



商旅资讯

新世界酒店推出全新行政楼层概念

本报讯 新世界酒店的全新行政楼层概念为聚贤荟,为客人提供尊贵礼遇和更贴心的服务。设计新颖豪华的聚贤荟营造家一般的舒适住宿理念,让聚贤荟楼层及套房住客尊享一系列优越服务。

客人可于聚贤荟品尝免费早餐、下午茶点、黄昏鸡尾酒及全天精美小食,亦可体验照顾周到的个性化礼宾服务。此外,聚贤荟更附设无线网络及会议室供客人使用。

为庆祝聚贤荟全新亮相,新世界酒店为客人送上“聚贤荟尊享”。4月1日至8月31日期间,入住豪华客房的客人可免费享用聚贤荟的尊贵礼遇,预订超豪华客房的客人则可获保证免费升级至聚贤荟豪华客房。

此外,全年有效的“商务智选”为连续入住豪华客房五晚或以上的客人保证免费升级至聚贤荟豪华客房。

为了营造理想的休闲及商务环境,聚贤荟以划分不同区域为设计重点,当中包括供应自助早餐及房间零点菜单的用膳区,设置沙发的休闲区连同提供多本书籍报刊的阅读区,绝对是客人享受闲暇和会友的首选地点。

各新世界酒店的聚贤荟均有其独特之处。大连新世界酒店的聚贤荟设有壁炉、皮革大椅及一个藏书达200本的阅读区,成为繁忙客人偷闲半天的好去处。入住武汉新世界酒店的客人则可于聚贤荟品尝传统武汉美食,包括热干面、豆皮及蒸饺等。马尼拉新世界酒店的顶楼四层被重新规划为聚贤荟楼层,客人可透过聚贤荟的落地玻璃窗饱览城市的摩天大楼景色。胡志明市新世界酒店的聚贤荟设有户外露台,让客人品尝美食或浅尝鸡尾酒时远眺市内景象。

此外,上海巴黎春天新世界酒店的聚贤荟将于5月亮相。届时,位于38楼的聚贤荟将配备电脑和电视的娱乐区,及一个俯瞰中山公园的会议室供客人使用。

据悉,“聚贤荟尊享”及“商务智选”需视客房供应情况而定,需另收取税项及服务费。

(静安)



森林旅游要在休闲上下功夫

■ 本报记者 袁远

对于许多旅游爱好者来说,“森林旅游”的概念还很陌生,但这种富有特色的旅游方式其实已然成为人们度假菜单上的一道大餐。利用周末或者节假日到树木茂密的森林里呼吸一下新鲜空气,看一看森林里的各种动植物,这样的体验似乎并不新鲜。

“目前,很多地方的森林旅游还停留在观光层面,像云南普达措、西双版纳这样的国家公园,单就风景而言可以吸引大量的省外游客,但滇中地区发展森林旅游却不能以观光为目的,而是要在休闲上下工夫。”昆明旅游学院院长窦智萍一语中的。

森林旅游需要主题

森林旅游目前仍处在起步阶段,但随着人们生活水平的提高,旅游观念也发生了变化。相对于过去的走马观花,人们现在更喜欢在一个地方轻松地待上几天。在此背景下,以城市为中心的两小时车程范围内的森林旅游将会很有吸引力。

来自云南省林业厅的数据显示,截至目前,云南全省已依托森林资源建立起各类自然保护区156处。2012年,全省的森林旅游收入为26亿元,与2011年的17亿元相比,增幅在50%以上。2011年,全省森林旅游共接待游客1976万人次;而到了2012年,这一数字超过了2500万人次。

虽然数据令人乐观,但是也有一些游客向记者表达了对当下森林旅游的不满。“目前,国内很多地方的森林旅游很难让人有流连忘返的感觉。北欧茂密的森林里

有精致的木质别墅,安静、舒适、原始的感觉让人神往,这样的地方是你愿意花很长时间静静呆着的。而国内却找不到这样的森林。”窦智萍认为,经常长距离旅游的人毕竟是少数,短距离的休闲游才是今后发展的趋势。另外,短距离、短时间的森林旅游还应该有一个明确的主题,这个主题可以是亲子教育也可以是康体养生,但一定不要雷同,因为森林旅游如果只是散散步、走一走是吸引不了人的。

泰国兴起生态旅游热

《中国贸易报》记者在采访泰国生态探险协会时发现,泰国的森林旅游生机盎然、异彩纷呈,泰国开发森林旅游的方式值得国内借鉴。泰国生态探险协会的工作人员告诉记者,森林旅游在泰国已经成为一种潮流。泰国的东部、北部、东北部都有山林,并且常年绿色,非常适合热爱森林、热爱自然的人旅行,攀岩、观鸟等探险活动普遍受到大家的欢迎。当然,大家都很有意气候变暖、如何保护自然资源,所以,泰国旅游局一直在推广生态探险旅游。

