



私人资本开发无人岛从上世纪 90 年代末开始。第一批岛主的探索,证明了岛屿开发需要远超过常规的高额投入。

购无人海岛 富人须先做功课

□ 吴魏君

拥有豪华的私人别墅、游艇甚至是飞机,对富豪们来说都已经不是什么新鲜事了。近来,购买并开发无人海岛成了富人们的新玩具,自己玩乐的同时也开辟了一条新的赚钱门道。比如浙江的一位富豪黄先生就在中国东海岸附近买下一座小岛,并将其变成一个野生动物保护区,同时正努力开发海岛狩猎这个特色项目。

黄先生以 344 万元的出价,获得浙江宁波象山旦门山岛的 50 年使用权。过去两年中,他已经投入巨额资金,将这座面积为 80 万平方米的小岛,变成了一个放养野猪、野鸡以及鹿等野生动物的私人动物园。他说,喜欢打猎的中国人只要支付 120 元就可以来到岛上,再花 100 元钱就可以租枪,每颗子弹 10 元钱。在旅游高峰期,岛上的人数也会控制在 100 人以内。大多数游客都是年轻人或度假的商人,能够打猎是最吸引人的地方。

私人资本开发无人岛从上世纪 90 年代末开始。第一批岛主的探索,证明了岛屿开发需要远超过常规的高额投入。一块面积相同的土地,岛屿上的开发成本是陆地的 3 倍。无居民海岛开发实行有偿使用制度。除单位、个人外,外资企业、外籍人士也可申请。单位和个人使用无居民海岛,一般情况下应缴纳海岛使用金。根据规定,海岛使用金实行最低价制度,将全国沿海海岛分为 6 个等级,每个等级规定了 15 种用岛最低收费标准,并根据用岛类型及面积确定最低价。单位和个人在获得使用权后,使用年限最多不超过 50 年。私人资本的投资方式分为两种:一种是作为私人休闲的奢侈品消费。另一种方式是做经营,开发旅游是迄今最常见的方式。

每个人都梦想着拥有一个私人岛屿,但如果岛屿不适合您时,梦想瞬间会变成噩梦。市场上的岛屿不断增加和减少,这是因为新主人对于整个经历大失所望,在购买了“梦想”几年后就想卖掉岛屿。这是因为买岛不难,如何开发一座岛才是重点。要让小岛堪住,得充实其生活机能。一是解决交通问题,二是电力与通信设备,三是饮用水源何来。光是建造房屋成本就会比陆地的同等建筑高出 1.5 倍,因为从材料到工人都得用船载运到岛上。此外,还得考虑在不使用岛屿期间,如何维护岛屿。与购买陆地建筑不同,银行贷款难度很高,例如在东南亚地区买的小岛,多半没有所有权,银行根本不可能会核贷,因此得准备大量现金。这些问题都需要在买岛之前做好功课。

“奢侈品牌似乎并不避讳涨价。在门店购物,销售员也会和顾客介绍,商品每年都会涨价,只是调价幅度不同。好像顾客现在不买,今后就要多花钱了。”

投资奢侈品 一边玩一边赚

□ 吴素红

今年以来,香港等地区一系列奢侈品牌,如香奈儿、LV、蒂凡尼、江诗丹顿等,轮番涨价,调价幅度普遍在 5%至 6%,有部分品牌涨价幅度甚至超过 20%。尽管受益于人民币升值,但有业内人士估算,今年香港冬季折扣季,消费者要比往年损失 0.5 折至 2 折的优惠。但是,购买奢侈品,在消费中享受,在享受中收藏,在收藏中增值,边玩边赚,一举两得,如今,有些人已经将它当做一种高品位的个人理财方式。

