

2017-2022年中国主题地产行业市场发展现状及十三五投资价值评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国主题地产行业市场发展现状及十三五投资价值评估报告》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/fangdichang/275980275980.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

主题地产是指以项目策划为导向，将主题文化导入房地产的“整体规划、建筑造型、园林绿化、园林景观、宣传推广和社区文化活动”之中，将开发项目建设成为一个“集文化艺术和居住公园于一体”的城市生活体。

地产类型

旅游地产：旅游房地产简称旅游地产，是指以游客(即旅游观光和旅游度假的人)作为最终消费者，为游客提供各种观光、餐饮、体验、居住度假、游憩购物、康体娱乐、商务办公等休闲功能的建筑物及关联空间。

体育地产：体育地产就是将体育产业和房地产业有机的嫁接，以体育作为主体概念的房产开发模式，并且将体育纳入房产开发的总规划。

养老地产：养老地产是以老年人为目标客户群体而进行建筑设计、设施配套和服务跟进的房地产项目。养老地产的特色应该是为老年人提供家政、餐饮、娱乐、休闲、社交、康复、医疗、介护、照料等一条龙服务，而不是仅仅提供老年人居住的“地产”。

文化地产：文化地产是以文化软实力为核心竞争力的房地产开发模式，是用文化引领规划、建筑设计、园林景观、营销体系、物业服务……的系统工程。

经典案例

深圳华侨城:至2000年四大主题公园全部建成，现已成为深圳市主要旅游景点

截至2015年底开发和运营有旅游地产项目的企业共有5297家，同比2014年减少27家，但是我国旅游地产项目数量呈现增长趋势。

2014-2016年中国旅游地产项目开发企业数量规模

中国报告网发布的《2017-2022年中国主题地产行业市场发展现状及十三五投资价值评估报告》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：中国主题地产行业运营现状分析

