

核心导读

●这是一次名副其实的财富盛宴。当价值上亿元的豪华游艇不远万里驶来三亚时,谁不想一睹芳容背后的奢华。

●这是一场名不虚传的精彩派对。当数百名身价不菲的神秘富豪悄然飞抵三亚时,谁不想观其成功背后的轨迹。

●这是一个极其难得的展销平台。当270个世界级品牌与数百名美女云集三亚时,谁不想亲临现场躬逢其盛。

白天,乘坐私人飞机盘旋,驾驶豪华游艇驰骋在北纬18度的南中国海。晚上,在酒店的泳池畔,一系列鸡尾酒会派对嘉年华如约举行。为什么是鸿洲,为什么是三亚?这个财富派对给海南带来什么?“海天盛筵”已落下帷幕,三亚河口处依然“一半是奢华,一半是原始”。但一种契合国际旅游岛建设前景并呈现其多元化高端生活方式的愿景已清晰可辨。



4月6日,第三届“海天盛筵”(海南)游艇、公务机及尊贵生活方式展在三亚鸿洲国际游艇港举行。展会上,游艇宝贝性感出镜,夺人眼球。本报记者张杰摄

成长: 展会规模影响逐年扩大

作为亚洲地区唯一将游艇、公务机、名车等系列高端度假生活产品集于一体的高端展会,2010年“海天盛筵”一经亮相便成为焦点。经过三年的发展,展会的规模逐年扩大,今年的展区水域面积达到8.8万平方米,陆地面积3.2万平方米。展品数量和档次都在提升,全球排名前五的游艇集团悉数参展,130艘超级游艇、豪华游艇加盟。空客、波音、巴西航空等全球一线公务机制造商,布加迪、宾利、劳斯莱斯等顶级名车产销商,以及萧邦等知名高端生活产品品牌纷纷参展,总参展品牌达到270个。

除了众多的游艇之外,在陆地展区,3600万元的跑车、320万元的手表、6700多万港币的戒指等展品也十分引人注目。诞生在法国的超级跑车布加迪全球限量300辆,中国只有3辆,为纯手工制作,极速可达每小时431公里。法国厂商推出的一款全机械奢侈手表手机Celsius采用顶级机械制表工艺结合手机来展示奢华,手机采用翻盖设计,透明外壳下是全手工顶级机械机芯手表显示,机身采用铂金和钛等贵金属作为表面材质,售价约合人民币320万元。在萧邦高级珠宝展现场,一枚30克拉的黄色钻石戒指,售价6745万港元,是本届奢侈品展售价最高的钻戒。

“大约10年前,中国的游艇娱乐产业基本上还没有起步,其实我们做的事都是国外以前走过的路,我们比国外晚了一点,比国内超前了一点。”除了南极,海南鸿洲集团董事长王大富跑遍了全球,敏锐地抓住了这一个商机,先行一步。

坐在“博星72”上,这位海南本土的企业家谈自己的发家史,谈自己的人生经历,谈自己的经营理念,谈自己的生活态度。“我喜欢工作中享受,享受中工作,有时一个人开着游艇漂在海上,在难得的孤独中静思,能给人创意与灵感,发现商机。”

连年扩大的展会规模带来的是成正比的影响力,今年的展会吸引了数万名观众进入展区,有的饶有兴致地观看游艇模型,有的参与到游艇的试乘试驾中。据了解,展会期间国内热门城市直飞三亚的航班上座率明显提高,展区周边酒店客房的入住率和附近餐饮店的营业额甚至出现直逼春节黄金周的现象。

一个由海南民营企业策划并举办的展会,竟然吸引了上百家中外媒体的聚焦,这不能不说其魅力之大。今年的展会吸引了国内多家主流媒体,包括中央电视台、新华社、中新社、中央人民广播电台、人民网、大公报、文汇报等。法国世界报、解放报、法新社以及美国华尔街日报等境外知名媒体都派记者到三亚。

展会: 契合高端旅游产业市场

游艇、私人飞机、各类奢侈品,这些都不是普通人所能涉足的,需要相当的经济基

础为后盾。一艘游艇的价格少则百万元,多则上亿元,能够玩得起的是少数精英富人,而这些人对高端奢华生活的追求恰与国内兴起的高端旅游产业市场契合。

三亚凭借得天独厚的地理位置和国内独一无二的气候条件,成为众多人心目中首选的旅游目的地。高端化精英化的规划发展策略是世界诸多旅游胜地的成功之道,也是三亚面向国际旅游市场的开发开放思路之一。

世界奢侈品协会2012年1月公布的报告显示,截至2011年12月底,中国奢侈品市场年消费总额已达126亿美元(不包括私人飞机、游艇与豪华车),占据全球份额的28%,中国已成为全球占有率最大的奢侈品消费国家。诸多奢侈品厂商推出针对中国市场的产品,把中国作为第一目标市场。仅2012年春节假期,中国富人在境外砸下近90亿美元来购买奢侈品,但数据显示,春节期间大陆奢侈品消费总额17.5亿美元,小于同期境外奢侈品消费的1/4。

从以上数据可以看出,中国的高端消费人群和消费能力都应引起重视。海南国际旅游岛建设的目标之一就是成为国内外的购物天堂,其中高端奢侈品的购物消费是不可忽视的一部分。经济分析人士认为,发展面对高端消费

见习记者 付阳阳

人群的旅游购物产业,将流向国外的消费人群拉回国内,对于扩大内需有积极意义。

高端旅游产业除了奢侈品的购物消费之外,游艇、私人飞机、旅游地产等更是适应海南的自然条件和政策条件的产业。优良的热带海域和海岸码头之于游艇的意义毋庸置疑,海南省和三亚市对于扶持游艇经济的政策更是为该产业的发展提供了国内其他地方无可比拟的优势。

