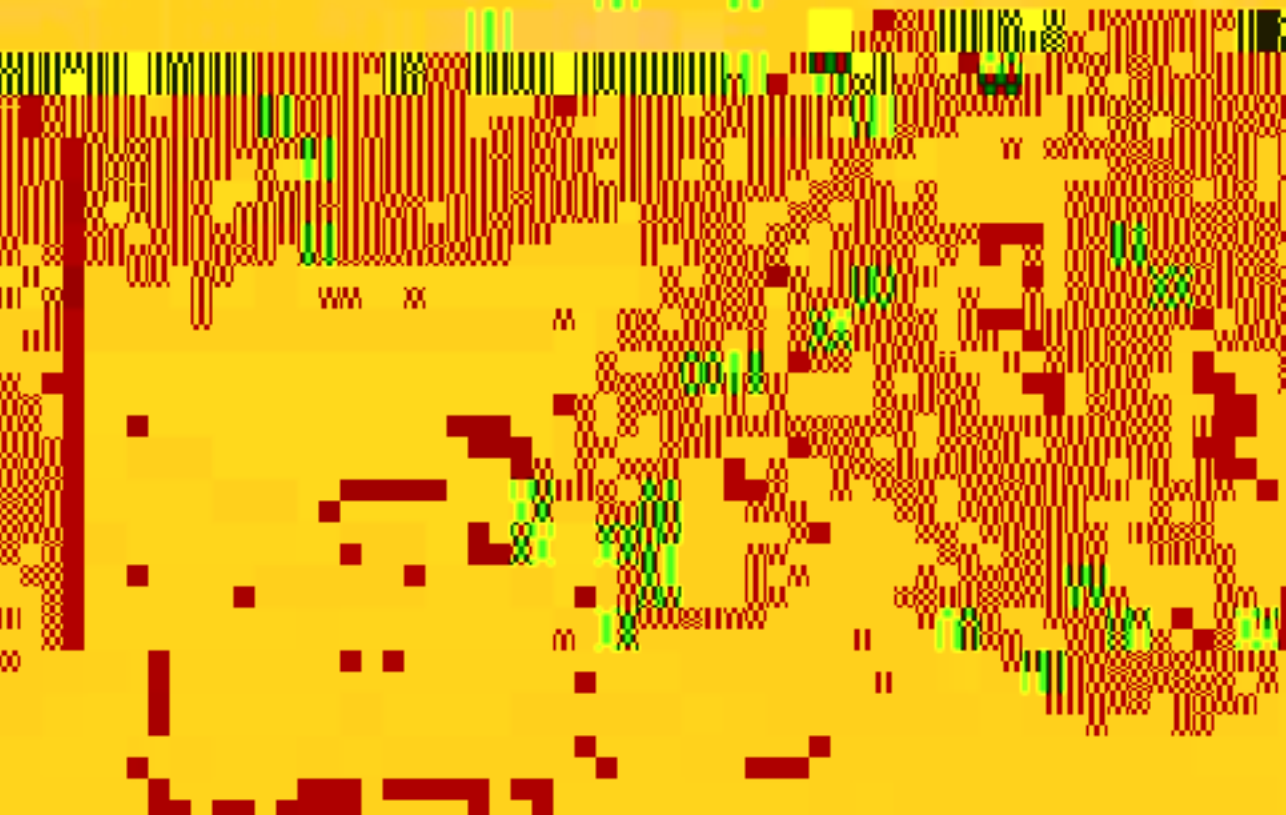


世联地产顾问丛书

都市 休闲



/ / /
/ / /
/ / /



2011~2020

10

2010

Cocopark

“

”

“

”

“

”

目录

Contents

2011 2020 10

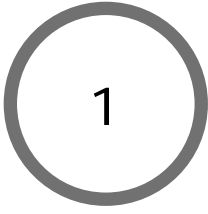
1

34	2.2.1	"	"
42	2.2.2		
			Hidden Valley Four Seasons Resort
45	2.2.3		KPI
46	2.3		
46	2.3.1	"	"
53	2.3.2		
59	2.3.3		KPI
	3		
61			
62	3.1		
62	3.1.1		
68	3.1.2		
76	3.1.3		
77	3.2		
78	3.2.1		25
94	3.2.2		
101	3.2.3		
102	3.3		
102	3.3.1		
109	3.3.2		

111	4		
111	4.1	— —	
111	4.1.1		
120	4.1.2	"	"
			Motorcoach Resort
124	4.2	— —	
124	4.2.1	"	
128	4.2.2		
135	4.3	— —	
135	4.3.1	"	
142	4.3.2		
			Queenstown
149	4.4	— —	
149	4.4.1		
151	4.4.2	"	"
			Makiba
160			
164			



Why— —



" "

1.1

1.1.1

1949

1978

1995

30%

70%

1- 3

| | |

" "

1-4

1-2

1-2

	S 300	<100 45	100-300 1.5 4
	5	1~2	2-

10000

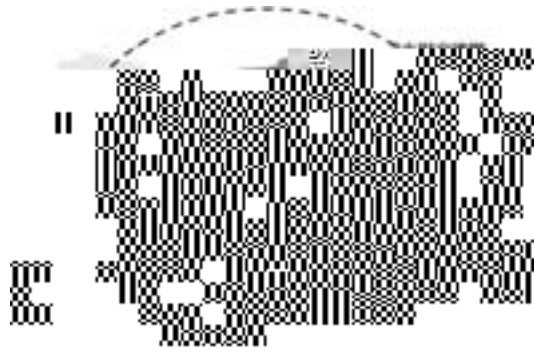
“

”

“

”

1-8



1- 10

“ ”

1- 9

“

1- 10

“ 5+2” “ 11+1”

“ ”

