

无论选择哪种形式,葡萄酒主题会所已越来越受到酒商的欢迎。当你也有兴趣建会所的时候,不妨听听业内专家的意见。

葡萄酒会所 结缘文化消费时代

□ 王同雁

一位资深酒商曾说过:未来中国葡萄酒消费一定是靠文化推动的。不用等到未来,他的这种说法已开始被印证。如今以葡萄酒为题的会所、俱乐部大量涌现,正是对葡萄酒进入文化消费时代最好的诠释。

葡萄酒会所:“玩”的是格调

据《葡萄酒商务》杂志报道,近几年,随着葡萄酒文化的日益普及,以葡萄酒为主题的会所在国内正悄然兴起。这种立体展示葡萄酒及其文化的模式一朝出现,很快便开始在国内风行。各式各样的会所、私人俱乐部、名庄会、酒窖、酒屋等如雨后春笋般出现。业内人士认为,葡萄酒会所的升温与葡萄酒本身的文化内涵不无关系,它表明中国人对葡萄酒的理解越来越深入了。

多数人对会所的理解最早可能源自对北京、上海、香港等地的那些顶级会所,如上世纪90年代北京最知名的“四大会所”,上海的银行家俱乐部、美洲俱乐部及拥有百年历史的香港马会。这些场所都是社会名流和商贾富豪涉及的地方,除了令人咋舌的奢华设施,还有一丝神秘。

在这些会所中,葡萄酒作为体现时尚品位的元素,从来没有被忽视,同雪茄、咖啡、名茶一样是会员的重要喜好,备受追捧。有些会所甚至将全世界限量级的顶级名酒搜罗其中,以体现会所实力。会所也经常举行品酒会,作为吸引会员的一项主要活动。为此国外许多名庄的庄主会专程来此做推广,办品酒活动。参加的人虽不多,但购买力可观,而且是最有可能成为忠实消费者的群体。对那些人生地不熟的国外庄主来说,这条路比花很大的精力去打开中国市场便捷有效得多。

会所实行会员制和酒店团队制,会员在体验溼水温泉疗效的同时还能享受纯泰式按摩、全身美容和棋牌茶道等服务。

约翰温泉会所 体验冬泡温泉

□ 吕瑶

南京华洲凤凰小镇占地面积107000平方米。总建筑面积为48385平方米,容积率0.45,绿化率39.2%。凤凰小镇将低丘坡地的自然景观与建筑有机融合。入口为15000平方米的景观花园,南面为南京菲尼格斯中心度假酒店。

而在凤凰小镇旁边,更建成了约翰温泉会所,已于2011年10月底对外开放。温泉会所占地四亩,建筑面积2000余平方米。分室内室外两部分:室外有200平方米的温泉游泳

挥杆“鹿回头”会所



□ 鑫浪

2012年1月16日,海南三亚鹿回头高尔夫球会豪华会所正式投入营业。这座斥资上亿元人民币打造会所紧邻美丽的大东海景区,坐落于半山之上,可以俯瞰鹿回头球场18洞。该会所由著名的泰国KTGY建筑设计公司设计(KTGY被BCI评为2006亚洲十大建筑设计公司之一),会所总面积约1万平米,目前是三亚及周边地区面积最大、设施最豪华的高尔夫会所。置身于会所内露台之上,观大海,波澜壮阔;眺球场,满目青翠。会所内设施一应俱全,包括专卖店、红酒雪茄廊、餐厅、足疗、桑拿



以酒为媒,展示品牌,聚集人脉,这是多数会所、俱乐部成立的初衷和目的。葡萄酒会所选址及形式各不相同,通常与品牌定位及会所主人对葡萄酒文化理解认识的深浅有关。或建于酒庄之中,或隐于高档楼寓,或独居僻隅。装修风格也是不拘相同,欧式的、英式的、中式的、简约的、温馨的……而相同的是考究的硬件设施、贴心舒适的个性服务,私密休闲的轻松氛围。

