

# 2017-2022年中国旅游地产行业运行态势及投资方向研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国旅游地产行业运行态势及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/291289291289.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

实现行与居的结合。2016年5月19日，国家旅游局发布了《中国旅游发展报告(2016)》，报告指出，旅游业对GDP的综合贡献已达到了10%，对关联产业的拉动效应显著，2015年，旅游业直接投资首次突破1万亿元，达到了10072亿元。

随着旅游度假时代的到来，房地产与旅游的需求互相叠加，产生旅游地产的强劲需求。国内众多地产企业相继进入旅游地产市场，中国金茂、万达、万科、世茂等实力房地产企业成为旅游地产开发的主力军。

### 一、旅游地产的概念

旅游地产是指依托周边丰富的旅游资源，以房地产开发为主要手段，整合各项资源，融旅游、休闲、度假、居住为一体的置业项目，从而将旅游业与房地产业相结合，形成一种新的开发模式。

### 二、我国旅游地产发展的特征

#### 1.国内旅游消费需求持续增加，旅游业发展空间很大

2005—2015年，国内旅游人数比重、国内旅游消费比重都呈稳步增长态势。经测算，2015年，中国共接待国内外旅游人数超过41亿人次，旅游总收入达4.13万亿元。其中国内旅游人数达40亿人次，国内旅游收入达3.42万亿元。全年接待入境旅游人数1.33亿人次，实现国际旅游收入1136.5亿美元，同比分别增长4%和7.8%；中国公民出境旅游人数达到1.2亿人次。根据《中国旅游发展报告2016》显示，预计2020年，中国国内旅游规模将达到68亿人次，出境旅游人数将超过2亿人次。同时，随着人们生活水平的提高和生活质量理念的提升，休闲度假已逐步为社会所接受，为旅游地产的快速发展提供巨大的消费来源。

#### 2.旅游地产发展城市间发展差异较大

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；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。

### 3. 旅游地产产品类型、运作方式逐渐综合多元化

中国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，商务型、度假型等旅游模式逐步发展。旅游房地产的运作方式逐渐综合化、多元化。

### 4. 旅游地产置业更多希望在投资和消费上获得更高效益

旅游地产具有投资、自用的双重功能，投资者不仅可以在投资中获得保值增值收益，还可以通过长期投资物业，享受其带来的空间和消费功能的利益。正因如此，旅游地产会吸引“高收入”和“高品质”生活的人群来消费与投资。旅游地产的置业需求更多希望在投资和消费上能够获得更高的效益。

图：文化、旅游与地产的关系及开发形式

资料来源：公开资料，中国报告网整理

## 三、我国旅游地产发展的趋势

### 1. 积极创新旅游地产功能

积极创新我国旅游地产的功能，主要从两个方面入手：第一，结合当前业态，开发出亲民化的休闲娱乐项目；第二，在营销策略的构建上，应大力挖掘大众消费和商务消费两大资源。对于大众消费而言，可以设计出娱乐、餐饮、住宿一条龙的服务项目，并在价格定位上符合当地消费者的心理预期；对于商务消费而言，应努力开拓商务会议、员工培训、企业仪式性活动等业务，从而优化当前的业务种类。相比较而言，应在拓展大众消费上下大力气。

### 2. 房地产企业开发方式上的扩展化

国内旅游地产企业要借鉴国际先进经验，寻求与国际接轨，不断完善自身的产品，有竞争力的品牌企业，在进入新市场及推出新产品时要着重打造自己的特色品牌，实施品牌化经营以及集团化发展。从实际市场需求出发，探索适合当地消费者需求的产品和项目，从而寻求最佳的开发模式，注重客户的体验与服务品质的提升。在开发过程中，注重与周边环境

的和谐统一。

### 3.充分发展在线旅游

充分发展在线旅游,将线上与线下相结合,发展在线旅游包括:第一,发展电商,与网站结合实现旅游产品和服务的在线预定、售卖等。第二,建立与网络游戏中场景类似的主题公园和产品,让消费者置身其中,体验在线娱乐的感觉。随着现代信息技术的发展和消费方式的转变,众多大型开发商纷纷将目光投资于旅游服务网站等电商,旅游投资急速升温。