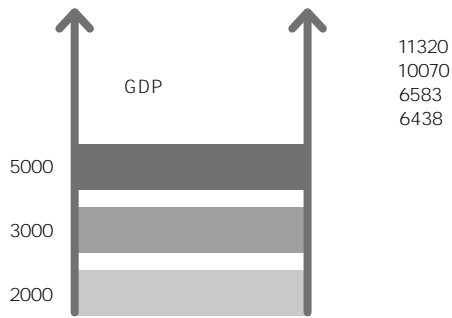
“ ”

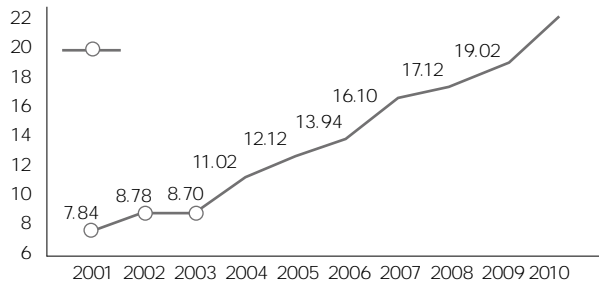
“ ” “

” “ ”

“

”





1- 13

.....

“

”

1.1.2

“ ”

“ ” 12

2010

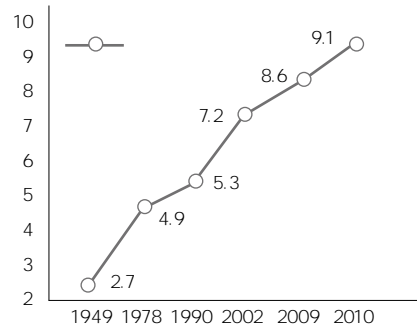
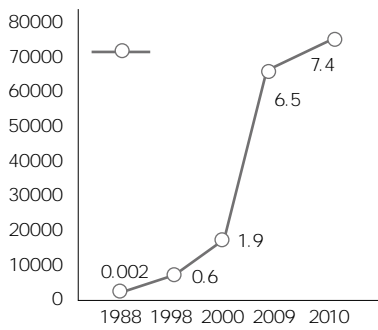
91

7.4

1- 14

“

”



1- 14

| | |

1985 1.93 2008 2880 1-15

1999 2007

1999

893.48

2882.33

15.76%

1999

11.27

66

29.9%

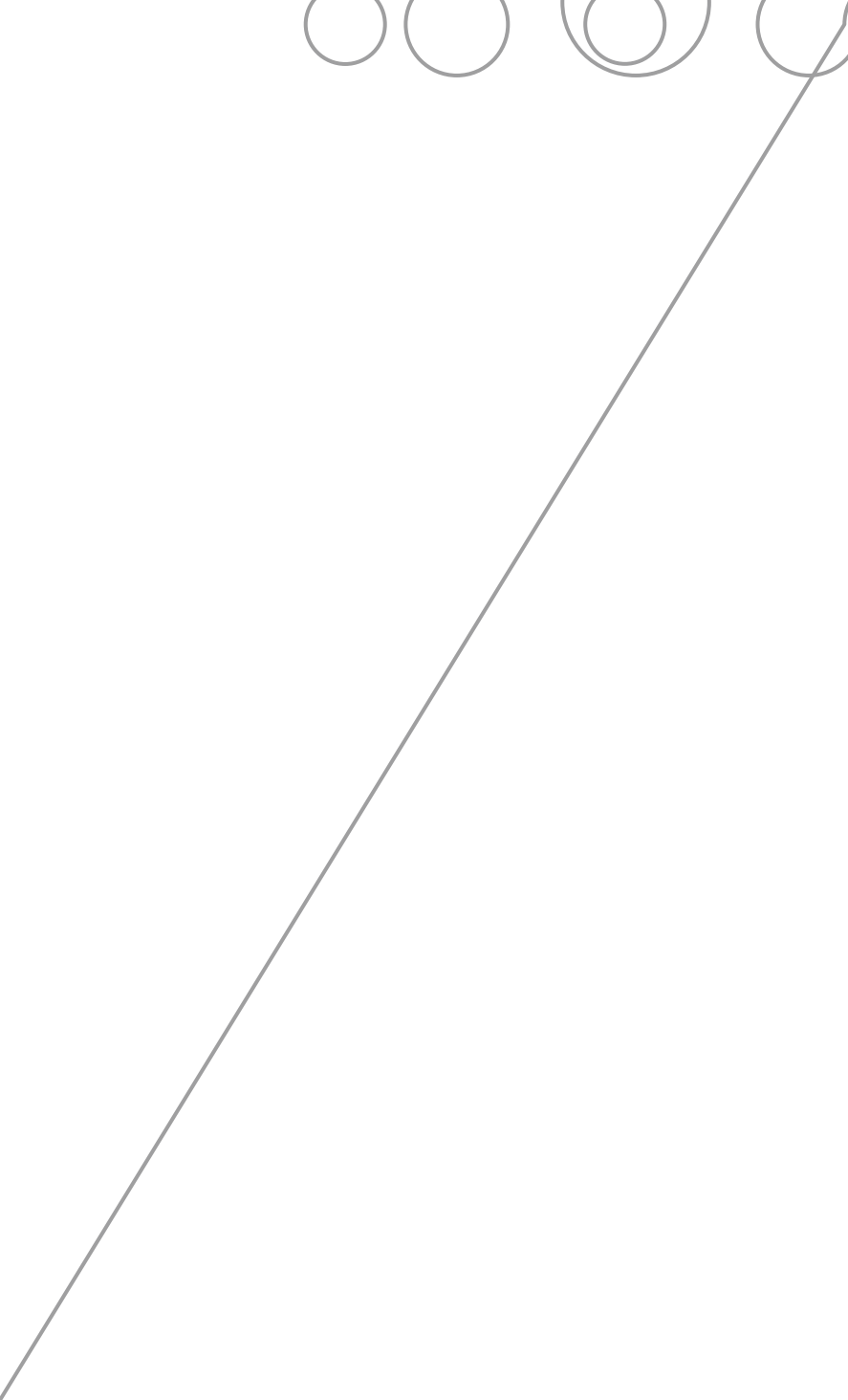
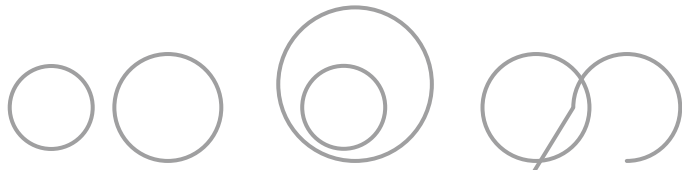
43