会所、私人俱乐部与通常所说的品酒俱乐部是有区别的。相比之下会所对会员的要求更高一些,不仅要热爱葡萄酒,还要有一定的社会地位和经济基础。因为会员到会所消费不是针对某款酒做出评价,而是来享受葡萄酒所赋予的一种生活格调。会所通常会提供全方位的个性化服务,吃、喝、玩、乐、住各种设施一应俱全,也就是说会所的功能类似于星级酒店,但会给客户带来更多星级酒店不能提供的人性化服务及归属感。

形式各一 以酒为媒

目前,国内各种葡萄酒会所百余家,规模形式不一,经营状况也不相同,其中可分为以下几类:

顶级会所。以中粮君顶领袖会为代表。领袖会,是中粮集团的全球顶级私人俱乐部,会员阵容强大,包括各国王室要员、政界首脑、商业精英、知名学者、文化艺术精英、各界名流等。由中粮集团董事长宁高宁及阳光文化基金会主席杨澜共同出任主席。会籍全球限额550名,目前已有一大批国际名流成为首期创始会员。其会员规格堪比著名的北京长安俱乐部,像这样顶级的葡萄酒会所,目前在国内还是极少数,入会门槛也是最高的。

酒庄会所。以爱斐堡葡萄酒俱乐部为代表。俱乐部成立于2007年,是国内较早成立葡萄酒主题会所的酒庄之一。以爱斐堡酒庄为背景,慢慢打造以北京精英人士为主的私密社交圈,成为当地商业名流享受品位生活的休闲地。在那里,会员不仅可以不出国门尽享法国葡萄酒小镇的风情浪漫,还可以在葡萄酒投资上享受整桶限量订购的优先权。像这样的会所或者私人俱乐部目前在国内比较多,几乎所有真正意义上酒庄均拥有自己的俱乐部会员,入会标准也不是太高。会员不是固定不变的,但对会员的总数会有控制。酒庄主要以推广自己的品牌为主,会员制也成为一些

特色酒庄主要的销售渠道。

进口酒会所。这种形式的会所在国内比较普遍,在各大经济发达城市中均有,主要由国内一些实力雄厚的进口商创办,他们了解葡萄酒,有自己稳固的商业伙伴和朋友,通常会选择风景优美的高档楼寓打造成会所,小则一二百平米,大则五六百平米,会所功能齐全,有专业的品酒室、恒温恒湿酒窖、特色的配餐及各式休闲娱乐设施,虽比不得大会所富丽堂皇,但也装修精致,有艺术格调,品位不俗。据了解,做这样会所的人通常都有思想准备,一开始不赚钱是正常的,只要维持不赔钱就可以了,他们对会所未来的收益很有信心,认为只要坚持做下去,回报还是很大的。

爱好者俱乐部。以富隆酒窖为代表。这种爱好者俱乐部其实还不能算是真正意义上的会所,以进口葡萄酒销售为主导的酒窖或者酒屋,更多是一个品酒交流的场所,没有设立太多限制,只要喜爱葡萄酒,任何人都可加入。这样的俱乐部更多是展示葡萄酒,推销葡萄酒,通过举行的品酒活动引起爱好者的购买欲。相应来说,爱好者俱乐部通常没有奢华的装饰,设施也没有会所那么齐全,通常只设有品酒室、储酒室、会客厅、配餐室等,没有其他娱乐设施,无法住宿。伴随着葡萄酒会所经济的兴起,多元化的会所连锁加盟形式也随之产生。

