

# 旅游房地产： 浮躁之后是理性

随着我国经济的发展和人民物质生活水平的不断提高，加之宏观政策的调整与法定假日的增加，旅游业成为一个极具潜力和发展前景的产业，相伴而生的是，旅游房地产作为旅游业中快半拍的子产业由此而迅猛发展。然而，这种过快过度的发展，在某种程度上还缺少对市场的深入调研与准确定位，使得旅游房地产在整个房地产业中成为一种躁而又时尚产业。

旅游房地产的浮躁，主要有这样十个方面的表现。表现之一：旅游房地产项目有碍景观。为了使旅游者取得极佳的观景视点和视角，而忽视了景观点本身成为其它景观点的景观效果。如前不久建在南京紫金山最高峰头陀岭的“观景台”，只考虑观景效果，忽视了自身对环境景观的严重影响，在社会的强烈反对下，不得不拆除了这一造价3000万元的景点。表现之二：旅游房地产项目影响保护。项目投资建设者只顾开发，不顾对景区的整体保护，如在张家界武陵源风景区和九寨沟风景区内，兴建了大批的旅游饭店、度假村、娱乐设施，对景区保护造成了巨大危害和损失后，又不得不拆除或迁出景区外重新建设。表现之三：旅游房地产项目蚕食景区。在一些不大的景

区里，硬塞进一些新项目，如前几年建于北京八达岭游览区内的四大帝王宫——秦始皇艺术宫、华夏帝王宫、成吉思汗行宫、萧太后宫，以及海南省最大的人文景观游览区——中国民俗文化村等，非但蚕食了景区，还因定位不准，终于难逃关门大吉或拆而毁之的厄运。表现之四：旅游房地产项目污染环境。只讲旅游效益、经济效益和社会效益，漠视环境效益，在风景秀丽的桂林漓江、浙江天目溪和张家界的茅岩河，兴建了不少方便游人的以码头为主体的建筑群，这些吸引游人方便游人的设施所产生的大量垃圾、废水、排泄物，有许多直接倾倒或排入河湖，造成水体污染。表现之五：旅游房地产项目妨碍生态。云南丽江玉龙雪山修建登山索道时，砍伐了索道下的带状原始森林，形成新的气流通道，改变了小气候，使原本终年积雪不化的山顶出现了两三个月的无雪覆盖期。深圳湾的一系列开发项目，对一级保护生态区主体植物红树林构成影响，妨碍了红树林的沿海湿地保护作用的发挥。表现之六：旅游房地产项目粗制滥造。在某种程度上看，这已是一种较为普遍的现象。如效益较好、影响颇大的无锡三城——三国城、水浒城、欧洲城，远看气

文/冯雁军

势恢宏、博大无比；近看心旷神怡，赏心悦目；但不能细看，那些材料、工艺所建筑的设施，粗糙得令人触目惊心，大量的塑料泡沫、劣质涂料经不起风雨的侵蚀，几年间就剥落得红颜逝去。表现之七：旅游房地产项目缺少文化。不少地方前两年一轰而上的“西游记宫”之类人造景观，成为一度时间旅游房地产的热点项目，在造“宫”热的大潮中，仅西游记宫全国就多达百余座，这些人造景观，大都没有经过精心构思和创意，缺少文化蕴含，内容粗俗不堪，甚至混淆历史，加之制作粗劣，令人大倒胃口，热闹一阵后便门可罗雀。表现之八：旅游房地产项目割断历史。不少重大项目在实践理念创新、表现个性张扬的时髦口号声中，建设了一批新潮、前卫的作品。这当中也不乏像北京亚运村、上海东方明珠、金茂大厦、深圳地王大厦等旅游房地产的边缘性经典建筑，但也有像北京国家大剧院一类完全割断中华民族历史文脉，完全西方化或现代派的建筑，人为折断了历史文化积淀的交流与传承。表现之九：旅游房地产项目豪华无度。似乎旅游都是大亨大款的

专利,不上星级,没有豪华就上不了档次,就不能为旅游业服务。最近报道珠江三角洲一个县级市的三星级宾馆就有二百多家,其总数与西欧中等规模国家不相上下。更有一家刚开张的饭店,连每个小便槽上都安装了液晶屏幕的小电视机。表现之十:**旅游房地产项目破坏意境。**在江苏周庄、山西平遥、云南丽江、安徽宏村等著名景区里,插花新建了不少配套的房地产服务设施,这些新建筑在格调、体量、功能等方面很难与原本的老建筑融汇或对话与交流,同时又过分地增强了商业气氛,从而破坏了原本朴实、纯真、恬淡、怡然的自然意境和野趣韵味。泰山、武陵源、黄山等风景区里的登山索道,更是大刹风景的东西。

