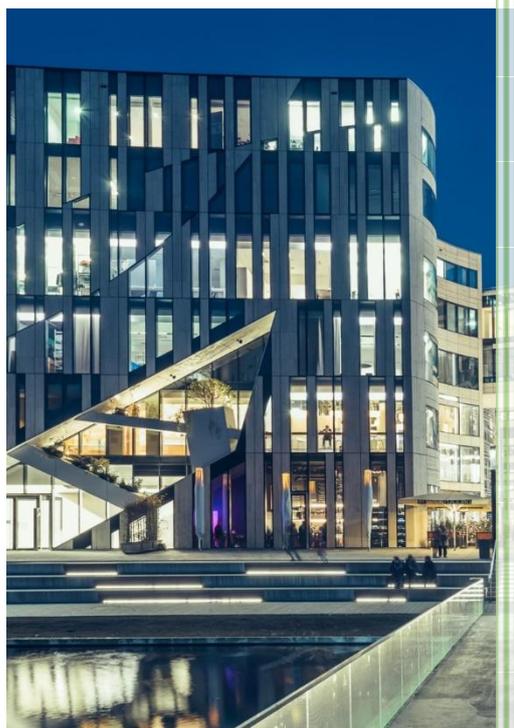


中国国旅股份有限公司

海口市国际免税城项目可行性研究报告



二〇一九年七月

目录

第一章 总论.....	5
1.1 项目概述.....	5
1.2 规划指标概述.....	5
1.3 报告编制依据.....	6
第二章 项目发展背景及建设必要性.....	7
2.1 项目发展背景.....	7
2.2 项目建设必要性.....	8
2.2.1 承接国家战略及政策利好.....	8
2.2.2 落实公司发展战略.....	9
第三章 项目周边环境与市场分析.....	10
3.1 项目区域发展规划.....	10
3.2 项目所在区域土地市场概况.....	10
3.3 项目概况.....	14
3.3.1 项目区位与基地概况.....	14
3.3.2 项目交通.....	16
3.3.3 项目区位价值提炼.....	18
3.3.4 项目 SWOT 分析.....	19
3.4 海口市旅游市场态势.....	20
3.4.1 旅游市场背景分析.....	20
3.4.2 旅游需求市场分析.....	20
3.4.3 旅游供给市场分析.....	22
3.4.4 未来旅游市场发展机遇.....	25
3.5 海口市物业市场分析.....	25
3.5.1 商业市场.....	25
3.5.2 写字楼市场分析.....	32
3.5.3 酒店市场分析.....	34
3.5.4 住宅及公寓市场分析.....	37
第四章 项目定位及功能体系.....	40
4.1 项目发展愿景.....	40
4.2 项目定位.....	40
4.2.1 项目整体定位.....	40
4.2.2 目标客群定位.....	41
4.3 对标案例.....	44

4.4 项目功能体系及产品定位	52
4.4.1 免税商业综合体——世界最大单体免税商业及旅游购物目的地	52
4.4.2 有税商业——海南世界级度假型商业街区	54
4.4.3 公寓——乐活品质格调生活空间	55
4.4.4 住宅——国际旅游中心特色型滨海品质居住空间	55
4.4.5 写字楼——承载港城产业的甲级写字楼	55
4.4.6 酒店——陆港门户尊贵格调五星级酒店	56
4.5 项目业态体量	56
第五章 建设方案	57
5.1 空间规划布局原则	57
5.2 空间规划布局方案	57
5.2.1 地块条件分析	57
5.2.2 项目组团构思	58
第六章 开发策略	59
6.1 项目开发指导思想与原则	59
6.2 开发经营阶段策略	59
第七章 项目实施计划	61
7.1 发展目标	61
7.1.1 项目定位回顾	61
7.1.2 发展目标	61
7.2 核心业态	62
7.3 项目实施计划	62
7.3.1 项目开发计划	62
7.3.2 项目租售计划	63
第八章 投资估算与资金筹措	64
8.1 项目投资估算	64
8.2 项目资金来源	64
第九章 项目财务评价	65
9.1 前提假设	65
9.1.1 项目成本测算前提假设	65
9.1.2 项目收入测算前提假设	65
9.2 盈利能力分析	65
9.2.1 项目测算结果	65
9.2.2 项目收入	66

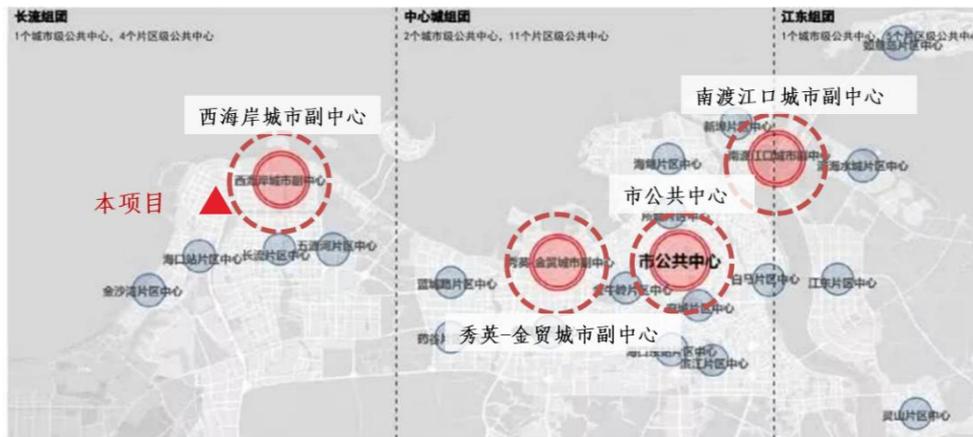
9.2.3 项目支出.....	66
第十章 经济效益与与社会效益评价.....	67
10.1 经济效益.....	67
10.2 社会效益.....	67
第十一章 风险分析及对策.....	69
11.1 潜在风险分析.....	69
11.1.1 政策风险.....	69
11.1.2 经营管理风险.....	69
11.1.3 市场风险.....	69
11.1.4 开发建设风险.....	70
11.2 风险防范措施.....	70
11.2.1 政策风险防范.....	70
11.2.2 经营管理风险防范.....	71
11.2.3 市场风险防范.....	71
11.2.4 开发建设风险防范.....	71
第十二章 研究结论.....	73
12.1 经济可行.....	73
12.2 政策可行.....	73
12.3 市场可行.....	74
12.4 产品可行.....	74

第一章 总论

1.1 项目概述

海口市国际免税城项目（以下简称“本项目”、“项目”）位于海南省海口市西海岸粤海铁路港口区域，西侧与新海港无缝对接；东临城市主干道滨海大道，距南港约 500m，接驳海秀快速路、新海港，近海南环岛高铁，是港口离岛游客必经之路。本项目 20 分钟抵达海口核心生活圈，半小时覆盖琼州海峡交通圈，2 小时通达全岛。本项目同时毗邻旅游产业及中心总部经济区，未来将承载旅游、交通枢纽、商务、休闲等多项重要城市功能。

图 1-1 项目区位图与城市设计



1.2 规划指标概述

本项目规划用地占地面积 32.4 万 m²，项目分为六宗地块，整体以商业用地为主，包含商业、住宅、商务设施、旅馆用地。计容总建筑面积为 69.3 万 m²，其中商业面积为 47.5 万 m²，商务办公面积为 7.8 万 m²，住宅面积为 8.0 万 m²，酒店为 6.0 万 m²，平均容积率 ≤ 2.14。

表 1-1 用地基础指标一览表

宗地编号	规划用途	容积率	面积 (m ²)	出让年期	成交价 (万元)
地块一	商务金融用地	≤ 2.5	31175	40 年	14784

	(B2)				
地块二	商业用地 (B1)	≤ 2.5	16561	40 年	7872
地块三	二类居住用地 (R2)	≤ 2.8 (人才公寓)	28632	70 年	19825
地块四	旅馆用 (B14)	≤ 2.8	21256	40 年	11074
地块五	商业用地 (B1)	≤ 2.26	88566	40 年	41203
地块六	商业用地 (B1)	≤ 1.7	137324	40 年	61167
合计			323514		155925

图 1-2 项目规划用地基本情况



1.3 报告编制依据

- (1) 《国家发展改革委、建设部关于印发建设项目经济评价方法与参数的通知》(发改投资[2006]1325号)(2008)
- (2) 《中华人民共和国城乡规划法》
- (3) 《城市规划编制办法实施细则》(建设部, 1995)
- (4) 《旅游规划通则》(GB/T18971-2003) 及其他
- (5) 《海口总体城市设计》
- (6) 《海口城市规划管理技术规定(2015)》
- (7) 《海口市旅游发展总体规划(2010-2020年)》
- (8) 《海口市城镇土地定级及基准地价更新评估成果报告》
- (9) 各级政府职能部门公布的统计资料及市场行情资料等

第二章 项目发展背景及建设必要性

2.1 项目发展背景

■ 城市概况

海口市地处海南岛北部，是海南省省会及海南省政治、经济、科技、文化中心和最大的交通枢纽，是海南自贸区建设的核心城市，是“一带一路”国际贸易支点城市，是北部湾城市群的两个重要增长极之一。

■ 社会经济方面

海南省迎来自由贸易港政策利好，为更好建设自贸港，海南省大力引进海内外人才，提出百万人才进海南行动计划，鼓励人才在海南发展，同时出台房地产限购限价政策以打击投机性购房需求，切实为海南持续健康发展助力。海口市地区生产总值、固定资产投资体量远高于海南省其他县市，是海南省经济发展的领头羊。海口市人均可支配收入近五年来一直高于海南省平均水平，且增速较快，社会消费品零售总额稳步增加，居民消费潜力大，娱乐休闲支出增速快。

• 城市规划方面

根据海南省总体发展规划，本项目位于琼北综合经济区，是海南省经济发展核心区域，具备明显的战略发展优势；按照海口总体城市设计，本项目位于西海岸城市副中心，汇集市级行政办公、商贸会展、旅游度假等多种功能，拓展岛内的服务功能，同时承担面向岛外的服务职能。

• 物业发展启示

伴随自贸区的建设海口市城市地位将不断提升，国际化程度及开放程度将不断提高，未来经济发展势头强劲，本项目占据的海口西海岸城市副中心新海港片区是海口对外沟通的门户，同时也是未来商务核心区域之一，未来预计将吸引大量环球游客及高端人才于此，带来大量消费需求及居住需求。

• 离岛免税政策

海南离岛旅客免税购物政策（以下简称“离岛免税政策”）自 2011 年 4 月 20 日落地实施以来，早已成为海南一张熠熠生辉的“金名片”。

2012 年 11 月，离岛免税政策经历首次调整。每人每次免税购物限额由原来的 5000 元调整至 8000 元（人民币，下同），增加了 3 类免税商品，逐步放开部分商品的单次购物数量，并将政策适用对象的年龄条件调整为年满 16 周岁。

2015 年 3 月，离岛免税政策再度调整，离岛免税品类由 21 大类增至 38 大类，满足了游客对于进口产品的不同需求。

2016 年 2 月，离岛免税政策除了取消非岛内居民旅客购物次数限制，每人每年累计免税购物限额不超过 1.6 万元外，三亚海棠湾免税店和海口美兰机场免税店还获准开设网上销售窗口。

2017 年 1 月，离岛旅客免税购物对象扩大到乘坐火车的离岛旅客。

2018 年 12 月，离岛免税政策执行新标准，含海南省居民在内的离岛旅客，每人每年累计免税购物限额增至 3 万元，不限次，并将乘轮船离岛旅客纳入离岛免税政策适用对象范围。

2019 年 1 月，经国务院批准同意在海口和琼海地区新设两家离岛免税市内店，海南离岛免税购物店增至 4 家。

离岛免税政策实施近 8 年来历经多次调整，涉及政策惠及人的年龄、离岛免税商品品种、免税购物限额、购物次数限制、销售方式等。随着免税购物限额的提高，开放便利的购物政策，离岛旅客的全覆盖，政策红利、消费潜力将不断释放，离岛免税业务将迎来空前的发展机遇。

2.2 项目建设必要性

2.2.1 承接国家战略及政策利好

2018 年 4 月 13 日，习总书记在庆祝海南建省办经济特区 30 周年大会上郑重宣布设立海南自由贸易港，按照中央部署，建设自由贸易试验区和中国特色自由贸易港。其主导产业是旅游、现代服务和高新技术；重点产业是现代服务、信息、农业、科研创新、旅游、海洋经济、生态、科教、人才。

海口受多重政策利好影响，未来将按照政策指引，加强基础设施建设、加快现代服务业发展，对于港口发展将大力支持发展现代港口综合枢纽，打造港口经济功能区。同时，海南国际旅游岛与自贸港战略促进区域发展与优质产业落户，提升区域活力与消费层级，为区域高端消费商业带来发展机遇。

海口市政府在西海岸规划建设一个汇集免税商业、行政办公、旅游度假等功能的综合体项目，以拓展岛内外的服务职能。按照海南省委、省政府对新海港片区的“一枢纽、三中心、两地”（陆岛综合交通枢纽，港航现代服务中心、购物中心、休闲娱乐中心，全域旅游集散地、精品旅游目的地）总体要求，突出产城融合、港城融合，把新海港片区打造成推动经济高质量发展的一个新的增长极。

中国国旅股份有限公司（以下简称“公司”）在此区域建设免税综合体项目，可承接目前海南发展战略的众多利好，项目发展前景良好。

2.2.2 落实公司发展战略

2019年，公司发展战略为：“聚焦旅游零售业务，以免税业务为核心提升价值链，以旅游零售为延伸升级产业链，提升市场竞争力，打造世界一流的全球化旅游零售运营商”。

海口市国际免税城项目，符合公司打造免税商业综合体，形成以免税为核心，涵盖有税零售、文化娱乐、商务办公、餐饮住宿等多元素复合型旅游零售综合体的战略方向。本项目作为海南发展战略的重要组成部分，既肩负了延伸旅游产业链，支持海南国际旅游消费中心建设的重要使命，又践行了最新战略，为未来发展奠定坚实基础。

第三章 项目周边环境与市场分析

3.1 项目区域发展规划

海口未来的城市设计以“东融、南控、中调、北优、西强”为原则进行空间格局控制，打造“一主三副”，即4个城市级公共中心，包括国兴大道市公共中心、西海岸城市副中心、秀英-金贸城市副中心、南渡江口城市副中心。本项目所处的西海岸城市副中心，汇集市级行政办公、商贸会展、旅游度假等多种功能，拓展岛内的服务功能，同时承担面向岛外的服务职能。受海口市政府“西拓”政策影响，2011年海口市政府搬入西海岸，西海岸新区建设逐渐完善，整体片区以行政中心建设为突破口，带动行政办公和总部经济功能区、教育和高科技产业功能区、旅游度假功能区建设。本项目位于西海岸粤海铁路港口区域，毗邻旅游产业及中心总部经济区，未来将承载旅游、交通枢纽、商务、休闲等多项功能，为本项目发展奠定了基础。

图 3-1 项目区位及周边



3.2 项目所在区域土地市场概况

海口市西海岸片区土地年供应量相对稳定，多数保持在 20~50 万 m^2 之间，2015 年供应显著高于其他年份，达到 227 万 m^2 ，2016 年之后呈增长态势，预计未来供应将保持平稳增长趋势。自 2018 年 4 月~10 月，因政策限制而无新增供地，土地资源稀缺。

近几年西海岸土地出让少，楼面地价不断攀升；其他普通商品住房用地、商服用地、批发零售用地及住宿餐饮用地出让楼面地价均已超过片区基准地价。

本项目紧邻位置近期出让用地为首开美墅湾与新海港滚装码头的港口码头用地，项目周边土地出让较少，其成交价格与楼面地价对本项目不具备可比性。受市政府与配套资源分布影响，周边供地主要集中于5~10公里区域。2013~2017年本项目10公里范围内成交以文体娱乐用地为主，商品住宅用地次之。本项目10公里范围内主要住宅用地成交地价为2468~11164元/m²、商服用地成交地价为1569~2261元/m²。因成交年份跨度较大，成交价格亦具有较大幅度差距。

