



大型婚庆会馆明年“闹”天津

□ 张鸣岐

只有饭馆才能承办结婚典礼的局面,今后将得到改变。近日,记者从天津婚庆服务行业协会获悉,该市首座大型专业婚庆会馆建,计划明年5月份建成并对外开放,同时市内六区将各建一座专业婚庆会馆,以此来扶持和推动婚庆现代服务业的成长和发展。

据了解,婚庆作为一个新兴行业,占现代服务业中的比重越来越大,近年来本市举行婚礼的场次平均每年超过10万场,婚庆公司如雨后春笋般涌现,全市婚庆公司数量已达1000多家,婚庆产业正逐渐成长为一个新的朝阳产业,逐步形成令人瞩目的婚庆产业链,带动着相关产业快速发展。据统计,每对新人结婚,从头到尾消费平均在100万元左右,全市每年结婚消费超过了100亿元。目前婚庆产业拉动了13个产业链,蕴藏着巨大的商机。

天津市首座大型专业婚庆会馆坐落于西青开发区,面积25000平方米,设计5个婚礼大厅,平均面积2000平方米,其中包括中式婚礼厅、西式婚礼厅和草坪式婚礼场地,能同时举行7场婚礼。据了解,会馆建成开放后,将为新人举行婚礼提供婚礼设计、婚纱摄影、婚礼主持、婚礼跟妆、婚宴、婚车出租等一条龙服务,还为婚礼上新人的家属提供免费的班车接送。据介绍,按照这一婚庆会馆的建设模式,明年市内六区也将各建设一座中型规模的婚庆会馆。

□ 陈爱娣 郭良川

2011中国(海口)游艇经济论坛举办期间,全国游艇发展专家指导委员会秘书长郑炜航向记者透露,目前全国游艇发展专家指导委员会、中国交通运输协会邮轮游艇分会正着手组建全国游艇租赁中心,该中心将于明年推出,这将

“企业因文化而更有魅力,文化因企业而更有活力”,这是企业家在“三禾”的各种文化活动中获得的最大收获。

三禾俱乐部 商人文人齐读书

□ 王婷 陈青华 陈晖

“君子有所为,有所不为。所谓‘仁之所至,义所当然’的事,牺牲自己也做……”乐清三禾文化俱乐部里传出琅琅书声,这是乐清的商人们在学习同乡名人南怀瑾的《论语别裁》。

据浙江日报报道,这样的读书会已是当地不少商人生活中必不可少的一部分。一期一主题,采用“读、写、讲、听、评”的形式,目前已学了季羡林、余秋雨等名家的10多部作品。

说起温州,人们想到的是温州商人和他们缔造的商帮传奇,而现在的温州商人却开始思考另一个问题——如何

据统计,目前我国已有17个省市地方政府正在规划和布局景观水系开发和游艇俱乐部建设。已建成、正在建设和规划建设游艇俱乐部有99家,游艇保有量在1200艘—1500艘。

游艇俱乐部 全国“起航”

为游艇爱好者提供一个信息最集中、最有效的服务平台。

据统计,目前我国已有17个省市地方政府正在规划和布局景观水系开发和游艇俱乐部建设。已建成、正在建设和规划建设游艇俱乐部有99家,游艇保有量在1200艘—1500艘。

郑炜航说,由于海域限制,各地游艇俱乐部并未形成一个网络,单体游艇俱乐部的租赁业务难以为广大游艇租赁市场提供集中而有效的服务。“游艇要让它游起来才叫游艇,我们各地游

艇俱乐部也在做游艇租赁,它的租赁是有海域限制的,因为是没有形成一个网络,游艇的最佳状态是能够形成全国的网络,海口的游艇开到湛江去,这是游艇的最佳状态,但是这种状态是单体俱乐部做不到的。”郑炜航说。

郑炜航表示,全国游艇租赁中心将于明年推出。目前已确定了海口、三亚、厦门、青岛和舟山5个城市的游艇俱乐部作为试点进行联网游艇租赁业务。郑炜航说:“我可以为异地的消费者提供信息服务,比如我在北京的客人,他要到海口来坐游艇,到三亚去坐游艇,他就不知道这里有什么设施,有什么船,什么样的服务,你这个时候可以打电话到全国游艇租赁中心,这时候我就了解你什么时候去,需要什么档次的游艇,

要租多长时间,我就把这些信息告诉我的俱乐部联盟,再把信息反馈给消费者,消费者就可以到码头去租游艇,就像信息中心一样,相当于商务平台,信息平台。”

郑炜航认为,游艇俱乐部应结合其具有的临水场地和游艇等资源,在服务好会员的同时,适当地、有条件地社会化,开展多元化经营,比如涉足游艇销售、租赁领域,举办游艇商务、游艇婚礼、游艇聚会等特色活动。他表示:“我觉得游艇租赁就是一项非常好的业务,我判断未来30年游艇的主要消费模式,是游艇租赁。(中心)经过3.5年的发展,我们的游艇就可以到各个地方,就像汽车租赁一样。”

中,企业家和文化人一起慰问一线工人,“三禾”的荣誉理事胡成虎拿着相机拍下了火热的建设场景,“我们要做企业家而不是企业主,我们要有社会担当。”

