



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国主题地产市场 分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国主题地产市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/277388.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

主题地产是指以项目策划为导向，将主题文化导入房地产的"整体规划、建筑造型、园林绿化、园林景观、宣传推广和社区文化活动"之中，将开发项目建设成为一个"集文化艺术和居住公园于一体"的城市生活体。

### 地产类型

旅游地产：旅游房地产简称旅游地产，是指以游客(即旅游观光和旅游度假的人)作为最终消费者，为游客提供各种观光、餐饮、体验、居住度假、游憩购物、康体娱乐、商务办公等休闲功能的建筑物及关联空间。

体育地产：体育地产就是将体育产业和房地产业有机的嫁接，以体育作为主体概念的房产开发模式，并且将体育纳入房产开发的总规划。

养老地产：养老地产是以老年人为目标客户群体而进行建筑设计、设施配套和服务跟进的房地产项目。养老地产的特色应该是为老年人提供家政、餐饮、娱乐、休闲、社交、康复、医疗、介护、照料等一条龙服务，而不是仅仅提供老年人居住的"地产"。

文化地产：文化地产是以文化软实力为核心竞争力的房地产开发模式，是用文化引领规划、建筑设计、园林景观、营销体系、物业服务&hellip;&hellip;的系统工程。

经典案例 深圳华侨城:至2000年四大主题公园全部建成，现已成为深圳市主要旅游景点 项目区位 华侨城位于深圳市西东部，南临深圳湾，在城市主干道旁 用地面积 4.5km<sup>2</sup>，其中旅游用地1.40km<sup>2</sup>，现已建成四大主题公园 发展历程 1987年第一个主题公园"锦绣中华"启动，占地35万m<sup>2</sup> 1994年"世界之窗"建成，占地48万m<sup>2</sup>，投资6个多亿 1998年"欢乐谷"一期建成，占地17万m<sup>2</sup>，投资7.5亿 2000年"欢乐谷"二期建成，占地18万m<sup>2</sup>，投资8亿

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 报告目录：

#### 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
  - 1.2.1 主题地产行业的监管环境
    - (1) 主题地产行业主要监管政策
    - (2) 主题地产行业监管趋势分析
  - 1.2.2 主题地产行业法律法规
  - 1.2.3 主题地产行业部门规章
- 1.3 主题地产行业经济环境
  - 1.3.1 行业与经济发展的相关性分析
  - 1.3.2 国外宏观经济发展现状分析
  - 1.3.3 国内宏观经济发展现状分析
  - 1.3.4 国内外宏观经济发展趋势分析
- 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
  - 2.1.1 旅游地产行业发展现状