### 4.文化旅游地产将日益发展

在众多地产类型开发竞争中,以文化为主题的旅游地产异军突起,逐渐成为旅游地产发展的一大趋势。文化旅游地产将各种优秀的文化与旅游业融合一体,不但满足了娱乐消费的需求,而且体现了休闲度假旅游的特色。房地产开发商投资的文化旅游地产正在全国各地相继拔地而起,走在时代前沿的“文化地产”,以个性化多元化的人文品质全面渗透在现代人的生活方式中。

### 5.旅游地产经营模式的创新

转变旅游地产的经营模式,随着越来越多的中国人旅游消费方式从“走马观花”步入“娱乐休闲”,中国巨大的“分时度假”消费市场潜力正日益突现。将房屋按时间而不是按面积切割,成为可以供多户人家拥有的使用权,并将其出售给不同的购买者;并且通过交换服务系统会员把自己的客房使用权与其他会员异地客房使用权进行交换,实现异地度假时段的交换。

中国报告网发布的《2017-2022年中国旅游地产行业运行态势及投资方向研究报告》内容严谨、数据翔实,更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据,以及我中心对本行业的实地调研,结合了行业所处的环境,从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资风险,制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格

数据主要来自于各类市场监测数据库。

## 第一章：中国旅游地产行业客源市场与购买群体分析

### 1.1中国旅游地产行业的定义分类

#### 1.1.1旅游地产的界定与特征

(1) 旅游地产的界定

(2) 旅游地产项目的特征

#### 1.1.2旅游地产行业主要产品分类

#### 1.1.3旅游地产行业简要发展历程

### 1.2中国旅游行业游客消费行为与特征分析

#### 1.2.1旅游行业市场消费规模分析

(1) 旅游业收入分析

(2) 城乡居民旅游消费分析

#### 1.2.2旅游消费群体的特征分析

(1) 入境旅游消费者的特征分析

(2) 国内旅游消费者的特征分析

#### 1.2.3旅游行业新兴消费趋势分析

### 1.3中国旅游地产项目客源市场与购买群体分析

#### 1.3.1旅游地产项目客源市场分析

#### 1.3.2旅游地产购买群体特征分析

## 第二章：中国旅游地产行业发展现状与投资热度分析

### 2.1中国旅游项目投资开发分析

#### 2.1.1旅游项目投资开发分析

#### 2.1.2旅游项目投资动向分析

(1) 旅游项目投资发展动态

(2) 大型旅游项目投资动向

#### 2.1.3旅游项目投资趋势分析

### 2.2中国旅游地产行业发展现状分析

#### 2.2.1中国旅游地产行业发展总体概述

#### 2.2.2旅游地产行业项目区域分布分析

#### 2.2.3旅游地产项目类型结构分析

#### 2.2.4旅游地产项目占地规模结构分析

### 2.3中国旅游地产行业投资热度分析

#### 2.3.1全国旅游地产投资热度分析

### 2.3.2不同区域旅游地产投资热度分析

- (1) 海南地区旅游地产投资热度分析
- (2) 西南地区旅游地产投资热度分析
- (3) 长三角地区旅游地产投资热度分析
- (4) 环渤海地区旅游地产投资热度分析
- (5) 两广地区旅游地产投资热度分析
- (6) 闽东南地区旅游地产投资热度分析

### 2.3.3不同类型旅游地产投资热度分析

- (1) 滨海旅游地产投资热度分析
- (2) 滨湖旅游地产投资热度分析
- (3) 山地旅游地产投资热度分析
- (4) 温泉旅游地产投资热度分析
- (5) 古镇旅游地产投资热度分析
- (6) 高尔夫地产投资热度分析
- (7) 主题公园地产投资热度分析
- (8) 游艇码头地产投资热度分析