图 3-2 2012-2018 年海口市西海岸片区土地市场供应情况

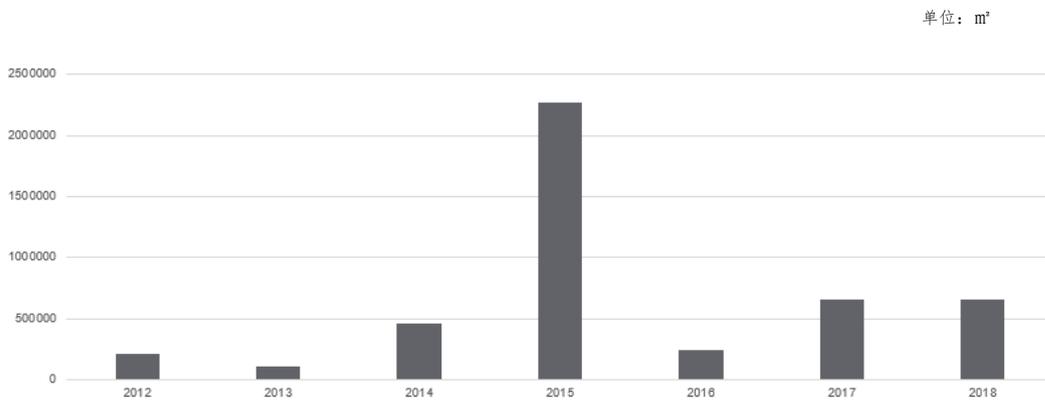


图 3-3 2013-2017 年海口市西海岸片区分类型土地市场楼面地价统计



图 3-4 项目周边土地出让情况统计



图 3-5 项目周边 10 公里土地出让情况统计

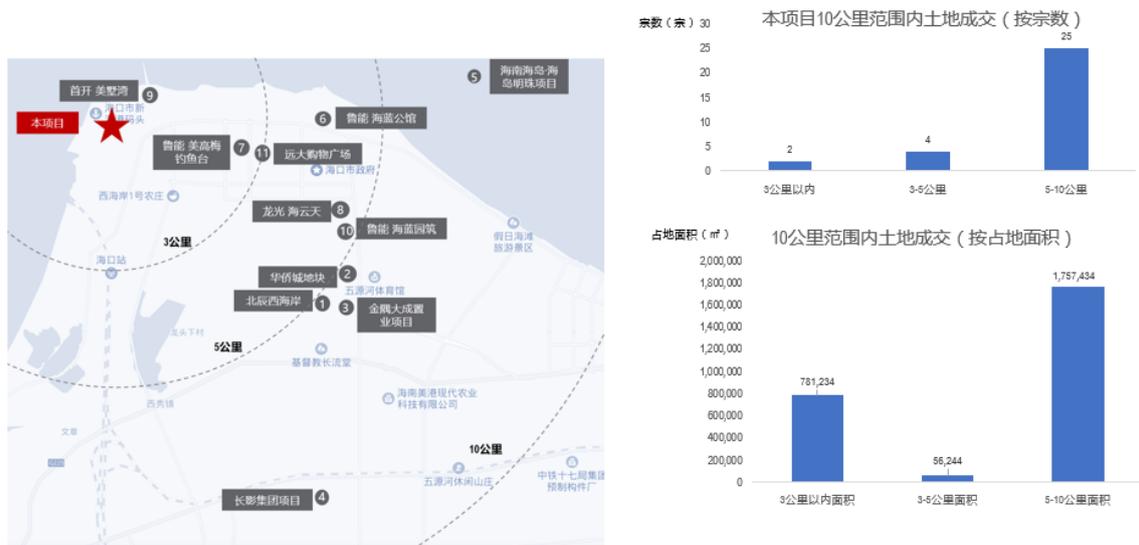


图 3-6 项目周边 10 公里分类型土地出让情况统计

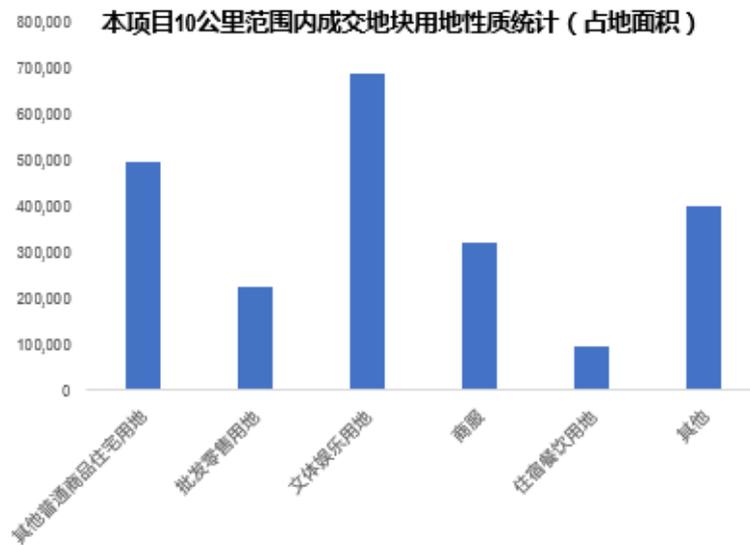


图 3-7 项目周边 10 公里内分范围土地出让情况统计

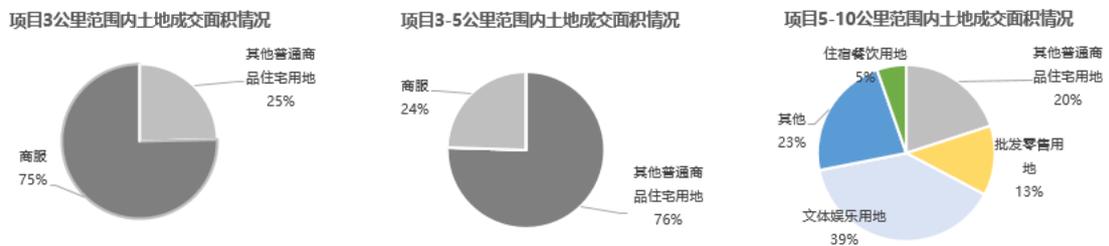


表 3-1 项目周边 10 公里内分范围土地出让楼面地价统计

本项目10公里范围内主要土地成交楼面地价统计 (2013-2017)

(单位:元/平方米)

土地用途	楼面地价	3公里以内楼面地价	3-5公里楼面地价	5-10公里楼面地价
其他普通商品住宅用地	2,468-11,164	2,468	4,593-4,639	1,213-11,164
批发零售用地	1,213-11,164	0	0	1,213-11,164
文体娱乐用地	1,213	0	0	1,213
商服	1,569-2,261	1,569-2,051	2,261	0
住宿餐饮用地	4,328-11,164	0	0	4,328-11,164
其他				4,328

项目周边近期成交地块皆为多宗地块同时出让，其中华侨城项目业态构成与本项目较为相似。华侨城项目距新海港约 5 公里，是海南华侨城实业有限公司于 2017 年 4 月 21 日竞得，总价 12.3 亿元。

表 3-2 与华侨城项目楼面地价比较

项目	平均楼面地价 (元/m ²)		同容积率 (2.5) 后亩均单价 (万元/亩)	楼面地价 (元/m ²)		同容积率 (2.8) 后亩均单价 (万元/亩)
	商服用地	住宅用地		住宅用地	住宅用地	
华侨城海口项目	2713		450	3222		600
海口市国际免税城	2222		308	2472		461

根据《海口市城镇土地定级及基准地价更新评估成果报告》(2017 年 1 月)，商服用地基准地价为 1900 元/建筑 m²，住宅用地基准地价为 2300 元/建筑 m²。

图 3-8 海口市城区商服用地土地级别及基准地价

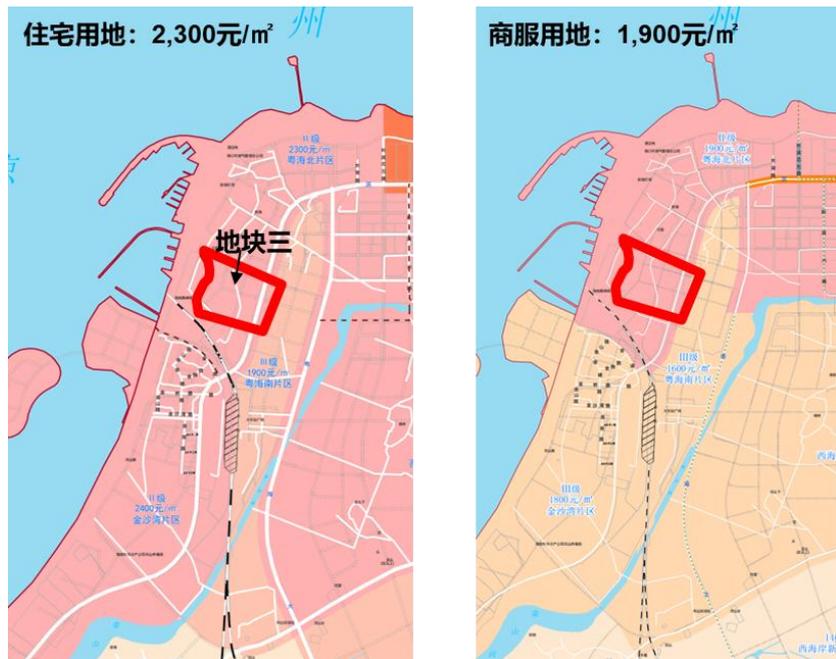


表 3-3 本项目挂牌价格与基准地价的比较

地块	规划用途	土地用途	容积率	面积 (m ²)	挂牌起始价 (万元)	楼面地价 (元/m ²)	亩单价 (万元)
1	商务用地 (B2)	商务金融用地 (金融保险用地33.33%、艺术传媒用地33.33%、其他商务用地33.33%)	≤2.5	31,175	14,779	1,896	316
2	商业用地 (B1)	商服用地 (零售商业用地25%、批发市场用地25%、餐饮用地25%、旅馆用地25%)	≤2.5	16,561	7,867	1,900	317
3	二类居住用地 (R2)	城镇住宅用地	≤2.8 (人才公寓)	28,632	19,820	2,472	461
4	旅馆用地 (B14)	旅馆用地	≤2.8	21,256	11,069	1,860	347
5	商业用地 (B1)	零售商业用地	≤2.26	88,566	41,198	2,058	310
6	商业用地 (B1)	商服用地 (零售商业用地25%、批发市场用地25%、餐饮用地25%、旅馆用地25%)	≤1.7	137,324	61,162	2,620	297

政府公布的基准楼面地价：
住宅用地：2,300 元/m²
商服用地：1,900 元/m²

本项目挂牌楼面地价：
住宅用地：2,472 元/m² (461万元/亩) ↓
商服用地：1,860 - 2,620元/m² (均价308万元/亩) ↓

经过对比，本项目地块挂牌价与海口市西海岸基准地价基本持平；对比华侨城项目地价，在同等容积率下每亩均低约 140 万元/亩，本项目地价成本具有优势。

3.3 项目概况

3.3.1 项目区位与基地概况

项目位于海南省省会海口市西北部的秀英区，与新海港码头无缝对接，是港口离岛游客必经之路，东临城市主干道滨海大道，距南港约 500 米。地块内部较为平整，无建筑物遮挡。

图 3-9 项目区位



图 3-10 项目区域周边四至



项目周边聚集了居住、度假酒店、会展、市政办公及生态配套等功能。项目东北侧为商务及高端度假酒店区，东侧为行政中心及高端居住区，东南侧为生态宜居社区及村镇，南侧为金沙湾旅游度假及居住区。随着政府、度假区、高端居住区落地西海岸，片区配套逐步完善。项目周边配套服务设施如下：

表 3-4 项目地块周边城市配套

地块周边主要城市配套	
海口市政府	2007 年迁入，海口新行政中心

海口国际会展中心	投资 57 亿，会议、展览、商业、酒店等多功能综合区，海南国际化公务和商务服务平台
高端度假配套	众多高端住宅、6 家五星级酒店
医疗配套	省肿瘤医院、儿童医院等，保障身体健康
教育配套	五源河学校、五源河文体中心等，项目内还规划建设 15 年一贯制国际双语学校，享受就近入学权利
商业配套	远大购物广场、第三时间商业街等，全方位满足购物需求
休闲配套	高尔夫球会、环球 100、梦幻海洋馆等，尽享假日欢乐时光

图 3-11 项目周边配套示意

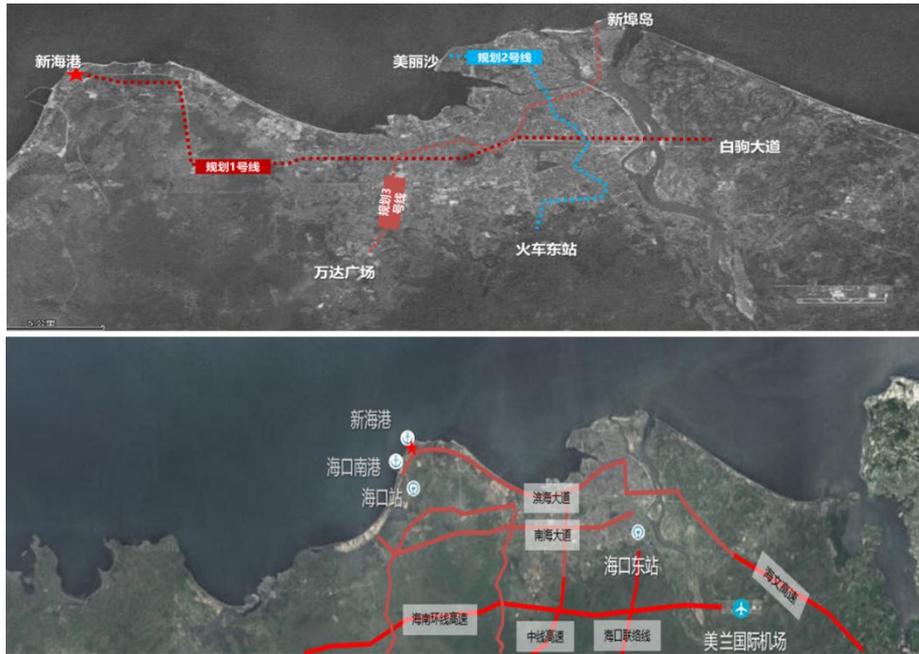


3.3.2 项目交通

(1) 陆路交通

项目地块通达性高，位处“二横五纵”交通轴上，“二横”为滨海大道及其东延线、国兴大道至海秀路及其西沿线，而“五纵”分别为长海大道、丘海大道、滨江东路、兴洋大道及与人民大道-五指山路-朱云路连线重合的空间发展廊道；项目无缝接驳海秀快速路、新海港，可打造 20 分钟海口核心生活圈。项目临近海南环岛高铁，未来铁路（海口段）将加开城际快线项目海口至美兰段，分布在海口、长流、秀英、城西、海口东、美兰等 6 站，在海口站至海口东站间的 23.9km 范围内新设长流、秀英、城西 3 个中间站，将大幅提升项目的铁路可达性。

图 3-12 项目交通辐射生活圈



(2) 疏港货运快速干道

起点为新海港区，终点为海口绕城高速粤海大道路口，将实现海南省高速公路网与内陆高速公路网联通。

(3) 水上交通

项目附近布局水上飞机、高速客滚、高速客船、高铁过海等多种运输方式，打造水上半小时交通圈。

(4) 轨道交通

海口市轨道交通远景共由 8 条线组成，总长约 201.1km，共设置 126 座车站。本项目附近将规划设置站点。

(5) 港口交通枢纽

本项目与新海港航站楼无缝对接，是港口离岛旅客必经之路。海南省拥有 19 个港口，海口港是自驾游的唯一通道。2018 年，海口港进出口客流总量达 1043.3 万人次，进出口车流总量达 259.2 万辆车次。

2008 年，海口市政府开始启动了海口港新港区建设，包括马村、新海两大港区建设，其中：海口港新海港区计划分期建设一期、二期、三期、配套用地填海、配套疏港道路（天翔路、新海中路、长椰路）、待泊锚地、客运综合枢纽站等项目。目前，已完成新海港一、二期码头及天翔路的建设，已建成 18 个 1 万总吨级客货滚装泊位。待 2020 年全部项目建设完成后，新海港区将打造成为具有一流的客运枢纽站、智能化

的装卸工艺、完备的片区交通组织体系等功能的陆岛运输中心和水陆综合交通枢纽，通过能力将达到汽车 480 万辆车次、旅客 3300 万人次。

同时，港口交通打造“走得顺”、“留得住”的规划理念。“走得顺”的规划是为满足琼州海峡“海陆空”立体交通网建设要求，给予新海港多项新功能，包括设置开展通用航空水上飞机和直升机运输功能、高速客船和高速客滚船功能，以及对接城市轨道交通和地面公共交通，实现水上交通和城市交通无缝链接、互联互通，真正体现出“走得顺”。另外，“留得住”的规划是海口规划局规划建设的新海港临港生态新城。主要目的为推进港城融合规划，以港兴业、以业兴城。其借鉴国际成功港城模式，合理规划布局新海港临港生态新城功能，体现“一个枢纽、三中心、两地”的功能定位，涵盖免税休闲消费产业、现代港航产业，使其成为全域旅游集散地、精品旅游目的地，确保能增加并留住客流。

