

2020-2026年中国主题地产 行业分析与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国主题地产行业分析与产业竞争格局报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202001/148087.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录

第一部分 产业发展概况

第一章 中国主题地产行业发展背景分析

第一节 主题地产行业概况

一、主题地产的相关概念

二、主题地产的效益分析

1、主题地产社会效益分析

2、主题地产经济效益分析

第二节 主题地产行业发展环境分析

一、主题地产产业政策环境分析

1、房地产的产业政策调控分析

2、主题地产行业相关政策发布

3、主题地产行业相关法律法规

4、土地管理制度需深层次改革

5、扩大房产税改革的试点范围

二、主题地产产业经济环境分析

1、GDP运行情况

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4工业发展形势

5固定资产投资情况

6、财政收支状况

7、中国汇率调整

8、对外贸易&进出口

三、主题地产产业社会环境分析

1、中国人口总规模分析

2、中国城镇化进程分析

第二章 全球及中国房地产行业发展分析

第一节 全球房地产行业发展分析

一、全球房地产商投资额分析

二、全球房地产市场发展状况

1、英国

2、美国

3、法国

4、澳大利亚

三、全球房地产市场发展形势

四、港台房地产市场发展分析

1、香港房地产市场发展分析

2、台湾房地产市场发展分析

3、台企有望投资大陆房地产

五、全球主题地产产业发展分析

1、全球主题地产开发企业

2、全球主题公园运营分析

第二节 中国房地产行业发展分析

一、房地产景气度情况分析

二、房地产土地开发及购置

1、2019年土地购置与开发

2、2019年土地购置与开发

三、房地产投资情况分析

1、2019年房地产开发投资

2、2019年房地产开发投资

四、房地产投资资金来源分析

1、2019年房地产资金来源

2、2019年房地产资金来源

五、房地产供给情况分析

1、2019年房屋施竣工面积

2、2019年房屋施竣工面积

六、房地产市场供给结构分析

1、2019年房地产供给结构

2、2019年房地产供给结构

七、房地产需求情况分析

1、2019年房地产需求分析

2、2019年房地产需求分析

八、房地产市场价格分析

第三节 中国房地产开发企业发展分析

一、房地产企业销售业绩分析

二、房地产企业新增土地情况

三、房地产企业品牌价值分析

四、房地产企业集中度继续提升

第二部分 产业发展策略

第三章 中国房地产项目的主题定位分析

第一节 房地产项目主题定位概况

一、房地产主题定位的概念

1、主题定位概念的不同表述

2、主题定位概念的重新定义

二、主题定位在地产策划中的地位

三、主题定位的作用及意义分析

四、主题定位应用中存在的问题

1、存在概念炒作之嫌

2、对主题概念的误解

3、建筑规划师缺位问题

第二节 房地产项目主题定位策划结构模型

一、房地产项目主题定位策划的要素

1、主题定位策划场

2、主题定位策划者

3、主题定位策划力

4、主题定位策划客体

二、主题定位策划过程模型

1、消费者需求情况

2、消费者的接受心理

三、主题定位策划的应用模式

1、概念地产与泛地产模式

- 2、地产思想采购模式
- 3、地产战略策划模式
- 4、地产品牌策划模式

第三节 房地产项目主题定位策划思维分析

一、主题策划思维的形式

- 1、主题定位内在的逻辑思维
- 2、主题定位形象思维的联结
- 3、主题定位中广义灵感的诞生

二、主题定位触媒信息

- 1、地产成功定位的案例
- 2、居住需求变化及趋势
- 3、广告理论的发展推动
- 4、营销理论的发展推动
- 5、社会信息的整合利用

第四节 主题定位策划的指导理念

一、国内地产市场现有主题定位概述

- 1、围绕地产实用性或居住者感情需求
- 2、围绕地产项目的优势资源设计主题
- 3、围绕地产的功能、类型来设计主题
- 4、围绕地产的高质量来设计主题定位
- 5、围绕地产的价值设计地产主题定位
- 6、围绕地产的可信度来设计主题定位

二、居住理念的变化对地产主题定位的影响

- 1、新住宅运动
- 2、居住郊区化
- 3、新都市主义
- 4、生态化住宅
- 5、山水城市思想

三、地产主题定位未来的发展趋势分析

- 1、将始终体现居住者的权益
- 2、主题定位的内涵仍将扩大
- 3、主题定位策划将更加科学

4、主题概念的使用将规范化

第四章 中国主题地产市场开发分析

第一节 主题地产市场发展概况

- 一、主题地产逐渐成为新蓝海
- 二、主题地产运营模式尚未成熟
- 三、主题地产需警惕“圈地运动”
- 四、新政下主题地产的发展之道
- 五、主题地产仍然存有“虚火”
- 六、主题地产加速“去概念化”

