

海南旅游房地产开发研究

文/王浩黄华

旅游房地产是指以一定的旅游资源和旅游产品为依托,以满足休闲度假或投资增值需求为目的,借助旅游品牌效应和专门的销售渠道,售卖给游客的“分时度假”型、“产权酒店”型或常规购房置业型的住宅房地产。经过近10年的发展,海南旅游房地产已经在初具规模,并在国内居于领先地位。

一、海南开发旅游房地产的重要性

(一)对海南房地产业的重要性

由于上世纪90年代初房地产过热,海南积压了大量的商品房,仅海口就有1200多万平方米的半拉子工程、593万平方米的已竣工但仍闲置的房屋。这些房地产沉淀了大量的资金,对银行、企业和政府带来了沉重的负担。

旅游业同房地产业的结合,为盘活闲置资产、振兴海南房地产创造了条件。第一,部分积压房地产可以改造为宾馆、青年旅馆、分时度假酒店、汽车旅馆等,转为类型多样的旅游接待设施;第二,许多游客会为海南优良的人居环境和海南房产的价格优势所吸引,在海南购置度假房产;第三,旅游区的成功开发能带动区域内外房地产项目的投资和增值,比如博鳌旅游的发展就促进了博鳌房地产的发展。

(二)对海南旅游业的重要性

与房地产业合作,旅行社可以开发出专门的购房旅游项目,拓宽旅游资源和旅游产品的范畴;将一些积压房产转为旅游接待设施、休闲娱乐设施,提高海南旅游的接待能力;引入时权酒店、产权酒店等概念,可以发展休闲旅游。这些均有助于充分利用海南气候、生态优势和度假胜地美誉度的优势,发展休闲度假旅游产品,与海南会展、商务、康体、观光等旅游产品相互补充;而且,通过旅游房地产的销售,带来更多的游客和消费,更充分的发挥旅游业对其它产业的带动作用。

(三)对海南社会经济的重要性

旅游业和房地产业同为海南的支柱产业,对海南的经济发展发挥着重要的作用。据统计,2000年全省旅游总收入占国内生产总值的15.2%,高于全国平均水平10.2个百分点,海南旅游经济的持续发展已经成为全省经济持续发展的重要保证。而空闲的大量房产给海南经济的良性循环发展造成了难以弥合的硬伤,统计表明,2002年相关海南房地产积压资金达524亿元(含贷款和投资),房地产业的理性发展势在必行。

二、海南旅游房地产开发的现状与特点

目前,海南旅游房地产呈现出以下三个特点:

1.以常规购房置业为主,产权酒店、分时度假等尚处于起步阶段

目前海南旅游房地产主要以消化常规住房为主,以度假、养老型游客群体为主要的客户群,其他类型的产品开发还较薄弱。这既是海南房地产业解决遗留问题的必然选择,同时也是中国旅游房地产发展的一个必然过程。与前几年许多游客在海口购房过冬、养老略有不同的是,近两年来海口购房的业主中以投资为目的的增多,产品需求呈现多样化的趋势。

海南产权酒店、分时度假产品相对较少。比较有名的如海口的“皇冠假日滨海温泉酒店”、“三亚温泉海景大酒店”、海航酒店集团等在中国较早地开始了产权酒店的尝试,但由于国民中分时度假的观念尚未普及、带薪假期政策尚未出台以及自身产品开发和营销等方面的不足,影响力和效益还不高。

2.房地产市场以外省籍市场为主

由于明显的价格优势,省外人士是目前海南楼市购买的主力军。2002年“五、一”期间,海口的海滨房地产交易市场、DC城房地产交易中心和许多新建住宅小区接待的客人中,有60%以上是岛外客人。而三亚的调查统计也表明,近几年外地游客购房比例至少占了三亚商品房销售量的80%以上,象三亚湾的一线海景房更是90%以上被外地客人购买。

3.旅游房地产价格正逐渐回升

海南房地产在经历了泡沫经济后,价格一直处于全国的最低水平,升值的空间较大,这是吸引众多岛外购房者的重要原因。随着政府各项得力的措施的施行,大量的空置房和“烂尾楼”被盘活,海南房地产市场正逐渐回温。2002年1-11月份,海口的商品房平均售价2263.07元/平方米,比2001年同期增长了33.2%。三亚市区商品房也呈现整体涨价态势,三亚市区的“山水云天”、“馨

“香港”等一批楼盘在2003年新年到来之际涨价100元/平方米。2004年三亚一线海景房突破了每平方米万元大关。

三、海南旅游房地产深入开发中应注意的原则

为了今后海南旅游房地产的健康快速发展，应注意把握以下几点原则：

(一) 注意同时发挥政府作用与市场作用

一方面，要发挥各级政府的规范职能和调控职能，各级政府应利用政府机构改革的契机，强化职能部门，理顺管理机制；为旅游房地产企业提供基础设施、环境保护、透明信息等方面的公共物品；在可能的情况下对投资、金融和税收等方面给予一定的优惠政策；支持行业协会的发展；有必要制定《海南省旅游房地产发展规划》，并在国家现有法律的基础上出台专门的《旅游房地产管理办法》和有关分时度假经营审批管理、旅游房地产开发项目审批管理、旅游房地产建筑、服务统一标准、行业合同标准等方面的法规性文件，力争在国家现行体制内尚未理顺的关系方面有新的突破。

