

图书基本信息

书名：<<TRSPC模式-旅游房地产系统工程策划与营造>>

13位ISBN编号：9787501784370

10位ISBN编号：750178437X

出版时间：2008-1

出版时间：中国经济出版社

作者：段咏新,陈生,等

页数：185

字数：380000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

本书将从旅游房地产概述、旅游房地产的前期开发、旅游房地产的规划建设、旅游房地产的构成元素、旅游房地产景观特征、旅游房地产景观的利用和延伸、旅游房地产的类型、旅游房地产的组织与管理、未来旅游房地产发展的新产品、关于小产权房的问题思考、经典案例等十一个方面对旅游房地产进行全方位的详尽描述。

全书理论与实践结合，在吸收了国际国内各种前沿观点和技术的基礎上，结合作者自己操作项目的实际经验，力求最大限度为旅游和房地产行业奉献绵薄主力，为我国旅游与房地产行业的发展起到抛砖引玉的作用。

作者简介

段咏新，博士，先后在南京大学、中山大学攻读硕士、博士学位，欧美访问学者，现任美国AAM集团公司常务副总裁、中资子公司广州市金山河建设工程有限公司和广州博谷知识经济有限公司法人代表、总经理；并担任国际建设联盟（ICA）副主席、国际易学风水科学院理事会副主席、广东

书籍目录

序言第一章 旅游房地产概述 第一节 旅游房地产的由来 第二节 旅游房地产行业的形成条件 第三节 旅游房地产的开发意义 第四节 西方旅游房地产的发展概况 第五节 旅游房地产在中国的发展 第六节 旅游房地产的发展前景 第七节 旅游房地产获取综合效益最大化途径 第八节 旅游房地产的品质 第九节 旅游房地产的可持续发展 第十节 旅游房地产开发中应注意的问题第二章 旅游房地产的前期开发 第一节 旅游房地产调研的内涵 第二节 旅游房地产调研的方法 第三节 旅游房地产调研的流程 第四节 可行性研究报告的撰写 第五节 旅游房地产的项目定位 第六节 旅游房地产的品牌策略 第七节 旅游房地产的功能定位 第八节 旅游房地产的营销主题策划第三章 旅游房地产的规划建设 第一节 旅游房地产总体规划概述 第二节 旅游房地产的规划布局 第三节 旅游房地产的景观最大化营造 第四节 旅游房地产的恬适营造技艺 第五节 旅游房地产的装修风格 第六节 旅游房地产的配套系统第四章 旅游房地产的构成元素 第一节 旅游房地产中的景观 第二节 旅游房地产中的休闲 第三节 旅游房地产中的文化第五章 旅游房地产景观特征 第一节 旅游房地产景观营造的高品位性 第二节 旅游房地产景观营造的知识性 第三节 旅游房地产景观营造的参与性 第四节 旅游房地产景观营造的趣味性第六章 旅游房地产景观的利用和延伸 第一节 旅游房地产利用自然生态进行景观设计 第二节 旅游房地产景观的创意 第三节 自然景观功用的弥补和延伸第七章 旅游房地产的类型 第一节 郊区别墅式旅游房地产 第二节 度假式旅游房地产 第三节 酒店公寓式旅游房地产 第四节 高尔夫式旅游房地产第八章 旅游房地产的组织与管理 第一节 旅游房地产的组织 第二节 旅游房地产的物业式管理 第三节 旅游房地产的酒店式管理 第四节 旅游房地产的商业管理第九章 未来旅游房地产发展的新产品 第一节 绿色庄园旅游房地产 第二节 分时度假社区 第三节 和谐亲情健康社区 第四节 绿色健康社区可行性分析第十章 关于小产权房问题的思考 第一节 房价高企的原因分析 第二节 小产权房的呼之欲出 第三节 小产权房的市场化建议 第四节 小产权房的法律问题第十一章 经典案例 案例一、羊角山森林度假区 案例二、广州“林海石船”旅游度假区 案例三、南海金沙湿地公园 案例四、东江源热泉河旅游度假区 案例五、清新澳洲风情园度假区 案例六、增城派潭旅游度假区 案例七、增城仙踪台生态景区 案例八、锦绣大封门旅游度假区 案例九、青青世界 案例十、杭州健康养老社区 案例十一、郑州大中原野生世界 案例十二、彭州市白鹿镇旅游度假区 案例十三、玉海·国际度假公寓

章节摘录

第一章 旅游房地产概述 第一节 旅游房地产的由来 旅游房地产发源于法国地中海沿岸

。20世纪初，地中海沿岸开发了大量海滨别墅，欧洲、北美的政府要员、贵族、富商蜂拥而至，一时间地中海成为世界乃至欧洲的休闲度假中心。

60年代，法国阿尔卑斯山地区的别墅度假村首先以分时销售（出售以酒店为主的物业使用时间段）的方式招揽客户。

旅游房地产市场开始由此形成，今天遍布世界各地的分时度假酒店、高尔夫度假村、山地度假村、休闲别墅等使欧洲旅游房地产市场发展到一定规模。

70年代中期，由于美国经济衰退、泡沫经济造成大量房地产积压、空置，特别是市场景气时期开发的大量别墅积压。

为处理积压与空置，充分盘活闲置资产，美国从欧洲引入时权酒店这一概念，取得了巨大成功。

1977年美国市场95%以上的度假物业是由其他项目改造过来的。

到1987年后，大量的投资商、开发商纷纷进入这一领域，使产品模式更加清晰，法规也相应健全；配套的服务业、管理业、交换业务也迅速成熟。

据资料统计，2006年全球分时度假物业销售额达到152亿美元，970万个家庭参与了分时度假网络。

近几年市场上又崛起了一批新的以旅游地产开发为主的分时度假网络公司，如：SUNTERRA公司，不但经营交换业务，还自己开发并销售时权酒店，已在美国、加拿大、澳大利亚等国家开发了89个度假村，拥有5600个单位。

在亚洲，日本、韩国、菲律宾、泰国、马来西亚、新加坡等国家，近几年大打“旅游度假牌”，假日休闲、周末度假、旅游度假、会议休闲、运动健康休闲等。

随即，大批国际金融投资商、地产开发商、酒店投资管理机构纷纷介入旅游物业开发，并取得了可观的收益。

所谓旅游地产，是指以旅游人群为目标，以旅游、休闲度假为主题的物业形式。

包括休闲度假村、旅游景区主题休闲公园、旅游（休闲）培训基地、会议中心、运动村、产权酒店、分时度假酒店、高尔夫度假村、风景名胜度假村等旅游房地产项目。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>