

眼下，在各种投资渠道前景不明的情况下，很多富人开始思考如何使自己活得更开心一点。

“储蓄”快乐 富人解压的出口

□ 纷飞

面对通胀压力，政府的各项调控政策接踵而至，股市和楼市顿时变幻莫测，“富人”和“穷人”一样都面临着很大的压力，尽管压力的来源不尽相同。

有西方学者研究表明，在经济波动较大的时期，人们的焦虑、抑郁等负面情绪会集中爆发，随之而来的是较高的离婚率和自杀率。国外的情况与国内虽不尽相同，但前段时间有关上市公司高管跳楼自杀的报道接连见诸报端引起了国内“富人们”的关注和反思。长期以来，对于国内多数依靠自身努力致富的人来说，赚钱几乎是他们生活的全部，在坐拥巨额财富的同时，他们还面临着各种压力，提起快乐生活，他们中的多数都是“穷人”。眼下，在各种投资渠道前景不明的情况下，很多富人开始思考如何使自己活得更开心一点。

刘先生是一名事业有成的私企老板，最近，他除了关注股市和楼市走势外，还对旅游格外着迷。刘先生告诉记者，他已经在一家叫“一起游”的网站上注册了账号，并成为了该网站正在举办的“验客中国”活动的一名“验客”，他也因此认识了很多资深“驴友”。在过去不到两个月的时间里，刘先生就从一只想着挣钱的私企老板转变成为一名旅游爱好者，用他自己的话说，他这是在“储蓄快乐”。和刘先生有着同样想法的人认为快乐是完全可以“储蓄”的，他们认为花点钱和家人多出去走走，体验不一样的生活，从而给自己和家人留下更多美好的记忆。

如今，有着和刘先生相似想法的“富人”越来越多。张先生是一个资深证券分析师，他“顿悟”得显然比刘先生早一点，现在他已经成为一名资深“验客”了，他显然去过不少地方，家里的旅游相册有六本之多。张先生每次都会及时地与圈内的“驴友”分享自己的经历，俨然已经成为圈内的“红人”，这让他获得了与事业成功一样的成就感。

针对上述现象，同程网 COO 吴剑女士分析道：“实际上对于旅游的意义，不仅有钱人意识到了，一些不怎么有钱的人也会体会到了。现实的生活压力越来越大了，大家都需要找一个释放压力的出口，出去走走是很多人首选的减压方式。”

风尚 | Feng Shang

当腕表结缘 “中国元素”后

□ 潘清

随着中国在全球消费市场拥有越来越重要的地位，“中国元素”开始频繁出现在奢侈品牌中。近日，腕表行业顶尖品牌伯爵以中国图腾龙和凤为主题推出系列作品，并选择新兴时尚中心上海举行了全球首展。

伯爵的“龙凤”系列腕表使用了伯爵 La-Cote-aux-Fees 高级制作工坊的机芯为“心脏”，包括超薄机芯及浮动陀飞轮机芯。伯爵集合了旗下杰出的珠宝师、镶嵌师、雕刻师和珐琅彩绘师，以精湛工艺将充满想像力的设计付诸实现。

伯爵中国区行政总裁慕容涛表示，在中国农历龙年即将到来之际，伯爵特别推出了 2 4 款“龙凤”系列腕表，以表达对中国悠久文化底蕴的感悟。

这些充满“中国元素”的精美作品，流露出伯爵对亚洲特别是大中华市场的高度重视。这与众多全球奢侈品牌的态度如出一辙。

而奢侈品牌对中国市场的情有独钟不无道理。世界奢侈品协会最新报告显示，2010 年中国内地奢侈品市场消费总额达到 107 亿美元，已成为全球第二大奢侈品消费国。



模特儿在展示伯爵的「龙凤」系列腕表。

富人圈子

流行尊享“私人酒窖”

像黄立东一样，最近，越来越多的富人开始对红酒产生兴趣，也对高端楼盘的酒窖设计提出新的要求。

□ 石彦梅

“将来彰显生活品质的，不再是私家游泳池、私人健身房，而是私人酒窖！”正如《福布斯》杂志所宣称的那样，现在私人酒窖越来越引发一些顶级人群的重视。而在沈阳，也有一些高端楼盘专门为富人定制了酒窖，埋藏在人们不曾留意的地下空间。