### 2.1.2 旅游地产市场调研

### 2.1.3 旅游地产运行分析

### 2.1.4 旅游地产行业运营模式分析

#### (1) 政府旅游地产运作模式分析

#### (2) 政府发展旅游地产的科学途径

### 2.1.5 旅游地产开发的企业运作模式

#### (1) 旅游地产开发的企业运作模式

#### (2) 开发商运营旅游地产项目的前景

### 2.1.6 旅游地产行业发展前景分析

### 2.1.7 旅游地产开发主题策划

## 2.2 产业地产开发模式分析

### 2.2.1 产业地产行业市场规模

### 2.2.2 产业地产行业市场结构

### 2.2.3 产业地产行业市场主体

### 2.2.4 "十三五"时期产业地产行业竞争格局分析

### 2.2.5 "十三五"时期产业地产行业竞争格局预测

### 2.2.6 产业地产开发主题策划

## 2.3 城市地产开发模式分析

### 2.3.1 城市地产行业发展现状

### 2.3.2 城市地产典型案例分析

#### (1) 法国巴黎模式

#### (2) 威尼斯模式

#### (3) 迪拜模式

#### (4) 拉斯维加斯模式

### 2.3.3 城市地产开发主题策划

## 2.4 住宅地产开发模式分析

### 2.4.1 住宅市场开发投资情况

### 2.4.2 住宅市场供应情况

### 2.4.3 住宅市场销售情况

### 2.4.4 住宅市场价格分析

### 2.4.5 住宅地产开发主题策划

## 2.5 复合地产开发模式分析

2.5.1 复合地产行业发展现状

2.5.2 复合地产典型案例分析

(1) 杭州天都城

(2) 香港太古城商业社区

(3) 美国迪斯尼主题乐园

2.5.3 复合地产运作思路解析

2.5.4 复合地产发展方向分析

2.5.5 复合地产开发主题策划

### 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

(1) 项目内容

(2) 项目规划内容

(3) 项目产品形式

(4) 项目土地开发带动性

3.1.2 世界之窗

(1) 项目内容

(2) 项目规划内容

(3) 项目产品形式

(4) 项目土地开发带动性

3.1.3 海洋世界

(1) 项目内容

(2) 项目规划内容

(3) 项目产品形式

(4) 项目土地开发带动性

3.1.4 苏州乐园

(1) 项目内容

(2) 项目规划内容

(3) 项目产品形式

(4) 项目土地开发带动性

3.2 文化综合体

### 3.2.1 云南民族村

- (1) 发展情况简介
- (2) SWOT分析
- (3) 发展模式探讨

### 3.2.2 博鳌经济论坛

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

### 3.2.3 中华民俗村

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

### 3.2.4 深圳华侨城创意园

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

## 3.3 体育综合体

### 3.3.1 广州南国奥园

- (1) 南国奥园项目介绍
- (2) 南国奥园策划模式

### 3.3.2 昆明新亚洲体育城

- (1) 项目内容
- (2) 项目规划内容
- (3) 项目产品形式
- (4) 项目土地开发带动性

## 3.4 旅游综合体

### 3.4.1 苏州太湖国家级旅游度假区

- (1) 项目概况
- (2) 旅游资源

(3) 度假区文化

(4) 基础设施

(5) 生态环境

#### 3.4.2 瑞海姆 (RGHCM) 旅游度假村

(1) 项目概况

(2) 设计理念

(3) 资本构成

(4) 资本经营

(5) 经营机制

#### 3.4.3 湖北咸宁温泉谷度假区

(1) 项目概况

(2) 设计理念

(3) 项目特色

(4) 功能分区

#### 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

(1) 项目内容

(2) 项目规划内容

(3) 项目产品形式

(4) 项目土地开发带动性

### 第4章：中国主题地产行业区域市场分析

#### 4.1 线城市主题地产行业分析

##### 4.1.1 北京市主题地产市场分析

(1) 北京市房地产行业开发投资

(2) 北京市房地产行业供求情况

(3) 北京市主题地产开发企业

(4) 北京市主题地产案例分析

(5) 新开工项目分析



(6) 北京市主题地产投资机遇分析

4.1.2 上海市主题地产市场分析

(1) 上海市房地产行业开发投资

(2) 上海市房地产行业供求情况

(3) 上海市主题地产开发企业

(4) 上海市主题地产案例分析

(5) 新开工项目分析

(6) 上海市主题地产投资机遇

4.1.3 深圳市主题地产市场分析

(1) 深圳市房地产行业开发投资

(2) 深圳市房地产行业供求情况

(3) 深圳市主题地产开发企业

(4) 新开工项目分析

(5) 深圳市主题地产案例分析

(6) 深圳市主题地产投资机遇

4.1.4 广州市主题地产市场分析

(1) 广州市房地产行业开发投资

(2) 广州市房地产行业供求情况

(3) 广州市主题地产开发企业

(4) 新开工项目分析

(5) 广州市主题地产案例分析

(6) 广州市主题地产投资机遇

4.2 其他城市主题地产行业分析

4.2.1 天津市主题地产市场分析

(1) 天津市房地产行业开发投资

(2) 天津市房地产行业供求情况

(3) 天津市主题地产开发企业

(4) 新开工项目分析

(5) 天津市主题地产案例分析

(6) 天津市主题地产投资机遇

4.2.2 武汉市主题地产市场分析

(1) 武汉市房地产行业开发投资

- (2) 武汉市房地产行业供求情况
- (3) 武汉市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 武汉市主题地产案例分析
- (6) 武汉市主题地产投资机遇

#### 4.2.3 杭州市主题地产市场分析

- (1) 杭州市房地产行业开发投资
- (2) 杭州市房地产行业供求情况
- (3) 杭州市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 杭州市主题地产案例分析
- (6) 杭州市主题地产投资机遇

#### 4.2.4 成都市主题地产市场分析

- (1) 成都市房地产行业开发投资
- (2) 成都市房地产行业供求情况
- (3) 成都市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 成都市主题地产案例分析
- (6) 成都市主题地产投资机遇

#### 4.2.5 重庆市主题地产市场分析

- (1) 重庆市房地产行业开发投资
- (2) 重庆市房地产行业供求情况
- (3) 重庆市主题地产开发企业
- (4) 新开工项目分析
- (5) 重庆市主题地产案例分析
- (6) 重庆市主题地产投资机遇

### 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经营情况

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) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业主题乐园项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业商业模式特点分析

(7) 企业最新发展动向分析

(8) 企业经营优劣势分析

6.1.2 广州长隆集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展概况与历程
- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主题乐园项目分析
- (4) 企业主要盈利模式分析
- (5) 企业商业模式特点分析
- (6) 企业最新发展动向分析
- (7) 企业经营优劣势分析

