2016-2022年中国旅游地产
行业市场分析及发展策略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国旅游地产行业市场分析及发展策略研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0901/201602/24-196713.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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。

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。

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。

报告目录：

第一章　旅游地产相关概述
1.1　旅游地产的概念及分类
1.1.1　旅游地产的定义
1.1.2　旅游地产的基本要素
1.1.3　旅游地产的主要形式
1.2　旅游地产的分类

1.2.1　旅游景点地产
1.2.2　旅游商务地产
1.2.3　旅游度假地产
1.2.4　旅游住宅地产

第二章　2011-2013年中国旅游地产行业的发展环境
2.1　政策环境
2.1.1　《旅游资源保护暂行办法》
2.1.2　《城市房地产开发经营管理条例》
2.1.3　2012-2013年我国房地产市场政策汇总
2.1.4　中国旅游业“十二五”发展规划解读
2.2　经济环境
2.2.1　2012年国民经济运行缓中企稳
2.2.2　2013年国民经济运行状况分析
2.2.3　我国积极推进经济结构转型升级
2.2.4　我国固定资产投资保持快速增长
2.2.5　中国经济未来发展形势分析
2.3　社会环境
2.3.1　城乡居民生活水平向全面小康迈进
2.3.2　交通运输业发展使出行更加便捷
2.3.3　我国城镇居民消费结构不断优化升级
2.3.4　节假日及年休假制度提升居民出游热情
2.4　行业环境
2.4.1　国内房地产市场发展现状
2.4.2　中国房地产市场将逐渐步入理性发展
2.4.3　中国旅游业发展现状
2.4.4　中国旅游产业竞争力快速提升

第三章　2011-2013年中国旅游地产市场总体分析
3.1　2011-2013年中国旅游地产市场发展概况
3.1.1　我国旅游地产行业发展回顾
3.1.2　中国旅游地产行业发展特征

3.1.3　中国旅游房地产市场的需求分析
3.1.4　国内休闲旅游地产市场发展迅猛
3.1.5　我国旅游房地产业进入发展新阶段
3.1.6　我国旅游地产市场机遇与挑战并存
3.2　中国旅游地产企业的财务特征分析
3.2.1　旅游地产企业初创期财务特征
3.2.2　旅游地产企业成长期财务特征
3.2.3　旅游地产企业成熟期财务特征
3.2.4　案例分析说明
3.3　旅游地产全价值链构成分析
3.3.1　资产价值链
3.3.2　功能价值链
3.3.3　品牌价值链
3.3.4　文化价值链
3.3.5　情感价值链（ZYXH）
3.4　中国旅游地产业发展中存在的问题
3.4.1　旅游房地产市场存在的主要问题
3.4.2　国内旅游地产市场发展面临的挑战
3.4.3　制约中国旅游地产业发展的因素
3.4.4　我国旅游房地产市场的发展瓶颈
3.5　促进旅游地产市场发展的对策措施
3.5.1　我国旅游地产市场的发展对策
3.5.2　发展我国旅游地产业的策略措施
3.5.3　旅游房地产市场发展壮大的途径
3.5.4　保障旅游地产市场有序发展的思路
3.5.5　推动旅游地产市场发展的政策建议

第四章　2011-2013年不同类型旅游地产的开发与运作分析
4.1　主题公园
4.1.1　我国主题公园开发的特性
4.1.2　国内主题公园的盈利模式
4.1.3　主题公园开发及运营策略简析

4.1.4　2011年《主题公园服务规范》实施
4.1.5　2012年国内主题公园建设动态
4.1.6　2013年国内主题公园建设动态
4.1.7　迪士尼主题公园全球扩张的成功秘诀
4.1.8　华侨城集团引领中国主题公园产业发展
4.2　度假酒店
4.2.1　度假型酒店的经营原则
4.2.2　度假酒店发展连锁经营的条件
4.2.3　主题经营可提升度假酒店竞争力
4.2.4　中国度假酒店市场营销的特点
4.2.5　国内旅游度假酒店存在的问题
4.2.6　我国度假酒店向多元化方向发展
4.3　城郊旅游地产
4.3.1　城郊开发旅游地产的意义及有利条件
4.3.2　城郊旅游地产的开发思路
4.3.3　城郊旅游地产的发展形式
4.3.4　城郊旅游地产的开发模式
4.3.5　土地政策影响城郊旅游地产开发
4.4　山野旅游地产
4.4.1　山野旅游地产的产品类型
4.4.2　山野旅游地产的景观设计
4.4.3　山野旅游地产开发中的土地问题
4.5　田园旅游地产
4.5.1　田园旅游地产的产品类型
4.5.2　田园旅游地产的运作模式
4.5.3　田园旅游地产开发中的土地流转