法国品酒师帕特里斯·库亚曾说过：“在欧洲的富人圈里，藏酒以万计的人比家有 3 辆法拉利的人自豪得多。衡量富裕的一个高标准就是看你是否拥有稀世珍品的酒窖。”

酒窖的概念虽然起于欧洲，但却正在向中国的富人阶层蔓延。在这个普通人所仰望的阶层，拥有一个私人酒窖绝对是一种身份的象征。

当然，一些高端楼盘也注意到了这种趋势。在沈阳，万科·兰乔圣菲、唯美十方、绿洲·悠山美地等楼盘都在楼盘的规划设计或样板间展示过程中引入了酒窖的概念，专门在地下室为私人酒窖留下足够的空间。

“私人酒窖增加了楼盘的附加值，更重要的是它为楼盘的业主提供了一种与众不同的生活方式，是一种高端身份的象征。”针对酒窖现象，很多开发商给出了一致的答案。

千万豪宅的镇窖之酒

据沈阳晚报报道，“这瓶罗曼尼·康帝是我的镇窖之宝，花了我 20 多万元。”今年 47 岁的黄立东化名对红酒有着偏执的热爱，他 30 多平方米的私人酒窖藏了上千瓶红酒。其中一款 1982 年产的罗曼尼·康帝更是被他封为“镇窖之宝”。

多年从商的黄立东偶尔来沈阳的时候，会住在一座独栋别墅里，这栋别墅是他在 2006 年买下的，整个地上三层，地下一层的建筑面积达上千平方米。提起这栋别墅，他最满意的部分就是地下室开辟的私人酒窖。

穿过黄立东家的客厅、餐厅和厨房，眼前一条长长的走廊两侧挂满了各种油画。在走廊的北侧，墙壁的下方，装着两扇雕刻精美的木质小拱门。这便是私人酒窖入口。从木门处石阶而下，一条长长的甬道带领参观者通向藏酒的小厅。小厅的两侧安放着一人多高的酒架，黄立东的几千瓶藏酒便一瓶瓶整齐地安放于此。



如果从大学一年级真正接触葡萄酒开始算起，黄立东已经有了近 30 年的酒龄。“我从小生活在北京，真正开始体验红酒，却是在美国的加利福尼亚。”1982 年，黄立东获得斯坦福大学的奖学金后，他只身前往美国读书。在阳光灿烂的加州，他开始接触红酒。

“当时，在美国的我只是一个来自外国的穷学生”，黄立东笑着说，“闲来无事的时候，常常跑去葡萄园散步游玩。碰到朋友，我们就一起凑钱买当地比较便宜的盖洛酒 GALLI 喝。那时，我对葡萄酒并没有太深了解，喝酒完全是图个开心。”

毕业后，黄立东开始做对外贸易，经常能接触到葡萄酒，在北京别墅的家中，他的私人酒窖藏酒达三四百种，其中不乏他早些年藏下的上百种葡萄酒。20 多年来，他品过的酒超过了两万种，随着黄立东私人收藏的红酒逐渐增多，他对私人酒窖的要求也越来越高。

豪宅应需求定制酒窖

像黄立东一样，最近，越来越多的富人开始对红酒产生兴趣，也对高端楼盘的酒窖设计提出新的要求。针对这一现象，万科·兰乔圣菲、唯美十方、绿洲·悠山美地、九洲湾景汇等沈阳不少高端楼盘都预留出了私人酒窖的空间或专门做出了私人酒窖的

规划。

万科·兰乔圣菲虽然没有在地下室专门做出酒窖，但在样板间内特别设计出了 10 平方米左右的酒窖空间。据销售人员表示，客户可以根据自己需要对地下室进行设计。

与万科相比，绿洲·悠山美地和九洲湾景汇则是特地在地下室预留出了酒窖，小则七八平方米，大则上百平方米。

“九洲湾景汇的整个地下二层 100 多平方米都是酒窖，不过原来我们并没有做这样的设计。”沈阳九洲福尔房地产开发有限公司总经理孙国和告诉记者：“最初地下二层是要填死的，但考虑到这里几乎是恒温，能给消费者提供更多的功能空间，所以保留了下来。”

