

2015-2020年中国主题地产 行业分析与投资前景研究调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国主题地产行业分析与投资前景研究调查报告》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.bosidata.com/fangdichan1502/057504HPVI.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 中国主题地产行业运营现状分析 18

第一节 主题地产行业概况 18

一、主题地产的相关概念 18

二、主题地产行业的基本分类 18

三、主题地产盈利模式分析 19

（一）主题地产社会效益分析 19

（二）主题地产经济效益分析 20

第二节 主题地产行业发展环境分析 20

一、主题地产产业政策环境分析 20

（一）房地产的产业政策调控分析 20

（二）主题地产行业相关政策发布 23

（三）主题地产行业相关法律法规 25

（四）土地管理制度需深层次改革 26

（五）扩大房产税改革的试点范围 26

二、主题地产产业经济环境分析 27

（一）中国GDP增长情况分析 27

（二）工业经济发展形势分析 29

（三）社会固定资产投资分析 30

（四）全社会消费品零售总额 31

（五）城乡居民收入增长分析 32

（六）居民消费价格变化分析 33

三、主题地产产业社会环境分析 34

（一）中国人口总规模分析 34

（二）中国城镇化进程分析 36

1、城镇化与土地制度 37

2、城镇化仍有发展空间 37

第二章 房地产行业发展状况分析 39

第一节 全球房地产行业发展分析 39

一、全球房地产商投资额分析	39
二、全球房地产市场发展状况	39
三、全球房地产市场发展形势	41
四、港台房地产市场发展分析	42
(一) 香港房地产市场发展分析	42
(二) 台湾房地产市场发展分析	42
(三) 台企有望投资大陆房地产	43
五、全球主题地产产业发展分析	44
(一) 全球主题地产开发企业	44
(二) 全球主题公园运营分析	44
第二节 中国房地产行业发展分析	46
一、房地产景气度情况分析	46
二、房地产土地开发及购置	46
(一) 2013年土地购置与开发	46
(二) 2014年土地购置与开发	47
三、房地产投资情况分析	48
(一) 2013年房地产开发投资	48
(二) 2014年房地产开发投资	49
四、房地产投资资金来源分析	50
(一) 2013年房地产资金来源	50
(二) 2014年房地产资金来源	50
五、房地产供给情况分析	51
(一) 2013年房屋施竣工面积	51
(二) 2014年房屋施竣工面积	52
六、房地产市场供给结构分析	52
(一) 2013年房地产供给结构	52
(二) 2014年房地产供给结构	53
七、房地产需求情况分析	53
(一) 2013年房地产需求分析	53
(二) 2014年房地产需求分析	54
八、房地产市场价格分析	55
第三节 中国房地产开发企业发展分析	57

- 一、房地产企业销售业绩分析 57
- 二、房地产企业新增土地情况 59
- 三、房地产企业品牌价值分析 61
- 四、房地产企业集中度继续提升 63
- 第三章 中国房地产项目的主题定位分析 64
- 第一节 房地产项目主题定位概况 64
- 一、房地产主题定位的概念 64
- （一）主题定位概念的不同表述 64
- （二）主题定位概念的重新定义 65
- 二、主题定位在地产策划中的地位 65
- 三、主题定位的作用及意义分析 66
- 四、主题定位应用中存在的问题 68
- （一）存在概念炒作之嫌 68
- （二）对主题概念的误解 69
- （三）建筑规划师缺位问题 70
- 第二节 房地产项目主题定位策划结构模型 70
- 一、房地产项目主题定位策划的要素 70
- （一）主题定位策划场 70
- （二）主题定位策划者 72
- （三）主题定位策划力 72
- （四）主题定位策划客体 73
- 二、主题定位策划过程模型 73
- （一）消费者需求情况 73
- （二）消费者的接受心理 74
- 三、主题定位策划的应用模式 76
- （一）概念地产与泛地产模式 76
- （二）地产思想采购模式 78
- （三）地产战略策划模式 80
- （四）地产品牌策划模式 82
- 第三节 房地产项目主题定位策划思维分析 84
- 一、主题策划思维的形式 84
- （一）主题定位内在的逻辑思维 84

