

文章编号] 1002 - 2031 (2006) 09 - 0033 - 05

城市旅游住宅地产发展研究

文 彤

摘 要] 随着旅游业与房地产业的进一步深化结合,旅游住宅地产经营模式正在被众多企业广泛采用,成为城市房地产开发的主流之一。本文结合旅游住宅地产开发经营的实际,对其发展类型、经营特点、潜在的机遇与风险进行了系统的分析,阐述了这一经营模式的应用前景和发展趋势,以期对城市旅游住宅地产的实际经营进行有益的探讨。

关键词] 旅游地产;旅游住宅地产;地产开发

中图分类号] F293.3; F292.1

文献标识码] A

一 引言

近些年来,在城市地产开发以及旅游开发的热潮中,旅游地产作为一种新兴的经营模式呈现出快速发展的态势,得到了社会各界的广泛关注。

目前,学术界对旅游地产还没有统一的定论,普遍接受的观点认为,旅游地产包含四类:第一类是旅游景点地产,主要指在旅游区内为游客活动建造的各种观光、休闲、娱乐性质的、非住宿性的建筑物及关联空间;第二类是旅游商务地产,主要指在旅游区内或旅游区旁边提供旅游服务的商店、餐馆、娱乐城等建筑物及关联空间;第三类是旅游度假地产,主要是指为游客或度假者提供的各种度假性的建筑物及关联空间,如旅游宾馆、度假村、产权酒店等;第四类是旅游住宅地产,主要指与旅游区高度关联的各类住宅建筑物及关联空间^[1]。由于旅游地产最早伴随着度假旅游的发展而兴起,我国旅游地产的发展

也是从引进分时度假、产权酒店开始的,因此,目前相关研究大多集中在第三类“旅游度假地产”领域,邬翊光、陈卫东、邓仕敏等分别从发展进程、产生机制、制度环境、开发实例等各个方面对旅游度假地产进行了研究和论述,形成了各具特色的观点理念^[2-9]。宋丁则针对我国旅游住宅地产开发热潮从发展阶段、政策风险、影响因素等多方面进行了理性的分析和建议^[11]。

相对于前三种旅游地产模式主要针对旅游者市场、提供短期使用服务功能、大多数不涉及产权转移的经营特点而言,旅游住宅地产在经营上具有明显的区别,其面向的是居住消费者市场,为居住消费者提供日常居住的住宅,属于产权交易的范畴。这种经营往往能够使旅游住宅地产项目形成较高的利润回报,例如深圳华侨城控股公司于 2000 年开创了“旅游主题社区”住宅地产经营模式,2000 - 2002 年的旅游住宅地产项目投资收益由 3687 万元上升到 2.2 亿元^[10]。正是在类似成功实例的示范效应影

作者简介] 文 彤 (1975—),男,汉族,四川成都人,暨南大学管理学院旅游管理系讲师,博士研究生,研究方向为旅游开发与管理。

收稿日期] 2006 - 07 - 14

修回日期] 2006 - 09 - 08

响下,旅游住宅地产作为一种新兴的旅游地产经营模式被国内众多的房地产企业、旅游企业迅速接受并广泛应用到实际开发经营中,成为国内城市房地产开发经营中最受关注的热点之一。目前,旅游住宅地产的开发热潮正在由中心城市向二、三线中小城市快速蔓延,本文正是在这种背景下结合旅游住宅地产开发经营的实际,对其发展特点、潜在的机遇与风险进行系统的分析,以期探讨这一经营模式的应用前景和发展趋势。

二 旅游住宅地产的经营类型

分析近几年的开发实例,旅游住宅地产表现出先旅游后地产的“旅游+地产”、先地产后旅游的“地产+旅游”两种不同顺序的开发模式,由依托核心、开发时序的不同可以进一步划分为以下三种具体类型。

1 新建型(创业型)

新建型旅游住宅地产是“旅游+地产”的主要类型之一。在这一经营类型中,首先在相应的基础条件平台上策划开发一个或多个旅游景区作为整个经营模式的核心,继而在旅游景区周边设置住宅地产,借助景区所带动的消费流实现经济效益。这一类型最典型的代表就是深圳华侨城、杭州宋城,两者都是通过策划开发中华民俗村、世界之窗、欢乐谷、宋城等主题公园,实现周边区域后续住宅地产项目系列建设增值的。