保留下来后，这里用来做什么？针对这点，九洲湾景汇对消费者作了细致的市场调研，最后大部分的消费者都提出作私人酒窖。“考虑到这种市场需求，我们最终采纳了消费者的建议。”

“的确，越来越多的业主对红酒、对酒窖产生兴趣。”金誉集团 VIP 经理黄爽非常赞同孙国和的话。目前，黄爽在唯美十方经营红酒会所，专门为园区内的业主提供红酒服务。

提到这个会所，唯美十方的销售人员向记者作了详细的介绍：“虽然我们并没有在地下室作专门的酒窖，但只要您在这里买了我们的别墅，我们

就可以在项目的红酒会所为您提供专门的红酒与酒窖服务。”

酒窖设计一平方米两万元

私家酒窖依据自家藏酒数量，面积可从几平方米、十几平方米一直达百余平方米。在酒窖里，一般都摆设着依墙而立的大幅名贵实木酒架，在艺术风格上能呈现欧式田园、豪华、古典等多种格调。

“我们接的单中，最小私家酒窖仅为 3 平方米，总造价约 6 万元，4 平方米 8 万元，主流的酒窖面积是 15 平方米，它的价格约为 30 万元。”深圳美晶科技有限公司总经理陈良说，以一般酒架材质、装饰等成本算下来，一平方米私家酒窖的价格是两万元。

不要小看这些面积不大的酒窖，它们的“肚量”可都不小，3 平方米酒窖能摆 600 瓶酒，4 平方米可容纳 450 瓶，15 平方米可放 1600 瓶，25 平方米能从容“吞”下 3000 瓶。

实创装饰沈阳有限公司设计部经理贾吉东表示：“室内温度与自然空气流动对葡萄酒的储存十分关键。葡萄酒熟化的理想温度的恒温 8℃-14℃，湿度标准基本保持在 60%-80% 之间，不能高了，也不能低了；适当的空气湿度能帮助橡木塞保持良好的密封性。”

“酒架通常用带有芳香气味的实

木原料，多采用松木、橡木等，它们都带有天然木质细腻纹理，紧实密实，防潮耐压，避震。通常，酒架的最佳材料是橡木。”贾吉东介绍说，酒窖是酒的圣地，主要用来存放葡萄酒，因为白酒在面市以前已经完成了发酵过程，而葡萄酒则如同“睡美人”继续成长发酵，所以其存放环境就显得相当重要。

酒窖提供新的生活方式

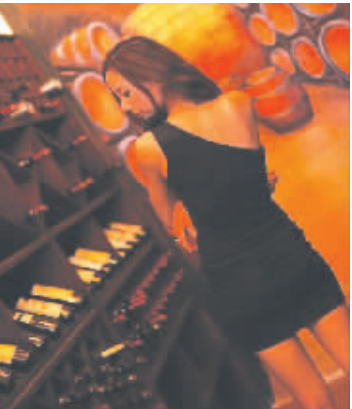
“现在我们会所仅唯美十方的业主就有 50 多个，每个会员办卡的金额都在 100 万以上；要是全部的 VIP 会员加起来，能达到 500 多个。”在黄爽看来，“不少业主都是将品红酒作为一种文化与身份的象征。我们也会针对性地告诉业主，如何摆放红酒，喝的时候选择什么样的器皿，使用什么样的杯子。”

“有时候，红酒与酒窖更是一种文化。”孙国和这样认为。“九洲湾景汇开发了 100 多套带酒窖的产品，现在已经全部售完。不少购房者都是从商的私营业主，经济能力强，文化水平也很高，他们对酒文化非常看重。”孙国和透露，“这些人经常到国外去，对红酒也很了解，酒窖已经成为一种高端的象征。”

