

# 我国旅游地产发展中的经济对策探讨

陆延锋

**摘要** :旅游地产最核心的,就是资源、人、房子这三个要素。本文先简要介绍了旅游业的发展,而后对旅游地产的现状、发展模式、发展特征等等进行了剖析,并转换思路,对如何采取对策让三要素之一的“人”在这些资源之间流动起来,以获得更良好、更持续的收益做了一定的探讨和研究。

**关键词** :旅游地产 ;发展 ;对策

中图分类号 :F590

文献标识码 :A

文章编号 :1008-4428(2015)01-28-02

## 一、我国旅游地产的发展趋势

旅游地产以旅游、休闲、度假为目的,通过整合专业策划、规划设计、开发建设、市场营销、网络服务和酒店管理等各个环节,把旅游业与房地产业相结合的一个全新的产业模式。不可否认,旅游地产的发展是随着旅游业的发展而兴起的。

国际经验表明,一国人均GDP达到1000美元时,就进入国内旅游的需求增长期,此时的旅游形态主要是观光旅游;当人均GDP达到2000—3000美元,旅游形态开始由观光旅游向休闲旅游转化,进入出国旅游的增长期;当人均GDP达到3000—5000美元,旅游形态开始向度假旅游升级,达到5000美元以上则开始进入成熟的度假经济时期;人均GDP到达6000美金以上时,人们用于日常消费的费用递减,占收入的一半以下,一半以上的费用用于精神享受和文化消费需求。

2011年中国人均GDP为5432美元,2012年我国人均GDP达到了6094美元(国家统计局)。而2013年美国波士顿咨询公司在一份最新的研究报告中指出:“2013年中国旅游市场占全球的比重达到8%,有望赶超日本成为全球第二大旅游市场,到2020年市场价值将增至3.9万亿元人民币”。而根据国家旅游局的测算,未来中国将会成为全球最大的旅游观光目的地国家和旅游出境游的最大群体,将带来对旅游地产的巨大需求。

## 二、现阶段中国旅游地产的开发现状

目前国内旅游地产最主要的开发模式为旅游度假休闲类地产,主要是指依托自然资源为核心进行开发的旅游度假项目模式。

从分类上来说,主要包括滨湖类度假项目开发,主要依托现有的湖景资源;滨海类度假项目开发,主要依托海体资源;温泉度假项目的开发,主要依托温泉资源;山体类度假项目开发,主要依托山势的资源。

从开发特征上来说,对自然资源依赖大,离主城区有一定的距离,更多的需要发达的交通体系,旅游项目的比重偏多,住宅项目比重少,对服务要求更高,阶段性明显,开发周期长,资金需求大,现金回报滞后,因此资金链更需长期平衡。

从发展趋势上来说,经过数年的发展,旅游地产类产品线日趋丰富,产品不再是一成不变的面向大众,同时面临激烈的石材竞争,就更需要创新产品类型,产品形态多样化,产品线丰富,功能分区清晰,产品档次高端化,高端产品能提升项目品牌的知名度,增加项目的盈利。

表1 旅游地产的六种核心驱动力模式及范例

核心驱动力	代表地区
主题社区驱动力	愉景湾——香港
主题产品驱动力	深圳华侨城、杭州宋城
特殊娱乐产业驱动力	云顶——马来西亚
商务活动驱动力	博鳌——海南
养生养老驱动力	三亚、青城山、五指山
自然、人文资源驱动力	安徽、四川的古镇,西藏的自然资源、云南的人文资源等

表1展示了旅游地产的六种核心驱动力模式以及范例,结合以上分析我们可以对现阶段中国旅游地产的发展做一个小结:1.旅游地产城市间发展差异较大,形成一二三线城市划分,且多集中于沿海;2.旅游地产产品类型多样,运作方式逐渐综合化、多元化,置业者更希望在投资和消费上获得优良组合;3.旅游地产开发模式逐步丰富,创新型产品、配套服务需求更加丰富;4.项目开发周期长,资金需求量大,资金投入期与回报期错配明显。

## 三、旅游地产项目的经济对策探讨

通过对旅游业、旅游地产现状、发展模式、发展特点所做的一系列分析,下文对旅游地产项目的对策从几个角度进行了初步探讨:

其一,开发主题及产品形态对策。旅游地产中的产品线具有新的特征,并不同于以往的住宅产品和普通的旅游产品,为此面向中高端和高端客群,必须提供适合客户需求的产品。一方面,在开发主题上,针对区域、土地、自然资源的特点进行深入分析,以便确定开发主题:是高尔夫主题,还是养老主题,又或者是休闲、养生、养老主题,又或是融合混搭等等;另一方面,在产品类型选择上,是融入产权式酒店,还是时权式酒店、旅居住宅、别墅、配套商业,还是如何的合理配比都显得非常重要。

其二,关于开发运营权的对策。第一,加强对国家及所在地方的房地产业相关政策法规的研究,提高对房地产市场信息变化的敏感

度,对即将发生的形势变化有所预判,提前采取应对措施。例如,随着城镇化的深入发展,国家拟放农村土地的流转与开发利用,首先进入流通市场的极有可能是通过集约整合后节约出来的农村集体建设用地。这样就可以对上述重点关注区域的农村集体建设用地的情况提前开展摸底工作,并与相关的乡镇政府接触,建立联系,为下一步的开发工作先期进行铺垫。第二,开发运营商如能积极与地方政府或有关部门合作,力争获得土地一级开发资格。则在土地一级和二级市场上可进可退,从而掌握战略主动权。