3.3.3 项目区位价值提炼

(1) 临港综合体

本项目属于临港大型综合体，包含商业、商务设施、旅馆用地，地上计容面积 69.3 万 m²。

(2) 立体交通

本项目未来西侧地铁接驳，同时无缝接驳新海港港口，近海南环岛高铁，20 分覆盖海口核心生活圈，半小时覆盖琼州海峡交通圈，2 小时通达全岛，便捷的交通优势扩大项目辐射范围。

(3) 配套成熟

随着政府及度假、高端居住区在西海岸落地，片区配套建设逐步完善，项目发展恰逢其位。

(4) 发展可期

项目位于西海岸城市副中心，毗邻旅游产业及中心总部经济区，未来将承载旅游、交通枢纽、商务、休闲等多项城市功能。

3.3.4 项目 SWOT 分析

(1) 优势 (S)

国际旅游岛、国际自贸岛、一带一路、北部湾城市群、港城经济等多重价值叠加，项目价值凸显；

地理位置优越，毗邻海口重要的交通枢纽新海港及金沙湾旅游度假区，本区域不仅定位为未来城市的副中心，更是未来海口对外的重点枢纽；

公司目前独有的离岛免税经营优势及三亚海棠湾免税城成功的开发运营经验，是其它商业企业无法企及的核心竞争力。

(2) 劣势 (W)

地块以商业为主且体量较大，从项目开发自我平衡的角度看，缺乏可快速销售的产品用地；

项目周边的开发和交通基础设施的建设暂不成熟，项目面临市场培育期较长的风险；

部分地块容积率较高，且存在一定限制条件，对于打造特色商业项目具有较大的规划设计难度。

(3) 机遇 (O)

中央对海南自贸港的定位高度，使得未来海南有机会成为国际级的自由贸易区，借势而为，区域潜力巨大；

离岛免税政策逐步放宽，免税市场面临更广阔的发展空间；

空港免税商业发展成熟，海港免税综合体面临发展机遇；

海口优质商业、写字楼、公寓等市场需求空间均较大，利于商业综合体开发。

(4) 威胁 (T)

周边地块将有一定规模的商务、商业和酒店项目开发，对本项目有一定的竞争威胁。

3.4 海口市旅游市场态势

3.4.1 旅游市场背景分析

(1) 旅游市场概览

• 市场概况

海口市依靠政策推动本地旅游产业发展。近年来接待总人数持续上涨，接待能力持续提升。游客主要来源于北方省份与海南本地，入境客源为俄罗斯、韩国、美国和港台地区。其旅游目的为休闲游览和疗养。

• 市场特征

规模及收入不断增加，业态、产品单一、客源广度不足以及基础设施的不完善等制约明显。未来将迎来新的发展机遇，如国际化程度提升；海洋旅游、全域旅游逐渐发展；康养医疗、邮轮、免税购物产品将迎来发展的黄金期。

3.4.2 旅游需求市场分析

(1) 海口潜在免税购物客流激增

海口过夜游客数量低于三亚，但过夜游客数增速高于三亚，预判未来海口过夜游客量有望超过三亚；海口免税商业收入占旅游总收入比例低，发展空间大。

图 3-13 海口及三亚过夜游客及增速（万人次）

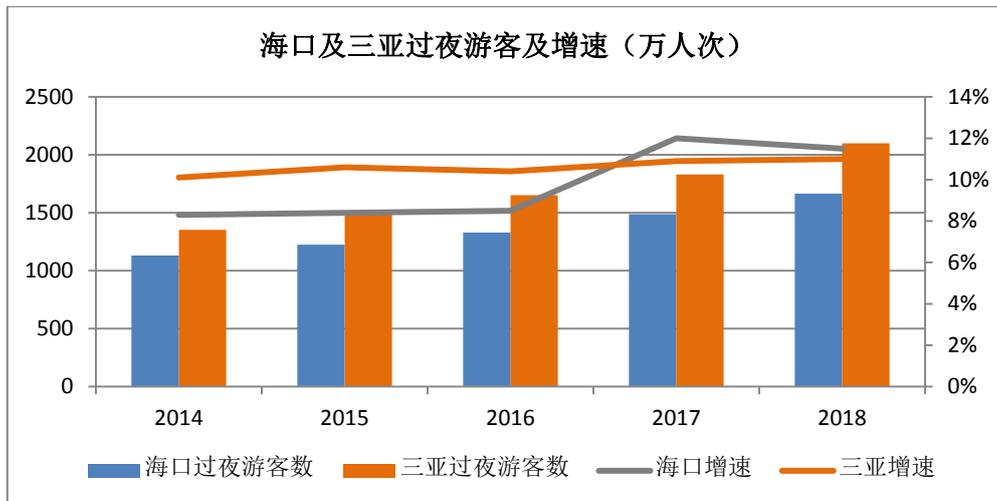


图 3-14 海口及三亚 2018 年过夜游客分布（万人次）

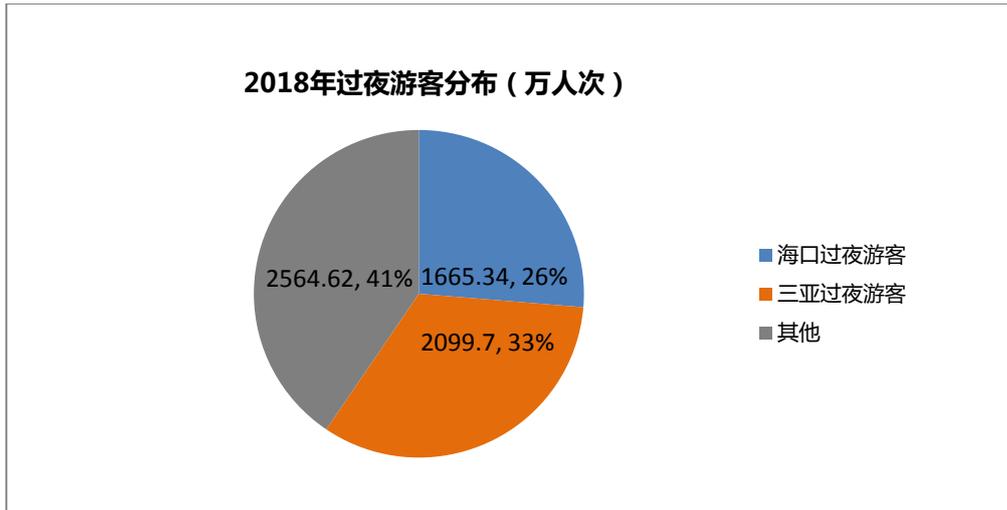
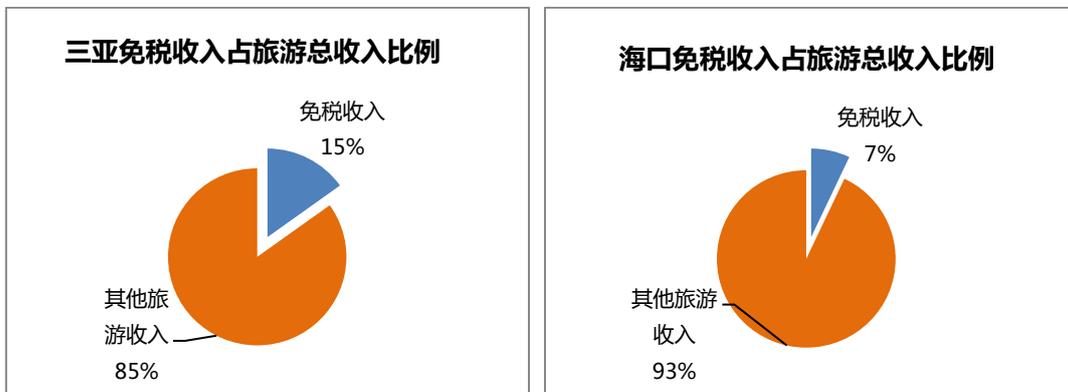


图 3-15 三亚与海口免税收入占旅游收入对比



(2) 消费水平升级

海口市 2018 年城镇常住居民可支配收入 36137 元，比上年名义增长 8.5%；海口市 2018 年社会消费品零售总额为 757.55 亿元，比上年增长 5.9%，居民消费水平不断提高；海南省于 2018 年 5 月 13 日发布《百万人才进海南行动计划（2018~2025 年）》政策，广揽高层次人才，未来高端人才进驻，将有利促进海南各类产业发展。百万人才引进计划，使未来海口市人口结构趋于年轻化，中高端人才进一步增加。

图 3-16 海口市城镇居民人均可支配收入情况

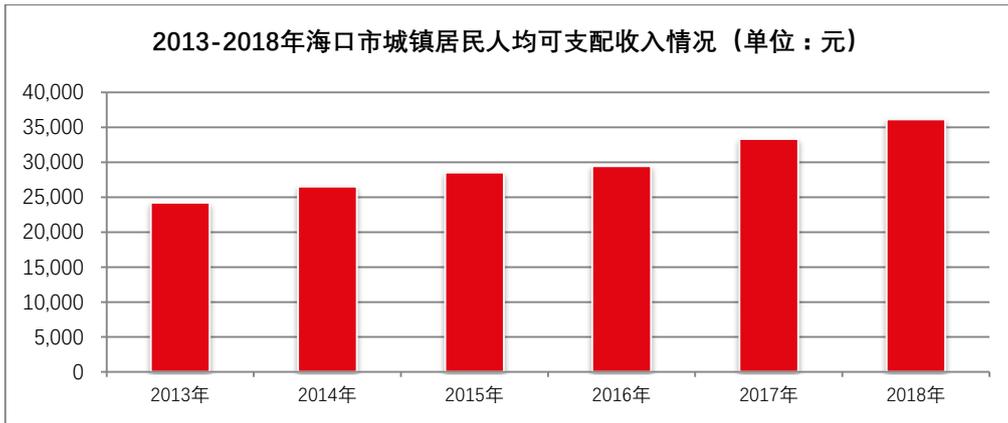
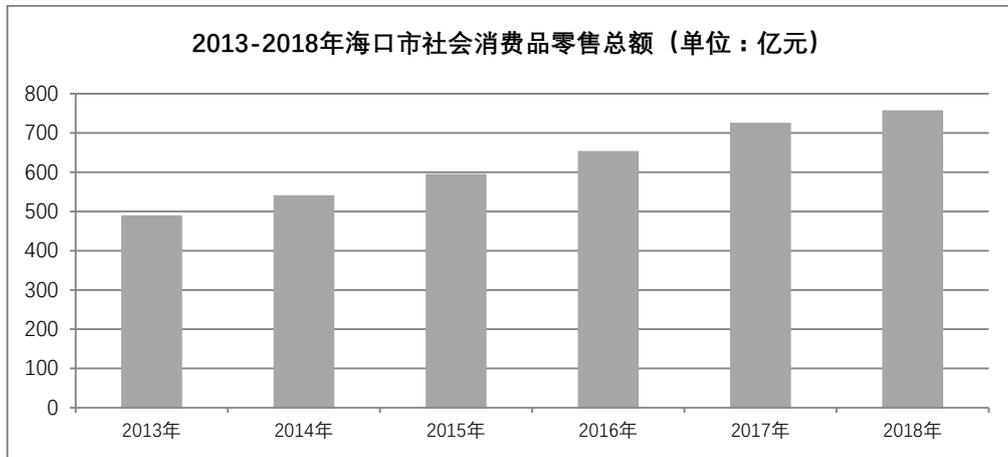


图 3-17 海口市社会消费品零售总额

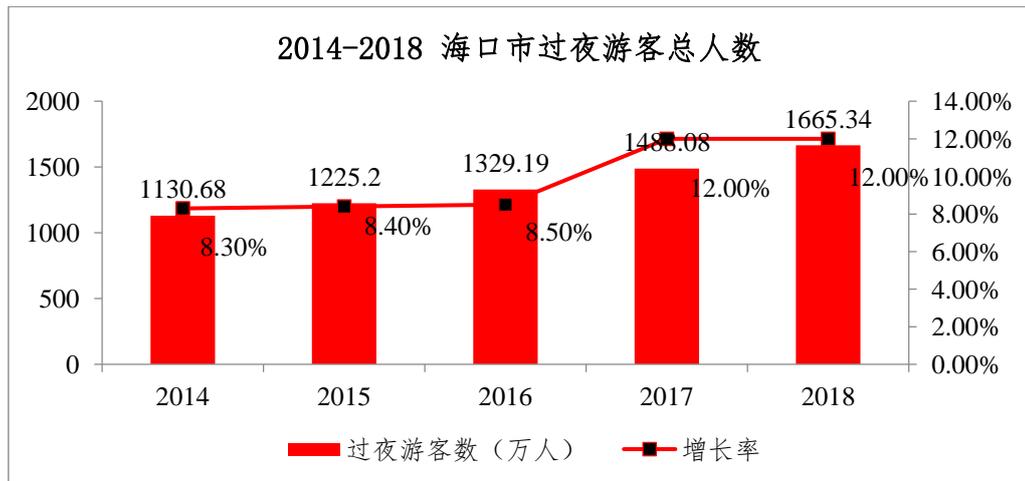


3.4.3 旅游供给市场分析

(1) 旅游接待现状

海口市接待旅游总人数持续保持上涨趋势，根据海口市统计局统计，2018年接待旅游总人数为2670.85万人次，达近年高峰，海口市旅游接待能力持续提高；2018年海口市实现旅游总收入298.11亿元，增长12.1%，旅游业蓬勃发展。

图 3-18 海口市过夜游客总人数



(2) 政府对旅游的推动

海南省政府及海口市政府积极出台规划、政策等推进本地旅游产业发展，助力海口市旅游产业持续健康发展。

根据《海口市旅游发展总体规划(2011~2020)》，海口市深化发展国际化战略，积极打造世界级的旅游景区、度假区和旅游综合体，提升旅游产品的国际化水平；发展“旅游+”战略，推动旅游要素提档升级，提高旅游业发展水平；发展陆海统筹战略，优先发展海澄文一体化综合经济圈和大三亚旅游经济圈；发展改革创新战略，积极推进旅游综合管理体制变革，争取在组织管理体制、旅游统计考核机制等方面实现突破。

海口市政府力争打造世界一流热带滨海休闲旅游目的地城市，充分发挥资源组合优势，以市场需求为导向，核心开发健康旅游、时尚休闲旅游、商务会展旅游、文化旅游，大力发展旅游新业态，加速海口城市休闲经济的健康发展。

● 外部联系

2018年5月1日起，海南正式实施59国人员入境旅游免签政策，让海口迎来了更多的国际客源。同时，海口市把握北部湾城市群合作机遇，开通海口-北海航线旅游客轮，举行“跨过海峡惊叹海口”交通港航旅游活动，主动吸引更多国内游客。

● 核心产品

实施“旅游+”和“+旅游”，推动旅游业转型升级，加快构建以观光旅游为基础、休闲度假为重点、文体旅游和健康旅游为特色的旅游产业体系，推进全域旅游发展。

- 经营环境

海口将通过常态化“1+3+N”的综合执法模式，着力整治侵害游客合法权益的突出问题，着力打造优质旅游环境，提升广大游客的旅游体验感和幸福感。

(5) 交通网络现状

客群结构预判游客未来到达方式。出于对外地游客主要地理区位的预判，珠三角经济圈、长三角经济圈、京津冀经济圈、北方省份和入境游客正成为主流客源，海口市对外交通正形成集新海港港口、机场、火车/高铁、邮轮旅游为一体的城市交通系统。

为配合城市旅游整体定位，海口市旅游发展委员会正重点加大境外航线开发，大力发展邮轮旅游，开展境外旅游宣传促销工作，提高海口的“世界能见度”。

2018年上半年，海口新开境外航线2条，分别是海口至澳大利亚悉尼航线、海口至印度尼西亚泗水航线，正在运行的境外航线21条；海口运营始发港邮轮50航次，接待游客22428人次登船旅游，接待访问邮轮2航次，组织1364人次登岸旅游。

(6) 旅游市场供给存在的问题

海口目前度假旅游市场主要存在四大问题，分别是业态失衡、产品单一、交通不发达以及游客结构单一，未来有待提升旅游产业后备力量，支持海口旅游产业多样化发展。

- 旅游业态比重失衡：住宿和购物发展较为成熟，而餐饮和文娱缺乏开发，业态种类较为单一，有待多元化发展。
- 旅游产品单一：产品缺乏多元化形象及特色，且管理营销不到位，吸引游客的能力待进一步提升，旅游产业有待转型升级。
- 交通基建发展程度偏低：交通基础设施建设不发达，交通效率偏低，目前运营的机场航线明显不足，无法满足需求；铁路公路通车里程和便利程度也远低于内陆水平，内外交通便捷性均有待提升。

