

房地产开发



新兵入门丛书

旅游地产

新兵入门

刘丽娟 主编

天火同人工作室 策划



详细解剖旅游地产开发入门关键

旅游景区
规划设计
六大步骤

旅游地产
投融资
七大渠道选择

旅游地产
营销
九大策略

旅游地产
九大
盈利模式

旅游地产
风险控制
五大措施

中国建筑工业出版社

房地产开发新兵入门丛书

旅游地产新兵入门

刘丽娟 主编

天火同人工作室 策划

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游地产新兵入门 / 刘丽娟主编. — 北京: 中国建筑工业出版社, 2014. 5

(房地产开发新兵入门丛书)

ISBN 978-7-112-16859-0

I. ①旅… II. ①刘… III. ①旅游 — 房地产业开发 — 基本知识 IV. ①F293.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第100488号

旅游地产对环境资源依赖性大, 给开发商带来一定的技术门槛。旅游地产具备商业地产的特征, 投资回报率高, 又给开发商带来更大的开发动力。本书研究了旅游地产在国内外的发展历程, 进一步剖析旅游地产的特点。依据地产开发的一般流程, 重点分析了旅游地产异于住宅地产开发的各个环节, 涵盖了旅游地产前期项目定位、规划设计、运营管控、营销推广等, 总结出9种不同旅游地产模式的盈利特征, 最后对旅游地产投资的风险与规避作出探讨。

责任编辑: 封毅 周方圆

责任校对: 陈晶晶

房地产开发新兵入门丛书

旅游地产新兵入门

刘丽娟 主编

天火同人工作室 策划

*

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

北京京点设计公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 16¼ 字数: 346 千字

2014年9月第一版 2014年9月第一次印刷

定价: 68.00元

ISBN 978-7-112-16859-0

(25319)

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 CONTENTS

01 旅游地产概述 009

- 一、旅游地产的发展渊源 ... 010
- 二、旅游地产的业态特点 ... 022
- 三、常见的旅游地产分类方式 ... 028
- 四、影响旅游地产开发的关键因素 ... 037
- 五、旅游地产开发运营的注意事项 ... 044

02 旅游地产项目定位、规划 设计及产品开发 051

- 一、旅游地产开发前期的3件事 ... 052
- 二、旅游地产项目选址及地块问题 ... 059
- 三、旅游主题定位步骤 ... 067
- 四、旅游地产项目规划设计 ... 075
- 五、旅游地产产品开发 ... 096

03 旅游地产收入设计及运营管控 107

- 一、旅游地产的核心收入设计····· 108
- 二、旅游地产的投资运营····· 120
- 三、旅游地产创新管理模式····· 143

04 旅游地产的营销推广 147

- 一、旅游地产形象塑造····· 148
- 二、旅游地产的市场定位····· 155
- 三、旅游地产的营销策略····· 164
- 四、旅游地产三地营销模式····· 175

05 旅游地产的盈利特点 189

- 一、旅游地产的4类价值基础····· 190
- 二、旅游地产9大盈利模式····· 194

06 旅游地产风险规避与发展趋势 247

- 一、旅游地产的风险规避····· 248
- 二、旅游地产未来发展趋势分析····· 258

房地产开发新兵入门丛书

旅游地产新兵入门

刘丽娟 主编

天火同人工作室 策划

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游地产新兵入门 / 刘丽娟主编. — 北京: 中国建筑工业出版社, 2014. 5

(房地产开发新兵入门丛书)

ISBN 978-7-112-16859-0

I. ①旅… II. ①刘… III. ①旅游 — 房地产业开发 — 基本知识 IV. ①F293.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第100488号

旅游地产对环境资源依赖性大, 给开发商带来一定的技术门槛。旅游地产具备商业地产的特征, 投资回报率高, 又给开发商带来更大的开发动力。本书研究了旅游地产在国内外的发展历程, 进一步剖析旅游地产的特点。依据地产开发的一般流程, 重点分析了旅游地产异于住宅地产开发的各个环节, 涵盖了旅游地产前期项目定位、规划设计、运营管控、营销推广等, 总结出9种不同旅游地产模式的盈利特征, 最后对旅游地产投资的风险与规避作出探讨。