350

“ ”

“ ”

“ ” “ ”



DIY

1.2.3

“ ” “

”

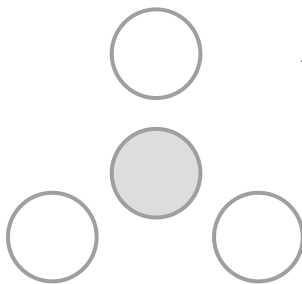




2

3

/



2 1

3

| | |
21

2.1.1

-- Dunton

Telluride 48

Lizard

Head Pass

19

1999 2002

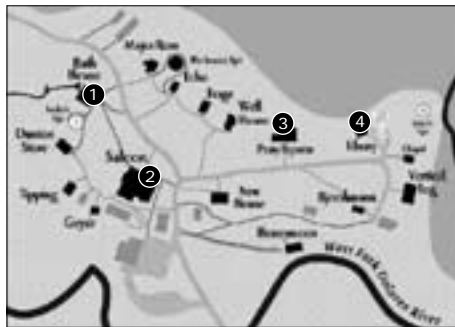
2003 2004

2005



2-2

4700



2-4

2-1

1		5 30 41
2		SPA pilates
3		
4		
5		



2 2 DUNTUN 12

WELL HOUSE CABIN	2		/ / \$1,500 / \$1,100 \$1,400
VERTICAL LOG CABIN	6		/ \$1,700 / \$1,300 \$1,600 3 4 \$350/ 5 6 \$250/
MAJOR ROSS CABIN	2		/ \$1,100 / \$800 \$1,000
BJOERKMANS CABIN	2		/ \$1,100 / \$800 \$1,000
HONEYMOON CABIN	2	19	/ \$1,100 / \$800 \$1,000
TIPPING CABIN	6		/ \$1,400 / \$1,000 \$1,300 3 4 \$350/ 5 6 \$250/
DUNTUN STORE CABIN	4		/ \$1,400 / \$1,000 \$1,300 3 4 \$250/
NEW HOUSE CABIN	4	/DVD	/ \$1,300, / \$900, \$1,200, 3 4 \$250/
GEYSIR CABIN	2		/ \$950, / \$650, \$850
FORGE CABIN	2		/ \$950, / \$650, \$850
ECHO CABIN	2		/ \$800
PORTER HOUSE	10	/DVD	/ \$1,700, / \$1,300, \$1,600 3 4 \$350/ 5 10 \$250/

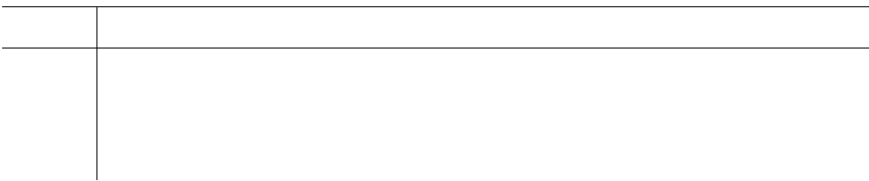
SPA

SPA

| | |

42

2 4



/



2-5

2-6

1		GIP	2	30
2				
3				
4				
5				

PERFUMERY

GIP The GRASSE INSTITUTE OF

GIP



2- 8

* 3000p4000

International Perfume

Museum The Jean- Honoré Fragonard Museum Villa

Fragonard Galimard Molinard

Fragonard

Fragonard

2

ÿ a .

Fragonard

Galimard Molinard



2-7

rF a—o ard Q² ri as i —² F y of ² s o

Place aux Aires

Boulevard Jeu de Ballon

Convention Center

Grasse Theatre

Boulevard Jeu de Ballon

p

“

”

rentals hotels furnished apartment
 furnished villas rentals guest houses
 camp site holiday villages

2-9

1	Golf d' Opio- Valbonne —	18	9	72
2	Golf de Saint- Donat —			18 10
3	Golf du Claux Amic	18		72

	<p>@U 6Ugh]XY' GU]bh' 5bhc]bY < hY' /' F]gl XbW' < hY' fY Xyg' DUfZi ag < hY' AYWFY; fUggY < hY' @U 6Y' U X]fY < hY' @Y' J]Wcf]U</p> <p>AaY' Si f]Yn' 7\ f]gh] UbY' /' 5' Yl UbXY' GdUddYf] ;]' Uaci f' @ CW]XbW' A' ' Si f dU]fY</p> <p>5' `UfX !' @Y' ALnYh' XY' AU] 6Ugh]XY' : cbhW' caVY' AaY' IfVub]UW' @U]J]Y' `Y' : YfaY' AU]LaY' @U]h]U 6' cW</p> <p>6Ugh]XY' @ci' DUbhU' ` 7' cg' Xyg' 7ndf]g' @Y' 6U Uci f' ALg' XY' U 6Yf] UachhY' 6Ugh]XY' Xyg' C]j]Yf g</p> <p>@Yg' >Uga]bg J] `U[Y' 7' i V' @Y' 7' Uj Uf m' ` J] `U[Y' JUm]bWg @Yg' 7] XYg</p>	
--	--	--