新建型旅游住宅地产经营类型的主要特征在于:景区与住宅是一个开发经营项目的两部分,其设计理念在一个决策框架内联动,往往具有延续性和一致性,能够起到相互支撑和推进的效果^[1];旅游景区和住宅地产都是人为设计创造出来的新建项目;主要采取先开发景区再建设住宅的经营时序,充分发挥旅游业的带动作用;往往拥有大面积的开发用地进行总体规划开发。

2 依附型(享受型)

依附型旅游住宅地产是“旅游+地产”的另一种主要类型。在这一经营类型中,开发经营者往往寻求现有旅游景区周边建设的住宅地产项目,享受现成景区的经济辐射效应,属于典型的“搭便车”的经营模式。例如,北京香山一带的别墅群、广州南湖国家级旅游度假区周边的住宅区都充分享受了现成旅游景区的有利影响。

依附型旅游住宅地产产生的主要原因在于,目

前国内进入旅游住宅地产领域的开发商大多数缺乏旅游开发经验,因此其最突出的特点是依附于现成的旅游景区,省去了开发新旅游区的步骤和风险,这也是这一经营模式早前在国内广泛盛行的根本原因。另外,其主要特征还在于:景区与住宅彼此之间割据独立,设计理念可能存在差异;由于不需要开发旅游区,项目开发程序表现出纯粹的地产项目的实施步骤;项目对于用地面积没有明确要求,可大可小。

3 辅助型(伴生型)

辅助型旅游住宅地产则体现了“地产+旅游”开发时序的特点,这一经营类型也是地产经营者在旅游地产兴起背景下的一种策略选择。具体来说,开发经营者在地产项目中设计旅游元素以营造居住社区的休闲生活品质,达到为居民服务和集聚人气的效果,从而发展成为社区旅游景点。广州祈福新村在开发建设过程中除了住宅项目之外还配套建设了餐饮美食街、农业庄园等旅游休闲设施,以丰富社区生活内容、满足居民消费需求。随着社区建设不断完善、旅游品牌逐步创立,祈福美食街、祈福农庄已经成为广州居民假日旅游休闲的目的地之一,是辅助型旅游住宅地产经营类型的成功代表。

以住宅为核心、旅游为辅助是这一类型的本质,因此在开发步骤上表现出了“先地产后旅游”的特征。另外,出于旅游设施早期经营的消费规模的需要,此类住宅区往往是大型居住区;出于为居住者服务的初衷,旅游项目策划一般以住宅设计理念为主导,旅游项目与住宅区建造风格相近,人工设计痕迹明显,居住与旅游功能存在潜在冲突,管理成本加大。

三 旅游住宅地产的经营特点

虽然上述三种旅游住宅地产开发经营类型彼此存在着差异,但是作为旅游住宅地产开发经营的分支形式,三者又存在着明显的共性。

1 空间上的相近性

从经济学角度分析,旅游住宅地产本质上是旅游景区正外部效应产生作用的结果。旅游景区开发促进所在区域休闲环境的形成,休闲环境培育新的市场需求,市场需求增加引发了地产项目的成功。美国华盛顿城市土地研究所的有关研究表明,主题公园可带动地价上涨3-4倍;1991年锦绣中华开业后华侨城商品住宅售价比1990年上升了

131.41%^[3],可见环境优美的旅游景区对于周边地产巨大的外部效益影响。显而易见,距离旅游景区越近的地产项目就越有可能获得更大的正外部效应,由此产生了两者空间上的相近性。新建型、辅助型通过对旅游项目和地产项目在同一地块的协调布局实现外部效应的内在化;依附型则通过尽可能地深入景区来获取外部效应,在风景名胜区、自然保护区等内部建设别墅住宅而破坏环境的诸多实例就是这种空间相近性的极端表现。

2 定位上的高端性

旅游是人们满足基本生理需要之后更高层次的需求,因此,为了满足人们的这种需求,旅游景区的开发建设一直强调休闲环境、娱乐氛围的塑造,力求营造优于人们日常生活环境的活动空间。同时,出于增强产品吸引力的考虑,旅游景区在景观系统、娱乐内容、设施配套、文化品位等方面都要进行专门的策划和设计。因此,相对于普通的社区环境来说,旅游住宅地产所依托的旅游休闲环境是一种社会稀缺资源。出于对利润的追求,开发经营者往往会采用中高端定位的开发方式来发挥这一稀缺资源的最大效用,同时定位上的高端性又可以提升地产项目的稀缺性。这样,稀缺资源与稀缺项目的双重稀缺保障使得经营者能够实施高价销售策略以获取利润的最大化。云南春城湖畔度假村仅146幢高尔夫别墅一项就回收投资2000多万美元^[11],这就是旅游景区周边地产项目通常都是别墅群或豪宅区的根本原因。

