

张家界大成山水国际大酒店成世界旅游酒店新主角

中国最大酒店迎来行业黄金时代

国务院通过《关于加快发展旅游业的意见》，从国家层面确立旅游业为战略性产业



未来的中国最大酒店——大成山水国际大酒店坐落于张家界天门山脚下。

世界的张家界呈现黄金投资价值

中国首批入选的世界自然遗产、世界首批地质公园、国家首批5A级旅游景区，张家界是世界旅游业的奇迹。

把中国最大酒店建在张家界，毛致平瞄准的正是稀缺的市场空白即会议型高档旅游酒店市场。驰名海内外、历史悠久的张家界，正是资源型城市（自然资源和人文资源）和度假型城市，是目前国内酒店业投资新热点。

每年11月以后，张家界进入旅游淡季，而这时正值会议高峰期。毛致平算了一笔账，张家界高端酒店在旺季可以有80%—90%的入住率，而如果在淡季抓住商务旅游这一需求，淡季的入住率同样可以保障。目前，张家界五星级酒店房价在淡季约为600元以上，旺季为1000元以上，价格比省会长沙高了50%——这意味着，在张家界做到50%的入住率，盈利可以相当于在长沙80%的入住率。跟湖南省会长沙相比，张家界在国际上的知名度更大，每年上百万境外游客对张家界高端酒店的需求非常大。

张家界作为湖南旅游文化的代表，最终将成为世界最具影响力的出境游市场之一。除了不断增长的境内游、会议、商务旅游对高级商务酒店的需求不断增加外，亚太地区、欧洲和美洲源源不断的客人也对张家界高级酒店的发展提出了更高层次的要求。作为该市的重点投资项目，大成山水国际大酒店不仅仅依靠中国最大酒店的称号来扩大其品牌知名度，更重要的是，大成山水国际大酒店的建成，将填补张家界旅游市场的一个巨大空白，为张家界获取境外游客及扩大国际影响增添重要的砝码，而且对湖南乃至中国旅游产业的升级产生示范引擎的地标作用。

11月25日，国务院讨论并原则通过《关于加快发展旅游业的意见》，对旅游业提出了明确的发展目标，从国家层面确立旅游业为战略性产业，这与刚刚闭幕的中央经济工作会议把启动内需作为明年“稳增长”的战略部署不谋而合，可以预见，中国旅游业、饭店业的黄金时代已经到来，中国最大酒店碰到了千年一遇的重大利好。驰名中外的张家界成为世界旅游业的新主角，这个新主角底牌成色很好，为张家界、湖南、中国获取境外旅客及扩大国际影响增添重要的砝码，中国最大酒店张家界大成山水国际大酒店必将对湖南乃至中国旅游产业的升级产生示范引擎的地标作用。

■记者 何小红

中国旅游酒店黄金时代重大利好

“这是行业的重大利好。”在湖南大成山水酒店管理有限公司董事长毛致平的桌上放着一则他反复叮嘱办公室为他准备的一份资料——上月25日，国务院召开常务会议，讨论并原则通过《关于加快发展旅游业的意见》。

抄世界金融危机的底，这位低调的老板去年全资收购中科智张家界酒店项目，并志在打造中国最大的酒店张家界大成山水国际大酒店。超过2100间客房数量，15个100人至1500人左右的会议厅，其中有2个2000平方米的高配置多功能厅，业界人士目前没有在中国发现第二个超过上述规模的酒店。“国际金融危机对酒店业的不利影响已经过去，我对酒店业未来的发展持乐观态度。”毛致平认为。

毛致平的乐观态度是有依据的，旅游是启动内需的重要方式。旅游行业涉及“吃住行购游娱”多个子行业，产业链长；而根据世界旅游组织作出的测算，旅游业

每直接收入1元，会给国民经济相关行业带来4.3元增值效益。国内旅游业正处于黄金发展期。

毛致平的观点来源于中国经济发展的强劲势头和旅游业的飞速发展。中国GDP连续8年增速世界第一，截至2008年年底，中国的GDP为4.3万亿元，位居世界第三，今年有望超过日本，跃居世界第二。经济的高速发展促进了旅游和酒店业的飞速发展。

据了解，近年来，休闲旅游业在国民经济中的比重逐年增加。据国家旅游局统计，2009年“十一”黄金周，旅游总人次达到2.28亿，比去年增长28.1%。

国务院常务会议11月25日讨论并原则通过《关于加快发展旅游业的意见》，提出把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，毛致平看作是酒店业投资的“非常大的利好消息，可以说是千年一遇”。

当代节能置业：把科技融入生活

——访当代置业(湖南)有限公司副总经理张智涛

品牌认识——印上当代出品的印记，就是品质保证

和大多数职业经理人一样，张智涛自信、健谈、繁忙、干练，但还是在百忙中抽出时间接受了记者访问。“只有品牌才能形成客户认可和持续购买。”谈起当代的品牌之路，张智涛总结了四个字：精雕细琢。

