

城市与区域空间结构研究丛书

主编 吴殿廷

旅游综合体建设 的理论与实践

刘 锋 高炽海 ■ 主编

北京巅峰智业旅游文化创意
股份有限公司课题组 ■ 编写

THE CONSTRUCTION
OF TOURISM COMPLEX:
THEORY & PRACTICE



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

城市与区域空间结构研究丛书

主编 吴殿廷

旅游综合体建设的理论与实践

刘 锋 高炽海 主编

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组 编写



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

南京·2015

内容提要

本书详细分析了旅游综合体的发展历程、面临的机遇、呈现的特性、存在的问题,并基于传统的旅游综合体,提出了创意旅游综合体及其内涵、特征和价值;明确了旅游综合体发展的理论基础,并从产业角度、综合角度和运营角度提出开发理论;结合旅游综合体开发实践,提出旅游综合体驱动的十大开发模式和五大运营模式;最后选取国内外经典案例对以上模式进行更详尽的解读。

本书适合旅游管理、旅游规划和区域经济等领域的政府及企业领导者、管理工作人员学习,也可供地产开发商、地产规划人员、地产管理人员及高等院校相关专业的师生阅读。

图书在版编目(CIP)数据

旅游综合体建设的理论与实践 / 刘锋,高炽海主编

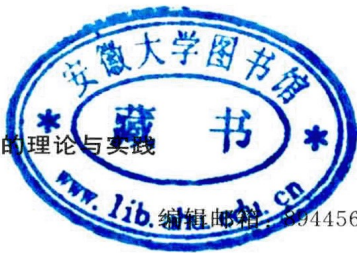
—南京:东南大学出版社,2015.4

(城市与区域空间结构研究丛书 / 吴殿廷主编)

ISBN 978-7-5641-5462-2

I. ①旅… II. ①刘… ②高… III. ①旅游区—城市
空间—建筑设计 IV. ①TU247.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 004921 号



书 名: 旅游综合体建设的理论与实践

主 编: 刘 锋 高炽海

责任编辑: 徐步政 孙惠玉

文字编辑: 李 贤

编辑邮箱: 294456253@qq.com

出版发行: 东南大学出版社

社 址: 南京市四牌楼 2 号 邮 编: 210096

网 址: <http://www.seupress.com>

出 版 人: 江建中

印 刷: 江苏兴化印刷有限责任公司

排 版: 南京新洲制版有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 16.25 字数: 381 千

版 印 次: 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5641-5462-2

定 价: 49.00 元

经 销: 全国各地新华书店

发行热线: 025-83790519 83791830

* 版权所有,侵权必究

* 本社图书如有印装质量问题,请直接与营销部联系(电话: 025-83791830)

总序

任何事物的发展都是在时空中展开的,当这个事物的体量很大时,其内部的分异就不容忽视。中国经济社会系统就是这样的事物,中国的很多城市、区域,也是这样的事物,而且还都处在快速分异、分化之中。所以,在中国,以研究空间结构为主的学科——地理学,在当前是最具生命力的学科,全世界还没有哪一个国家的地理学研究人员和高校招生规模可与中国媲美。

以北京师范大学为例,从改革开放初期的一个地理系,发展到目前的“三宫六院点点红”(地理学院、环境学院、资源学院、水科学研究院、防灾减灾研究院等),现有全职教师 300 多名,在岗教授 100 多名,每年招收博士生数以百计。当然,中国在这方面的研究水平还不高,与美国、德国、日本等发达国家相比还有很大差距。但凭借着人多势众的研究队伍和广泛的社会需要,中国的空间结构研究必将在不久的将来站在世界的前沿,甚至引领世界发展。

空间结构是指在一定地域范围内不同要素的相对区位关系和分布形式,它是在地球表层系统长期发展过程中人类活动和区位选择的积累结果与空间表现形式,反映了人类活动的区位特点以及在地域空间中的相互关系。我们在 2011 年策划的《城市-区域统筹协调发展的中国模式研究丛书》,拟定出版和即将出版的专著近 10 部,其中 4 部著作将于近期出版。这些成果重在研究城乡之间、区域之间的统筹协调发展问题。按照中国人的思维习惯,先从宏观整体出发,然后逐渐深入到微观具体层面,本套丛书我们将视角放在城市和区域内部,以一线城市、部分二线城市和发达地区为主要研究对象,利用城市地理学、区域经济学等最新理论和地理信息系统(Geographic Information System,简称 GIS)等现代手段,探索快速发展的城市和区域空间演变规律,旨在为正处在全面城镇化的国家决策和转型与跨越发展的区域决策提供支撑。

