 150016

经 销 / 全国新华书店

地 址 / 哈尔滨道里区安定街225号

发行电话 / (0451) 84270514 84270525

网 址 / www.heimei001.com

电子信箱 / ch-lm@163.com

印 刷 / 广州千彩纸品印刷有限公司(广州市天河棠下荷光路口田工业区1-2栋)

开 本 / 889*1194mm 1/16

印 张 / 42

字 数 / 800千字

版 次 / 2012年10月第1版

印 次 / 2012年10月第一次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5318-3669-8

定 价 / 666.00元(上下册)

本书如发现印装质量问题, 请直接与印刷厂联系调换。

Article 1

15 第一篇 起题——旅游地产在中国

19	第一章 不得不说的华侨城
21	第一节 深圳有座华侨城
28	第二节 华侨城——主题公园缔造者
46	第三节 华侨城主题公园模式走向何方?
54	第四节 华侨城主题公园成功启示录
61	第五节 桃子成熟了吗?——旅游地产形成的四个必要条件

67	第二章 腾飞的华侨城
69	第一节 华侨城开始涉足房地产
72	第二节 从旅游、地产到旅游+地产
84	第三节 大书特书的波托菲诺
100	第四节 旅游地产的分类
102	第五节 从主题公园的缔造者到旅游综合体的先行者

112	第三章 成就一个国家的高度——深圳东部华侨城
114	第一节 东部华侨城是谁?
124	第二节 东部华侨城两座主题公园
132	第三节 东部华侨城主题酒店群
147	第四节 东部华侨城天麓大宅
153	第五节 从华侨城到东部华侨城
156	第六节 旅游地产开发模式

163	第四章 华侨城的华丽转身
165	第一节 复制旅游综合体之华侨城在全国的扩张
197	第二节 旅游地产不单等于旅游
217	第三节 山红涧碧纷烂漫——遍地开花的旅游地产

Article2

233 第二篇 承题——度假、休闲与第二居所

236 第五章 从海南国际旅游岛说起

238 第一节 海南想象

245 第二节 海南房地产热潮

249 第三节 海南岛楼盘概述

258 第六章 海南岛不仅仅是个岛

260 第一节 海南往事

262 第二节 海南印象

266 第三节 海南房地产发展第一次热潮

274 第七章 国际旅游岛：理想和现实有多远？

276 第一节 夏威夷是理想目标吗？

283 第二节 海南岛会成为“中国版夏威夷”吗？

286 第三节 博鳌亚洲论坛给海南岛带来什么？

294 第四节 国际旅游岛定位解读

300 第八章 中国的第二居所

302 第一节 一岛——海南明星楼盘

322 第二节 巨头云集海南旅游地产

326 第三节 从海南岛到长白山、普陀山、武夷山、西双版纳

344 第四节 龙湖地产——一山、一湖、一岛

352 第九章 旅游与旅游地产

354 第一节 国际概念的旅游地产是什么？

356 第二节 旅游地产与分时度假

359 第三节 中国人的房地产情结

360 第四节 中国旅游地产“是什么”？

Article3

369 第三篇 转篇——土地与企业向 旅游地产的演变

373 第十章 圈地：从城市到农村

375 第一节 碧桂园·十里银滩来了

403 第二节 为什么是碧桂园·十里银滩？

412 第三节 平民化的圈地造城者

420 第十一章 山东不平静

422 第一节 中国大陆最美海岸线——青岛、威海、烟台！

448 第二节 山东半岛蓝色经济区发展规划

451 第三节 山东旅游地产发源地——威海乳山

472 第四节 山东旅游地产升级在威海文登、荣城

491 第五节 在烟台——当南山集团与旅游地产相遇

515 第六节 旅游地产借力蓝色经济

521 第十二章 国家战略与人口迁移

523 第一节 国家战略反思

526 第二节 再论东北振兴、中西部大开发与中部崛起

533 第三节 东西部差距症结何在？

538 第四节 旅游地产与国家战略

Article4

543 第四篇 合篇——中国房地产的城市群时代来了

547 第十三章 2010年的那一场雪

549 第一节 史上最严厉的调控政策出台

559 第二节 从2000年开始的房地产调控

566 第三节 中国式房地产调控怪圈

580 第十四章 复杂的中国、多变的中国

582 第一节 中国即将进入老龄化时代

588 第二节 中国城市中产阶级已经崛起

591 第三节 未来十年通胀趋势不可减

603 第四节 城市房价的“钢铁泡沫”