3 经营上的短期性

就单个项目而言,住宅地产业由于属于产权交易范畴,具有“快进快出”的短期经营特点。作为住宅地产业分支的旅游住宅地产也不例外,从开发建设到宣传销售,优质的地产项目往往在2-3年就能完成投资回收的整个过程。例如,依托主题公园的优质环境和地产项目的准确定位,深圳华侨城开发建设的“波托菲诺·纯水岸”住宅地产项目自2002年开始对外销售,至2003年底已累计实现销售收入7.5885亿元^[10]。这种经营上的短期性也是旅游住宅地产经营模式与旅游景点地产、旅游商务地产、旅游度假地产的最大区别,前者是产权的转移,后者只是某一时段使用权的转移。

4 利润上的交替性

我国旅游景区的发展一直处于“门票经济”的困境,经济利润受到明显的限制。而住宅地产由于产权的交易往往能够获得较高的经济利润,因此地

产逐渐在以旅游为主题概念的旅游住宅地产经营模式中占据主导地位,产生了利润上的交替特点。深圳华侨城“旅游+地产”经营模式就表现出如下历程:第一阶段,先旅游后地产——地产开发是在旅游景区经营长期积累的基础上后期开展的;第二阶段,旅游决定地产——开发类型属于旅游住宅地产范畴,这是由华侨城主题公园非商务、非度假的观光游乐功能所决定的;第三阶段,地产超越旅游——华侨城地产2002年、2003年以及2004年前9个月盈利贡献分别占华侨城控股公司总税前利润的71%、99%和70%^[12],地产已经取代旅游成为华侨城的核心业务。这一利润核心转换的特点在杭州宋城集团、浙江南都集团的旅游地产经营活动中都有着相似的体现,预示着未来较长时期内旅游住宅地产经营模式的成长规律。

四 对于旅游住宅地产发展的思考

目前,对于旅游住宅地产经营模式的评价和分析绝大多数是从企业角度进行的,这一模式对于企业获取高额利润具有十分明显的效果,但假如从更大的范围、更多的相关利益群体来分析,这一经营模式也存在着有待探讨和认识的领域。

1 行业自身的脆弱

旅游住宅地产是经济快速发展驱动产生的新兴经营模式,以短期内带来高额利润受到广泛关注。但从长期发展来看,旅游业与房地产业都有着自身的不稳定和脆弱性。

旅游景区作为一个产品有着自身的生命周期,一旦定位失误或进入衰落期将会导致经营困难甚至失败,从而直接影响景区周边地价的变动,依托景区发展的住宅地产项目也就不可避免地受到影响。另一方面,房地产业的发展受到国民经济诸多因素的影响,其行业的不稳定性更明显。旅游地产模式是在近几年房地产市场急剧扩张的宏观背景下兴起的,也受到了一些超出常规发展规律的市场泡沫的影响。实际上,旅游住宅地产中高端定位的特点使其面临的消费市场规模比较有限,一旦市场波动必然导致经营风险。因此,行业自身的脆弱是旅游住宅地产模式必须慎重面对的问题。

2 土地政策的变化

旅游住宅地产经营模式对于旅游景区外部正效应的利用实质上是获取土地的级差地租。虽然开发行为本身能够产生一定的开发效益,对于土地增值

具有一定程度的贡献,但显而易见,最根本的收益来源是土地用途转变以后产生的级差收益,因为土地的不同用途能产生截然不同的经济效益^[13]。由于旅游项目审批的土地价格远远低于房地产项目的土地价格(部分地区对于旅游开发征地还有一系列优惠政策),一些经营者借旅游之名行地产之实,将低价征得的旅游用地违规转为地产用地,从而轻易获得高额的级差地租^[14]。前些年高尔夫球场建设热潮就是一些开发商以建球场为名圈占土地,并以旅游度假村、会所等形式进行房地产开发,用别墅项目获取级差地租以及回收投资所引发的^[15],这也是目前旅游住宅地产开发热潮出现的主要原因之一。目前,国家已经实施了严格的土地管理制度,相关土地招标及审批程序进一步完善和规范,如对于风景名胜区、自然保护区周边的地产开发已有严格的限制。因此,土地政策的变化将使旅游住宅地产市场恢复正常的利润水平。

