

如果马会会所说第二,就没人能说第一。用酒店的标准来衡量,会所足够六星级。事实上,会所不是任何一家酒店能比拟的。

掀开北京香港马会会所神秘面纱

□ 品 资

走在金宝街这条北京新的奢华商业标地上,但见高档商场、欧式酒店和现代气派的各式大楼林立其间,更有兰博基尼、法拉利的豪车旗舰店开设于此。正当眼球渐渐适应现代化的都市感时,一栋古香古色的庭院建筑突然映入眼帘,从视觉观感上把人一下由现代的都市乐园拉进了远离喧嚣的古代王国中。会所门口的骑士驭马铜像下,低调地写着北京香港马会会所八个大字。步履景换,本期隆重推荐的会所就这样在我们的踱步中,揭开了它雍容华贵的面纱。

皇室古韵

借 2008 年奥运东风喜庆开业的北京香港马会会所,是香港最富盛名的香港马会在大陆的第一家分会所。承袭香港马会会所 160 年的文化积淀,北京马会在建筑设计方面更具地域特色。会所采用庭院式建筑风格,在雕栏画栋廊檐翘壁中带有浓郁的明清皇室风格,于悠悠古韵中透出恢宏和大气。老北京的皇家宫殿、王府、官邸、庙宇的“官式”建筑风格呈现明清皇室气质。站在庭院长廊观看“春”、“夏”、“秋”、“冬”4 座不同景致和风格的内园,想像的翅膀随即打开,仿佛自己正体验着内园四季的不同绚烂。而天、地、人、己的和谐也在这里得到了完美的体现。



北京香港马会会所门前雕塑

庭院屋顶四周的彩绘牢牢吸引着每个前来会所的人的眼睛,当然,这也是会所引以为骄傲的亮点之一。74 岁的王仲杰老先生是技艺精湛的彩绘专家,在香港马会方面的几次盛情邀请之下再度出山,为会所设计出了一套“双凤和玺彩绘”的图案。用西藏唐卡专用的矿物质颜料着色,艳丽的色彩中带着浓郁的民族风格,这也使得我这个热爱唐卡的西藏迷在现场惊叫不已。据王老爷子介绍,这是古时仅供皇帝起居寝宫的专属檐廊彩绘,他为会所设计的彩绘图案结合了元代的粗放活泼与清代的小巧玲珑两种风格,将二者浓淡适度、繁简有别地结合到一起,配合殿宇顶上的 9 只吞脊兽,这样的规格是清朝时乾清宫的等级才能有的。

上乘“家”境

“在马会会所里,会员不是这里的宾客,而是这里的主人,我们的任务就是给他们营造出一个家的感觉。”公关经理陈怡杉一边带路,一边向我介绍。在参观客房的途中,不时有服务人员微笑着向我们打招呼。微笑里没有刻意的迎合,也没有做作的派头,而是朋友和家人般的亲近。

90 间面积相等、格局相同的客房为会员提供的是家一般的温暖。这 90 间客房是大的家,内部设施不亚于任何一家五星酒店,在细节安排上,更是丝丝入扣。由于面积宽敞,客房的距离使得它们又相对独立,成为独门独院的私密花园。每间客房的房门上都安有精致的把手,会员用钥匙开启房门的时候,俨然是开启自家家门的主人姿态。“这些客房有没有等级之分?”我问公关经理陈怡杉。她笑着向我解释道:“在会所,所有的会

员都是平等的,没有高低贵贱之分,因此客房也都一视平等。”也是,你见过家人之间有高低贵贱之分的吗?

虽说真正高品质的会所不仅仅是一个为会员提供膳食的高级餐厅,它更多的是为会员创造一个属于同一阶层的共同圈子,使得会员在此得以快速找到他们的同类,并保持这种长久不变的类聚关系。但是,好比是会员们的“妻子”的会所要想留住他们的心,还必须先留住他们的胃。这里的“北京凯旋”餐厅包括了最纯正的中餐及各大菜系精品,“幸运阁”餐厅则奉献高端港派粤菜,“百俊咖啡厅”成为会员宴请佳人享用正宗西式大餐的青睐之所,而“Derby Bar”则为会员提供美酒和雪茄的品鉴。

至上荣耀

自 2008 年开业以来,会所已经发展了将近 400 名内地会员。在香港,精英人群的身份彰显除了豪华游艇,除了私人飞机,还得加上一条:拥有香港马会会所的会员身份。可见,成为马会会员,对那些真正的金字塔人群来说,也是弥足珍贵的。

参观完会所的图书室和精品购物店,在往二楼酒廊去的路上,我向陈发问:在现在会所竞争日渐激烈的北京,马会会员的申请还那么严格苛刻吗?她笑着回答我说,那是当然,我们对会员的选择和考核可以用严

格来形容。拥有一定数量的资产只是其中的条件之一,不是说有钱就能成为我们的会员,个人背景、财务状况、清白干净的履历,甚至连责任心都有可能成为我们的考核范围。这样近乎苛刻的条件并非刻意为难会员,而是为了提升会员的整体素质。“会员的素质决定会所的命运。”她强调说。尽管如此苛刻,但仍然有大量的人递交会员申请,马会会员身份的含金量,对他们而言,显然不言而喻。