(二) 主题定位形象思维的联结	85
(三) 主题定位中广义灵感的诞生	87
二、主题定位触媒信息	90
(一) 地产成功定位的案例	90
(二) 居住需求变化及趋势	90
(三) 广告理论的发展推动	91
(四) 营销理论的发展推动	92
(五) 社会信息的整合利用	94
第四节 主题定位策划的指导理念	95
一、国内地产市场现有主题定位概述	95
(一) 围绕地产实用性或居住者感情需求	95
(二) 围绕地产项目的优势资源设计主题	96
(三) 围绕地产的功能、类型来设计主题	96
(四) 围绕地产的高质量来设计主题定位	96
(五) 围绕地产的价值设计地产主题定应	97
(六) 围绕地产的可信度来设计主题定位	97
二、居住理念的变化对地产主题定位的影响	97
(一) 新住宅运动	97
(二) 居住郊区化	98
(三) 新都市主义	99
(四) 生态化住宅	101
(五) 山水城市思想	103
三、地产主题定位未来的发展趋势分析	104
(一) 将始终体现居住者的权益	104
(二) 主题定位的内涵仍将扩大	105
(三) 主题定位策划将更加科学	106
(四) 主题概念的使用将规范化	106
第四章 2013年中国主题地产市场开发机会分析	108
第一节 中国主题地产市场发展概况	108
一、主题地产逐渐成为新蓝海	108
二、主题地产运营模式尚未成熟	109
三、主题地产需警惕“圈地运动”	110

四、新政下主题地产的发展之道	110
五、主题地产仍然存在“虚火”	111
第二节 中国养老地产开发市场机会分析	112
一、中国养老地产发展现状分析	112
(一) 养老地产处于摸索阶段	112
(二) 房企布局养老地产情况	113
(三) 保险企业涉足养老地产	114
(四) 外资在华投资老年住宅	115
(五) 中国养老地产开发特点	116
二、中国养老地产商业模式分析	117
(一) 现有养老地产模式分析	117
(二) 养老地产开发模式选择	119
(三) 养老地产运营模式分析	125
(四) 中国养老地产盈利模式	127
(五) 养老地产商业模式的创新	129
三、养老地产开发关键因素分析	130
(一) 选址是规划的先决条件	130
(二) 配套设施体现关键功能	130
(三) 运营与管理是关键要点	131
(四) 养老要与医疗相互挂钩	131
四、养老地产项目开发策略分析	132
(一) 养老地产开发核心战略	132
(二) 养老地产开发成功要素	132
(三) 养老地产开发策划特点	133
(四) 养老地产项目定位分析	137
(五) 养老地产客户市场细分	139
(六) 养老地产项目选址分析	139
(七) 养老地产项目建设程序	144
五、养老地产产品价格策略分析	144
(一) 养老地产项目定价策略	144
(二) 养老地产价格影响因素	145
(三) 养老地产项目定价方法	146

(四) 养老地产项目调价方法	149
(五) 养老地产项目定价程序	150
六、养老地产项目网络营销策略分析	154
(一) 养老地产网络营销运作模式	154
(二) 养老地产网络营销优势分析	155
(三) 养老地产网络营销缺陷分析	157
(四) 养老地产网络营销整合互补	158
(五) 养老地产实现网络营销策略	159
七、中国养老地产建设项目情况分析	160
(一) 广东从化养老地产项目	160
(二) 长春万科健康养老住宅	161
(三) 宜兴九如城养老综合体	162
(四) 重庆如恩老年社区项目	162
(五) 绿城乌镇养老地产项目	163
(六) 南京朗诗养老地产项目	165
(七) 昆明居家养老项目建设	165
(八) 西塘安平老年生活社区	166
(九) 常州高端养老地产项目	167
第三节 中国旅游地产开发市场机会分析	168
一、旅游地产市场总体发展现状	168
(一) 旅游地产市场发展现状	168
(二) 城市旅游地产结构现状	169
(三) 区域市场的旅游地产结构	170
二、中国旅游地产发展特征分析	170
三、旅游地产业迎来发展新契机	171
四、旅游地产项目成功关键因素	172
(一) 正确的选址是项目关键	172
(二) 合理的社区打造是重点	172
(三) 项目强势的营销不可少	173
五、旅游地产项目的开发分析	173
(一) 旅游地产的主题功能	173
(二) 旅游地产的主题定位	176