1	S B"z	Aromatherapy fair	
2		Venusia beauty and v	Grasse Car Rally
3			
4			
5			
6			
7	~		
8			
9			



1778

Chesapeake Ohio



Sam Sneed

2-13

1778 1830	1830 1914	1915 1995
Stagecoach	Chesapeake Ohio	
	1913	1992
	1914 Wilson	

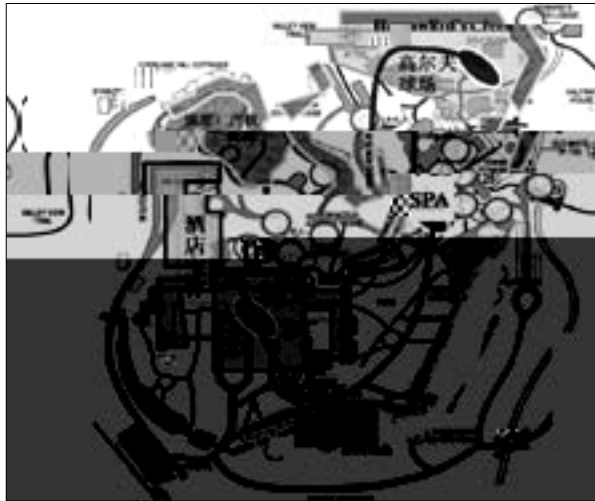
| | |

SamSnead
“ Ryder” “ Solheim”

SPA

10

40



2-10

2-15

	3-18
	&



2- 16

1778	1830	1830	1914	1915	1995	1995
						z

“ ”



2.2.2

Hidden Valley Four Seasons Resort

Hidden Valley Four Seasons Resort

1

8

100

“ ”

