

# HORIZON

There is a Pleasure in the Pathless Woods.

issue 18 · 2015 WINTER

 **Diplomat** 外交官

ISSN 2221-2108



9 772221 210001

移中  
居國

MIGRATECHINA 雙刊



极境冬之旅  
为了渐融的冰川雪地



### 自营机场网点

上海浦东机场	上海虹桥机场	上海虹桥机场交通枢纽站	南京机场	南通机场
徐州机场	杨泰机场	常州机场	杭州机场	义乌机场
温州机场	天津机场	青岛机场	烟台机场	呼和浩特机场
鄂尔多斯机场	包头机场	湖州里机场	石家庄机场	兰州机场
榆林机场	银川机场	沈阳机场	延吉机场	大连机场
哈尔滨机场	黑河机场	鸡西机场	乌鲁木齐机场	西宁机场
郑州机场	武汉机场	赣州机场	宜昌机场	长沙机场
成都机场	重庆机场	绵阳机场	昆明机场	福州机场
厦门机场	贵阳机场	海口机场	深圳机场	广州机场
潮汕机场	合肥机场	黄山机场	大同机场	运城机场
井冈山机场.....				

### 自营商场网点

上海	苏州	无锡	常州	宜兴	溧阳	连云港	张家港	南京	扬州
徐州	杭州	嘉兴	上虞	嵊州	宁波	温州	合肥	六安	福州
北京	天津	石家庄	呼和浩特	包头	济南	威海	青岛	潍坊	
淄博	烟台	聊城	沈阳	鞍山	盘锦	大连	吉林	长春	哈尔滨
牡丹江	武汉	长沙	南昌	郑州	太原	兰州	银川	西安	榆林
重庆	昆明	南宁	柳州	深圳	海口	三亚	乌鲁木齐.....		

 **Diplomat**<sup>®</sup>  
since 1971



[diplomat.com.cn](http://diplomat.com.cn)

或联系您的箱包顾问 21-62736068 \ 69



拿起手机  
码上有箱

时尚羊绒布道者

WWW.SANDRIVERCASHMERE.COM

上海中法马路601号·老马头时尚产业园

sand river  
Mongolia Cashmere



# CONTENT winter 2015

14

## 极境冬之旅 为了渐融的冰川雪地

12月22日是今年的冬至日。冬至，意味着“真正寒冷的冬天来临”，意味着可以开始规划冬季的旅游。今年，我们不是去热带海滩式的“避冬”游，而是在零下几十度的天地里感受真正冰雪的“冬之旅”，哪里冷就去哪里。因为冰雪，也许会在未来的某一日，离我们远去……





## 36 对话宋丹妮 粉丝经济“销”时代

光鲜炫目的舞台效果、男神与女神的零距离接触、萌点与笑点齐飞的粉丝见面会，这一番娱乐营销事件背后的，是这位80后美女掌门人的精准运作。谈演出市场、谈粉丝经济、谈资本运作，明星与行销模式的新常态，在Harris的会客室里又会展露怎样的新期待。本期外交官对话：荣橙文化传媒 CEO 宋丹妮——

- 14 专题 | FEATURE**  
极境冬之旅  
为了渐融的冰川雪地
- 42 品味 | TASTE**  
掉进比利时的  
糖衣陷阱里
- 48 奢享 | LUXURY**  
品味星野度假村的七个提案
- 54 下一站 | NEXT-STOP**  
北美 12 道风景
- 60 路上风景 | VIEW**  
信念 为照片注入灵魂
- 64 商途 | BUSINESS TRIP**  
做一个从容的商业旅人
- 68 路之尚 | STYLISH**  
年节季 光鲜出行  
“小”身材大功效
- 72 阅旅 | BOOKS&APPS**  
旅行 也是回家
- 74 新品 | NEW LOOK**  
爱宝乐  
助你打造“深呼吸”之家
- 78 品牌故事 | BRAND STORY**  
SAND RIVER 羊绒布道者
- 82 品牌故事 | BRAND STORY**  
一坛酿造了 273 年的好酒
- 86 专栏 | COLUMN**  
轻装上阵 无惧前行
- 90 最推荐 | Last Look**  
超强收纳 便捷出行

关注外交官



 **Diplomat**<sup>®</sup>  
since 1971

我的型箱，看我的！

拿起手机  
码上有箱



请登录 [DIPLOMAT.com.cn](http://DIPLOMAT.com.cn)

天猫 [TMALL.COM](http://TMALL.COM)





黄齐尧

Diplomat 外交官集团中国区总经理

## 有你同行的地方 总有美景出现

那么，让我们来说说必须爱冬天的理由吧。就从一朵小小的雪花开始——

公元前，西汉，《韩诗外传》中说：“凡草木花多五出，雪花独六出。”看，凡花凡草是五瓣，冬天时天上飘来的雪花，它的基本形状却是六角形，多了一“出”。

科学家为此进行了技术性解读：为什么雪花的基本形态会是这样不同凡响的六角形片状和柱状呢？因为：水汽凝华结晶成的雪花和天然水冻结的冰都属于六方晶系。六方晶系有四个结晶轴，主晶轴跟三个辅轴所形成的基面是垂直的。雪花之所以一般是六角形的，是因为沿主晶轴方向晶体生长的速度较慢，而三个辅轴方向生长较快的缘故。

又有著名冬谚说：瑞雪兆丰年。是的，因为积雪就是土壤的隔热层，让农作物不被低于冰点的天气伤害，而雪融时，又等于给庄稼积蓄了水，有利于春耕播种、庄稼生长发育……

好吧庄稼太远，说说跟我们直接有关的。

《本草纲目》早有记载，雪水能解毒，治瘟疫；民间偏方有用雪水治疗火烫伤、冻伤的单方。用雪水洗澡，是能增强皮肤与身体的抵抗力、促进血液循环、增强体质。西藏人民则会告诉我们：长期饮用洁净的雪水，可益寿。

所以，爱冬天吧，去享受雪景、体验冰冷。因为——

有你的地方，总有美好——这句赞美，属于冬天的雪花。

有你同行的地方，总有美景出现——这个祝愿，则是我们希望伴你远行同游。

2015年12月冬夜

2015 WINTER Issue NO.18 《地平线》随《中国移居》附赠发行 不单独发售

联合出品：Diplomat 外交官

总监 Managing Editor：耳东 Jasmine Chen

编辑组 Editorial Team：袁梦 / 陈烨 / 王海宁 Yuan Meng / Chen Ye / Wang Haining

视觉总监 Art Director：Holden 资深美术设计 Senior Designer：王斌斌 B.B. Wang

airpal 爱宝乐  
专业空气净化器



## 远超《空气净化器新国标》 四大核心指标

新国标系列  
AP550B

550m<sup>3</sup>/h

—普通350m<sup>3</sup>/h—

颗粒物CADR

255m<sup>3</sup>/h

—普通65m<sup>3</sup>/h—

甲醛CADR

远超P4级

—普通P2级—

颗粒物CCM

远超F4级

—普通F2级—

甲醛CCM

58分贝

—标准70分贝—

噪音等级

高效级

—合格级—

能效等级

### 产品参数

- 适用面积: 35- 60 (m<sup>2</sup>)
- CADR: 550 (m<sup>3</sup>/h)
- 产品尺寸: 470\*240\*660 (mm)
- 滤网寿命: 1年



airpal 品牌号

- 品牌咨询 · 在线商城
- 合作加盟 · 客户服务



airpal 乐活小镇

- 缤纷咨询 · 用户互动
- 钜惠福利 · 积分兑换

地址: 北京市朝阳区大郊亭中街  
2号院华腾国际2号楼3层  
客服电话: 400-039-8989  
官方网站: www.airpal.com.cn

# NEWS 01

## 西班牙旅行的必修课 Parador 古堡酒店

很多旅行者都将住一晚 Parador 视作西班牙旅行的必修课。Parador 酒店无论在价格、舒适度和特色体验上, 较之国际大牌的五星酒店都有过之而无不及。它在很多旅行者的心中都是独一无二的。