责任编辑: 封毅 周方圆

责任校对: 陈晶晶

房地产开发新兵入门丛书

旅游地产新兵入门

刘丽娟 主编

天火同人工作室 策划

*

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

北京京点设计公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 16¼ 字数: 346 千字

2014年9月第一版 2014年9月第一次印刷

定价: 68.00元

ISBN 978-7-112-16859-0

(25319)

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)

本书编委会

策划



天火同人工作室

专业技术支持

易中居地产培训机构

主编

刘丽娟

编委

龙 镇	肖 鹏	张连杰	成文冠	孙权辉	金 毅	周国伟
吴仲津	曾庆伟	樊 娟	叶雯枫	饶金军	杨 莹	卜鲲鹏
曾 艳	刘丽伟	王丽君	卜华伟	张墨菊	朱青茹	欧倩怡
	林德才	林燕贞	陈越海	冯 墨	董 丽	张展飞

执行主编：吴仲津

美术编辑：杨春烨

特约校审：樊 娟

前言

preface

旅游地产的概念最早可以追溯到 19 世纪，一种流行于欧洲地中海沿岸贵族圈的度假别墅。我国旅游地产的发展，直到 20 世纪 80、90 年代才开始起步，最初以旅游饭店的形式出现。

从消费背景与投资背景来看，旅游地产的发展对经济的依赖性很大。相比起传统的住宅项目，旅游度假项目并不是刚需产品，购买旅游度假产品多半是投资客行为，抑或是中产阶级、富豪等群体的个人度假消费。开发商投资旅游地产项目也比投资住宅地产项目有更大的资金压力。在旅游地产前期的资金投入中，旅游资源的开发资金占整个项目很大比重。除了销售房子快速回笼资金之外，其余资金需要靠旅游资源长期的运营收回，回笼周期较长。

但是，从长期发展来看，开发商投资旅游地产比投资住宅地产有更高的盈利空间。消费群体消费能力的壮大，旅游度假时间的增多，扩大了旅游地产的市场需求。市场供求的倾斜，经济利益的驱使，助长了开发商投资旅游地产的热情，不少住宅地产开发商纷纷进军旅游地产领域。一股旅游地产的开发浪潮已经袭来，我国旅游地产出现多元化的发展局面。

在研读了大量旅游地产开发案例与理论成果之后，本书描绘出一张旅游地产开发的全新地图，为旅游地产开发新军解读战场上的每个细节。本书以总括论述到分点解说的编排方式，先从欧洲贵族圈的度假别墅开始，讲述了旅游地产在国内外的发展渊源。主体结构以旅游地产的开发流程为线索，分章节依次介绍了旅游地产前期规划设计、运营管控、推广营销、后期盈利等关键环节，最后对旅游地产的投资风险与规避作出探讨。

旅游地产项目的开发形态取决于当地的旅游资源，旅游地产项目的开发也因此千差万别。没有一种打法是绝对正确，也没有一种打法是绝对错误。本书提出的几种旅游地产开发模式，建立在对已有项目的总结分析上，在旅游地产发展的春天，随时会出现创新的项目开发。本书提出的观点，同样基于已有案例的总结分析，所列举要点未必详尽，但希望能为入门者打开一个了解旅游地产开发的窗口。

如有不当之处，恳请读者批评指正。



目录 CONTENTS

01 旅游地产概述 009

- 一、旅游地产的发展渊源····· 010
- 二、旅游地产的业态特点····· 022
- 三、常见的旅游地产分类方式····· 028
- 四、影响旅游地产开发的关键因素····· 037
- 五、旅游地产开发运营的注意事项····· 044

02 旅游地产项目定位、规划 设计及产品开发 051

- 一、旅游地产开发前期的3件事····· 052
- 二、旅游地产项目选址及地块问题····· 059
- 三、旅游主题定位步骤····· 067
- 四、旅游地产项目规划设计····· 075
- 五、旅游地产产品开发····· 096