第二节 主题地产发展模式分析

- 一、主题地产按盈利模式分类
 - 1、销售核心式主题地产
 - 2、经营核心式主题地产
- 二、主题地产与居住地产的价值关联

第三节 主题地产开发建设误区

- 一、主题地产：非诚勿扰
- 二、经营现状：十做九输
- 三、旅游地产：外强中干
- 四、养老地产：三大误区
- 五、文化地产：创意稀缺

第五章 中国主题地产产品策划模式分析

第一节 主题公园

- 一、国内主题乐园发展现状
 - 1、国内主题公园发展历程
 - 2、国内主题公园发展现状
- 二、主题公园开发条件分析
 - 1、资源条件
 - 2、区位条件
 - 3、市场条件
 - 4、规模条件

三、主题公园开发模式分析

四、主题公园开发趋势分析

五、主题公园开发策略分析

六、主题公园开发案例分析

1、深圳华侨城

2、无锡太湖影视基地

3、杭州宋城

第二节 高尔夫球会

一、国内高尔夫分布现状

二、高尔夫典型案例分析

三、高尔夫地产开发分析

四、高尔夫开发前景趋势

1、难以估量的高尔夫地产价值

2、经营项目单一，导致收入有限

3、高尔夫地产价值链的延伸

4、整合资源特色，丰富产品线

第三节 度假村

一、度假村主要分类情况

二、度假村开发典型案例

三、温泉度假村设计模式

四、度假村开发趋势分析

1、中国传统文化和本地文化资源的挖掘

2、市场细分量体裁衣

3、永不落幕的亲水休闲

4、四季旅游休闲产业

5、温泉与运动训练结合

6、地产互动百花齐放

7、温泉游憩方式创新

第四节 新兴起的主题地产模式

一、儿童主题乐园

二、汽车文化主题公园

三、影视文化旅游地产

第三部分 产业全景透视

第六章 中国主题地产开发模式分析——旅游地产

第一节 旅游地产行业发展现状

一、旅游地产行业市场调研

1、旅游地产行业发展总体情况

2、旅游地产项目区域分布情况

3、旅游地产项目用地规模分析

二、旅游地产行业发展特点分析

三、旅游地产行业存在问题分析

第二节 旅游地产项目开发模式分析

一、景区的住宅开发模式

二、度假房地产开发模式

三、商务度假的开发模式

四、综合旅游地产开发模式

第三节 旅游地产典型开发模式分析

一、华侨城模式

1、华侨城模式介绍

2、旅游地产项目开发

3、华侨城模式经验总结

二、中坤模式

1、中坤模式介绍

2、旅游地产项目开发

3、中坤模式经验总结

第四节 旅游地产行业运营模式分析

一、旅游地产开发的政府运作模式

1、政府旅游地产运作模式分析

2、以规划方案的把控为前提

3、以相关政策的支持为重点

4、以公共工程的建设为核心

5、以区域营销的推进为辅助

6、以招商引资的落实为突破

- 7、以后续监管的持续为保障
- 8、政府发展旅游地产的科学途径总结

二、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、旅游地产开发企业的定位
- 3、旅游地产的商业运作模式
- 4、旅游地产开发的运作流程

第五节 旅游地产行业盈利模式分析

- 一、销售地产项目盈利
- 二、经营旅游项目盈利
- 三、树立项目品牌盈利
- 四、升值项目价值盈利
- 五、进入资本市场盈利

第七章 中国主题地产开发模式分析——产业地产

第一节 产业地产发展概况

- 一、产业地产发展现状分析
- 二、产业地产成为投资新宠
 - 1、产业地产热度渐起
 - 2、多重因素共同推动
- 三、产业地产面临的发展机会
- 四、产业地产存在的问题及对策

第二节 产业地产开发现状分析

- 一、产业地产成功关键在定位
- 二、产业地产的资源整合分析

第三节 产业地产开发模式分析

- 一、产业园区开发模式
- 二、主体企业引导模式
- 三、产业地产商模式
- 四、综合运作模式

第四节 联东U谷产业地产开发案例分析

- 一、联东地产的“聚合U模式”

