2023-2029年中国主题地产
行业深度研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国主题地产行业深度研究与发展趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R04/R0402/202303/20-524119.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

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。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国主题地产行业深度研究与发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了主题地产行业市场发展环境、主题地产整体运行态势等，接着分析了主题地产行业市场运行的现状，然后介绍了主题地产市场竞争格局。随后，报告对主题地产做了重点企业经营状况分析，最后分析了主题地产行业发展趋势与投资预测。您若想对主题地产产业有个系统的了解或者想投资主题地产行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：

第一章 中国主题地产行业运营现状分析
第一节 主题地产行业概况
一、主题地产的相关概念
二、主题地产行业的基本分类
三、主题地产盈利模式分析
（一）主题地产社会效益分析
（二）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
（一）房地产的产业政策调控分析
（二）主题地产行业相关政策发布
（三）主题地产行业相关法律法规
（四）土地管理制度需深层次改革
（五）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
（一）中国GDP增长情况分析

（二）工业经济发展形势分析
（三）社会固定资产投资分析
（四）全社会消费品零售总额
（五）城乡居民收入增长分析
（六）居民消费价格变化分析
三、主题地产产业社会环境分析
（一）中国人口总规模分析
（二）中国城镇化进程分析
1、城镇化与土地制度
2、城镇化仍有发展空间

第二章 房地产行业发展状况分析
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
三、全球房地产市场发展形势
四、港台房地产市场发展分析
（一）香港房地产市场发展分析
（二）台湾房地产市场发展分析
（三）台企有望投资大陆房地产
五、全球主题地产产业发展分析
（一）全球主题地产开发企业
（二）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
（一）土地购置与开发
（二）土地购置与开发
三、房地产投资情况分析
（一）房地产开发投资
（二）房地产开发投资
四、房地产投资资金来源分析

（一）房地产资金来源
（二）房地产资金来源
五、房地产供给情况分析
（一）房屋施竣工面积
（二）房屋施竣工面积
六、房地产市场供给结构分析
（一）房地产供给结构
（二）房地产供给结构
七、房地产需求情况分析
（一）房地产需求分析
（二）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
（一）主题定位概念的不同表述
（二）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
（一）存在概念炒作之嫌
（二）对主题概念的误解
（三）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
（一）主题定位策划场

（二）主题定位策划者

（三）主题定位策划力

（四）主题定位策划客体

二、主题定位策划过程模型

（一）消费者需求情况

（二）消费者的接受心理

三、主题定位策划的应用模式

（一）概念地产与泛地产模式

（二）地产思想采购模式

（三）地产战略策划模式

（四）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

（一）主题定位内在的逻辑思维

（二）主题定位形象思维的联结

（三）主题定位中广义灵感的诞生

二、主题定位触媒信息

（一）地产成功定位的案例

（二）居住需求变化及趋势

（三）广告理论的发展推动

（四）营销理论的发展推动

（五）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

（一）围绕地产实用性或居住者感情需求

（二）围绕地产项目的优势资源设计主题

（三）围绕地产的功能、类型来设计主题

（四）围绕地产的高质量来设计主题定位

（五）围绕地产的价值设计地产主题定应

（六）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

（一）新住宅运动

（二）居住郊区化
（三）新都市主义
（四）生态化住宅
（五）山水城市思想
三、地产主题定位未来的发展趋势分析
（一）将始终体现居住者的权益
（二）主题定位的内涵仍将扩大
（三）主题定位策划将更加科学
（四）主题概念的使用将规范化

第四章 中国主题地产市场开发机会分析
第一节 中国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”
第二节 中国养老地产开发市场机会分析
一、中国养老地产发展现状分析
（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
（四）外资在华投资老年住宅
（五）中国养老地产开发特点
二、中国养老地产商业模式分析
（一）现有养老地产模式分析
（二）养老地产开发模式选择
（三）养老地产运营模式分析
（四）中国养老地产盈利模式
（五）养老地产商业模式的创新
三、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
（四）养老要与医疗相互挂钩
四、养老地产项目开发策略分析
（一）养老地产开发核心战略
（二）养老地产开发成功要素
（三）养老地产开发策划特点
（四）养老地产项目定位分析
（五）养老地产客户市场细分
（六）养老地产项目选址分析
（七）养老地产项目建设程序
五、养老地产产品价格策略分析
（一）养老地产项目定价策略
（二）养老地产价格影响因素
（三）养老地产项目定价方法
（四）养老地产项目调价方法
（五）养老地产项目定价程序
六、养老地产项目网络营销策略分析
（一）养老地产网络营销运作模式
（二）养老地产网络营销优势分析
（三）养老地产网络营销缺陷分析
（四）养老地产网络营销整合互补
（五）养老地产实现网络营销策略
七、中国养老地产建设项目情况分析
（一）广东从化养老地产项目
（二）长春万科健康养老住宅
（三）宜兴九如城养老综合体
（四）重庆如恩老年社区项目
（五）绿城乌镇养老地产项目
（六）南京朗诗养老地产项目
（七）昆明居家养老项目建设
（八）西塘安平老年生活社区