03 旅游地产收入设计及运营管控 **107**

- 一、旅游地产的核心收入设计 108
- 二、旅游地产的投资运营 120
- 三、旅游地产创新管理模式 143

04 旅游地产的营销推广 **147**

- 一、旅游地产形象塑造 148
- 二、旅游地产的市场定位 155
- 三、旅游地产的营销策略 164
- 四、旅游地产三地营销模式 175

05 旅游地产的盈利特点 **189**

- 一、旅游地产的4类价值基础 190
- 二、旅游地产9大盈利模式 194

06 旅游地产风险规避与发展趋势 **247**

- 一、旅游地产的风险规避 248
- 二、旅游地产未来发展趋势分析 258

旅游地产 新兵入门

01

旅游地产概述

操作程序

- 一、旅游地产的发展渊源
- 二、旅游地产的业态特点
- 三、常见的旅游地产分类方式
- 四、影响旅游地产开发的关键因素
- 五、旅游地产开发运营的注意事项



本章使用指南

从字面上理解，旅游地产是旅游资源结合房地产开发的一种地产类型。研究旅游地产，必须从了解 3 方面的专业知识入手：一是旅游地产的起源；二是国际旅游地产的发展；三是国内旅游地产的发展等背景知识。

本章依次介绍旅游地产的发展渊源、业态特点、分类、影响因素等，为旅游地产开发作一次较为全面的扫描。

一、旅游地产的发展渊源

作为一种地产类别，旅游地产诞生于 19 世纪，最早出现在欧洲地中海沿岸。到 20 世纪 70 年代，旅游地产已经在全球都有开发。20 世纪 80、90 年代，中国的旅游地产逐渐起步，取得快速发展。

1. 国际旅游地产发展

19 世纪欧洲地中海沿岸的度假别墅是旅游地产的雏形，主要接待休假中的富人或贵族，后来逐渐成为贵族圈的生活方式。由于这种物业有季节性消费的特点，导致度假别墅淡季空置率高，经营亏损，从而催生出分时度假产品。

分时度假概念的出现使旅游地产在产品开发和市场占有率上获得了突破性增长，并影响至美国，进而覆盖世界各个地区。从此，旅游地产作为一种新型的地产，在房地产市场中不断发展成熟，开发的产品与形式也渐趋多元化。

（1）欧洲旅游地产的起源

最早旅游地产可以追溯到 19 世纪前的地中海，其中以法国南部和意大利的那不勒斯最为典型。在 19 世纪到 20 世纪的法国南部，贵族度假旅游形成了数不清的城堡，实际上就是自发而形成了今天所谓的旅游地产。

1) 法国南部因自然景观稀缺而兴起旅游地产

19 世纪以前，休假是富人或贵族的特权。英国是浪漫主义文化的发源地，崇尚自然的英国式花园就出现在那个时代。1839 年，英国首相布鲁安（Brougham）勋爵在意大利之行途中发现，地中海风景漂亮，气候宜人，而且远离社会喧嚣。卸任后，他到这里建了自己的别墅，并生活了 30 年后去世。这期间他给许多亲友写信，描述法国南部海岸的美丽，从而引发了英国人的兴趣，纷纷在冬天来到法国南部海湾度假。

1858 年，法国诗人科诺（Conneau）在法国南部海岸休假时，给皇后（拿破仑三世的妻子）写信介绍地中海的美丽宜人，又激起法国人对海岸的兴趣，法国国王、贵族等纷纷来到海岸度假，并以此引发欧洲其他皇室的兴趣，地中海北岸一下成为欧洲王公贵族和富豪名儒云集的胜地。

随着到海岸度假的英国人和法国人越来越多，海岸旅游业开始兴起。到处建起了别墅和旅馆，甚至建起了供富人娱乐的赌场，从而成为欧洲最著名的度假和疗养胜地。

这样的黄金时代到第一次世界大战时结束，海岸上又旅客稀落，兴建的豪华宾馆无人问津。

2) 美国人使充满贵族气氛的海岸度假文化爵士化

几年后美国开始了“爵士乐时代”，美国人要到欧洲来寻找他们在美国无法享受到的自然景观与人文景观，再度发现法国南部海岸。原本充满贵族气氛的海岸度假文化变得“爵士”化：海岸上看不到王室贵族，只有演员明星、作家。威士忌替代了香槟酒，美国平民的别克车替代了英国贵族的劳斯莱斯车。尤其在 1925 年，一位美国作家（当时的百万富翁）一改以往欧洲人只有冬天才来海岸度假的传统，而选择夏天来海岸度假，发现了夏日的海岸更美。