- 游客广度不足：游客仍主要来自于长三角、珠三角等经济较发达地区，东北地区游客停留时间及人均花费均属最高，游客分布不均匀，各地游客仍有待进一步开发。

3.4.4 未来旅游市场发展机遇

海口未来度假旅游市场将迎来四个方面的发展契机，分别是国际化程度不断提升；海洋旅游、全域旅游逐渐成为新热点；康养医疗、邮轮、免税购物产品将迎来发展的黄金时期：

- 国际化提升：海南已被国家定义为自由贸易岛、国际旅游岛，未来必将充分显示国际视野、国际内涵、国际水平、国际质量，但目前，海南大众旅游、大众休闲产品发展较好，而高端、特色产品的发展还不够充分，休闲度假产品的种类与水准还有待提升。
- 海洋旅游：海南的海域面积大、水质好，四季宜游，这种优越条件是全国唯一的。我国海洋旅游产品整体落后，海南未来应抓住机遇，开阔视野，精雕细刻，做成国内首屈一指、比肩国际一流的海岛旅游、海洋旅游目的地。
- 全域旅游：海南旅游资源很丰富，可以施展和发挥的余地很大，海南旅游应在现有热点基础上，进一步升温全岛旅游热度，更好地做好旅游发展的布局与分工，进一步集聚核心性的休闲度假康养要素。
- 康养医疗、邮轮、免税购物：中央赋予海南的开放政策机遇给康养医疗、邮轮、免税购物带来发展契机，加之海南特有的区位、气候等优势，应抓住政策性的机遇，把握这几类产品发展的黄金时期。

3.5 海口市物业市场分析

3.5.1 商业市场

海口商业用地总供应面积约 270 万 m^2 ，其中以传统百货及购物中心为主，竞争激烈，结构性过剩，缺乏创新的商业形态与业态；“4.22 住

宅限购新政”催生销售型商业热度；西海岸为未来海口城市行政商务副中心，未来发展潜力巨大；现有商业配套不足，缺乏中高端消费目的地，与区域定位及未来发展不匹配。

3.5.1.1 免税商业现状

海口免税销售额及购物人次近年来维持高速增长，海口自身消费客群与旅游客群具有较好的免税商品消费力，客群结构以年轻中端游客为主，偏好自由行的年轻家庭客群占比高，且拥有丰富的出境游经历。但目前海口仅两家免税店：海口美兰机场免税店和海口日月广场免税店，海口免税综合体存在空白，海口仍具有较大免税商业市场容量；在国务院实施更加开放便利的离岛免税购物政策下，未来海南免税市场空间广阔。

免税商业存在必要性：建设免税商业综合体，符合国家发展战略，符合海口政府、居民与游客诉求。

- 游客基数大。海南省客流的规模直接影响离岛免税产业发展，目前海南省已经具备较高的旅游客流基础，作为中国以旅游业发展为重点省份，近十年来，海南省全年旅游总收入一直保持高速增长，接待国内外游客总人数连年增加，旅游业贡献度不断提高。2018年，旅游收入达到950.16亿元，接待游客7627.39万人次，分别增长14.5%、11.8%；海南国际旅游岛的建设将进一步推动海南旅游业发展：海南省政府预计，未来海南在2020、2025、2030年间的旅游人数年均增速分别为7.4%、6.6%、6.4%；旅游总收入年均增速分别为10.4%、12.7%、9.6%。
- 离岛免税购物渗透率低。2018年，离岛免税购物人数在海南省游客数中占比仅有约4%。考虑到目前的两大免税店主要覆盖三亚市以及海口美兰机场客流，测算出免税购物人群在两地旅客中的占比仅约6%。较低的占比表明未来购物人数仍有较大的提升空间；从离岛方式来看，通过三亚凤凰机场、海口美兰机场离岛的游客规模在海南省游客中占比仅有37.53%，意味着大量的游客（约62.47%）会从火车站、港口码头离岛。

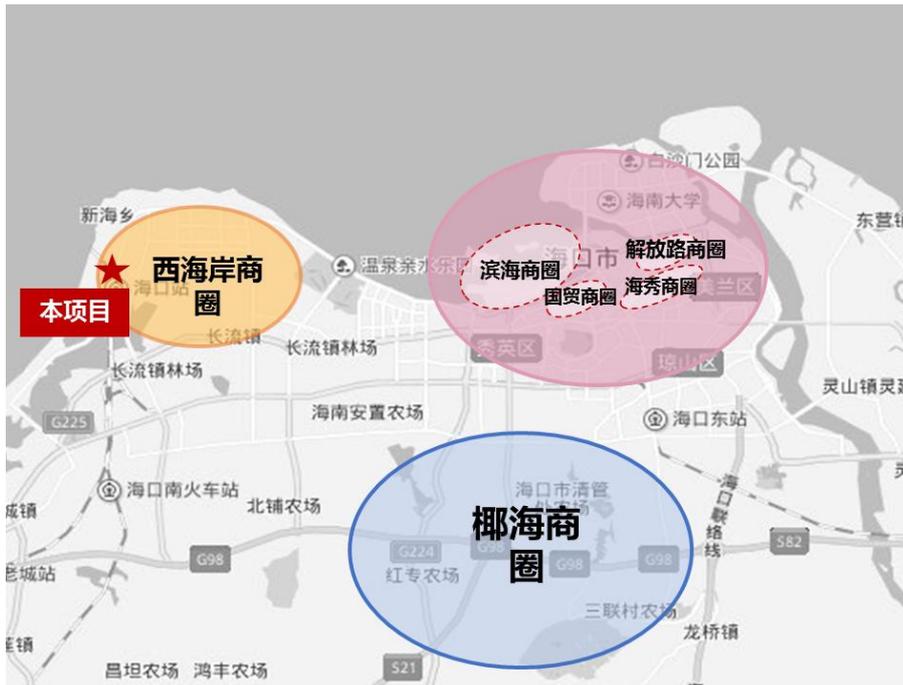
- 免税市场商业容量大。海南离岛免税销售正在快速增长，至 2018 年，三亚、海口两大离岛免税店销售额 101 亿元，购物人数约 288 万人次，同比增长 26%和 20%，保持在较高水平；海口的离岛免税销售额和购物人数不断增长，2018 年海口离岛免税销售额为 20.94 亿元，购物人数 120 万人；海口的离岛免税销售额和免税店购物人数相比三亚还有差距，存在较大发展空间；海口自身消费客群和旅游消费客群均有较好的免税商品消费力，仍具有较大商业市场容量。
- 免税政策预期向好。离岛免税政策呈放开趋势。我国自 2011 年起正式在海南省试行离岛免税政策，近年政策逐步完善，释放更多红利。离岛免税政策有利于加快推进海南国际旅游岛的建设发展，是完善海南国际旅游岛业态的重要一环。
- 国际市场对比。与亚洲其他地区（济州岛、冲绳）对比，海南在规模、旅游人口及收入上均居首位，但人均旅游贡献却明显落后，仍有大量市场等待挖掘。
- 公司免税资源。公司旗下中国免税品（集团）有限责任（以下简称“中免公司”）免税业务占全国免税市场比例超过 80%、销售网络遍及全国（含港澳地区）及东南亚部分城市。

3.5.1.2 有税商业市场整体概况

（1）商圈分析

商圈分布上，传统商业主要集中在市中心，新兴商业多点开花；海口商圈“南向选择”“西向挺进”正呈大发展态势；未来商业形态将从单一向多元化方向迈进。

图 3-19 海口商圈分布图



海口核心商圈：

- 海口传统核心商圈，由解放路商圈、国贸商圈、滨海商圈、海秀商圈组成，主要集中在海口市中心
- 发展历史较久，商业氛围浓厚，商业形态以传统百货、购物中心为主
- 客群：当地中高端家庭消费、白领、学生及外地游客
- 平均租金：约 200~350 元/m²·月（使用面积）

西海岸商圈：

- 新兴商圈，在海口西拓战略的富人区西海岸
- 商业氛围尚未形成，仅有远大购物中心和王府井·恩祥生活广场。商业形态为购物中心
- 客群：本区域中高端客群、外地游客
- 平均租金：约 100~300 元/m²·月（使用面积）

椰海商圈：

- 新兴商圈，商业体零散分布在海口南扩战略区域中
- 商业氛围初步形成，商业形态主要为综合体商业、购物中心、家居生活广场

- 客群：本区域及海口市客群，以百货及购物中心为主，业态同质化，缺乏创新的商业形态与业态。

(2) 发展趋势分析

商业呈现多元化发展趋势，陆续出现如兰桂坊酒吧街、长影 100 等目的地消费型商业，其中位于非核心区的兰桂坊酒吧街营业情况良好。

图 3-20 周边商业产品



(3) 西海岸商业市场特征

西海岸作为未来海口城市行政商务副中心有以下特征：未来发展潜力巨大，现有商业配套不足，缺乏中高端消费目的地，与区域定位及未来发展不匹配。

图 3-21 西海岸商业项目



表 3-5 西海岸商圈商业项目概况

西海岸商圈	典型项目	商业面积 (万 m ²)	开业时间	定位	租金
-------	------	--------------------------	------	----	----

	远大购物广场	约 14	2016年	中高档	百货扣点13%
	恩祥王府井生活广场	2.1	2017年	中高档	-
合计	-	16.1			

市场特征分析：

1) 海口新兴商圈，大众眼中的富人区。

- 海口最著名的海景住宅片区，从一个荒地发展到富人区的标杆。
- 商圈内区位、环境、资源优势较为突出，多年来受本地高收入群体和外地候鸟青睐。

2) 生活配套设施不足，既是金地又是洼地

- 海口西海岸，吸引了万科、绿地等一批房地产企业进驻，高星级酒店林立，一直都被称作海口商业价值洼地。虽规划有一定商业体量，但大多尚未落地。
- 虽有市政府行政中心、国际会展中心、高端酒店和高尔夫球场等高端配套。但市级各项生活配套设施还在建设当中，周边居民生活不够便利。
- 诸多高端楼盘扎堆展现的品质生活多年来缺乏与之匹配的一站式购物中心。

3) 以中高档次消费为主导，餐饮娱乐等配套设施不足

- 远大购物广场的开业完善提升西海岸商业配套，填补了西海岸商圈的空白，恩祥王府井生活广场开业后也进一步补充了该商圈人们的商业需求。
- 餐饮和娱乐等配套设施在商圈中所占的比例较低，缺乏中高档餐厅和主题餐厅，知名的国际性品牌还是比较缺乏，快时尚品牌暂时还没有引入。

(4) 有税商业销售市场分析

在全省住宅限购的影响下，商业市场热度逐渐升温。2018年海口商业量价齐涨，成交 37 万 m²，同比上涨 7.8%，均价同比上涨 32%。

分区来看，龙华区的商业体量最大，龙华和美兰几大传统商圈正面临升级换代；琼山区处于起步阶段，市场供应有限，供求比处于相对健

康水平；秀英区随着西海岸片区的发展，商业氛围逐渐浓厚，预计未来商业市场将有较大发展空间。

图 3-22 2013-2018 年海口商业市场量价走势

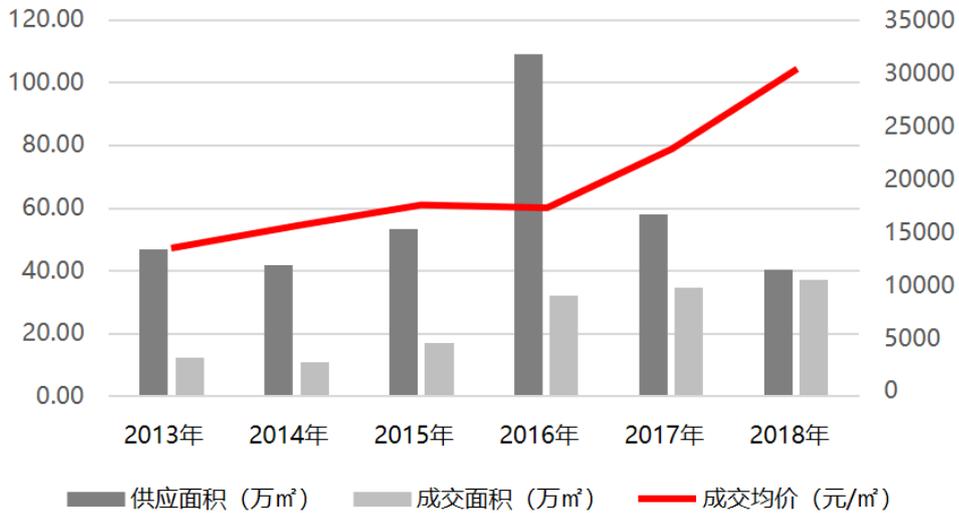
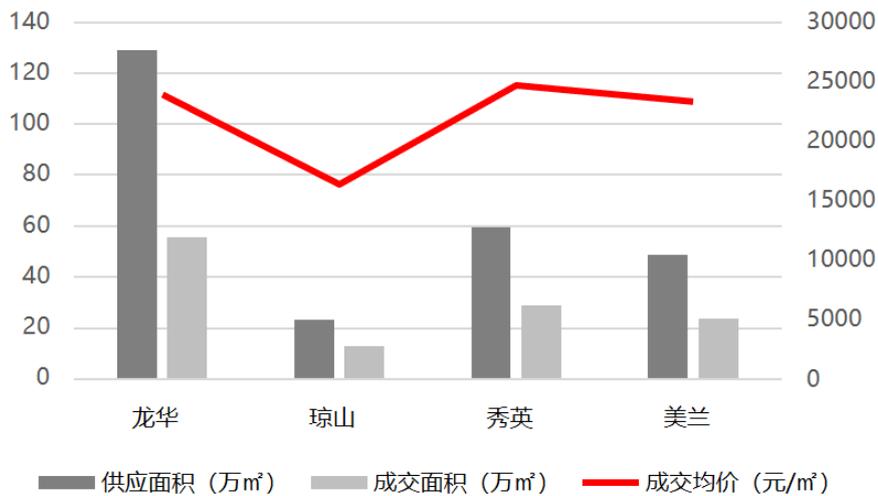


图 3-23 2018 年海口各区商业量价走势



(5) 有税商业市场分析小结

海口商业项目众多，传统型商业竞争激烈，但整体商业层级有待提升。西海岸片区目前发展不成熟，随着区域成熟，将有更高要求的商业需求出现。当前生活配套设施不足，以中高档次消费为主导的餐饮娱乐等配套设施不足。

3.5.2 写字楼市场分析

本项目处于海南产业规划组团中的北部组团，片区以海口市为中心，重点发展现代服务业、高新科技及制造业。海南省产业规划前景利好。在海南省全省建设自由贸易试验区的背景下，海南省重点发展以旅游业、现代服务业和高新技术产业为主导的九大产业，并开展百日大招商活动，引进大批优质企业。为响应海南省自由贸易港的建设，在政策利好、旅游资源 and 重大配套的吸引下，大批龙头企业纷纷落户海南，助力海南省总部经济以及重点规划产业的发展。受海南省自由贸易港的利好影响，2018年海南省市场主体快速增长，海口市新增主体超过全省总量的一半，其中旅游业、现代金融服务业、高新技术等重点产业主体增速明显。伴随着“两个暂停”政策的出台，写字楼逐渐成为地产投资客的焦点。海口作为省会城市始终站在海南发展的最前沿，其写字楼市场未来市场潜力巨大。

(1) 发展历程

近几年来，海口经济快速增长，城市扩容，不断吸引着知名企业入驻海南，刺激着海口写字楼行业的发展，经历了从简单的临时办公处到全智能化高端写字楼的发展历程。

(2) 市场分布

海口写字楼随着政务带动及主干道经济发展而发展，主要集中于国贸片区及大英山片区；滨海大道沿线及西海岸片区作为新兴商务带，整体档次逐渐拔高，但仍缺乏甲级写字楼。

图 3-24 海口市写字楼市场分布



表 3-6 海口写字楼市场分布概况

商圈片区	国贸片区	大英山国兴片区	滨海大道沿线	西海岸片区
区域特征	传统商务区，形象陈旧	核心 CBD	新兴商务带	新兴商务区
档次	乙级	甲级	乙级、甲级	类甲级
租金	50~70 元/m ² ·月	100~150 元/m ² ·月	90~180 元/m ² ·月	70~150 元/m ² ·月
售价	20000~23000 元/m ²	22000~28000 元/m ²	约 26000 元/m ²	约 22000 元/m ²
目标客户	以中小型企业为主，包括地产、建筑施工、金融、传媒行业为主的国内外知名企业驻海南机构（办事处）、外来企业海南总部、海南本土企业总部	以中高端客户为主，包括新兴航空、现代金融、房地产开发投资为主的行政办公、市级商业中心以及海南本土企业	入驻的行业以房地产、证券为主，大多为中高端客户群	目前写字楼市场尚不成熟，暂未涉及入驻行业