608 第十五章 城市群时代来临

610 第一节 “摊大饼”摊出的城市病

613 第二节 东京、大阪城市群启示录

618 第三节 中国区域经济一体化

636 第四节 从单体大城市进入城市群时代

641 第十六章 新生代房地产革命

643 第一节 社会已发生悄然改变

647 第二节 交通已发生革命性颠覆

654 第三节 交通对房地产的影响

658 第四节 城市群房地产来了！

662 第五节 城地·中国打开一个新世界

旅游地产 改变中国

Tourism real estate can change China

上册

● 黑龙江美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游地产改变中国 : 全2册 / 段宏斌著. -- 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2012.9

ISBN 978-7-5318-3669-8

I. ①旅… II. ①段… III. ①旅游—房地产开发—研究—中国 IV. ①F299.233

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第204262号

图书策划: 广州道本文化传播有限公司·华南旅游地产网

登陆网站: www.dcl38.com

联系电话: 020-87515275

总策划 / 袁颖

特约编辑 / 常军妮

书 名 / 旅游地产改变中国
LVYOU DICHAN GAIBIAN ZHONGGUO

编 著 / 段宏斌

出 品 人 / 金海滨

责任编辑 / 赵立明

装帧设计 / 黄惠敏

出 版 / 黑龙江美术出版社

邮政编码 / 150016

经 销 / 全国新华书店

地 址 / 哈尔滨道里区安定街225号

发行电话 / (0451) 84270514 84270525

网 址 / www.heimei001.com

电子信箱 / ch-lm@163.com

印 刷 / 广州千彩纸品印刷有限公司(广州市天河棠下荷光路口田工业区1-2栋)

开 本 / 889*1194mm 1/16

印 张 / 42

字 数 / 800千字

版 次 / 2012年10月第1版

印 次 / 2012年10月第一次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5318-3669-8

定 价 / 666.00元(上下册)

本书如发现印装质量问题, 请直接与印刷厂联系调换。



城地中国旗下机构
广州道本文化传播有限公司
出品



感谢时代，让我们这
群平凡的人，有幸参与、
见证并推动了中国城市发
展进程。

——城地中国董事长 段宏斌

打开一个新世界

传统房地产开发模式走到今天，已经进入滞胀时期，一个时代的终结和离去，必然伴随着新商业模式的诞生。未来中国房地产发展的出路在哪里？众多房地产开发商不停地追问，希望从中找到新商业模式的出路。

中国房地产业的发展远远未到终点，因为匹配中国成为先进发达大国的城市化进程和人口迁移并未完成，而这正是中国房地产业发展宏大的社会历史背景。只是在过往的历程当中，由于我们并未为中国房地产发展制定整体的、系统的发展规划，以及实施了不合时宜的土地出让和招拍挂制度，使得中国房地产业成为垄断利益和金融机制的“毒瘤”，发展到现阶段已是百病缠身，虽然仍有光鲜的外表，但未来可持续发展道路已是荆棘丛生，不可能重温往日的平坦与荣光。

昔日扁鹊见蔡恒公，第一句话就是：“君有疾在腠理，不治将恐深”，而蔡恒公不以为然，直至最后无可救药。对于信奉传统商业模式的开发商，我想说的一句话就是：“不要再迷信过往的成功模式，你应当在房地产领域里持续创新，直到驶入新蓝海。”