奢侈品价格轮番上涨

据深圳商报报道,“2009 年,这款手袋价格是 26 万元港币,现在已经卖近 4 万港币了。”近日,在香港华懋大厦 DFS 商场的夏奈尔专柜,深圳人刘小姐指着一款夏奈尔经典菱格肩包感叹名牌价格疯涨,同一款手袋不到两年时间竟然上涨了 1 万多元港币。原本她计划在圣诞节再买一款夏奈尔手袋作为“年终奖励”,现在看来只能作罢。

“每年奢侈品都会涨价,但今年调价的次数和幅度比往年大。”一位长期关注奢侈品销售的业内人士向记者透露,在香港蒂凡尼,这里的店员就介绍公司从去年至今已经调价两轮,例如,该品牌经典钻戒,一年时间价格上涨了 15%。

国际奢侈品价格在内地也先后上调。LV 在 7 月份几乎全线涨价,平均幅度涨了 6%。例如,一款 LV 皮夹,价格从 4000 多元涨至 5000 多元,一款黑色的香槟包价格从 16000 多元涨至 19000 元。“LADY DIOR”(又称戴妃包)是 DIOR 的经典款。两年前,该品牌中号 LADY DIOR 售价约 18000 元/只,如今这价格三级跳已经跳到了 21800 元/只。“奢侈品

牌似乎并不避讳涨价。在门店购物,销售员也会和顾客介绍,商品每年都会涨价,只是调价幅度不同。好像顾客现在不买,今后就要多花钱了。”刘小姐说道,高端奢侈品牌几乎每年都在涨价,一张就是一两千,有时候甚至更多。

购买奢侈品也能“省钱有道”

价格动则上万元的奢侈品,如何让自己的荷包少出血,又能买回心爱名牌?记者近日就此采访了一些业内人士。

第一招,打折季节去淘货。

在香港上班的 AMMY 每年总会购买几款名牌作为自己的“年终

奖励”。“其实,奢侈品平时基本不打折,但圣诞购物季期间,个别的品牌也会拿出部分产品作特价。”AMMY 说,例如,以鞋子出名的 Ferragamo,去年,她就以七折的价格淘了一双该品牌的鞋子。“类似 LV、Chanel 或者名表专卖店,通常圣诞节也不会有折扣。但如 GUCCI、COACH、Burberry 等,就会有特价商品推出,每年这些品牌做促销,门口都会排长龙。”AMMY 提醒说,购买打折名牌最好选择其经典款式,或者一些配件,这样就无需担心款式过时。

此外,圣诞前后,尖沙嘴的海港城、半岛酒店以及铜锣湾等地,是内地游客集中区域。这些区域内的名店



对于商务人士来说,最大的优势是善于交流,最大的劣势是害怕独处,或者说害怕被冷落。

商务人士 不妨创造主动的“孤独”

□ 李国威

某 500 强企业中国公关传播总监,从事公关传播 13 年。还做过 7 年新华社编辑、记者,驻伦敦记者。他英文名字叫 Geoff,发音同 Jeff,就是“借富”,朋友们觉得别扭,干脆都叫“姐夫”。

如果现在给你放假两天,没人陪你玩,你会怎么过?会自娱自乐得要死,还是孤独得要死?

每次过完五一的三天假,第四日早上醒来,突然感觉孤独了。

节后两天是我们公司规定放年假,这两天从个人带薪年假中扣,结果是,老婆孩子要上班上学,朋友们都上班,除了同事,没人玩了。

想想也有很多年没有这样的机会了。以前的个人年假,公司里别人不休假,公司的电话、电子邮件还是照来不误,心还是被公司那点事拖着。现在好了,打开电脑没有老板和同事的消息,手机响了,一多半是推销保险的。

整天那叫一个安静。北京 5 月的天很蓝,于是我一

个人去北海公园散步,逛逛南锣鼓巷,下午两点坐在空荡荡的肯德基吃一个蛋挞,喝一杯红茶,然后去奥特莱斯品牌折扣店淘点宝贝,一天就这么懒散地过去了。关键的感觉是,一个人待着也挺好的。

