

新时期文旅地产如何实现高质量融合发展

黄立

(成都惟尚建筑设计有限公司,四川 成都 610031)

摘要:房地产业与旅游业是我国第三产业中关系密切的两大产业,房地产业看重旅游业回报时间长、利润较高的特点,与其相互结合产生了一种新的行业形态,即文旅地产。基于此,本文首先介绍了文旅地产的概念、发展背景、基本特征及发展现状,提出了发展对策的相关建议,加以实例佐证。希望能为文旅地产将文化融入开发过程并促进自身高质量发展提供一定的帮助。

关键词:文旅地产;融合发展;规划策略

中图分类号:F592.7

文献标识码:A

文章编号:1004-7344(2022)35-0184-03

0 引言

随着社会经济水平的提升和发展,以旅游行业为主的新型地产市场份额日益拓展和延伸。文旅地产本身有着多元化的特征,除了能够将地域文化特点清楚地表现出来,还能够为相关产业提供优质服务。文旅地产是地产开发中一个较为特殊的崭新门类。随着房地产市场竞争的日趋激烈,已有相当一部分开发商开始进行转型,逐渐摆脱土地扩张模式,继而转向土地价值深耕,把单位产值做大、利润提高。文旅地产与人们的休闲生活、文化行为、体验需求息息相关,主要涉及旅游业、娱乐业、服务业以及文化产业,一般包括城市主题公园、文化创意园、餐馆娱乐、酒店住宿、交通出行、旅游服务等产业。基于此,本文围绕文旅地产发展现状展开分析,并提出一些对策建议,以供实践参考。

1 文旅地产概念及发展背景

文旅地产是指融入了文化和旅游要素的地产,是地产行业转型升级的产物,符合“地产+”的概念,是在传统住宅地产的基础上,引入文化、旅游等增值配套要素,使传统地产业态更加丰富。文旅地产是一种综合性地产业态,涵盖了吃、住、行、游、购、娱等,更注重产品体验和服务品质^[1]。文旅地产通常涵盖主题乐园、商业、酒店、景区、小镇、会展、冰雪、海洋馆、大剧院等文旅业态。

文旅地产的发展得益于国家政策的鼓励和支持。文化和旅游部2021年最新发布的《“十四五”文化和旅游发展规划》明确指出要“融合发展”,具体做法包括支持建设集文化创意、旅游休闲等于一体的文化和旅游综合体,鼓励在城市更新中发展文化旅游休闲街区,推动文旅融合品牌化发展等^[2]。预计到2025年,要建立国

家文化和旅游消费示范城市30个,建设区域文化和旅游消费中心城市60个,建设国家级夜间文化和旅游消费集聚区200个以上,建设国家级文化产业示范园区50家左右,建设国家文化产业示范基地500个,切切实实地推动文旅产业的快速发展^[3]。

2 文旅地产的基本特征

2.1 文旅地产遵循经济效益原则

作为企业参与模式,文旅地产的介入不同于政府主导下公共利益优先的更新方法,遵循经济效益原则,即企业参与城市历史景观更新的核心动力是以最低廉的成本获取最高昂的收益。政府财政能力的薄弱使得城市历史景观更新的过程不得不借助外来企业的雄厚资金力量,廉价供应土地是吸引开发公司的主要因素。经济效益驱使下,购得土地的开发商大概率只对短期的开发收益和利润感兴趣,不关心城市的总体利益,更不会自动提供符合公共利益的公共物品(基础设施、绿地等)和社会物品(公共住房、学校、美术馆等)。

如香港中旅(注册在香港的国有企业)于1985年,在土地低价划拨的政策背景下,进入深圳从事4.4km²的“华侨城”开发。十余年的时间里,土地和房地产开发成了公司除了实业之外,盈利的主要来源。与土地或房地产有关的奖励政策也成了当时深圳市政府推动新市区发展的重要经济抓手^[4]。

2.2 文旅地产属于市场主导模式

作为企业参与模式,文旅地产的开发不同于聚落利益驱使下由利益代表领导的社区主导模式,属于市场主导模式。其最大的特点是由市场自发选择,追逐利益的动力能够带来多样、高效而充分的竞争,富有活力。改革开放以来,我国开始由计划经济向社会主义市

市场经济渐进转型,这是一个意义极其深远的变革。市场化和土地开发决策权下放逐渐让市场在推动城市结构重新布局中起主导作用,房地产开发市场蓬勃兴起。市场经济主导下,资本将文化空间生产视为资本增值的工具,权力将文化空间生产视为城市经营的途径^①。目前城市建设所面临的挑战是保护代表的公众利益和开发代表的个人利益相互独立,即地方政府的城市政策、规划和开发商的策略、投资各具不同的利益和目标。并且,市场经济制度鼓励市场个体的积极进取精神,保护他们的合法权益。该片区漫长的历史层积演变过程,如果被商业逻辑下瞬时恢复,有可能不符合长远健康发展的要求。