中国的空间结构研究从 2005 年开始进入爆发式发展时期。在中国知网上,以“区域空间结构”为主题进行检索,2000 年可检索到文献 7 篇,2005 年可检索到 41 篇,2010 年可检索到 86 篇,2012 年可检索到 176 篇;以“城市空间结构”为主题进行检索,2000 年可检索到文献 18 篇,2005 年可检索到 203 篇,2010 年可检索到 437 篇,2012 年更可检索到 568 篇!由此可见,空间结构研究契合了国内研究的热潮。我们将广泛吸收国内外同仁加盟,总结、探索推出具有中国特色的城市与区域空间结构研究系列成果,以推动中国城市与区域的可持续发展。

高瞻远瞩遥感者,博大精深地理人。科学发展纵横论,强邦富民要躬行。地理学以其独特的空间思维迎合了大国崛起的现实需要,成为当前最具价值的战略学科。我们为地理学迅速成长欢欣鼓舞的同时,也深感责任重于泰山。是为序,并与国内外同仁共勉。

本丛书的出版,得益于东南大学出版社的支持,尤其是徐步政老师、孙惠玉老师的帮助。在当今人们都热衷于追求经济利益的大背景下,他们却对学术著作出版热心扶持,其高尚之情怀令人感动。特借丛书出版之际,向东南大学出版社表示敬意和谢意!

吴殿廷

前言

近年来,旅游综合体发展迅猛,呈现出一股井喷之势,出现了“每城必建综合体,无处不谈综合体”的现象。

旅游综合体是当下促进区域经济发展的动力和手段,代表了一种发展趋势和方向。它承载了新型城镇化扩张,引领了旅居生活方式的潮流,促进了旅游业的融合发展,推进了房地产业的转型升级。

新型城镇化背景下的旅游综合体。新型城镇化成为中国区域经济发展的聚集点,被称为“中国未来最大发展潜力”,会推进以人为核心的产业、就业、消费和生活方式的升级。“旅游在景区、生活在社区”的全新生活方式——旅居生活将成为以人为本的新型城镇化的重要表现形式,而旅游综合体则成为这种生活方式的关键载体。旅居生活以舒适放松的生态环境为基础,以旅游休闲度假功能为主体,注重景观小品、园林格局、建筑风格、居住设施的设计,注重教育、医疗、购物等生活功能设施的配置,这种全新的生活方式将构建出一种全新的城镇空间,将引领未来区域发展的空间布局理念,也是中国休闲度假旅游向更高消费层级迈进的核心支撑。

旅游大发展背景下的旅游综合体。在消费升级、政策推动、国民可支配收入增长等多重推动力量之下,旅游行业快速发展。当前我国已经进入了全民大众化出游的阶段,旅游业呈现出爆发式增长态势,2012年我国已形成全球最大的国内旅游市场和世界第一大出境旅游市场,并即将成为世界第一旅游目的地国。旅游业全面增长的背景之下民众对于旅游休闲产品有着更高要求,消费者倾向于深度体验性、参与性、放松性、休憩性、养生性的产品,综合性特征旅游地越发受到市场青睐,旅游综合体则正是具有高度综合性、高度体验性的产品。旅游业自身也面临着转型升级,旅游产业作为一种综合性产业,其融合发展、链条式发展也需要借助旅游综合体,以实现多产业的融合、多业态的集聚、多功能的复合以及多消费的集中。

房地产转型背景下的旅游综合体。欧美经济不会二次探底但会长期低迷,而国内经济形势可以概括为“软着陆进行时”,经济增长动力虽减弱,但依然是世界最快增速的国家之一,中国的房地产业也因与旅游的联姻处于“软着陆进行时”。中国房地产经历了三个阶段:1992—2002年,地产的初创阶段,靠一些点子来点石成金;2002—2012年,地产的黄金十年,实质是卖地不卖房,靠高额的地价差获利,房地产商的本质是土地运营商,靠卖地获得暴利;2012年至今,在传统地产的转型期,在房地产业限购、限贷政策力度不减,以及市场需求萎缩、货币政策收紧、信托监管趋严等多重压力之下使得房企的融资渠道严重受阻,地产暴利时代结束,逐步走向稳健发展期。传统的房地产商纷纷寻找平台和机会,实现由投资主导向消费主导的转型,力争转型成为更加强调产品创意与服务的旅游地产商,从而加快了以旅游为主要导向的土地综合开发。旅游综合体成为区域经