Parador 酒店集团旗下的 93 家酒店都是由废弃古堡改建而成。西班牙境内有太多城堡, 尤其集中在中部 Castillay Leon 地区。沿高速公路行驶, 常会看到一些断墙残垣伫立在山坡或土丘之上。有些实在没法被修复, 而有些, 因着地理位置和人文历史, 如果不是太过破败, 国家就会对它进行改造和修缮, 成为 Parador 酒店集团的一员。除了城堡, Parador 酒店中还有修道院、皇家医院、堡垒等, 但一般统称为 Parador 古堡酒店。



# NEWS 02



## 埃塞航空 推出全女性航班 机师到安保都是女的

作为非洲发展最快的航空公司, 埃塞俄比亚航空连贯“男女平等”的理念都走在前列。11月19日, 埃塞航空在亚的斯亚贝巴至曼谷的直飞航线上实现完全由女性运行航班。如果你有幸乘坐这班班机, 你看到的机组人员会全部都是女性。

以女飞行机组成员和女性高级执行主管为首, 包括机舱运作、机场运作、飞行签派员、负载控制员、坡道运作、机上装载、航空安保、售票处、餐饮处、空中交通指挥员以及全球呼叫中心等在内的地面飞行准备工作也均由女性负责指挥操作。

对于女性乘客来说, 更重要的是, 埃塞航空为新妈妈们创造了多个便利条件, 包括配备有现代设施的哺乳室; 舒适的躺椅, 以及可以储存母乳的冰箱, 并且还为新妈妈们提供新的电动吸奶器。

# 2016 年第一站马耳他

每年的一月开始，马耳他 (Malta) 就迎来了它的旅游旺季。马耳他是世界上最小的十个国家之一，来这里的游客很少有亚洲面孔，大多数都是欧美游客。这是因为在国内，它算是尚未被旅行团“开发”的旅游目的地，但是这个弹丸之国，却集众多景色于一身，它拥有 7000 多年的历史遗迹，恢宏的教堂，一望无际的蓝色地中海岸线，广袤的田园风景……，就像一个世外桃源。作为 2016 年的第一站，它一定不会让你失望。马耳他属于申根国家，如果只去马耳他一个国家，可以去马耳他大使馆办理申根签证。马耳他国际机场出口有一个 Vodafone 的电话运营商，在那里办卡会让你的当地之旅变得更轻松。

NEWS 03

# NEWS 04

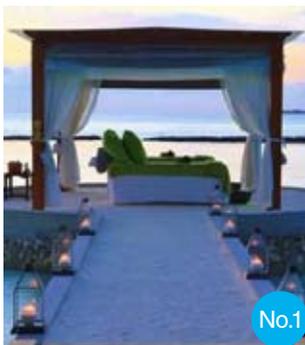
排行榜

## TOP5

### “一价全包”度假酒店

美国旅行网站 TripAdvisor 评出了“全球最好的 25 家全包式度假酒店”(Top 25 All-Inclusive Resorts)。榜单算法基于过去 12 个月中用户对全球各大一价全包式度假酒店的评论数量和质量，榜单排行前五的酒店分别是：

- No.1 马尔代夫 北马累环礁卡芙环礁 Kurumba Maldives/Vihamanafushi
- No.2 墨西哥 坎昆 Le Blanc Spa Resort
- No.3 墨西哥 女人海滩 Excellence Playa Mujeres
- No.4 土耳其 Voyage Belek Golf & Spa
- No.5 多米尼加共和国山美纳省 Luxury Bahia Principe Cayo Levantado Don Pablo Collection



# NEWS 05

## 马来西亚将对中国游客实行免签 需两人及以上组团

马来西亚政府决定从12月1日起对符合条件的两人及以上组团来马的中国游客实行免签。中国游客须满足7项限制条件才能获得免签，其中包括至少2人以组团方式到马来西亚观光，且报名的旅行社是在马旅游和文化部登记的旅行社；每次到马来西亚旅游逗留时间不超过15天；必须搭乘中国直飞马来西亚的班机；不能申请其他类型签证；若游客在马来西亚失踪，相关旅行社将负责，每失踪一名游客罚款1500马币（约合2274元人民币）；游客必须备有现金或信用卡以证明资金充足；游客必须拥有回程机票、酒店住宿及旅行活动等资料。



# NEWS 06

## 去古巴 浅嗅轻尝

传说最极品的雪茄是在美丽少女的大腿上搓出来的，当然，是在古巴！古巴极品雪茄“科伊巴”（Cohiba）缘自古巴肥沃的红土，以及那些因常年卷制雪茄而肤色暗淡、褶皱的手指。只有徒手将烟叶纵向撕成两片，再根据经验精心控制卷烟叶时的力道，才能使烟叶的缝隙自然，让人们轻吸时有最适合的缝隙供烟通过。这是古巴手制雪茄的特色，也是它极致风味的由来。

从哈瓦那国会大厦（Capitolio）步行到巴尔达卡斯雪茄烟厂（Fábrica de TabacosPartagús）只需5分钟，在这短短的时间内你可尽享静谧时光。置身于160多年前余存至今的烟叶与香柏之味，行走于深长的天井和幽静的楼廊，尽情地浅嗅轻尝。



股票代码：601579

# 会稽山

## 纯正的绍兴黄酒

——· 始于1743年 ·——

1915年，巴拿马万国博览会，  
我们为绍兴黄酒夺得了第一枚国际金奖，  
时隔百年，会稽山牵手2015米兰世博，再创辉煌！

百年  
世博

千年  
佳酿



会稽山绍兴酒股份有限公司

## 极境冬之旅 为了渐融的冰川雪地

【Editor】耳东 【Text】茉莉 【Photo】G.T

An aerial photograph of a vast, textured ice field, likely a glacier or ice sheet. The ice is a deep blue color and shows a complex, craggy surface with many small ridges and valleys. A semi-transparent white text box is overlaid on the lower portion of the image.

