

蓝 图

烟台：“蓝色地产”潜力股

“从明天起，做一个幸福的人……我有一所房子，面朝大海，春暖花开。”因为海子的这首《面朝大海，春暖花开》，让许多人心中的桃花源与海有了羁绊。能够有一次面朝大海的机会也成为近年来海洋旅游地产板块快速发展的主要推手。

近日，记者跟随“2012 欢乐健康——休闲城市全国记者采风团”，来到山东烟台——这座因红富士苹果和张裕葡萄酒闻名的滨海城市。近年来正在迅速崛起的蓝色经济，让烟台在2011年的旅游收入达到了402亿元，“十一五”以来累计实现旅游总收入1569亿元，年均增长22.8%。其自身丰厚并等待挖掘的旅游资源，也正在被许多地产老总青睐的目光锁定。

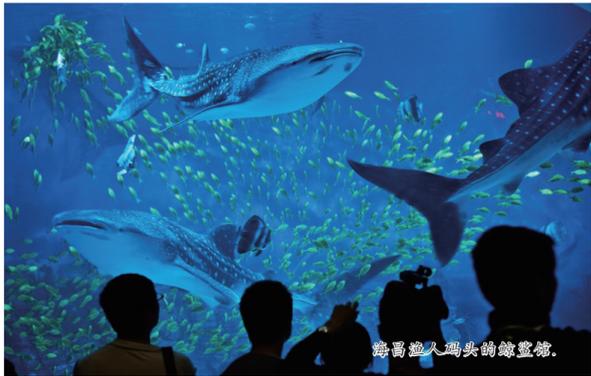
□□ 本报记者 李琰 文/图

2001年，山东半岛黄金海岸四座城市青岛、烟台、威海和日照根据市场需求和旅游发展要求，以板块联动的形式形成了紧凑型旅游联合体，由此，“黄金海岸”也成为了山东旅游地产开发的金字招牌。

“黄金海岸”中的烟台，更是借势环渤海地区，逐步完成了旅游目的地和旅游集散地的打造，同时，也因独特的人文历史和地理优势在4座城市中凸显出来。在众多休闲度假产品中，烟台3个重要的旅游地产业态，拥有其他城市难以企及却尚待开发的优势资源。

蓝色地产之一——滨海度假区

烟台市海岸线总长909公里，占山东省的1/3，黄金海岸线上海岛遍布，岛屿海岸线长206.6公里，岛屿面积68.57平方公里，其中面积500平方米以上的基岩海岛有72个，特



海哥渔人码头的鲸鲨馆。

别是长山列岛、养马岛、崆嵛岛以及陆连岛芝罘岛，生态环境独特。

2011年底，大连海昌集团斥资20亿元打造的烟台渔人码头度假区开业。这个坐落在莱山区两岱山的旅游度假区项目，占据着市区内唯一的陆连小岛。该项目总投资20亿元，规划占地280亩，总建筑面积20万平方米，涵盖鲸鲨主题馆、温泉花园、企业高端会所、美食风情街等多种主题时尚元素。正是抓住了滨海文化为主题，并以海洋动物表演为特色，烟台渔人码头建设成了一座以滨海休闲娱乐设施为辅助的大型旅游综合体，同时也成为烟台最新的旅游目的地。

据烟台市旅游局局长张丛介绍，烟台联动已有的9个省级旅游度假区，建设了一批旅游度假酒店和度假村、海洋主题公园，推出了游船、游艇、海上运动、沙滩运动等旅游产品，将海滨、海上、海岛3个空间串点成线，形成了完美的动感滨海



烟台渔人码头上的海哥渔人码头，颇具欧洲建筑风格。

休闲度假旅游产品体系。

对于烟台县度度假区板块的联动，中国旅游协会休闲度假分会副秘书长徐挺指出，目前，烟台正在打造的9个省级滨海旅游度假区，其相互之间的关系、定位以及各自的文化属性还不是十分明确，对烟台来说，在未来的10年到15年的发展过程中，这是一个急需解决的问题。

蓝色地产之二——游艇俱乐部

作为第一个开埠的滨海城市和第一个设立海关的城市，烟台山上有许多至今仍然保持完好的使领馆，第一家中国自己的葡萄酒庄——张裕葡萄酒也坐落于此。

在世界银行推荐的投资环境金牌城市中，烟台名列其中，其整体资源优势在国内的滨海城市中非常明显。在环渤海城市带中，烟台是唯一一个海岸线向北的城市，夏天天气凉爽干燥。烟台城市布局特殊，有人形容这里“城在海上，海在城中”。

