

世联地产顾问丛书

消失的边界 旅游地产

DISAPPEAR OF BOUNDARY
TOURIST REAL ESTATE

第2版

周晓华 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

世联地产顾问丛书

城界消失·旅游地产

Disappear
of Boundary
Tourist
Real Estate

第2版

周晓华 主编



机械工业出版社
China Machine Press

本书在都市融合和城界消失背景下,对旅游区域开发热潮提出了旅游市场细分、旅游与城市结合、旅游开发产品细分并复制等一系列最新趋势。

主编/周晓华

世联地产顾问丛书编辑委员会

陈劲松 罗守坤 周晓华 邢柏静 朱敏 范莹 侯颖方

主要编撰人员

袁鸿昌 甘伟 冯刚 杜岩松 王英杰 潘建

编审/陈洪海

图书在版编目(CIP)数据

城界消失·旅游地产 / 周晓华主编. —2版. —北京: 机械工业出版社, 2007.7
(世联地产顾问丛书)

ISBN 978-7-111-02759-1

I.城... II.周... III.旅游-关系-房地产-研究 IV.F293.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第106441号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑: 郎世溟 封面设计: 蔡俊波

责任印制: 洪汉军 平面设计: 卡邦艺术设计

北京铭成印刷有限公司印刷

2007年7月第2版·第1次印刷

169mm×239mm·4印张·6插页·125千字

标准书号: ISBN 978-7-111-02759-1

定价: 35.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话: (010) 68326294

购书热线电话: (010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话: (010) 88379001

封面无防伪标均为盗版



美国17Miles的确可以称得上是海景资源的集大成，这里既有平缓的沙滩，更有陡峭的岩壁；既有成片的茵茵芳草地，更有茂密葱郁的生态林



拉斯维加斯，这里集中了排名世界前列的酒店，每一家酒店的设计和装修都力求奇异、独特、不同凡响，都在比试如何吸引和留住游客和赌客





华侨城开发之初，曾有人断言：在中国建主题公园是“幼稚”、“蛮干”、“不切实际”的，然而华侨城力排众议，果断上马。结果锦绣中华建成开业一炮打响，并由此拉开华侨城主题旅游公园的序幕



在深港一体化形成了一个大范围的区域后，观澜豪园Golf Building对于香港人而言，便成为了郊区旅游地。香港会员的特征为周末旅游和住宿一至两个晚上



深圳东部大小梅沙拥有蔚蓝海洋景观、天然沙滩以及远古礁岩群，由此促进了该区域旅游地产的发展，如万科17英里等





“美国第一镇”——圣塔·芭芭拉成功的旅游度假物业告诉我们：光有景点是留不住人的。留得住人的是生活——宜人的、养人的生活





1986年开始开发，前10年只建酒店，泰国Laguna通过酒店的繁荣提升整个度假区的人气和区域价值，使得区域价值最大化。这种开发模式前期投入很大，以至于开发商必须寻求与政府的合作，如政府入股开发公司，然后政府在酒店用地上免收地价，在不同的建设和经营项目上都有免税优惠



豪斯登堡确定在经济上以发展旅游业和商业服务业为其支柱产业。绝大部分居民都受雇于这两个产业，以接待每年由世界各地纷至沓来的400万游客，职工总数已达2000人





迪斯尼的意义并不仅仅在于主题公园本身所能带来的收益，而要考虑相关产业给该城市带来的经济利益，包括旅游、酒店、交通、配套设施等。所有的这些都能带动周边区域的商业化、居住化和娱乐化



目录

Contents

前言

细分并复制

第一章 城界消失了

一、城界如何消失

城市化主导了城界的消亡

螺旋型的城市化

城市群的概念

城界消失——旅游地产的价值诉求

二、珠江三角洲城界不再清晰

链接1 美国城界消失的历程

人的活动范围在城市不同区域中扩大

第二波郊区化浪潮

“集合城市”的形成

链接2 城市化理念的代表

第二章 旅游区域开发

一、什么是Resort

二、Resort的三种类型

24	目的地型
25	区域旅游度假型(含商务旅游)
25	旅游休闲自住型
25	三、Resort由生变熟的五种核心驱动力
25	Resort发展的三个维度
26	Resort的五种核心驱动力
28	四、Resort经典案例
28	墨西哥坎昆——一个玛雅城带来32亿美元
32	泰国laguna——必须寻求与政府合作
38	链接 Pool Villas的物业管理
40	第三章 旅游地产
44	一、旅游地产大行其道
45	二、五种旅游地产引介
45	景观住宅(第一居所)
46	度假休闲区
46	主题公园(旅游区畔地产)
47	康体娱乐区(旅游区内地产)
48	商业游憩区

48	三、旅游地产五大开发模型
48	旅游地产第一居所开发模型
48	旅游地产第二居所开发模型
49	产权酒店开发模型
49	商务度假开发时机模型
50	商务度假开发模型
50	四、经典案例
50	第一居所——托乐嘉社区(Talega Community)
55	第二居所——日光河度假村
60	链接1 度假及居住型旅游地产的规律
62	链接2 生态旅游城——日本豪斯登堡
76	第四章 旅游地产的成功
80	一、偶然中的必然——华侨城旅游地产
81	华侨城地产并不烜赫的过去
82	以旅游为龙头的区域开发模式

83	国企背景的优势
84	规划先行、循序渐进的开发思路
86	顺应大势的豪宅策略
89	华侨城经验
92	二、高尔夫潮流引发的物业——观澜豪园Golf Building
92	宏观背景
96	客户分析
99	方案设计
106	三、南欧度假式豪宅区——香港愉景湾
106	大手笔的造城计划
107	度假式居住生活
109	愉景湾的十大市场优势
112	海岸休闲新地标
113	链接 愉景湾的成功要素
114	致谢
115	参考文献

当一个城市的城市化水平达到70%，城市居住房地产价值达到顶峰，城市人口逐渐向城郊转移，郊区化逐步成为城市发展主流



研读本章之后，您应该能够了解：

- 城市群的概念
- 郊区化发展的两个不同阶段：主动式郊区化与被动式郊区化
- 珠江三角洲城界消失现象

