

“虽然跑在路上时我们挺兴奋,看见的人也挺兴奋,但实际我们的出发点根本不是为了炫富,我觉得炫富的人十分肤浅,和真正爱车的人不是一个层次的。”

超跑俱乐部 “炫”车也低调

□ 孟 环

最近,北京长安街出现了由12辆兰博基尼组成的豪华婚礼车队并引起巨大反响,相关帖子一天点击量近10万,更被网友称为“最牛婚礼车队”。记者调查发现,这12辆兰博基尼背后,是一个拥有超过160辆超级跑车的俱乐部。12辆兰博基尼之一的车主K先生向记者披露了“最牛婚车队”的来龙去脉,也讲述了超跑俱乐部里车主们不为人知的故事。

4月曾去车展“踢馆”

最近,一个名为《羡慕嫉妒恨!长安街最牛婚车队》视频在网上引发了广泛关注。视频和照片显示:12辆兰博基尼跑车沿长安街一路开至中国大饭店门口,停车后,兰博基尼全部开启“剪刀门”,过往路人无不注目。来自北京晚报的报道称,K先生的兰博基尼就是12辆兰博基尼之一。据介绍,“最牛婚车队”的参与者都是超跑俱乐部的会员。其中一名女会员的亲戚要结婚,而这个女会员又酷爱兰博基尼,为给新人奉上一个特别的“兰博婚礼”,开兰博基尼的会员们就组织了婚礼车队,完全出自朋友之情,与炫富无关。

婚车队不仅引发了路人的关注,也没逃过执勤交警的眼睛。在长安街六部口附近,车队被交警拦了下来。交警向车主们表示,婚车车牌不能用“百年好合”等祝福标语挡住,遮挡号

牌属违法行为。众车主随后揭掉了“百年好合”,露出车牌,道歉并接受处罚,最后事件和气解决,未影响婚礼。

尽管婚车队被认为“最牛”,但K先生对这次活动引起关注表示了意外,“今年4月我们集体去逛北京车展那规模比这次大。”2010年北京车展期间,超跑俱乐部60辆跑车在工体集结后,一起开往新国展看车展。因60辆跑车在沿途及新国展造成了轰动效应,以至于抢了车展的风头,也被旁观者们戏称为去车展“踢馆”。

入会跑车最低百万元

K先生是超跑俱乐部的两位创始人之一,超跑俱乐部对会员的挑选具有非常明确的标准。在俱乐部的《申请要求》中,明文规定了可以加入的跑车品牌、车型,也特别注明了部分不得加入的跑车品牌和车型。《申请要求》中的第一句话即是:必须拥有一部以上跑车。

K先生介绍,去年7月,他和另一位29岁的朋友成为发起人,组织了这个俱乐部。现在俱乐部有130位左右会员,160到170辆跑车,约占北京跑车数量的20%,会员拥有的最便宜的车大概也得100多万元一辆。

至于为何组建这个俱乐部,K先生说,因为当时觉得南方有些城市都有自己的跑车俱乐部,可以参加一些相关活动,自己作为爱车人,就开始萌发组织北京第一支跑民间组织

的想法,把跑车文化建立起来。“虽然跑在路上时我们挺兴奋,看见的人也挺兴奋,但实际我们的出发点根本不是为了炫富,我觉得炫富的人十分肤浅,和真正爱车的人不是一个层次的。”

车主自称不是“富二代”

“不可否认,俱乐部里有一部分人是‘富二代’,但不是主流。”对于很多人习惯把跑车与“富二代”联系在一起的看法,K先生表现出了强烈的反对。“我本人就是一个普通人,我今年31岁,北京人,从事典当等金融行业。”K先生说,“比如我父母,就是普通的工人,还得问我要钱花。”他还告诉记者:“从小我就喜欢车,职高毕业后参加工作后,20岁买了我的第一辆车。那是一辆车龄1年的二手桑塔纳,9万元买的,恨不得天天睡车里,兴奋程度不亚于后来买豪车。后来经过事业打拼富起来,现在拥有三四辆车。”