济发展的重要力量,既是转变经济发展方式的成败所在,也是转型攻坚的重点所在。

旅游综合体是新的经济时期下区域经济发展的重要途径,其发展也需要随着经济形势的演进不断创新。新时期的旅游综合体需要不断注入创新创意,建设具有主题创意化、环境景区化、产品休闲化、空间集聚化、服务社区化等特征的创意旅游综合体(Creative Tourism Complex,简称 CTC),积极建设一批真正符合市场需求、符合科学发展观的、真正适应休闲度假生活特点的新型旅游综合体。

由此,结合近年来的规划经验,本书从区域发展角度提出了创意旅游综合体的基本理论及衍生理论,从规划设计角度提出了创意旅游综合体的十大开发模式(养生养老模式、度假旅居模式、文化创意模式、乡村旅游模式、旅游景区模式、温泉疗养模式、会议会展模式、主题公园模式、主题运动模式和商业娱乐模式),从开发管理运营角度提出了创意旅游综合体的五大运营模式(曲江模式、万达模式、今典模式、中坤模式和港中旅模式),每一类都辅以相应的国内外案例,以翔实的数据、独特的视角解读旅游综合体,以促进旅游综合体科学开发,实现区域综合价值的最大化。

本书由课题负责人刘锋、高炽海主编,专家委员会束盈、葛羿、刘惠、李树平、侯建东、李晓东、曹璐、冶青、易长柏、徐建忠、杜学、陈元夫、徐青、陈一越、陈锋仪、杨韵新、肖立斌、李明伟、王玉海、李庚、许立勇等参与专业思路指导,课题组核心成员代晓松、冶青、李雪、谢雯、石凤玲、李方、王丹参与了书籍主体内容的编写,课题组成员杨鹏飞、黄爱亮、叶军鹏、张继琼、申杰玲、黄健波、刘芳等参与了书籍部分案例的编写。

刘 锋

数据出处

- [1] 邵琪伟. 全国人大常委会报告发言[EB/OL]. http://news.ifeng.com/gundong/detail_2011_12/28/11624484_0.shtml?_from_related,2012-12-18.
- [2] 中国出境旅游发展年度报告[R]. 中国旅游研究院,2013
- [3] 莫尼娜·卡门. 第28届世界旅游日中国主会场庆祝活动发言[EB/OL]. http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-09/28/content_6807530.htm,2007-09-28