第五章　2011-2013年海南旅游地产业发展状况
5.1　海南发展旅游地产的必要性
5.1.1　海南积极推进国际旅游岛建设
5.1.2　旅游房地产是国际旅游岛建设的重要元素
5.1.3　旅游房地产助推海南国民经济持续健康发展

5.1.4　旅游房地产发展是国际旅游岛建设的永续动力
5.2　2011-2013年海南旅游地产业发展概况
5.2.1　海南旅游地产市场发展势头良好
5.2.2　海南旅游房地产市场开发进入新阶段
5.2.3　海南旅游地产业蓬勃发展的支撑因素
5.2.4　2012年海南旅游地产市场回暖
5.2.5　2013年海南旅游地产发展分析
5.2.6　海南旅游地产市场格局面临调整
5.2.7　海南旅游地产业存在的问题及发展对策
5.3　2011-2013年海南省内主要旅游地产市场介绍
5.3.1　三亚
5.3.2　海口
5.3.3　琼海
5.3.4　万宁
5.3.5　儋州
5.4　2011-2013年海南旅游地产主要开发模式
5.4.1　高档度假地产开发模式
5.4.2　养老地产开发模式
5.4.3　复合旅游地产的开发
5.5　海南旅游地产业发展战略及规划
5.5.1　发展战略
5.5.2　发展目标及体系
5.5.3　发展规模
5.5.4　规划布局

第六章　2011-2013年国内其他地区旅游地产业发展分析
6.1　云南
6.1.1　云南旅游地产开发综述
6.1.2　云南旅游地产业快速发展
6.1.3　云南省旅游地产开发不断升温
6.1.4　云南旅游地产开发从自发向自觉转变
6.1.5　云南旅游地产开发与民族情结

6.2　广西
6.2.1　广西旅游地产现状分析
6.2.2　广西旅游地产存在的主要问题
6.2.3　广西旅游地产发展的思路
6.3　成都
6.3.1　成都旅游地产市场持续扩张
6.3.2　成都旅游地产日趋成熟
6.3.3　成都旅游地产开发重点区域分析
6.3.4　成都旅游地产的开发模式简述
6.3.5　成都郊区旅游地产供需研究
6.3.6　成都旅游地产的发展趋势
6.4　青岛
6.4.1　青岛旅游地产业的发展优势
6.4.2　青岛旅游房地产行业迎来发展机遇
6.4.3　青岛市旅游房地产市场发展现状
6.4.4　青岛旅游地产发展持续升温
6.4.5　制约青岛旅游地产业发展的主要因素
6.5　西安
6.5.1　西安加速旅游地产业发展壮大
6.5.2　西安旅游地产开发现状
6.5.3　西安旅游地产开发SWOT分析
6.5.4　西安旅游地产开发策略
6.6　其他
6.6.1　安徽旅游地产发展步伐加快
6.6.2　浙江省旅游地产市场开发浅析
6.6.3　天津旅游地产市场进一步升温
6.6.4　南京城郊旅游地产发展分析
6.6.5　武汉市旅游房地产行业发展概况

第七章　旅游地产项目开发的定位分析
7.1　影响旅游地产项目定位的因素
7.1.1　宏观背景

7.1.2　相关政策
7.1.3　旅游与地产的关系
7.2　旅游地产项目的主题定位
7.2.1　市场分析
7.2.2　项目资源分析
7.2.3　主题定位
7.3　旅游地产项目的产品定位
7.3.1　旅游产品定位
7.3.2　旅游地产产品定位
7.3.3　产品定位应注意的问题