3 持续发展的空间

从旅游景区持续发展的角度考虑,预留发展空间对于景区后期经营扩展是十分重要的。经营者将周边土地开发为住宅地产进行销售,虽然能够获得短期利润,但随着土地产权的转移,经营者失去了对土地资源控制,在长期经营上失去了发展的空间,也就限制了旅游景区的持续发展,使得整个区域失去了持续的整体发展和升值空间。虽然经营者通过跨地域经营可以再组织开发新的赢利项目,但对于地域的不熟悉、新消费群体的反响、文化观念的差异等等,都会增加项目的成本和风险,这也是在企业长期发展角度下旅游地产经营模式所存在的主要机会成本。深圳华侨城集团之所以成为全国旅游景区的成功典范,其中一个重要原因就在于其对于项目开发强度、密度的统一规划协调以及对开发用地空间的严格控制和高度关注。

4 相互之间的影响

相邻的旅游区与住宅区之间不可避免地会产生旅游与居住功能的影响。旅游景区的存在能够为周边居民提供优质的景观环境、完善的公共设施、高档的文化氛围,对于居民的生活质量有积极的影响。但旅游景区的开放会引发大规模的人流,随之而来的是局部地段的拥挤、治安情况的恶化、周边物价的上升等等问题,这些负的外部效应成本将会由景区周边的城市居民直接承担,从而导致居民日常生活成本的增加。反过来,周边城市居民也会在一定程度上影响旅游景区的发展。旅游是一种体验

活动,许多非物质性的因素如心情、天气等等都会影响游客的旅游体验质量,进一步影响其对于景区的评价,从而影响到旅游景区的吸引力。因此,旅游住宅地产经营必须根据项目特点考虑合适的聚集与居住比例,达到旅游拓展与人居环境的和谐^[16]。

五 结论

综合以上分析,笔者认为在现阶段我国旅游企业普遍面临规模小、资金不足等问题的前提下,旅游住宅地产经营模式由于短时间、高利润的特点,是目前旅游开发中具有现实可行的经营模式。但是,旅游企业为了获取高额利润而短期套现的经营特点致使其无法延伸利润链,因此,必须认识到这一模式在长期发展中所存在的较高机会成本和经营风险。

近几年深圳华侨城、杭州宋城等企业在市场规模较大、投资环境比较成熟的中心城市获得成功对于二、三线中小城市还不足以形成推广意义,旅游住宅地产经营模式的脆弱性对于城市发展的兴衰会产生直接的影响,因此有必要对目前正在形成的旅游住宅地产开发热潮进行慎重的思考和认识。

在发展趋势上,依附型是经营门槛最低的经营类型,但由于旅游区与地产项目的割据而缺乏长远发展的后劲;新建型对于经营者的用地、资金、专业经历要求较高,是经营门槛最高的类型,代表了旅游住宅地产经营模式的最高层次和发展方向;辅助型介于两者之间,比较适合我国旅游休闲、地产社区发展现状,有向中小城市普及的可能性,是目前值得推广和关注的主要发展类型。

另外,国外的旅游房地产经营更多的是第三种形式——旅游度假地产^[11],例如,美国迪斯尼公司在奥兰多迪斯尼主题公园群范围内保留大面积的绿化林地,以主题度假酒店、度假别墅为开发建设主流。深圳华侨城在其旅游区范围内配套建设酒店、餐厅、商业中心等商业地产项目而不是住宅地产项目的经营策略,对于国内涉足旅游地产经营的企业更新经营观念,重新认识酒店旅馆、度假别墅、旅游公寓等多种旅游地产经营模式和理念应该具有更全面的借鉴和示范意义。

注:本文的写作得到了导师刘人怀院士及旅游管理系张永安教授、梁明珠教授的关心和支持,特此感谢!

【Abstract】 With the close combination of tour industry and estate industry, tour housing estate management mode that has become one of the mainstreams in urban estate development is adopted extensively by more and more enterprises. This paper discusses its development type, management characteristics and potential opportunity and risks, and projects its foreground and development trend so as to supply with valuable discussions.