2015年12月22日，这一天是今年的冬至日。冬至，意味着“真正寒冷的冬天来临”。意味着小朋友们可以去雪地里尽情撒欢，扔个雪球，堆个雪人；成人们可以开始规划冬季的旅游，不是去热带海滩式的“避冬”游，而是在零下几十度的天地里感受真正冰雪的“冬之旅”，冬季旅行的意义，就在于体验极致的“冰冻乐趣”。今年，我们出游的宗旨，更必须是“哪里冷就去哪里”。因为冰雪，也许会在未来的某一日，离我们远去……

## 气温在变暖 冰川在变少

2015年11月30日至12月11日，第21届联合国气候变化大会(COP21)在法国巴黎勒布尔格博览中心召开，会议的高规格让我们了解了各国领导人对气候变化的重视。其实我们对地球气候的许多方面并不了解，在这个星球的地表和大气层，物理、化学和生物过程是如此之复杂。

但，还是有些事我们是能够确定的——地球在变暖；只是，地球究竟处于变暖过程的哪一阶段，它到底会变得多暖呢，气候变化又将带走多少我们的冰雪美景？

2015年11月12日有外媒报道，格陵兰岛东北一主要冰川快速融水流入北大西洋，专家警告融冰可能让全球海平面上升近50厘米。刊登于最新一期《科学》杂志上的这份研究报告指出，这条冰川被叫作 Zachariae Isstrom，面积近9.2万平方公里，2012年以来，该冰川消退的速度提高到先前的3倍，其漂浮冰架在过去3年间面积缩小了95%，目前每年损失的重量高达50亿吨。同

时间，还有很多数据都在说，冰雪正消融……

自1880年起，地球表面平均温度上升了0.7℃，其中2/3的升温自1975年起发生，每十年升0.15至0.20℃。

阿拉斯加的Muir冰川在1941年至2004年间后退超过12公里，冰层厚度减少800米以上，正面临完全消失的危机。

冰岛的Sólheimajökull冰川自1990年代起，每年后退最多50米，冰层变薄，供游客使用的停车场因而要随冰川移动，每年搬一次。

## 如果全球冰川都融化……

许多气候变化的影响是不可逆的。南北极周围的冰原占地球总面积的10%，地球上约有2085万立方公里的冰，如果这些冰全都融化会发生什么？

《国家地理》杂志曾制作了一系列互动地图，显示地球上的冰全部融化并流入海洋所带来的灾难性后果：海平面上升66米，海水将吞没城市甚

至是国家，各大洲和海岸线的外观将彻底改变……

**亚洲** 有着 1.6 亿人口的孟加拉国几乎全部沉入海水；目前的绝大部分印度沿海地区将消失；东南亚湄公河流域肆虐的洪水将使柬埔寨西南部绵延数百公里、平均海拔 1000 米以上的豆蔻山脉变的只剩下一座“孤岛”。

**南美洲** 北部亚马逊流域和南边的巴拉圭河流域将成为大西洋新的入海口；阿根廷首都布宜诺斯艾利斯、乌拉圭沿海地区、巴拉圭的大部分地区将被彻底摧毁；遍布于加勒比海沿岸和中美洲的多山地区幸存。

**欧洲** 英国伦敦将只留下历史记忆；意大利美丽的威尼斯将“回归”亚得里亚海；荷兰将被海水吞没、丹麦大部分也将不在；与此同时，东部地中海的涛涛海水将漫过土耳其海峡，让黑海和里海面积大幅扩张。

**非洲** 不同于其他大洲，非洲的海岸线似乎将“幸存”下来；不过，地球表面温度的大幅上升让非洲变得更加不适合人类居住；南地中海的海水倒灌将淹没埃及亚历山大和开罗两座历史名城。

**大洋洲** 持续干旱的澳洲大陆将出现一片新的内湖，不过目前 45% 澳大利亚人口居住的大陆边缘狭长城市带将消失。

**南极洲** 过去 100 年的气温变化已经在改变南极的海岸线。南极洲东部覆盖着巨大的冰盾，其面积占到地球全部冰雪层的 80%。全球气温的持续上升更积聚来大量水汽，让南极东部成为大雪纷飞的世界；而南极洲的西部，自从 1992 年以来，西部漂浮冰盾已经开始融化，每年失去 6500 万吨冰。如果温度持续上升，南极洲西部和格陵兰岛上的冰盾一样将完全消失在海中。



南北极周围的冰原占地球总面积的 10%，地球上约有 2085 万立方公里的冰，如果这些冰全都融化会发生什么？

## HORIZON 专题 FEATURE





## 全球冰雪活动乐趣多

冰雪是大自然的恩赐，人类从诞生就遭遇低温的极端天气。但似乎这从来不能阻挡住我们对冰雪的亲近。全球各地，生长在冰天雪地中的人们，用智慧和冰雪共同生存；远离冰雪的人们，则用旅游膜拜低温。人类能找出无数的方式在冰雪中享受到无尽的乐趣……

### 瑞士 雪峰扎营

在瑞士雪山上，每年都有一排排白色“包”，圆圆的一个个撑起来后，远看还挺像太空基地，近看原来是科幻感的帐篷。这些白色大包，叫 Whitepod，建在阿尔卑斯山脉附近三千多米高的 Dents du Midi 雪山山脚，那里有个小村庄叫 Les Cerniers，营地内可以享用晚餐、Spa 设施，也可以参加滑雪、爬雪山、狗拉雪橇及滑翔飞行等各种活动。

Whitepod 外表很科幻，其实很环保，它不用电只靠烧柴及点油灯。创办人的目的，是想在天堂一样美丽的地方，建立一个温暖舒适的隐居圣地。

### 北极 冰上高尔夫

可能对于在冰上走几步都会摔跌的人来说，很难想象怎么会有人去北极打高尔夫。其实“世界冰上高尔夫球锦标赛”，从 1997 年开始举行，赛事场地经常选在格陵兰。在零下五十度的冰地上打高尔夫，究竟是什么滋味？据曾参加该赛事的选手讲，打冰上高尔夫的感觉就像在云石上打球，非常地难以驾驭，并且环境变化也很大，适应不来的话就肯定输了。冰上打高尔夫，还需要很多异于寻常的装备，包括要带一把信号枪，不是怕你迷路，是要用来吓退随时出现袭击你的北极熊！还要适应你的“高尔夫车”是狗拉雪橇，以及要习惯用橙色高球，

冰雪是大自然的恩赐，人类从诞生就遭遇低温的极端天气。但似乎这从来不能阻挡住我们对冰雪的亲近。



以免白球失踪难寻；更要改用钢制杆，否则低温下石磨杆随时挥两手就会断。

### 瑞典 冰酒店

这里的气温，是室外零下 20 度到 40 度，有人说这是贴钱睡冰箱——冰酒店，Ice Hotel AB，开在瑞典北部 Jukkasjarvi 山脉下的小村庄里，每年十一月开始兴建，开至第二年四月底就会关门。年年拆年年造，因为酒店内外全是用冰打造，用的是清澈的 Torne River 冰块，六十个房间由冰雕艺术家一一雕成。可惜一到夏天，酒店就自动“灰飞烟灭”不留痕。

### 日本秋田 雪洞节

在日本秋田县横手市，每年二月会举行为期两天的“雪洞节”。在零下的气温里，动手堆雪洞，个个堆到一个小山包那样大，再往里开个洞，开吃用火盆烤的年糕，喝一口甜米酒，这就是日本小朋友在小正月祭“上水神公主”的玩耍仪式！

传统上，雪窑必须由十五岁以下的小朋友动手砌，并由当地老工匠带领完成，约三米高的小雪

窑，合廿多位小朋友之力，三小时内可搞定！

### 日本札幌 赏雕

从 1950 年一班高中生在大通公园砌出六个雪雕开始，札幌人的雪祭活动就年年越玩越大，到现在已经持续 60 多届，继续着国际性的雪雕比赛。

### 日本北海道 温泉冰屋

冰天雪地只玩滑雪、溜冰就太平常了，日本北海道的然别湖就让你“冰火两重天”，在结冰的湖上泡温泉，浸完热辣辣温泉就去免费的湖上冰屋睡一觉，冰火两重天，快活过神仙，有时还有加料的双层冰屋出现。