目录

总序 / 1

前言 / 3

第一章 旅游综合体概述 / 1

第一节 旅游综合体的发展机遇 / 1

一、旅游大发展推动 / 1

二、房地产转型驱动 / 4

三、新型城镇化带动 / 6

四、旅居新方式引领 / 10

五、产品多元化要求 / 11

六、规划新热点落实 / 13

第二节 旅游综合体发展现状 / 14

一、开发载体——生态为基,主题鲜明 / 14

二、发展阶段——概念为辅,产品支撑 / 18

三、投资主体——类型多元,百花齐放 / 20

四、开发力度——数量增多,规模增大 / 23

五、运作模式——突破创新,凸显优势 / 24

六、关注热点——注重环境,改善民生 / 25

第三节 旅游综合体建设中存在的问题 / 26

一、大地产小旅游 / 26

二、主题创意不足 / 27

三、盈利方式单一 / 27

四、泡沫风险加大 / 27

五、规划管理欠缺 / 28

六、人才瓶颈凸显 / 28

第四节 旅游综合体的内涵和特征 / 29

一、旅游综合体的定义及特征 / 29

二、旅游综合体的三重价值 / 30

三、旅游综合体的发展历程 / 31

四、国内旅游综合体建设的典型案例 / 33

参考文献 / 34

第二章 旅游综合体的理论探索	/ 35
第一节 旅游综合体的理论基础	/ 35
一、产业经济学相关理论	/ 35
二、城镇化相关理论	/ 36
第二节 旅游综合体建设理论	/ 37
一、政态为纲	/ 38
二、生态为基	/ 40
三、文态为魂	/ 42
四、形态为体	/ 45
五、业态为本	/ 46
六、商态为要	/ 50
第三节 旅游综合体运营理论	/ 53
一、产业链条整合化	/ 53
二、产品功能复合化	/ 57
三、收入模式多元化	/ 57
四、管理模式一体化	/ 58
五、投资分期组合化	/ 59
六、营销战略品牌化	/ 60
七、融资模式多样化	/ 60
八、保障实施综合化	/ 62
参考文献	/ 62
 第三章 旅游综合体的产品开发模式	 / 64
第一节 养生养老型	/ 64
一、背景解读	/ 64
二、开发模式	/ 67
三、典型案例	/ 70
第二节 度假旅居型	/ 72
一、背景解读	/ 72
二、开发模式	/ 74
三、典型案例	/ 79
第三节 文化创意型	/ 81
一、背景解读	/ 81
二、开发模式	/ 83
三、典型案例	/ 86
第四节 乡村旅游型	/ 88
一、背景解读	/ 88

二、开发模式	/ 89
三、典型案例	/ 92
第五节 旅游景区型	/ 97
一、背景解读	/ 97
二、开发模式	/ 99
三、典型案例	/ 102
第六节 温泉疗养型	/ 104
一、背景解读	/ 104
二、开发模式	/ 107
三、典型案例	/ 110
第七节 会议会展型	/ 111
一、背景解读	/ 111
二、开发模式及发展条件	/ 113
三、驱动模式及开发策略	/ 114
四、典型案例	/ 115
第八节 主题公园型	/ 117
一、背景解读	/ 117
二、开发模式	/ 119
三、经典案例	/ 124
第九节 主题运动型	/ 126
一、背景解读	/ 126
二、开发模式	/ 128
三、典型案例	/ 131
第十节 商业娱乐型	/ 134
一、背景解读	/ 134
二、开发模式	/ 135
三、典型案例	/ 139
参考文献	/ 141

第四章 旅游综合体的运营模式 / 142

第一节 曲江模式——文旅城互动模式	/ 142
一、曲江文投经营模式	/ 142
二、项目运营模式(运营层)	/ 146
三、案例剖析	/ 149
第二节 万达模式——产城互动模式	/ 150
一、万达经营模式	/ 151
二、项目运营模式	/ 153

三、案例剖析	/ 156
第三节 中坤模式——景居一体化模式	/ 158
一、中坤经营模式	/ 158
二、项目运营模式	/ 160
三、案例剖析	/ 163
第四节 今典模式——度假酒店目的地综合体模式	/ 164
一、今典经营模式	/ 165
二、项目运营模式	/ 168
三、代表案例	/ 170
第五节 港中旅模式——旅游全产业链模式	/ 171
一、港中旅经营模式	/ 171
二、项目运营模式	/ 175
三、案例剖析	/ 177
参考文献	/ 178

第五章 旅游综合体国内案例解析 / 180

第一节 山东景芝齐鲁酒地文化产业园详细规划	
——变废为宝,构筑酒文化创意旅游综合体	/ 180
一、项目概况	/ 180
二、核心创意	/ 180
三、项目成效	/ 185
第二节 中国武夷(建阳)朱子文化旅游度假区概念性规划	
——景区与地产配套,构筑城市文化旅游综合体	/ 186
一、项目概况	/ 186
二、核心创意	/ 187
三、目的地营建	/ 190
第三节 承德滦平皇家养生谷总体策划	
——依托碧霞山水,打造皇家养生养老创意旅游综合体	/ 192
一、项目概况	/ 192
二、核心创意	/ 193
三、运营保障	/ 197
第四节 密云县蔡家洼欧洲风情度假区项目调研及规划设计	
——以点带面,打造京郊乡村旅游休闲度假区	/ 197
一、项目概况	/ 197
二、项目开发	/ 198
三、核心项目	/ 199