“从这个意义上来说，私人酒窖可能不是他们购买楼盘的首要因素，但绝对是促使他们选择这个楼盘的催化剂——在购房者还在犹豫的时候，酒窖促使他们购买。”

关于红酒与生活，就像 2005 金球奖最佳电影《杯酒人生》中女主角 Maya 的经典台词：“红酒是有生命的，而且它在不断地变化并变得更加复杂。葡萄被采摘下，酿成红酒，红酒逐渐成熟，达到巅峰状态。之后便开始了它稳定的、然后衰老的过程，就像人生中的 61 年。”

这是黄立东最喜欢的电影，用他的话来说：“品红酒的过程就像是品尝人生，我的镇窖之酒罗曼尼·康帝就是我人生中最辉煌的一幕。我将它们统统收藏在酒窖里。”



侃谈 | KanTan

在传统观念、传统生活方式依然盛行的现实中，新奢华主义生活理念无时无刻不在冲击着人们敏锐的心灵。

新奢华主义改变生活

□ 许均锦

常常有人这样问：“幸福是什么？”幸福其实就是一种感悟，它需要用一种高尚豁达的心态去慢慢体味、细细品尝的，当拥有幸福的时候，一切看起来都是那么明媚。比如，马可波罗磁砖地心岩 II 代所能表现的只是幸福的瞬间吗？不是的，当这个瞬间开始在人们的思绪中不断延伸时，便会感觉幸福生活亦是

一种永恒之美，这正是设计师辛苦营造并为之深深欣慰与自豪的。

新奢华主义将要也正在改变着我们的生活。在传统观念、传统生活方式依然盛行的现实中，新奢华主义生活理念无时无刻不在冲击着人们敏锐的心灵。也许，人们会发现，这里极力倡导的新奢华主义就是一种消费升级，一种生活品质、品位的提升，也正是他们一直追求的一种生活。就如人们越来越愿意多花点钱，

买下对自己有意义的东西，以及由此衍生的新的生活方式，这些对于他们而言，富有更重要的心理意义及情绪价值。

新奢华主义，一种简洁、舒适而又不忽略细节的低调奢华；一种时尚与实用的演绎；一种生活品位、生存环境及东方文化的重组；一种抉择，将经典与现代的元素演绎，从而走向新奢华主义的分享。

新奢华主义，不同于古典怀旧，

也不同于极度奢靡。而是将简洁、舒适而又不忽略细节的奢华演绎为时尚与实用的结合，它并不注重外在的形式感和物欲虚荣的满足，而是对居住者的身心进行人性化关照，它源于平凡人对尊贵精神与品位生活的不懈追求。

新奢华主义，是一种有自己独到品位与鉴赏力的奢华。

在这里，轻松生活，体验新奢华，享受事业的成功和温馨的居家情调，让岁月的留痕不只是忙碌的身影，更多的是快乐的光阴，让生命内涵更丰富，让人生目标圆满如初。

项链，结果在上海一年一度的名媛会上，至少有十几位的女宾都挂着同一款产品。这起严重的“集体撞链”事件让卡地亚付出了沉重的代价，曾创造了销售奇迹的这款项链自此销声匿迹，并成为其他品牌的雷区。

在某种程度上，奢侈品意味着曲高和寡，但同时奢侈品也面临生存。为此，从爱马仕到路易威登，再到卡地亚，奢侈品在各自的主打产品之外都推出了香水、钱包等价格相对较低的入门级产品，而阿玛尼更是拥有六个针对不同消费者的品牌，从定制时装到大众品牌一网打尽，争取更多的消费者，做大品

牌规模。不过与此同时，他们也在小心翼翼、千方百计地维持“稀有”的高端品牌形象。

【业界视点】

胡润百富近期发布的一份报告显示，购物是中国富豪出国旅游的一大原因，去年，中国富豪首次成为世界上最大的免税购物群体。胡润百富发现，4/5 的中国富豪在考虑把子女送到海外留学。这意味着富豪自己以后不时得飞过去看望他们——并在国外免税店逗留。所以降低关税或许并不能把中国富豪留在国内很久。

