

# 2014-2020年中国旅游地产 行业监测与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国旅游地产行业监测与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201407/110170.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

旅游地产是指依托周边丰富的旅游资源而建的、有别于传统住宅项目的融旅游、休闲、度假、居住为一体的置业项目，包括休闲度假村、旅游景区主题休闲公园、分时度假酒店、海景住宅、景区住宅等。

我国旅游地产最早出现于20世纪80-90年代，虽然起步较晚，但发展势头良好。尤其是进入21世纪以来，作为拉动内需的两个热点行业，旅游业和房地产业都有了长足的发展。近年来，随着城市房地产开发重心逐渐偏移，房地产市场进入新一轮整合过渡期，市场投资和消费模式逐渐转变，旅游交换平台逐步形成，使旅游地产业进入了新一轮发展时期。旅游地产类型从单一的酒店、主题公园转向游乐设施、度假别墅、第二居所等多元化并存的发展态势。

从发展驱动力看，旅游地产市场基本呈现“一级城市靠地产，二、三级城市靠资源”的泾渭分明的发展态势。北京、上海、天津等一级城市的旅游房地产基本上走“地产”路线，以人造景区、景点来配套于住宅、酒店、社区等的开发；而二、三级城市的旅游房地产则主要走“旅游”路线，依托区域的高等级旅游资源进行项目配置。

从运作方式看，旅游地产市场基本呈现出综合化、多元化的发展态势。众多旅游房地产已由过去的产权式酒店、分时度假逐步发展延伸，以健身、滑雪、旅游、休闲、娱乐、健康为主题的旅游房地产项目逐步兴起，旅游房地产的运作方式逐渐综合化、多元化。

随着中国地产行业项目开发和运作的专业化发展，以及旅游业本身的迅猛发展，旅游地产正逐渐为市场关注。中国各色山水景观地产、休闲度假房产、产权酒店、分时度假、高尔夫别墅、温泉度假村、主题文化会馆等以房地产与旅游有机结合的旅游房地产进入一个崭新的发展阶段，并将持续走强，直到2020年左右。

本旅游地产行业发展分析研究报告，主要依据国家统计局、国家发改委、国家旅游局等研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于中国旅游地产整体发展环境，对旅游地产发展情况、主要地区产业发展分析、相关产业、旅游地产行业项目开发的定位等进行了分析及预测，并对未来旅游地产行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了旅游地产行业今后的发展与投资策略。