温州国大投资董事长王小楼感受到:文化不是抽象的概念,而是一种内涵和修养。

华仪集团董事长陈道荣意识到:文化可以让人俯仰天地、洞晓人生、提升境界。

宝鑫集团的王绍旺觉得,“三禾”正在带动当地民间文化、社会文化向纵深发展。

“三禾”同样也为文化人搭建了平台,由企业家出资为文化人办艺术展,“三禾”出资的一场“探索与回归”的中国画联展,一口气推出了5位乐清籍艺术家的50幅中国画作品,甚至把本土版画家黄信侠的作品送到了中国美术馆展出。

在长悦,你可以细品现磨咖啡的悠扬,也可以精心冥想,能随时随地享受到一份精致的餐点果盘、醇香的咖啡,悠扬浪漫的背景音乐,时尚新锐的书籍,营造舒适、自由、无压力的环境。

长悦雷克萨斯 打造4S一站式会所服务

□ 鹰狐

“长悦”,顾名思义,即发自内心长久的满意和喜悦,是长悦秉承LEXUS雷克萨斯顾客哲学中的“顾客至尊”的理念,面向所有车主的服务承诺。

广州长悦雷克萨斯4S店是由广州汽车集团商贸公司(简称“广汽商贸”)兴建,按照LEXUS雷克萨斯品牌全球统

一标准建造的豪华会所式4S店,集展示、销售、售后服务为一体,以超越五星级酒店水准的服务设施,传达出雷克萨斯“矢志不渝,追求完美”的品牌精髓。

在建筑设计上,米黄色搭配棕色木饰的色调营造出了独特的既高贵又和谐的氛围,让客户感受到无与伦比的尊贵体验。天幕引进洒漫的曝光,利用遮光板独特的设计慢反射,柔和的交错光

线,达到明亮清爽的光线效果。

楼梯旁流水墙若有若无的涓涓流水声与轻柔的音乐把自然与人性融合,展现高贵、典雅、舒适、明亮、温馨的赏车空间,人性的尊贵在广州长悦雷克萨斯的每个细致角落上都体现得淋漓尽致。高端、环保、节能,这不是单纯的对硬件设施的追求,更是对雷克萨斯尊贵客户的一种承诺。

在长悦,你可以细品现磨咖啡的悠扬,也可以精心冥想,能随时随地享受到一份精致的餐点果盘、醇香的咖啡,悠扬浪漫的背景音乐,时尚新锐的书籍,营造舒适、自由、无压力的环境。在长悦进行车辆保养对你来说不再是枯燥乏味的时间消耗,而是驻足之间的生活乐享。

“骆驼”的俱乐部,犹如一个生活馆,会员可以在里面泡茶、喝咖啡、看杂志。如果俱乐部的成员组织活动,该俱乐部更会为其免费提供交流场所。

骆驼户外俱乐部 乐登体育发力

□ 鹰携

近日,乐登体育用品有限公司在西安、太原的“骆驼户外俱乐部”正式开业。这是乐登首次尝试以俱乐部的形式运作“骆驼”这个品牌。

“如今,百姓户外运动与户外旅游活动逐渐增多。经过多年培育,‘骆驼’这个国际户外品牌在国内总算也迎来了春天。”看到“骆驼户外俱乐部”成立不久就受到众多户外运动爱好者的追捧,乐登公司总经理陈瑞典欣慰地说道。

事实上,乐登最早也跟晋江多数鞋企一样,想自创品牌,为何最终却选择了代理国际品牌之路?早些年“户外运动”在国内还是一个比较陌生的概念,“骆驼”在全国的1000多家专卖店又是如何一家家开起来的?

另辟蹊径 代理国际户外品牌

据报道,上世纪90年代初,晋江市政府出台优惠政策,晋江大量外向型企业应运而生。乐登也不例外,引进国外先进的流水线和生产技术,引进

国外的资金,再将生产出的鞋输出国外,走上了外销的道路。

1999年,孔令辉的一句“我选择,我喜欢”揭开了安踏自创品牌的序幕。紧接着,晋江众多鞋企也先后效仿,从外销转往内销开始自创品牌。

注意到“国际代理”这种模式,是在陈瑞典到浙江的一次考察中。当时乐登有帮国际知名品牌“金利来”做贴牌,在浙江某市场上,金利来和“乐登”牌的休闲鞋同时在销售,一样的生产厂家,一样的市场,可是,金利来鞋的价格却比乐登鞋高了整整一倍。而他了解到,浙江市场上的金利来鞋,是由浙江某鞋企全权代理生产和销售的。

当下,陈瑞典就决定,乐登也要走这种模式。同时,陈瑞典也决定避开运动休闲鞋领域。“当时,户外运动在国外已经很流行,国内了解参与户外运动的人却还不多。也因为如此,未来户外运动在国内肯定会有很大的发展空间,乐登如果能提早抢占这个市场,一定能辟出属于自己的特色领域。”