- 二、联东地产项目布局
- 三、联东集团盈利模式
- 四、联东地产两大产品线
- 五、联东地产旗舰品牌
- 六、联东地产成功经验借鉴
- 1、开发理念：平台化、服务化、城市化
- 2、招商策略：专业团队，资源联动
- 3、营销推广：主流渠道，主流活动
- 4、运营维护：三大服务支持

第八章 中国主题地产开发模式分析——城市综合体

第一节 城市综合体产业发展状况

- 一、城市综合体发展状况分析
- 二、城市综合体存量市场分析
- 1、城市综合体存量分布状况
- 2、城市综合体存量区域属性
- 三、城市综合体增量市场分析
- 四、城市综合体发展的必然性
- 五、城市综合体发展存在问题
- 六、城市综合体发展机遇及挑战
- 1、机遇
- 2、挑战

第二节 城市综合体产业开发模式

- 一、城市综合体开发要素分析
- 1、城市综合体开发背景
- 2、城市综合体开发优势
- 3、城市综合体开发标准
- 二、城市综合体发展途径分析
- 三、城市综合体开发模式分析
- 1、商务驱动模式分析
- 2、商业驱动模式分析
- 3、住宅驱动模式分析

- 4、文化驱动模式分析
- 5、休闲旅游驱动模式分析
- 6、娱乐驱动模式分析
- 7、会展驱动模式分析
- 8、复合驱动模式分析

四、城市综合体开发商投资模式

第三节 城市综合体典型运营模式

一、万达城市综合体模式

- 1、拿地方式分析
- 2、融资渠道分析
- 3、订单式地产模式分析
- 4、运营管理分析
- 5、典型项目分析

二、华润城市综合体模式

- 1、“三位一体”运营模式分析
- 2、商业资源特点分析
- 3、零售业与地产结合模式分析
- 4、典型项目分析

三、世茂模式

- 1、战略布局分析
- 2、高品质精致化分析
- 3、世茂百货资源平台分析
- 4、世茂“二八”法则分析
- 5、典型项目分析

四、SOHO中国城市综合体模式

- 1、SOHO中国运营特点分析
- 2、SOHO中国蓝海战略分析
- 3、典型项目分析

五、宝龙城市综合体模式

- 1、物业运营特点分析
- 2、创新业态组合分析
- 3、典型项目分析

第四节 国内城市综合体经典项目分析

一、深圳华润中心

1、项目情况简介

2、项目运营分析

二、北京国贸中心

1、项目情况简介

2、项目运营分析

三、香港太古广场

四、上海新天地

1、项目情况简介

2、项目运营分析

五、广州天河城

1、项目情况简介

2、项目运营分析

六、广州白云万达广场

1、项目情况简介

2、项目运营分析

七、北京西单中粮大悦城

1、项目情况简介

2、项目运营分析

八、烟台新天地都市广场

九、徐州中央国际广场

1、项目情况简介

2、项目运营分析

第九章 中国主题地产开发模式分析——养老地产

第一节 养老地产行业发展现状

一、养老地产处于摸索阶段

二、房企布局养老地产情况

三、保险企业涉足养老地产

1、保险公司大手笔建养老社区

2、卖保险产品还是投资地产

四、多家央企投资养老地产

五、外资在华投资老年住宅

六、中国养老地产开发特点

第二节 养老地产商业模式分析

一、中国现有养老地产模式分析

1、“社区+医院+地产”模式

2、会籍制的养老俱乐部

3、以房养老

4、异地养老

5、度假基地连锁

6、分时度假式养老

7、连锁养老超市

二、适合中国养老地产开发模式

三、中国养老地产运营模式分析

1、政府、慈善机构合作经营模式

2、专业公司经营管理 - 老年公寓

3、住宅建设与管理相分离的经营模式

四、中国养老地产盈利模式解析

第三节 养老地产管理模式分析

一、开发商管理模式分析

二、战略联盟管理模式分析

三、专业公司管理模式分析

第四节 养老地产开发关键因素分析

一、选址是规划的先决条件

二、配套设施体现关键功能

三、运营与管理是关键要点

第五节 养老地产项目运营模式分析

一、养老地产项目分类

二、养老地产运营模式

第六节 养老地产产品价格策略分析

一、项目的价格定价原则

1、养老综合体——净成本投入

2、养老公寓（机构型）

3、全龄社区——销售型物业

二、定价机制导入

第七节 养老地产项目推广策略分析

一、项目推广方式

二、项目促销方案

1、联动促销

2、折扣促销

第八节 养老地产建设项目情况分析

一、首只养老地产基金拟建300个项目

二、西安多个养老项目酝酿开发

三、远洋地产高调进军养老地产

四、保利打造“三位一体”养老模式

五、泰康人寿打造上海连锁养老社区项目

第十章 中国主题地产开发模式分析——文化地产

第一节 中国文化产业园的发展综述

一、中国文化产业园发展现状

二、文化地产行业发展机遇分析

三、文化地产业发展迎来新契机

四、文化产业发展利好文化地产

五、文化园区存在的问题分析

六、解决文化园区问题的对策

第二节 文化地产开发模式分析

一、文化地产发展模式概述

二、文化创意产业园区模式划分

第三节 国内文化地产典型案例分析

一、北京789艺术区建设项目

二、淮海文化科技产业园项目

三、武陵山民族文化园区项目

四、兰州创意文化产业园项目

五、国内文化综合体建设项目

- 1、杭州千岛湖文化综合体
- 2、贵州新华文化综合体项目
- 3、松花湾农业休闲文化综合体
- 4、中青创50亿打造文化旅游综合体
- 5、中孚泰“剧院+书城”文化综合体