（九）常州高端养老地产项目
第三节 中国旅游地产开发市场机会分析
一、旅游地产市场总体发展现状
（一）旅游地产市场发展现状
（二）城市旅游地产结构现状
（三）区域市场的旅游地产结构
二、中国旅游地产发展特征分析
三、旅游地产业迎来发展新契机
四、旅游地产项目成功关键因素
（一）正确的选址是项目关键
（二）合理的社区打造是重点
（三）项目强势的营销不可少
五、旅游地产项目的开发分析
（一）旅游地产的主题功能
（二）旅游地产的主题定位
（三）旅游地产的开发模式
（四）旅游地产的运营模式
六、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
七、生态旅游地产成功案例分析
（一）保利生态城建设项目
（二）华隆生态旅游建设项目
（三）苏州太湖旅游地产项目
（四）瑞海姆田园度假村项目
（五）湖北省咸宁温泉谷项目
第四节 中国文化地产开发市场机会分析
一、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）文化园区存在的问题分析

（三）解决文化园区问题的对策
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、中国文化地产营销策略分析
（一）文化定位的影响分析
（二）文化地产产品策略分析
（三）文化地产价格策略分析
（四）文化地产渠道策略分析
（五）文化地产促销策略分析
六、文化地产发展模式概述
七、文化创意产业园区模式划分
（一）按园区形成主导力量划分
（二）按园区资源利用情况划分
（三）按产业园区集聚要素划分
八、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、云南民族村项目建设情况
2、中华民俗文化村项目建设情况
3、深圳华侨城创意园建设情况
4、博鳌经济论坛项目建设情况
第五节 购物中心市场开发及运营分析
一、购物中心的发展历史阶段
二、大型购物中心的经济周期
三、购物中心分类及业态组合
四、大型购物中心的开发现状
（一）购物中心开发流程分析
（二）购物中心开发可行性分析

（三）购物中心开发策略分析
五、购物中心投资建设情况
（一）购物中心建设规模分析
（二）购物中心分布特点分析
六、购物中心各城市竞争力分析
七、购物中心市场投资前景分析
八、购物中心体量变化趋势分析
九、国外购物中心的发展及借鉴
十、购物中心开发模式主导因素
十一、三四线购物中心发展现状
（一）三四线购物中心发展优势
（二）三四线购物中心供应格局
（三）三四线购物中心开发模式
（四）三四线MALL短培育周期
十二、国内零售地产开发案例分析
（一）保利水城建设项目
（二）上海新天地改造项目
（三）深圳华润万象城建设项目
（四）北京SOHO建设项目
（五）东方时代广场建设项目
第六节 中国体育地产开发市场机会分析
一、体育地产的发展意义分析
二、体育地产的发展现状分析
三、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
四、中国体育地产的营销策略
（一）与企业发展战略相一致
（二）有利于赛事的良性发展
（三）体育地产要注重整合营销
（四）体育营销需要规避风险

五、城市体育地产的战略分析
六、体育地产的开发案例分析
（一）中奥体育城建设项目
（二）长沙体育新城建设项目
（三）广州南国奥园建设项目
（四）昆明新亚洲体育城项目
第七节 中国教育地产开发市场机会分析
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
（一）教育地产发展阶段分析
（二）地产产业链与价值挖掘
（三）教育地产运营模式分析
（四）教育地产发展存在的问题
三、中国教育地产开发策略与建议
（一）教育地产开发的前提条件
（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
四、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

第五章 中国主题地产的开发模式分析
第一节 产业地产开发模式分析
一、产业地产发展现状分析
二、产业地产成为投资新宠
三、产业地产成功关键在定位

四、产业地产面临的发展机会
五、产业地产的资源整合分析
六、中国产业地产开发模式分析
七、产业地产存在的问题及对策
第二节 城市地产开发模式分析
一、城市综合体开发情况分析
二、城市地产开发成功的关键
三、城市地产开发存在的问题
第三节 复合地产开发模式分析
一、复合地产的概念与内涵
二、复合地产开发方向分析
三、复合地产运作思路解析
四、国内复合地产开发动态

第六章 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
二、主题公园开发条件分析
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
（一）欢乐谷建设项目
（二）世界之窗建设项目
（三）海洋世界建设项目
（四）苏州乐园建设项目
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
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
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

第七章 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、文化多样性
二、主题的选择
三、主题的表达
四、构建复合型产品
第二节 发展过程中外部性和协同效应
一、外部性的概念和作用
二、主题地产与协同效应
三、多元化开发新兴产品
第三节 基于价值链的多元战略联盟体系
一、价值链的概念
二、主题地产价值链分析
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、生命周期理论分析
二、主题地产生命周期理论
三、主题地产的创新分析
第五节 服务系统配置及一体化管理模式
一、完善地产配套服务设施
二、一体化管理的概念及特点
三、主题地产一体化管理模式