（3）市场供应

海口写字楼市场目前供过于求，但现有存量以乙级写字楼为主，当前存量达到 119 万 m²，未来三年将有 76.85 万 m² 的供应，集中于 2019~2021 年入市。项目所处的海口西海岸片区受到市政府迁移和海南自贸港等政策的双重利好，将有更多优质企业落户于此，甲级写字楼的需求将持续扩大。

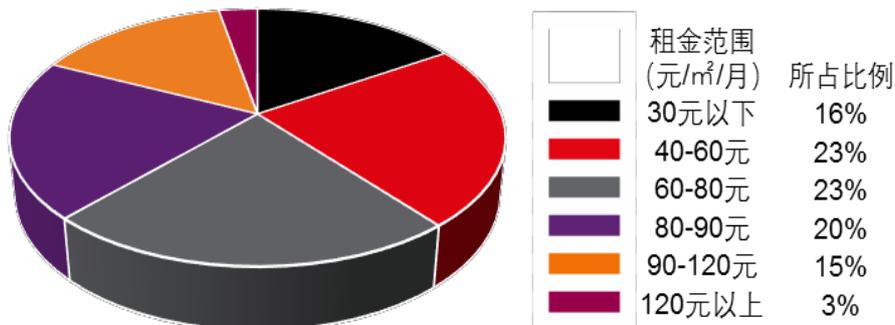
（4）市场销售

随着自贸区政策持续发酵，海口办公市场量价齐涨，2018 年海口办公市场成交 26.32 万 m²，同比上涨 65%，成交均价 22608 元/m²，同比上涨 11%。从 2018 年第一季度开始，楼宇的整体运营质量越来越受到重视，写字楼开始由原来的销售为主逐步向持有运营转变。随着大批优质项目的入市，租金售价将进一步被推高。

海口目前主要的写字楼多数已售罄，去化速度快，均价 2~3 万元/m²；散售办公物业入住率较低；其中国贸片区的高端写字楼售价基本在 20000~23000 元/m² 之间，而滨海大道沿线的高端写字楼售价在 26000 元/m² 左右；大英山国兴片区的售价则在 22000~28000 元/m² 之间，西海岸片区的价格在 22000 元/m² 左右。

海口写字楼市场近年来租金平稳上涨，但市场以乙级写字楼为主，整体租金水平较低，大多位于 40~80 元/m²。

图 3-25 海口市写字楼市场租金水平分布



国贸片区的老传统型写字楼租金基本在 50~70 元/m²·月之间；而滨海大道中端的写字楼租金价格在 60~80 元/m²·月，高端写字楼因分布的地段、办公配套、楼层的分布等因素，租金价格在 90~180 元/m²·月之间不等；国兴片区的新型高端写字楼租金价格在 100~150 元/m²·月之间。西海岸片区的写字楼租金价格在 70~150/m²·月之间。

(5) 租户行业类别

房地产、金融、建筑行业为海口写字楼市场需求的主要来源，上一阶段海南国际旅游岛的建设也带来贸易、旅游、互联网等行业的需求，海南本土企业、外来企业海南总部的需求相对集中。

(6) 西海岸办公市场

西海岸属于政务新区，随着市政府的迁移，写字楼市场处于起步阶段，租金售价较低，未来发展潜力大，是海口市价值洼地，预计到项目入市，西海岸写字楼市场将成为投资热点区域。目前西海岸片区已入市写字楼较少，主要写字楼供应约 42.57 万 m²，部分被看好片区未来发展的国企、企业整购，且大多刚开始租赁，该片区市场未来可期。

3.5.3 酒店市场分析

目前海口市国际品牌五星级酒店主要分布在四大片区，沿海分布，整体标间价格约在 650~1000 元/晚/间；西海岸国际品牌五星级酒店目前标间价格约在 784~878 元/晚/间；随着新海港及周边商业旅游氛围发展，五星级酒店需求将持续旺盛。

海口由于政策支持及省会效应渐强，星级酒店客房需求量近年稳定上升，入住率总体提高，五星级酒店平均入住率为 52.2%；五星级国际酒店品牌入住率高于市场平均水平，入住率在 60%~75%之间；酒店入住率随季节波动较大，旺季为当年 10 月~次年 3 月，淡季为当年 4 月~当年 9 月。

图 3-26 海口市五星级酒店分布



图 3-27 海口市四星级-五星级酒店入住率

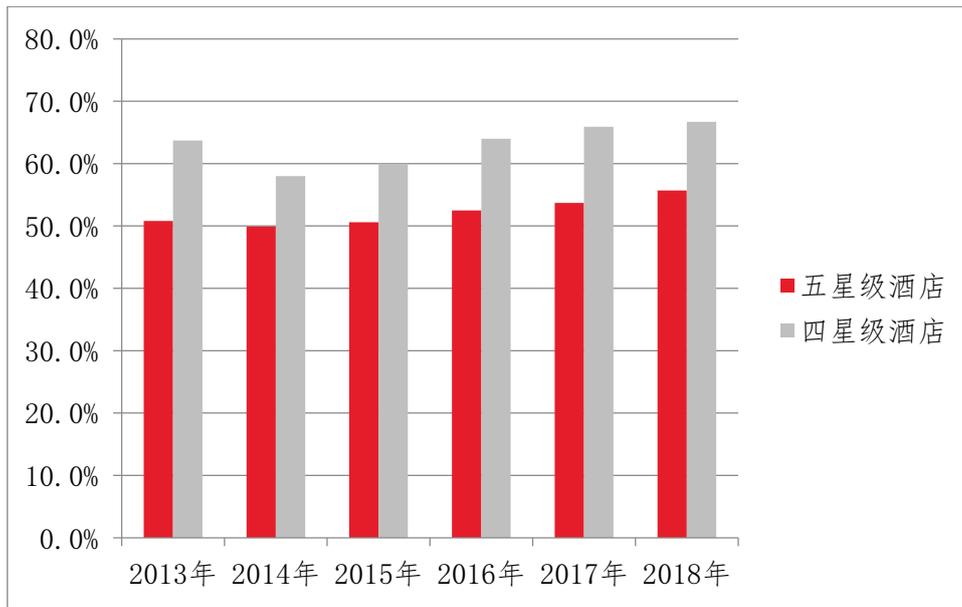


表 3-7 海口部分五星级酒店入住率情况

酒店名称	旺季	淡季	年平均
海口喜来登度假酒店	88%	42%	65%
海口希尔顿酒店	90%	60%	75%
海口朗廷酒店	90%	60%	75%
海南君华大酒店	80%	55%	68%
海口万豪酒店	88%	48%	68%
海口香格里拉大酒店	88%	35%	62%

本项目位于沿海岸线的高星级酒店空白区域，未来具有一定发展潜力；项目周边高星级酒店房间数量基本在 200 间以上，平均房价约 300~880 元/晚/间。西海岸片区主要高星级酒店项目平均入住率约 68%，协议价与市场价有一定差距，五星级酒店协议价主要集中于 380~800 元。距离海口市政府、海南国际会展中心较近、海景资源且品牌知名度高、档次高的项目入住率较好。淡季主要客群以商务、会展客为主，旺季以游客为主。

图 3-28 项目周边高星级酒店分布

序号	酒店名称	类型	星级	房数(间)	总建筑面积(万 m^2)	标间客房价格(元/晚/间)
1	海口香格里拉大酒店	度假	五星级(未挂牌)	337	—	784
2	海口盛福乐康年酒店	商务	五星级(未挂牌)	411	—	350
3	海口喜来登酒店	度假	五星级(未挂牌)	341	4.88	810
4	海口红高粱酒店	度假	五星级(未挂牌)	99	4.8	600
5	海口天佑大酒店	度假	五星级	199	—	380
6	海口万豪	度假	五星级(未挂牌)	308	5.7	878
7	海口巨制荷泰酒店	商务	五星级(未挂牌)	252	2	350
8	海口美视五月花高尔夫度假酒店	度假	四星级(未挂牌)	86	6.8	330
9	海南金色阳光温泉度假酒店	度假	四星级(未挂牌)	417	4	298
10	三弦印象家酒店	商务	四星级(未挂牌)	120	—	280
11	海口西海岸假日酒店	商务	四星级(未挂牌)	200	3.5	550

3.5.4 住宅及公寓市场分析

(1) 住宅市场概览

海口市在 2017、2018 年接连出台政策稳定住宅市场，打击投机。停批 100 m^2 以下产品，提高住宅购买门槛，抑制部分购买需求；后实行限购限贷政策，大幅限制岛外投资客；实行限价政策要求开发商先行备案后才可取得预售证，目前官方口头指导价约为 1.73 万/ m^2 ，这一政策有效稳定了全市住宅价格。

海口市住宅市场可分为六大片区，整体房价约 1.78 万元/ m^2 ；西海岸片区以改善型产品居多，以三居产品居多，整体房价约 1.55~1.7 万元/ m^2 ；受限价政策影响，全市新楼盘目前价格一般不超过 17300 元/ m^2 ，目前在售楼盘暂无突破限价项目。

图 3-29 海口住宅市场分布及概况



(2) 住宅量价走势

受重大政策规划利好的影响，近年来海口市商品住宅供求量价呈上升趋势，2018年限购下成交腰斩，但仍保持供不应求态势，商品住宅成交 361 万 m²，同比下滑 38%，但成交均价同比上涨 30%，未来在限价调控下将趋平稳。

随着西海岸片区的不断发展，吸引了国内知名大型开发商进驻，如雅居乐，西海岸未来将逐渐建设成为城市副中心，随着海南自由贸易岛、百万人才引入计划等政策逐步落地，将会有越来越多的企业进驻，本项目未来客群预计将以海南本地改善型客户及作为高端人才入户的新海南人为主。

西海岸目前主要的住宅楼盘多数已售罄，户型以 80~100 m² 的两居、100~120 m² 的三居产品最受市场欢迎，总体量约 697.1 万 m²，受限价政策影响，目前西海岸住宅市场除限价政策出台前已完成备案的项目外，售价一般在 1.55~1.7 万元/m²。

根据市场竞品分析，西海岸住宅产品中 100~120 m² 占比 35%~65%，120~140 m² 户型占比 25%~50%。

(3) 公寓市场

对于海口市的公寓产品而言，海口在售公寓产品对应住宅（40 年产权）、商业办公、酒店式公寓三种土地用途，目前新项目均受政策限制；已批准入市项目价格多在 25000~27000 元/m² 的区间。

西海岸片区公寓产品几乎全售罄，目前该片区内无在售公寓产品，但需求旺盛。2018 年上半年，海口公寓月均去化面积约 2.28 万 m²；西海岸公寓产品均价为 2.1~2.3 万元/m²，成交价格增长率约 9%；公寓产

品以精装修为主，客户多来自于投资客。受政策影响，市场冻结，仅以租代购的酒店式公寓做参考。

参考现有主流租赁型公寓项目，均价在 30~60 元/m²之间；本项目所在区域租金较低，为 30~45 元/m²，由于会展与政府部门的进驻发展等利好因素，入住率可达 50~60%左右。

第四章 项目定位及功能体系

4.1 项目发展愿景

本项目旨在助推城市经济新引擎·引领都市生活新方向，从而助力扩大国际自贸区及国际旅游岛政策影响力，打造“中国商旅项目的新标杆、世界旅游零售的新名片”。

项目通过打造中国特色港口免税综合体，以充分响应海口自贸区与国际旅游岛建设的政策号召力，同时通过项目不断发展，夯实海口港口产业基础，改善贸易环境，提升海口的对外扩张影响力，将临港优势发挥到极致。

4.2 项目定位

4.2.1 项目整体定位

项目总体定位：打造环球体验交互式港城融合新领地。围绕“全时全季、城市半岛、超前规划、港城一体、270°观海”等特色，打造集辐射全球文化体验互动式的主题嘉年华和前沿多元的海港风情购物乐园于一体的大型综合体，使之成为引领都市生活新方向和助推城市经济发展的新引擎。

项目商业整体定位为“世界旅游零售的新名片、中国商旅项目的新标杆”。以免税购物、美食体验、休闲体验为三大核心驱动。在商业功能上打造第三空间，“第三空间”在物理形态上有多种类型，可以统称为工作及生活之外的空间，其核心是带来“愉悦”（Enjoy）和“放松”（Relax），这是旅游零售项目的定位核心。商业类型定位为区别于传统的快节奏享受的都市化生活（Urban Lifestyle），而更关注慢生活，悠闲的去都市化（Non-Urban）的度假体验。商业建筑形式采用“Box”盒子+“Village”街区的形式，与Village形式商业互补搭配，低密度街区商业将带来更多体验性及想象空间。

4.2.2 目标客群定位

(1) 商业客群定位

游客为本案规模最大、最重要、第一考虑的核心客群，其次为周边客群及城市居民。

关于消费者需求，消费者一方面期待免税店有更丰富的品牌选择，更多时尚品牌，包括平价亲民品牌；另一方面期待更多餐饮选择、亲子儿童以及娱乐等体验。美食集市、儿童娱乐最受欢迎，多数消费者期待在旅行过程中有更多元、互动的娱乐体验，尤其是跟家人和朋友的欢聚时光。

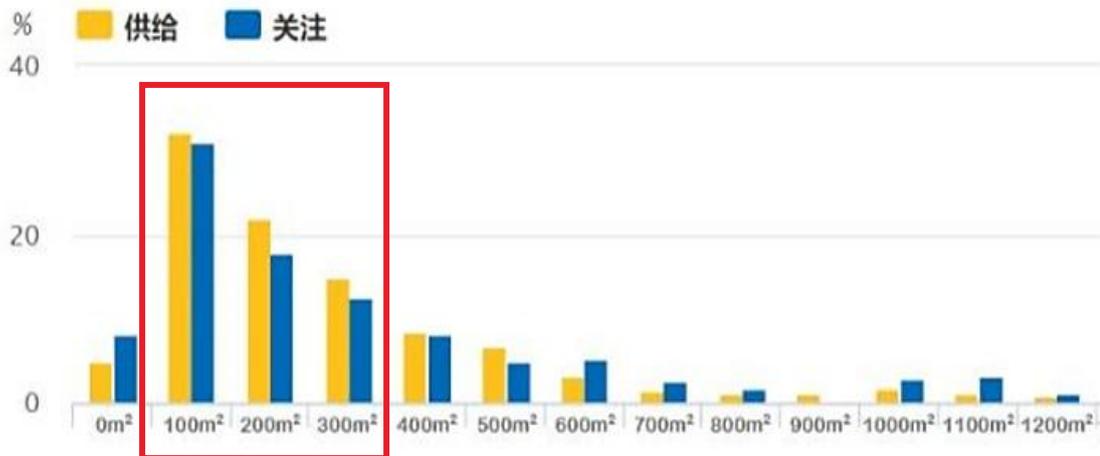
表 4-1 商业客群描述及需求表

客群类型	周边客群	游客 (含观光及商务游客)	城市居民
规模	10公里范围内： 1、住宅客群约16万； 2、办公客群（含本案办公）约8.9万； 3、酒店客群约0.7万/天；	1、海口市2018年过夜游客为1665万； 2、项目紧邻的新海港GTC客群每年为660~700万；	海口市2017年常住居民227万；
特征	项目所在区域为城市副中心，未来片区看好，但人口密度尚需时间积累，消费力较游客低；	客群规模大，到达本案方便；绝大多数具有离岛免税资格；具有较强消费力，在旅途中消费力强易冲动消费；	客群规模不大，海口市中心距离本案约18公里，30分钟车程；
需求	住宅为家庭一站式需求、办公人群主要为餐饮需求、酒店人群需求更好的餐厅及休闲娱乐体验；	免税购物、美食体验、休闲娱乐、当地特色文化；	就近解决基本需求，远距离需要特色主题性业态才愿意前往。

(2) 写字楼客群定位

房地产、金融及建筑行业为海口写字楼市场需求的主要来源。上一阶段海南国际旅游岛的建设也带来贸易、旅游、互联网等行业的需求，海南本土企业、外来企业海南总部的需求相对集中。

图 4-1 海口市写字楼租用面积分布



海口高品质写字楼市场尚处于起步阶段，80%租户分布在乙级写字楼；写字楼以销售为主，自持运营的较少。供给面积集中在 100~300 m²，租户方面的需求也以该面积区间为主。