1.1主题地产行业综述

1.1.1主题地产行业定义

1.1.2主题地产行业分类

(1) 销售核心式

(2) 经营核心式

1.2主题地产行业政策环境

1.2.1主题地产行业的监管环境

(1) 主题地产行业主要监管政策

(2) 主题地产行业监管趋势分析

1.2.2主题地产行业法律法规

1.2.3主题地产行业部门规章

1.3主题地产行业经济环境

1.3.1行业与经济发展的相关性分析

1.3.2国外宏观经济发展现状分析

1.3.3国内宏观经济发展现状分析

1.3.4国内外宏观经济发展趋势分析

1.4主题地产行业社会环境

1.4.1城镇化分析

(1) 行业与城镇化进程的相关性分析

(2) 国家城镇化进程分析

(3) 国家城镇化进程规划

1.4.2消费环境分析

(1) 居民收入水平分析

(2) 居民消费水平分析

1.5主题地产行业竞争分析

1.5.1供应商的讨价还价能力

1.5.2购买者的讨价还价能力

1.5.3新进入者的威胁

1.5.4替代品的威胁

1.5.5行业内现有竞争情况

1.6主题地产与居住地产的价值关联

第二章：中国主题地产行业开发模式分析

2.1旅游地产开发模式分析

2.1.1旅游地产行业发展现状

2.1.2旅游地产市场调研

2.1.3旅游地产运行分析

2.1.4旅游地产行业运营模式分析

- (1) 政府旅游地产运作模式分析
- (2) 政府发展旅游地产的科学途径

2.1.5旅游地产开发的企业运作模式

- (1) 旅游地产开发的企业运作模式
- (2) 开发商运营旅游地产项目的前景

2.1.6旅游地产行业发展前景分析

2.1.7旅游地产开发主题策划

2.2产业地产开发模式分析

2.2.1产业地产行业市场规模

2.2.2产业地产行业市场结构

2.2.3产业地产行业市场主体

2.2.4“十三五”时期产业地产行业竞争格局分析

2.2.5“十三五”时期产业地产行业竞争格局预测

2.2.6产业地产开发主题策划

2.3城市地产开发模式分析

2.3.1城市地产行业发展现状

2.3.2城市地产典型案例分析

- (1) 法国巴黎模式
- (2) 威尼斯模式
- (3) 迪拜模式
- (4) 拉斯维加斯模式

2.3.3城市地产开发主题策划

2.4住宅地产开发模式分析

2.4.1住宅市场开发投资情况

2.4.2住宅市场供应情况

2.4.3住宅市场销售情况

2.4.4住宅市场价格分析

2.4.5住宅地产开发主题策划

2.5复合地产开发模式分析

2.5.1复合地产行业发展现状

2.5.2复合地产典型案例分析

- (1) 杭州天都城
- (2) 香港太古城商业社区
- (3) 美国迪斯尼主题乐园

2.5.3复合地产运作思路解析

2.5.4复合地产发展方向分析

2.5.5复合地产开发主题策划

第三章：中国主题地产产品策划模式分析

3.1主题乐园

3.1.1欢乐谷

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.1.2世界之窗

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.1.3海洋世界

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.1.4苏州乐园

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.2文化综合体

3.2.1云南民族村

- (1) 发展情况简介
- (2) SWOT分析
- (3) 发展模式探讨

3.2.2博鳌经济论坛

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.2.3中华民俗村

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.2.4深圳华侨城创意园

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.3体育综合体

3.3.1广州南国奥园

- (1) 南国奥园项目介绍
- (2) 南国奥园策划模式

3.3.2昆明新亚洲体育城

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

3.4旅游综合体

3.4.1苏州太湖国家级旅游度假区

- (1) 项目概况
- (2) 旅游资源
- (3) 度假区文化
- (4) 基础设施
- (5) 生态环境

3.4.2瑞海姆（RGHCM）旅游度假村

- (1) 项目概况
- (2) 设计理念
- (3) 资本构成
- (4) 资本经营
- (5) 经营机制

3.4.3湖北咸宁温泉谷度假区

- (1) 项目概况
- (2) 设计理念

(3) 项目特色

(4) 功能分区

3.5商业综合体

3.5.1上海新天地旧城改造

(1) 上海新天地项目介绍

(2) 旧城改造项目策划模式

3.5.2北京SOHO现代城与建外

(1) 项目内容

(2) 项目规划内容

(3) 项目产品形式

(4) 项目土地开发带动性

第四章：中国主题地产行业区域市场分析

4.1线城市主题地产行业分析

4.1.1北京市主题地产市场分析

(1) 北京市房地产行业开发投资

(2) 北京市房地产行业供求情况

(3) 北京市主题地产开发企业

(4) 北京市主题地产案例分析

(5) 新开工项目分析

(6) 北京市主题地产投资机遇分析

4.1.2上海市主题地产市场分析

(1) 上海市房地产行业开发投资

(2) 上海市房地产行业供求情况

(3) 上海市主题地产开发企业

(4) 上海市主题地产案例分析

(5) 新开工项目分析

(6) 上海市主题地产投资机遇

4.1.3深圳市主题地产市场分析

(1) 深圳市房地产行业开发投资

(2) 深圳市房地产行业供求情况

(3) 深圳市主题地产开发企业

(4) 新开工项目分析

(5) 深圳市主题地产案例分析

(6) 深圳市主题地产投资机遇

4.1.4广州市主题地产市场分析

- (1) 广州市房地产行业开发投资
- (2) 广州市房地产行业供求情况
- (3) 广州市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 广州市主题地产案例分析
- (6) 广州市主题地产投资机遇

4.2其他城市主题地产行业分析

4.2.1天津市主题地产市场分析

- (1) 天津市房地产行业开发投资
- (2) 天津市房地产行业供求情况
- (3) 天津市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 天津市主题地产案例分析
- (6) 天津市主题地产投资机遇

4.2.2武汉市主题地产市场分析

- (1) 武汉市房地产行业开发投资
- (2) 武汉市房地产行业供求情况
- (3) 武汉市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 武汉市主题地产案例分析
- (6) 武汉市主题地产投资机遇

4.2.3杭州市主题地产市场分析

- (1) 杭州市房地产行业开发投资
- (2) 杭州市房地产行业供求情况
- (3) 杭州市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 杭州市主题地产案例分析
- (6) 杭州市主题地产投资机遇

4.2.4成都市主题地产市场分析

- (1) 成都市房地产行业开发投资
- (2) 成都市房地产行业供求情况
- (3) 成都市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 成都市主题地产案例分析
- (6) 成都市主题地产投资机遇