第五节	武当山太极传奇景区修建性详细规划	
	——文化为魂,打造互动式休闲创意旅游综合体	/ 202
一、	项目概况	/ 202
二、	核心创意	/ 203
三、	发展思路	/ 205
第六节	辽宁省北票市大黑山森林温泉小镇修建性详细规划	
	——回归自然,畅享山地温泉主题休闲度假小镇	/ 209
一、	项目概况	/ 209
二、	核心创意	/ 210
三、	功能分区	/ 214
四、	招商传奇	/ 215
第七节	青岛凤凰岛国际旅游岛概念性规划及城市设计	
	——借势国际旅游岛,奏响西岸新区发展最强音	/ 215
一、	项目概况	/ 215
二、	新城战略	/ 216
三、	核心创意	/ 217
四、	项目成效	/ 222
第八节	梦廊坊文化产业园总体策划	
	——文化为魂,创新打造中国梦廊坊文化全景体验境区	/ 224
一、	项目概况	/ 224
二、	核心创意	/ 225
第九节	中航巽城湾滨海旅游度假综合体概念性规划	
	——南中国最具特色的滨海山地森林旅游度假综合体	/ 232
一、	项目概况	/ 232
二、	核心创意	/ 233
三、	发展战略	/ 235
四、	主题项目	/ 237
第十节	北戴河宽悦城概念性规划	
	——“城”城联动,构建葡萄酒全景体验式 RBD	/ 239
一、	项目概况	/ 239
二、	项目思路	/ 240
三、	核心创意	/ 242
	参考文献	/ 244
	图表来源	/ 245

第一章 旅游综合体概述

第一节 旅游综合体的发展机遇

新时期,我国区域经济不断升级:居民消费模式升级、城乡发展模式升级和地产开发模式升级,三大升级共同孵化出了旅游与地产领域的新蓝海——旅游综合体。越来越多的投资商把目光投向了旅游综合体,可以看到现在全国各地涌现出越来越多的旅游综合体、旅游产业聚集区、旅游经济区和旅游特区等,这必然会掀起我国的又一轮产业升级运动。

一、旅游大发展推动

近年来,中国旅游业持续快速发展,市场规模不断扩大,宏观环境支撑有力,外部条件日渐成熟,为旅游综合体的发展奠定了强有力的基础,形成了强大的推动力。

(一) 市场规模持续扩大

当前我国已经进入了全民大众化出游的阶段,旅游业呈现出爆发式增长,已形成全球最大的国内旅游市场和世界第一大出境旅游市场,并即将成为世界第一旅游目的地国。

国内游市场成为主体,国内旅游人数和旅游收入在全国比重(全国总人数和旅游总收入)都具有绝对优势,2014 年国内旅游总人次已突破 36 亿,人均出游率接近 3 次,发达国家美、日、韩年人均出游在 5—7 次,可以说中国蕴藏着巨大的旅游需求市场;出境游市场增长迅速,出境游人数已经由 2005 年的 3 103 万增长到 2014 年的 1.09 亿,2012 年出境消费总额已经由 2005 年的 218 亿美元增长到 2014 年的 1 648 亿美元,世界第一大出境旅游消费市场已然形成。巨大的旅游市场为旅游综合体的壮大提供了契机(图 1-1 至图 1-3)。