### 日本北海道 火炬滑行

日本北海道二世古的十二月至一月，雪非常干爽，所以也没有雪人可堆，于是就出炉了另一样雪地活动——在别处少见的“火炬滑行”玩法。一大帮人拿着求生火炬，像烟火一样一齐滑行飞下山，震撼场面一如打仗。

# 推荐地

## 极南冬之旅 | 阿根廷冰川

攀上世界第3大的冰川群，站在这已存活在地球4,500年的巨冰上，人生初次站在如此接近南极圈的地带，眼前的冰雪世界、冰川湖，处处闪烁着奇异的蓝色。

冰天动地下，让人觉得惊心动魄。



△ 远处看，冰川就像一大条生命面包，被切成了一片片，一旦时机成熟就会轰然坠落湖中，一轮地动山摇后又回复异常寂静；梦幻的蓝色发挥摄人的力量，虽然是旅游热点，却都屏息静气的仿佛等待冰的呼唤。



冰洞形状不一，多是由于上层或远处的冰川溶化，再经由不同的冰缝、穿梭其他冰洞时形成；因此冰洞之间可能会互通，在脚下是错综复杂的冰迷宫。

## 进入蓝冰星球

那些令人看得目眩神迷的冰蓝，有着把人吸引进去的魔力。离远看来垂直切割成片片的冰川，身处其上，才真正看见下陷的冰缝间的秘景。站在边缘细看，缝中有淙淙的瀑布流入深不可测的缝底，有的更像只蓝色大喇叭，漩涡般形状的可把人吸进去。

单凭肉眼难以估计深度，凭经验是冰层越深密度越高、颜色就虎蓝，要是深蓝得像海水的就必定超过 200 米深，跌下去也无从可救。但是冰缝边很脆弱易崩碎，仔细看，冰块表面都有细微的裂纹，一触即碎的脆弱外表，实际还是坚硬得很。

### 蓝星的秘密

为什么这里的冰川好像特别蓝？因为平日的冰雪多含有空气杂质，影响折射；而这里的冰川流动性强，空气和杂质都被挤压出来，高密度的冰雪尽吸收了光线中的红色波长，只反射出清透的蓝色。



仔细看，冰块表面有细微裂纹，一触即碎的脆弱外表，实际还是坚硬得很。

## 深入冰川路线

阿根廷的 Los Glaciares 内，连绵不绝地共有 47 条大冰川，从卫星图看，Perito Moreno 不算最大，却是相对容易进入的冰川。游览方式有两种，包括约个半小时的迷你版，和行足 5 小时的 Big Ice 行程。后者由邻近城镇的 El Calafate 出发，坐巴士至 Los Glaciares 国家公园内的 Magallenes 半岛欣赏冰川全景，然后由此搭船到达 Perito Moreno 周边的陆地；再穿过丛林行山个半小时，才可真正踏上冰川。





## 不断成长的冰川

整个 Patagonia 地区都有冰川美景，最最好看又容易看到的，则是阿根廷的 Los Glaciares 国家公园，公园内的冰川面积极大，是南极和格陵兰外第 3 大的巨冰；Perito Moreno 更是区内 47 条大冰川的代表。

沿着观景台栈道走，半小时可轻松逛完整条面向冰川的栈道；这里还是世上少数仍然“生长”的冰川，由 30 公里外的山顶，以每天 15cm 的速度向前走，一直流向观景台；当冰川把冰湖 Lake Argentino 一分为二，两边水压又会把冰川打破。以往平均 4-5 年就有一次大冰崩，让这个极地能够循环不息走下去。

和冰川距离近到只有 2 公里，站在近 50 层楼高的冰墙前，是一种震撼生命的庞大。更深刻几百倍、更有生命力；在国家公园内还只属「中等身形」的 Perito Moreno，实际面积已有整个香港岛大，抬头仰望每片冰柱形态都深刻富质感，冰川颜色也特别冰蓝透澈，夏季融冰时更会像猛兽般发出吼叫，一阵阵惊天动地的轰隆雷响，你眼睛还没来得及对准目标，一大块冰已轰然掉入湖中，形成大自然的交响乐。



## 冰结在外 火却在内

这里大部分冰川都位处海拔 2,500 米以上的冰山，而 Perito Moreno 只位于海拔 1,500 米的冰湖旁，先穿越石滩、丛林，步行一个多小时才来到适当的入口；由布满碎石的山腰跨出一步，就踩入巨冰之上。图片中看似幼滑的冰雪地，实际却是散沙般的碎冰，要走一种冰川步法才能平衡：大踏步用力插冰而行，让人真冒汗。万里无云的冰川尽情反射着太阳的强光，加上表面融化的水在照射下闪耀神奇的蓝光。



### 阿根廷怎么玩

11 月到 3 月是阿根廷的旅游旺季，到冰川游玩只需 2 天，当地的旅游资源非常丰富，中部城市首都布宜诺斯艾利斯浪漫情怀，东北面有世界奇景之一的伊瓜苏瀑布，西南面又可到接壤智利的 Patagonia 地带行山，至少需 2 星期以上才可玩匀整个国家。建议的行程，是抵达布宜诺斯后，先花 3 天游玩首都，然后由南至北游玩，到 Perito Moreno 冰川和 Patagonia 一星期；最后还可以到东北面、位于热带雨林内的伊瓜苏瀑布。



在观景台欣赏完冰川后，还必须转渡轮到来到冰川旁的石滩。



一个半小时的行山过程不算太艰辛，越过丛林后大家会获派雪爪，重甸甸的拿在手上又要拍照才最辛苦。



雨水和太阳的夹击下，冰川上不时流着河水，偶然还会冲刷出冰桥。



在凹凸不平的冰川路上没有固定的路线，全靠教练按当日的天气和冰川状态决定。 别小看这些裂缝，深度可达100-200米！



## 推荐地 2 极北冬之旅 | 芬兰北极光

芬兰位于北极圈附近，地理的特殊使这个国度内充满了别处少见的冰雪元素。人间极景的极光、手工雕出的冰雪城堡酒店和全世界独一无二的“桑普号”北极波罗的海破冰船……都是值得人生中去体验一次的非凡经历。





## 芬兰浴 | 冰火两重天

外国人游芬兰，多数从首都赫尔辛基开始，但通常位于芬兰北部的拉普兰省反而是最多停留的地方，这里被称为“欧洲最后的净土”，对自然的保护做得极好。拉普兰地域广阔，却只有不足二十万人居住，一眼望去尽是白茫茫，一切景物都很静态。

有人说，到了芬兰不做桑拿，就不算真正到过芬兰。所以不管行程往哪，这是必有的项目。

芬兰浴的标配是一整套包括蒸汽房、洗澡间、更衣室和休息室的桑拿房，加上一片皑皑的白雪和一处上冻的河流。这决定了芬兰浴的流程：蒸汽房蒸出汗，去雪地里打个滚，在冰河上打洞“过水”，再回去蒸汽房……循环往复。芬兰人说了，这样的一场芬兰浴可以让你往后的这一年里身体棒棒不感冒。芬兰浴中最传统的烟熏桑拿，是在房外用木材给锅炉烧水，木质的天然香气随蒸汽渗到里面，带来额外的怡人享受。

芬兰浴后芬兰人还习惯吃一顿，这顿就是“桑拿餐”，这是为了补充流汗损失的盐份和补充热量。“桑拿餐”主菜可以是腌鲱鱼配热马铃薯，鱼、沙丁鱼、熏鱼或咸蘑菇沙拉也是不少人喜爱的选择，主食则是薄饼、宽条面或米饭，汤多数是法式洋葱汤或俄式罗宋汤。





