



*for the first time, the opportunity
to own a home in the maldives*



Enjoy SLOW LIFE at its finest. Soneva Private Residences showcase at its very best the signature style the Soneva group has honed: synergistic with intelligent design, luxuriously spacious accommodation, uncompromising service and environmental sensitivity.

The ultimate beach and overwater private residences are now available with 2-6 bedroom options and a range of ownership and tax benefits.

Prices start from USD\$3M with a net guaranteed yield of up to 8% for the first 5 years.

您将第一支礼物会在马尔代夫拥有只属于自己的家。秉承Soneva度假村的最大特色，Soneva私人住宅完美地诠释了Soneva酒店集团的要求：明智创新的设计、奢华周到的服务、不遗余力的保养和完全地融入周围的自然环境。

私人住宅全部建在细腻干净的沙滩上，并附带超大的私人泳池。度假村200多间一流酒店，还有丰富一系列的物业所有权和租赁优惠。

每幢房子售价最低350万美元，业主在拥有房屋后的第一个5年内即可获得8%的升值空间。想了解更多关于马尔代夫Soneva私人住宅的信息，请联系我们。



For more information on Soneva Private Residences in the Maldives, please contact
Janine Van Der Horst M: +960 440 0304 | Lena Villalobos M: +66 83988 9312
或登陆 www.SonevaPrivateResidences.com 查询

extraordinary traveller 非凡旅行家

APRIL 2014 \ ISSUE 37

EXTRAORDINARY TRAVELLER 非凡旅行家

APRIL 2014 \ ISSUE 37



the Tumor

奢梦空间

Haute Hotels



ISSN 1009-914X
M 71009 91417
人民币: 80.00 USD: 12.00

SPECIAL
Haute Hotels

PART 1 神圣家族

奢侈品集团酒店

“对于发展新业务或者开拓新地产领域，我们已有一套成熟的分析体制，而这正是我们品牌的多变性，我们可以清楚地了解客户从左上至下的需求。”

——LVMH集团酒店全球负责人Olivier Lefebvre

PHOTOS Cheval Blanc | Mango FR

时尚奢侈品品牌要与更广泛的社群进行交流，酒店无疑是一个可以承载设计风格、品牌价值的最佳公关机构，与此同时，也可以为品牌带来新的利润。对于“财大气粗”的奢侈品集团来说，当然更加如此。

因此，LVMH集团近年来不断扩大以圣艾米利产区顶级酒庄“白马庄园”（Cheval Blanc）命名的酒店业务。2006年，LVMH在法国著名的Courchevel滑雪度假区开设了第一家白马庄园，随即被评为法国八大“官邸”之一。2013年10月，马尔代夫白马庄园也盛大开业，这家法国味儿十足的酒店一改马尔代夫单一的海岛酒店风格，一时成为马尔代夫度假的热门选择。

更为绝妙的是，在白马庄园，LVMH集团各品牌可以在酒店中有机结合起来。比如水疗中心可以是Givenchy或Guerlain的；度假精品店可以卖Pucci的比基尼和Fendi的手袋，在餐厅中的迷你吧台中可以贩售Ruinart香槟或Cloudy Bay的白葡萄酒。

SPECIAL
Haute Hotels

PART 2 风格贵胄

独立奢侈品牌酒店

THEOTOS LUNIGARNO COLLECTION | PALAZZO VERSACE | BULGARI GIGI | MAISON MARTIN MARGIELA
MISSONI HOTEL | ARMANI HOTEL

除了如白马庄园这样直属于奢侈集团的酒店品牌，更多的奢侈酒店都是以自己独立品牌的形象出现。尽管有些酒店已被奢侈品牌集团所收购，比如宝格丽如今也已属于LVMH集团，但它们仍保持着自己品牌的一贯性，依旧按照既定轨道发展自己的品牌。无论设计还是用品，大都出自自家之手，或者至少也体现了品牌的设计美学和生活态度。可以说，它们和品牌旗下的口红、珠宝、香水、华服本质上其实是一回事，只不过用图装置了粉丝们对于品位和奢侈的更大梦想。