- (三) 旅游地产的开发模式 178
- (四) 旅游地产的运营模式 178
- 六、旅游地产项目开发模式分析 180
 - (一) 景区的住宅开发模式 180
 - (二) 度假房地产开发模式 181
 - (三) 商务度假的开发模式 182
 - (四) 综合旅游地产开发模式 183
- 七、生态旅游地产成功案例分析 185
 - (一) 保利生态城建设项目 185
 - (二) 华隆生态旅游建设项目 186
 - (三) 苏州太湖旅游地产项目 187
 - (四) 瑞海姆田园度假村项目 188
 - (五) 湖北省咸宁温泉谷项目 189
- 第四节 中国文化地产开发市场机会分析 190
 - 一、中国文化产业园的发展综述 190
 - (一) 中国文化产业园发展现状 190
 - (二) 文化园区存在的问题分析 191
 - (三) 解决文化园区问题的对策 192
 - 二、文化地产行业发展机遇分析 194
 - 三、文化地产业发展迎来新契机 194
 - 四、文化产业发展利好文化地产 196
 - 五、中国文化地产营销策略分析 197
 - (一) 文化定位的影响分析 197
 - (二) 文化地产产品策略分析 198
 - (三) 文化地产价格策略分析 199
 - (四) 文化地产渠道策略分析 199
 - (五) 文化地产促销策略分析 200
 - 六、文化地产发展模式概述 200
 - 七、文化创意产业园区模式划分 202
 - (一) 按园区形成主导力量划分 202
 - (二) 按园区资源利用情况划分 202
 - (三) 按产业园区集聚要素划分 203

八、国内文化地产典型案例分析	204
(一) 北京789艺术区建设项目	204
(二) 淮海文化科技产业园项目	206
(三) 武陵山民族文化园区项目	208
(四) 兰州创意文化产业园项目	208
(五) 国内文化综合体建设项目	210
1、云南民族村项目建设情况	210
2、中华民俗文化村项目建设情况	211
3、深圳华侨城创意园建设情况	211
4、博鳌经济论坛项目建设情况	212
第五节 购物中心市场开发及运营分析	214
一、购物中心的发展历史阶段	214
二、大型购物中心的经济周期	216
三、购物中心分类及业态组合	217
四、大型购物中心的开发现状	219
(一) 购物中心开发流程分析	219
(二) 购物中心开发可行性分析	224
(三) 购物中心开发策略分析	233
五、购物中心投资建设情况	235
(一) 购物中心建设规模分析	235
(二) 购物中心分布特点分析	236
六、购物中心各城市竞争力分析	240
七、购物中心市场投资前景分析	243
八、购物中心体量变化趋势分析	244
九、国外购物中心的发展及借鉴	244
十、购物中心开发模式主导因素	246
十一、三四线购物中心发展现状	247
(一) 三四线购物中心发展优势	247
(二) 三四线购物中心供应格局	249
(三) 三四线购物中心开发模式	250
(四) 三四线MALL短培育周期	252
十二、国内零售地产开发案例分析	252

- (一) 保利水城建设项目 252
- (二) 上海新天地改造项目 253
- (三) 深圳华润万象城建设项目 254
- (四) 北京SOHO建设项目 256
- (五) 东方时代广场建设项目 257
- 第六节 中国体育地产开发市场机会分析 259
 - 一、体育地产的发展意义分析 259
 - 二、体育地产的发展现状分析 259
 - 三、体育地产的发展模式分析 259
 - (一) 商务型体育地产模式 260
 - (二) 休闲型体育地产模式 260
 - (三) 中心体育区发展模式 260
 - 四、中国体育地产的营销策略 261
 - (一) 与企业发展战略相一致 261
 - (二) 有利于赛事的良性发展 261
 - (三) 体育地产要注重整合营销 262
 - (四) 体育营销需要规避风险 262
 - 五、城市体育地产的战略分析 262
 - 六、体育地产的开发案例分析 265
 - (一) 中奥体育城建设项目 265
 - (二) 长沙体育新城建设项目 266
 - (三) 广州南国奥园建设项目 267
 - (四) 昆明新亚洲体育城项目 268
- 第七节 中国教育地产开发市场机会分析 269
 - 一、国内教育地产的基本分类 269
 - 二、国内教育地产发展现状分析 270
 - (一) 教育地产发展阶段分析 270
 - (二) 地产产业链与价值挖掘 270
 - (三) 教育地产运营模式分析 272
 - (四) 教育地产发展存在的问题 273
 - 三、中国教育地产开发策略与建议 274
 - (一) 教育地产开发的前提条件 274