其三,运营对策。旅游地产,其最核心的,就是资源、人、房子这三个要素。一个旅游地产项目,占有的资源品种越丰富、资源数量越稀缺,其项目的含金量就越高,越容易热销。但在实际操作中,这样既有热带海洋,又有森林、温泉、湿地、红树林……的资源组合要么很难实现,要么土地成本极高。既然“自然资源”在空间上不可移动,“房子”作为不动产也不可移动,那么,我们不妨转换思路,让三要素之一的“人”在这些资源之间流动起来,为消费者带来不同的享受。第一,租售并举,资金平衡。“产权式酒店”是由购买者买断客房等设施的产权,交由管理公司经营而取得收益的一种分户销售的酒店。从经营状况看,一般能保障40%以上的开房率,基本上可以保障投资人5-8%的回报。

据不完全统计,全国至少有10余个省份以旅游业及相关产业作为重点支持产业,其中以海南省海口市为例,海口市为了大力推动旅游地产的发展,于2011年出台了《海口市产权式酒店管理暂行办法》,其中大力鼓励发展旅游地产,并鼓励建设产权式酒店,可在规定条件下将产权酒店中的部分客房予以分割产权销售,这样就更灵活的便利于缓解旅游酒店开发运营中的资金长期沉淀问题,同时规定“产权式酒店配套设施面积应占16%以上”又可因地制宜,将部分优质物业如风景名胜区的度假酒店、高尔夫球场等留下来长期持有,实行所有权与经营权分离,在经营管理上,既可以与专业酒店管理公司合作,可以保证较高的收益,为股东投资带来稳定的现金流回报,又可以将其余的物业对外出售,以便快速收回投资。

第二,分时度假及交换系统。目前国际上比较成熟的交换系统是RCI和ICI,以及国内的天伦度假模式。一般分时度假的标准产品是20年期限,每年平均7天的入住权益,销售价格一般为4-5万元/人。由于国内目前尚未建立自己的交换系统,消费权益全部都是在国外的交换系统中完成的,所以费用高昂,通常的交换费用都在1000元/周以上。分时度假产品实质上是51人共有一间酒店房间的20年(或更长)的时间产权,因此,房间需要更新设施和维护,甚至需要大修或翻新。这个费用来自于购买者的年费,通常是每年交纳一次,一般都在1000元以上。分时度假适合那些未来多年有持续稳定的度假需求,同时房费开支较大、追求独特度假氛围的人群。客群年龄以中年以上居多。分时度假产品在现阶段还存在一些问题,主要来自于政府、法律、发展商和交换系统,其中投资安全问题和低成本的交换问题比较突出。对此,可以借助开发运营者的身份和品牌的信誉打消客户对分时度假的信用顾虑、投资安全顾虑,从而有效的促进销售。

以今典投资集团红树林系列为例:“今典红树林”系列会员可获得每年7天免费住宿,同时通过交换服务系统可以实现在北京、

丽江、青岛、三亚等地红树林酒店入住度假。目前,花6万多元就可以享受35年内每年7天的五星级标准酒店入住权,不考虑利息与通胀因素,持卡人入住一天的费用不到300元,但一般星级酒店客房价在1500元/夜。目前今典集团已推出分时度假产品——红树林度假卡。而对酒店公司而言,其卖给单个会员一年住宿权利是2000元左右(考虑到未来的贴现因素,实际上酒店的要价更贵),一间客房每年可固定为其带来近10万元的现金流,相当合算。

第三,采用会员制。通过搭建超值服务平台,培育终身忠诚客户。一方面是从品牌建设角度来分析,以项目客户会员(及潜在会员)俱乐部形式存在,例如国内一线地产商组建的万客会、招商会、绿地会等,成功的塑造了公司品牌形象,客观上都为自己的产品客户拓展提供了巨大的空间,这方面比较经典的案例就是万科在海南三亚投资开发的森林公园项目,万客会作为万科的客户会员俱乐部就起了很大的作用。另一方面,在发展旅游地产的时候,也可以考虑组建会员制的俱乐部,并结合分时度假交换系统的运营,进行度假权益的营销。

第四,引入专业担保公司介入投资性房产领域。产权式分时度假酒店交换存在投资风险,为增强吸引力,可考虑引入专业担保公司介入投资性房产领域,为投资者的收益提供一定条件的担保。担保公司以专业的特长要对项目进行严格的考察和评价,每年度收取一定的担保费用以及一定的抵押实物,为酒店管理公司向投资者提供担保。投资者(权益人)在与开发商(被保证人)签订购买合同后,可以得到一份由担保公司(保证人)出具的担保函以保障权益。在保证期间,若权益人回报率低于承诺时,权益人有权依据担保函在保证期间和保证范围内要求保证人承担保证责任,并支付现金赔偿。保证担保关系使原来简单的两方关系变成了三方关系,成为一种“金三角关系”,使三方在某个目的上是一致的。由担保公司通过对投资产权酒店的购房者进行风险担保,可在一定程度减少购房者的投资风险。

我们从开发主题、产品形态、资源共享、产权分时交换体系、投资安全保证等等各方面,促使三要素之一的“人”在这些资源之间流动起来,为旅游地产置业者带来消费与投资的更佳价值组合。有了这样清晰的开发模式,特别是在某一个项目上取得突破、落地实施,成为示范工程,那么再与其他地方政府及开发者去洽谈旅游地产项目的时候,对方会信服我们的实力与诚意,这样成功的概率将大大增加。

#### 参考文献:

- [1]耿松涛,刘维林.我国旅游地产的开发模式及风险规避策略研究[J].建筑经济,2012,(01):49-54.
- [2]李兰,张祖群.北京旅游地产的三个维度影响分析[J].当代经济管理,2012,(07):34-40.
- [3]周建成.旅游地产运营模式和发展趋势[J].上海房地,2012,(01):26-29.

#### 作者简介:

陆廷锋,男,厦门大学经济学院2013级在职研究生,研究方向:金融理论与实践。