泰国生态探险协会还表示,在年轻一代企业家和商务人士当中,生态探险旅游尤其值得推广。一方面,年轻人有精力、爱冒险;另一方面,年轻人会在这样的活动中受到教育,更加自觉地保护环境。目前,泰国游客、欧美游客占据泰国生态探险游的主要份额,泰国旅游业界希望能够更好地开发中国市场,更多地推广生态探险旅游项目。泰国国家旅游局北京办事处媒体负责人王微告诉记者,生态探险游因为比较惊险、刺激,比较适合由中青年团员组成的奖励旅游团队。

规划、设施不足制约发展

相比泰国山林的高使用率,云南的森林旅游收入则主要来自普达措国家公园、西双版纳国家公园及玉龙雪山省级自然保护区等知名景点,而经济发展好、人口密度大的滇中地区在森林旅游方面则成了“荒地”。以轿子雪山为例,万亩杜鹃花海、高山天池、七彩瀑布等独特的自然景观吸引着越来越多的登山爱好者,但长期以来,由于交通不便,很多配套设施长期处于闲置状态。业内人士认为,规划的缺乏和旅游基础设施投入的不足,制约了上述资源的开发利用。相对于普达措、玉龙雪山等滇西北地区,滇中发展森林旅游更有优势,如果规划、建设得当的话,其森林旅游综合收入完全可以占到云南省的一半以上。

相比之下,泰国对其山林的规划、设计则显得别出心裁。比如,骑自行车在山间越野,既能健壮肌体,又能欣赏美景,还不污染环境;从山林跋涉到海边潜水,游客可以用照片记录下海洋生物绚丽的色彩和奇特的造型;入住森林度假村时,客人又可以享受到隐匿在山林里的隐士的生活……其实,无论是在中国境内层峦叠嶂的山林里,还是在非洲野生动物保护区的丛林营地中,或是在阿尔卑斯雪山怀抱中的瑞士小镇里,迷人的木屋承载着现代都市人向往回归自然的心愿。记者发现,旅游木屋作为推动森林旅游发展的重要载体,作为一种新型的旅游度假居住形式由国外传至国内,正在逐渐兴起,各大旅游热点景区也纷纷开发旅游度假木屋来提升景区生态旅游价值,对抗国外高端木屋旅游线路。至于森林木屋是否会成为中国森林旅游的有力竞争点,还有待观察。

新展之窗

2013年新加坡数字娱乐类展会之一——BRANDED社交媒体论坛, BRANDED数字娱乐和音乐论坛和Music Matters Live 音乐节

BRANDED数字娱乐和音乐论坛(Digital and Music Matters)不仅只是一次会议,而且是一次独特的C-Level级别体验,一场业界的盛会。BRANDED数字娱乐和音乐论坛(Digital and Music Matters)呈现了亚洲数字娱乐与音乐界的最新发展,涵盖了艺人、经理人、音乐品牌、发行商、电视频道、电影制作与电玩公司、音乐出版和赞助商等领域的各种商业活动。

创立于2006年的BRANDED音乐论坛(Music Matters),最初的目的是应对当时音乐界所面临的数字化所带来的翻天覆地的改变,随后又设立了BRANDED数字娱乐论坛(Digital Matters),以探讨数字化时代数字内容货币化和其生产上的各类挑战。在2012年,大会组织方BRANDED公司和广告界巨头奥美公关联合创办了BRANDED社交媒体论坛(Social Media Matters),为业内参会者展示了数字营销中一个新兴的市场策略:如何利用社交媒体快速接触到新的顾客群。

展会介绍

BRANDED社交媒体论坛(Social Media Matters), 2013.5.20 新加坡
由奥美公关与BRANDED公司联手合办的BRANDED社交媒体论坛(Social Media Matters)将于本年五月在新加坡丽思卡尔顿酒店举办。BRANDED社交媒体论坛(Social Media Matters)是亚洲唯一的C-level级别、特别为业界度身订造的盛会,并以量度社交媒体的商业价值为主题。
作为一个给企业高层决策者交流社交媒体市场策略的盛会, BRANDED社交媒体论坛(Social Media Matters)去年吸引了亚太地区来自270家公司的525名高级行政人员,包括39位国际级,来自业界巨头公司如雀巢(Nestlé)、英特尔(Intel)、IBM、推特(Twitter)、脸书(Facebook)、LinkedIn、人人网(Renren)、新浪网(Sina)的演讲嘉宾。

BRANDED数字娱乐和音乐论坛(Digital and Music Matters), 2013.5.21-23 新加坡
作为在2012年新加坡体验奖中荣获“年度最佳行业论坛”的BRANDED数字娱乐和音乐论坛(Digital and Music Matters)是亚太区唯一聚集娱乐界各领域于一身的业界盛会。为期一周的活动包括专题讨论会、工作坊、顾问指导、交流活动和国际级的音乐节。

BRANDED数字娱乐和音乐论坛(Digital and Music Matters)已成为数字娱乐与音乐界的年度盛会。国际级的业界领导和音乐家汇聚一堂,展示行业创意、研究业界未来的趋势和寻找合作的机会。

