

香江帝景:骨子里的西班牙



“窗含金牛峰,门泊瀕河湾。御赏南湾湖,坐看一贤山。”这里是麦玲玲钦点的信阳市最佳风水宝地,香江帝景匠心独运,巧妙借景造景,于风景深处典藏一座西班牙风情墅院。从这里向东5分钟速达市中心,向西5分钟直抵南湾湖,高等院校周边环伺,银行信

用社近在咫尺,餐饮住宿、医疗健身自在拥享。繁华山水,进退有度。参观间隙,偶遇几对来这里取景拍照的新人,于他们而言,西班牙浪漫风情是山盟海誓最美丽的见证,是诗意爱情最真挚的诠释。信步闲庭,从红陶筒瓦到手工

抹灰墙,从弧型长廊到一步阳台,从铁艺栏杆到陶艺挂件,再加上小拱璇、文化石外墙、圆弧檐口等建筑符号的点缀,仿佛地域交错,置身于西班牙原地。香江帝景利用山林坡地,以远高低的方式排布,错落相见,极大地满足了人们的空间尺度感。社区随处可见原枝原茂的大型香樟,销售经理告诉记者,这些珍贵稀有树种来自千里之外,均为全冠移植。园林地产的细心和用心可见一斑。香江帝景巧夺天工,低调奢华处处彰显。门前不经意的一块石头,竟都取自五岳独尊的泰山,历经时光千年的打磨,篆刻着岁月变迁的印记,在这里诉说着古老的传说。落日下,斑驳的外墙文化石影影绰绰,凝聚了工匠们的汗水和体温,他们反复考量每块文化石的摆放,力求每寸立面与众不同。而文化石之上的墙面则是用质感肌理漆刷了数十遍,这种特殊的视觉肌理之美,虽由人作,宛如天开。屋顶的红筒瓦更

是由宜兴紫砂壶厂的制陶师傅亲手打磨,浑然天成,触不可及。露台上的花架虽不起眼,却是有着“澳大利亚紫檀”之称的进口红柳桉,具有耐腐蚀、质感好的特性,多年后依然能够历久弥新。栖居诗意空间静静地品茗,避开室外一切的喧哗,这还得益于断桥彩铝中空窗的隔音效果,它还更有保温隔热,防火防盗的等功能。层数不高的洋房,电梯并非十分必要,但为了品质需要,香江帝景不仅为洋房配备了电梯,而且还是世界名牌三菱牌电梯,以满足居者的归心似箭。社区24小时贴心物管配合智能安防系统,让居者省心、放心。周边星级会所、高端幼儿园、再加上风情商业街,让您在城市山水间尊享贵族生活。

园林实业董事长涂健说:“香江帝景,不是产品,而是我们用心雕琢的艺术品!”目前,香江帝景已然实景呈现,为高端人士敬献一城华宅。(肖丹丹)

楼市工作室
负责人:张晗
电话:13569703206
E-mail:xyrb3206@126.com

度假酒店市场崛起

旅游度假业地位日益凸显

随着我国经济水平提升、人均收入增加和消费转型,旅游度假业的地位日益凸显。与此同时,中国酒店客人比例将从商务75%、休闲25%演变到商务50%、休闲50%。在这一趋势下,国内外酒店品牌纷纷加大度假酒店业务,并在云南、海南跑马圈地。

2014年3月19日,洲际酒店集团对外宣布,因云南地区管理的度假酒店经营上升,下一步会增加在这一区域的度假酒店管理项目。

截至目前,洲际酒店集团在云南已经拥有丽江和府皇冠假日酒店、西双版纳避寒皇冠假日度假酒店、丽江古城英迪格酒店和昆明洲际酒店4家开业酒店。同时,还有昆明西环皇冠假日酒店、腾冲腾越皇冠假日酒店等8家度假酒店正在建设。从洲际酒店集团对度假酒店的热烈追捧,度假酒店市场热可见一斑。

据中国房地产报调查了解,万豪、万达、凯悦、希尔顿……越来越多的国际酒店品牌正在不断加大度假酒店的业务布局。

“中国度假人群的喜好在改变,目的地度假和休闲度假比例明显增加。未来度假酒店的市场预期回报大为可观。”凯悦酒店集团大中华区首席副总裁夏农对中国房地产记者说。

面对度假酒店市场的增长行情,华美酒店顾问有限公司首席知识官、高级经济师赵焕焱提出预警,酒店增长过快过猛必然会带来经营下降,甚至泡沫化倾向,这需要企业警惕。

市场热逐

云南已成为酒店品牌发力的热土。

据笔者了解,除洲际酒店布局云南外,皇冠假日酒店及度假村、英迪格酒店、假日酒店及度假村、智选假日酒店及华邑酒店等酒店品牌都已进入云南。

赵焕焱提供的数据显示,云南酒店业景气度自2011年以来的12个季度7升5降,总体态势良好,旅游收入上涨。

随着我国经济水平提升、人均收入增加和消费转型,旅游度假业

的地位日益凸显。相关统计显示,2015年中国国内旅游人数有望突破33亿人次,旅游消费相当于居民消费总量的比例将达到10%。与此同时,中国酒店客人比例将从商务75%、休闲25%演变到商务50%、休闲50%。“受旅游政策支持,休闲度假、旅游目的地偏好的转变,旅游产业的核心实体度假酒店将迎来新契机。”赵焕焱表示。