另一方面，也要始终着眼于发挥市场经济的内在潜力，逐步培养、规范成熟的海南旅游房地产市场机制。逐步引入国内外有实力的房地产企业、分时度假公司和投资机构，如中房集团、美国国际分时度假交换公司等，借助它们雄厚的资金、发达的销售网络和丰富的经营管理经验，开拓国内和国际市场。

(二) 注意市场重点与分阶段实施

要根据海内外消费者的不同特点和心理需求，如收入、年龄、旅游度假习惯等，为旅游客户设计不同的旅游房地产产品。在市场拓展中还要注意把握三个重点市场和三个阶段：

一是近期以国内投资置业型旅游房地产市场为突破，推出一批质量好、升值潜力大的旅游房地产产品，并着力提高岛内旅游质量和休闲旅游地形象，稳定的发展一批旅游房地产客户及骨干企业，奠定海南旅游房地产发展的良好基础；

二是中期以上海、广东、北京、浙江等地经济发达、旅游消费观念新的国内休闲度假旅游市场为重点，以海外旅游市场为机会市场，大力推广分时度假、产权酒店的理念和产品，完善海南旅游房地产的产品谱系，巩固海南旅游房地产在中国真正的领先地位；

三是远期重点开发港澳台、日本、韩国、俄罗斯、西欧、美国等海外休闲度假市场，提高海南休闲度假的成熟度和旅游房地产的产品质量，借助国际销售公司将部分达到国际水平、符合国际规范的旅游房地产推向这些海外市场，把海南打造成世界知名的旅游度假中心和旅游房地产示范品牌。

(三) 注意市场宣传与形象包装

海南旅游房地产的发展，需要设计、传播和塑造鲜明、特色、统一的形象。要在政府和行业协会的协调下，通过诚信、热情、高效的服务以及真实、广泛的宣传，体现于旅游房地产企业的统一形象，提高海南旅游房地产的知名度和美誉度；并在全社会的共同参与下，实行CS战略，优化人居环境、提高海南休闲度假产品的质量、提高本地居民好客度和综合素质，消除泡沫经济的不利影响，树立海南蓬勃发展的区域形象。

有必要借助报纸、广播、电视、网站等各种媒体以及节庆、会展等各种促销渠道，及时发布海南旅游房地产信息，特别是要拓宽信息渠道，方便外地客人在异地置业、选房，获取海南房源信息的渠道也比较窄。此外，也要特别在宣传中向在国内消费者中普及休闲度假观念、产权酒店知识和分时度假知识。

(四) 注意旅游房地产产品的设计和質量

旅游房地产项目能否成功，说到底还是在于旅游房地产的产品和质量市场定位。因此，在旅游房地产建设时，不能光一味的打“海景”牌，因为海南多数地方风大、潮湿，“海景房”并不一定适合家居。应利用海南四季可游、风光迤逦、休闲文化深厚的热带海岛地文特征，建设富有创意、文化含量又与环境协调的热带海岛房地产产品。并根据我国居民和海外旅游者的收入和消费习惯，灵活性的设计产权使用期、价格等。要有所侧重地突出一些高档旅游房地产的开发和销售，借此打出海南旅游房地产的品牌，并促进海南房地产业的健康快速发展。同时，重视三亚海航度假酒店、博鳌蓝色海岸等重点分时度假、产权酒店产品的开发，启动国内外分时度假市场。要坚持以人为本的理念，提供良好的信用、优良的物业管理和优质的服务。如为分时度假游客提供交通港接送、廉价订票、旅游安排、汽车租赁等服务。

(五) 注意房地产和旅游的结合

一方面，在稳定置业型旅游房地产产品的基础上，应该加快分时度假、产权酒店等产品的开发，推动海南由适居地向度假地的切实转变，使海南旅游房地产的结构更加优化。另一方面，围绕旅游房地产，还要在目的地综合开发中发展一批特色突出、风格不同、档次较高的旅游项目，与房地产项目形成配套，并提高海南的休闲氛围、康乐度假氛围，从而最终推动海南旅游业的整体提升

(作者单位：三峡大学旅游系)

相关链接

提高重庆市城镇失业保障能力的问题与对策
辽河三角洲湿地生态功能分析与保护
区域经济对健身俱乐部影响的研究
海南旅游房地产开发研究
江南古镇旅游资源整合的探讨
提升福建省制造业竞争力对策研究
贵州工业竞争力的现状与提升研究
论广东省加工贸易的不利影响及对策
WTO下山东民营企业国际化经营风险防范

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心