尽管拥有了兰博基尼,但是身为“上班族”的K先生并不习惯天天开着跑车上班,而是开一辆牧马人。“很多会员生活都很简单,人们想象中的天天山珍海味的奢靡生活不存在。比如我,只是商务宴请时,会请客户吃好的。自己平时在家炒个家常菜一碗米饭就挺好,没事儿和朋友去大排档吃个烤串儿、喝个啤酒什么的就很高兴了。会员们出去聚餐也会AA制。”

据介绍,会员的年龄从20岁到60岁都有,大都是自己奋斗成功的人士,比如商人、职业车手。真正爱车的人都十分低调,甚至成了痴心爱车的“疯子”。有人买了跑车两年,才跑了1000公里,放在家里不敢上路,开车上班就开一般的商务车,只有参加俱乐部活动时才以车友会。“真心爱车藏车,把收入大部分投入其中,生活其他方面都很简单的大有人在,有的会员住的是普通商品房,却要买心爱的超级跑车。”K先生说。

不许飙车酒驾是最硬“规矩”

“我们最看不上飙车、酒驾的人!”K先生还表示,俱乐部对飙车和酒驾的惩罚也是最严重的:如有发现,一律开除会籍;俱乐部提倡安全驾驶,并严格禁止任何成员酒后驾驶,一经发现俱乐部会做出严重警告,3次警告将开除俱乐部会籍。K先生还提到了日前在社会上很轰动的“长安街英菲尼迪撞车”事件,“那车主其实和俱乐部这帮人完全不是一个层面上的人。”

“我们就是一群爱车的普通人。”K先生再三强调,现在人们还不了解跑车,跑车文化也远远没有成熟。随着社会越来越多元化,越来越快,人们会逐步接受。“我们父母辈,可能想不到现在子女们可以不算困难地拥有一辆汽车。也许许多年后,我们再开着跑车四处溜达,再也没有那么多人人大惊小怪围观了。”



在全世界高尔夫球迷,乃至专业球手心中,奥古斯塔如同一座圣殿,有一天能踏上它的草坪,代表着终极梦想的实现和至高无上的荣耀。

奥古斯塔 传说中的 高尔夫圣殿



每年4月初,全世界只有极少数幸运儿能进入奥古斯塔观看名人赛。

□ 世界

世界上只有两种人可以在奥古斯塔球场的草坪上挥杆——受邀参加名人赛(Augusta Masters)的顶尖高尔夫球手、全球仅300位的美国奥古斯塔国家高尔夫俱乐部会员。如果你不在此列,那么,每年4月的第二周,淘换到一张被哄炒至令人咋舌的高价名人赛门票,或许是你近距离接触奥古斯塔唯一的方法。

在喧闹的华盛顿路上,一扇并不起眼的大门旁的牌子上写着:“奥古斯塔国家高尔夫俱乐部,仅准会员入内。”没错,这就是传说中的高尔夫圣殿。它如同一位老派的贵族,在近80年的岁月中按照自己的逻辑和原则绝不妥协地生活。

时光回溯到1930年,年仅28岁的鲍比·琼斯以业余选手身份在一年内连续赢得美国业余锦标赛、英国业余锦标赛、美国职业公开赛、英国职业公开赛4大满贯,创下高尔夫史上空前的纪录。当他从英国凯旋后却毅然宣布封杆,转而去实现另一个梦想——修建一座属于自己的高尔夫球场,在这里他可以躲避记者和球迷们的过分关注,静心地与朋友们切磋球技。

从1933年球场正式落成至今,一直秉承琼斯的初衷实行着非常私人化的管理。仅在赛季为受邀而来的高手们开放,其余时间始终对外关闭,为会员专用。临街警卫室里的门卫早已把有资格穿过2号大门,经过“木兰大道(Magnolia Lane)”步入会所的300位会员熟记于心。