第四节 中国文化地产营销策略分析

- 一、注重差异化
- 二、注重人性化
- 三、注重消费者的文化心理
- 四、注重历史文化的利用

第十一章 中国主题地产开发模式分析——体育地产

第一节 体育地产发展概况

- 一、体育地产的发展意义分析
- 二、体育地产的发展方向
- 三、城市体育地产的战略分析

第二节 体育地产的发展模式分析

- 一、商务型体育地产模式
- 二、休闲型体育地产模式
- 三、中心体育区发展模式

第三节 体育地产的开发案例分析

- 一、长沙体育新城建设项目
- 二、广州南国奥园建设项目
- 三、昆明新亚洲体育城项目

第四节 体育地产的营销策略

- 一、与企业发展战略相一致
- 二、打造企业品牌形象
- 三、要形成产品与体育的关联性
- 四、要注重营销传播方式的整合
- 五、要坚持长期性、持续性

第十二章 中国主题地产开发模式分析——教育地产

第一节 教育地产发展概况

一、国内教育地产的基本分类

二、国内教育地产发展现状分析

1、教育地产发展阶段分析

2、地产产业链与价值挖掘

3、教育地产发展存在的问题

第二节 教育地产的运营模式分析

一、教育地产兴起的原因

1、政策角度

2、教育制度角度

3、消费者需求角度

4、开发商角度

二、教育地产运营模式分析

1、傍名校

2、引名校

3、办名校

第三节 教育地产发展经典案例分析

一、广州大学城建设项目

二、重庆大学城建设项目

三、沈北大学城建设项目

四、深圳桃源居建设项目

第四节 中国教育地产开发策略与建议

一、教育地产开发经营的模式

二、教育地产开发的相关策略

1、转变经营理念和管理思想

2、重视“业主关系”的管理

3、提高学校教学质量是关键

4、扩展教育地产内容和方式

5、争取项目得到政府的支持

第四部分 产业发展格局

第十三章 中国重点城市主题地产行业发展分析

第一节 北京市主题地产市场发展分析

一、北京市房地产市场投资分析

二、北京地产行业相关政策分析

三、北京主题地产开发项目分析

第二节 上海市主题地产市场发展分析

一、上海市房地产市场投资分析

二、上海地产行业相关政策分析

三、上海主题地产开发建设项目

第三节 广州市主题地产市场发展分析

一、广州市房地产市场投资分析

二、广州地产行业相关政策分析

三、广州主题地产开发建设项目

第四节 深圳市主题地产市场发展分析

一、深圳市房地产市场投资分析

二、深圳地产行业相关政策分析

三、深圳主题地产开发建设项目

第五节 天津市主题地产市场发展分析

一、天津市房地产市场投资分析

二、天津地产行业相关政策分析

三、天津主题地产开发建设项目

第六节 武汉市主题地产市场发展分析

一、武汉市房地产市场投资分析

二、武汉地产行业相关政策分析

三、武汉主题地产开发建设项目

第七节 洛阳市主题地产市场发展分析

一、洛阳市房地产市场投资分析

二、洛阳地产行业相关政策分析

1、公积金住房贷款不再收取担保费用

2、不动产登记

3、弃选自住房开售

三、洛阳主题地产开发建设项目

第八节 成都市主题地产市场发展分析

一、成都市房地产市场投资分析

二、成都地产行业相关政策分析

三、成都主题地产开发建设项目

第九节 重庆市主题地产市场发展分析

一、重庆市房地产市场投资分析

二、重庆地产行业相关政策分析

三、重庆主题地产开发建设项目

第十节 济南市主题地产市场发展分析

一、济南市房地产市场投资分析

二、济南地产行业相关政策分析

三、济南主题地产开发建设项目

第十一节 海南省主题地产市场发展分析

一、海南省房地产市场投资分析

二、海南地产行业相关政策分析

三、海南主题地产开发建设项目

第十四章 中国主题地产企业发展模式转型分析

第一节 文化多样性和复合型产品构件

一、大型综合旅游运营商推出春季旅游新产品

二、文化主题成旅游地产发展趋势

三、文化旅游地产的分类

四、旅游地产示好城镇化

第二节 发展过程中外部性和协同效应

第三节 基于价值链的多元战略联盟体系

一、价值链的概念

1、价值链概念与构成

2、价值链活动的划分

二、价值链的作用分析

三、多元合作战略联盟体系

第四节 利用生命周期建立创新机制

一、主题公园缘何难以持续发展

二、如何延续主题公园的生命周期

第五节 服务系统配置及一体化管理模式

- 一、“一体化”项目管理的定义
- 二、一体化项目管理的实施方式及基础
- 三、一体化项目管理机构组成及职能
- 四、一体化管理确定大型项目总体质量系统和程序
- 五、一体化项目管理确保设计的标准化、优化及整体性
