



顶级会馆：都市发展的必然——专访成都会馆馆长刘晓东

在成都会馆五岳宫内，就成都会馆目前的经营思路以及会所行业发展，成都会馆馆长刘晓东接受了记者专访。

本报记者（以下简称记者）：刘总，我们知道成都会馆专门为商业精英人士打造，请问缘何想到在成都打造这样一个顶级会馆？

刘晓东：成都会馆我们的定位是一个成功商业人士的俱乐部，这样的俱乐部是以会员制为根本前提的实体，定位相对高端、有入场门槛的私人俱乐部。每一个大都市都应该有这样的一个或多个俱乐部，作为经济发展较快的成都，这样的一家私人俱乐部，是多数商业人士的众望所归。

记者：成都会馆的服务定位具体是怎样的？

刘晓东：我们致力于打造一个不论在品质上还是服务上都在本地区无与伦比的城市俱乐部。我们渴望成都会馆因其精致温馨的服务品质而享有盛誉；我们期望成都会馆会是一个永远让人感到惬意和放松的地方；我们的目的是：以无可挑剔的顶级管家服务维护和提供给会员无可挑剔的顶级设施和服务。

我们的使命是在俱乐部的任何地方都提供超乎客人期望品质和水平的顶级服务。每一次成都会馆的奢华体验之旅均从会员及贵宾踏入大门之刻开始到他们离开结束。在每一个环节他们都将无一例外地享受到微笑的礼遇和专业的服务。

记者：“美得一塌糊涂，贵得一塌糊涂”是消费者对一些高端会所的感受和印象，成都会馆消费定位如何？具有哪些功能和吸引会员的活动内容？

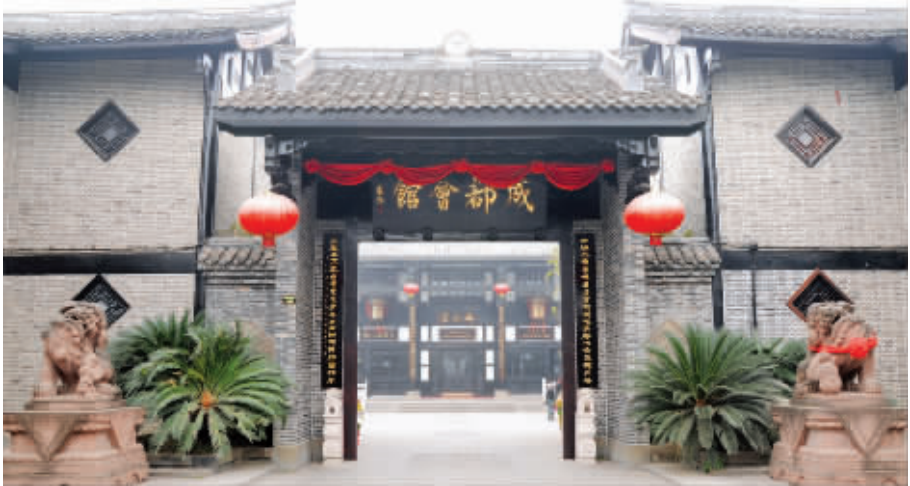
刘晓东：这其实是外界人士的一种误解，会馆的目的并不是把平民拒之门外。一方面，要为会员提供优质的服务；另一方面，会员来到这里也可以只喝一杯水和吃一碗面，关键是体验我们给会员的尊贵服务。我们为会员精心打造一个思想自由碰撞的交流空间，以此提供给他们丰富社会、职业、社团和个人生活的优良机会。

记者：您认为，高端私人俱乐部的发展趋势应该是怎样的？

刘晓东：每个城市都应该有这样一个或者更多俱乐部，但国内的行业合作尚未开始，且各不服气。这没有必要，我们应该携手，为什么？会员们需要，我们联合就可以，也才可以为他们提供你自己无法完成的外延增值服务。这样，他们使用异地俱乐部的代价是很低的，几乎不需要什么入门费用。如果他是行业联盟中被默认的会员，他就有权使用联盟中任何一家会所。因此，站在为会员服务的角度上讲，俱乐部行业应该联合！

成都会馆：汇聚成都元素 尽享『平淡』奢侈

【引言】：随着商业经济的进一步发展，在各大都市逐渐涌现一个新的名词：商务会所。严格的入会制度、高昂的消费门槛无不为其披上一层神秘面纱。近日，记者一行走进运营半年多的成都会馆，一窥其神秘色彩。



若不是亲眼所见，你根本无法想象身居闹市也会有这样一个所在：它宁静、祥和、静谧……让人在喧嚣的都市中感受生活的恬静，惬意的生活和商务洽谈在这里被和谐地融为一体。这里由 16 座具有川西民居风格的古式建筑组成，有中、西、日、韩四大餐厅、水疗 SPA 和 22 套超五星级的客房等设施：这就是花亿元重金打造的西南首家六星级私人会所——成都会馆。

●彰显高品位成都文化

走进位于成都市中心文殊坊附近的成都会馆，流水潺潺，花香芬芳，让人体会到

一种古朴、典雅的氛围；而院内停放着的数辆价值百万的馆藏老爷车，和摆放着的价值 200 万的巨型乌木，则无声地传递出这里的高端品位。

整个会馆，有着 16 座川西民居风格的古式建筑，让人感受到川蜀大地不可思议的历史和文化。房间内，各种琳琅满目的手工艺品、装饰品和艺术品，都让人情不自禁生出崇敬之感。目光所及，极品红木家具令人感叹；大师级的蜀绣作品精致绝美，来自汶川的羌绣充满民族韵味；看似随意搭配的古董摆件实则工艺精巧；卫浴设备现代感十足，却也自然地融入了这份“古意盎然”之中。