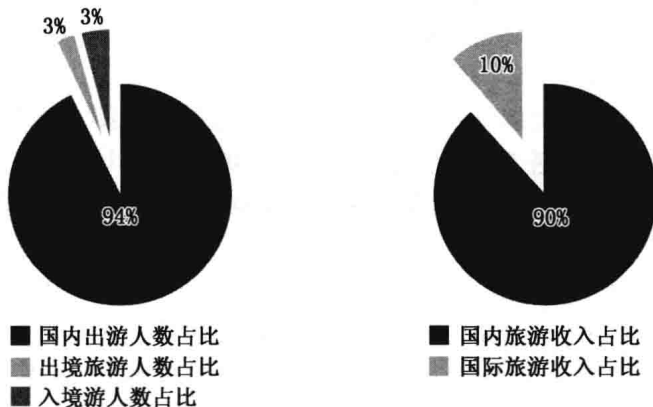


图 1-1 2012 年各类出游人数及国际国内旅游收入占比

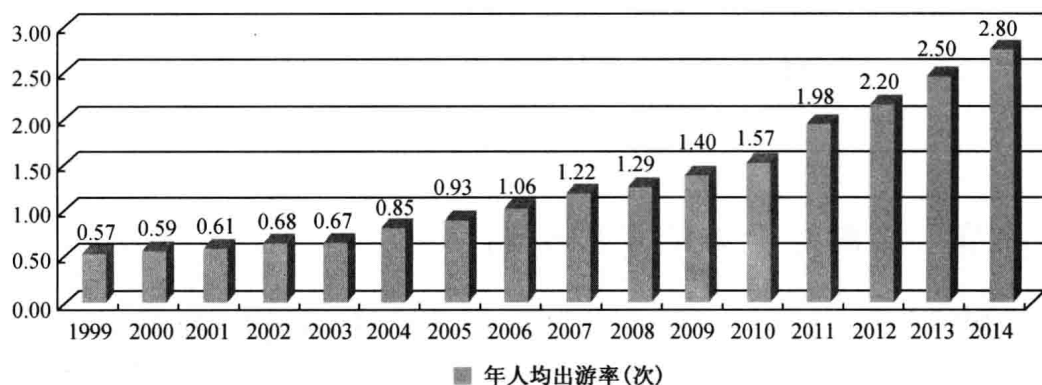


图 1-2 2005—2014 年我国年人均出游率

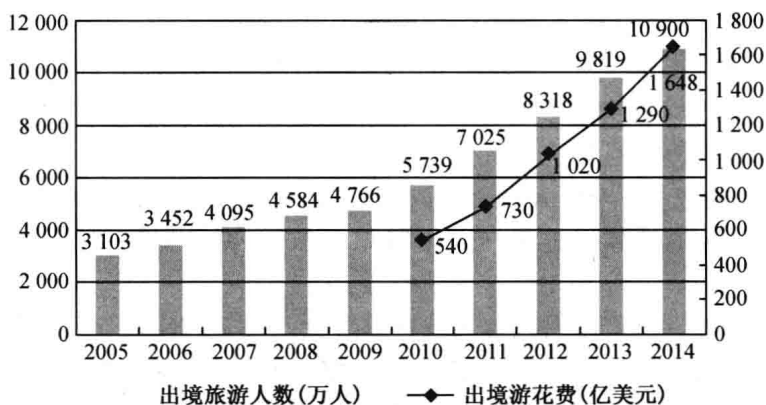


图 1-3 2005—2014 年我国出境游人数及消费

（二）宏观环境支撑有力

我国旅游产业地位不断提升,从最初的外交事业到当前的战略性支柱产业,性质不断变化,功能日趋丰富,政策逐步深入。从现阶段我国主要产业的定位类型及主要产业的发展定位来看,只有旅游业的定位是集战略性和支柱两个产业发展关键词于一身。近年来国家陆续出台了 20 多个区域发展规划或指导意见,可以说,每一次的区域战略部署都是对优化区域经济结构的进一步深入,也是对旅游业在区域中地位的进一步明确。我国旅游产业机遇大好,十七届六中全会提出“要积极发展文化旅游,发挥旅游对文化消费的促进作用”;十八大报告提出“全面落实经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设五位一体总体布局,努力建设美丽中国,实现中华民族永续发展”;《国民旅游休闲纲要(2013—2020 年)》和《中华人民共和国旅游法》的出台都对旅游业的发展形成助推。重视旅游产业,拓展旅游消费已经成为扩大内需的抓手和重要的切入点,而旅游综合体则是旅游消费重要平台的重要出口(图 1-4,表 1-1)^[1]。