于是,陈瑞典拿下了“骆驼”这个品牌在中国的生产和销售权。据其透露,接下来他将大力运作另一个国际知名户外运动品牌“圣弗莱”。

多年的运作没有白费,如今,单

“骆驼”这个品牌,在国内已有1000多家专卖店。

丰富产品种类 赞助专业组织

能在短短几年内开1000多家“骆驼”专卖店,除了依靠这个品牌本身的知名度之外,与陈瑞典独特的运作思路也不无关系。

“骆驼”品牌原本以生产销售户外运动鞋为主,拿下了“骆驼”品牌在中国的代理权之后,陈瑞典并没有仅照搬“骆驼”在国外的运作模式,而是积极拓展产品线,除了户外运动鞋以外,还生产户外运动服装、包袋、帐篷、睡袋等户外用具,甚至生产户外烧烤用具。

“2000年之前,绝大多数的消费者还不太了解帐篷、睡袋。如今,随着百姓户外运动与户外旅游活动逐渐增多,这些产品在市场规模方面表现出不断上升的趋势。”陈瑞典笑着说道,丰富了产品种类之后,“骆驼”专卖店更加得到了户外运动爱好者的认同,因为只要一踏进“骆驼”的专卖店,户外活动所需要的一切物品都能买到。

同时,产品日益丰富的“骆驼”专卖店,也加强了国人对于户外运动的认识,带动了一批户外运动领域的消费群体。

由于户外运动用品定位较为高端,产品价格也偏高,例如一双户外运动鞋往往会比一些常见的名牌品牌运动鞋来得贵,因此,目前乐登所代理的“骆驼”等3个牌子的专卖店,一般都设在一线城市。

积极与户外运动方面的专业组织合作,也是乐登运作3个户外运动品牌的主要思路之一。

此外,乐登也是中国登山协会的户外运动合作伙伴。凡是该协会组织活动,乐登经常会赞助他们户外运动装备。全国23所高校,共同举办了一场技能拓展比赛,乐登赞助冠名了该活动。“这场比赛的项目都是户外运动项目,例如攀岩等,赞助这一类的活动最有效果。此外,热爱户外运动的大学生,都是乐登未来的潜在消费群体。赞助他们,也等于推广‘骆驼’品牌。”对于这一点,陈瑞典深信不疑。

成立俱乐部 走团购路线



如何挖掘消费潜力,曾在一段时间内让陈瑞典头疼不已。然而如今,陈瑞典又有了新的想法:如文章开头所提到的,成立“户外运动俱乐部”的运作模式。

陈瑞典介绍,只要一年消费“骆驼”产品达到一定的金额,就可以成为“骆驼户外俱乐部”的成员。而“骆驼”的俱乐部,犹如一个生活馆,会员可以在里面泡茶、喝咖啡、看杂志。如果俱乐部的成员组织活动,该俱乐部更会为其免费提供交流场所。陈瑞典希望能将“骆驼户外俱乐部”打造成户外运动爱好者的休闲之所,从而吸引来更多的户外运动爱好者。

“通过‘俱乐部’、‘大本营’的平台,将户外运动爱好者这个目标消费群体集中在一起,参与引导他们平常组织的活动,肯定有利于促成‘团购’

常发香堤澜湾会所澜CLUB针对家庭全年龄段的不同需求,开创360度全方位的情境体验。

澜CLUB上演 惊艳与浪漫

□ 叁留武

室外晴好,12℃,温凉。苏州澜CLUB会所,27℃,舒适。

当阳光以最柔美的色泽投射向会所一楼落地玻璃窗的时候,恰是午后两点。小囍龙井的先生们,享受提拉米苏的女士们,戏耍飞行棋的孩子们,以及一对刚刚到达的老年夫妇,摘下帽子,解下围巾,舒缓微凉寒意,大家同时站了起来,走向室外的小广场,迎接一个重要瞬间——常发香堤澜湾情境会所启动仪式,惊艳与浪漫如期待中的一般,华丽上演。

如果以正式开放的日子作为澜CLUB的诞生,那么毫无疑问,她是乐观坦率的射手座。追求浪漫而心思缜密,滴水不漏。在会所内,有吧台,有小剧院,有现磨咖啡,有法语歌,有端庄的礼仪,有活泼的“兔女郎”,而所有的这些浪漫元素,在精雕细琢的陈设与布局中展开,处处透露奢华气息。亲切的问候与贴身侍服,让每一位来宾感受尊贵气度。

不要小看任何一款经典小游戏,飞行棋其实来源于法国人拉弗伯雷“大圆圈”的空战战术,而五子棋更是中西文化的交流点,古今哲理的结晶。在常发香堤澜湾情境会所准备的哪怕是一款小小游戏,也希望尊贵的来宾在此一展智慧,闪烁光亮心思。

常发香堤澜湾会所澜CLUB针对家庭全年龄段的不同需求,开创360度全方位的情境体验。恒温恒温泳池、健身中心、斯诺克、乒乓、棋牌、等高端设施一应俱全。为充分展示会所功能板块,让来宾尽情融入到澜CLUB的氛围和功能中去,会所开放当天邀请专业斯诺克、乒乓运动员作为擂台伙伴。老业主及新朋友们在攻防中体验无限乐趣。