4.2.5重庆市主题地产市场分析

- (1) 重庆市房地产行业开发投资
- (2) 重庆市房地产行业供求情况
- (3) 重庆市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 重庆市主题地产案例分析
- (6) 重庆市主题地产投资机遇

第五章：中国主题地产经营标杆企业发展模式

5.1企业定位

5.1.1泰达控股

5.1.2大连软件园

5.1.3金融街控股

5.1.4华侨城地产

5.1.5上海陆家嘴

5.2模式要点

5.2.1泰达控股

5.2.2大连软件园

5.2.3金融街控股

5.2.4华侨城地产

5.2.5上海陆家嘴

5.3竞争优势

5.3.1泰达控股

5.3.2大连软件园

5.3.3金融街控股

5.3.4华侨城地产

5.3.5上海陆家嘴

5.4标杆企业发展模式总结

5.4.1盈利不是重点

5.4.2投资环境是招兵买马的本钱

5.4.3融资机制多元化是对金融市场的适应

5.4.4将比较优势发展为竞争优势

第六章：中国主题地产行业重点企业经营情况

6.1主题乐园开发企业

6.1.1杭州宋城旅游发展股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况

- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.1.2广州长隆集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.1.3大连海昌集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.1.4黄山徽州文化旅游集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.2商业地产开发企业

6.2.1大连万达商业地产股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.2.2上海世茂股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.2.3雅居乐地产控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.2.4广州富力地产股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.2.5金融街控股股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.2.6深圳市益田集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3综合开发企业

6.3.1深圳华侨城控股股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.2碧桂园控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.3龙湖地产有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.4恒大地产集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.5万科企业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.6北京万通地产股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.7招商局地产控股股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.8华润置地有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