### 圣诞老人村 | 看活的圣诞老人

圣诞老人的传说有很多不同的版本，而最终却都汇聚在芬兰的拉普兰。圣诞老人村位于拉普兰的罗凡涅米以北 8 公里处的北极圈上，那是一组木建筑群，每年有源源不断的游客从世界各地蜂拥而至，来一睹圣诞老人的风采。

邮局里则充满各种童话色彩的邮票、贺卡和礼品，所有邮件都盖上北极圣诞老人邮局的邮戳，试想一下，朋友收到来自圣诞老人家乡的明信片，会是多大的惊喜，而几乎，人人都会给“家乡那个日常的自己”也寄一张充满祝愿的、有圣诞老人加持明信片。

在这里，圣诞老人是份工作。经典妆扮下，他和你聊天，和你合影，给你祝愿……

### 萨米文化 | 北方极地色彩

芬兰的原住文化是萨米文化。萨米人 (Sami, 又称拉普兰人 Lapps) 是居住于北方极地拉普兰的土著民族。萨米人深蓝捆红彩花边的传统衣饰、

精美毛皮制品和小刀、皮鼓等工艺，被认定为最能代表北方极地的独特色彩。

萨米人用驯鹿皮搭建锥型帐篷，饲养驯鹿，保留着原始的语言，这些都是旅行者争相一睹的芬兰风情。在伊纳里更有一个详尽展示萨米人历史和资料的 Siida 萨米博物馆和画满萨米人图画的萨米教堂。



## 破冰船 | 茫茫天地它独行

北欧极地的旅游乐趣之最，必须是破冰船。芬兰有大约 1,500 公里长的海岸线蜿蜒在波罗的海，大约有 60 多个港口星罗棋布。严冬季节，整个波罗的海都会结冰。所谓破冰船，最初的产生就是为了帮助普通客货船在如此恶劣的条件下也能照常运送旅客和货物，保持交通和贸易的畅通，因为与陆路和铁路相比，海运更廉价。破冰船在前方开道领路，把厚厚的坚冰破开，让海水露出，普通船才得以顺利前进。

“桑普号”就是这样一位退役的功臣，它于 1988 年开始对普通游客开放，是世界上现存唯一的用于旅游观光的破冰船。每年从 12 月中旬至次年 4 月底，“桑普号”在位于凯米市的波斯尼亚湾北端港口接待来自于世界各地的游客。

“桑普号”船体长 75 米、宽 17.4 米、高 14 米，重 3,540 吨，4 层甲板，破冰能力是 70-120 厘米厚的坚固厚冰，载客 150 人。

“桑普号”每次行程长达四小时。驶入冰海，巨轮开始在冰封水域里奋力地破开通道，破冰的主要窍门，在于船底如圆刀的设计，和五千吨的重量。破冰船于前进时，把重量压向厚达两米的冰层，“圆刀”便顺势将冰割开。移动时船身会与破开的冰块撞击，发出震耳欲聋巨响，船身也为之震荡，我们可以在船头目睹这人与大自然搏斗的壮观场面。

当船抵达到坚硬安全的冰层之后，“桑普号”停下，游客可以下船实地参观被破开的坚冰，在冰面上行走。第一次“站”在海中央，甚至第一次在冰海面上浮游，体会那时“桑普号”独自在前为后面的船只开道的感觉……

冰海面上的浮游要穿特制的橡皮密封衣，象企鹅一样笨重地下水，让一种“轻浮”的感觉包围你。





## 冰雪城堡 | 极地生活再现

每年只出现一次的冰雪堡垒，是芬兰极地的人工奇观。在拉普兰的凯米，每年一次不同主题，用手工堆砌出一个真实的冰雪世界。主体建筑内的冰雪酒店设有双人房、8人房甚至豪华套房，不要以为在冰天雪地里睡觉会是一件苦事，其实每张床铺都铺上了厚厚的毛皮，再加上专为雪地保暖而设计的睡袋，在冰雪堡垒里安寝绝对暖和舒适，酒店甚至有传统的芬兰烟熏式桑拿屋。

堡垒内还建有其他冰雪建筑，能容纳50人的冰雪教堂是浪漫婚礼的好选择，每年都会不少人专程来举行婚礼；主建筑群外则建有冰雪滑梯和冰雪迷宫，堡垒同时也是大型冰雕展。

每年只出现一次的冰雪堡垒，是芬兰极地的人工奇观。在拉普兰的凯米，每年一次不同主题，用手工堆砌出一个真实的冰雪世界。

## 雪橇犬拉车 | 在冰天雪地里出汗

狗拉雪橇，永远是一项让人激动的活动。强壮的爱斯基摩犬，被称为“拉普兰忠实朋友”，拉着雪橇飞速滑动，对于漫天迷朦的大雪它们毫不在乎。

换上借用的御寒衣物后步往起点，未见雪橇犬，就先听到它们狂吠，见面后，这“热情款待”也没停止，仿佛在不断催促你出发。于是一等教练简单介绍了操控方法，绳子一解后，一队六只的雪橇犬就拔腿狂奔。站在后面充当驾驶员的人，需要以全身体力摆动去转左转右，还要懂得刹车，所以即使是摄氏零下几十度，一路狂奔后也是浑身冒汗！



## 北极光 | 捉不到的梦幻

芬兰的北极光 Revontulet，意思是狐狸之火，因为古代的芬兰人相信有只神奇的狐狸在雪间奔跑，它的尾巴不断扫起雪花，在月光下便幻化成美丽的北极光。然而看极光却是一件讲缘分的事，你要等，还可能空等。

看极光有两种方法，一种就是安逸地躺在酒店床上看。当你睡在床上不经意时，可能忽然看到窗外有一抹绿色的幻光，果然就如狐狸的尾巴一样，不断晃动、变换姿态。虽然极光常常只出现十多分钟，但那份美丽的震撼，会让你永记。

可以入住玻璃冰屋看极光的 Kakslauttanen 度假村现在已经极出名，被全世界游客通称为“极

光酒店”。圆形的玻璃冰屋，小小一个全部由玻璃拼装成，屋内有恒温装置，会溶化顶上的飘雪，可以安心躺在床上等极光。

而另一种则是夜行森林雪地，去静听极光乐章，这是最贴近大自然的方法：穿上厚衣服、手持登山杖前往森林极光胜地，在厚雪中步行的力气要用得比平常多，好在，惊喜也可能发生在路上，可能正当你走得气喘如牛时，天上会突然闪出一层绿光，这时，请不要急着去拍照和惊叹，要停止一切活动，安静用心地去感受大自然的奇妙，因为如果你好运，会听到极光尾巴摆动时发出的声音。



## 推荐地 3 极高冬之旅 | 瑞士少女峰

瑞士的雪山美景仿佛来自童话中。这个国家，素有“世界花园”之称，尤以雪山的景色闻名于世，让现代人犹如闯进童话仙境。那宁静的小镇风情、清新空气中弥漫着的芝士浓香、白雪皑皑的连绵雪山和千年不化的世纪冰川，都是别国无法取代的。