- 六、一体化项目管理可确保工程采购、施工的一致性
- 七、一体化项目管理带来的增值性

第十五章 中国主题地产行业重点开发企业分析

第一节 杭州宋城旅游发展股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第二节 广州长隆集团有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第三节 中体产业集团股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第四节 首创置业股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业地产项目运营模式
- 四、企业标杆地产项目分析
- 五、企业品牌建设和发展战略

第五节 保利房地产(集团)股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业地产项目运营模式

四、企业标杆地产项目分析

五、企业经营策略和发展战略

第六节 万科企业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业地产项目运营模式

四、企业标杆地产项目分析

五、企业经营状况优劣势分析

第七节 华润置地有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业经营状况优劣势分析

第八节 花样年控股集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业地产项目运营模式

四、企业标杆地产项目分析

五、企业经营状况优劣势分析

第九节 绿城房地产集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业地产项目运营模式

四、企业标杆地产项目分析

五、企业经营状况优劣势分析

第十节 颐和地产集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略和发展战略

第五部分 产业投资策略

第十六章 2018-2023年中国主题地产行业投资与风险控制

第一节 中国主题地产项目投融资分析

一、传统融资模式

二、创新融资工具

第二节 中国主题地产行业投资风险控制

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第三节 中国主题地产项目风险管理

一、风险管理的目标

二、风险管理的策略

第十七章 2018-2023年中国主题地产行业发展规划及趋势分析

第一节 2018-2023年主题地产开发趋势分析

一、中长期中国房地产市场发展展望

二、主题地产将成为城市空间区位增长极

三、主题地产面临的机遇及未来发展趋势

第二节 2018-2023年主题地产开发前景分析

一、主题地产市场前景

二、旅游地产发展前景分析

三、养老地产市场前景诱人

四、文化地产市场前景分析

五、产业地产市场前景分析

第三节 2018-2023年主题地产项目成本控制策略

一、地产开发企业的成本构成

1、投资估算

2、成本目标

3、成本计划

4、实施PM2系统对成本控制的作用

第十八章 中国主题地产开发企业IPO上市策略指导

第一节 主题地产开发企业境内IPO上市目的及条件

一、主题地产开发企业境内上市主要目的

二、主题地产开发企业上市需满足的条件

1、企业境内主板IPO主要条件

2、企业境内中小板IPO主要条件

3、企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 2019年IPO上市事件运行现状

一、2019年1季度主要上市事件

二、2019年2季度主要上市事件

三、2019年3季度主要上市事件

四、2019年4季度主要上市事件

第三节 主题地产开发企业IPO上市的相关准备

一、改制重组

二、上市辅导

三、上市申报

四、证监会核准

五、交易所安排上市

第四节 主题地产开发企业IPO上市的规划实施

一、对企业进行尽职调查

二、对企业进行全方位诊断

1、主体资格

2、独立性

3、成长性

4、创新性

5、公司治理

6、财务与会计

7、募集资金使用

8、信息披露

9、其他需关注的事项

三、为企业保持持续服务

第五节 企业IPO上市审核工作流程——

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/148087.html>