#### 6.1.3 大连海昌集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展概况与历程
- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业主题乐园项目分析
- (5) 企业主要盈利模式分析
- (6) 企业商业模式特点分析
- (7) 企业最新发展动向分析
- (8) 企业经营优劣势分析

#### 6.1.4 黄山徽州文化旅游集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展概况与历程
- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业主题乐园项目分析
- (5) 企业主要盈利模式分析
- (6) 企业商业模式特点分析
- (7) 企业最新发展动向分析
- (8) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业发展概况与历程
- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业主题地产项目分析
- (5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业商业模式特点分析

(7) 企业最新发展动向分析

(8) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.2 上海世茂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业主题地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业商业模式特点分析

(7) 企业最新发展动向分析

(8) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.3 雅居乐地产控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业主题地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业商业模式特点分析

(7) 企业最新发展动向分析

(8) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.4 广州富力地产股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业主题地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业商业模式特点分析

(7) 企业最新发展动向分析

(8) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.5 金融街控股股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业主题地产项目分析
- (5) 企业主要盈利模式分析
- (6) 企业商业模式特点分析
- (7) 企业最新发展动向分析
- (8) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.6 深圳市益田集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展概况与历程
- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业旅游地产项目分析
- (5) 企业主要盈利模式分析
- (6) 企业最新发展动向分析
- (7) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业发展概况与历程
- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业主题地产项目分析
- (5) 企业主要盈利模式分析
- (6) 企业商业模式特点分析
- (7) 企业最新发展动向分析
- (8) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.2 碧桂园控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展概况与历程
- (2) 企业主要经营能力分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业旅游地产项目分析
- (5) 企业主要盈利模式分析
- (6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.3 龙湖地产有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.4 恒大地产集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.5 万科企业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.6 北京万通地产股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.7 招商局地产控股股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.8 华润置地有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.9 合生创展集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.10 保利房地产（集团）股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析



(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.11 佳兆业集团控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.12 上海绿地（集团）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.13 SOHO中国有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.3.14 中弘控股股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展概况与历程

(2) 企业主要经营能力分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业旅游地产项目分析

(5) 企业主要盈利模式分析

(6) 企业最新发展动向分析

### (7) 企业经营优劣势分析

## 6.3.15 方兴地产（中国）有限公司经营情况分析

### (1) 企业发展概况与历程

### (2) 企业主要经营能力分析

### (3) 企业主营业务分析

### (4) 企业旅游地产项目分析

### (5) 企业主要盈利模式分析

### (6) 企业最新发展动向分析

### (7) 企业经营优劣势分析

## 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 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 国际资本抢滩中国市场
  - 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（AK WZY）

#### 图表目录：

- 图表1：销售核心式主题地产关系图
- 图表2：经营核心式主题地产关系图
- 图表3：2007年以来全球主要经济体GDP增长情况（单位：%）
- 图表4：2006年以来欧美PMI走势（单位：%）
- 图表5：2008年以来欧美失业率（单位：%）
- 图表6：2008年以来欧美通胀率（单位：%）
- 图表7：2007年以来日本实际GDP环比增长情况（单位：%）
- 图表8：2007年以来金砖五国GDP同比增长情况（单位：%）
- 图表9：2010年以来金砖五国通胀率（单位：%）
- 图表10：2005年以来GDP同比及环比增速（单位：%）
- 图表11：2006年以来工业增加值走势图（单位：%）