## 2.4旅游地产开发存在的主要问题分析

### 2.4.1供给过度膨胀

### 2.4.2局部投资过热

### 2.4.3开发模式单一

### 2.4.4金融风险增加

### 2.4.5制度规范缺失

### 2.4.6空置率居高不下

## 2.5旅游地产开发的优劣势分析

### 2.5.1旅游地产行业发展优势分析

### 2.5.2旅游地产行业发展劣势分析

## 第三章：中国旅游地产行业投资开发模式分析

### 3.1中国旅游地产行业主要投资开发模式分析

#### 3.1.1旅游地产行业投资开发主体分析

#### 3.1.2旅游地产行业主要投资开发模式

- (1) 景区住宅开发模式
- (2) 以旅游度假为目的的开发模式
- (3) 以旅游接待为目的的开发模式
- (4) 综合性旅游房地产开发模式

### 3.2中国旅游地产行业主要运行模式分析

#### 3.2.1旅游地产开发的政府运作模式

- (1) 以规划方案的把控为前提
- (2) 以相关政策的支持为重点
- (3) 以公共工程的建设为核心
- (4) 以区域营销的推进为辅助
- (5) 以招商引资的落实为突破
- (6) 以后续监管的持续为保障

#### 3.2.2旅游地产开发的企业运作模式

- (1) 旅游地产开发企业的定位
- (2) 旅游地产的商业运作模式
- (3) 旅游地产开发的运作流程

### 3.3中国旅游地产典型开发模式分析

#### 3.3.1典型案例分析——华侨城模式

- (1) 华侨城模式介绍
- (2) 旅游地产项目开发
- (3) 华侨城模式经验总结

#### 3.3.2典型案例分析——中坤模式

- (1) 中坤模式介绍
- (2) 旅游地产项目开发
- (3) 中坤模式经验总结

## 第四章：互联网经济下旅游地产转型突围策略分析

### 4.1互联网发展现状及带来的变革

#### 4.1.1互联网发展势不可挡

- (1) 互联网普及应用增长迅猛
- (2) 网络购物市场蓬勃发展
- (3) 移动互联网购物呈爆发式增长
- (4) 在线旅游行业快速发展

#### 4.1.2互联网发展带来巨大变革

- (1) 催生新兴行业
- (2) 颠覆传统行业

### 4.2互联网对旅游地产行业的冲击与挑战

#### 4.2.1互联网对旅游地产行业的影响层面

- (1) 改变了消费者的消费习惯

- (2) 打破了信息的不对称性格局
- (3) 大数据推动资源利用最大化
- 4.2.2 互联网对旅游地产行业带来的冲击
  - (1) 对线下分流，线下客流下滑
  - (2) 对实体店带来价格冲击
- 4.2.3 互联网对传统旅游地产行业的颠覆与重构
  - (1) 原有定价体系崩塌，新体系需重建
  - (2) 原有格局被打破，传统品牌需创新迎变
  - (3) 由传统产品驱动向用户驱动转变
- 4.3 互联网思维下传统旅游地产企业转型突围策略
  - 4.3.1 旅游地产企业电商切入模式及运营建议
  - 4.3.2 旅游地产企业O2O战略布局及实施运营
  - 4.3.3 旅游地产企业互联网营销三个阶段及策略
    - (1) 利用互联网平台推广，宣传造势
    - (2) 搭建人与人连接，实现销售渠道网络化
    - (3) 迎合客户个性化，提供营销解决方案
  - 4.3.4 旅游地产企业如何实现数据化运营与管理
- 4.4 传统旅游地产企业互联网转型优秀案例研究
  - 4.4.1 万科牵手途家网合建互联网旅游地产
  - 4.4.2 远洋地产与京东金融“众筹卖房”

## 第五章：中国旅游地产行业产品开发与投资吸引力分析

- 5.1 自然资源类产品项目开发与投资吸引力
  - 5.1.1 滨湖类产品项目开发与投资吸引力
    - (1) 滨湖类产品项目开发模式分析
    - (2) 滨湖类产品项目开发案例——千岛湖开元度假村
    - (3) 滨湖类旅游市场需求分析
    - (4) 滨湖类产品项目投资价值分析
  - 5.1.2 滨海类产品项目开发与投资吸引力
    - (1) 滨海类产品项目开发模式分析
    - (2) 中国滨海类旅游产品开发分析
    - (3) 滨海类产品项目开发典型案例
    - (4) 中国滨海旅游业发展状况分析
    - (5) 滨海类产品项目投资价值分析
  - 5.1.3 温泉类产品项目开发与投资吸引力