(3) 酒店客群定位

本项目依托新海港港口优势地位，伴随西海岸城市副中心的不断建设，商务氛围未来必将日渐成熟，故本案主要客群将以游客及商务人士为主。具体辐射客群如下：

核心客群：外地前往西海岸度假旅游购物游客、商旅；

辐射客群：外地前往海口其他区域商旅活动人士；

潜力客群：海口本市西海岸旅游客群。

西海岸的酒店需求主要以商务和休闲旅游为主，临近会展中心及旅游景点的酒店会奖（MICE）需求也占一定比例，全年商务客群需求较为稳定，旅游旺季（当年 10 月~次年 3 月）及大型会展期间，旅游及 MICE 需求显著增加。

(4) 住宅客群定位

项目毗邻海口新海港，交通可达性与景观俱好，具备打造高品质住宅的条件；西海岸未来将逐渐建设成为城市副中心，随着海南自由贸易岛、百万人才引入计划等政策逐步落地，将会有越来越多的企业进驻，本项目未来客群预计将以海南本地改善型客户及作为高端人才入户的新海南人为主。

在限购政策前，以岛外度假投资客户为主，约占 60%~70%，主要关

注西海岸海景环境及区域政策利好；限购政策后，客群回归岛内客户，占比 90%以上，以自住型改善客户及在本片区生活的刚需客户为主，其中西海岸片区主力客群以秀英区客户为主，占比约 70%，海口其他区域及海口周边县市占比约 30%，主要关注西海岸环境、商业、学区配套。

表 4-2 海口住宅客群描述及需求表

	客户描述	需求目的	产品偏好	主要关注点
限购政策前 (岛外客户为主,占比60%~70%)	岛外度假客户 其中,普通住宅客户主要来自北京、河北、河南、山西、东北等北方地区;别墅客户主要来自浙江、上海、北京	候鸟型度假需求为主	<ul style="list-style-type: none"> 一房、两房住宅 80 平以下及 80~100 平精装修交付; 四房及以上别墅 200~240 m² 毛坯交付 	环境优美 最好拥有海景景观 商业配套设施齐全
	岛外投资客户 多来自北方地区,看重该片区海景资源	投资为主,兼度假功能	两、三居 80~120 平精装修交付	政策利好区域 环境优美、少喧嚣 交通通达性佳
	本地改善型客户	自住	三居及以上 100~120 m ² 毛坯、精装交付均可	环境优美、少喧嚣 交通通达性佳 大型社区、商业配套齐全 物业管理品质好
	本地刚需客户	自住	以两、三居为主, 80~100 m ² 毛坯、精装交付均可	物业管理品质好 学区、商业配套齐全
限购政策后 (岛内客户为主,占比90%以上)	改善型家庭客户,看重该片区海景资源	自住	三居及以上 100~120 m ² 毛坯、精装交付均可	环境优美、少喧嚣 交通通达性佳 大型社区、商业配套齐全 物业管理品质好
	新落户的海口人、本地刚需客户多在西海岸或周边工作生活	自住	以两、三居为主,面积在 80~100 m ² 毛坯、精装交付均可	物业管理品质好 学区、商业配套齐全
	看重片区升值前景的中高收入岛内客户	投资	以两、三居为主,面积在 80~120 m ² ,精装修交付	环境优美、少喧嚣 交通通达性佳 位于市区

(5) 公寓客群定位

公寓客群主要考虑未来免税城入驻员工的居住需求及周边未来将汇聚大量工作人口，必将对居住产品存在需求。且本项目所在西海岸片区未来预计将进一步发展壮大，也会吸引部分投资客户前来投资，故本项目将设置除员工配套之外的公寓产品，也可以满足市场需求。

去化较好的公寓主力户型约为 45~80 m²小户型产品，以岛外投资客为主，LOFT 产品岛外岛内客户各占一半。

表 4-3 海口公寓客群描述及需求表

客户描述	需求目的	产品偏好	主要关注点
本地投资客户	投资为主	两、三居 45~80 平 精装修交付	政策利好区域 商业配套设施齐全 升值空间
岛外投资客户 看重该片区海景资源	投资为主	两、三居 45~80 平 精装修交付	政策利好区域 商业配套设施齐全 升值空间
外地刚需客户	自住	一房、两房公寓 45~80 m ² 精装交付为主	外地客户住宅限购 环境优美、少喧嚣 交通通达性佳 商业配套设施齐全 物业管理品质好
本地改善型客户	自住	两房、三方公寓 80~100 m ² 精装交付为主	高档公寓 物业管理品质好 环境优美、少喧嚣 交通通达性佳

4.3 对标案例

为更好地对项目进行定位，选取国内现有最顶级的以及亚洲其他地区旅游商业名片型商业项目进行分析。其中国内现有最顶级商业项目选取深圳·万象城、上海·国金中心、成都·太古里，亚洲其他地区旅游商业名片选取新加坡·怡丰城 Vivocity、新加坡·星耀樟宜 Jewel、泰国·暹罗天地 Iconsiam。

1、 深圳·万象城

深圳万象城是国内顶级奢侈品牌最集中的购物中心，也是中国最具示范效应的大型室内购物中心，汇聚齐全的国际精品品牌，以及多家奢

侈品旗舰店。

主力业态包括：

- 万象影城：具有华润特色的高端影院体验；
- OI é 超级市场：B1 层，华润万家旗下第一家新概念超市，营业面积 5000 平米；
- 冰纷万象滑冰场：L4 层，深圳第一家真冰滑冰场，营业面积 3600 平米；
- Réel 时尚生活百货：女性时尚百货，楼层 B1-L3、营业面积 12000 平米。

图 4-2 万象城平面示意图



2、 上海·国金中心

国金中心是上海拥有最多国际一线品牌旗舰店的商场，也是国内最具代表性的高端商场。汇聚近 25 家世界级品牌旗舰店，包括 Louis Vuitton/Hermès/Prada/Chanel 等。

国金中心采用下沉式广场设计，带活了地下商业空间，提地下商业价值，下沉式广场+苹果主力店组合；中庭全部挑空处理，增加了购物中心时尚气派感；另 IFC 节日主题活动+品牌联手，为商场的主要活动区域。

图 4-3 国金中心示意图



3、 成都·太古里

成都太古里是新形态高端购物中心的代表，国内最好的街区商业名片、旅游商业的新标杆。项目拥有 300 多家店铺，其中纱帽街聚集国际一线奢侈品牌旗舰店。拥有约 1/3 的餐饮规划，且利用街区商业的优势，形成休闲的餐饮及休闲氛围。

图 4-4 成都太古里平面示意图



特色及主力品牌：

- 方所—世界最美的 15 家书店之一；
- MUJI—含“Cafe&MealMUJI”的全球最大旗舰店；
- Gucci—成都第一家亚太旗舰店，结合熊猫元素；
- Hermès 爱马仕—西南第一家爱马仕之家；
- 鼎泰丰—米其林一星，全球十大特色餐厅之一；
- 正斗—米其林一星。

建筑设计特色：以现代诠释传统，川西民居风格结合现代时尚设计建筑风格和建筑立面：建筑风格秉持“以现代诠释传统”的设计理念，保留了通过保留古老街巷与历史建筑，再融入 2~3 层的独栋建筑，川西风格的青瓦坡屋顶与格栅配以大面积的玻璃幕墙，以古典穿插现代的手法营造出一片开放自由的城市空间，同时强化建筑与地域之间的关系。

街区规划与道路动线：快里和慢里构成的开放式、低密度街区购物中心，动线非常适合成都人民浪漫休闲的生活习惯。

主次节点广场：太古里主要分三个广场，漫广场、东广场、入口西广场；广场一方面给予消费者标志性的展示和围合聚集的节点，另一方面主要作为整个街区的中心景观，作为良好的视觉中心，常在节庆活动之日，成为良好的展示空间，和项目商业活动的主会场。

庭院、街区尺度和氛围：开放式、低密度的街区形态购物中心，拥有多元化的户外空间，结合广场和街道的尺度，特别容易形成宜人的商业氛围。街道 D/H 比值是 1~2 之间，这个区域造就惬意安定的逛街氛围。

东街具体分析：东街为南北走向的线性空间，街道东西向宽约 12.4m，南北向长约 150m，其中靠东侧部分设 4.2m 的餐饮外摆区，西侧靠大慈寺红墙设 4.2m 的景观区。业态上以外摆餐饮为主。

传统与保护：保留了以前大慈寺地区的建筑布局以及部分历史保护建筑，在建筑形式的选择中，没有采用高楼大厦的 CBD 式的商业区布局，而是采用了以 1 到 2 层为主的悬山顶建筑，十分富有文化气息。将川西民居的青瓦坡屋顶变化创新，承接场地原有的商业性，创造出了符合现代大众审美以及经济发展的商业区建筑形式。

景观小品与艺术品：非常多的装置艺术品点缀其中，由艺术家定制的 21 件艺术品被摆放在商街的不同地方。

图 4-5 成都太古里设计亮点示意图



市场推广活动：

在广场等公共空间全年举办时装表演、文化消闲、小型节日等活动以聚集人气。

- 2019 乐游里巷享团圆
- 福满戊戌盼旺里巷
- “尼恩的里巷奇遇”艺术圣诞季
- “吉年绘新，里巷纳福”成都远洋太古里 2017 新春活动
- “爱圆满萌圣诞”成都远洋太古里圣诞季
- “情迷里巷”大型色彩装置

4、新加坡·怡丰城 Vivocity

怡丰城作为新加坡最大的零售商场和都市生活方式目的地，含多个特色店铺如“TANGS（诗家董）”。

- 本地最大规模院线嘉华影城，位于二层和三层，15 个放映厅，

可同时容纳 2293 名观众；

- 以时装与精品店风格为主打，提供“度假村式”消费体验的诗家董，分布在一层和二层，一层为化妆品、时装、鞋帽、手提袋、首饰等，二层为时尚休闲服饰和家居用品，经营面积约 8000 平米；
- 超级市场 vivomart，面积 11000 平米，三合一超市：GIANT 霸级超市，冷藏 Cold Storage 天然食品超市，佳宁 Guardian 保健与美容；

设计亮点：

- 退台式餐饮空间设计与周边环境相呼应，为项目的主要设计亮点。怡丰城的设计核心是以冲浪为主题，引入自然主义风格，与其临近海滨的地理位置相呼应；
- 怡丰城的设计采用了波浪形主题符号，以波浪形态覆盖整个建筑；
- 怡丰城有户外广场、A 及 B 主要广场，沿着港湾有长约 300 米的走道；
- 空中的屋顶、户外剧院及四个奥林匹克游泳池，空间够辽阔，看得到海景、山色与缆车；
- 国际重量级艺术品在怡丰城永久展出。

图 4-6 怡丰城设计亮点示意图





5、 新加坡·星耀樟宜 Jewel

星耀樟宜定位为娱乐目的地，拥有新加坡规模最大的室内植物展示地，世界最高的室内瀑布，配合水舞声光秀。

特色亮点：包括绝佳景致的露天餐厅、花园露台风景如画、地道的新加坡风味、雨漩涡、星空花园、森林谷。

图 4-7 星耀樟宜设计亮点示意图



其他业态规划：超过 200 家国际零售品牌及新加坡本土品牌，90 多家餐饮，室内花园各种活动。

6、 泰国·暹罗天地 Iconsiam

泰国·暹罗天地 Iconsiam 作为亚洲旅游商业的新标杆和泰国国家级名片商业，为亚洲目前规模最大品牌最全的商场。项目拥有约 600 家品牌，创亚洲商业之最，汇聚全球国际精品，另有影院、Apple Store、高岛屋百货等，打造一站式“购物天堂”。

Iconsiam 暹罗天地定位来泰国旅游的亚洲及全球游客，总开发体量为 75 万 m²，其中商场部分为 52 万 m²的 ICONSIAM 和 2.5 万 m²的 ICONLUXE。

600 家品牌，首次亮相泰国的品牌达 98 家，另高岛屋百货含 530 家品牌，共计 1,130 个品牌。打造一站式全品类全品牌“购物天堂”，将“旅游购物”做到市场主导体量和绝对优势。

业态亮点：

1) SOOKSIAM 暹罗乐城

占地约 15,000 m²，水上市场还具有楼中楼概念，汇聚了全泰 77 府精心挑选的 3000 种文化遗产、传统工艺、知名特产和表演艺术，商贩们全都穿着泰式服装。

2) 7 WONDEROUS DINING-美食者天堂

在项目顶楼，极具泰国本土文化语言的设计场景，形成类似室外的休闲氛围，同时结合声光瀑布。

3) River Museum Bangkok 河畔艺术博物馆

收藏了 100 多位国内外知名艺术家的艺术作品，是曼谷首座世界级别的河畔艺术博物馆。

4) 其他业态

建筑面积 36000 m²的暹罗高岛屋、面积超过 10000 m²的超大电影院、4000 多平米的超级儿童娱乐中心、是泰国第一个拥有世界级连接标准的设施，超级会议中心“True Icon Hall”。

设计亮点：

1) 立体空间打造-ICONS within ICON 概念

商业每两层形成一个主题，主题间互动互联；运用到众多的跨层表现方式，在大型建筑物里蕴含多个小型建筑物，建筑物外则以装置艺术做妆点，犹如俄罗斯套娃的概念。

2) 本土元素引入

从建筑设计到商场内部装饰都独具泰国特色。

3) 业态布局创新

完美融合了低端与高端商业共存一处的格局，通过 SOOKSIAM 将奢侈品区域与底端商业分割。

4) 场景化设计

运用大量绿化装饰室内并复原当地夜市场景，体现泰国特色并营造

休闲度假的氛围。

图 4-8 暹罗天地示意图



7、 对标案例小结

表 4-4 对标案例小结

	深圳·万象城	上海·国金中心	成都·远洋太古里	国内项目的启发	新加坡怡丰城	新加坡Jewel	泰国暹罗天地	国际项目的启发
开业时间	一期2004.12.9、二期 2009	2010年	2015年5月	第一代购物中心以品牌吸引消费者，近年越来越注重品牌与体验的融合，从零售为主到体验提升	2006年12月	2019年4月	2018年11月	国际旅游购物地标商业除了品牌及体验性外还在设计上进行了革新，与自然风景/本土元素结合、场景化的融入带来更好购物体验 以“旅游购物”为核心，做大商业规模，提供丰富的品牌和品类选择
商业建筑面积	约188,000平方米	约110,000平方米	约106,000平方米		约139,000平方米	约90,000平方米	525,000平方米	
商业楼层	LG1-L5	LG2-L4	LG1-L2		LG2-L3	LG5-L5	LG1-L8	
开发商	华润（深圳）有限公司	香港新鸿基地产发展有限公司	太古地产与远洋商业		丰树产业	樟宜机场集团和凯德集团	am Pivat、正大集团、MQDC Magnolia Quality Development Corporation	
品牌数量	242个	267个	300个		超300个	超280个	超600家(其中高岛屋百货按1家品牌计算)；加上高岛屋内的品牌，总品牌数量为1,130个	
主力业态	芮欧百货、缤纷万象溜冰场、Ole超市、万象影城	百丽宜影院、Citysuper超市、Applestore	方所书店、Ole超市、百丽宜影院、Applestore、MUJI、威尔士健身、Mercedes me Store		国家地理旗舰店、GIANT霸级超市、嘉华影院、诗家董、Page One、Samsung Experience	除奢侈品牌外，更多新加坡本地品牌	“暹罗乐城”集市、顶楼的场景化餐饮空间、高岛屋百货、河畔艺术博物馆	
设计亮点	典型的长条形地块购物中心动线设计	下沉广场	最能体现成都生活方式的时尚街区	户外退台式设计	拥有新加坡规模最大的室内植物展示地，世界最高的室内瀑布，配合水舞声光秀	立体空间打造，将本土元素融入的场景化设计、光影喷泉秀		

4.4 项目功能体系及产品定位

本项目以国际顶级标准和前瞻性战略高度，面对新世代消费群体需求，以复合型的多元业态组合，和独有的热带雨林场景化设计，在全球最大免税购物目的地基础上，打造亚洲旅游购物商业标杆项目，以免税购物、美食体验、休闲体验为三大核心驱动。

4.4.1 免税商业综合体——世界最大单体免税商业及旅游购物目的地

本项目可依托巨大消费需求及公司的强大商业实力，以大型免税购物及一站式购物中心为载体，打造集免税购物、特色餐饮、互动体验等业态为一体的中国超大型免税购物新标杆。打造世界最大单体免税商业

及旅游购物目的地。告别几小时或一天（one-day-off）的旅游消费模式，延长消费者的逗留和消费时间。将免税市场平台做到极致、拓展新型有税空间，打造规模最大、商业系统最完善的免税综合体。