如果说,当今世上还有什么能让金钱和权势同时跌倒在门槛外的话,那么,奥古斯塔便是那扇仅存的大门,保持着丝毫不妥协的尊贵。想进入这扇大门,除拥有足够的经济实力外,对高尔夫的理解、贡献,以及能否与俱乐部的传统氛围融为一体,都是必不可少的审核标准。只有通过会员推荐才能申请会员资格,而只有现有会员退出或去世,申请者的资格才能转正。奥古斯塔俱乐部稀缺的会员名额和苛刻的入会制度,曾毫不留情地将无数商界巨子拒于门外。到目前为止,泰格·伍兹也只是该俱乐部的荣誉会员;富可敌国的比尔·盖茨乖乖排队等候了近10年才被允许入会,原因是有人会员认为他“对高尔夫的理解不够,身上有些铜臭气”。

□ 柯 娟

花了6000多元,从美国回来的MIKE在位于桐梓林南路的艾迪韦尔健身会馆办了张会员卡,没想到第一次去游泳,就被工作人员礼貌地“请”出了泳池,理由是他所穿的泳裤不符合标准……

据成都商报报道,MIKE在美国长大,几个月前因公事来到成都,酷爱游泳和运动的他在艾迪韦尔健身会馆办了张会员卡。MIKE称,6月28日,会馆的游泳池开放,MIKE正惬意地泡在泳池享受清凉的时候,会馆的马经理来了,称他所穿的泳裤不符合标准,将他礼貌地“请

有些会员担心,是不是MIKE穿着这条裤子跑步或做了其他的运动,然后直接进入游泳池?如果是的话,那么这样会影响泳池的卫生。

泳裤像沙滩裤 “请”勿入馆

出了泳池,并告知他如果以后还穿这样的泳裤,将不能进入会馆的游泳池。

MIKE认为,泳裤有相关标准和规定,自己穿的泳裤问题到底出在哪?近日,MIKE向记者展示了那条泳裤:有些长、有些宽松,外形就像一条沙滩裤,和传统意义上较为

贴身的泳裤确实不太一样,但是泳裤上的说明显示它确实就是游泳裤。

记者随后联系了该会馆的马经理,马经理称,他查阅了相关资料后,承认MIKE所穿的是一条泳裤,但是很多会员并不知道,他们以为MIKE穿的是一条沙滩裤。有些会员担心,是不是MIKE穿着这条裤子跑

步或做了其他的运动,然后直接进入游泳池?如果是的话,那么这样会影响泳池的卫生。马经理说,接到其他会员的反映后,会馆也需要照顾其他会员的感受,因此希望MIKE入乡随俗,换一条传统的泳裤。后来,会馆和MIKE协商解决这个问题。

这三家会所均由百年老宅改造而成,风格各不相同,但都具备“小而精”的特点,并且因为独特的古典园林式建筑群落及奢华的住宿品质而成功入选世界小型豪华酒店组织(SLH)。

乌镇会所 水乡深处奢华一族

□ 尚 品

位于浙江乌镇西栅大街上的乌镇会所,包括锦堂、盛庭和恒益堂三家精品酒店,因古典园林式建筑群落及奢华的住宿品质而入选世界小型豪华酒店组织(SLH),堪称是提升古镇文化休闲价值的点睛之作。

乌镇会所堪称是提升古镇文化休闲价值的点睛之作。这三家会所均由百年老宅改造而成,风格各不相同,但都具备“小而精”的特点,并且因为独特的古典园林式建筑群落及奢华的住宿品质而成功入选世界小型豪华酒店组织(SLH)。

每个会所都有一个码头,客人可以坐着景区的公交船直接在会所门口上岸,然后从水乡的原生态风貌进入到一片奢华的私人领地。其中锦堂会所是乌镇会所中最偏向欧式风格的一间,临街一扇扇古朴的雕花窗显示着这幅建筑的悠久历史。尽管门面毫不显眼,入内却重重叠叠,穿园入堂,天宽地广,十足“大隐隐于市”的气势。会所内一共有30间豪华单人间及4间套房,尤其令人惊叹的是中央套房,包括上下两层,采用中西合璧的设计风格,内部有接待厅、会客厅、餐厅、厨房、书房、桑拿房、主卧、