不过，这类奢侈酒店的发展方式却不尽相同。比如Leonardo Ferragamo家族旗下的Lungarno Collection，是一个拥有16年历史的品牌。Lungarno从不标榜自己的“Ferragamo”血统。身处其中，你看不到Ferragamo的Logo，却可以感受到真正顶级的服务和温馨气氛。而与Lungarno的低调作风截然不同，Palazzo Versace则一向不遗余力地宣传Versace的品牌理念。在酒店中，你不难发现它从地板到天花板尽显华丽之风。

Tips

你知道吗？并不是所有的奢侈品牌都自己管理酒店。宝格丽与国际著名的万豪酒店集团合作；阿玛尼委托迪拜EMAAR酒店管理公司；范思哲与Suntand集团合作。不过最早涉足奢侈酒店业的手拉格家族就建立了自己集团旗下的Lungarno酒店管理公司。





SPECIAL
Haute Hotels

Salvatore Ferragamo 高贵血统低调作风

“进入酒店业对我们家族来说是一个非常重要的决定，因为这个行业与时尚非常接近，它为我们提供机会，让我们创造出与众不同的体验和永恒的回忆。我们的每一家酒店都独特，但本质上都不违背我们的核心价值观：细节、声音、服务和奢华舒适的完美体验确保安全令人惊叹的氛围，保证为客户提供真正高品质的奢侈体验。”

—— Leonardo Ferragamo



1997年，亨迪格家族在意大利佛罗伦萨开设第一家奢华酒店(Lungarno Hotel)，这可以说是最早的奢侈品牌酒店。给亨迪格不称自己的“Ferragamo”血统，而是以独特销售生活树立高端高贵的品牌形象。据说，家人不称品牌名字却在酒店门牌有两个原因：一是不希望通过品牌声名为酒店发展，二是担心酒店业是否会成功。事实证明，第二条担心完全是多余的。

虽然外表低调，酒店内部的设施却都精致地透露着这位“贵族”的身家：起居室中优雅地摆放着品牌专属灰色意大利定制沙发；熠熠发光的品牌logo镀手工铜则在挂画框边；墙上挂着家族历史的黑白照片，目前该品牌旗下已拥有8家酒店，每一家都让人惊艳。



- 01 意大利Lungarno餐厅用餐可欣赏佛罗伦萨美景
- 02 Hotel Lungarno(Buena)客房
- 03 古老华丽的客房
- 04 Portrait Roma酒店外观
- 05 露台上悠闲的小憩
- 06 套房浴室
- 07 舒适的床铺设置在酒店的露台
- 08 Salvatore Ferragamo经典鞋履

Hotel Lungarno

这家酒店距离佛罗伦萨的旧桥(Ponte Vecchio)仅两步之遥的距离。从这里不仅可以俯瞰美丽的亚诺河(Arno)河风光，还可以回顾佛罗伦萨最辉煌的历史古迹。

酒店有五十七个房间及套房，利用古典和古典，营造出一种非常古典的装饰格调。部分客房外有经过设计，非常宽敞的大露台，让顾客能够尽情享受佛罗伦萨特有的温暖和煦空气。酒店中的Borgo San Jacopo餐厅，让这处独一无二的酒店更加完美。餐厅共两层，楼下就是热闹的亚诺河水，主厨Matteo Segni(曾在三星米其林星级时间的意大利大厨。



Portrait Suites Rome

2006年7月，Lungarno酒店在罗马推出顶级Portrait套房，共有4间工作室，5个露台，以及1个餐厅套房。酒店主打怀旧风格，在这里，你甚至可以找到可丽饼、披萨和金色时代名人照片们支持Ferragamo的鞋子收藏品。

Portrait套房就在罗马的Salvatore Ferragamo男装店楼上，建筑设计师和软装师由Michele Bonan-诺福，其中一些材质的使用是创新的，比如特制的特别地毯、手帕、精致优雅风格的羊毛沙发和手帕，以及如同中世纪的窗帘等。Lungarno集团旗下其它酒店都具有这种独特的风格，而在此，色彩被赋予更强的冲击力：毛毡鞋可以呈现的蓝色、灰色、棕色、水蓝色、深蓝色、浅蓝色或皮革色……家具和装饰也精心调配色彩。柔和一抹迷人的色彩对比，完美地诠释了经典的罗马性格。浴室也提供全套Salvatore Ferragamo洗浴用品。