(二) 教育地产开发的相关策略	275
1、转变经营理念和管理思想	275
2、重视“业主关系”的管理	275
3、提高学校教学质量是关键	276
4、扩展教育地产内容和方式	276
5、争取项目得到政府的支持	277
四、教育地产发展经典案例分析	277
(一) 广州大学城建设项目	277
(二) 重庆大学城建设项目	278
(三) 沈北大学城建设项目	279
(四) 深圳桃源居建设项目	280
第五章 中国主题地产的开发模式分析	281
第一节 产业地产开发模式分析	281
一、产业地产发展现状分析	281
二、产业地产成为投资新宠	283
三、产业地产成功关键在定位	286
四、产业地产面临的发展机会	286
五、产业地产的资源整合分析	288
六、中国产业地产开发模式分析	289
七、产业地产存在的问题及对策	291
第二节 城市地产开发模式分析	293
一、城市综合体开发情况分析	293
二、城市地产开发成功的关键	294
三、城市地产开发存在的问题	295
第三节 复合地产开发模式分析	296
一、复合地产的概念与内涵	296
二、复合地产开发方向分析	297
三、复合地产运作思路解析	299
四、国内复合地产开发动态	300
第六章 中国主题地产产品策划模式分析	304
第一节 主题公园	304
一、国内主题乐园发展现状	304

- 二、主题公园开发条件分析 305
- 三、主题公园开发模式分析 306
- 四、主题公园开发趋势分析 307
- 五、主题公园开发策略分析 309
- 六、主题公园开发案例分析 310
 - (一) 欢乐谷建设项目 310
 - (二) 世界之窗建设项目 311
 - (三) 海洋世界建设项目 312
 - (四) 苏州乐园建设项目 312
- 第二节 高尔夫球会 313
 - 一、国内高尔夫分布现状 313
 - 二、高尔夫典型案例分析 313
 - 三、高尔夫地产开发分析 314
 - 四、高尔夫开发前景趋势 315
- 第三节 度假村 315
 - 一、度假村主要分类情况 315
 - 二、度假村开发典型案例 316
 - 三、温泉度假村设计模式 316
 - 四、度假村开发趋势分析 319
- 第四节 新兴起的主题地产模式 321
 - 一、儿童主题乐园 321
 - 二、汽车文化主题公园 321
 - 三、影视文化旅游地产 322
- 第七章 中国主题地产企业发展模式转型分析 325
 - 第一节 文化多样性和复合型产品构件 325
 - 一、文化多样性 325
 - 二、主题的选择 325
 - 三、主题的表达 327
 - 四、构建复合型产品 328
 - 第二节 发展过程中外部性和协同效应 329
 - 一、外部性的概念和作用 329
 - 二、主题地产与协同效应 330

三、多元化开发新兴产品	330
第三节 基于价值链的多元战略联盟体系	333
一、价值链的概念	333
二、主题地产价值链分析	334
三、多元合作战略联盟体系	335
第四节 利用生命周期建立创新机制	338
一、生命周期理论分析	338
二、主题地产生命周期理论	338
三、主题地产的创新分析	339
第五节 服务系统配置及一体化管理模式	342
一、完善地产配套服务设施	342
二、一体化管理的概念及特点	342
三、主题地产一体化管理模式	343
第八章 中国重点城市主题地产行业发展分析	345
第一节 北京市主题地产市场发展分析	345
一、北京市房地产市场投资分析	345
二、北京地产行业相关政策分析	346
三、北京主题地产开发项目分析	347
四、北京主题地产市场投资机遇	347
第二节 上海市主题地产市场发展分析	348
一、上海市房地产市场投资分析	348
二、上海地产行业相关政策分析	349
三、上海主题地产开发建设项目	349
四、上海主题地产市场投资机遇	350
第三节 广州市主题地产市场发展分析	352
一、广州市房地产市场投资分析	352
二、广州地产行业相关政策分析	353
三、广州主题地产开发建设项目	354
四、广州主题地产市场投资机遇	354
第四节 深圳市主题地产市场发展分析	356
一、深圳市房地产市场投资分析	356
二、深圳地产行业相关政策分析	357