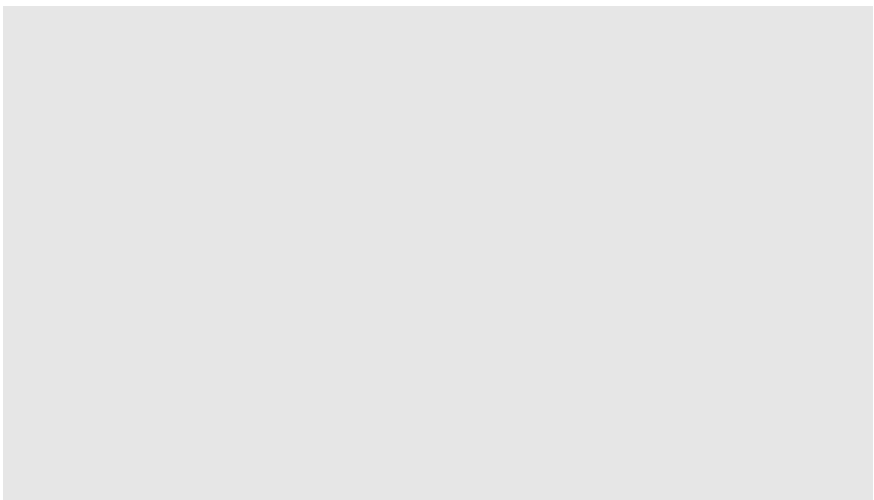


2 12

|

|

|



2.3

2.3.1

“ ” — —

Orlando 32

Lake Buena Vista

124 1/5 7.66

4 3 32 (22

) 784

1971 10 1350

1963



Disney's

Wide World of Sport Complex

1

4

| | |

85%
784
5
3

3
Downtown Disney
20 70
: Marketplace Pleasure Island Westside

4
Sports Complex

Disney's Wide World Of

1997

220

30

2.3.2

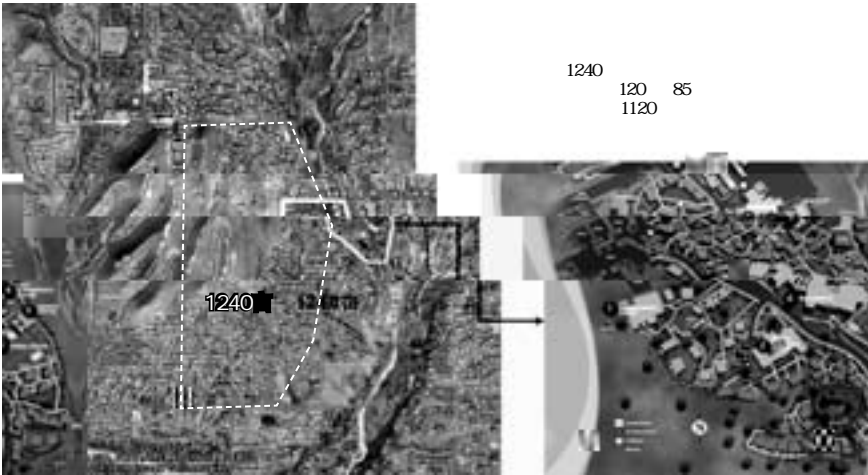
1979
” “ 2.5 ,
1240 “ ”
“ ”
40 2,200





2

193

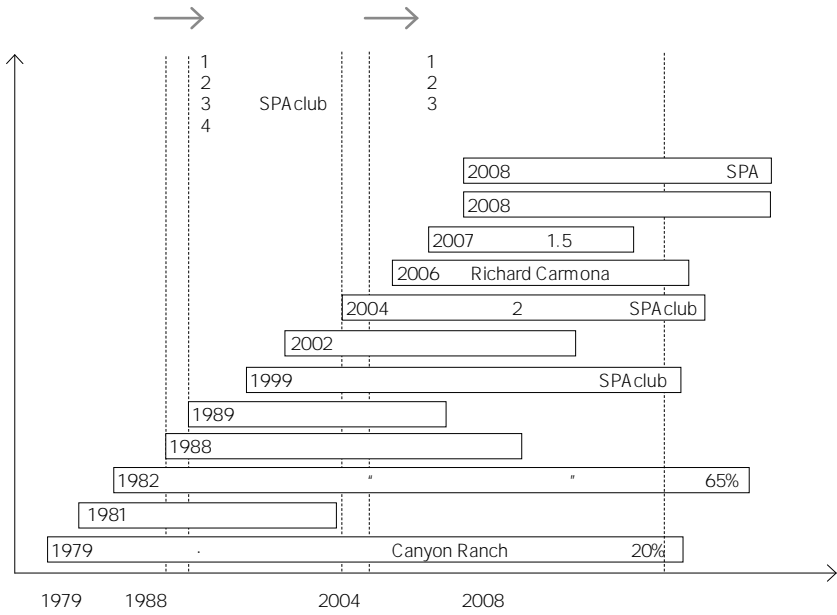


30 3

1979

SPA

SPAclub



2 14

1

LIFESHARE



2



2 23

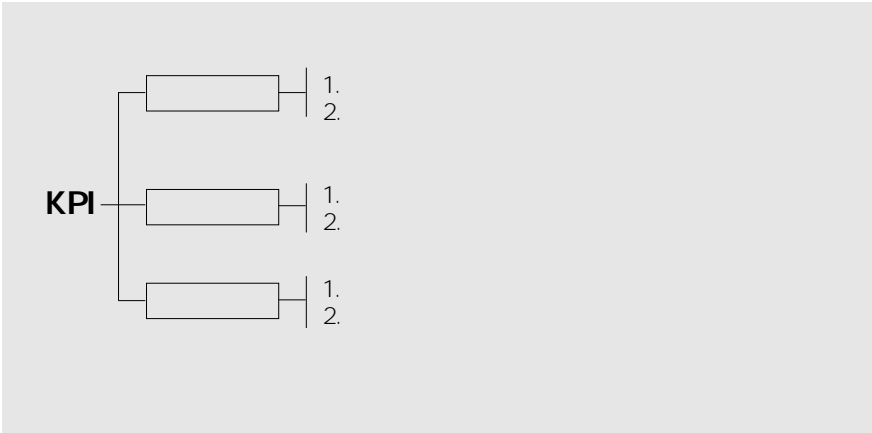


SPA



2.3.3

KPI



Who & How— —



| | |

3.1

3 1.1 ---

1

129

140

“ ”

2



300 450 130

573

1078

20%

GDP
25%

1982-1992



1982 1

1985 9

1992
0.24

15

3 2

|

|

|

“

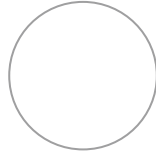
”

1

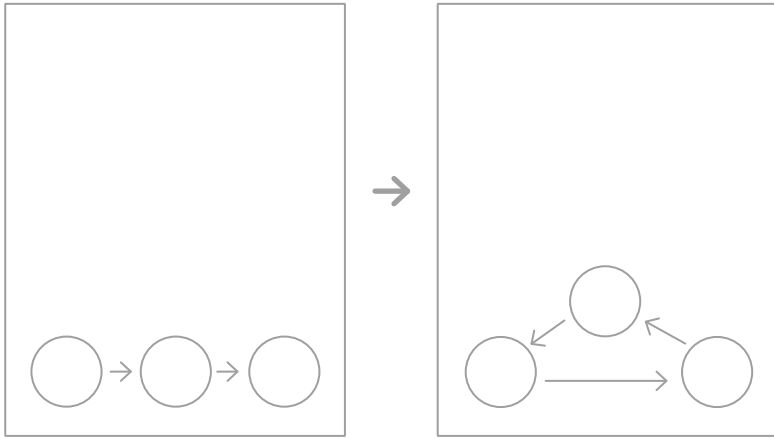
— —

“

”



3 3



3 4

3 — —

1982

2004

2005

“ ”

4 — — “ ”



3.1.2

— —

1993

“ ”

“ ”

2010 9 20

“ ”

6000

3

“ 5+2’

4A

5A

.....

1

“

”

1997

2001

1.8

1.5

1200

“

”

2007

160

1.36

400

1000

“

”

40

400

2010

4

18

5A

2 ”

”

“

”

| | |

1996

“ ”

1997 2

“ ”

“ ”

3

2500

8500

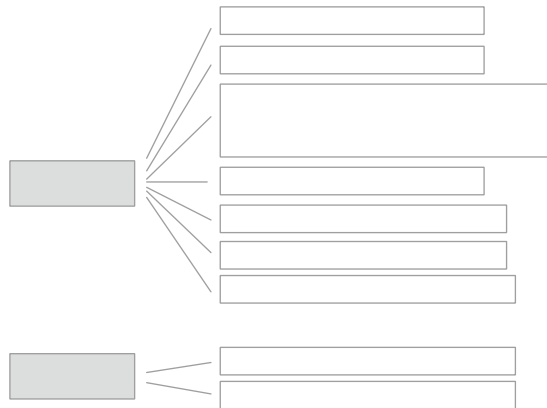
30%

2005

10302.5

8

30



3 5



1

1997 “ ”

500

“ ”

2000 2002

2 6

“ ”

2003

2005

FORREC

“ ” 10

6

2006

,

20

2006 10 ,

3

2006 9 27

“ ”

+ + +

1

| | |

2 " 5+2"

" 4 2'

+

+

+

+

"

