

“全国能玩游艇的地方不多,我觉得厦门应当是最好的一个,气候宜人,文化底蕴深厚,最能让爱好游艇的人群乐不思归。”

游艇会所正流行

投资者主业做交流副业卖游艇

□ 童一粟

一辆豪华轿车悄无声息地在标注着某个品牌的游艇会所门前停下来。车上下来三两个人,步入铺着豪华柔软地毯或橡木地板的欧式风格大厅,取几份精致西点、一杯咖啡或是些许红酒,悠然自得地听着钢琴演奏或漫步于画廊欣赏着私藏的油画。

这是近来在厦门五缘湾游艇帆船港常常“上演”的一幕,这一整排临海的小楼,已经绝大多数被这些装修豪华的游艇会所占据了。在2010年将“创业工场”做得风生水起的弘信董事长李强近日告诉记者,他的游艇会所也快要装修完成,记者才猛然发现——原来在厦门,已经不仅仅是游艇品牌为了卖游艇而做会所,已经有其他行业的老板们不再满足于购买一艘游艇招待客户,而开始打算做一个更有品位的会所来体现企业文化内涵和品牌价值。

李强如此描述他的游艇事业:“全国能玩游艇的地方不多,我觉得厦门应当是最好的一个,气候宜人,文化底蕴深厚,最能让爱好游艇的人群乐不思归。”李强特别请了一位在巴黎长大的海归美女来打理这个会所,“夫家可是贝多芬的九代嫡传弟子,我相信她能将游艇会所所需的文化内涵营造出来,从而提升企业的文化品位。”

厦门路桥游艇开发有限公司相关工作人员告诉记者,弘信的游艇会所



厦门游艇会所投资者看中的,正是会所平台的无限盈利空间。



外观已经基本装修完成,“可能很快就能装修好了。”她说:“如今,一些还没代理游艇品牌销售就已经把会所建起来的商家渐渐开始入驻。”

记者了解到,眼下在厦门五缘湾有8所游艇会所,包括弘信游艇会所在内,还有路桥游艇开发有限公司游艇会所和瀚海尊龙游艇会所,都是属于以“互动、交流”为主的平台,路桥的会所更多聚集业内人士交流互动,为游艇码头的品牌提供沟通机会;而瀚海尊龙则将私人收藏的文物和游艇会“混搭”在一起。

当然,这些代表着游艇会所市场新元素的商家们,在接受记者采访时,都表达出了一个态度——尽管是以文

化为先、交流为主,但通过代理一个游艇品牌,来实现会所的经营效益,也是不可忽略的。

“目前与不少品牌洽谈过了,但还没有最终定下来。”李强透露的信息,也正体现出了他对游艇市场的意图,不仅仅只是投资做一个纯粹的交流平台:“虽然现在厦门游艇市场仍然在培育期,但我觉得这个时候介入是应允而生,交流平台和实现盈利也不冲突。”

“这是一种新生的营销模式,不以盈利为主要目的。这种互动交流平台的建立更能彰显一个品牌的经济和文化实力,也会起到稳固和扩大企业公共资源平台的效果,甚至比购买一艘游艇更具有吸引力。”厦门一家业内人士如此表示。

项目 | Xiang Mu

□ 辛浪

位于厦门市思明区环岛路香山海岸的香山国际游艇俱乐部会所耀目登场。其用地西面为国际会议中心、国际网球中心,南临厦门国际会展中心,正前方为台湾小金门。该会所由西班牙女设计大师 Maya 操刀,将成为顶级奢华殿堂,成就中国的“迪拜乐园”。

项目总用海面积在701097.8



香山国际游艇俱乐部 投泊位赢未来

平方米,其中填海面积为23万平方米,总建筑面积189000平方米。项目最独特之处在于整个项目均为填海项目,整个项目规划配套有地标性的五星级酒店和甲级写字楼,有异国风情、独具特色的滨海商业街,以及158个独具特色的水上VIP泊位。港池内设有约600不同尺寸规格的游艇泊位,俱乐部码头配套有非常豪华的会所供会员使用,提供千船轮、游艇展示及维修维护区域,

还有公共的邮轮码头。项目建成后,将成为目前亚洲最大的游艇码头及厦门市首个集休闲、健身、旅游、办公、购物为一体的高档综合旅游地产项目。预计项目总投资高达约为3亿美金,为厦门市重点工程,是厦门目前最大的旅游投资项目。整个项目分两期进行开发建设,一期工程为游艇俱乐部码头、商业街、及游艇配套设施,二期工程为酒店、写字楼。

罗斯福会所 鱼子酱亦艺术

□ 吴铭

近日,Royal Almas 品牌发布会于外滩27号——上海罗斯福会所,隆重召开,首次将这一世界顶级食品和礼物带到中国。罗斯福为Royal Almas 品牌鱼子酱的上海独家代理。

鱼子酱是海洋精华与自然能量共同孕育的珍稀美食,被誉为“海洋宝石”,由深海鲑鱼制成的鱼子酱更因产量稀少而日渐成为一则传说。世界上备受恩宠的商号和食不厌精的食客,将伊朗鱼子酱打造成一门高迈的艺术。