图 4-9 主题规划亮点



1、购. 欢乐购

1) 免税零售：打造全球规模最大的单体免税店，打造一应俱全的购物、美食及娱乐天堂，形成建筑规模之最、商家数量之最、综合功能之最。

2) 有税零售：三亚店有税零售较少，对比国内优质项目如上海 IFC、上海港汇恒隆广场、上海 iapm、广州太古汇，增加有税零售。

3) 规划品牌展示空间：

- a) 空间展示：包括品牌故事空间、设计、体验空间；
- b) 文化展示：包括服装发布会、品牌活动、艺术展览等。

2、食. 时光记

“美食集市”为特色市集的核心组成部分，突破传统的购物中心餐饮模式，打造一个包罗万象美食的空间；通过食物，串联起各类游客的需求。让食物渗透于休憩旅行的各种时刻；增强品尝美食的互动体验感，同时汇聚国际餐饮，成为一个超越期待的场景式美食乐园。

1) 国际美食集市：业态最丰富、最国际化的特色集市

2) 舌尖上的中国：中国美食及地方文化集中展示的平台

3、乐. 自在乐活

以乐为主题，通过娱乐业态、演艺演出、尤其儿童亲子娱乐的融合，为消费者提供高品质一站式休闲娱乐体验。

1) 儿童寓教于乐：业态丰富的亲子体验，让孩子在旅游中体验、学习、探索。

2) 演艺嘉年华：充分发挥建筑的独特空间，结合项目定位“新型休闲娱乐”，用“演艺活动”来展现，打造成为海口的地标性表演集结地，成为项目整体吸引客流的亮点。

4、文·文创+科技

1) 引入书店类网红打卡地标，文创业态新标杆。

2) 虚拟工场：结合 VR/AR 等技术进行交互，让体验者产生强烈的临场感，参考“VR ZONE OSAKA”。

5、全球最大的“热带雨林”场景化室内复合空间

1) 设计主题

- 热带雨林氛围，参考 Bal Harbor Shops 巴尔港购物中心、Bangkok. Emquartier。

- 分不同区域进行场景化设计：

a) 舌尖上的中国，结合中国不同区域地方民俗文化进行主题分区；

b) “海南市集”为其中亮点特色，结合海南当地季候特征，整体以“热带雨林”为设计主题。

2) 业态规划：以“复合式空间”的原则规划，核心区域为“特色市集”，其他含中央活动广场（含瀑布、表演舞台）、黑盒子多功能厅、儿童游乐区。

4.4.2 有税商业——海南世界级度假型商业街区

本项目打造海南世界级度假型商业街区，有税商业主题规划包括博物体验、大型娱乐空间、儿童寓教于乐及海鲜集市。建议移步异景，分不同节奏和场景，逐步展开项目的度假氛围，例如动感广场、童梦广场、水舞广场、慢活广场。动感广场包括健康餐、运动品牌旗舰店、运动跑道。童梦广场，参考案例 teamLab“未来游乐园”、“Kidzania(趣志家)”、“乐高探索中心”。水舞广场，为了延长游客逗留时间，配合本土特色文化内容和国际文化交流的诉求，打造集艺术、文化、亲子、会议于一体的小型剧场（其中包括微型儿童剧场），且配合建筑灯光秀打造休闲娱乐氛围。慢活广场，通过慢生活休闲业态的特色主力店打造，奢侈品

文化艺术博物馆、商业 show、书店、共享空间等。

商业街区亮点业态采用海鲜市集，结合展示、零售、观光、互动体验、教学培训及“天空海洋”，打造海南最大最国际化和业态最复合的“海鲜美食迪斯尼”。

4.4.3 公寓——乐活品质格调生活空间

公寓定位：集品质居住、智慧服务、优质配套、生态艺术于一体的乐活品质格调生活空间。

公寓产品打造亮点：打造多层次复合生活社区，为住客提供有归属感的、配套完善、生态自然的优质生活居住空间，同时形成项目独特的市场竞争力。

公寓产品定位：生态居家+小资格调+贴心服务+社交平台

产品户型设置：一房一厅：45~60 m²（主力户型 80%）

两房一厅：60~80 m²（20%）

4.4.4 住宅——国际旅游中心特色型滨海品质居住空间

本项目住宅产品定位集高端智慧、阔绰舒适、健康持续、乐活人本为一体，充分利用免税城所营造的国际旅游商业氛围及优越海景资源打造舒适改善型中大户型住宅产品；最终定位形成国际旅游中心特色型滨海品质居住空间。

产品设置：针对居住改善客、中级投资客的 100~120 m² 产品；针对高端投资及自住客户的 120~140 m² 产品。住宅产品户型配比依托西海岸主要住宅产品户型配比，并结合本项目定位及特色进行分配。考虑到本项目占据区位优势及住宅产品定位，建议配比如下：100~120 m² 的户型占比在 65%、120~140 m² 占比 35%。

4.4.5 写字楼——承载港城产业的甲级写字楼

本项目由国家政策支持，以项目高品质写字楼为空间载体助力发展海口港航产业，承担领航海口办公模式转变的典范，打造陆岛港城一体化、平台化、人性化商务体验的海口首席甲级生态商务办公空间，从而助力海口产业发展、促进港航产业集聚。

打破海口传统商务产品局限，首创生态商务概念，引入智慧建筑理

念，营造领先、高效的商务环境。

产品设置：标准层面积 1600~2000 m²，户型组合 100~300 m² 以内为主。

4.4.6 酒店——陆港门户尊贵格调五星级酒店

依托本项目良好的区位优势，本项目酒店定位打造成为港口交通枢纽一站式陆港门户尊贵格调五星级酒店，打造繁华港口寻找暂避静谧休憩场所；尽享舒适、便捷的商旅奢华体验，最终形成：

商务休闲皆宜——多元享受配套设施

港口交通枢纽——便捷的通勤配套

国际化服务团队——舒适一流商旅居住享受

国际知名品牌——品牌效应尊享国际标准服务体验

产品设置：酒店客房数量 325 间，房型建议包含标准间（50 m²）、特色房间（50 m²）、行政客房（65 m²）以及套房（105 m²），建议标准间占比一半左右，特色房及行政房各占比 22%~25%左右。

4.5 项目业态体量

项目参考海口市城市规划技术管理规定，另包含地下仓储面积及公共空间。

表 4-5 总体开发空间测算（单位：m²）

海口项目规划面积指标（汇总）								
序号	名称	地块一	地块二	地块三	地块四	地块五	地块六	总体小计
1	占地面积	31175	16561	28632	21256	88566	137324	323514
2	建筑面积	107686	56976	104557	75559	255800	334010	934588
2.1	地上建筑面积	77938	41403	80170	59516	141000	233450	633477

第五章 建设方案

5.1 空间规划布局原则

(1) 资源价值最大化原则：

依据地块资源特性，最大化发挥资源优势。

(2) 因地制宜原则：

尽量尊重现有规划，依据地块权属及资源特征，在现有限制条件下布置功能。

(3) 集约发展原则：

功能分区清晰，各主题功能区之间需相互连接，形成整体的开发体系。

(4) 功能整合原则：

针对各功能组团的特点和关联度实施功能组合布局和区隔。

(5) 生态优先原则：

最大化保护、优化、发挥项目水岸和原有山林资源，营造可持续发展的生态环境。

(6) 规划协调原则：

与周边区域现有或未来规划之功能协调融合，互相补充。

5.2 空间规划布局方案

5.2.1 地块条件分析

表 5-1 地块分析回顾

地块	规划用途	可建设物业类型
一	商务金融用地 (B2)	办公
二	商业用地 (B1)	集中商业，商业街，服务型公寓等
三	二类居住用地 (R2)	住宅
四	旅馆用地 (B14)	酒店
五	商业用地 (B1)	集中商业，商业街，服务型公寓等
六	商业用地 (B1)	集中商业，商业街，服务型公寓等

图 5-1 地块分析回顾对照图



5.2.2 项目组团构思

一轴：

创享缤纷活力中轴、南北纵贯、活力商业、企业展示

一廊：

悦享人文生态走廊、生态绿廊、共享空间

四核：

特色商业驱动核、免税购物驱动核、体验互动驱动核、港航产业驱动核

图 5-2 项目组团构思



第六章 开发策略

6.1 项目开发指导思想与原则

- (1) 符合海口市及新海港的总体规划要求，适应产业发展趋势；
- (2) 满足国土规划部门的规划要求；
- (3) 规划的总体思路是体现“以人为本”的设计思想，功能设计应当以高端为目标，力争布局和功能分区明确、配套设施完善、安全舒适；
- (4) 在符合片区上层规划要求的前提下，项目的建筑风格应体现出勇于创新、开放包容的文化氛围，展现整个项目的时代特征，建筑设计造型现代、生动活泼、构思新颖。
- (5) 项目定位为环球体验交互式港城融合新领地，力争设计建设好几大功能分区，提升建筑物的集聚化水平和综合服务能力，完善、提升整个项目的创新服务体系。
- (6) 遵循满足当前需要、服务长远的原则，建筑设计必须充分考虑布局合理、功能齐全、设施先进、经济适用等各方面因素，并具有前瞻性和一定的超前性。
- (7) 建筑设计应严格执行国家有关工程建设的方针、政策、设计标准、准则与规范。
- (8) 建筑与周围环境应综合考虑防火、抗震和防洪等安全设施。

6.2 开发经营阶段策略

1、开发策略

项目体量较大且涉及业态较多，同时项目所在区域商业、商务氛围还未完全形成，需通过免税商业来带动周边发展，所以计划项目分两期开发。具体分期见第七章实施计划。

2、销售策略

由于本项目开发体量大，开发资金压力较大，需通过加速项目回款以缓解资金压力，实现项目价值最大化，建议可售物业：采用预售的形式进行销售，以免税购物中心、港口交通枢纽及未来规划的地铁口为核心吸引力进行宣传，提前锁定客户，在达到预售条件时快速去化。

3、经营策略

商业：免税商业以中免公司为经营主体，以免税客流为核心，以娱乐及体验式业态提升商业整体吸引力。

策略 1：发挥自身已有核心优势，形成市场壁垒，将免税做大、做强、做全、做精。

- 免税目前是公司自身的强引擎优势——自有的核心优势。
- 依托免税平台，充分利用枢纽位置，通过免税占领市场，树立口碑，打造面向国际的标杆项目。
- 产品要预留未来进一步升级的空间，且产品定位要有前瞻性和国际化，起到引领市场的作用。

策略 2：完善其他竞争优势，打造公司新的 IP，建设世界旅游零售的新名片、中国商旅项目的新标杆。

- 弥补海南旅游休闲娱乐业态的欠缺，提供国际水准的新型复合性休闲业态，增加除购物外的强目的性娱乐驱动。
- 打造免税与有税之间互惠互赢，互为补充提升的良性循环，形成更具竞争力的商业模式，提高本项目的市场领导地位。

公寓及住宅：首先满足免税综合体职工需求。剩余部分面向周边政务、商务客群出租或长租，可与知名长租品牌进行合作，提升项目品质，进而提高收益。

在酒店方面，建议与高星级国际知名连锁酒店品牌进行合作，打造国际标准高星级酒店，以符合项目自身定位，彰显项目品质，提升入住率及客房溢价，提高酒店收益。

第七章 项目实施计划

7.1 发展目标

7.1.1 项目定位回顾

本项目定位是环球体验交互式港城融合新领地，未来建成后将是辐射全球的免税购物中心、文化体验互动式的主题嘉年华、前沿多元的风情购物乐园，能够助推城市经济新引擎，引领都市生活新方向。商业整体定位为“世界旅游零售的新名片、中国商旅项目的新标杆”。以免税购物、美食体验、休闲体验为三大核心驱动。

7.1.2 发展目标

(1) 扩大国际自贸区及国际旅游岛政策影响力。通过打造中国特色港口免税综合体，充分响应政策号召，同时通过项目不断发展，夯实海口港口产业基础、改善贸易环境、提升海口的对外扩张影响力，将临港优势发挥极致，形成双重政策条件培育优质项目、以优质项目扩大政策影响力并产生带动性的良性互动循环。

(2) 海口开放创新的时代象征。通过独一无二的城市标志、建筑、公共艺术品等元素，展现海口伴随改革开放的历史沿革，在国际自贸港、一带一路的全新时代背景下城市面貌及精神的蜕变。

(3) 文化体验互动式嘉年华。以“体验感”为首要打造效果，通过商业区使得人与自然和谐交互体验，通过乐活体验运动游乐区、各类主题风情街区使得人与人之间和谐交互体验，为各国游客带来耳目一新的深度互动式休闲娱乐新方式。

(4) 辐射全球的环球国际人文消费中心。海口是国际自贸港、国际旅游岛、一带一路政策背景下的重点发展区域，通过打造超大型主题游购目的地，与海口其他景点资源的多点联动、串联发展，以吸引来自全球各地的游客集聚海口，助力海口发展，走向国际化。

(5) 通过打造海南乃至国家级名片式商业综合体项目，提升海口旅游目的地属性的同时，为公司带来新的营收增长点，扩大业务版图，践行“打造世界一流的全球化旅游零售运营商”的发展战略，提升业绩及抗风险能力。

7.2 核心业态

(1) 免税商业综合体定位——世界最大单体免税商业及旅游购物目的地

(2) 特色商业街定位——海南世界级度假型商业街区

(3) 写字楼定位——承载港城产业的甲级写字楼

(4) 住宅定位——国际旅游中心特色型滨海品质居住空间

(5) 公寓定位——乐活品质格调生活空间

(6) 酒店定位——陆港门户尊贵格调五星级酒店

7.3 项目实施计划

7.3.1 项目开发计划

全项目分两期，一期开发“地块五+地块二+地块三”，二期开发“地块一+地块四+地块六”。

图 7-1 项目开发周期



表 7-1 项目开发周期

开发分期	地块及体量	建设周期
第一期	地块五+地块二+地块三，免税商业综合体+公寓+住宅	36 个月
第二期	地块一+地块四+地块六，商业街区+写字楼+酒店	42 个月

7.3.2 项目租售计划

写字楼、住宅、部分商业销售；服务型公寓、酒店、免税综合体、商业街区自持运营。

第八章 投资估算与资金筹措

8.1 项目投资估算

根据已成交的土地价格及费用、近期海口市建设工程价格信息、工程造价定额资料及项目的具体情况，经分析测算，确定本项目总投资估算额。

本项目总投资额为 128.6 亿元，其中一期项目投资额为 58.8 亿元，二期项目投资额为 69.8 亿元。本项目开发成本为 110.8 亿元，期间费用 17.8 亿元。

8.2 项目资金来源

本项目遵循滚动开发原则，投资资金来源为自筹资金。

表 8-1 总投资估算表

序号	项目名称	总额(万元)	占总投资比例
1	土地成本	162,585	12.6%
2	前期工程费	71,574	5.6%
3	基础设施建设费用	76,546	6.0%
4	建筑安装工程费	707,934	55.1%
5	开发间接费用	27,532	2.1%
6	不可预见费用	61,692	4.8%
一	开发成本合计	1,107,863	86.2%
7	管理费用	26,508	2.1%
8	财务成本	132,825	10.3%
9	销售费用	18,532	1.4%
二	期间费用合计	177,865	13.8%
三	总投资	1,285,728	100.0%

第九章 项目财务评价

9.1 前提假设

9.1.1 项目成本测算前提假设

项目建安成本测算取值说明：

一般情况下，概念方案阶段的成本>方案阶段的成本>扩初阶段的成本>施工图阶段的成本，目前项目处于概念方案阶段，因此不可预见费约按综合建安总成本的7%取值（其中主要考虑人工、材料、机械市场涨价、建筑造型复杂、商业部分因招商引起的拆改及海南岛的地域特殊性等情况将导致成本的增加）；其中，商业不可预见费约按综合建安总成本的10%取值，其它均为常规业态取值约为4%。

9.1.2 项目收入测算前提假设

根据项目营业业态预计的完工开业计划及对于测算经营期的要求，各业态经营周期如下表：

表 9-1 项目经营周期

业态	年份
免税+有税	2022-2037
住宅	2022-2031
公寓	2022-2037
停车场	2022-2037
酒店	2026-2037
商业街区	2025-2037