## 少女峰 | 16 年铁路筑上欧洲屋脊

少女峰是瑞士最高雪山。上山后千万不能大步走，以免产生高山反应，像对待心仪少女般，要追上便不能急。烤芝士 (Raclette)，去瑞士必吃！

讲瑞士雪山，又怎少得少女峰 (Jungfraujoch)？少女峰海拔 4158 米，堪称欧洲屋脊。海拔 3,454 米处有游客中心，观光塔也是欧洲最高的。而这个雪峰的独特游览体验，全在于是由一列火车缓缓完成。从山下茵特拉肯乘火车

出发，在温根换乘少女峰铁道火车，就可以一路直达 3454 米高的少女峰站。

这列迄今到达站最高的少女峰火车，从 1896 年就开始修建，而原定 6 年的计划，因为种种原因花了 14 年才最终完成，完全是一场人类与大自然极端气候较量的成果。

当然，我们得以安逸平稳乘着火车到达高峰的代价，是牺牲沿途的风景，因为铁路有很多段是凿开山洞而筑，游客只能在黑暗中想象山洞外无尽的胜景。

但沿途和峰顶的观景台，仍可以欣赏令人屏息的阿尔卑斯山脉，视野所及可看到法、意、德三国……，而最让人心悸的，是站在峰顶近距离观赏世界最长的阿雷奇冰河。阿雷奇冰河因景观壮阔美丽，1933 年起被列为自然保护区，1966 年建立了环境保护中心，2001 年，联合国教科文将少女峰—阿雷奇冰河—伯恩高地的阿尔卑斯山区 (Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn) 列为世界遗产。这条数千年来从未解冻的冰河，让人不敢逼视，然全球气候暖化对它也有着明显的影响。





## 雪朗峰 | 007 邦德之峰

先一列火车，再一乘汽车，再四度换缆车——从茵特拉肯小镇出发的话，就是要如此这般才能到达雪朗峰顶。虽然听上去纷繁无比，但其实各交通工具之间配合得侯时侯刻，丝毫不会让人觉得麻烦。

雪朗峰虽不是该地名列三大的高峰，也有近3000米的海拔，更胜在有缆车直达高处，而高处则有一个观景台和一间来历不凡的旋转餐厅，这里自1968年被电影《铁金刚勇破雪山堡》摄入镜头后，便由寂寂无名变成声名大噪。

雪朗峰对面就是著名的艾格峰、僧侣峰和少女峰三大高峰，只可惜该山峰地貌不能修建铁路，空有极美的高山景点。直到60年代缆车技术的发展才使得修建索道成为可能。缆车于1967年通车，时至今日依然是前往该峰的华山一条道，007也难敌此魅力，千里迢迢前来“巢匪”，雪朗峰因此又名007山。



## 瑞士美味 | 美景可餐

**旋转餐厅** 雪朗峰上的旋转餐厅，当初是 007 先生邦德大显身手的黑巢。黑巢叫雪山堡，电影是《铁金刚勇破雪山堡》，制作人因那根直通雪朗峰的缆线和峰顶的壮观美景而决定了此处拍摄点。

**雪景餐厅** 雪朗峰因此换得了今时今日千金难买的植入广告、免费宣传和现在这个旋转餐厅，供应的是地道瑞士美食，瑞士食物有着天寒之地的特色，简单、温暖、粗犷。

这个餐厅内有一处金属镂空隔断，据说是仅存的一个《铁金刚勇破雪山堡》中的布景原件：邦德将坏人恶狠狠掐在其圆形镂空空中，很适合游客拍照留念装坏人。

而少女峰上有更完善的膳食体系，从大众的游客食堂到精致的餐厅。尤其是那种玲珑的西餐厅，地方小小，食客不多，但远可眺望无限雪景，近可细看阿雷齐冰河，美食则由法式作派的侍应殷勤端上……

**半山腰的小酒店** 缆车上到雪朗峰的第二层处，是小镇慕恩 (Murren)。这是一个只有 300 个居民的无车小镇，冬天就整个被覆盖在白雪中，对于滑雪者来说，该处是各雪道、雪场的中转站，小镇有咖啡店和小餐馆，地道瑞士美食上来前，有酒精类饮料先暖身，或是酒味浓重的咖啡，或是甘甜热乎的肉桂酒，赶走高速高危运动下的寒意。



### 瑞士美味

**热斯蒂** 真正的传统瑞士风味，究其历史大多是穷苦人家的美食，这道“热斯蒂”堪称德语区的国菜。乡村小店出售，高级餐厅也有供应。据说这道菜用的都是头天晚餐吃剩的土豆，去皮切薄片后，在煎锅中用猪油或黄油煎，撒上细盐翻动小火煎至金黄色，并压成饼状，推入盘中即可上桌。如今则要搭配一些如煎香肠、烧小牛肝、碎小牛肉之类的肉食。

**奶酪火锅** 在陶质平底浅边盆里，用白葡萄酒将两种擦成碎末的硬干酪在火上煮化成糊状，加水淀粉和“饭后樱桃酒”同煮，最后放进一些新磨的胡椒粉和豆蔻。上桌时架在一个酒精灯上，配上切成四五厘米方形的硬面包块。吃时用长叉子叉起面包块，在盆中蘸着吃，形式上的确很像我们中国的火锅。





## 粉丝经济“销”时代

光鲜炫目的舞台效果、男神与女神的零距离接触、萌点与笑点齐飞的粉丝见面会，这一番娱乐营销事件背后的，是这位 80 后美女掌门人的精准运作。谈演出市场、谈粉丝经济、谈资本运作，明星与行销模式的新常态，在 Harris 的会客室里又会展露怎样的新期待。本期外交官对话：荣橙文化传媒 CEO 宋丹妮——



Danni 宋丹妮

Guest

荣橙文化传媒 CEO  
声乐科班出身，师从名家娱乐幕后掌门人  
爱喝茶、爱电影的 80 后暖女



Harris 黄彦达

Speaker

Diplomat 外交官箱包总经理  
中欧校友连锁品牌经营协会执行会长

**Harris :**大家往往只知道明星人前的光鲜,对镜头背后的运作和推手知之甚少,可以向大家介绍一下荣橙文化传媒在这方面的经验与未来发展方向吗?

**Danni :**我们荣橙文化传媒是以做演唱会以及大型活动主办为主,并利用明星影响力整合品牌营销,努力的方向是向上延伸业务去拿源头;也参与影视剧及综艺节目的策划、制作、发行,发展移动互联网票务在线平台,以及媒体自建、采购、买断、代理等。

基本上我们把内容培养作为公司长期发展的核心竞争力,除了演唱会之外,游戏、动画、短片都会是我们关注的对象。事实上我们一直在寻找好项目,同时也在积极储备优秀的业内人才。

另外,我们旗下有自己的票务类 App“要票吗”。这是一个二级票务交易平台,我们的平台上是以稀

#### 品牌背景

上海荣橙文化传媒有限公司成立于 2010 年, 现年营业额近亿元, 主营娱乐整合营销, 及演唱会以及大型活动主办, 为全国传媒界知名品牌之一。

缺票、折扣票为主。“要票吗”也是我们做数据分析的重要来源之一, 哪些明星正热门, 哪家的粉丝肯花钱, 实际情况可能和大家想象的很不一样哦。

**Harris :**你们从事的是耀眼时尚的演艺经济行业, 和明星打交道频繁, 在选择合作艺人方面, 荣橙有哪些特点和喜好?

**Danni :**在演唱会方面与艺人合作, 我们只选择一二线歌手, 以确保我们的票房和声誉。另外我们也会和一些有一定知名度但还没有大红大紫的艺人合作, 我们会把他们整年的运营成本包下来, 再把我们自己的优质资源嫁接给他们, 跟他们进行利润分成这样来实现利益共赢。而像日韩那样, 从纯素人开始培养的模式, 目前在本土还需要探索, 照搬造星工厂模式的效果不佳。