三、深圳主题地产开发建设项目	357
四、深圳主题地产市场投资机遇	358
第五节 天津市主题地产市场发展分析	360
一、天津市房地产市场投资分析	360
二、天津地产行业相关政策分析	360
三、天津主题地产开发建设项目	361
四、天津主题地产市场投资机遇	362
第六节 武汉市主题地产市场发展分析	364
一、武汉市房地产市场投资分析	364
二、武汉地产行业相关政策分析	365
三、武汉主题地产开发建设项目	366
四、武汉主题地产市场投资机遇	367
第七节 杭州市主题地产市场发展分析	368
一、杭州市房地产市场投资分析	368
二、杭州地产行业相关政策分析	369
三、杭州主题地产开发建设项目	370
四、杭州主题地产市场投资机遇	371
第八节 成都市主题地产市场发展分析	372
一、成都市房地产市场投资分析	372
二、成都地产行业相关政策分析	372
三、成都主题地产开发建设项目	373
四、成都主题地产市场投资机遇	373
第九节 重庆市主题地产市场发展分析	375
一、重庆市房地产市场投资分析	375
二、重庆地产行业相关政策分析	376
三、重庆主题地产开发建设项目	377
四、重庆主题地产市场投资机遇	377
第十节 济南市主题地产市场发展分析	379
一、济南市房地产市场投资分析	379
二、济南地产行业相关政策分析	379
三、济南主题地产开发建设项目	380
四、济南主题地产市场投资机遇	382

第十一节 南京市主题地产市场发展分析	383
一、南京市房地产市场投资分析	383
二、南京地产行业相关政策分析	384
三、南京主题地产开发建设项目	384
四、南京主题地产市场投资机遇	385
第十二节 海南省主题地产市场发展分析	386
一、海南省房地产市场投资分析	386
二、海南地产行业相关政策分析	387
三、海南主题地产开发建设项目	387
四、海南主题地产市场投资机遇	388
第九章 中国主题地产行业重点开发企业分析	390
第一节 杭州宋城旅游发展股份有限公司	390
一、企业基本情况分析	390
二、企业经营情况分析	390
三、企业主题地产项目	391
四、企业营销网络分析	392
五、企业经营优势分析	393
第二节 广州长隆集团有限公司	395
一、企业基本情况分析	395
二、企业组织架构分析	395
三、企业经营业务分析	396
四、企业主题地产项目	396
五、企业重要事件介绍	399
第三节 中体产业集团股份有限公司	400
一、企业基本情况分析	400
二、企业经营情况分析	400
三、企业主题地产项目	402
四、企业经营优势分析	402
五、企业发展展望分析	403
第四节 深圳观澜湖房地产开发有限公司	404
一、企业基本情况分析	404
二、企业重要事件分析	405

三、企业经营情况分析	406
四、企业主题地产项目	407
五、企业发展展望分析	408
第五节 保利房地产（集团）股份有限公司	409
一、企业基本情况分析	409
二、企业组织架构分析	410
三、企业经营情况分析	410
四、企业主题地产项目	413
五、企业经营优势分析	414
第六节 万科企业股份有限公司	414
一、企业基本情况分析	414
二、企业经营情况分析	415
三、企业主题地产项目	416
四、企业发展战略分析	418
五、企业经营优势分析	419
第七节 首创置业股份有限公司	420
一、企业基本情况分析	420
二、企业经营情况分析	420
三、企业主题地产项目	421
四、企业主要盈利模式	422
五、企业发展策略分析	423
第八节 花样年控股集团有限公司	423
一、企业基本情况分析	423
二、企业经营情况分析	424
三、企业主题地产项目	425
四、企业销售网络分析	426
五、企业经营优势分析	426
第九节 绿城房地产集团有限公司	427
一、企业基本情况分析	427
二、企业经营情况分析	427
三、企业主题地产项目	428
四、企业发展展望分析	430