“ ”

2010

3.2



3.2.1

— — 25

25

25

30

600

1.6
GDP

GDP

— —" + "

1 5

1985 11 11

600

25

80



3

6

“ ”

“

”



“ ”

“ + ”

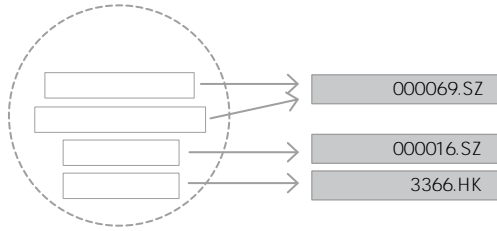


“ ”

“ ” “

” “ ”

“ ”



3-9



” ”



3-10

”

“

”

“

”

“

”

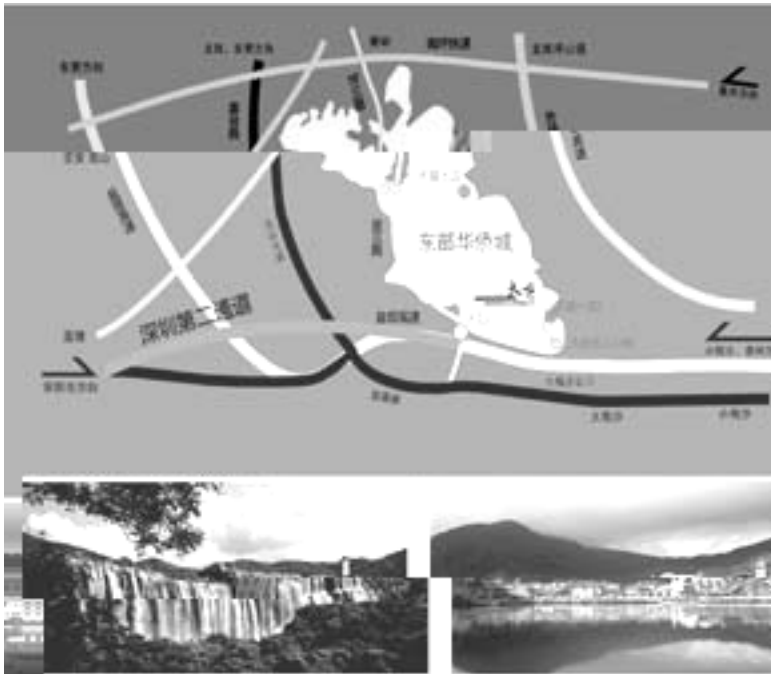
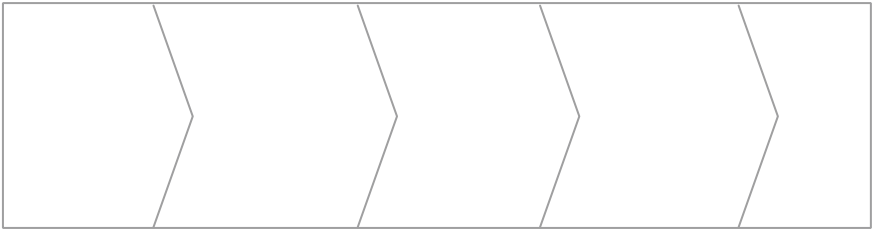
“

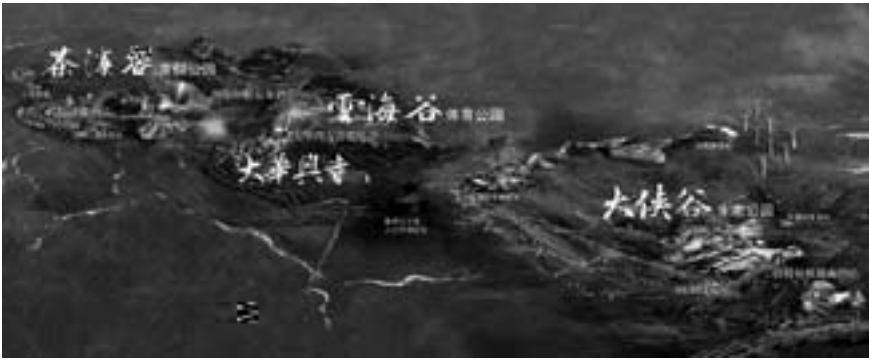
”

2

2004

9





3 11

3

“ ”

.....

70%

“ ”

4 + +



“ ”

“ ” “ ”

3-1

	2007	2008	2009
	1	1	1
	2	2	2
	3		

1 5200
 SPA
 2 18
 3

3 3

	2007	2008	2009	2010
	5	—		—
		—		—
	1			
	2	—		—
	3			

2008

52.36

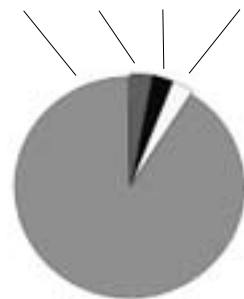
3%

1.71

“ +

”

91% 3% 3% 3%

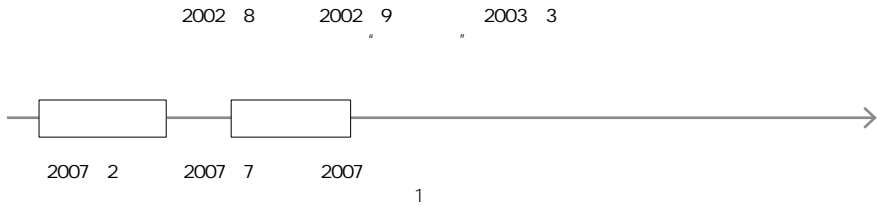


3 4

	2007	2008	2009	2009
	—	7 120 1 2	130 6 9	3 4 5 8
	—			

+ +

2003-06



3 13 + +

| | |

3.2.2

— —

1996

“ ”