2.3 文旅地产需要加强政府规划管控

经济利益的原则驱使和市场主导的运营模式均不符合城市历史景观保护与更新的公益属性,需要政府加强规划控制。我国在城市化早期时曾有过此方面的教训,由于没有规划控制的充分认识,当时开发控制的制度相当不健全。因而面对改革开放带来的市场性城市开发,规划管理措手不及,无法应对突如其来的诸如“城中村”形式的民间自建,结果是杂乱无章的城乡接合部和城中村乱象。

政府的规划控制和区划管控在应对市场开发的风险方面,具有不可替代的作用。然而,政府的规划管控也需与市场开发的利益追求之间取得巧妙的平衡,政府需要对文旅地产的管控是管底线,而非面面俱到^②。只有当政府和企业配合默契,才能取得社会公正和经济效益并存,从而在社会转型过程中保持稳定。周口关帝庙片区未来的发展过程中,建业文旅地产的介入涉及城市开发中公共利益和个体利益之间的关系,影响评估的目标就在于实现市场物品提供与公共物品、社会物品提供之间的平衡,确保城市土地开发的经济、社会和环境效益。

3 文旅地产发展现状

从长远来看,文旅地产有广阔的发展前景,文旅产业对地产销售的拉动作用,以及地产对文旅产业的支撑作用,都注定了两者强关联的发展态势。然而,文旅地产仍处于摸索阶段,尚未形成成熟的商业模式,还面临巨大的挑战。文旅地产涉及的业态丰富、差异大,在投资、建设,以及运营管理等各阶段都存在困难。

(1) 文旅地产资产投入大、门槛高。文旅地产属于重资产投入,占地多、投入高,根据不同的业态,单方成本在几千元到几万元不等,平均单方成本也在万元左右。

一个单体的文旅资产投资成本动辄几亿元、十几亿元,如单体五星级酒店、大型娱乐 mall;一个城市级的主题乐园高达几十亿元,如融创乐园、方特乐园;而综合体的文旅资产如文旅城、小镇、景区,涵盖商业、酒店、乐园等多种业态,投资成本会更高。面对大额的投资成本,很多企业望而却步,这注定了文旅地产的高门槛^③。

(2) 文旅地产利润水平较低,投资回收周期长。单纯地从文旅资产的盈利水平来看,利润水平整体还比较低,不足以支撑其大额投资的快速收回。实际运营数据显示,商业业态、室内滑雪业态,投资回报率较高,回收周期约为 8 年;而有些业态,如大型会展、主题乐园,投资回报率较低,回收周期可能达二三十年。文旅资产利润水平低和其盈利模式有必然的联系,目前国内的文旅产品收费相对单一,如景区、乐园主要以收取门票为主,盈利点少,欠缺高利润率的增值产品。很多企业因为利润低、负担重,对文旅重资产投资避之不及。

(3) 文旅地产投资缺乏前期研策、定位、规划、设计方面的可行性研究。很多地产商拿地只是为了快速获取住宅用地,文旅资产是应相关要求配备的,并不重视或者并未全面考虑文旅资产未来的运营。一来没有进行详细的文旅投资研判和测算;二来欠缺专业的判断能力,产品规划设计不符合市场需求,投资后不会运营,或者运营效果很差,导致文旅地产投资失败,这样的案例不在少数。

(4) 文旅资产的运营管理水平较低,缺乏高端专业人才。目前,商业、酒店业态国际化程度较高,发展相对成熟,但和国际上相比还有较大差距。除此之外,国内大量的文旅业态,如小镇、景区、会展、乐园等尚未成熟,而且近年来涌现出大量的存量资产需要运营管理,这些细分业态的运营管理水平参差不齐,迫切需要培养一批优秀的高端专业人才。

(5) 文化内涵不足,没有强 IP 支撑,无法形成品牌效应。文化对文旅资产的重要性不言而喻。然而,现实中大部分的资产并没有形成强有力的文化 IP,缺乏文化内涵。因此,资产也就真的只是固定资产,致使文旅产品的黏性不够,客户的感知度和认同度不高,品牌价值无法形成。没有差异化的竞争力是文旅资产经营利润不高的重要原因。

4 文旅地产发展对策研究与建议

(1) 设定合理的文旅和地产投资配比。文旅地产投资业态规划时,要合理匹配住宅类利润率较高的销售物业,整个项目测算要在收回全部投资后,仍保持一定

的利润率水平。在投资前端,要严格投资标准和要求,按照文旅项目退出的回报要求确定项目是否可投,做好投资总额把控。未来文旅物业经营只要保持盈利,从回报端来看就是纯收益,同时,随着运营水平的不断提升,资产本身也可实现保值增值,未来还有望实现资产的变现收益。