五、企业发展动态分析	431
第十节 洛阳市承大旅游资源开发有限公司	432
一、企业基本情况分析	432
二、企业组织架构分析	433
三、企业经营业务分析	433
四、企业主题地产项目	433
第十章 2015-2020年中国主题地产行业投资与风险控制	434
第一节 中国主题地产项目投融资分析	434
一、中国主题地产融资基本概述	434
（一）主题地产融资相关意义	434
（二）主题地产融资需求分析	434
（三）主题地产融资渠道分析	434
（四）主题地产多元化融资流程	436
（五）主题地产市场融资新平台	438
1、主题抵押担保证券CMBS	438
2、主题地产基金融资模式	438
（六）主题地产市场融资的形势	440
二、中国主题地产投融资现状分析	440
（一）主题地产投融资的重要性	440
（二）主题地产的资金现状分析	441
（三）主题地产融资存在的问题	442
（四）主题地产融资问题原因分析	443
三、中国主题地产投融资途径分析	444
（一）国外商业贷款融资途径	444
（二）主题地产证券化模式分析	445
（三）境内外上市融资方式分析	446
（四）地产融资租赁方式分析	447
（五）地产典当融资方式分析	449
四、中国主题地产企业融资建议	452
第二节 中国主题地产行业投资风险控制	453
一、主题地产策划定位风险控制	453
二、主题地产地段选择风险控制	453

三、主题地产资金投入风险控制	453
四、主题地产市场运营风险控制	453
五、主题地产环境保护风险控制	454
第三节 中国主题地产行业投资策略分析	454
一、以资产价值提升为基石	454
二、以功能价值创新为源泉	454
三、以品牌价值塑造为核心	455
四、以文化价值彰显为支点	455
五、以情感价值融入为纽带	456
第十一章 2015-2020年中国主题地产行业发展规划及趋势分析	457
第一节 2015-2020年主题地产开发趋势分析	457
一、中长期中国房地产市场发展展望	457
二、主题地产将成为城市空间区位增长极	459
三、主题地产面临的机遇及未来发展趋势	460
四、主题地产仍将坚持走环保开发之路	464
第二节 2015-2020年主题地产开发前景分析	465
一、文化产业发展潜力分析	465
二、主题地产市场发展前景	466
三、旅游地产发展前景分析	467
四、养老地产市场前景诱人	468
第三节 2015-2020年主题地产项目规划开发策略	469
一、城市中心区的项目开发策略	469
二、城市近郊区的项目开发策略	469
三、城市远郊区的项目开发策略	470
第十二章 中国主题地产开发企业IPO上市策略指导	472
第一节 主题地产开发企业境内IPO上市目的及条件	472
一、主题地产开发企业境内上市主要目的	472
二、主题地产开发企业上市需满足的条件	473
（一）企业境内主板 IPO 主要条件	473
（二）企业境内中小板IPO主要条件	474
（三）企业境内创业板IPO主要条件	475
三、企业改制上市中的关键问题	476