“

”

5000

11000

500

“ O ”

“ ”

“ ”

1 ”

”

15

60

26



|

|

|

| | |

10%

3

“

” 6 “ ”

“ ”

1

“ ”

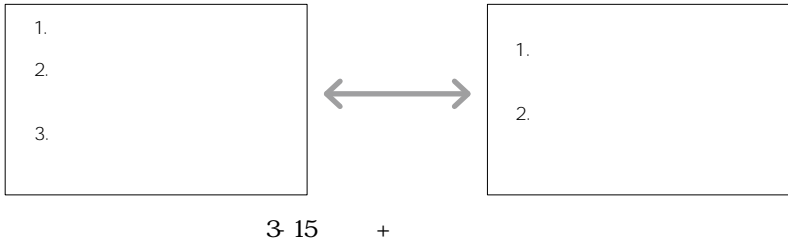
“ ”

100

“ ”

50000

90%



3.2.3

“

”

“

”

“

”

3.3

”

“

3.3.1

“

”

“

”

“

”

RBD

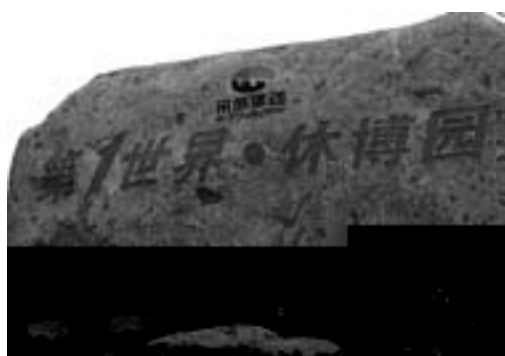
35

3700

RBD

“

” 2006



2001

“ ”

“ ”

| | |

2008

“ ”

“ ”

“ ”

4

1400

2007 2 28

8

2007

2000

“ ”

1

RBD

“ ”

2006 4 22

184

2040.55

233

137.38

10.17

.....

“ ”

| | |

1 " "

“ ” “ ” “

”

“ ”

2

1010

3

11

7

44.06

58.8

4000

Prospect— —

...



4

4.1 — —

4.1.1 — —

“ ”

“ ”

4 1

| | |

1

1908

“ T”

1920

T



3~6

1/10 1/5
2~3

RV Recreation Vehicle

4 1

“ ”

20000

KOV

600

900

30%

70%

50000

1500

4800

27

500

3200

7000

4 2

4 3

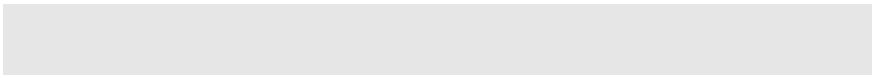
| | |

3

4 4

100

4 4



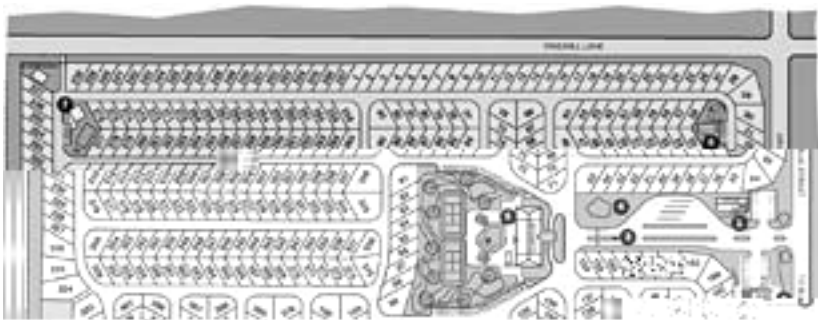
|

|

|



- ①
- ②
- ③
- ④
- ⑤
- ⑥
- ⑦
- ⑧
- ⑨
- ⑩



4-4 Motorcoach resort

" "

Motorcoach Resort

Spa

Motorcoach Resort 400

4 6



Motorcoach Resort

9

4.2

4.2.1

21

“ 60

10% 65

7%”

90

2007

60

1.43

11

2030

2.48

2050

4.37

31.2

3 4

“ ” “ ”

“ ” “ ”

Surfers Paradise

Gold Coast

90

10

|

|

|

“ ”

“

”

“ ”

2005

“ ”

30

6 9

50%

4.2.2

— —

Maricopa	33.597°	112.271°	1142
Phoenix Mesa-Scottsdale	37.8		37.6
Q2			

312

SunCityCenter 1961



4 5



10

55

18

30

30



	DelWebb	1960		20
	40			
	DelWebb	80	SunCityWest	90
	SunCityGrand	21	SunCityFestival	
1959	DelWebb			
	DelWebb	5		
			DelWebb	
1960				237
	R	675		
1700				
			Oakmont, Fairway	NewMountainViewCenter 1960

| | |

Webb Grand 1970 " Lakeview "
SundialandBell 1979
" Marinette "

" " " " " "
" " £ .