随着世界经济的普遍发展和游艇技术的进步，国内的游艇拥有者

日渐增多，游艇活动得以广泛开展，游艇俱乐部已经成为高档休闲消费项目。据统计，世界游艇业每年带来超过500亿美元的经济效益。近年来，我国游艇产业的整体生产能力也已跻身全球前十强。目前我国已拥有100多家游艇制造企业和300多家游艇来料加工企业，其中，产值超过1000万元的企业有30多家。

“在这条产业链上，游艇俱乐部将发挥巨大聚集效应。”烟台市旅游局副局长牟云介绍。现代游艇俱乐部建设，已经从原有的简单功能发展到集餐饮、娱乐、住宿、商务、船只停泊、维修保养、补给、驾驶训练等多功能于一体的休闲场所。典型的游艇俱乐部，主要包括游艇、码头、会所、导航、基础设施以及活动项目设施等。

7月，烟台的第一个游艇港将投入使用，多家集团购置的豪华游艇届时也将会开启服务。“烟台的游艇俱乐部已经准备了足够数量的游艇泊位，在相当长的一段时间内可以满足产业升级的需要。”牟云表示。

“对于未来在近海游消费中会占相当大比重的游艇业，在烟台尚处于起步阶段，码头建设有待加强，远洋

邮轮是否能够进入，还是一个值得探索和研究的问题。目前烟台的邮轮、游艇、机动艇等海上游玩项目已经非常丰富，但是整个产品的销售模式上尚处在起步阶段，特别是在解决海岸线与海、与城市之间的关系时，需要多方着力解决。”徐挺说。

蓝色地产之三——生态采摘园

一个城市建设的好坏，交通条件和基础设施不是决定性因素，城市休闲还包括提供给市民的生活方式，烟台拥有532万人口，其生活节奏很慢，来这里的游客正是为了体验这种慢生活。虽然烟台已经具备了一个高品质旅游和休闲城市的基础，但也存在一些问题。

烟台独特的气候条件，让烟台产出的水果在全国都名列前茅：莱阳梨、栖霞红富士苹果、大樱桃以及葡萄等，由此直接带动了以水果采摘为主题的各项市民、游客可以亲临的生态采摘园的建设。

目前，烟台市每年在水果成熟收获的季节穿插9个采摘节并结合烟台国际葡萄酒节的举办，让深入田园

生活的体验成为一个主打品牌。

“但其体验园中，业态还不够丰富，仅仅有初级的采摘业务。产品深度开发还不够，产品体验的项目链太短，没有形成解说、体验、深度消费的产品市场，品牌也尚未形成。建设旅游地产的最高境界，一定不只是满足某些人某一两项的消费体验，而是能满足游客们的复合型体验。”徐挺指出。

在樱桃园体验采摘项目时，记者也能感受到，大部分果园还仅仅是一个初期的农业生产状态，没有进行基本的景观改造，果园还停留在市民和游客难以进入的初级空间布局。这样的状态同样存在于烟台的苹果园、梨园等水果采摘项目中。“生态体验需要强调旅游产品与人之间的某种关联，需要美化，如果没有这样的关联，而是不可进入性的原始状态，那就称不上是生态体验的产品了。从目前来看，张裕葡萄酒形成了这样的模式，其他的产品远未充分地开发。如何完善旅游项目链的纵深，吸引消费者参与体验的兴趣，围绕产品进行深度的文化挖掘，是整个烟台业态发展需要重要研究的一个课题。”徐挺说。

投资者说

中产阶层的投资新模式

□□ 曾晓成

随着经济发展，社会中产阶层应运而生，不断扩展的中产阶层不仅是指工资达到中产水平，更重要的是其个人及家庭收入构成中，必须有一定比例的财产性收入作为支持，才能有充分的选择权。挑选自己喜爱的工作方式，才能有充分的闲暇时光，选择包括文化消费、旅游度假、周末与家人的团聚等等，属于中产阶层高品质的主流生活方式。这部分人群的生活水平在提高，交通方式日趋便捷，节假日等休闲时间增多，传统休闲度假方式已不能满足他们日益提升的“高品质生活”的刚性需求。

于此同时，旅游地产所具备的不动产投资理财和休闲度假双重功能，迎合了中产阶层“品质生活”的核心价值取向，也将会受到中国中产阶层人士及家庭的热烈追捧。

从服务传统旅游功能和中产阶层品质生活双重需求来定位，旅游地产围绕以满足传统旅游五要素(食、住、游、购、娱)的旅游商业(商务)地产，以及包括旅居、运动、生态养生、养老等提升中产阶层“高品质生活”需要为主体的房地

产开发模式。

目前，投资旅游地产的用途主要是两个方面：一是度假置业，另一个是投资置业。度假置业主要用于休闲居住和房产投资，以休闲度假为主，每年休闲度假的时间较为确定，兼顾房产物业的保值、增值，包括常住型度假公寓(别墅)、“候鸟”型度假公寓(别墅)、周期性使用度假公寓(别墅)。而投资置业是只对旅游不动产进行的一种投资理财方式，以旅游地产增值和获取经营收益为主，包括各类经营性酒店物业，如旅游星级酒店、全日套房酒店、度假酒店、酒店式公寓、服务式公寓等。