第二节 主题地产开发企业IPO上市的相关准备 477

一、企业该不该上市 477

二、企业应何时上市 477

三、企业应何地上市 478

四、企业上市前准备 478

(一) 企业上市前综合评估 478

(二) 企业的内部规范重组 478

(三) 选择并配合中介机构 479

(四) 应如何选择中介机构 479

第三节 主题地产开发企业IPO上市的规划实施 479

一、上市费用规划和团队组建 479

二、尽职调查及问题解决方案 483

三、改制重组需关注重点问题 486

四、企业上市辅导及注意事项 489

五、上市申报材料制作及要求 491

六、网上路演推介及询价发行 493

第四节 企业IPO上市审核工作流程 494

一、企业IPO上市基本审核流程 494

二、企业IPO上市具体审核环节 495

三、与发行审核流程相关的事项 498

图表目录：

图表 1 两种模式的主题地产与居住地产的价值关联 19

图表 2 2011-2013年中国房地产产业政策走向情况 23

图表 3 2012房产税试点改革政策统计 27

图表 4 2013年国内生产总值构成及增长速度统计 28

图表 5 2008-2013年中国国内生产总值及增长变化趋势图 28

图表 6 2013年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 29

图表 7 2013年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 30

图表 8 2008-2013年中国全社会固定资产投资增长趋势图 31

图表 9 2008-2013年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 32

图表 10 2008-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 33

图表 11 2008-2013年农村居民人均纯收入及增长趋势图 33

图表 12 2013年中国居民消费价格月度变化趋势图 34

图表 13 2006-2013年中国人口数量及增长率变化趋势图 35

图表 14 2013年中国人口数量及其构成情况统计 35

图表 15 2013年末中国各年龄段人口比重 36

图表 16 2006-2015年中国城镇化率变化趋势图 37

图表 17 2013年各国主要城市人口占全国人口比重 38

图表 18 2008-2013年全球房地产商直接投资额变化趋势图 39

图表 19 2011-2013年全球主题公园集团公司入园人次前十名 44

图表 20 2011-2013年全球主题公园入园人次前五十五名 45

图表 21 2011-2014年中国月度房地产景气指数趋势图 46

图表 22 2005-2013年房地产开发企业土地开发及购置情况 47

图表 23 2012-2014年全国房地产开发企业土地购置面积增速 48

图表 24 2007-2013年中国房地产开发投资累计完成情况 48

图表 25 2013年不同地区房地产投资额完成情况 49

图表 26 2012-2014年房地产开发投资额月度增长情况 49

图表 27 2014年不同地区房地产投资额完成情况 50

图表 28 2005-2013年全国房地产开发企业资金来源构成情况 50

图表 29 2012-2014年房地产开发企业到位资金增速情况 51

图表 30 2008-2013年中国房屋施工及竣工情况 51

图表 31 2014年中国房屋施工面积月度增长趋势图 52

图表 32 2005-2013年不同用途房地产开发投资构成情况 52

图表 33 2014年不同用途房地产开发投资变动情况 53

图表 34 2007-2013年中国房地产商品房销售面积趋势图 54

图表 35 2013年不同地区房地产商品房销售面积情况 54

图表 36 2012-2014年中国商品房销售面积增长趋势图 55

图表 37 2014年不同地区房地产商品房销售面积情况 55

图表 38 2011-2013年新建商品住宅价格同比变化的城市个数统计 56

图表 39 2011-2013年新建商品住宅价格环比变化的城市个数统计 57

图表 40 2013年中国房企销售金额排行统计统计表 58

图表 41 2013年中国房企销售面积排行统计统计表 59

图表 42 2013年我国热点城市部分拿地企业名单 60

图表 43 2012中国房地产开发企业品牌价值20强 62

图表 44 2013年房地产企业销售金额集中度情况统计 63

图表 45 2013年中国房地产企业销售业绩梯队格局 63

图表 46 房地产策划系统图 66

图表 47 异地养老模式及其特征 118

图表 48 专门建设综合型养老社区 120

图表 49 普通社区中配建各类养老产品 121

图表 50 养老设施与幼儿园并设 122

图表 51 国内养老地产的盈利模式 129

图表 52 国内养老地产营销模式对比 129

图表 53 养老地产项目策划程序 134

图表 54 养老地产项目开发逻辑 135

图表 55 重庆如恩老年社区项目配套信息 163

图表 56 影响购买决策的因素 197

图表 57 同一区域三家相同物业类型竞争楼盘的形象分析 198

图表 58 中国购物中心发展历史 215

图表 59 中国购物中心各阶段代表项目 215

图表 60 购物中心的生命周期 216

图表 61 购物中心的周期特征 217

图表 62 中国购物中心分类 218

图表 63 目前中国购物中心业态构成比例 219

图表 64 2007-2013年中国购物中心数量变化趋势图 235