会所建设不可盲从

无论选择哪种形式,葡萄酒主题会所已越来越受到酒商的欢迎。当你也有兴趣建会所的时候,不妨听听业内专家的意见。

不可盲从。会所投资是相当高昂的,没有一定经济实力的酒商,不要轻易选择,要根据自己的定位,确定是否需要建设会所。如果你的产品定位于中低端市场,那即使投入再

多的钱建设一个豪华的会所,也不会吸引会员,因为这会让会员产生很强烈的落差,会所的定位与产品品牌背离,二者难以和谐共生。所以说好的会所一定与它的产品品质是相辅相成的,应因人而异,避免不必要的资金投入。

管理难度大。葡萄酒会所有其特殊性,一是作为会所,在服务方面要高于普通的星级酒店;二是管理者一定要熟悉葡萄酒行业,懂酒,识酒。由于专业性强导致会所管理人才缺乏,目前国内还没有专门的院校针对会所场合培养专业的服务人员。如何找到合适的管理者成为会所投资者最大的困扰。

保持平常心态。无论是会所还是私人俱乐部,利润回报通常会很慢,不可能一下拿回投资成本,由此就需要投资者理智地对待会所投资,并要坚持下去,只有会所这种模式在中国市场上成熟起来,投资者才会慢慢从中受益。

吸纳有质量的会员。根据产品及品牌来确定会所的定位,也意味着会员的“质量”如何,这好比婚姻中的“门当户对”,会所要与会员的身份相符,要了解会员的需求,要清楚会所可以提供什么的平台,这是互利的关系,这样才会让更多的人加入进来,否则,就不会吸收到有“质量”的会员。



到“拉斐特”俱乐部感受天然

□ 欣郎

北京拉斐特国际高尔夫俱乐部是国际标准的18洞球场,总占地面积1300亩,球道总长7222码。该俱乐部注重的不是球手的球技,而是会员的品位。

俱乐部中丝毫看不出人工建造的痕迹,宛如天然成形,充分体验其中的景观万变。时刻变化的绿色清香和浓郁的花朵的芳香,通过每个球洞都能感受到季节变化带来的多姿多彩。再加上美丽的古堡、庄园与广阔的湖面、平地、小山脊等的周边景观完美融合,打造出世外桃源般的优美风景。

球场的会所设在拉斐特城堡内,城堡有100间客房、大小宴会厅



及会议室20间、桑拿、餐厅、咖啡厅、健身房、各种娱乐设施等。俱乐部还拥有两个室外练习场供会员使用。

完善的配套设施,优美的自然景观,富有挑战性的球洞设计,高档的西式会所,赋予了拉斐特高尔夫无与伦比的独特定位。

台湾姑娘承包农场办会所

□ 李向娟

嘀的一声,手机显示“新年快乐,龙年吉祥!”大年廿九,记者意外收到了台湾姑娘黄景媛发自台湾的祝福短信。

据福建日报报道,黄景媛在福州经营一家美食店天和园会所,生意挺不错。春节前夕,记者走访了这位剪着短发、聪明能干黄景媛。“在会所里,品香茗、尝美食、谈生意,真的很好。”她说,很享受现在的工作状态,忙碌着开心着。

2004年,台湾建筑行业不景气,黄景媛在父亲的鼓励下只身来到大陆。学建筑设计的她先到一家装修公司搞设计,之后再卖有机肥料,最后承包起农场,办起了美食会所。

“我和朋友在平潭、闽侯各承包800亩、500亩农场。与农林大学合作,采用水耕法种植,蔬果没有虫害也就不存在药残了。有了农场就想搞个饮食店,这样,种植的绿色果蔬,放养的鸡鸭猪牛,就可以直供饮食店,保证食材是绿色无污染的。”黄景媛指着墙边搁置几天仍绿油油的青菜说。

“古时吃饭解温饱,现在吃饭应酬却成了身体的一种负担了。我希望大家能回归自然,享受最简单的营养美食。”黄景媛说,“许多客人饮食喜欢重口味、重野味,我常劝他们清淡饮食,低盐低油,少油炸类,多吃当季绿色新鲜蔬果。尽管有时客人不太接受,但她仍乐此不疲宣传健康饮食理念。“来者都是友,用绿色的食材,做出美味