为准备进入和研究进入旅游地产企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

## 第一章 旅游地产相关概述

### 第一节 旅游地产的概念及分类

#### 一、旅游地产的定义

#### 二、旅游地产的基本要素

#### 三、旅游地产的主要形式

### 第二节 旅游地产的分类

#### 一、旅游景点地产

#### 二、旅游商务地产

#### 三、旅游度假地产

#### 四、旅游住宅地产

### 第三节 国外旅游地产的发展

#### 一、旅游地产的起源

#### 二、旅游地产的特征

## 第二章 中国旅游地产现有开发模式及比较

### 第一节 旅游地产的现有开发模式

#### 一、以居所为主的景区住宅开发模式

#### 二、以旅游度假为目的的度假房地产开发模式

#### 三、以旅游接待为目的的旅游商务地产开发模式

#### 四、与旅游相关的写字楼开发模式

#### 五、以大盘形式出现的综合型旅游地产开发模式

### 第二节 现有开发模式的比较

#### 一、以居所为主的景区住宅模式

#### 二、以旅游度假为目的的度假房地产模式

#### 三、以大盘形式出现的综合型旅游地产模式

#### 四、以旅游接待为目的的旅游商务地产模式

### 第三节 影响旅游地产开发模式选择的因素分析

#### 一、外部因素

#### 二、内部因素

## 第三章 中国旅游地产行业发展分析

### 第一节 中国旅游地产市场发展概况

#### 一、我国旅游地产行业发展回顾

#### 二、中国旅游地产行业发展现状

三、中国旅游房地产市场的需求分析

四、2014年旅游地产占地面积独大

五、2014年旅游地产竞争日益激烈

六、2014年楼市调控政策使房企转向旅游地产战略

第二节 中国旅游地产业发展中存在的问题与解决策略

一、旅游地产盈利模式争议不断

二、旅游地产面临发展瓶颈

三、浅谈旅游地产开发的陷阱与突围

四、旅游地产要有“熬”的精神

五、旅游地产开发存在的问题

六、旅游地产开发风险规避策略

七、旅游地产发展的瓶颈

八、旅游地产发展的破题之道

第三节 我国旅游地产的消费需求分析

一、产权式酒店贴国人偏好，而资金、效率有障碍

二、分时度假增效率，共享分担显优势

第四节 我国旅游地产的投资价值、潜在问题及破解路径

一、我国旅游地产的投资价值分析

二、我国旅游地产的潜在问题

三、房地产投资信托基金是增进旅游地产投资的有效途径

四、结语

第五节 沿海旅游地产开发项目存在的问题研究

一、沿海旅游地产开发项目中存在的问题

二、政府在解决这些问题时应采取的措施

三、结束语

第四章 不同类型旅游地产的开发与运作分析

第一节 主题公园

一、中国主题公园发展的基本判断

二、2014年主题公园30年蜕变现状

三、打造主题公园应求质而不求量

四、主题公园：文化地产的回归

五、华侨城：“旅游+地产”模式

## 六、国内主题公园发展策略

### 第二节 景区旅游地产

#### 一、景区旅游地产开发原则

#### 二、旅游地产的开发模式

#### 三、结束语

### 第三节 城市旅游地产综合体

#### 一、旅游项目建设背后暴露的问题及对社会的影响

#### 二、如何紧密细致的做好一个经典旅游产品

#### 三、结语

### 第四节 文化旅游地产

#### 一、万达文化旅游城“急行军”

#### 二、企业纷纷涌入旅游地产

#### 三、避险工具还是高风险陷阱

### 第五节 休闲农业旅游地产

#### 一、谁来主导

#### 二、土地难题

#### 三、核心驱动

#### 四、产业循环

#### 五、模式探索

## 第五章 海南旅游地产业发展状况

### 第一节 海南旅游地产业发展概况

#### 一、2013年海南旅游地产行业发展综述

#### 二、2014年前七月海南旅游地产风景独好

#### 三、海南旅游地产升级转型样本

### 第二节 海南旅游地产景观设计发展与模式

#### 一、旅游地产客户定位

#### 二、景观风格设计

#### 三、地产景观材料选择

#### 四、结语

### 第三节 海南旅游地产广告的定位与分析

#### 一、海南旅游房产的发展背景

#### 二、海南旅游房产广告定位与营销策略

### 三、结束语

## 第六章 国内其他地区旅游地产业发展分析

### 第一节 云南

- 一、云南旅游地产观察
- 二、云南旅游地产的多重投资性
- 三、2014年云南旅游地产热中求生
- 四、大热中的冷思考静观版纳旅游地产
- 五、云南华侨城分析
- 六、纳西族建筑文化在束河旅游地产中的应用分析
- 七、彩云南花之城打特色牌

### 第二节 成都

- 一、打造品牌旅游地产项目日渐成熟
- 二、新模式涌现多渠道合作吸引市场
- 三、“5+2”式生活再度流行提升生活品质

### 第三节 广西

- 一、广西旅游地产现状
- 二、广西旅游地产主要存在问题
- 三、解决思路分析

### 第四节 重庆

- 一、抢占成本洼地
- 二、或有市场风险

### 第五节 西安

- 一、遗址上的旅游地产
- 二、前车之鉴

### 第六节 婺源县

- 一、最美乡村的资源禀赋
- 二、优良的地理区位及交通条件
- 三、婺源县发展旅游地产的机遇
- 四、婺源县旅游地产的前景分析

## 第七章 我国房地产业运行回顾及发展预测

### 第一节 2013年中国房地产市场运行分析

- 一、中国土地情况

- 二、房地产开发完成情况
- 三、房屋新开工面积
- 四、商品房销售和待售情况
- 五、房地产开发企业资金来源情况
- 六、全国房地产开发景气指数
- 七、大中城市房屋市场销售价格指数

## 第二节 2014年房地产市场运行分析

- 一、国房景气指数变动情况
- 二、房地产开发投资情况
- 三、房地产开发企业资金来源情况
- 四、商品房建筑与销售情况
- 五、全国房地产市场价格变动情况

## 第三节 2014年下半年房地产市场趋势预测

- 一、房地产政策趋势预测
- 二、房地产开发投资预测
- 三、房地产开发资金来源预测
- 四、土地市场预测
- 五、房地产市场供给预测
- 六、房地产市场需求预测
- 七、房地产市场价格预测