2010年,北京美粮食品有限公司首次将世界顶级食品和礼物引入国门。承载荣誉与骄傲,开创了全球独家经销伊朗野生鲑鱼鱼子酱的“Royal Almas”品牌,并成为伊朗野生鲑鱼鱼子酱的唯一拥有者及授权经销商。

“Royal Almas”品牌含义为皇家钻石品质,唯有严格甄选自伊朗里海水域的品级最高的鱼子酱方可享此殊荣。是经伊朗主管部门唯一授权的鱼子酱品牌,并严格遴选出Beluga、Asetra 至尊等级的鱼子酱。品质极佳的成鱼卵,配合权威精湛的大师技艺制作,方可呈现绝美的口感。颗颗晶莹,粒粒饱满,蛋白质和矿物质含量极高,且富含诸多微量元素。



向全球征集设计方案

南海会馆寻“谋”

□ 赵岚 魏华 陈小清

近日,广东省佛山市南海区在香港举行了一场高规格的座谈会,来自港澳科技、旅游、规划等行业的知名人士为规划中的南海会馆出谋划策,市委常委、南海区委书记邓伟根表示将向全球征集设计方案。

据介绍,经过八易其稿,南海会馆设计建议书的核心内容在1月下旬出炉,定位是要打造大南海人的“文化殿堂、精神祠堂”,并提出可扩展为“当代岭南建筑瑰宝,宗教文化艺术奇葩,南海延裔精神家园”。

据佛山日报报道,“这个定位让我想起汇丰银行的一句名言:‘地方智慧,环球金融’。”省政协委员、香

港南海同乡总会理事长邓佑才说,历史的遗产是最珍贵的,但现在海外乡亲回到家乡,想看到旧的东西却不容易。南海非常值得去延续回南海会馆那段历史。已年过八旬的永和实业有限公司董事长林亮更是动情地说,一定要在有生之年亲眼看到会馆。

关于会馆设计,香港中文大学建筑学系教授邹经宇提议要与整个环境、水资源和山体相融合,表现岭南文化和水乡文化。

香港入境旅游接待协会主席林和忠则从旅游的角度建议,会馆一定要和本土文化结合才有长久生命力。他说,时下做旅游其实不需要很富丽堂皇的建筑,只有让游客享受

到文化和休闲,才会不断想故地重游。

“南海会馆不能像传统会馆那样只负责接待,应该将南海传统文化和岭南风格结合在一起,再融入现代元素。”香港知名动漫设计专家黄宏达说,从外观上看,南海会馆应该是很传统的建筑,但走进去看,却可以让人耳目一新,甚至可以将现在最新的4D技术融入进来。

看完南海会馆的初步设计理念,省政协委员、香港汉荣书局有限公司董事石国基忍不住说出一个大胆的想法:“锦湖很吸引人,建议湖上景观桥不要占水体面积太大,可以考虑在水下面建玻璃走廊。”这个创意想法得到其他乡亲认同。

香港酒店业主联会执行总干事李汉成说,以南海会馆为核心发展文化旅游业,南海很有潜质。他建议南海可借鉴香港经验,多培育高增值的中小型会议经济,三家酒店不需要都上五星级,而是多面向商务

性的、消费层次不太高的游客市场,这对南海会馆的运营会很有帮助。“玩具大王”林亮还提议,在南海会馆建文化一条街,通过设计独特的玩具、纪念品展示南海文化。

相关链接

南海会馆

去年下半年,南海区提出构建东翼、中枢、西翼三大功能片区战略。其中,西翼包括西樵、九江、丹灶南部,规划以西樵山为龙头,以锦湖片区的改造和提升为核心,其中南海会馆是锦湖片区和西翼发展的重点工程之一。根据初步规划,南海会馆有约5万平方米,将建设成为南海华侨的思亲中心、南海文化中心等,还将有观演、展示等功能,整个建筑将体现岭南建筑特色、南海深厚的文化底蕴,成为南海新的文化地标。

目前无论是政府、企业界、还是各界有识之士,都有心做些有益的事情,来帮助和引导年轻人,但需要一个可持续发展的模式。O-Club 桔子圈俱乐部就是做这样一个探索,既有很强的公益性,也有自我可持续发展的能力。

桔子圈俱乐部 服务当代新青年

□ 沪宗

上海O-Club 桔子圈俱乐部于2011年2月18日举行盛大的开幕酒会,参与此次盛会的有政府及社会团体代表,各大媒体及网络代表,企业代表和社会学家等约120人,来宾就当下社会年轻人所面临的挑战和问题各抒己见,做了深度交流和探讨。

O-Club 桔子圈俱乐部是一个以落地聚会为核心,网上互动为延伸的年轻人专属俱乐部,以组织“对年轻人有益”的聚会,而形成的一个年轻人的交流平台。俱乐部总经理关宇表示,随着第十二个五年计划的到来,中国进入了一个全新且充满挑战的时期。80、90后的年轻人,他们已经开始慢慢在社会上显示力量,但同时也面临着诸多全新的挑战和问题。