图表12：2006年以来城镇固定资产投资及其增长趋势图（单位：亿元，%）

图表13：2006年以来社会消费品零售额及其增长趋势图（单位：亿元，%）

图表14：2000年以来我国城镇化率走势（单位：%）

图表15：2000年以来年我国城镇化率提升速度（单位：%）

图表16：2016-2022年中国城镇化率预测（单位：%）

图表17：2011年以来各省（自治区、直辖市）城镇居民可支配收入及消费性支出变化情况（单位：元，%）

图表18：2006年以来全国城镇居民主要收支数据变化情况（单位：元，%）

图表19：不同盈利模式的主题地产与居住地产的价值关联

图表20：旅游地产样本项目比重图（单位：%）

图表21：旅游地产样本项目百分比图（单位：万平方米，%）

图表22：中国产业地产市场结构分析图

图表23：中国产业地产市场规模（单位：万平方米）

图表24：2006年以来我国住宅市场开发投资累计情况（单位：亿元，%）

图表25：2006年以来我国住宅市场新开工面积走势（单位：亿平方米，%）

图表26：2006年以来我国住宅市场竣工面积走势（单位：亿平方米，%）

图表27：2006年以来我国住宅市场销售面积累计情况（单位：亿平方米，%）

图表28：2006年以来我国住宅市场销售额累计情况（单位：亿元，%）

图表29：2006年以来我国住宅市场成交价格走势（单位：元/平方米，%）

图表30：2011年以来中国主题地产收入来源结构（单位：亿元）

图表31：2006年以来北京市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表32：2006年以来北京市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表33：2006年以来北京市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表34：2006年以来上海市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表35：2006年以来上海市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表36：2006年以来上海市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表37：2006年以来深圳市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表38：2006年以来深圳市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表39：2006年以来深圳市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表40：2006年以来广州市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表41：2006年以来广州市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表42：2006年以来广州市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表43：2006年以来天津市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表44：2006年以来天津市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表45：2006年以来天津市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表46：2006年以来武汉市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表47：2006年以来武汉市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表48：2006年以来武汉市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表49：2006年以来杭州市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表50：2006年以来杭州市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表51：2006年以来杭州市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表52：2006年以来成都市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表53：2006年以来成都市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表54：2006年以来成都市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表55：2006年以来重庆市房地产开发投资走势（单位：亿元，%）

图表56：2006年以来重庆市房地产成交走势（单位：亿元，%）

图表57：2006年以来重庆市房地产成交均价（单位：元/平方米，%）

图表58：标杆企业的企业定位

图表59：近年来泰达控股经营情况

图表60：近年来金融街入驻单位统计表

图表61：2010年以来华侨城控股股份有限公司收入结构（单位：万元，%）

图表62：标杆企业的模式要点

图表63：泰达控股模式结构

图表64：泰达控股"资本大循环"流程图

图表65：大连软件园企业集聚方式

图表66：金融街业务开发模式图

图表67：华侨城经营模式分析图

图表68：陆家嘴金字塔发展模式图

图表69：标杆企业的竞争优势分析

图表70：金融街控股竞争优势分析

图表71：华侨城控股股份有限公司竞争优势分析

图表72：2011年以来杭州宋城旅游发展股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表73：2011年以来杭州宋城旅游发展股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表74：2011年以来杭州宋城旅游发展股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表75：2011年以来杭州宋城旅游发展股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表76：2011年以来杭州宋城旅游发展股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表77：杭州宋城旅游发展股份有限公司优劣势分析

图表78：广州长隆集团有限公司优劣势分析

图表79：大连海昌集团有限公司的产品结构（单位：%）

图表80：大连海昌集团有限公司优劣势分析

图表81：黄山徽州文化旅游集团有限公司的产品结构（单位：%）

图表82：黄山徽州文化旅游集团有限公司优劣势分析

图表83：大连万达商业地产股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表84：大连万达商业地产股份有限公司优劣势分析

图表85：2011年以来上海世茂股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表86：2011年以来上海世茂股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表87：2011年以来上海世茂股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表88：2011年以来上海世茂股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表89：上海世茂股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表90：上海世茂股份有限公司优劣势分析

图表91：2011年以来雅居乐地产控股有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表92：2011年以来雅居乐地产控股有限公司运营能力分析（单位：次）

图表93：2011年以来雅居乐地产控股有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表94：2011年以来雅居乐地产控股有限公司发展能力分析（单位：%）

图表95：2011年以来雅居乐地产控股有限公司的产品结构（单位：%）

图表96：雅居乐地产控股有限公司优劣势分析

图表97：2011年以来广州富力地产股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表98：2011年以来广州富力地产股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表99：2011年以来广州富力地产股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表100：2011年以来广州富力地产股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表101：广州富力地产股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表102：广州富力地产股份有限公司优劣势分析

图表103：2011年以来金融街控股股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表104：2011年以来金融街控股股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表105：2011年以来金融街控股股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表106：2011年以来金融街控股股份有限公司发展能力分析（单位：%）



图表107：2011年以来金融街控股股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表108：金融街控股股份有限公司优劣势分析

图表109：深圳市益田集团股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表110：深圳市益田集团股份有限公司优劣势分析

图表111：2011年以来深圳华侨城控股股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表112：2011年以来深圳华侨城控股股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表113：2011年以来深圳华侨城控股股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表114：2011年以来深圳华侨城控股股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表115：深圳华侨城控股股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表116：深圳华侨城控股股份有限公司优劣势分析

图表117：2011年以来碧桂园控股有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表118：2011年以来碧桂园控股有限公司运营能力分析（单位：次）

图表119：2011年以来碧桂园控股有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表120：2011年以来碧桂园控股有限公司发展能力分析（单位：%）

&hellip;&hellip;略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277388.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。