## 第四节 2014-2020年房地产行业发展预测

- 一、2014-2020年中国房地产发展环境分析
- 二、2014-2020年房地产市场刚需分析
- 三、2014-2020年我国房地产市场预测
- 四、2014-2020年中国楼市政策预测
- 五、商业地产将成房企发展重点
- 六、“十二五”末全国保障性住房覆盖面要求
- 七、2013-2020年我国房地产市场预测

## 第八章 我国旅游产业运行回顾及发展预测

### 第一节 2013年国内旅游市场发展综述

- 一、2013年国内旅游市场基本概况
- 二、2013年国内旅游市场主要特点



### 三、问题和趋势

### 四、国内旅游市场发展政策建议

#### 第二节 2014年旅游经济运行分析与趋势预测

##### 一、2014年上半年旅游经济运行分析

##### 二、2014年下半年趋势预测

#### 第三节 “十二五”期间我国旅游市场发展趋势

##### 一、“十二五”规划的主要目标

##### 二、“十二五”规划的发展战略

##### 三、“十二五”国内外环境机遇挑战并存

##### 四、“十二五”旅游市场发展预测

### 第九章 2014-2020年中国旅游地产行业发展趋势与建议

#### 第一节 2014-2020年中国旅游地产行业发展趋势

##### 一、功能演变——从“概念需求”到“产品支撑”;

##### 二、空间规模——由“小而精”到“大而全”的复合型区域开发

##### 三、选址策略——自然资源越稀缺越竞争，呈现“两极”开发战略布局

##### 四、资源整合——模式多样，强调在多元化联合中实现旅游资源再造

##### 六、智力驱动——策划、规划、产品顾问的龙头作用日益凸显

#### 第二节 2014-2020年中国旅游地产行业投资建议

##### 一、认清形势 冲动莫入

##### 二、理性对待 谨慎考察

##### 三、万万不可盲目复制

##### 四、专业、理性、时间缺一不可

### 第十章 2014-2020年中国旅游地产市场投资风险控制策略

#### 第一节 我国旅游地产的投资风险

##### 一、旅游地产的投资风险分析

###### (一) 区位选择风险

###### (二) 投资决策风险

###### (三) 开发运营风险

##### 二、合理规避旅游地产的投资风险的建议

###### (一) 做足可行性研究预防风险

(二) 概念先行, 强化营销, 构建“融入式”产业链

## 第二节 旅游地产开发项目的风险应对及监控

### 一、旅游地产开发项目的风险分析

(一) 盲目投资引起的资金需求风险

(二) 发展模式风险

(三) 运作模式风险

(四) 不可抗力风险

(五) 难以预计的产业政策风险

### 二、相关风险应对与监控策略

(一) 宏观调控, 确保“循序渐进”的应对策略

(二) 充分地市场调查, 进行可行性分析的应对策略

(三) 合理资金预算, 建立风险管理体系的应对策略

### 三、结语

## 第十一章 2014-2020年中国旅游地产市场发展战略

### 第一节 经济转型下旅游地产发展的途径构建

一、目前旅游地产发展面临的挑战

二、经济转型对旅游地产发展提出的原则

三、原则导向下旅游地产发展的途径

四、小结

### 第二节 以产业链整合视角探析旅游地产转型升级路径

一、华侨城的转型升级路径——产业链整合视角

二、华侨城转型升级的经济后果

三、华侨城转型升级面临的风险

### 第三节 基于区域整体利益的旅游地产营销模式创新研究

一、旅游地产的概念界定

二、旅游地产整体营销的必要性

三、基于区域整体利益的旅游地产营销模式的创新

四、基于区域整体利益的旅游地产营销的实施方略

### 第四节 谈多元化主题旅游地产的出现与发展

一、旅游房地产开发的三大效益

二、旅游地产开发的行殊性

三、旅游地产的分类

#### 四、旅游房地产存在的问题

#### 五、结语

#### 第五节 浅谈旅游地产开发中的文化因素

##### 一、旅游地产项目缺乏文化品味

##### 二、文化是灵魂

##### 三、在旅游地产项目中进行文化探索

##### 四、文化决定未来

#### 第六节 万达长白山旅游地产开发策略

##### 一、基于顾客感知的万达旅游地产品牌属性和规划

##### 二、基于旅游地产综合体的项目主题定位与形象

##### 三、不同旅游体验的旅游地产项目的开发与设计

##### 四、总结

#### 第十二章 2014-2020年中国旅游地产规划设计与定位策略

##### 第一节 旅游地产规划设计策略

##### 一、华侨城

##### 二、国内旅游地产规划发展的规律

##### 三、旅游地产规划设计策略

##### 四、实证分析

##### 五、结语

##### 第二节 旅游地产市场定位策略探讨

##### 一、旅游地产市场定位的目的与作用

##### 二、旅游地产市场定位的步骤

##### 三、旅游地产市场定位的策略

##### 四、旅游地产如何打造真正的卖点

##### 第三节 旅游地产催生下的“旅游+地产”模式展望

##### 一、“旅游+地产”模式相关理论分析

##### 二、“旅游+地产”模式简析

##### 三、“旅游+地产”开发模式现状

##### 四、“旅游+地产”模式发展态势展望

#### 图表目录

##### 图表：旅游地产的概念界定

##### 图表：2005-2013年全国房地产开发企业本年土地购置面积和土地成交价款累计同比增速

图表：2005-2013年全国新出让土地平均成交单价