其实我们每个人天性里面都有自闭的情结。你刚工作的时候、第一次面试、第一次卖东西给客户、第一次做商务演示,你一定想过:能不能不做这些啊。

人有两个特性,一个是要求自主选择,一个是要求矫枉过正。

最好我自己想做什么就做什么,别人告诉我现在要对客户微笑,上台去做演示,我不乐意;另一方面,你要是独处长了就希望身边有人,周围太闹了就希望一个人待着。一旦情形有点极端了,你就强烈要求转向相反的极端。

在任何一个商务聚会上,都可以看到有人滔滔不绝地讲,别人一插话,或者话题没有转到他希望的领域,马上就会极度失落,有时会到两个人为争夺话题而势不两立的地步。我曾经问过两个话痨,你这么不

停地讲就不累吗?他们都说,不知怎的听别人总说就感到焦躁、烦,所以既然人在这儿,时间也花在这儿,干嘛不让自己痛快一些,而让我痛快的最好方式是让大家都听我讲。

其实商务人士都是话痨,如果他现在没有冒出来,那是因为他还没有意识到让别人都听自己讲话是件多么惬意的事情。

人的弱点不是怕孤独或者被冷落,而是在被人追捧被前呼后拥之后突然没人搭理。谁都想主动地矫枉过正,一旦被别人矫枉过正,就受不了了。

其实商务人士也不是怕孤独,而是怕自己表面的孤独被人解释成一种状态。比如,你在没有男朋友或者女朋友的时候自己逛街也没什么,但是现在有家有业,社会地位也高了,一个人在商场里碰到了熟人,人家瞪大了眼睛问你:x总,您怎么一个儿逛街啊?其实人家就是一个问候,就像英文里面的“Howare you?”就是一个问候,不用回答的,或者你也答“Howare you?”可是偏偏你就想,是不是人家觉得我一个人逛街有毛

性很强的一种英语培训。相比其他语言证书,它的“被利用率”要高出许多。也正是因为它针对商务人士这个群体的特性,商务英语的学习途径和方式也稍显不同。职场人士业余时间十分有限,除去专业的培训机构的开班式英语教学,英语学习网站也成为了商务人士的上佳选择。有许多专业的在线英语学习网



内大部分人山人海。因此,有购物达人提醒,消费者可以选择中环的置地广场或者是 IFC 等名店购物。这里的名牌店面积更大,货品更多,人们可以在此细细挑选。

第二招,折扣店一年 365 天天天有折扣。

除了各大品牌专卖店,香港名牌折扣店也是购物达人省钱的一个好去处。据介绍,为了降低租金成本,折扣店大多设在比较偏远的非商业区,或者位于工厂大厦里面。例如,位于东涌的东荟城名店仓、鸭月利洲的新海怡广场,是大型综合折扣商场或集中地。其中,东涌的东荟城名店仓云集了 67 家名牌折扣店,内地旅客熟悉的品牌,如 COACH、Burberry、Bally、CERRUTI、Max Mara、Polo Ralph Lauren 等,都能在此找到。

第三招,巧省货币转换费。出境购物使用银行卡,选择合适的方式结算有时可以省下 1%至 2%不等的货币转换费。

有购物达人介绍,在境外购物如果有“银联”标志的地方,最好使用“银联”卡进行结算。因为中国银联在进行货币转换时不收取货币转换费即服务费,只是按规定汇率进行货币转换,省去了用美元结算成当地货币的转换费。而 VISA 等国际货币组织的做法是先将持卡人消费的当地货币金额兑换成美元,再加上 1.5%左右服务费,然后按这两项的总额兑换成人民币,所以,市民使用国际双币卡进行境外消费,会产生额外的费用。