6.3.9合生创展集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

第七章：主题地产企业发展模式及转型分析

7.1主题地产盈利模式分析

7.1.1社会效益

7.1.2经济效益

7.2销售核心式发展模式

7.2.1高尔夫球会

- (1) 国内高尔夫分布现状
- (2) 高尔夫典型案例分析
- (3) 高尔夫开发关键因素
- (4) 高尔夫开发趋势分析

7.2.2教育产业

- (1) 我国教育产业分类现状
- (2) 教育产业典型案例分析
- (3) 教育产业开发关键因素
- (4) 教育产业开发趋势分析

7.3经营核心式发展模式

7.3.1主题公园

- (1) 我国主题公园发展现状
- (2) 主题公园开发典型案例
- (3) 主题公园开发关键因素
- (4) 主题公园开发趋势分析

7.3.2度假村

- (1) 度假村分类情况
- (2) 度假村开发典型案例
- (3) 度假村开发关键因素
- (4) 度假村开发趋势分析

7.4模式策划关键性因素

7.4.1战略层面

7.4.2总体定位层面

7.4.3运营层面

7.4.4营销层面

7.5企业模式转型方向分析

7.5.1文化多样性和复合形产品构件

- (1) 文化多样性
- (2) 主题的选择
- (3) 主题的表达
- (4) 构件复合型产品

7.5.2发展过程中的外部性和协同效应

- (1) 外部性的概念和作用
- (2) 主题地产与协同效应
- (3) 多元化开发产品

7.5.3基于价值链的多元战略联盟体系

- (1) 价值链的概念
- (2) 主题地产价值链分析
- (3) 建立多元合作战略联盟体系

7.5.4利用生命周期建立创新发展机制

- (1) 生命周期理论
- (2) 主题地产的生命周期理论
- (3) 主题地产的创新

7.5.5服务系统的系统配置及一体化管理模式

- (1) 完善地产配套服务设施
- (2) 一体化管理的概念及特点
- (3) 主题地产一体化管理模式

7.6年新兴主题地产模式

7.6.1游戏主题乐园

7.6.2汽车文化主题公园

7.6.3生态旅游地产

- (1) 保利生态城
- (2) 华隆生态旅游

7.6.4影视文化旅游

7.6.5养老住宅地产

第八章：中国主题地产行业投资与风险控制

8.1中国主题地产行业投资风险控制

8.1.1策划定位风险控制

8.1.2地段选择风险控制

8.1.3资金投入风险控制

8.1.4市场运营风险控制

8.1.5环境保护风险控制

8.2中国主题地产行业投融资途径分析

8.2.1国外商业贷款融资途径

8.2.2主题地产证券化的模式选择

8.2.3境内外上市融资方式分析

8.2.4融资租赁方式分析

8.2.5典当融资方式分析

8.2.6不同主题地产企业融资建议

8.3中国主题地产行业投资策略分析

8.3.1以资产价值提升为基石

8.3.2以功能价值创新为源泉

8.3.3以品牌价值塑造为核心

8.3.4以文化价值彰显为支点

8.3.5以情感价值融入为纽带

第九章：中国主题地产行业发展问题及趋势

9.1主题地产行业发展存在的问题

9.1.1规模方面

9.1.2质量方面

9.1.3收入方面

9.1.4产品方面

9.1.5管理方面

9.2主题地产项目规划关键问题

9.2.1城市发展规划

9.2.2产业规划

9.2.3规划设计的控制

9.3主题地产行业开发趋势分析

9.3.1城市空间区位增长极

9.3.2坚持环保开发之路

9.4主题地产行业发展前景及展望

9.4.1我国房地产市场前景

9.4.2国际资本抢滩中国市场

9.4.3主题地产市场转变

9.5主题地产项目的规划发展方向

9.5.1城市中心区的项目发展方向

9.5.2城市近郊区的项目发展方向

9.5.3城市远郊区的项目发展方向

部分图表目录：

图表1：销售核心式主题地产关系图

图表2：经营核心式主题地产关系图

图表3：2007年以来全球主要经济体GDP增长情况（单位：%）

图表4：2006年以来欧美PMI走势（单位：%）

图表5：2008年以来欧美失业率（单位：%）

图表6：2008年以来欧美通胀率（单位：%）

图表7：2007年以来日本实际GDP环比增长情况（单位：%）

图表8：2007年以来金砖五国GDP同比增长情况（单位：%）

图表9：2010年以来金砖五国通胀率（单位：%）

图表10：2005年以来GDP同比及环比增速（单位：%）

图表11：2006年以来工业增加值走势图（单位：%）

图表12：2006年以来城镇固定资产投资及其增长趋势图（单位：亿元，%）

图表13：2006年以来社会消费品零售额及其增长趋势图（单位：亿元，%）

图表14：2000年以来我国城镇化率走势（单位：%）

图表15：2000年以来年我国城镇化率提升速度（单位：%）

图表16：2017-2022年中国城镇化率预测（单位：%）

图表17：2011年以来各省（自治区、直辖市）城镇居民可支配收入及消费性支出变化情况
（单位：元，%）

图表18：2006年以来全国城镇居民主要收支数据变化情况（单位：元，%）

图表19：不同盈利模式的主题地产与居住地产的价值关联

图表20：旅游地产样本项目比重图（单位：%）

图表21：旅游地产样本项目百分比图（单位：万平方米，%）

图表22：中国产业地产市场结构分析图

图表23：中国产业地产市场规模（单位：万平方米）

图表24：2006年以来我国住宅市场开发投资累计情况（单位：亿元，%）

图表25：2006年以来我国住宅市场新开工面积走势（单位：亿平方米，%）

图表26：2006年以来我国住宅市场竣工面积走势（单位：亿平方米，%）

图表27：2006年以来我国住宅市场销售面积累计情况（单位：亿平方米，%）

图表28：2006年以来我国住宅市场销售额累计情况（单位：亿元，%）

图表29：2006年以来我国住宅市场成交价格走势（单位：元/平方米，%）

图表30：2011年以来中国主题地产收入来源结构（单位：亿元）

图表31：2006年以来北京市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表32：2006年以来北京市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表33：2006年以来北京市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表34：2006年以来上海市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表35：2006年以来上海市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表36：2006年以来上海市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表37：2006年以来深圳市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表38：2006年以来深圳市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表39：2006年以来深圳市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表40：2006年以来广州市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表41：2006年以来广州市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表42：2006年以来广州市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表43：2006年以来天津市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表44：2006年以来天津市房地产成交走势（单位：亿元，%）

(GYZX)

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/fangdichang/275980275980.html>