

2014-2019年中国主题地产 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

一、报告报价

《2014-2019年中国主题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/201403/102495.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

主题地产，就是以养老、文化、旅游、演艺等资源为核心，通过整合产业和房地产业的资源、市场等要素，实现联动互补的一种地产开发模式，其本质是利用产业辐射范围提升区域房地产价值。

万科与长春市政府签署健康养老住宅及文化创意产业项目战略合作协议，计划投资120亿元在长春市多个区域打造总占地面积100万平方米的健康养老住宅社区及文化创意产业项目。不仅是行业龙头万科，传统地产开发商或主动、或被动，都在积极转型以新兴模式占领行业的一席之地。

地产指在一定的土地所有制关系下作为财产的土地。简单地说，就是在法律上有明确的权属关系的土地财产。地产包含地面及其上下空间，地产与土地的根本区别在于是否有权属关系。

土地具有有用性、稀缺性和社会的有效需求等特点。土地资本是为使土地达到一定的使用标准而进行的开发投资，这种投资要转化为一定量的物化劳动和活劳动，其本身必然具有商品属性。法律意义上的土地财产一般具有以下特征：1、属于一定的所有者或使用者；2、有明确的四至界定；3、可以依法转让；4、能给所有者和使用者带来一定的权益。

该报告首先介绍了中国主题地产行业的概念，接着分析了中国主题地产行业发展环境，然后对中国主题地产行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国主题地产行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国主题地产行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

【目录】

第1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

1.3 主题地产行业经济环境

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2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

2.2 产业地产开发模式分析

2.3 城市地产开发模式分析

2.4 住宅地产开发模式分析

2.5 复合地产开发模式分析

第3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

3.1.2 世界之窗

3.1.3 海洋世界

3.1.4 苏州乐园

3.2 文化综合体

3.2.1 云南民族村

3.2.2 博鳌经济论坛

3.2.3 中华民俗村

3.2.4 深圳华侨城创意园

3.3 体育综合体

3.3.1 广州南国奥园

3.3.2 昆明新亚洲体育城

3.4 旅游综合体

3.4.1 苏州太湖国家级旅游度假区

3.4.2 瑞海姆(RGHCM)旅游度假村

3.4.3 湖北咸宁温泉谷度假区

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

第4章：2012年中国主题地产行业区域市场分析

4.1 一线城市主题地产行业分析

4.1.1 2012年北京市主题地产市场分析

4.1.2 2012年上海市主题地产市场分析

4.1.3 2012年深圳市主题地产市场分析

4.1.4 2012年广州市主题地产市场分析

4.2 其他城市主题地产行业分析

4.2.1 2012年天津市主题地产市场分析

4.2.2 2012年武汉市主题地产市场分析

4.2.3 2012年杭州市主题地产市场分析

4.2.4 2012年成都市主题地产市场分析

4.2.5 2012年重庆市主题地产市场分析

第5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6章：中国主题地产行业重点企业分析

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) 企业概况分析

(2) 企业经营状况分析

6.1.2 广州长隆集团有限公司经营情况分析

(1) 企业概况分析

(2) 企业经营状况分析

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) 企业概况分析

(2) 企业经营状况分析

6.2.2 上海世茂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况分析

(2) 企业经营状况分析

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) 企业概况分析

(2) 企业经营状况分析

6.3.2 碧桂园控股有限公司经营情况分析

(1) 企业概况分析

(2) 企业经营状况分析

第7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 2012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8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9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 国际资本抢摊中国市场
 - 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102495.html>