得到新加坡政府包括新加坡传媒发展局(MDA)、新加坡资讯通信发展管理局(IDA)和新加坡旅游局(STB)的全力支持, BRANDED数字娱乐和音乐论坛(Digital and Music Matters)将于2013年5月21日至25日于新加坡丽思卡尔顿酒店及新加坡市内不同的音乐演出场地举行。

亚洲媒体与娱乐界正急速扩展并积极走向国际化,而业界的焦点正是如何将这种转变迅速地货币化——不论你是从事进口、分配、出口、创作或是其它领域,都不会忽视亚洲的商业机会,而BRANDED数字娱乐和音乐论坛(Digital and Music Matters)正是为此提供了一个国际化的网络,为投资者寻找可以建立合作关系的伙伴。

到目前为止,我们已经确认的首批演讲嘉宾是:
Susana Tsui, 奥美互动亚太区副总裁
Ken Hong, 新浪微博营销策略总经理
Scarlett Li, 热波传媒首席执行官
Jordan Feldstein, Maaron 5乐队经理人
Rob Wells, 环球音乐GDB总裁
Chris Jaques, 尚齐亚洲首席执行官
还有更多...



本年我们会把BRANDED数字娱乐论坛和BRANDED音乐论坛融合成为期三天的会议,于5月21日至23日在新加坡举行,21日至25日晚上更会有Music Matters Live 音乐演出和Music Matters Academy,给表演者和其经理人崭新的音乐体验。

Music Matters Live音乐节, 2013.5.21-25

伴随着三天的论坛, Music Matters Live 音乐节将会同期举行。这个音乐节将会在新加坡的克拉码头(Clarke Quay)以及另外几个指定地点举行,每晚都会有来自世界各地总共超过50支乐队及音乐人为歌迷们献上极具震撼力的表演。为了能够令更多观众,音乐人和环球的音乐发行商有机会聚首一堂见证并欣赏音乐,此次音乐节更会在YouTube的musicmatterstome上现场直播。

有兴趣参加今年5月在新加坡丽思卡尔顿大酒店举行的Digital & Music Matters, Music Matters Live 和Social Media Matters, 请浏览以下网站:
allthatmatters.aisa



展会评论

Lady Gaga 经理人Troy Carter:「这是一个宏大的音乐盛事,这给了我更多对亚洲的音乐市场的了解。」

格莱美奖得主 Jason Mraz:「这个音乐盛会就好像TED 遇到South by Southwest 一样,是独一无二的。让所有从事音乐的人能够聚首一堂,分享对音乐界未来的发展。」

YouTube 亚太地区高层Adam Smith:「这是一个令人难以置信的一周,为与会者带来极大的动力。真的要谢谢每一个为这论坛付出过的人,这真是个非常成功的音乐盛会。」

音乐制作人 Bob Ezrin:「我想再次谢谢你们为我带来一个极好的经历,并让我更了解和关注亚洲地区的音乐发展。我对这地区的音乐事业非常有趣而且正在寻找发展的机会,真的非常兴奋!」

新加坡旅游局首席执行官嘉冰:「这个盛会安排得非常出色,将娱乐事业的新商机以及精彩的音乐表演连在一起,新加坡真的很荣幸能成为这个项目的主办地方!」

Zebra Media 创始人Scarlett Li:「从第一次的Digital & Music Matters 到现在,我差不多每次都有参加,而且每次论坛完后我都会有新的合约、新的商业计划,新的合作伙伴关系和新的概念带回家!」

Grow VC 联合创始人JoukoAhvenainen:「Digital & Music Matters 特别在数码和创作界来说真是一个世界级的盛事,汇聚了史上最强大的演讲嘉宾阵容和来自世界各地的与会者,探讨的话题为业界带来更多更新的了解和意见。」

Google 的代表 Ruuben van der Heuvel:「Music Matters 音乐论坛是个非常成功的年度盛会,来自世界各个地方关注音乐或从事音乐的人都来这里寻找新的商机!」

Brightcove 亚洲销售总监Tim Synan:「一个令人难以置信有组织的大会,集社交网络和思想领导一身——这是最佳组合的混合。」

Getty Images Entertainment Partnerships & Development 副总裁Vince Bannon:「好一个辉煌的大会!我渡过了愉快的时间和到得到许多的新业务!」

参会事宜

BRANDED社交媒体论坛
日期: 2013年5月20日
地点: 新加坡丽思卡尔顿大酒店

BRANDED数字娱乐论坛和BRANDED音乐论坛
日期: 2013年5月21日至5月23日
地点: 新加坡丽思卡尔顿大酒店

Music Matters Live 音乐节
日期: 2013年5月21日至5月25日
地点: 新加坡克拉码头以及另外几个指定地点

更多详情请登陆: <http://www.allthatmatters.asia>



关于新展之窗

新展之窗是由新加坡展览与会议署提供的一栏全面介绍新加坡最新商务展览信息的栏目。栏目通过聚焦行业趋势,展现新加坡作为东南亚枢纽会展城市,在商务会展方面的即时动态,向业者们提供全面的行业会展信息,为有意进军亚洲市场的国际企业打开一扇合作之窗。

关于更多新加坡展览与会议署的信息,请登陆: mice.yourssingapore.com.