【Key words】 tour estate; tour housing estate; estate development

参考文献

- [1] 宋丁. 关于旅游住宅地产的十点提示. 特区经济, 2003(3): 40 - 43
- [2] 邹翔光. 出奇制胜的旅游房地产业. 中国房地信息, 1996(9): 27 - 28
- [3] 陈卫东. 区域旅游房地产开发研究. 社会科学家, 1996(5): 42 - 45
- [4] 邓仕敏. 关于发展旅游房地产的思考. 市场经济研究, 2003(6): 24
- [5] 余艳琴, 赵峰. 我国旅游房地产发展的可行性和制约因素分析. 旅游学刊, 2003(5): 74 - 77
- [6] 梁 / 琳等. 城市滨水区休闲旅游产品开发研究——以苏州市沿江地区为例. 中国地质大学学报, 2004(5): 43 - 46
- [7] 黄献明. 分时度假的概念、发展及其产品设计. 华中建筑, 2004(1): 22 - 25
- [8] 邹益民, 孔庆庆. 我国旅游房地产开发前景的探讨. 商业经济

与管理, 2004(7): 60 - 62

- [9] 胡浩, 汪宇明. 中国旅游目的地房地产开发模式研究. 桂林旅游高等专科学校学报, 2004(4): 5 - 9
- [10] 深圳市周明海商务投资顾问有限公司. 深圳华侨城控股股份有限公司可转债投资价值分析报告. 全景网络证券时报, 2003 - 12 - 29
- [11] 邱乾谋, 朱力. 1000个高尔夫球场诱惑中国——一半球场在“摆阔”. 2003 - 12 - 12. <http://finance.sina.com.cn>
- [12] 徐广蓉. 华侨城地产总裁陈剑: “走出去”的旅游地产, 2005 - 01 - 06. <http://house.tom.com>
- [13] 林家彬. 对“城市经营”热的透视与思考. 城市规划汇刊, 2004(1): 10 - 13
- [14] 巨鹏等. 景观房产研究——背景、现状与未来. 旅游学刊, 2002(1): 31 - 35
- [15] 傅丁根. 我国已建 176 座高尔夫球场——只有 1 座经国家审批, 2004 - 02 - 23. www.sina.com.cn
- [16] 刘滨演, 宋雁. 风景旅游地聚居比与建设强度规划研究——以鼓浪屿发展概念规划国际咨询为例. 城市规划汇刊, 2004(1): 62 - 65

(责任编辑: 赵勇)

(上接第 11 页) 这些问题很容易引起感情共鸣, 如果处置不当, 极有可能引发群体性事件、对抗性事件的爆发, 所以应审时度势, 讲究策略, 果断处置, 尽量避免此类利益矛盾的恶化和由此造成的社会动荡与不安。对于已经发生的利益矛盾和冲突, 必须依靠有关职能部门、基层组织和社会团体的作用, 综合运用政治、经济、法律、思想工作等多种手段, 尽快使矛盾得到有效控制和处理, 确保社会稳定。

【Abstract】 Benefit contradiction in the process of urbanization, which has already brought certain negative influence on social stability and development of city, exists extensively in these realms such as income margin, rights and interest protection for peasant workers, land requisitions and relocation, employment, etc. Basically, benefit contradiction is rooted in three fields: unsuitable government behavior, underdeveloped city economy and fall - behind social management. So, in order to deepen reform and maintain the society harmonious development we must carry out institution innovation, urban economy development and social management by transforming government function. Only settle down properly relative benefit problems can we

promote urbanization healthily developing

【Key words】 urbanization; benefit contradiction; countermeasure choice

参考文献

- [1] 马克思恩格斯全集. 人民出版社, 1976: 78
- [2] [4] 国家统计局. 国家统计局城调总队课题组. 2002 年对全国 8 个省 (直辖市) 3997 户居民家庭的调查统计资料. <http://www.stats.gov.cn/>, 2003 - 04 - 12
- [3] 课题组. 构建社会主义和谐社会与经济结构调整. 经济研究参考, 2005(3): 33
- [5] 劳动保障部课题组. 关于农民工情况的研究报告之二: 农民工流动就业与劳动力市场建设问题. 中国劳动保障报, 2005 - 08 - 02: B1
- [6] 李京文. 现代服务业的发展要与城市化互动共进. 理论与现代化, 2005(4): 7

(责任编辑: 李小敏)