这样几个过程下来之后，法国南部海岸从传统的冬季度假胜地，变成了暑期度假胜地，从而改变了法国南部海岸的度假文化。



庞贝古城证明意大利早期就有旅游地产开发

公元79年那不勒斯附近最著名的维苏威火山喷发，当年火山灰掩埋了庞贝古城，1000多年后才被发现。这个古城在16世纪被发现并开始发掘，位于那不勒斯郊外的世界著名古迹已经有许多游客进入参观，古城还保存着当年的街道和房子、富人的花园、神庙、广场等。

(2) 欧洲近代旅游地产首创“分时度假”概念

二次大战以后，历经战火洗礼的欧洲经过十余年的发展，已逐渐恢复起往昔注重生活品质、讲究生活品位的民族传统。其中最为明显的就是当时度假风气兴盛，尤其在欧洲最浪漫、最富有情趣的法国表现尤盛。

1) 海滨别墅空置率很高

20 世纪初法国地中海沿岸开发了大量海滨别墅。一时间地中海成为欧洲乃至世界的休闲度假中心。来自欧美的各国政要、贵族、富商蜂拥而至，他们本无力单独购买整幢度假别墅，而部分有能力购买整幢别墅的家庭用户，每年的使用时间又非常有限，最多只用几周，这类别墅的空置率很高。

2) 分时度假概念一经推出便一举成功

20 世纪 60 年代早期，一位名叫亚历山大·奈特（Alexander Nette）的德国人，在他所管理的位于瑞士提西诺（Ticino）的饭店中首先创造出原始的分时度假概念。他的设想是，

将度假地房产的股份出售给消费者，然后给予每个购买者在度假地住宿的权利，所有购买者被称为股东或合伙人，最早的分时度假概念就由此自然而然地产生。

随后，亚历山大·奈特创建了专门经营分时度假产品的欢乐迈格（Hapimag）公司。在 1968 年就有 8000 多名股东购买其房产。到 20 世纪 90 年代，这家公司共有 12.5 万名股东和遍布欧洲 15 个国家的 53 处分时度假地。

1967 年，法国著名的建筑公司 Les Grands Travaux de Marseille 也设计了分时度假产品，这是全球第一个标准的分时度假产品设计，这家公司在位于法国阿尔卑斯地区的 Superdevoluy 滑雪度假地开始出售固定住宿单元的分时度假产品并一举成功。

各国分时度假的法规

《欧盟分时度假指令》（European Union Timeshare Directive）
分时度假在这个指令中被定义为：“所有有效期在3年以上、规定消费者在按某一价格付款之后，将直接或间接获得1年内某些特定时段（这一期限要在1周之上）使用某项房产的权力的合同，住宿设施必须是已经建成使用、即将交付使用或即将建成的项目”。

美国佛罗里达州《分时度假房产法案》（Real Estate Timesharing Act CH721 Florida）

该法案对分时度假的定义是：“所有以会员制、协议、租契、销售或出租合同、使用许可证、使用权合同或其他方式做出的交易设计和项目安排，交易中，购买者获得了对于住宿和其他设施在某些特定年度中低于1年的使用权，并且这一协约有效期在3年以上”，即称之为分时度假项目。



（3）美国旅游地产的发展

分时度假市场在法国形成以后，迅即在世界范围内得到发展，成为风靡世界的休闲旅游度假方式。

1) 美国引入分时度假概念并取得成功

20 世纪 70 年代中期，美国经济正经历近 20 年快速发展，又在 60 年代经历“婴儿潮”后开始衰退，经济泡沫造成大量房地产积压、空置，特别是市场不景气时期积压下来的大量别墅。为处理积压与空置产品，重新盘活闲置房产，美国人从欧洲引入分时度假概念，取得了巨大成功。

有数据显示，1977 年美国 95% 以上的度假物业是由其他房地产开发项目改造而来，由此美国成为世界上分时度假产业最发达的国家。1987 年后，大量投资商、开发商纷纷进入这一领域，使分时度假这一产品模式更加清晰，法规也相应健全；配套的服务业、管理业也迅速成熟。1999 年全球分时度假物业销售额达到 67.2 亿美元，540 万个家庭参与了全