私人飞机市场的兴起也源于我国通用航空业在政策上的放开。业内人士分析说,目前我国发展通用航空的两大条件——经济实力和低空空域开放——已经基本具备。中航工业副总经理李方勇就表示,现在私人飞机的市场环境已经相当成熟了。值得一提的是,在低空空域管理领域的改革方面,海南同样具有全国先行试点地区的优势。

“海天盛筵”一年比一年的吸引力大,第一要花钱大笔钱请参展商来,包公务机请客商来,等同于我们从国外学习借鉴成功的作法,花钱在三亚造了一个场。”王大富说,现在进场需要缴纳费用,这个场造对了,气越来越足。

“海天盛筵”展会品牌的诞生恰恰契合海南尤其是三亚发展此类高端旅游产业市场的潜力和优势。除了展品的交易之外,“海天盛筵”的作用更多地体现在搭建平台上。借

此平台,诸多的展商了解了中国市场并采取有针对性的市场布局。今年展会期间,利用这个良好平台,由中国保利集团公司与美国J&D公司共同出资成立的保利伯爵游艇有限公司开业,新成立的游艇公司在三亚筹建游艇销售中心,力图进军中国游艇市场。据统计,海南游注册的游艇相关企业就有260余家。

元素: 丰富国际旅游岛产品业态

“海天盛筵”不只是一场高端奢侈品的盛会,展会的意义还体现在对生活方式变革的引领和对海南国际旅游岛旅游产品形态的丰富上。

展会的创始人之一,来自法国的李雯雯说,“海天盛筵”和传统的奢侈品展有许多区别,其首要定位是一个社交活动,供各地最有成就的富裕人士聚会。

除了其主打的游艇、飞机,还有相当多品味生活展品,包括红酒、服装、轿车、雪茄、手表、珠宝、银行、酒店等等。作为展会的一部分,品牌派对、私人聚会也是极为重要的一部分,展会作为平台的作用正是藉此得以体现。

展会主办方工作人员向记者透露,数百名身价超过30亿元的各地富豪参加了本次

“海天盛筵”,他们是全球各地的商业巨头,除了参加社交聚会之外,还十分看好海南国际旅游岛建设的前景,参加各种商务考察,以从“海天盛筵”中嗅出契合自身的商机,对海南来说这自然也是一支非常有潜力的投资队伍。

记者注意到,本次盛会还增设了“艺汇海南”的版块,就收藏、绘画等高端艺术形式进行研讨,并关注奢侈品市场的艺术营销、艺术项目中的赞助合作等议题。无疑,高端奢侈品类离不开从内到外透露着的艺术气质。

在很多人看来,理财和教育或许跟尊贵生活的距离并不是那么近,记者注意到,本届展会还有不少此类的展商。首善财富即致力于为富人提供财富管理和投融资服务,而孔裔国际公学则倡导国际精英教育。根据相关规划,高端的金融服务和国际化教育都与国际旅游岛建设的思路相吻合。

愿景: 世界顶级海上运动天堂

虽然只是由海南企业鸿洲集团发挥其特有的渠道、网络、信息和人脉资源,联合外国友人设计的一个平台。但毋庸置疑,“海天盛筵”已成为海南一个响当当的品牌,能够冲出海南、走向世界的一个品牌。

“海天盛筵”上无论是所展出的游艇、公务机、奢侈品等“硬件”展品,还是尊贵生活方式、艺术气息和企业形象等“软件”展品,都让参展商看到了实实在在的效益。超过百亿元人民币的交易额和订单,获得进军和布局中国市场的绝佳机遇,打响展商和其产品的知名度。

空中客车公司公务及私人航空部副总裁方书华就曾表示,在中国开拓市场,海南的地位举足轻重,“海南拥有最佳的公务航空平台,也是中国乃至世界各国精英阶层热衷的度假地。”

意大利法拉帝集团亚洲区董事约瑟夫·泽金说:“通常情况下,新款游艇在生产国出厂后会首先抵达市场行情最好的地区,海南是我们的首选。海南游艇市场折射的是中国市场,没有哪家游艇公司会忽视潜力如此大的新兴市场。各地游艇玩家均将全中国最好的游艇停泊在海口、三亚等地的游艇码头,一年四季都可以在这里开展游艇活动。”

本届“海天盛筵”,省长蒋定之出席开幕式并现场参观,对展会给予了高度评价:“参展规模越来越大,展品种类越来越多,人气越来越旺,展会办得很有气势,“海天盛筵”名副其实。”

在三亚河口海口处,一半是总价值超过百亿元的游艇,另一半是密密麻麻的各式小渔船——外媒将此描绘为“一半是奢华,一半是原始”。但这丝毫没有影响王大富对“海天盛筵”的信心与野心:美国迈阿密与中国三亚基本上处于同一个纬度线上,我们的目标是超越迈阿密,成为世界顶级的海上运动天堂。(本报三亚4月9日电)

党报联盟

给您全国整合宣传 给您行业权威奖牌

给您精准购房团队 给您项目采风点评 给您区域分销网络

给您特惠广告套餐 给您专业直递杂志

全国党报联盟号地产专列

开启销售

破冰之旅

专列热线: 0898-66810681 66810283 13976077158 13876005398 13368988889

□时间: 2012年3月20日-6月20日 □主办: 全国党报联盟、海南日报报业集团 □联办: 全国党报联盟成员单位 □承办: 海南日报房地产广告中心

地产海南 巡礼中国