现代年轻人精神生活的匮乏问题已经越来越明显:科技的发展,更是以前所未有的速度,改变着年轻人

的思想。游戏、互联网、手机、博客、微博、网上论坛等等,都在把年轻人们从面对面交流拉到网络的虚拟互动,而这,却削弱了年轻人的实际交际能力,直接的后果就是,心理问题的大量增加、婚姻问题的空前扩大、剩男剩女问题的泛滥。根据中央电视台的报道,每5个人中,就有一个有心理问题,而这个趋势,正在扩大。

O-CLUB 桔子圈俱乐部正是立足于自身的社会责任感而成立的年轻人社区,希望通过大量与年轻人的面对面聚会,把积极、正面、向上的文化和精神传递给年轻人们。而这项工作,已经获得了政府、企业、以及社会各界有识之士的大力支持。目前无论是政府、企业界、还是各界有识之士,都有心做些有益的事情,来帮助和引导年轻人,但需要一个可持续发展的模式。O-Club 桔子圈俱乐部就是做这样一个探索,既有很强的公益性,也有自我可持续发展的能力。

O-Club 桔子圈俱乐部的模式包括3个主要要素:持续的“好”话题+活泼而吸引人的形式+先进的科技支撑:

好的话题,是指聚会的主题都是正面而阳光的、避免世俗的话题。这些话题,将由俱乐部的组织者与各界的力量共同策划,涉及到年轻人的生活、工作、爱情、交友、娱乐等各个方面。社会各界的力量,包括媒体、培训公司、社团机构、公益组织、文化单位以及企业界。比如第一财经、新东方、壹基金、万科等。我们将邀请这些机构中的有一定影响力和经验的人士在聚会中分享他们的观点与经验。

活泼的形式,是指用年轻人喜欢的元素贯穿在聚会当中,比如心理游戏、热门音乐、时尚风潮等,在聚会的宣传、邀请、接待、现场活动等各个环节上都用创意来表现,富有时代风尚,借以吸引年轻人从电脑前来到我们的聚会中,并获得新鲜的体验。



先进的科技和管理理念则是贯穿于整个俱乐部的组织运营中。我们用最新的社会化社交网络概念,搭建高技术含量的网站,让年轻人能够用他们喜欢的方式分享和互动;我们开发基于智能手机的手机网络平台,以最大程度的让互动的过程便利而轻松;我们用先进的CRM理念管理团队体系,让聚会的设计,围绕着年轻人的个人喜好而展开。

此次俱乐部的开幕酒会邀请诸

访馆 | Fang Guan

宏绣会馆 添香刺绣

□ 千龙

馆主简介

刘宏,北京宏深国际投资有限公司董事长。1996年成立宏深刺绣公司,开始从事刺绣行业。公司经过十五年的发展,现有宏深刺绣、宏深华美电脑刺绣、宏深印花、宏深手绣四个生产园区。从2006年起,花费了整整四年的时间走遍了中国刺绣艺术基地,收集了中国各地民间刺绣艺术文化,汇编成刺绣数据资料库。机缘巧合,在朋友的介绍下,在北京奥体中心内,于2010年底建立了宏绣会馆。以龙脉之地形,创刺绣龙头品牌,为中国刺绣添香。

从北京中轴线一路驶向奥体中心,据说这里是北京风水绝佳的龙脉,波光粼粼的湖水映衬着壮美的体育场馆,后面藏着一处幽雅之地,这里就是中国首家以刺绣为主题高端艺术会馆——宏绣会馆。

刺绣是中国民间传统手工艺之一,在中国至少有两三千年历史。刺绣起源很早,相传“舜令禹刺五彩绣”,黼黻絺绣之文,见于尚书。虞舜之时,已有刺绣。东周已设官专司其职,至汉已有官廷刺绣。然历史悠久的中国现代刺绣文化又如何走向国际?笔者专访了北京宏绣会馆创立者刘宏先生。

问:请您详细介绍一下宏绣会馆的特色。

刘宏:宏绣会馆占地面积约4000平方米,汇集中华名绣顶尖之作,收藏了千件精美刺绣艺术品,刺绣大师现场演绎,营造中华现代刺绣艺术文化,打造独具中国特色的刺绣艺术文化商务会馆,目前是国际上最大规模以刺绣为主题的高端艺术会馆。

宏绣会馆不但有精美绝伦的中华刺绣艺术文化,还有以粤菜为主,汇集八大名菜精华的宏绣特色私房菜、名茶会所、红酒会、雪茄吧、围棋吧等一系列高端消费场所。宏绣会馆在满足高端客户的奢华艺术需求的同时,还特别开设宏绣商学院,聘请国内外著名专家教授,满足会员尖端商业文化需求。

问:宏绣会馆如何宏扬国绣文化?

刘宏:为更好地宏扬中国刺绣文化,宏绣会馆将在国内外采取连锁店经营模式开设分店。北京奥体中心是第一家旗舰店,第二家店计划开在美国,致力将博大精深的中国刺绣艺术文化传播海内外,不求中国第一,但求世界唯一。



多社会精英人士,希望通过社会各界的力量,一起让这个具有公益性质的平台发挥其最大功效,依靠社会各界的力量,共同为年轻人做些有益的事情。