病?是不是人家觉得我在公司大权旁落了?是不是人家认为我家庭生活有问题了?你瞧你一个累。所以,商务人士之害怕孤独,有天性的好胜之心,多半是来自世俗的压力。

在这种情况下,不妨创造一些主动的孤独,其实这是衡量一个商务人士是否真正成熟的标准。一个人能独自走向森林、大海、高原,独自坐在咖啡馆享受下午的阳光,独自为你最喜欢的运动花上一整天、一整月,生活的意义也许就在这孤独和不经意之间悄悄地升华。从另一个角度说,心静致远的孤独有利于你的健康。如果你每天睡觉前不停地写电子邮件,开电话会议,跟生意对手争执合同的细节,你的潜意识会永远充满了冲突,浅睡眠、多梦、失眠、掉发、损肝脾等一系列问题都会出现。

有个在公司做老总的朋友对我说:我其实特别想安静,特别想孤独,可是一静下来,单位里那些事就不断往脑子里进,看一会儿《潜伏》会忘掉一阵,可是看完了,那些事又来了。

站为商务英语学习开辟专栏,有其相应的学习资源和考试信息。整合“了解-学习-考试”三方信息,这种“一站式”的学习方式十分适合争分夺秒的职场人士。网站上的英语学习资料更新快,信息量大,即时学习浏览,对于白天工作必定要使用网络的人群,能够有效利用工作间隙,“挤出”商务英语的学习时间,大大提高了学习效率。

其实,不管是富人也好,穷人也好,如果对“面子”过度痴迷,甚至呈现病态的执著,就是值得警惕的征兆。

别让“面子”绑架生活

□ 宛诗平

时下,在一些著名的购物网站,各种名牌产品的纸袋、吊牌、说明书等都被标明码标价,且销路不错,买家多是一些买不起名牌,通过买名牌产品配件来满足虚荣心的年轻人。这类消费行为不完全是为了实际需要,更多是出于炫耀和满足“面子”的目的,因此被称为“面子消费”。日前,中国青年报社会调查中心通过民意中国网和新浪网,对 1104 人进行一项调查显示,84.2%的人确认,身边年轻人的“面子消费”现象普遍。

据今晚报报道,国人好面子,自古有之。“面子”文化反映在现代人的日常消费上,就成了:穿,必穿名牌;有面子;喝,必喝茅台、XO;有面子;开,必开豪车靓车;有面子;住,必住别墅洋房;有面子。以至于,无论城市还是农村,过去还是现在,为了面子一掷千金,为了面子送大礼,为了面子主动或被动进行攀比消费等现象屡见不鲜。

“面子消费”助长了奢靡之风的泛滥,人们不再以奢侈浪费为耻,反而把勤俭节约当成了丢脸的事。以至于“只买贵的、不买对的”“只要付得起,管它浪不浪费”成了一些人消费时的主要心理。统计数据显示,从 1979 年皮尔卡丹进入中国到各大品牌纷纷抢占中国市场,短短 30 年时间,中国的奢侈品消费速度突飞猛进。上个月汇丰银行公布的一份研究报告称,中国将在今年超过日本,成为全球奢侈品需求最大的国家,个人奢侈品消费上的增加在中国已经成为一种潮流。在这里面,除了有中国经济高速发展的原因外,“面子”文化的影响“功不可没”。

有人说,花钱是个人的权利,尤其对那些富人,靠自己的合法收入去追求高层次生活品质,这本身是无可非议的。没错,我们尊重个人的选择。但问题的关键是,时下人们对奢侈品的消费中,出现了很多“穷人”的身影,他们过度消费、透支消费,靠一些高仿品、山寨货满足虚荣心,纯粹是在“死要面子活受罪”——“月光族”“负翁族”现象屡见不鲜就是例证。

其实,不管是富人也好,穷人也好,如果对“面子”过度痴迷,甚至呈现病态的执著,就是值得警惕的征兆。《大学》有言,“财散则民聚,财聚则民散”。公众兜里的银子,是现代社会的里子。我们现在并不算十分富裕,过分透支自己的家底,生活就会被“面子”绑架。如若能把面子看得风轻云淡些,生活就会多一点快乐和惬意、恬淡与温馨。