**Harris :**目前国内的演出市场发展现状是怎样的?

**Danni :**2014 年, 中国的演唱会市场的产值是 90 亿, 而所有现场类(包括话剧、体育赛事等)的总产值高达 500 亿。

眼下, 即便是在北京、上海等一线城市, 大家文娱生活的选择也不多。演唱会的频次低, 票价高是现在演唱会市场的主要现状。平均 500-800 元每张的票价仍然让很多热爱音乐、热爱现场娱乐的粉丝望尘莫及。拿香港为例, 张学友在香港开演唱会一开就连续 50 场, 票价相对平民化, 但是场场上座率仍然相当高, 所以利润率也是可以保障的。

这也对我们演唱会场地数量和建设提出了更高的要求, 我们需要更多不同大小规模, 更加多元化的场馆, 包括体育场、体育馆、Livehouse 等, 来适应不同的场次需求。

在软件上国内目前也有欠缺。换句话说, 就是有票房影响力的艺人还不够多。放眼内地、香港、

台湾地区，有能力在大型体育场开唱的艺人就那么二、三十个。影响力小些的二线艺人，一般去体育馆开，再小规模的去剧院开。不过，有些艺人的粉丝虽然不多，但人群特别固定，这批艺人就很适合在小型的室内场地搞活动，票房很有保证。

就具体项目而言，我的经验是投资二、三线艺人风险更大。一线明星的演唱会现在开到丽水、佛山这样的城市，票房依然很好。因为粉丝是有聚集性的。二线的去小城市就比较难，而且成本高，平均到每一张票子价格就很难做了。

**Harris :**在你的立场来说，会怎么形容荣橙目前在演出市场的地位，以及在目标消费中的形象？



**Danni :**荣橙文化传媒做演唱会已经有 7 个年头，公司规模虽然不大，但在想法、认知、和整合能力上，我敢说是领先传统意义上的不少业内大公司。在他们看来，做演唱会，达到 1 倍的利润就足够了，这样他一年做 100 场，收益就很满足了。

而我们的视野则不同。传统演出商虽然规模

  
我们从事演出行业的，最看中粉丝的力量，粉丝群就像一个部落，而偶像就是他们的信仰。

大，但在我们看来有着太多的局限和思维定式，我们将领导新思维，注入新的资本运作与执行方法。

**Harris :**荣橙文化主要的目标客户是哪些？

**Danni :**我们从事演出行业的，最看中粉丝的力量，粉丝群就像一个部落，而偶像就是他们的信仰。现在 90 后粉丝，追星行为又和前代不同，会有粉丝花钱包下地铁广告，只为让更多人认识自己偶像，这和 70 后 80 后的追星行为很不一样。

我们要做的就是整合娱乐营销，用演唱会、艺人为品牌助力。如果是由品牌方出面邀请艺人，2 年的代言费用，平均在 500 万到 800 万；而如果品牌采用冠名、赞助演唱会的形式，那么你的付出可能只需要 50 到 100 万，同样可以在 2、3 个月内用明星演唱会配合自家的品牌来宣传。

我们的客户资源多，艺人资源雄厚，对品牌来说，是以高性价比的方式提升了影响力，多一个获取用户的渠道，对我们来说，这也是保障演唱会收益率的一种方式。

**Harris :**娱乐产业、粉丝经济如何帮助到连锁品牌，也是我一直在思考的问题。找明星代言、铺广告，这种乱枪打鸟的方式，路已经越来越窄。除了明星代言



## HORIZON 外交官会客室 SIGHT

这个传统模式之外，是不是还有更好的选择？

**Danni :**都说现在是粉丝经济时代，事实也的确如此，得粉丝心者得天下。我们的整合娱乐营销目的就是就是将粉丝经济效应发挥到最大化。会利用各类社交和媒体平台，让明星、粉丝、品牌形成互动。

传统演出商虽然规模大，但在我们看来有着太多的局限和思维定式，我们将领导新思维，注入新的资本运作与执行方法。

这和传统的找明星代言模式，付代言费、拍完照走人不同，合作更深度，对企业来说性价比也更高。我们不会生硬地让明星在自己的微博中做品牌植入，这样的方式粉丝特别反感。

**Harris :**我想是不是今后还可以走得更远，比如让明星直接参股连锁品牌，或者让艺人成立自己的创投基金。像李冰冰、黄晓明的 Star VC 明星风投机构，投了韩都衣舍、热辣壹号火锅店等项目，都取得了不小的成功。也有很多公司看中我们外交官的通路和渠道，想找外交官做管理方，在将来，可能他们的



店就在我们外交官的旁边，而我们可以从中得到大量优质而精确的用户数据，转换率就会很高。

**Danni :**是的，这种新型的明星合作模式下，一方面品牌和商家和传统代言模式一样可以使用明星的肖像；另一方面明星参与的程度更深，也会更加卖力。实现异业结盟，选定有着同样理念的品牌就格外重要。

**Harris :**听说你还有一个文化基金，和我们介绍下基金会的项目和目前的运行情况吧。

**Danni :**基金会主要投资演唱会项目，首期金额是五千万。在演出市场领域，做这个的我们不是第一家，与大多资本金融机构的投资模式不同，我们的基金会不光是负责把钱投进去，更是会参与整个演唱会的操作环节，在模式上是比较创新的。

这其实也和我们之前吃过的亏有关。前几年，



这种新型的明星合作模式下，一方面品牌和商家和传统代言模式一样可以使用明星的肖像；另一方面明星参与的程度更深，也会更加卖力。

我们也曾经跟业界前辈一起投资过电影，结果却并不理想。电影这行水深，我们现在决定还是先从自己熟悉的演唱会领域开始，之后再考虑电影或者综艺，形式也以资源投入为主，步子是比较谨慎的。

**Harris :**面对时下热火朝天的众筹经济，我个人是十分有兴趣。我们中欧商学院有时候办活动，请国外的专家过来讲课，测算出全程费用，然后与会的校友平摊。我在想不知道在演艺市场上，是否也可

以有这样的操作，发展起来也可以售票盈利？宋总的公司有没有考虑过演艺项目方面的众筹计划？

**Danni :** 众筹项目，在我们演艺市场上，目前还没有看到过特别成功的案例。这和眼下演艺市场一些约定俗成的惯例有关。拿演唱会来说，你去和艺人经纪公司谈项目，首先对方就会要求你资金先到位，再来给你敲档期。艺人方面就是这么强势，不会说等你众筹成功了再谈，那时候艺人的档期早就没有了；另一方面，艺人也比较爱惜羽毛，在项目落实之前，不会让你拿着他的肖像出去招揽。

**Harris :** 我自己在网上以个人的名义参加过几次众筹，但是结果总是失望。要么就是项目根本没有按时间线走，要么就是最后收到的货不对板。我反而是觉得，像我们外交官这样的连锁品牌更适合来发起众筹，我们有品牌的实力、经验、承诺作为保障，挤去了泡沫。