张智涛说，房地产作为一个极其特殊的行业，更需要对产品品质精雕细琢，因为人们不仅仅是购买房子，更是构筑一个“家”，极其细小的缺陷都可能对生活产生很大的影响。

企业文化——科技地产推动品牌化进程

对自然、对城市、对居住者以及未来的子孙后代，到底要建造什么样的建筑，才是他们需要的建筑。这是张智涛和他所在的当代节能置业集团一直思考的问题。“人对房子的需求，首先是有个地方住，其次是面积大一点，装修好一点，这些大多数开发商已经能够做到。但回归到居者本身的需求上来，——对舒适度的需求还远远没有达到。所以，我们想我们的房子怎样能比别的房子住起来更舒适，达到人们生理上的最高需求。从一个比较小的角度入手，比如居住在一个温度和湿度相

当代置业(湖南)深知只有拿出品质过硬的产品，才能让购房者对品牌产生信任感。因此对自己出品的产品要求到了极其苛刻的地步，张智涛说：“我们在品质上要能做出承诺，敢于在项目印上‘当代出品’这样的印记！”

“我们所有的楼盘方案均出自国内外著名设计师之手。”张智涛说，一个设计师的生活品位和生活态度对他的作品具有极大的影响，他们希望能把最卓越的生活品位和健康的生活

对都比较恒定的环境，是更加舒适的，在目前状况下，只能通过科技手段来实现。这就是当代科技地产的由来，也就有了MOMA恒温恒湿的系列科技建筑”。

做科技地产让当代节能置业在北京市场上名利双收。然而，要把这个成功的模式原版复制到长沙市场，摆在张智涛和他的团队面前的，是重重困难。

“首先是市场认可的问题。在北京，绿色环保节能材料和建筑等概念早已深入人心，人们接受起来很容易。而在长沙，做科技地产

态度带到长沙。“如建筑规划设计之初，我们邀请了英国节能建筑创始人比尔·登斯特先生作为建筑节能顾问进行规划设计。一期建筑不是中规中矩的正南朝向，而是以南偏东12度的方向进行建筑摆布，同时建筑间天际线也是错落设计。经过反复地地理风向试验，这样的规划顺应夏季主导风向，自然风就能顺畅地导入社区并形成对流，提高社区居住舒适度，使社区的平均温度比市中心低3—5℃。”

的企业寥寥无几，虽然这几年政府也在宣传和提倡，但是要改变市民的观念，培育这样一个市场，需要一个很长的过程。其次是成本投入和回报率的问题，如果完全按照北京当代MOMA的标准，我们需要比原先传统的产品增大30%以上的投入。但在长沙，市场能接受的价格底线非常有限，于是，将万国城MOMA的建筑方案进行了适当的调整。采用逐步提高科技附加值的做法，在市场逐渐成熟的同时，万国城MOMA的产品也在升级换代中。

发展战略——谨慎但不盲目地扩大市场份额

当代节能置业是一家以房地产为主力的综合性企业集团。截止目前，下设北京东君、当代房产、澳新纪元、北京新动力、山西红华房产、山西红华置业、当代天启、湖南置业、首都设计共九家子公司。

公司战略定位于为广大消费者开发舒适而节能的房地产产品，其中万国城MOMA(北京)荣获亚洲人居环境协会颁发的“亚洲绿色生态健康住区科技应用奖”等大奖；当代

MOMA更因其大规模使用地源热泵系统而跻身世界一流建筑，被美国《大众科学》杂志评为“2006年世界七大建筑工程奇迹”，被美国《时代》周刊评为“2007年世界十大建筑奇迹”。

对于未来的长沙市场，张智涛保持乐观谨慎的态度。“多个行业巨头也可能在城北有大的动作，这也是他们看好城北片区发展前景的表现，一方面也将加剧城北市场的竞争。”

在张智涛看来，明年或许是城北开发商

重新洗牌、产品“升级换代”的一年。“明年，也将是当代大展宏图的一年，万国城MOMA后期升级产品的开发正在紧锣密鼓地进行中，对于未来发展局势，我持谨慎乐观的态度！”

张智涛认为，地产行业不仅是一个资本竞争的行业，也是一个人才竞争的特殊行业。当代置业集团要客观地认识自我，努力追求品位、品质、品德的理念，以谨慎乐观的态度，促进资产价值与品牌价值快速成长。



当代置业湖南副总经理张智涛。

几年前，当大部分开发商还处在怎么盖房子，怎么设计户型的地产开发初级阶段时，当代节能置业已经在思考——如何将空间节能技术融入普通人的日常生活中。

当代节能置业深知，人对房子的需求，早已过了简单“居所”时代，居住空间不应该只满足“居住”的功能，而应该承担起“使居住更舒适”的可持续发展的地产更高命题。

当代置业(湖南)公司为当代节能置业下属子公司，其秉持“科技建筑美好生活”的企业理念，于国内除北京之外的异地开拓先锋，率先来到长沙。经过3年多的扎实积累，已经成为长沙品牌企业的代表之一，同时也是一家把科技融入生活、把品位、品质、品德理念真正落到实处的企业。科学化度量，人性化设计，精工化建造，当代置业(湖南)公司凭借其雄厚的企业实力与超前的企业理念，第一次在湖湘大地举起了科技地产的旗帜。

当代置业(湖南)的品牌之路是如何在短时间内完成的？有哪些经验值得与业界共同分享？记者近日专访了当代置业(湖南)有限公司副总经理——张智涛先生。

■记者 何小红