图表 65 上海市购物中心主力店分布图 237

图表 66 成都市购物中心主力店分布图 238

图表 67 郑州市购物中心主力店分布图 239

图表 68 南宁市购物中心主力店分布图 240

图表 69 全球在建贩物中心面积前十名城市（万m²） 241

图表 70 中国购物中心发展潜力城市排名情况 242

图表 71 1986-2013年购物中心体量变化趋势图 244

图表 72 重资产模式开发成本费用及对应现金流流程图 247

图表 73 三四线购物中心业态的SWOT分析 248

图表 74 中国城镇化率增速与商业用房新开工面积增速（当年）相关性 249

图表 75 2011-2014年全国百家重点大型零售企业销售增速变化趋势 249

图表 76 一线地产商设备项目各层级市场份额对比 250

图表 77 国内主要三四线购物中心开发模式 250

图表 78 东方时代广场购物中心业态布局 258

图表 79 教育地产分类（按教育层次分类） 269

图表 80 合作办学模式 272

图表 81 国内主流的温泉度假村设计模式 317

图表 82 主题地产外部价值链 334

图表 83 主题地产内部价值链 334

图表 84 2010-2014年北京市房地产开发投资额 345

图表 85 2012-2014年北京市房地产开发投资增速变化趋势图 346

图表 86 2012-2014年北京市房地产行业相关政策 346

图表 87 2009-2014年上海市房地产开发投资情况 349

图表 88 2012-2014年上海市房地产行业相关政策 349

图表 89 2008-2014年广州市房地产开发投资统计 353

图表 90 2014年广州市房地产开发不同经济类型企业投资统计 353

图表 91 2012-2014年广州市房地产行业相关政策 353

图表 92 2006-2013年深圳市房地产开发投资额变化趋势图 356

图表 93 2013年深圳市房地产开发投资额分地区统计 356

图表 94 2014年深圳市房地产行业相关政策 357

图表 95 2008-2014年天津市房地产开发投资额变化趋势图 360

图表 96 2012-2014年天津市房地产行业相关政策 360

图表 97 2008-2013年武汉市房地产开发投资额统计 365

图表 98 2006-2013年武汉市住宅开发投资额统计 365

图表 99 2012-2014年武汉市房地产行业相关政策 366

图表 100 2008-2014年杭州市房地产开发投资额统计 369

图表 101 2012-2014年杭州市房地产行业相关政策 369

图表 102 2008-2014年成都市房地产开发投资额统计 372

图表 103 2011-2014年成都市房地产行业相关政策 372

图表 104 成都市总体功能分区 374

图表 105 2008-2014年重庆市房地产开发投资额统计 375

图表 106 2011-2013年各月重庆市房地产开发投资增速 376

图表 107 2012-2014年重庆市房地产行业相关政策 376

图表 108 2008-2014年济南市房地产开发投资额统计 379

图表 109 2012-2014年济南市房地产行业相关政策 379

图表 110 2008-2014年南京市房地产开发投资额统计 383

图表 111 2011-2014年南京市房地产行业相关政策 384

图表 112 2008-2014年海南省房地产开发投资额统计 386

图表 113 2011-2014年海南省房地产行业相关政策 387

图表 114 2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司分业务情况表 391

图表 115 2013年杭州宋城旅游发展股份有限公司业务结构情况 391

图表 116 广东长隆集团有限公司组织架构图 396

图表 117 2013年中体产业集团股份有限公司分行业情况表 401

图表 118 2013年中体产业集团股份有限公司业务结构情况 401

图表 119 2013年中体产业集团股份有限公司分地区情况表 402

图表 120 观澜湖?深圳统计 406

图表 121 观澜湖?海口统计 407

图表 122 保利房地产(集团)股份有限公司组织架构图 410

图表 123 2013年保利房地产(集团)股份有限公司分业务情况表 411

图表 124 2013年保利房地产(集团)股份有限公司业务结构情况 412

图表 125 2013年保利房地产(集团)股份有限公司分地区情况表 412

图表 126 2013年万科企业股份有限公司分业务情况表 415

图表 127 2013年万科企业股份有限公司业务结构情况 416

图表 128 2013年万科企业股份有限公司分地区情况表 416

图表 129 2011-2013年首创置业股份有限公司营业收入分行业统计 421

图表 130 2011-2013年花样年控股集团有限公司收入分业务统计 424

图表 131 2013年花样年控股集团有限公司业务结构情况 425

图表 132 2011-2013年绿城房地产集团有限公司分行业情况表 428

图表 133 2013年绿城房地产集团有限公司业务结构情况 428

图表 134 洛阳市承大旅游资源开发有限公司组织架构图 433

图表 135 私募基金的优势和劣势 439

图表 136 IPO的优势和劣势 440

图表 137 主题地产开发企业IPO上市网上路演的主要事项 493

图表 138 主题地产开发企业IPO上市基本审核流程图 495

详细请访问：<http://www.bosidata.com/fangdichan1502/057504HPVI.html>