上述现象,仅仅是这几年旅游房地产热中浮躁现象的一个大致画像。浮躁,说明人们对这一特殊的房地产还没有能透彻入理的准确把握,难以冷眼观潮。浮躁的后果,是给房地产业形成畸形发展,造成经济与环境社会效益难以弥补的重大损失。现在,当我们度过浮躁、走过浮躁的时候,当是进入理性思考的时期,也是旅游房地产迈向成熟的时候了。

理性地把握旅游房地产,促使其健康发展,笔者认为应在以下八个方面加以努力。

**一是准确定位。**旅游房地产要找准在整个房地产业项目体系中担当的时代性角色,避免同一地区在产业与项目结构上的雷同,努力发挥旅游性这一自身的独特优势,将土地、人口、农副产品、民俗、文化、人文、环境等因素,围绕所扮角色与功能目标,整合到开发项目中去,培植

独特的优势。**二是统筹规划。**规划是建设的龙头,是旅游的蓝图,所有项目必须在一定旅游大区域内统筹规划,打破行政区划的樊篱,合理布局,均衡布点,既着眼当前,又立足长远,将旅游房地产的开发效益与景区生态环境保护、文化生态优化、发掘旅游资源、打造拳头品牌相结合,实现经济效益与社会效益、环境效益的统一。**三是发掘提升。**在角色定位的前提下,围绕开发项目的角色与目标,开展经济商业文化运作,过渡的商业化,将推动文化的内涵与引力,降低项目的品位;纯文化或过分强调文化性,没有商业化的市场运作,资金的投入,将难有足够经济回报。只有努力挖掘自身的优势内涵,利用恰当的商业措施与文化联姻,用市场的方式运作才能获得经济效益的最大化。**四是项目创新。**创新也是旅游房地产发展的灵魂。美国迪斯尼乐园自开业以来之所以经久不衰,根本原因是每周都有一个新娱项目推出。作为以供人们游玩吃喝消闲为主要功能的旅游房地产业,项目的不断翻新以及设计上留有充分的变通和发展余地,需要通过创新的方式去实现,始终以新颖引人的姿态与魅力去赢得游人的青睐。**五是注重创意。**房地产的创意与策划,即比如学生作文的中心思想的提炼和表现。项目的规模与功能,建筑的色彩与体量,布局的尺度与收放,氛围的营构与把握,都应在创意、策划中很好地确定,最终通过新颖真实的外观、功能完善的内构、配套齐备的设施、自然谐调的韵味,塑造项目的特色和魅力。**六是精心设计。**旅游房地产开发项目应力戒贪大求全或零星开发,

努力在“宜人怡人”和“满足需要”上下功夫,是否体现“以人为本”是衡量项目质量的标志,功能完善、设施齐全、规模恰当、层高适宜、空间适度、安全便捷、观感舒服是每个项目都应运用和体现的设计原则,尤其是对普通百姓和弱势人群的方便与关爱。诸如扶手高度、地面防滑等具体的细部设计中体现出来。**七是强调文化。**没有文化或蕴含肤浅的房地产项目,是很难在旅游业大潮中立足并站稳脚跟的,文化性主要通过项目的创意、服务的功能、承载的内容、使用的材料、施工的工艺、历史的传承以及建筑的形体语言等环境与意蕴来展现,在直接使用和间接观感中反映其格调与品位,在社会的逐步认同中增强其魅力。**八是严格执法。**违法建筑禁而不止,几乎是所有涉及旅游房地产项目的怪象之一。“超计划生育”、“无计划生育”、“批小建大”、“批矮建高”的现象,严重影响和干扰着旅游房地产业的健康有序发展,平遥、丽江、武陵源、九寨沟等几乎所有著名景点景区,都无一没有经历了“拆违整治”的痛苦革命,违法建筑造成的损失是难以估量的。严格执法,坚决杜绝违法建筑的产生,是规范旅游房地产市场的治本措施。

旅游房地产在我国既是一个年轻的产业,又是一个具有巨大潜力与前景的朝阳产业,它在走过浮躁之后,步入理性的健康发展,必将是前景广阔的灿烂明天。

(作者系中国社会调查事务所研究员)

本栏主持人 艾哲文