图表：2013年1-12月全国土地购置面积当月情况

图表：2013年1-12月全国房地产开发投资增速

图表：2013年1-12月全国房地产开发企业土地购置面积

图表：2013年1-12月全国房地产开发投资当月完成情况

图表：2013年1-12月全国住宅投资当月完成情况

图表：1999-2013年商品房施工面积、新开工面积、竣工面积增速%

图表：2013年1-12月房屋新开工面积与商品房销售面积增速

图表：2013年1-12月全国房地产新开工、施工和竣工面积情况

图表：2013年1-12月房地产当月新开工情况

图表：2013年1-12月房屋竣工面积当月情况

图表：2013年1-12月全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2013年全国房地产开发和销售情况

图表：2013年东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年东中西部地区房地产销售情况

图表：2006-2013年全国商品房月销售面积

图表：2006-2013年全国商品房成交增速

图表：2013年1-12月全国商品房销售面积当月情况

图表：2013年1-12月全国商品房销售额当月情况

图表：2013年1-12月全国商品房待售面积情况

图表：2013年1-12月房地产开发企业本年到位资金

图表：2013年1-12月全国房地产单月开发资金来源情况

图表：2013年1-12月全国房地产开发资金构成

图表：2006-2013年国房景气指数变动情况

图表：2013年12月70个大中城市新建住宅价格指数

图表：2013年12月70个大中城市新建商品住宅价格指数

图表：2009年2月-2014年“国房景气指数”变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计全国房地产开发投资及同比增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计不同用途房地产开发投资完成额构成情况

图表：2010年11月-2014年累计不同用途房地产开发投资增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计不同地区房地产投资额完成情况

图表：2010年7月-2014年累计东、中、西部地区房地产投资增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计全国房地产开发企业资金来源构成情况

图表：2010年7月-2014年累计全国房地产开发企业资金来源构成增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计全国房地产土地购置与待开发面积及同比增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计全国商品房、商品住宅施工面积及同比增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计全国商品房、商品住宅竣工面积及同比增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计全国商品房、商品住宅销售面积及同比增长率变动趋势

图表：2013年5月-2014年累计全国商品房、商品住宅销售额及同比增长率变动趋势

图表：2014年房地产开发投资总额预测

图表：2014年房地产开发资金来源小计预测

图表：2014年房地产开发土地购置面积预测

图表：2014年商品房新开工和竣工面积预测

图表：2014年商品房销售面积和销售额预测

图表：2014~2015年房地产行业关键指标预测

图表：刚性需求的微观分析框架

图表：2007-2014年实际“刚需”的构成变化（百万套）

图表：1999-2019年每年新增住宅供给和潜在刚性需求

图表：1999-2019年累积住宅供给和累积潜在刚性需求

图表：房地产调控政策回顾

图表：旅游规划指标增长率测算表（2012-2015年）

图表：旅游规划指标体系总表（2012-2015年）

图表：世界十大旅游目的地及客源国

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/110170.html>