记者评述 | Jizhe Pingshu

挖掘会所经济 需新理念包装

会所，作为尊贵身份的一种象征，在成都还算是一个新鲜名词，专业打造的高端会所成都会馆开业仅仅不到一年的时间，以其独特的入会制度、昂贵的收费给外人留下了神秘的色彩。刚刚起步的成都会所，将如何根据成都的地域特征和人文，来挖掘和发展本土的会所经济？

要有全新的理念

首先，要挖掘会所经济，必须要有全新的理念。发展会所经济不是提倡“贵族经济”，与提升大众消费环境并不相悖。首先我们应该承认社会差别。不同人士、不同阶层和不同区域必然存在不同的差别，这本身就是一个客观现实，存在差别并不影响和谐共存。尊重客观存在，承认社会差别，发挥各自优势，实行错位发展才能实现双赢和多赢，才是发展的真谛。事实上，反对差别，取消差别的观点不符合社会发展的客观规律。

注重近期培育，着眼长远发展。会所经济在短期内可能不一定产生十分明显的经济效益。会所经济的发展，从直接的角度看，所体现的仅



仅是一系列高端的精品消费和时尚的生活方式，但从间接和长远的角度看，更深远的影响和作用则是各界名流和精英人才的集聚，各种信息

的相互交流和各种资源的运作整合。因此，在发展初期应该积极加以培育和扶持。

通过挖掘历史文化，整合存量资源，提升功能内涵来创造价值。文化是一个城市的核心竞争力所在，也是它的核心价值所在。成都有着三千多年的历史，是一个历史文化底蕴非常浓厚的城市，所以与其他城市相比又有其特殊和优越性。蜀国时期的遗址、清末民初风格的建筑群，历代名人故居，各种民俗文化传承等物质和非物质文化遗产等，应积极运用并大力整合如此众多的、独一无二的文化资源，挖掘其内在的价值为成都的经济建设和社会发展服务。

借助总部经济

从大环境和发展趋势看，成都是西部大开发发展战略的重镇，经济稳步向前推进，是我国最具发展潜力和发展潜力的地区。目前，世界 500 强企业的纷纷进驻成都就是明显例证，大批总部经济的入驻成都，成都民营经济的蓬勃发展，对商务会所的需求将带来十分广阔的前

景。那些长期生活在被钢筋水泥森林所包围的大都市的企业家们，他们更希望能够在环境幽雅，私密性强的会所与朋友相聚，以释放精神上的和心理上的各种压力，商务会所的建立将迎合这种社会化的需求。

成都，是一个休闲城市，日新月异的发展带来了大批高端的消费场所和高档楼盘，因而也吸纳了一大批精英白领和高端的消费群体。据有关资料介绍，我国的中产阶层人数已接近 1 亿，并且还在迅速发展，成都人均 GDP 逐年向前发展，经济的持续繁荣，为高档奢侈品的消费带来大量潜在的客户群。

针对特定的高端奢侈品消费群体设立专门的会员制或准会员制消费会所，让高端消费者不用离开成都就可以享受货真价实的顶级商品消费，也是成都这座城市的品位象征之一。这种较为私密性的消费场所往往更能迎合特定消费群体的消费心理需求。

【本版文字由本刊记者喻宁采写 摄影 寒松】

财散人聚 人聚财来

□ 本刊编辑部

从报社总编辑为改版的周刊钦定下“聚商”这个名字后，《聚商》周刊的生命就在经理日报社开始孕育了，在社会各方朋友的注目与关爱下，《聚商》周刊在今天这个好日子：2010 年 5 月 2 日顺利生产了。

这个新生命未来会如何成长？我只能说，耐心地等着吧，未来会告诉你！从这一刻起，我们这个编辑团队将以生命的激情，用“笔”和“思想”去为新生命的成长护航！

聚沙能成塔，聚商能成怎样的气象呢？商业与人生的现实是：财散人聚，人聚财来。这就是商业的辩证法，也是人生的哲学。聚商的本质就是聚人，聚人则是商业经营的最高境界。

被称为经营之神的日本著名企业家松下幸之助有句名言：用天下的人做天下的事。因为天下不是一个人的天下，同样，事业也不是一个人的事业。能把天下的“人与事”看得如此透彻光明，还怕人不聚、财富不聚、不成大器？

当美国的比尔盖茨、巴菲特把他们富可敌国的财富——数百亿美元的个人财产捐赠给社会时，他们在思考什么？社会公众不仅关注他们的企业和事业，也必然会对他们产生更高的期望——拥有巨额财富固然令人羡慕，真正用好这笔财富，商人们才能赢得社会公众更多的尊敬。所幸中国也有陈光标、曹德旺这样的商人慈善家。

回归到人性，商人们在追求财富的时候，并不只是凶猛吞噬一切的经济动物，他们有着多维的视角，有着人类共同的精神文化追求，渴望回归理性与平和的家园生活。

本着商业与文化并重的办刊宗旨，我们将“书写精英阶层的生活，提供优质的生活资讯，引导高尚的生活追求，培养优雅的生活品位”作为办刊理念，为读者创造愉悦的阅读体验就是我们的义务和责任。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件，本报持证人员均在本报官方网站《金浪网》(www.jlrbnet.cn)上公布，可供查询或手机上网查询(jlrb1231bizcn.com)。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用；本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金，广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号，不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃处理。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028-68230681
028-68230659
028-87344651
举报传真:028-87325242
经理日报社

国内外公开发行
国内统一刊号:CN51——0098
邮发代号:61——85
第 112 期 总第 6538 期
2010 年 5 月 2 日 星期日
庚寅年 三月十九

「一个|阶|层|的|声|音|」

经理日报