客房等房间,提供24小时管家服务,甚至还专门配置了一个私人码头。但套房内的豪华并没有和古镇的自然风貌脱节,会所中的院子就是可以让客人接触地气、修养身心的地方,特别是天气好的时候,不妨端壶茶出来往院子中央一坐,在马头墙、竹篱笆和苍天古树的伴随下,细细品读那本从客房中带来的《乌镇志》。

如果说锦堂以豪华著称,那么盛庭会所则以雅致取胜,蜿蜒的长廊,

精巧的园景,明清式红木家具,处处流露出浓郁的江南大宅庭院风韵。盛庭会所原址是一户姓巴的人家,建筑结构十分独特,大堂中间为混凝土柱,柱子上方有一圈井字格的钢梁,屋顶为歇山式,以此增加空间的高度和宽度。盛庭拥有各种不同规格的别墅套房24个,双客房的结构非常适合一家人居住,大概这也是为什么每个套房均配备了厨房及餐厅,如果真的打算在这里享受天伦之乐,最好能

在景区的水上集市选购几样新鲜菜蔬,再在总台订一只景区放养的土鸡和几尾河内的鲜鱼,就可以摆一桌丰盛的家宴了。

在乌镇会所的三名成员中,最有故事的要属恒益堂养生会所。恒益堂所在的建筑曾于1999年遭遇大火,被烧去了前厅,重建时为了对后人进行警示,特地保留了烧毁的痕迹:饱经磨难的外墙、破一般黝黑的木门、残缺的屋檐,但正是这种“残缺美”让整栋建筑显得与众不同。顾名思义,恒益堂养生会所确实是一个很适合“养生”的地方,主要是因为这里的药膳房,厨师能够根据客人的需求,采用绿色无污染的原材料,提供健康营养的药膳汤煲。恒益堂拥有园林套房、景观别墅共26间,分布在9座单独的院落内,疏廊清明,曲径通幽。在客房内,“养生”一说则体现在家具上,这里的所有桌椅、门板,甚至餐巾纸盒均采用原生藤编式,天然而健康。除此之外,古朴的灯饰、墙上的锦画、白色碎花床单,都让人感觉清新且放松,而与这种淡雅情调相搭配的则是被风轻轻吹起的帐幔、帐幔外古老的黑色窗框、窗框外木板吱呀作响的阳台,以及阳台外迫不及待要将枝丫探一株进来的绿树。

聊吧 | LiaoBa

话说会馆经济

□ 北 商

随着人们生活品质的提高,住会馆已经不是商务人士的选择了。在一些长短假期,家庭消费达到了会馆消费不可忽视的比例。

会馆经济说来话长,资料表明,我国商务会馆经历了三个发展阶段,第一阶段是改革开放至上世纪90年代中期,那是桑拿洗浴业态的萌芽时期。第二阶段是上世纪90年代末至2006年,这是桑拿洗浴业态发展时期,由以前纯粹的浴场转变成集综合消费于一体的会所。第三阶段是2007年至今,是大型会所业态多元经营时期。大型会所除主营桑拿外,还广泛融合餐饮、KTV、美容、健身、客房等多种元素,客群也从最早的纯粹买乐一族走向商务人群、商旅人群,甚至走向了家庭消费。

会馆进入了多元经营时期,会馆经济也逐渐发展成为创意旅游经济。会馆消费一旦进入家庭,个性化凸显、文化内涵会加重。比如说北京什刹海会馆,走入其间能让人感到其大隐于市的从容,阅尽繁华的淡定,张弛有度的睿智,不卑不亢的风骨,那里的服务,会让你觉得自己是“京城的爷”。当然,什刹海是老外喜欢去的地方,什刹海会馆还带有英伦贵族的范儿,皇朝大户型派中还结合后现代主义风格,国际化元素凸显。

不管是商务人士还是家庭入住,购物消费是必不可少的,如果会馆能够“创意”一下,把设计精美既有地域文化又有时尚元素的高端文化旅游产品摆设在其中,那馆主赚的可就不只是住宿服务的钱了。比如,北京有全国地方省市的不少会馆,把“北京礼物”、“安徽礼物”等等摆放出来,做得高端一些,那就不仅是国内游客买单了。