而这也是凯悦酒店集团大举进军旅游酒店市场的初衷。“居民收入和消费需求的增加,休闲度假

客源转变,都使我们看到了度假酒店市场的潜力。”夏农说。

夏农称,包括凯悦在内很多酒店管理公司现在都很重视度假酒店。“对旅游人群来说,现在住酒店不是睡一觉而已,他们期望可以从中寻找更多休闲生活,包括健身、娱乐活动等。这对度假酒店的生意有很大促进作用,且可以为市场增加诸多亮点。”

凯悦目前已在三亚、丽江、上海崇明岛、长白山建有度假酒店。但因中国休闲度假模式刚刚

兴起,度假酒店总体占比仍不高。

在夏农看来,这是因为目前中国度假酒店主要受地域性和季节性影响较大,政务会议也有较大冲击,且由于中国度假酒店市场还处于初级阶段,所以比重并不太大。“但未来随着家庭旅游、体验式旅游的提升,对度假酒店的需求将会加大,市场潜力也很大。想抓住将来的市场,现在必须进入,因为一个酒店从设计开始到运营大概需要4年时间。我相信大多数扩张的度假酒店都是这样考虑的。”夏农说。

“地中海”模式与差异化发展

凯悦、洲际、万豪、万达等还在旅游酒店的市场不断开疆辟地。红树林、悦榕庄、世纪金源等度假酒店品牌已经开始巩固其经营模式。

由于度假酒店大都定位于高端,投入大,仅靠普通短租、入住形式难以实现盈利。因此产权式、分时度假式、产权分时度假混合式等快速回笼的现金收益经营模式在国内市场较为多见。

产权式度假酒店经营战略的佼佼者悦榕庄。

悦榕庄以全球知名度度假酒店品牌为最大驱动点,不仅带动上下游产业,还实现了区域的规模效应。

“悦榕庄由知名度度假酒店品牌做趋势,很容易实现物业升值,而且分期开发控制销售节奏,保障产品去化率,不可谓不成功。但对其他企业而言,这种模式的优势有待进一步证明。”分析人士指出。

分时度假是指使用权分割,旅

游酒店将使用权分割销售,让顾客可以分享某个度假资产的不同时段。这种模式不仅可以提高资源的使用效率,与持有不动产相比,消费者也可以节省一定度假成本。

由于分时度假多由小开发商操刀,长期以来在消费者中口碑并不好。

产权式和分时度假的混血儿是今典集团的三亚湾红树林。今典将其称为股权式度假酒店,其购买人通过购买分割酒店产权的方式,享受全国置换入住公司旗下开发的系列酒店的权利,且根据酒店经营情况在年底享受一定分红。

对于这一模式,日信证券负责投行业务的王先生却持谨慎态度。他表示,“有钱人可能不在乎分红,直接住酒店,而普通老百姓却做不起这样的投资”。对于三亚湾酒店的小股东来说,真正能够从三亚湾项目中获得股东回报则需要等待

更长的时间。

在笔者的走访调查中发现,来自海外的“地中海俱乐部”模式日渐成为了酒店管理公司推崇的模式。

“地中海俱乐部”倡导的是“一价全包”的奢华度假体验,为游客提供“一站式”服务。所谓“一站式全包”,就是酒店定出一个套餐价格,吃、住、行、娱的一切费用,都包括在内。

“现在旅游已经过了‘上车睡觉,下车拍照’的阶段,旅游是为了放松。地中海俱乐部模式,可以吸引游客在一个地方待上几天,吃喝玩乐都不用操心,也不用急着赶路,非常放松。”北京优尼华盛国际酒店管理咨询有限公司董事总经理王冰说。

夏农也表示,凯悦也极为推崇“地中海俱乐部”模式。“地中海俱乐部形式更符合中国消费者需求,

在酒店的吃喝玩乐全包含了,没有任何隐藏费用,可以提前做好预算。而且有儿童俱乐部、亲子空间,夫妻带孩子旅游也可以完全享受自己的度假时光。”

“地中海俱乐部提供的是另类休闲模式,有很多娱乐项目可供选择,有较高的软硬件和服务水准,这也是旅游酒店市场模式竞争的关键。”赵焕焱说。

赵焕焱进一步指出,尽管市场处于崛起期,但度假酒店市场同样出现了泡沫化迹象,主要是同质化严重。这需要企业警惕。

中投顾问酒店餐饮行业研究员康建华也指出,国内度假酒店目前存在的软肋主要包括酒店服务主体模糊,缺乏个性。度假酒店未来的发展前景尽管看好,但是要结合地方旅游资源特色、地方文化来走差异化竞争路线,才能成功。

(李克纯)