- (1) 温泉类产品项目开发模式分析
- (2) 温泉类产品项目开发案例——珠海海泉湾度假城
- (3) 中国温泉旅游业发展状况分析
- (4) 温泉类产品项目投资价值分析
- 5.2 景观类产品项目开发与投资吸引力
- 5.2.1 主题公园项目开发与投资吸引力
  - (1) 主题公园项目开发模式分析
  - (2) 主题公园项目开发典型案例——欢乐谷
  - (3) 主题公园旅游业发展分析
  - (4) 主题公园项目投资价值分析
- 5.2.2 高尔夫项目开发与投资吸引力
  - (1) 高尔夫项目开发模式分析
  - (2) 高尔夫项目开发建设分析
  - (3) 高尔夫项目开发典型案例
  - (4) 高尔夫项目经营情况分析
  - (5) 高尔夫项目投资价值分析
- 5.3 文化主题类产品项目开发与投资吸引力
- 5.3.1 古村、镇项目开发与投资吸引力
  - (1) 中国古村、镇旅游发展历程
  - (2) 古村、镇项目开发模式分析
  - (3) 古村、镇项目开发典型案例
  - (4) 古村、镇旅游市场需求分析
  - (5) 古村、镇项目投资价值分析
- 5.3.2 文化节庆类产品项目开发与投资吸引力
  - (1) 文化节庆活动举办现状分析
  - (2) 文化节庆类地产开发分析
  - (3) 文化节庆类产品项目开发典型案例
  - (4) 文化节庆类产品项目投资价值分析
- 5.4 依托产业资源类产品项目开发与投资吸引力
- 5.4.1 产业新城项目开发与投资吸引力
  - (1) 产业新城项目开发模式分析
  - (2) 产业新城项目开发案例——中新天津生态城
  - (3) 产业新城项目投资开发分析
  - (4) 产业新城项目投资价值分析
- 5.4.2 会展旅游地产项目开发与投资吸引力

- (1) 会展旅游地产项目开发模式分析
- (2) 会展旅游地产项目开发案例——成都国际会展中心
- (3) 全国会展经济运行状况宏观发展态势分析
- (4) 全国展馆数量与面积分析
- (5) 会展旅游地产项目竞争力分析

## 第六章：中国旅游地产行业配套物业发展趋势

### 6.1 产权式酒店物业发展趋势分析

#### 6.1.1 产权式酒店投资建设分析

#### 6.1.2 产权式酒店投资方式分析

#### 6.1.3 产权式酒店物业市场需求分析

#### 6.1.4 典型景区产权式酒店投资案例分析

#### 6.1.5 产权式酒店物业投资影响因素分析

### 6.2 酒店式公寓物业发展趋势分析

#### 6.2.1 酒店式公寓市场需求分析

- (1) 酒店式公寓消费总体情况

- (2) 酒店式公寓消费群体分析

- (3) 酒店式公寓需求类型分析

- (4) 酒店式公寓租赁价格分析

#### 6.2.2 典型景区酒店式公寓投资案例——青岛三度空间柏悦酒店式公寓

#### 6.2.3 酒店式公寓物业发展趋势分析

### 6.3 会议中心物业发展趋势分析

#### 6.3.1 会议中心投资建设分析

- (1) 北京与其他地区概况

- (2) 环渤海会议目的地区域

- (3) 以大连为代表的东北会议目的地区域

- (4) 以川渝为代表的西部会议目的地区域

#### 6.3.2 会议中心发展主要问题分析

#### 6.3.3 会议中心物业发展趋势分析

### 6.4 旅游度假村发展趋势分析

#### 6.4.1 旅游度假村发展现状分析

#### 6.4.2 旅游度假村发展趋势分析

## 第七章：中国主要省市旅游地产行业投资潜力分析

### 7.1 海南省旅游地产行业投资潜力分析

#### 7.1.1海南省旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业政策环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