菜肴,让我们的朋友吃得健康无负担。这是我的最大心愿。”她说。

为了这个健康理念,黄景媛经常建议客人适量点菜,因人点菜,做到提前预订,精致准备。“比如,根据客人的构成设置菜谱,若有老人、小孩的,就建议多点易消化咀嚼食物,若需要鸡鸭肉汤,就得提前准备慢火熬炖三四个小时。”她说。

“用心准备美食,真情服务客人,不求利润最大化,但求客人满意健康。”这是黄景媛的追求,却令店里大厨们大为不解,“人家巴不得让客人多掏钱,多点菜,管他吃不吃得完,哪有您这样不求利润,把生意当作健康事业来做的。”黄景媛依然我行我素。

“做精致美食,传播健康饮食理念”,黄景媛说她会坚持这么做。



大漠游泳俱乐部 “龙腾虎跃” 乐在冬泳

□ 华商

陕西省榆林市大漠游泳俱乐部经过6年的持之以恒和励精图治,先后组织30多人参加迎奥运黄河漂流活动,挑选14位勇士横渡红碱淖,组团参加了3次全省冬泳比赛,获得大赛精神文明奖和优秀组织奖,并在全市“体彩杯”大赛中获得优异成绩。去年,俱乐部还参加了哈尔滨全国游泳技术交流会,对推动榆林市游泳运动的健康发展做出了贡献。

几年来,每当冬季到来,这些冰雪健将中的十几位佼佼者,面对北风刺骨,面对漫天飞雪,他们每天都从无一例外地在下午两点左右聚集于此,脱去厚厚的保暖服,换上泳衣泳裤,在岸边迎着寒风做几分钟热身运动后,跃入冰冷刺骨的尤家砬水库,经受体能和意志的考验。

“今年是龙年,龙腾虎跃。我们敲定了,龙年要在确保过去成绩的基础上,再增加几个新亮点,在毛泽东畅游长江纪念日组队横渡长江。另外,还要组队参加哈尔滨全国大赛,为家乡父老争光。”龙年即将来临之际,他们坦诚地向记者诉说了龙年的计划和打算。

“我冬泳,我健康,我快乐!”这些值得尊敬的游泳健将异口同声地道出了自己的肺腑之言。

“吃过山珍海味的人们为了身体健康,都想要运动一下,所以春节来会馆内健身的顾客比往常还要多。”

健身场所 春节受宠

□ 刘津津

春节长假,免不了大鱼大肉吃上几天,山珍海味吃完去健身场所运动运动,舒展一下筋骨,成了冰城人时尚生活的新标志。据了解,春节期间冰城多家健身场所都正常营业,客流量比平时还多,初四过后,部分场所的客流量竟然达到了平时的两倍。

据生活报道,大年初二,记者在哈市道里区一家会馆内看到,中级瑜伽的教室内满是挥汗如雨的健身者。正在整理行装的王女士告诉记者,“过年这几天吃了很多高热量的东西,再不运动一下,以后几天的聚餐吃不消的。”

跟几个朋友一起来健身的贺女士对记者说,“以前过年大家都要聚在一起吃海吃海喝,现在人们越来越注重健康,也越来越注重生活品质,大家更愿意凑在一起运动健身,过一个健康年。”

哈市金鹰公司的的哥郝庆泳说,“过年这几天忙得不得了,一下车腿都不知道往哪放了,这几天我每天都去游泳馆游上1000米,感觉浑身通透多了。人的健康是千金都买不来的,大家都要注重身体健康,多多运动。”

据哈市瑜伽会馆的市场专员朱先生介绍,春节期间,很多人都会在聚餐中度过,吃过山珍海味的人们为了身体健康,都想要运动一下,所以春节来会馆内健身的顾客比往常还要多,尤其是初四以后,每天的客流量是平时的两倍。