第八章　旅游地产行业投资开发模式分析
8.1　旅游地产项目开发模式
8.1.1　民俗休闲地产开发模式
8.1.2　生态休闲地产开发模式
8.1.3　文化休闲地产开发模式
8.1.4　商务休闲地产开发模式
8.2　旅游地产行业主要投资开发模式
8.2.1　以提供第一居所为目的的景区住宅开发模式
8.2.2　以旅游度假为目的的开发模式
8.2.3　以旅游接待为目的的开发模式
8.2.4　综合性旅游房地产开发模式
8.3　旅游地产运营模式
8.3.1　以依托自然资源为核心的发展模式
8.3.2　以产品提升文化景观为核心的发展模式
8.3.3　以陈述文化主题为核心的发展模式
8.3.4　以嫁接产业主题为核心的发展模式
8.4　旅游地产开发的政府运作模式
8.4.1　以规划方案的把控为前提
8.4.2　以相关政策的支持为重点
8.4.3　以公共工程的建设为核心
8.4.4　以区域营销的推进为辅助

8.4.5　以招商引资的落实为突破
8.4.6　以后续监管的持续为保障
8.5　旅游地产开发的经典案例
8.5.1　京津新城
8.5.2　成都芙蓉古城
8.5.3　西安曲江新城
8.5.4　深圳东部华侨城

第九章　2011-2013年中国旅游地产市场投资状况分析
9.1　投资机遇
9.1.1　中国旅游地产投资价值分析
9.1.2　分时度假体系和便捷交通加速旅游地产发展
9.1.3　楼市调控成国内旅游地产投资升温契机
9.1.4　城市旅游地产迎来投资机遇
9.1.5　旅游房地产市场的投资潜力
9.1.6　旅游地产市场投资商机凸显
9.2　投资概况
9.2.1　国内旅游地产市场掀起投资热潮（ZYXH）
9.2.2　二线城市旅游地产市场投资趋热
9.2.3　滨海旅游地产投资受青睐
9.2.4　旅游地产消费成个人投资新亮点
9.2.5　旅游商业地产项目投资方式简介
9.2.6　旅游房地产市场投资趋势
9.3　投融资模式
9.3.1　BOT或BT模式
9.3.2　“一条龙”模式
9.3.3　核心引爆模式
9.3.4　单一主题模式

第十章　中国旅游地产投资风险及建议
10.1　旅游地产投资风险分析
10.1.1　主要风险

10.1.2　制度风险
10.1.3　管理风险
10.1.4　运作风险
10.2　旅游地产开发投资风险规避措施
10.2.1　充分的市场调查
10.2.2　科学预测市场
10.2.3　有弹性的规划设计
10.2.4　资金的合理测算
10.2.5　完善后期管理
10.3　旅游地产行业投资建议
10.3.1　以资产价值提升为基石
10.3.2　以功能价值创新为源泉
10.3.3　以品牌价值塑造为核心
10.3.4　以文化价值彰显为支点
10.3.5　以情感价值融入为纽带
10.4　旅游房地产项目投资策略
10.4.1　项目开发的原则
10.4.2　项目投资的基本方向
10.4.3　项目投资的前期准备
10.4.4　项目规划设计的思路
10.4.5　项目开发中应注意的问题
10.5　旅游地产投资开发区位选择对策
10.5.1　旅游区位的概念及内涵
10.5.2　旅游地产投资开发区位选择因素分析
10.5.3　旅游地产投资开发区位选择策略解析

第十一章　旅游地产市场发展趋势及前景预测
11.1　中国旅游地产市场的发展趋势
11.1.1　我国旅游地产市场未来发展走势
11.1.2　旅游地产的规划开发向专业化发展
11.1.3　旅游地产开发趋向多元化纵深化
11.1.4　旅游地产开发将由重销售转向重经营

11.2　中国旅游地产市场前景展望
11.2.1　旅游房地产市场潜力巨大
11.2.2　旅游地产行业将步入快速发展期
11.2.3　旅游地产市场发展前景广阔
11.2.4　2014-2018年中国旅游地产行业前景预测

图表目录：（部分）

图表　2012年房地产开发及市场管理政策事件汇总
图表　2012年房地产土地调控政策事件汇总
图表　2012年房地产金融政策事件汇总
图表　2013年地方限购政策微调细则
图表　多种方式应对公积金余额吃紧
图表　2011-2012年国内生产总值同比增长速度
图表　2004-2012年全国粮食产量及其增速
图表　2011-2012年规模以上工业增加值增速（月度同比）
图表　2011-2012年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
图表　2011-2012年居民消费价格同比上涨情
图表　2011-2012年工业生产者出厂价格同比涨跌情况

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201602/24-196713.html