而蓝海何在呢？

商业地产、旅游地产无疑是中国房地产今日“分水岭”后的两个重要分支，在这两个分支当中，商业地产操作比较复杂，大多数的开发商不能掌握尺度，贸然进入风险较大，而且就算成功了一两个项目，后面的可复制性仍然比较差，它不可能是大多数开发商的主流战略选择。因为，绝大多数的企业不可能成为万达，因此，房地产业发展到现在，好的出路似乎只剩下旅游地产一途。

但旅游地产似乎又有很多毛病，因为从简单的方面来讲，旅游地产项目距离居住地太远，不方便经常居住，而且中国人太繁忙且大多数人经济能力有限，旅游的认同度与火热度与欧美又不可同日而语，再加上与旅游地产相匹配的“分时度假”等体系不可能在中国短时间内实现，旅游地产的普及性比较差，这样就让旅游地产成为了水中月、镜中花，可远观而不可近玩，可望而不可及。

那么，旅游地产真的能够改变中国房地产业的整体生态么？

大多数人不相信。

而我认为可以。

因为——旅游地产，可以改变中国！

我认为旅游地产可以改变中国，是因为它的先进性，其原因在于：

1) 中国的人口迁移和城市化进程仍然将持续30年，它的一个人口迁移总体规律是从中西部地区移向东南沿海地区，从小城市移向大城市，从农村移向城市。只要中国经济在发展，只要在这个过程中没有发生重大的战争或政治事件，这个趋势必将延续、推进，直至完成适应中国发展的人口和经济格局分布。

2) 中国原来割裂的城市治理格局将会改变，区域经济一体化将成为主流，行政垄断将被打破，适应区域经济一体化的社会经济、社会服务和公共配套体系将得以重构。中国珠三角地区、长三角地区和环渤海地区将建成世界级的城市群，中西部地区也将围绕着中心城市建成城市群，这个总趋势最大的特点就是将中国城市由点变为面，一个全新的中国城市网络和架构正在形成。

3) 大中型城市的房价已经不可能下降，高房价牵连巨大的、盘根错节的利益群，它的根本症结在于土地出让制度。如果不对土地出让制度进行根本性变革，则大中型城市的房价不可能从本质上下降。然而，一旦牵连到土地出让制度的变革，就不可能仅仅依靠政府来完成，因为历史经验说明牵涉到土地利益的变革后面都带着一个“兄弟”，这个“兄弟”就是“土地革命”，政府出于稳定的需要，不可能主动去推动或实施这样一场革命。这样，就造成了一方面城市房价居高不下，另一方面由于城市化的推进，住房的刚性需求不断产生，我们新的购房人群只能住得更远。概而言之，就是由中心城市居住，进入更远的城市群居住时代。

4) 当代中国社会缺乏投资工具，而城市中产阶层又在不断产生、人数在增加，在大多数中产阶层的心中，房地产是一种稳定的、具有良好回报的投资工具。然而，在中大型城市的房地产投资已经渐渐失去了吸引力，原因在于房价太高，投资属性下降。但与此同时，伴随着经济高速增长的长期通货膨胀又在不断侵蚀着人们的财富，在财富不断缩水的前提下城市居民希望实现优质的房地产投资，在这样一种现实利益推动下，具有低价位、高增值前景的旅游地产项目成为一种可以信赖的投资渠道。

5) 老年化时代的到来同时又是当代中国旅游地产的又一推动力，中国人口红利期即将结束，大中型城市已经开始步入老年化社会，而且在未来20年内中国人口老年化率将达到30%左右的峰值。但是，服务于老年化社会的中国老年人居住体系并未建立、完善，具有便利的生活条件和良好的自然条件的旅游地产将成为一部分老年人的居住选择。中国老年化时代的到来为中国旅游地产的发展注入了新的活力。

基于以上五点，我认为——旅游地产，可以改变中国！

我所理解旅游地产事实上与传统意义上的旅游地产并不一致，按照西方的观点，真正的旅游地产应当等同于澳洲大堡礁的房产、美国夏威夷的房产，远远离开中心城市，具有一流的自然景观条件。目前，这一类型的旅游地产在中国已经开始批量出现，如海南国际旅游岛众多的房地产项目，如万达集团牵头建设的长白山旅游度假项目，如龙湖地产的抚仙湖项目等。但是，由于中国人的生活素质和旅游业发达程度