(2)增强文旅地产全周期轻资产输出能力,注重轻资产前、中、后端专业人才的储备。所谓全周期即指从前期研策、规划设计、建设管理、筹开管理,至后期的运营管理,甚至融资、退出等完整的生命周期。未来文旅地产发展的大趋势是轻资产的管理输出,通过培养自身设计、建设、运营管理等全方位的能力,大力拓展轻资产管理输出,能提高文旅资产的整体利润率水平。而轻资产的输出依赖于专业人才的专业能力,所以培养前、中、后端的专业人才至关重要。

(3)打造文旅轻资产运营标杆项目,提升行业地位和品牌影响力。文旅轻资产是一种无形资产,需要市场的认可,有成功的案例背书,方能实现价值转化。所以,文旅轻资产输出的首要任务是打造行业标杆产品,提升自己的品牌和影响力,实现快速扩张。另外,不同的商业模式的经营结果也不尽相同,企业应结合自身实际需求进行选择。租赁经营通过向业主租赁资产进行经营,收入、成本、利润都归属于企业,有利于企业整体营收规模的增长;委托管理模式成本低、收益稳定,风险较小,但是会影响收入规模;品牌使用权是一种纯轻资产的输出模式,通常按照相对固定的金额或比例收取稳定的使用费,品牌知名度越高,收益越高。通常,随着企业规模的不断扩大,企业会组合运用多种商业模式,实现企业的利润诉求。例如,对未来收益乐观的项目可以选择租赁模式,对未来收益不确定的项目可以选择委托管理模式,同时可根据自身的品牌价值收取一定的品牌使用费。

(4)搭建文旅地产资本运作模式,具体如下:①合作开发:针对未来升值潜力较大的项目,选择合作伙伴共同开发,持有优质资产,并享有文旅轻资产的运营管理。②小股操盘:对于预期收益较好的项目,投入较少的资金,锁定未来轻资产运营权。③基金管理:在项目开发期和培育期,使用私募基金;在项目成熟产生持续稳定的现金流后,打包注入 REITs 实现快速退出。④分拆上市:文旅地产分拆上市是目前地产商们在积极尝试开拓的一条资本运作之路,虽然还有很多难题需要解决,但势在必行。

5 具体案例

现阶段,以文化和商品经贸为基本载体融合现实世界,以“一带一路”文化主题为主发展国家建筑景观特色。以某文化小镇项目举例说明。该项目占地面积为 245 万 m²。整体建筑面积 187 万 m²,投资超过 150 亿人民币,目的是将该项项目构建成人文旅游、养生、养老和文化创意的规范性服务平台,使其发展为文创旅游小镇开发的一项标准。在文化小镇开发过程中,以某向国际文化和经贸机构为支持,遵循国家提倡的一带一路理念,选择各项人文风情,将其落实于各项功能性的建筑风格中。

(1)空间规划方面,将湿地自然景观当成核心构建公共空间布局,形成完善的空间结构,把文化、人居等相互融合到一起。

(2)社会经济方面,多元文化的落实从一定程度上凸显出城镇的活力,除了与消费以及市场需求相符合之外,还能够吸引诸多的优秀资源,而且在文化创新过程中,重点考虑到人们精神方面的需求和人际关系,推动小镇社会稳定发展。

6 结语

综上所述,当前我国文旅产业正面临结构性调整,文旅地产行业正在不断洗牌,文旅地产商正面临历史转折点,唯有义无反顾地将专业能力、品牌优势及资本运作扭成一股合力,文旅地产之路才能走得更长更远。

参考文献

- [1] 方洛彬.文旅地产的发展模式[J].建筑·建材·装饰,2017(5):168-170.
- [2] 张大东.当前形势下的文旅地产思考[J].中国房地产(中旬刊),2020(4):20-21.
- [3] 杨池.浅谈助推文旅融合发展的文旅资源群建设:以九龙坡区文旅融合发展实践为例[J].科学咨询,2021(23):67-68.
- [4] 薛天.文旅地产的风险现状分析及管理[J].现代企业,2021(1):23-24.
- [5] 郭际.江西特色小镇建设与文旅产业融合发展的路径研究[J].老区建设,2022(7):68-72.
- [6] 李然.基于产业融合的文旅地产研究[J].小品文选刊(下),2019(6):293.
- [7] 李文.文旅地产的发展及存在的问题探究[J].建筑工程技术与设计,2019(22):3105.

作者简介:黄立(1982—),男,汉族,重庆人,本科,高级工程师,主要从事建筑设计工作。