#### 7.1.2海南省旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

#### 7.1.3海南省旅游地产行业供需状况分析

- (1) 供给情况分析
- (2) 需求情况分析

#### 7.1.4海南省旅游地产行业投资潜力分析

- (1) 旅游地产行业影响因素分析
- (2) 旅游地产开发建设情况

#### 7.2贵州省旅游地产行业投资潜力分析

##### 7.2.1贵州省旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业政策环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

##### 7.2.2贵州省旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

##### 7.2.3贵州省旅游地产行业供需状况分析

- (1) 供给情况分析
- (2) 需求情况分析

##### 7.2.4贵州省旅游地产行业投资潜力分析

- (1) 旅游地产行业影响因素分析
- (2) 旅游地产开发建设情况

#### 7.3云南省旅游地产行业投资潜力分析

##### 7.3.1云南省旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业市场环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

### 7.3.2云南省旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

### 7.3.3云南省旅游地产行业供需状况分析

- (1) 供给情况分析
- (2) 需求情况分析

### 7.3.4云南省旅游地产行业投资潜力分析

- (1) 旅游地产行业影响因素分析
- (2) 旅游地产开发建设情况

## 7.4吉林省旅游地产行业投资潜力分析

### 7.4.1吉林省旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业政策环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

### 7.4.2吉林省旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

### 7.4.3吉林省旅游地产行业供需状况分析

- (1) 供给情况分析
- (2) 需求情况分析

### 7.4.4吉林省旅游地产行业投资潜力分析

- (1) 旅游地产行业影响因素分析
- (2) 旅游地产开发建设情况

## 7.5安徽省旅游地产行业投资潜力分析

### 7.5.1安徽省旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业政策环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

### 7.5.2安徽省旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

### 7.5.3安徽省旅游地产行业供需状况分析

- (1) 供给情况分析

(2) 需求情况分析

7.5.4安徽省旅游地产行业投资潜力分析

(1) 旅游地产行业影响因素分析

(2) 旅游地产开发建设情况

7.6江苏省旅游地产行业投资潜力分析

7.6.1江苏省旅游地产行业投资环境分析

(1) 旅游资源禀赋分析

(2) 旅游业发展现状分析

(3) 旅游业政策环境分析

(4) 居民收入与消费情况分析

7.6.2江苏省旅游地产行业客源市场分析

(1) 国内客源市场分析

(2) 国外客源市场分析

7.6.3江苏省旅游地产行业供需状况分析

(1) 供给情况分析

(2) 需求情况分析

7.6.4江苏省旅游地产行业投资潜力分析

(1) 旅游地产行业影响因素分析

(2) 旅游地产开发建设情况

7.7广东省旅游地产行业投资潜力分析

7.7.1广东省旅游地产行业投资环境分析

(1) 旅游资源禀赋分析

(2) 旅游业发展现状分析

(3) 旅游业政策环境分析

(4) 居民收入与消费情况分析

7.7.2广东省旅游地产行业客源市场分析

(1) 国内客源市场分析

(2) 国外客源市场分析

7.7.3广东省旅游地产行业供需状况分析

(1) 供给情况分析

(2) 需求情况分析

7.7.4广东省旅游地产行业投资潜力分析

(1) 旅游地产行业影响因素分析

(2) 旅游地产开发建设情况

7.8杭州市旅游地产行业投资潜力分析

#### 7.8.1杭州市旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业政策环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

#### 7.8.2杭州市旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

#### 7.8.3杭州地区旅游地产项目开发分析

#### 7.8.4杭州市旅游地产行业投资潜力分析

- (1) 旅游地产行业影响因素分析
- (2) 旅游地产开发建设情况

#### 7.9大连市旅游地产行业投资潜力分析

#### 7.9.1大连市旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业政策环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