目前远远无法与欧美发达国家相比，大多数人不具有这样的居住和投资需要，我认为这样的旅游地产项目只是中国旅游地产的分支，而不可能是主流。

我认为中国下一阶段房地产发展的主流是旅游地产，而旅游地产发展的主要枝干是城市群房产。这一解释有些类似于社会主义初级阶段的定义，社会主义发展的终极目标是共产主义，但是发展的早期是社会主义初级阶段，它允许一部分人先富起来。我认为，中国旅游地产发展的高级阶段是资源性房产，旅游地产发展的初级阶段是城市群房产，它是另一种形式的“农村包围城市”和“以面围点”的新时代房地产开发战略。

而这，就是中国房地产业发展的新的蓝海。

每一轮新的变化，都带来一轮新的行业洗牌，而新的商业模式也在自然孕育的过程之中。遥想中国房地产业过往历史，其标志性事件分别有：王志纲策划顺德碧桂园事件、奥林匹克花园主题地产事件、广州华南板块大盘时代事件、星河湾打造品质地产事件、北京SOHO现代城任潘争论事件、顺驰与万科领导人海南PK事件、顺驰贱卖路劲事件、汤臣一品天价房事件、万科销售额突破1000亿元事件、钓鱼台8台天价房禁售事件……伴随着一个个房地产企业倒下去，一个个新的房地产企业站起来了，中国房地产商业模式也由此建立，成为一个巨大的利益综合体。

然而，面对新时代的房地产业，你做好了进入旅游地产的准备了吗？

新的时代产生新的机遇，新的构想产生新的商业模式，为此，我们打造了城地中国，已经做好了进入中国旅游地产，开创中国旅游地产新商业模式蓝海的准备！

在我们刚刚进入房地产业的时候，正逢中国房地产业迅猛发展的前夜，我们没有能力也没有愿景去获得新的发展，只能默默学习。今天，中国房地产业正处于新老交替的转折点上，一个新的时代已经来临，而我们新一代的房地产人，也有能力和机遇去承担更大的时代使命。对于城地中国的愿景，我希望是——打开一个新世界。

希望更多的朋友和我们一起了解中国旅游地产，投身中国旅游地产，做中国房地产新时代的“弄潮儿”和改革创新者。不拘泥于过往的成功，而是持续创新。无论是开发创新，还是服务创新，都有利于我们事业的发展建设，有利于国家的进步和发展。和我们一起共同创造一个新格局，打开一个新的世界。

以上观点，与朋友们共勉。



2012年9月

目录

Contents

Article 1

15 第一篇 起题——旅游地产在中国

19	第一章 不得不说的华侨城
21	第一节 深圳有座华侨城
28	第二节 华侨城——主题公园缔造者
46	第三节 华侨城主题公园模式走向何方?
54	第四节 华侨城主题公园成功启示录
61	第五节 桃子成熟了吗?——旅游地产形成的四个必要条件

67	第二章 腾飞的华侨城
69	第一节 华侨城开始涉足房地产
72	第二节 从旅游、地产到旅游+地产
84	第三节 大书特书的波托菲诺
100	第四节 旅游地产的分类
102	第五节 从主题公园的缔造者到旅游综合体的先行者

112	第三章 成就一个国家的高度——深圳东部华侨城
114	第一节 东部华侨城是谁?
124	第二节 东部华侨城两座主题公园
132	第三节 东部华侨城主题酒店群
147	第四节 东部华侨城天麓大宅
153	第五节 从华侨城到东部华侨城
156	第六节 旅游地产开发模式

163	第四章 华侨城的华丽转身
165	第一节 复制旅游综合体之华侨城在全国的扩张
197	第二节 旅游地产不单等于旅游
217	第三节 山红涧碧纷烂漫——遍地开花的旅游地产