会所目前所吸纳的内地会员,大多以海外背景居多。会所会尽最大努力为会员提供各方面的需求,同时也要求会员严格遵守会所的规章制度,共同建立和谐的环境。马会有极其严格的会员守则,一旦违反,便会收到书面提醒。若有无理行为就有可能被写在会员手册上。这就好比高校里的“点名批评”,同样的事情发生足够次数,会员的会籍将被除名。当然,对大多数会员来说,别说除名,就是被点名一次也觉得颜面丧尽。

160 多年的马会文化积淀,成就了北京马会雍容华贵的大气,而其精心营造的精英阶层文化氛围理所当然成为北京这一中国内陆精英聚集的首选之地。



酒廊



铜马雕像



商务中心阅览室



会所美食

这个坐落在重庆两江新区黄山大道的高端餐饮会所,汇聚了高端餐饮所需要的众多元素。

韵味非凡 首坐会馆登场

□ 周颖

近日,由菜香源历时 5 年倾力打造的首坐公馆,给高端消费群体交了一份答卷。据报道,这个坐落在重庆两江新区黄山大道的高端餐饮会所,汇聚了高端餐饮所需要的众多元素:服务员均达大专文化的全高学历服务团队,独立雅静的巴渝会馆,全包厢私密配置,名家字画真迹,上年代的古董家具摆设,富含中式传统韵味的装潢,窈窕淑女清音慢弹,融会古今、贯通中西的养生食补文化,曾掌勺国宴的大师级出品,这一切都为首坐会馆贴上了一个统一的标签——高端会所。

高端餐饮是各类元素的集合,更需要优质产品的体现。作为菜香源公司的顶级品牌,首坐会馆的出品讲究膳食与文化的巧妙搭配,膳食方面注重养生修心、原汁原味,追求菜品本味及煨汤提鲜,并着力打造阴阳调和的配菜风格;而在文化上,首坐会馆做到了一菜一故事,力求使高端消费者品出风采、赏出韵味。

旧谈 | Jiu Tan

山陕客商在川口地区的商业活动,对青海和外地的物资交流起到了积极的促进作用。

川口山陕会馆 兴衰录

□ 马德章

位于青海民和境内的川口地处交通要冲,东接兰州,西连西宁,南通甘肃临夏,北临河西走廊,历来为商品集散要地。

当地人以农为生,兼做小商小贩,走乡串巷的货郎担不少,但因资金有限,出外行商则很少。因此,商品畅销利润高昂的川口吸引了山陕客商。山陕客商善于经营,商号遍及京津沪汉,资金雄厚,货源充足。商品以棉布、茯茶、百货等为大宗,驮运来此,批发、零售谋取利润。山陕客商在川口地区的商业活动,对青海和外地的物资交流起到了积极的促进作用。

在川口,行商的人们有的自己当掌柜,另请会计、相公;有的委托可靠心腹担任掌柜,另请业务人员。相公就是学徒,刚来的时候要做扫地、抬水、炊事、搬货等活儿,两三年后,才允许他们接近柜台,学习珠算,买卖货物。有的学徒学会了贸易技能,不仅工资逐渐增加,还有后来自己另立商号的。其中,名声较大的商号有山西籍十二处,陕西籍两处。

当时,从山陕地区到达川口需要三十多天。山陕商人骑着骡马赶着驮队,跋山涉水,风餐露宿,历经艰辛,方能到达目的地。客商离乡背井,为了保障财产,联络感情,互通信息,发展业务,亦为了解除思乡之苦,于是组织了同乡会,并在川口东街修建山陕会馆,每年开会四次,各个商号轮流负责筹备。开会的时间为每年农历五月十三日、六月二十二日、七月十三日、九月十三日。会上除祭奠神祇,还商讨事务,并设茶点助兴。所需经费各商号以香钱为名,按商号大小自行捐助,事后由会头公布账目。

川口的山陕会馆面积约五亩,靠北大殿 3 间,过庭 3 间,雕梁画栋,门窗檐壁均饰有彩色油画,极为精巧。大殿供奉神爷、关云长、马王爷,有供桌,无佛像。大殿两边皆有耳房,用作伙房、库房。院内正南戏楼三间,两边铺面。当时川口没有公共娱乐场所,所以每逢年节演戏,或是各种演出、展览会等都用到此处戏台。尤其正月初一到十五,每天有社火,还有走象棋等各种游艺活动,甚是热闹。

1958 年,私人商业过渡为公私合营,山陕会馆就此结束,会馆也因整修街道、修建百货大楼而被拆除。

针对高端商务市场需求,推出限席以“总部度假基地”为定位的私属“商务公馆”、“企业公馆”。

灵山元一 助推“休闲商务”时代



□ 锡房

在面向湖景顶级服务的酒店里休息,在绿树环绕热气氤氲的温泉中小憩,在绿草成茵一望无垠的运动场上打高尔夫……这些你曾经幻想过的生活体验,灵山元一国际度假村统统能够为你轻松实现。它所倡导的“总部度假”理念,将使无锡迎来国际化“休闲商务”的崭新时代。