9.2 盈利能力分析

9.2.1 项目测算结果

根据测算，该项目内部收益率约为14.4%，财务净现值14.7亿元，静态回收期15.8年，动态回收期18.3年。

9.2.2 项目收入

项目全周期收入共 482.6 亿元，包括：可售物业的销售收入 52.9 亿元、持有物业运营期收入 275.1 亿元、持有物业运营期末变现收入 154.6 亿元。

9.2.3 项目支出

项目全周期支出共 330.6 亿元，包括：项目开发成本 110.8 亿元、管理费用 2.7 亿元，销售费用 7.3 亿元（含运营期末资产变现费用），出租物业经营成本 62.0 亿元，酒店经营成本 11.1 亿元，财务成本及费用 30.4 亿元，税费 106.3 亿元。

第十章 经济效益与与社会效益评价

10.1 经济效益

项目建成后未来经营收入构成主要以三大部分为基准。第一部分为商业物业销售及租金；第二部分为项目写字楼销售；第三部分为项目公寓、住宅销售及租金。

项目销售增长率呈上升趋势，力争在项目建成后五年内，持续提升自身实力，在稳固商业地位的同时带动上下游行业发展，构建行业生态圈。

本项目建成后，还可以改善当地的商业环境、提升周边的土地。因此，该项目具有较大的潜在经济效益。

10.2 社会效益

项目建成投产后，对当地优化产业结构、改变经济增长方式、提高土地资源综合利用率，实现经济循环发展有着良好的促进作用。

(1) 本项目建设有利于推动城市与企业共同发展，互利共赢

一方面，项目解决了城市快速发展所面临的资金、管理、信息和技术需求等问题，盘活了城市存量土地资源，提高了土地资源的使用效率和单位产出能力，实现居民增效增收。另一方面，通过项目建设，使企业可实现自身长期发展的战略目标，强化与下属及关联企业之间的协作与联系，提高专业化协作配套程度，构建符合企业现在及未来发展需求的组织架构和产业发展模式。

(2) 本项目建设有利于资源整合

通过项目的建设发展，可把资金、产业、技术、服务、土地、劳动力等优势资源聚集在一起，形成规模效益和产业集群，产生聚集效应和辐射效应，成为当地加快城市化进程、实现创新驱动发展的有效途径。对城市乃至全省经济社会发展和积极参与粤港澳大湾区建设、支持国家港口建设以及提升区域竞争力具有积极的促进作用。

(3) 本项目建设有利于提高居民经济收入，提供大量就业机会

本项目建成后，项目的经营将可为当地提供大量的就业岗位，为当地富余劳动力转移就业提供了良好的空间环境，同时带动周边区域经济发展，最终有利于当地居民收入水平与生活质量的提高，为当地社会经济发展、构建和谐社会发挥积极作用。

(4) 本项目建设有利于增加政府财税收入，促进社会事业发展

项目建成后，随着符合条件的企业入驻投产运营，项目将直接为当地政府带来明显的“税收贡献效应”，包括企业的税收贡献和员工的个人税收贡献。同时，项目发展具有良好的“产业乘数效应”，将可带动或促进当地信息、金融、中介服务和教育培训、电子商务、现代物流等新型服务业的发展，最终有利于增加当地政府的财税收入，促进当地社会事业发展。

(5) 带动消费促进经济增长

项目具有“消费带动效应”，项目建成投产后，大量游客的消费活动为城市的零售、酒店、餐饮、物流、金融等行业带来巨大的经济收入。另一方面，大量企业的商务活动、会议、办公生活等各种活动为项目所在区域带来了各种长期的配套消费。同时，各企业大量的员工，其住宅、交通、子女教育、健身、购物等各种形式的个人生活消费需求，也为当地带来了大量的消费市场。项目的这种消费带动效应将对项目其所在区域的经济发展有着积极的推动促进作用。

综上所述，项目具有良好的社会效益。

第十一章 风险分析及对策

11.1 潜在风险分析

综合同类项目经验，本项目建设的主要风险因素有政策风险、经营管理风险、市场风险、开发建设风险等。

11.1.1 政策风险

海南房产全域三限政策风险：目前海南地产实施的严格的限购、限售、限价政策没有解禁时间表，将影响可售物业部分的去化周期。尤其是海口进一步增强商业、办公类建设项目管理，对户型、最小分割单元的要求都进行了进一步要求。

11.1.2 经营管理风险

一是存在业态规划与目标客群定位偏差风险：商业体量大，业态丰富，在首期开业后，在持续开发过程中，存在目标客群与消费需求变化导致的业态调整风险，甚至影响项目整体经营收益。

二是优质品牌招商存在风险：优质品牌多集中在岛外，受海南地理环境所限，人工、营运及物流成本相对较高，如遇国内零售市场环境低靡，品牌方将大幅减少拓展门店数量，甚至目标品牌将考虑暂停进入海南市场，项目招商易出现风险。

三是专业人才不足风险：从项目本土化经营方面考虑，海口市人才市场相对匮乏，对于项目长期运营，可能会出现专业人才缺乏，管理经验不足的风险。

11.1.3 市场风险

一是项目所处西海岸片区属于新开发区域，商业氛围尚处培育期；且当前国家鼓励发展跨境电商，有可能进一步出台相关支持政策，对商业市场份额有一定影响，所以本项目未来对目标客群的吸引力存在不确

定性，客流量和提袋率有可能未达预期，同时海南淡旺季市场人数的巨大差异或将影响免税城的可持续经营。

二是本项目体量较大，涵盖业态较多，未来存在因政策和经济等方面影响造成可售物业需求发生变化而导致项目去化不达预期的风险。

11.1.4 开发建设风险

一是项目现场施工环境风险：项目现场临近海岸、地下水位高（地表1m以下见水），为渗透系数较高的砂层地层；位于热带季风气候地区，存在季节性施工及台风影响。

二是项目设计风险：项目体量大，地标性要求高；动线交通复杂，港航枢纽、地面交通中心（GTC）枢纽，含地铁、云轨、港航地下快速通道等多种交通系统预留接口多；建筑空间变化多样，柱网不规则；涉及大面积、系统复杂的屋面钢结构和屋面维护结构。

三是项目工期和品控风险：单体面积较大，各专业分包多，现场施工组织、交通安排难度大，存在交叉施工、立体施工现象。新技术、新材料、新工艺、新设备应用对项目设计意图展现、高精尖建造品质要求高。

四是成本控制风险：现设计方案尚未确定但应政府要求已提前完成EPC总包招标，中后期对成本管控压力较大；项目材料设备选型多、建设周期较长，受市场波动影响大；现有意向方案中涉及红线外广场、与GTC连接、地块之间连接等暂未包含，若实施则成本控制风险增加。

11.2 风险防范措施

11.2.1 政策风险防范

充分考虑海南房产三限规定对项目销售去化的影响，及时关注政策的动向，对相关商业办公类物业进行规范管理，争取对项目有利的“一企一策”保障机制。同时，可通过产品打造，提升产品附加值，向相关单位申请限价突破实现销售预期；或采用面向企业大宗销售、合作、资产证券化等方式实现销售物业去化。

11.2.2 经营管理风险防范

一是实时监控市场客群需求变动，及时调整优化业态规划及经营方案。

二是结合海棠免税城一期及河心岛项目的经营管理经验，以公司的丰富资源为依托，逐步开发自主 IP 品牌，保证项目招商品质；同时可通过免税影响力提升品牌商的信心，或采用推荐加盟商合作的方式实现优质品牌招商。

三是加强内外部人才挖掘、培养，发挥现有人才专长，全程参与项目建设、管理、指导、监督和运营，同时拓宽市场化人才引进渠道，不断引进当地优秀专业人才。

11.2.3 市场风险防范

一是实施差异化产品及市场策略，配以特色休闲体验业态，提升项目的影响力和综合竞争力，形成品牌效应；

二是做好相关行业的异业协作，加大项目的宣传推广力度，挖掘消费潜力，提升项目吸引力；

三是通过规模化优势提升议价能力，降低采购成本，提高线下客流转化率，并且借助产品的级次、丰富度，货品的及时性等优势加大对目标客群的吸引力；

四是在保障项目旅游旺季平稳经营的基础上，挖掘并更新项目在淡季的主题亮点，挖掘季节性的市场机遇，通过本项目地标性的物业规模，营造稳定的客流，打造项目更平衡的市场表现；

五是充分利用免税业务吸引力，加大市场营销力度，打造成成熟商业氛围，同时加强产品设计，保证项目品质，提升可售物业去化能力。

11.2.4 开发建设风险防范

一是成立现场环境应急领导小组，建立现场监测体系，基坑施工阶段设置地下水位监测、基坑水平位移监测点，雨季做好天气观测、跟踪台风预报信息；做好水泵、水管、苫布等应急物料准备，确保现场施工安全。充分考虑施工环境对工期的影响。

二是明确设计先行机制，引进国际知名设计团队进行方案设计竞赛，优选最佳方案展现建筑标志性；聘请专业设计咨询单位，对建筑空间造型、交通动线等进行优化；对屋面钢结构、幕墙、精装、泛光等专项设计进行深入的效果把控；利用 BIM 技术、样板引路，实现设计、施工的有效衔接和问题解决。

三是执行项目经理负责制，编制施工组织设计，明确工期进度、质量安全、工序安排、交通组织、资源筹措、四新创建等要求并严格落实；推行现场例会制度，协调施工作业面、工序穿插、品控整改事项；执行设计交底工作机制，建立国优工程创建小组，按照鲁班奖标准进行品质把控。充分发挥监理作用，进行“三控两管一协调”管控。

四是完善目标成本管理制度，落实责任成本；加强设计成果管控，执行限额设计；强化合约规划，明确合约界面划分；施工中加强事前审批，执行动态成本管理，及时启动预警机制；引进行业内知名造价咨询单位，协助进行成本管控；红线外事项若实施则必须另行专项汇报通过后方可实施。

第十二章 研究结论

项目符合公司打造免税商业综合体，形成以免税为核心，涵盖有税零售、文化娱乐、商务办公、餐饮住宿等多元素的复合型旅游零售综合体的战略方向。

综合考虑项目宏观开发背景、市场容量、消费力及资源等因素，从项目投资与经营角度分析，项目具有较好的投资价值与发展前景，项目可行。

12.1 经济可行

项目总投资额为 128.6 亿，其中：开发成本 110.8 亿元，期间费用 17.8 亿元，销售额约为 52.9 亿，内部收益率 14.4%，静态投资回收期为 15.8 年，动态回收期 18.3 年。从财务角度分析，项目具有较好的现金回流状况。

本项目建成后，将对提升公司的盈利能力、全球综合竞争力和品牌影响力具有重要意义。

本项目不会对公司 2019 年总资产、净资产、负债、净利润等财务状况构成重大影响。

12.2 政策可行

该项目获得国家和海南省海口市政府的大力支持，作为省内首个高战略定位大型海港项目，经济与政治战略意义重大。此外，项目还契合国家“一带一路”倡议、粤港澳大湾区、“旅游+”和“+旅游”新业态、国家港口建设战略、国家加快经济转型升级与产业结构完善的总体导向，符合海南省“海口自贸区与国际旅游岛”的政策导向。海口市国际免税城项目是一个具有高定位高战略的项目，为本项目的投资和经营提供了积极有利的宏观政策环境。

本项目可充分发挥旅游度假、产业办公、商业服务、保税物流等产业体系建设的在扩大内需、拉动消费、增加就业、促进现代服务业、金融

业、信息技术等相关产业发展，推动经济转型升级过程中的重要作用，促进社会经济的可持续发展，最终有利于提升百姓福祉，构建和谐社会，促进全面建成小康社会和实现我国两个一百年的奋斗目标，项目具有政策可行性。

12.3 市场可行

从旅游需求来看，海南省消费主力人群结构升级，拥有大量中产阶级、90后、商务人群。主力消费人群经济独立，旅行消费占比高，消费习惯以度假休闲游览、疗养、商务差旅、中转逗留等多样化高层次综合性旅游体验为主，符合海南市场。从旅游供给来看，海口市拥有丰富的交通运输网络，交通方式多元化发展，航线邮轮等不断开发。海南旅游资源丰富，接待旅游总人数持续保持上涨趋势，越来越多的国内外游客选择海南作为旅游度假目的地，未来旅游客户数量持续上升，本项目所占据的客户市场将会较大。

海口商业市场以传统百货及购物中心为主，竞争激烈，结构性过剩，未来竞争格局势必会逐步加剧，同时免税综合体存在空白。受住宅限购的影响，商业成交量及价格将会向好。写字楼市场随着众多高品质项目入市，商务氛围将会逐渐浓厚，需求与供给均较大，租金售价将进一步被推高。海口市蓬勃的旅游业直接拉动酒店旅馆业发展，入住率高且发展空间大。海口房地产各物业存在巨大的市场上升空间，整体市场环境呈积极态势，本项目具有市场可行性。

12.4 产品可行

本项目将会打造一个全时、全季、沉浸式港口体验综合体，涵盖免税购物、多元购物、体验乐园以及港航产业。产品定位及打造符合市场大环境，集商业、办公、港口等于一体，功能多元化，精准针对目标客群中产阶级、90后以及商务旅客。同时，本项目辐射范围广，立足西海岸，与市内长影100、海口秀英港以及海口市政府形成多维联动，共同促进港口经济腾飞。

本项目对比以深圳万象城、上海国金中心、成都太古里为代表的国内顶级商业项目，具有以下共同点：集聚国内最齐全的一线奢侈品牌和优质餐饮；中国商业项目的名片及代表项目；中国最高标准的品牌组合、设计水平和运营能力。同时具有以下优势：

- 业态更加丰富多元：其他项目主要为单一购物和基础的影院等娱乐业态，本案业态上除传统购物外，更多餐饮、亲子体验、演艺表演、文化展示等休闲娱乐业态，打造全业态商场；
- 内容更加创意创新：本案的业态较其他项目更加创新，如结合联合办公、餐饮和儿童游乐为一体的新型态书店空间；区别于传统超市的新型态市集；
- 设计更加场景化和特色化：区别于其他项目千篇一律的城市型高端购物中心设计，本案通过“热带雨林”进行场景化设计，使建筑 and 空间本身成为景点；
- 更前瞻性和精准的客群定位：其他项目定位客群较传统，本案面向未来新世代消费群体，尤其 80、90 后客群；
- 本土文化元素：其他项目相对欠缺当地城市本土文化（尤其前两个项目），本案无论是业态（如海南市集）还是设计（胥家渔排设计），均给消费者提供本土文化的沉浸式体验，体现海南特色。

本项目对比以新加坡怡丰城、新加坡 Jewel、泰国暹罗天地为代表的国外顶级商业项目，具有以下共同点：同样主要针对游客，代表新型度假商业模式，较国内城市级购物中心更多创新内容。具有以下优势：

- 与消费者更加互动的复合式业态：如结合联合办公、餐饮和儿童游乐为一体的新型态书店空间；区别于传统超市的新型态市集（Iconsiam 的市集主要为夜市餐饮和静态的地方文化展示，本案的市集将融入更多与消费者互动的体验式体验，例如：除品尝美食外，消费者还可以参与到食材制作、厨艺教学、视频录制等；另有大量的手工体验业态；

- 更多更创新的亲子互动业态：如儿童雨林知识探索学习、互动式表演、亲子剧场和丰富的儿童娱乐内容选择（如 Teamlab 类互动式艺术体验）；
- 更多面对未来年轻消费群体的科技应用：其他项目目前欠缺的科技应用，如 VR 虚拟现实技术，智能交互科技）为本案的吸引内容之一；
- 增强活动区域及演艺部分：规划 2500 m²的中央活动广场，并含 Arena Stage 舞台，给大型市场活动、展览提供空间；
- 室内空间的室外街区氛围：类似背景颐堤港冬季花园的“层层退台式”垂直立体空间，结合平面的热带雨林式空间，给与消费者“类室外”的休闲度假氛围；
- 亚洲首家“热带雨林”主题商业：通过绿化、雨林、瀑布等场景化设计，打造亚洲首个真正以热带雨林为设计理念的商场，同时结合互动式业态（如儿童森林学校），成为项目的核心吸引之一；
- 海南本土文化：集合海南热带旅游岛的特质，不仅挖掘美食和风俗文化，更通过场景化设计还原文化体验空间，如胥家文化、渔排设计等；
- 免税购物优势：免税仍然为项目首要核心吸引力，规划全球最大单体免税店。

本项目具有良好的实施环境条件。项目符合国家、省、市“十三五”发展规划纲要和相关产业政策，也符合场址所在区域的城市总体发展规划和土地利用规划。同时，项目场址所在区域的交通、电力、电信、给排水、天然气等市政配套设施条件良好，公司具有一定的开发建设与管理经验，项目的运营管理条件良好。

综合所述，本项目是在综合考虑项目资源优势、市场前景和预期经济效益等多重因素的基础上提出的。本项目政策站位高，运营条件有利，建设条件良好，产品吸引力较强，财务评价客观，预期效益良好。