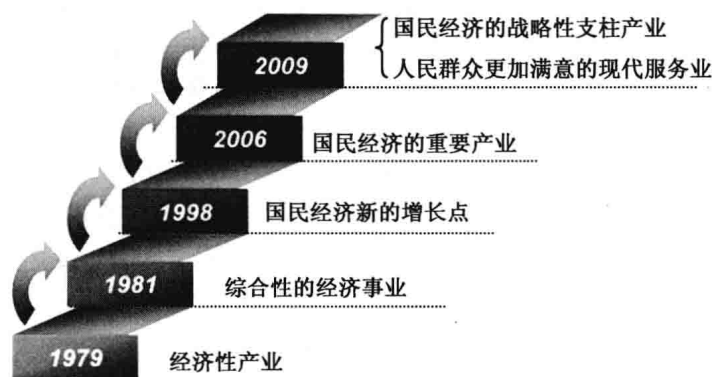


图 1-4 旅游业发展定位阶段性变化示意

表 1-1 中国战略性产业定位情况

部分产业	相关定位	相关政策文件
旅游业	国民经济的战略性支柱产业	《国务院关于加快发展旅游业的意见》国发〔2009〕41 号
服务业	国民经济的主导产业	《国务院关于加快发展服务业的若干意见》国发〔2007〕7 号
环保产业	国民经济的新兴支柱产业	《国务院关于印发国家环境保护“十一五”规划的通知》国发〔2007〕37 号
生物产业	高技术领域的支柱产业、国家的战略性新兴产业、国民经济的主导产业、重点战略产业	《国务院办公厅关于印发〈促进生物产业加快发展若干政策〉的通知》国办发〔2009〕45 号； 《国务院办公厅关于转发发展改革委生物产业发展“十一五”规划的通知》国办发〔2007〕23 号
畜牧业	农业农村经济的支柱产业	《国务院关于促进畜牧业持续健康发展的意见》国发〔2007〕4 号
装备制造业	经济发展的重要支柱产业	《国务院关于加快振兴装备制造业的若干意见》国发〔2006〕8 号
汽车产业	国民经济的支柱产业	《中华人民共和国国家发展和改革委员会令（第 8 号）〈汽车产业发展政策〉》
房地产业	国民经济的支柱产业	《国务院关于促进房地产市场持续健康发展的通知》国发〔2003〕18 号
海洋产业	国民经济的支柱产业	《国务院关于印发全国海洋经济发展规划纲要的通知》国发〔2003〕13 号
乳制品工业	推动第一、二、三产业协调发展的重要战略产业	中华人民共和国工业和信息化部 中华人民共和国国家发展和改革委员会公告（工联产业〔2009〕第 48 号）《乳制品工业产业政策》（2009 年修订）
中药产业	重大战略产业	《国务院办公厅转发科技部、国家计委、国家经贸委、卫生部、药品监管局、知识产权局、中医药局、中科院关于中药现代化发展纲要的通知》（国中医药发〔2003〕38 号）；《中药现代化发展纲要（2002—2010 年）》（国办发〔2002〕61 号）
软件产业	信息时代的战略产业	《科学技术部关于印发〈国家火炬计划软件产业基地认定条件和办法〉的通知》国科发火字〔2000〕337 号

（三）外部条件日渐成熟

交通逐步完善，“十二五”期间我国初步建成高速交通体系，尤其是高铁的发展和高铁网络的形成，加上海洋和内河、湖泊等水上交通以及城市内部交通的发展，丰富了旅行

和游览的方式;公共服务体系日益健全,旅游业发展的配套支撑体系不断完善;信息技术革新应用,依托科学技术创造出大量新的旅游业态和新的旅游需求,引导新的旅游消费,推动服务方式创新和商业模式创新,推动服务与管理流程再造,提升现代化水平和竞争力;收入提升创造多元需求,据预测,到2022年76%的中国城市家庭将达到中产阶级^①的收入水平,将为中国经济增长注入动力,其中家庭收入处在10.6万至22.9万元的“上层中产阶级”消费者将成为中产阶级的主流,他们花在休闲活动和旅游上的时间更多。

中国将成为继美国和日本之后的世界第三大消费市场。有效旅游需求是庞大的,持续发展的动力是澎湃的,旅游综合体是承载庞大旅游消费的关键!

二、房地产转型驱动

房地产业关联了97个行业,上游关联了钢铁、建材、水泥等行业,下游关联了家电、纺织等行业,并且事关就业。房地产业占到了国家1/4固定资产投资,1/2的地方财政收入,以及大部分家庭1/2以上的财富。房地产在国民经济中具有重要地位。

世界上最贵的别墅在哪里?就在风景区、度假地、名胜地。美国最贵的别墅是在阿斯本滑雪区,一栋别墅1.35亿美金,相对而言,华尔街核心地带的地产远远低于这样一个价格。欧美、俄罗斯郊区也都有专门用于度假、消夏的第二住宅和用于旅游的地产,当前面临国家政策的打压和民众需求的激增,未来这也将成为中国地产的发展趋势^[2]。

(一) 房地产转型的五个方向

国家宏观政策调控从紧,房地产业会有大的转型和创新态势。

第一个转型方向,是保障房的大规模建设。这是架构了市场轨和保障轨双轨制的模式,有很多大城市地产商积极切入保障房建设,例如北京金隅集团,其保障房建设现在基本占到了将近一半的比重,也成为他们抗风险的一个很重要的法宝。

第二个转型方向,是行业的集中度会逐步提升,专业化程度也会提高。随着房地产业暴利时代的结束,人们对房地产品质要求越高,小散乱差的房地产商会受到冲击,从而行业集中度会提高。