希尔顿逸林酒店率先入驻由香港元一集团斥资 15 亿元打造的灵山元一国际度假村,坐落于风景秀丽的太湖之滨。作为无锡首个囊括家庭度假、高端商务的顶级度假村,撷取太湖、灵山旅游资源的精华,以国际五星酒店——希尔顿逸林酒店为核心;拥有无锡首个以“亚洲第一、世界一流”为标准

建设的国际温泉养生会馆;现已投入使用的总建筑面积近 5000 平方米,拥有 26 个多功能会议室的灵山元一国际会议中心,充分满足多样化需求;3000 平方米的大型现代化国际健康中心,提供国际级水准的医疗设备及体检服务……

湖山独栋大宅,限席推出国际级“企业公馆”

天邑湖山大宅是灵山元一国际

度假村的重要组成部分。作为占有稀缺资源的旅游地产,赢得了众多热爱自然的名流雅士的青睐;同时,灵山元一天邑针对高端商务市场需求,推出限席以“总部度假基地”为定位的私属“商务公馆”、“企业公馆”。对于国内的旅游地产市场来说,“总部度假”是一个富于前瞻性的需求空白。

“在全国范围内,如果将散布于北京、上海、四川等地的会馆联合起来,通过各种形式包括数字化和新媒体手段结成联盟,将形成更大规模的产业联动效应,从而保证会馆的文化竞争力得到进一步强化。”

让会馆群成为“新支点”

□ 北商

明清时期盛极一时的会馆,曾经是北京城里除了皇宫和皇家园林之外的一道独特风景。但近年来,由于长期缺少保护,大多数会馆都被民宅占用或者处于被废弃的状态,这一稀缺资源面临消逝危机。

北京师范大学文化创意产业研究院执行院长肖永亮认为,重视和加强北京会馆群的保护和利用,特别是纳入“十二五”首都世界城市、人文北京和文化创意产业发展的总体框架下加以实施,将为北京西城增添一张重要的文化名片,为首都区域均衡发展找到新的支点。

会馆是中国明清时期都市中为同乡或同业组织开展活动和提供特定服务的民间场所,应属于市井文



北京湖廣會館

化,也是帝都文化的重要组成部分。早期的会馆绝大部分设于北京,是旧时代科举制度和工商业活动的产物,是北京一种独特的文化现象。各省及有些府县在京设立会馆,专门接待本乡本土的举子。另外,工商各行业为了维护自身的利益,协调关

系,联络感情,也建立了一些行业会馆。因此,北京就成为全国会馆最多的城市,据 1949 年的统计,全市有会馆 550 余座。许多会馆都

同时具有原籍地方特色和齐全的服务功能,包括提供食宿、聚会、文化活动场所等,因此许多会馆都设有酒楼、茶楼和戏楼。

但是,据网络不完全统计,北京现存会馆虽然多达 420 家,形成了一个独特的数量庞大的会馆文化

群,但是因长期缺少保护,大多数会馆都被民宅占用或者处于被废弃的状态。如果不及时采取措施加以文化保护和市场开发,这种稀缺资源将很快消逝,北京体现大都市文化魅力元素之一将丧失。

肖永亮重点强调了规模效应,“在全国范围内,如果将散布于北京、上海、四川等地的会馆联合起来,通过各种形式包括数字化和新媒体手段结成联盟,将形成更大规模的产业联动效应,从而保证会馆的文化竞争力得到进一步强化。”

在肖永亮看来,北京会馆群的新定位和合理开发利用,不仅是新西城建设新品牌和展现新面貌的重要举措,也是北京文化创意产业

首家中国国际奢侈品俱乐部落户天津。

“奢侈品”傍“天街”

□ 吴铭

1 月 9 日,记者从华安发展集团有限公司与中国国际奢侈品俱乐部的战略合作新闻发布会上获悉,“中国国际奢侈品俱乐部”正式落户天津,在南开区老城厢“天街”商业街成立全国首家实体俱乐部,进一步提升天津市中心城区高端商业环境。

据了解,“中国国际奢侈品俱乐部”作为入驻“天街”的三个主力店之一,建筑面积 1500 平方米,打造国际级艺术馆风格的奢侈品高端俱乐部,加强国际间的艺术、文化交流,探索出适应天津与国际商务的对接形式,共建多边商贸契机。

中国奢侈品俱乐部成立于中国香港,致力成为中国最优秀的国际高级商品、国际文化交流、国际艺术交流、国际慈善的品牌服务管理机构。该俱乐部在全国各地开展的一系列国际高级商品交流与展示活动都非常成功,同时该俱乐部的核心企业中国国际奢侈品商业管理有限公司和欧美亚商业管理有限公司在国内的商业管理界享有很高的声誉,旗下拥有众多的签约国际一线品牌如 Cartier、Dior、Gucci、Giorgio Armani、Givenchy、Prada、Coach 等等。此次,俱乐部落户老城厢天街,将开创中国商业地产和国际高级商品品牌合作的新业态,以天津南开区“天街”商业街为首开模式,联手打造国际精品第一街。