#### 7.9.2大连市旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

#### 7.9.3大连市旅游地产项目开发分析

#### 7.9.4大连市旅游地产行业投资潜力分析

- (1) 旅游地产行业影响因素分析
- (2) 旅游地产开发建设情况

#### 7.10青岛市旅游地产行业投资潜力分析

#### 7.10.1青岛市旅游地产行业投资环境分析

- (1) 旅游资源禀赋分析
- (2) 旅游业发展现状分析
- (3) 旅游业政策环境分析
- (4) 居民收入与消费情况分析

#### 7.10.2青岛市旅游地产行业客源市场分析

- (1) 国内客源市场分析
- (2) 国外客源市场分析

#### 7.10.3青岛市旅游地产项目开发热度分析

#### 7.10.4 青岛市旅游地产行业投资潜力分析

- (1) 旅游地产行业影响因素分析
- (2) 旅游地产开发建设情况

### 第八章：中国旅游地产开发企业综合实力比较分析

#### 8.1 旅游地产企业竞争标杆分析

##### 8.1.1 主要企业开发模式类型比较分析

##### 8.1.2 主要企业旅游地产代表项目情况

##### 8.1.3 旅游地产企业品牌比较分析

#### 8.2 旅游地产企业经营能力分析

##### 8.2.1 深圳华侨城控股股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

##### 8.2.2 雅居乐地产控股有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

##### 8.2.3 恒大地产集团有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

##### 8.2.4 北京万通地产股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

##### 8.2.5 中弘控股股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.6首创置业股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.7上海世茂股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.8万科企业股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.9保利房地产（集团）股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.10广州富力地产股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.11龙湖地产有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.12合生创展集团有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.13中华企业股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.14碧桂园控股有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.15太古地产有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.16中国金茂控股集团有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.17华润置地有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.18京投银泰股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 8.2.19苏州新区高新技术产业股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

## 8.2.20中航地产股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

## 8.2.21大连万达商业地产股份有限公司经营能力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

## 第九章：中国旅游地产行业趋势预判与投资战略

### 9.1旅游地产行业投资风险控制

#### 9.1.1旅游地产的策划定位风险控制

#### 9.1.2旅游地产的地段选择风险控制

#### 9.1.3旅游地产的资金投入风险控制

#### 9.1.4旅游地产的市场运营风险控制

### 9.2旅游地产行业投融资途径分析

#### 9.2.1国外商业贷款融资途径

#### 9.2.2旅游地产证券化模式选择

#### 9.2.3境内外上市融资方式分析

#### 9.2.4融资租赁方式分析

#### 9.2.5典当融资方式分析

#### 9.2.6不同旅游地产企业融资建议

### 9.3旅游地产行业投资策略分析

#### 9.3.1以资产价值提升为基石

#### 9.3.2以功能价值创新为源泉

#### 9.3.3以品牌价值塑造为核心

#### 9.3.4以文化价值彰显为支点

#### 9.3.5以情感价值融入为纽带

### 9.4旅游地产行业趋势预判及投资前瞻

#### 9.4.1旅游地产行业发展趋势

#### 9.4.2行业发展机遇与威胁分析

#### 9.4.3旅游地产行业发展建议

- (1) 旅游地产行业情景规划

(2) 旅游地产行业前瞻规划

(3) 旅游地产行业完善规划

(4) 旅游地产行业电商渠道

#### 9.4.4 旅游地产行业投资前瞻

(1) 资源+主题酒店

(2) 养生地产

(3) 文化产业与地产结合

(4) 主题公园模式

#### 图表目录

图表1：旅游地产行业的产品类型

图表2：中国国内旅游收入增长情况（单位：亿元，%）

图表3：中国国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）

图表4：上半年中国入境旅游客源结构（单位：万人次，%）

图表5：中国入境旅游人数变化情况（单位：%）

图表6：上半年中国入境旅游过夜客源结构（单位：%）

图表7：上半年中国入境旅游外国客源结构（单位：%）

图表8：中国入境旅游外国客源前十位国家（单位：万人次）

图表9：入境旅游外国人性别结构（单位：%）

图表10：上半年外国人入境旅游目的（单位：%）

图表11：上半年入境旅游外国人年龄结构（单位：%）

图表12：春节“黄金周”旅游人数及增长率（单位：万人次，%）

图表13：春节“黄金周”旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

图表14：主要客源市场情况（单位：万人次，%）

图表15：旅游房产产品购买者购买动机调查结果（单位：个，%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/291289291289.html>