除了实地考察之外，还可以在网络上进行交易，旅游财富网正是一种旅游地产投资及休闲度假产品电子商务平台。通过整合各方资源，以地方政府、国内外著名旅游规划设计单位、旅游投资者(开发商)、投融资机构、房地产营销代理公司、旅游公司、酒店物业运营公司等全产业链公司共同参与，制造出一个集旅游地产投资、休闲度假产品和旅居交换的三大功能于一体的电子商务系统，帮助中产阶层实现旅游地

产投资理财和休闲度假双重价值。

在休闲度假产品电子商务平台上，有旅居交换系统和度假预订系统。旅居交换系统针对度假物业使用率低、空置率高的问题，自主研发出来的，度假物业业主可以通过该系统实现免费交换度假，以此提升旅游地产业务使用价值，为业主提供延伸服务。度假预订系统针对中产阶层休闲度假的需求，开发出来的由旅游景区、旅游公司、酒店(物业)管理公司和休闲娱乐等产品供应商共同组成的B to C网上直销系统，为旅游地产业务的经营推广提供保障，为广大中产阶层及家庭提供高品质度假延伸服务。

未来20年，以中产阶层消费拉动内需的生活升级，必将是与发达国家中产阶级生活方式接轨，即在物质丰富的同时还将追求精神上的富足感。可以预见，引领未来中产阶层“品质生活”的“新三大件”将是投资(财产性收入)、度假屋(用于休闲、度假、养生)和文化品位(养心、运动、娱乐等)，它们在中产阶层的生活开支中将会占据越来越大的比例。

(作者系旅游财富网CEO)

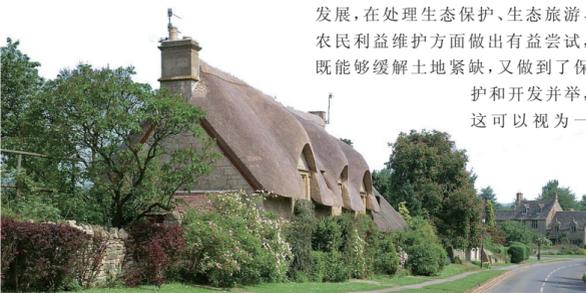
观察

旅游地产商转型在即

□□ 原红燕

何为旅游地产?业界较为普遍的观点认为：旅游地产是在特定的土地上开发的、与某类旅游区域在内外空间和主题内涵方面具有明确关联性的地产项目，通常分为：旅游景观地产、旅游商务地产、旅游度假地产和旅游住宅地产四类。楼市调控大背景下，旅游地产作为房地产突围的重要途径，一直被认为有着不容小觑的发展前景。旅游地产因为旅游业快速发展而兴旺，但不同省、市的旅游度假之间因定位、发展水平、阶段、层次不同，旅游地产也随之呈现出喜忧参半的情况。

作为被业界看好的旅游地产，



在发展过程中势必会有特色、有亮点、有经验但也会存在不足之处，正如资深旅游地产营销专家韩士安所言，旅游地产还需要各界人士的共同关注，共谋发展。对于目前旅游地产开发中存在的不足，事关旅游业上下游相关产业的发展，有关专家也给出了解决的“秘方”。

秘方一：创造性地统筹城乡发展

针对土地资源可能成为旅游地产的制约因素，如果将旅游地产和旧城改造、新农村建设紧密结合，能够获得更多土地资源。城市外部多是乡村地带，涉及耕地、农村建设用地、农民利益补偿等问题，统筹城乡发展，在处理生态保护、生态旅游、农民利益维护方面做出有益尝试，既能够缓解土地紧缺，又做到了保护和开发并举，这可以视为一

个很好的解决途径。

秘方二：制定灵活的产业政策导向

除了受到限制的高尔夫和别墅项目，旅游地产依然可以依靠丰富的山地、滨海、温泉、湖泊类的旅游项目及相关的度假公寓、度假酒店有所侧重地开发。在制定产业政策时可以适当留出空间，以备将来政策宽松，条件允许时，依然有合理的发展空间。

秘方三：开发商向城市运营商转变

房地产开发商有大有小，实力有强有弱。进入旅游地产领域应该三思而后行，量力而为。进入旅游地产，在开发商拿地越来越困难的时代，更应当掂量自身的实力，做好长远规划，以一个城市运营商的角色进行开发，以往只进行房产开发、销售的时代已经不能顺应时代发展需求了。有条件的开发商，可以同时承担运营商的角色，若实力有限则可以邀请有实力的运营商加盟，实现强强联合。