\$140

126

BENSUTTON

\$1500

Suncitycenter

LakePleasant

WhiteTanks

Hieroglyphic Bradshaw

“ GoldCountry”

Vulture Bumblebee Constellation Octave TipTop CrownKing

4 8

		7	
		2	
		2	
		8	126
		3	
		1	
		30	
		19	
		1	7000
	West Valley Symphony West Valley Art Museum Mineral and Gem Museum Arizona State University Extension Rio Salado Community College Concerts at the Sun Bowl		

15

3

3

4

3

SunHealthBoswellMemorial





4.3

— —

4.3.1

"

1 " " " " " " "

" " " "

" " " "

" " " " " " "

| | |

2 "

"

"

"

" "

" "

4 9

4 9

4 10



“ ”

1

“ ” “ ”

3

1/2

7

“ ”

90

1997

6

|

|

|

“

”

“

”

1

60

20

4 11

8600

100

115

90

200

3

4.3.2

Queenstown





4 9

Queenstown	“	”	“	”
LakeWakatipu				
			Arrowtown	
			ArrowtownChineseSettlement	
	8467			18,000
	80%	10%	10%	

4 12

(° C)				
	16	22	16	10
	15	10	6	1

| | |

“ ”

75000

4 13

	/

35 72 105

20

50

“

3

80

72.5

" "

KawarauJet

ShotoverRiverCanyons

4

40

| | |

1

Millbrook

1992

.

15



3

2

CORONETPEAK

18

280

2

4

100

Boardwalk

Arrowtown Saffron

Arthur'sPoint

Gantley

Tatlers TheBunker Frasers

MiraniJjisei

5

ShotoverSt

CampSt

ReesSt

O'Connell'sPavilion



— —
WinterFestival

WinterFestival
1974

80

6 7

75


B.B.Q

60

4.4 — —

4.4.1 — —

4 14

|

|

|

“ ”

“ ”

1

2

3

/

“

”

4

4.4.2 “ ” — —
Makiba

“ ”



| | |

120

3000

2/3

“ ”

40

Makiba

75

“

”

6

19 40 60

1967

1890

“ ”

1967

1972

1993

Makiba



4 15

75 9891-1966

09 40 60

f890



4 13 Makiba

Sheep Dog Show 4 11

2 3

DIY

2

35

| | |

4 16

			Show DIY Sheep Dog

7

“ 5 ” 2

43

| | |

“ ”

Momtorein

“ ”

1

è

%

”

“

”

DIY

|

|

|



“ ”

| | |

2011 4

- [1] Cater C I. Playing with risk? participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism [J]. *Tourism Management*, 2006, 27(2): 317-325
- [2] David B. Weaver. Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya [J]. *Annals of Tourism Research* 1999, 26(4): 792-816
- [3] Ian Wilson. *The Economics of Leisure* [M]. Heinemann Educational Publisher, 2003: 98-101
- Sharpley R. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus [J]. *Tourism Management* 2002, 23 (3): 233-241

- [14] () [M] 2005 152
- [15] [D] 2008
- [16] " " [R] 2009 172
- [17] [D] 2009 24
- [18] [J] 1997 2 68-71
- [19] [M] 2010 15
- [20] 2010 [M] 2010
- 1- 10
- [21] : [M] 2010:76
- [22] [M] 2010 56
- [23] [M] 2009
- 105- 110
- [24] [M]. 2004.
- [25] [M]. 2009.
- [26] : [M]. 2005.
- [27] [M]. 2007.
- [28] [M]. 2007.
- [29] [M]. 2008.
- [30] ---
- 2008.
- [31] --- [M]. 2008.
- [32] + --- [M]. 2008.
- [33] [M]. 2009.
- [34] [M].
- 2009.
- [35] 2007[M]. 2009.

更多的人开始注重休闲品质和精神享受，选择多元体验的新式休闲生活。东部华侨城、千鹤湖、宋城等休闲度假项目，

成为人们休闲度假的新选择。随着人们生活水平的提高，休闲度假已成为人们生活中不可或缺的一部分。人们开始追求更加健康、更加自然、更加舒适的休闲方式。

休闲度假产业的发展，不仅为人们提供了更加丰富的休闲选择，也为地方经济的发展注入了新的活力。随着休闲度假产业的兴起，越来越多的人开始关注休闲度假产业的发展，并将其作为推动地方经济转型升级的重要途径。

在休闲度假产业的发展过程中，政府和社会各界应共同努力，加大投入，完善基础设施，提升服务质量，推动休闲度假产业高质量发展。同时，也要注重生态环境保护，实现休闲度假产业与生态环境的和谐共生。

休闲度假产业的发展，是满足人民群众日益增长的美好生活需要的必然要求。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

随着休闲度假产业的不断发展，休闲度假已成为人们生活中不可或缺的一部分。我们要抓住机遇，乘势而上，推动休闲度假产业高质量发展，为人民群众提供更加优质、更加丰富的休闲度假产品。

休闲度假产业的发展，是构建现代化经济体系的重要组成部分。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是提升人民生活品质的重要途径。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是促进区域协调发展的重要途径。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是满足人民群众日益增长的美好生活需要的必然要求。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是构建现代化经济体系的重要组成部分。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是提升人民生活品质的重要途径。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是促进区域协调发展的重要途径。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是满足人民群众日益增长的美好生活需要的必然要求。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是构建现代化经济体系的重要组成部分。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是提升人民生活品质的重要途径。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是促进区域协调发展的重要途径。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是满足人民群众日益增长的美好生活需要的必然要求。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是构建现代化经济体系的重要组成部分。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是提升人民生活品质的重要途径。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是构建现代化经济体系的重要组成部分。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是提升人民生活品质的重要途径。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是促进区域协调发展的重要途径。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是满足人民群众日益增长的美好生活需要的必然要求。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是构建现代化经济体系的重要组成部分。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是提升人民生活品质的重要途径。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是促进区域协调发展的重要途径。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是满足人民群众日益增长的美好生活需要的必然要求。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

休闲度假产业的发展，是构建现代化经济体系的重要组成部分。我们要坚持新发展理念，推动休闲度假产业高质量发展，为构建现代化经济体系提供有力支撑。

休闲度假产业的发展，是提升人民生活品质的重要途径。我们要坚持以人民为中心的发展思想，不断推出更多优质休闲度假产品，让人民群众在休闲度假中感受到生活的美好和乐趣。