第三个转型方向,是房地产的金融产品会不断开发,资金来源多样化。

第四个转型方向,是区域中心城市中商业地产的增长空间比较大。

第五个转型方向,是旅游地产、文化地产、养生养老地产、主题地产、产业地产以及环保地产等,未来的前景会非常广阔。

(二) 旅游地产业承载房地产业转型

1. 多种因素催生旅游地产

旅游地产是旅游行业与地产行业在中国产业体系中融合发展的一种特色。

市场需求。旅游地产满足了人们旅行生活中行与居的结合,满足了生活水平提高后更高的住房要求,谁不愿意住在有风景、环境更好、空气更清新的房子里呢?因此,旅游地产是另一种层次上的刚需。

政府管制。目前国内拿地越来越难,但从旅游对就业带动、经济拉动的角度考虑,政

^① 凤凰网. 麦肯锡报告:中国中产阶级正在快速崛起[EB/OL]. [2014-03-20]. <http://finance.ifeng.com/a/20140320/11941626-0.shtml>

府非常支持文化旅游产业的发展,管制较宽松,这是旅游地产发展的利好因素。

企业推动。房地产业对旅游所创造的环境和生活方式的需要,以及旅游业对房地产快速回收经济流的依赖,这种双向的行业融合需要加快了两类企业合作、行业融合的脚步。

外部环境。高铁、城轨等交通基础设施的飞速发展,私家汽车的普及化、廉价化极大地提升了出游的畅通性、可达性,扩大了人们日常生活、旅游的半径,城际距离正在缩短或消失,异地的休闲生活在长距离半径内也成为可能,刺激了旅游地产的发展。

2. 旅游地产前景广阔

旅游地产是具有功能的地产,要依托周边丰富的旅游资源而建,有别于传统的住宅项目的集旅游、休闲度假于一体的置业项目。它是旅游业与房地产业的无缝对接,拥有更好的自然景观、建筑景观以及完善的配套功能和投资价值。

传统旅游地产,指一个区域围绕景区建设,提供旅游的六要素等必要的功能设施,使得游客在观光时体验旅游产品,能够实现旅游的综合服务价值。

现在的旅游地产内涵不断丰富和扩展,是集投资和消费于一体的新型物业模式,是以旅游度假为目的,通过整合规划、设计、开发建设、专业策划、市场营销和网络管理等,把旅游业和房地产业相结合的一个全新的产业模式。从外延来看,旅游地产兼具了服务性、经济性、灵活性和投资性的联动需求,既满足了旅游度假者的游憩需求,还为部分投资置业者提供了新的投资渠道,还为地方区域产业、区域经济发展提供了融合与共生的空间。现在流行在世界级旅游目的地,叠加一个地产模式,整体构建旅游综合体,或者旅游功能区。这已成为旅游地产的重要开发理念,旅游地产项目甚至成为一个地方、一个城市“金名片”。

旅游地产的特征有三大方面:

第一,旅游地产是以旅游资源和旅游环境为依托的,多数都选址在旅游景区、度假旅游地附近,例如海滨、森林、湖畔、滑雪场、运动场、高尔夫球场或者人造主题公园的旁边。

第二,以房地产开发为主要的经营手段,通过开发、营销、管理旅游地产产品,满足人们对于旅游物业资金投入少、使用次数多、每次使用时间短、能够投资增值的要求。同时,实现旅游地产开发企业的发展目标。

第三,具有旅游休闲度假的基本特征,也就是既要有物业的功能,又要有休闲度假旅游的功能,所以其既是旅游物业形态,又是旅游产品形式^[3]。

旅游地产开发的核心要素有三大方面,见图 1-5。

3. 旅游地产新业态——创意旅游综合体

旅游地产让房地产业从城市走向郊区甚至乡村,它对集聚化的功能要求、社区化的服务要求不会变,而且还增添了对景区化的环境、休闲化的产品、创意化的主题等独具旅游地产特色的追求。在这种背景下,符合市场规律的创意型旅游综合体应运而生。近年来,旅游综合体发展迅猛,呈现出一股井喷之势,出现了“每城必建综合体,无处不谈综合体”的现象,各地涌现出不少旅游综合体、旅游产业集聚区、旅游经济区、旅游特区等。旅游综合体代表了城市化和旅游业发展的一个趋势,也是引领未来中国新型生活方式升级的动力引擎,其本身并不是坏事情,关键是如何来引领并做好(图 1-6)。