第八章 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
四、北京主题地产市场投资机遇
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
四、上海主题地产市场投资机遇
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
四、广州主题地产市场投资机遇
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
四、深圳主题地产市场投资机遇
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
四、天津主题地产市场投资机遇
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
四、武汉主题地产市场投资机遇
第七节 杭州市主题地产市场发展分析

一、杭州市房地产市场投资分析
二、杭州地产行业相关政策分析
三、杭州主题地产开发建设项目
四、杭州主题地产市场投资机遇
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
四、成都主题地产市场投资机遇
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
四、重庆主题地产市场投资机遇
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
四、济南主题地产市场投资机遇
第十一节 南京市主题地产市场发展分析
一、南京市房地产市场投资分析
二、南京地产行业相关政策分析
三、南京主题地产开发建设项目
四、南京主题地产市场投资机遇
第十二节 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
四、海南主题地产市场投资机遇

第九章 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、企业主题地产项目
四、企业营销网络分析
五、企业经营优势分析
第二节 广州长隆集团有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业组织架构分析
三、企业经营业务分析
四、企业主题地产项目
五、企业重要事件介绍
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、企业主题地产项目
四、企业经营优势分析
五、企业发展展望分析
第四节 深圳观澜湖房地产开发有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业重要事件分析
三、企业经营情况分析
四、企业主题地产项目
五、企业发展展望分析
第五节 保利房地产(集团)股份有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业组织架构分析
三、企业经营情况分析
四、企业主题地产项目
五、企业经营优势分析
第六节 万科企业股份有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业经营情况分析

三、企业主题地产项目
四、企业发展战略分析
五、企业经营优势分析
第七节 首创置业股份有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业经营情况分析
三、企业主题地产项目
四、企业主要盈利模式
五、企业发展策略分析
第八节 花样年控股集团有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业经营情况分析
三、企业主题地产项目
四、企业销售网络分析
五、企业经营优势分析
第九节 绿城房地产集团有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业经营情况分析
三、企业主题地产项目
四、企业发展展望分析
五、企业发展动态分析
第十节 洛阳市承大旅游资源开发有限公司
一、企业基本情况分析
二、企业组织架构分析
三、企业经营业务分析
四、企业主题地产项目

第十章 2023-2029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、中国主题地产融资基本概述
（一）主题地产融资相关意义
（二）主题地产融资需求分析

（三）主题地产融资渠道分析
（四）主题地产多元化融资流程
（五）主题地产市场融资新平台
1、主题抵押担保证券CMBS
2、主题地产基金融资模式
（六）主题地产市场融资的形势
二、中国主题地产投融资现状分析
（一）主题地产投融资的重要性
（二）主题地产的资金现状分析
（三）主题地产融资存在的问题
（四）主题地产融资问题原因分析
三、中国主题地产投融资途径分析
（一）国外商业贷款融资途径
（二）主题地产证券化模式分析
（三）境内外上市融资方式分析
（四）地产融资租赁方式分析
（五）地产典当融资方式分析
四、中国主题地产企业融资建议
第二节 中国主题地产行业投资风险控制
一、主题地产策划定位风险控制
二、主题地产地段选择风险控制
三、主题地产资金投入风险控制
四、主题地产市场运营风险控制
五、主题地产环境保护风险控制
第三节 中国主题地产行业投资策略分析
一、以资产价值提升为基石
二、以功能价值创新为源泉
三、以品牌价值塑造为核心
四、以文化价值彰显为支点
五、以情感价值融入为纽带

第十一章 2023-2029年中国主题地产行业发展规划及趋势分析

第一节 2023-2029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
四、主题地产仍将坚持走环保开发之路
第二节 2023-2029年主题地产开发前景分析
一、文化产业发展潜力分析
二、主题地产市场发展前景
三、旅游地产发展前景分析
四、养老地产市场前景诱人
第三节 2023-2029年主题地产项目规划开发策略
一、城市中心区的项目开发策略
二、城市近郊区的项目开发策略
三、城市远郊区的项目开发策略

第十二章 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 ()
（一）企业境内主板 IPO 主要条件
（二）企业境内中小板IPO主要条件
（三）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 主题地产开发企业IPO上市的相关准备
一、企业该不该上市
二、企业应何时上市
三、企业应何地上市
四、企业上市前准备
（一）企业上市前综合评估
（二）企业的内部规范重组
（三）选择并配合中介机构
（四）应如何选择中介机构

第三节 主题地产开发企业IPO上市的规划实施
一、上市费用规划和团队组建
二、尽职调查及问题解决方案
三、改制重组需关注重点问题
四、企业上市辅导及注意事项
五、上市申报材料制作及要求
六、网上路演推介及询价发行
第四节 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.chinairr.org/report/R04/R0402/202303/20-524119.html