

后概念时代旅游地产的开发模式和运营、销售、服务

(张飏 计划两天)

- 易信城市产业研究院董事长
- 中环国投生态地产研究院院长
- 国家教育国际化实验区总策划

历任春光集团、新华集团、澳美基业、中盈集团等知名房地产企业总裁

顾问单位：中新生态城、苏州工业园、招商地产集团、武汉地产集团、重庆金

科、松江集团、万路集团、丁字湾南海新城城投公司、冠鲁集团、大百汇集团、

嘉逸投资、中建院、易筑设计、易居机构、博众地产商学院等知名房地产企业、

咨询机构顾问及特聘讲师。

清华大学、北京大学、武汉大学、华中科技大学、重庆大学房地产高级总裁班

等知名大学顾问及特聘讲师；

搜房网、新浪房地产网等知名网站顾问。

一、文化旅游地产的概念时代的由来和破灭

1、旅游地产发展的各个阶段

旅游地产初始的本质含义

时权酒店的兴起构成旅游地产发展的起始点

时权酒店贯穿了旅游地产整体发展的历程

美国休闲度假旅游地产的巨大发展

旅游地产成为独立产业的基本根源和运用

2、旅游地产如何被中国地产界做成空壳

国内旅游地产的兴起和文化旅游、运动休闲业振兴的密切关系

资产属性带来的避险功能

中国城市化的外延模式

结论：中国房企大多数包括中铁的文化旅游地产本质是什么？

它与城市发展模式的密切关系是如何形成的？

新常态粉碎了传统空壳式旅游文化地产的基石

案例：典型的概念式旅游地产定位方式

案例：金科重庆黑山谷项目的定位理论

二、中国城市发展模式大变迁对旅游文化地产的影响

竖起的围墙：划定城市边界从法律意义上对远郊大盘的判决

概念的破灭：多规合一之后的文化旅游地产

近小远大的城市格局对中心城市郊区土地价值的摧毁

人和人口规划对于旅游地产的致命影响

三、运动、休闲、文化、旅游地产的正确的运营模式

1、旅游地产产业相关利益体的共赢方式

共生系统，旅游地产和新型城镇化的依存关系

新型城镇化对旅游地产的巨大冲击

旅游地产要素模式建立

案例：大区小镇新村的旅游地产产业模式

2、旅游地产的人口导入方式

人口基数和城市的关系

完全不同于地产消费者分析方法的旅游地产消费者分析

利用消费时间分析手段建立旅游地产的人口基数方法之一：商业方式

利用消费时间分析手段建立旅游地产的人口基数方法之二：教育方式

案例：商业导入旅游地产人口

案例：教育导入旅游地产人口

3、旅游地产客户细分端口的利用

停驻时间的客户细分

案例：复星亚特兰蒂斯

大健康与旅游地产

旅游地产客户细分和房地产客户细分的巨大差异

4、回归运动本身

案例：海口观澜湖高尔夫案例详解

运动与地产的关系如何梳理？

四、运动休闲文化旅游地产营销误区和解脱手段

1、习惯性的四化

旅游地产豪宅化：要素背离

旅游地产封闭化：不仅仅是文化差异

旅游地产产业化：对旅游地产的产业基础的颠覆

旅游地产造城化：旅游综合体的概念误差

2、产业自身基本要素的构建

旅游地产产业核心要素模型

摆脱概念支撑构造产业链体系

选址策略和失误的矫正，以商业计划替代概念策划

资源整合，跨越自然资源，多重收益的构建

案例介绍

3、常用手段的常见错误

自然资源依托型，模式与案例

传统文化继承型，模式与案例

现代新兴服务业植入型，模式与案例

现代文化主题型，模式案例

五、旅游地产营销服务系统

1、旅游产业客户服务体系主要构成简述

文化服务系统

商业服务系统

交通服务系统

住宿服务系统

2、旅游地产客服体系与地产客服体系的差异

客户消费特征差异

精益服务与粗犷服务

服务目标差异

从地产业初级的客服体系升级到旅游地产服务体系的主要难点

3、旅游地产客服体系的关键要素设计

解说系统

旅游商品系统

旅游住宿系统

旅游地产销售系统

4、如何快速建立旅游地产客服体系

客源体系的作用

人员构成和来源

六、项目建议和研讨

对中铁项目的建议

学员提问和现场解答