**Danni :** 黄总说得没错。我认为演艺众筹也不是绝对不可以碰，可以从一些小的项目开始，比如小范围内以沙龙形式举行的艺人见面会，让粉丝近距离接触自己的偶像，单张票价也可以定高一些，这样的项目还是比较适合众筹的，投资人就是观众本人，这样的活动我们也很需要品牌的支持。

**Harris :** 最后，我自己做的是旅游产业，想问下你自己平时爱好旅游吗？在选择目的地或者打理行囊方面有没有自己的一些心得体会或者习惯。

**Danni :** 我很爱玩、也爱旅游。我定义自己是“享受型”的旅行者，不喜欢时下的“穷游”模式。去到一个新的地方，会有很多地方需要适应，不想把自己搞得太“心酸”。毕竟有着那么多的能量、信息要汲取，我会抓紧一切机会多体验当地的文化和

美食。

我每年会出1到2次远门，去年在美国自驾了两千多公里，从洛杉矶开到拉斯维加斯再到旧金山，一路上我个人的习惯都是轻装上阵，一个高品质的旅行箱就足以。

去年在美国自驾了两千多公里，从洛杉矶开到拉斯维加斯再到旧金山，一路上我个人的习惯都是轻装上阵，一个高品质的旅行箱就足以。



## 掉进比利时的 糖衣陷阱里

【Editor】耳东 【Text】陈陈

比利时首都布鲁塞尔是个连空气里都弥漫着阵阵巧克力香甜气息的城市，一步三岗般排列着堪比我们身边便利店数量的巧克力专卖店。徜徉其间，味蕾就有福可以一日三餐都被细腻香浓的巧克力洗礼——





## 在比利时 巧克力无小事

比利时生产巧克力超过 400 年，全国有超过 350 名巧克力工匠，虽然近年不少比利时巧克力品牌逐渐被国外财团收购，但是作为全球三大巧克力生产国之一，当然也有独门秘诀。不仅每家店总有自己一款秘密的巧克力 Recipe 外，绝大部分的可可还必须经比利时国内几家大型巧克力厂来处理。而比利时巧克力最独特的地方就是使用从甜菜 (Beetroot) 中提炼而成的糖来取代廉价的白砂糖，这样做出来的巧克力不单细腻幼滑、甜度适中，也不会有让人犯渴的口感。

## 为巧克力而狂的比利时

1. 比利时制造巧克力已经有超过 400 年的历史；
2. 比利时每人每年平均吃掉 9.69 公斤的巧克力；
3. 首都布鲁塞尔拥有 2,500 家巧克力专卖店；
4. 每年巧克力出口至世界各地超过 100,000 吨。

## 比利时三大巧克力

1. 黑巧克力 Dark chocolate: 可可含量达 45% 以上，以可可液、可可油、糖、蛋黄素及香草制成。
2. 白巧克力 White chocolate: 只用可可油、糖、蛋黄素、香草和奶制成。
3. 牛奶巧克力 Milk chocolate: 用可可液、可可油、糖、蛋黄素、香草和奶制成。牛奶巧克力须有 10% 的可可和 12% 以上的牛奶含量。

## 比利时 2 大名品巧克力

薯条巧克力、啤酒巧克力: Chocolaterie Marioca 的巧克力素来以栩栩如生的造型作卖点，比利时两大名物薯条及啤酒当然是最佳仿效对象。啤酒照足原装“Leffe”大小，巧克力入口甘香细滑不太甜腻，作特产带回国内充满玩味。

## 比利时巧克力有何不同

根据国际可可豆组织发表的报告，巧克力主要原料可可豆受气候及产地政局等因素影响产量下跌了 7%，价格则背道而行地飙升，而比利时拥有的，是这样一颗可可：

产地 | 生长于南纬 20 度至北纬 20 度之间，遍布于南美及非洲一带。

收获期 | 10-12 月，每棵树每年只有约 2 公斤的收成。

成份 | 含有丰富的苯乙氨酸 (Phenylethylamine) 及黄酮醇 (Flavanols)，不单有助抗抑郁产生快乐的感觉，黑巧克力还有效对抗肌肤衰老，预防皱纹出现。

所以在比利时，巧克力背后不仅隐藏着以亿计的经济效益，还有过万巧克力工匠穷毕生精力钻研出来的大学问。



### Q：怎样储存巧克力最佳？

A：巧克力的贮存温度最好保持在室温 15-17℃ 左右，而湿度则最好要低于 50%。若存放于冷藏库的话，就要避免温度过低，及与其它气味浓烈的食物放在一起。

### Q：表面的白色粉末是发霉吗？

A：从冷藏库中取出巧克力后，若巧克力表面出现白色粉末属正常现象，因为巧克力成分中的糖和可可油中的脂肪结合后会产生白色粉末 (Chocolate Bloom)，对身体也完全无害。

### Q：比利时手工巧克力有何不同？

A：手工巧克力很不同，它牵涉的涂层工序甚复杂，师傅需要等外壳风干后才加入馅料，再以人手把巧克力浆抹上封口。由于手工巧克力过程中不涉及机器，故此巧克力本身不会受到机器在过程中所产生的热力影响，入口就特别幼滑细腻。

### Q：可可成分愈高愈好吗？

A：那也未必。巧克力质量好坏跟可可成分其实并无直接关连，即使可可成分不高，只要可可豆的质量够高，做出来的巧克力一样香醇细滑，舌尖可品尝到可可独有的芳香甘醇。至于巧克力好吃与否，还取决于可可液 (Coco Mass)、可可油 (Coco Butter) 及糖的成分比例等其它因素。



## 纯种巧克力 D-MOP

万事万物全球化的大洪流下，如今坚守手工原则避免私家技艺湮没于历史洪流中的巧克力店家已经少之又少，这家 La Maison des Maitres Chocolatiers Belges 卖的就是真真切切出自比利时工匠手中的手工巧克力。

说起来，这个店还是由非盈利组织 Best Belgian Chocolate of the World 所开设，是从比利时众多巧克力店中挑出 10 家、由比利时人控股超过 51% 或以上、和出品的巧克力不添加化学物质并且可可含量 43% 或以上的品牌合作，概念上有点像时装界的 Selected shop(如 D-MOP) 那样，只挑最好的出来卖。

这 10 家店不求蜚声国际，只专事来擦亮“比利时巧克力”这块金字招牌，坚持着 Homemade 巧克力的个性，也是不少比利时巧克力痴迷者的心水店。

这里还设有巧克力学堂，是由大师们来亲身传授正宗比利时巧克力的知识及制法，参加者不仅能在学堂内分享到大师们的心得及经验，还可免费品尝比利时巧克力的味道。



巧克力匙 | 六种不同口味的巧克力棒，尤其推介红椒粒口味，带点微辛的香料气味，入口无损巧克力细滑口感。



巧克力学堂 | 特地开设巧克力学堂，将传统比利时巧克力知识传扬世界。

杂莓巧克力蛋糕 | 这家以糕点起家，一定要试试这里闻名于世的巧克力蛋糕。蛋糕外层裹着一层有薄脆的巧克力，内里的巧克力蛋糕可浓郁到有如黏在味蕾之上，巧克力迷万不可错过。



新鲜出炉的小点 | 所有的糕点都是在店铺后面的工场生产，在楼上 café 可品尝到刚新鲜出炉的糕点。



## 王室御用的百年老店

在比利时“弱肉强食”的巧克力世界里，Wittamer 能够在一众巧克力激战中屹立至今，除了自家独门秘方外，王室御用这个招牌也功不可没。传承至第三代的 Wittamer 成立已逾百年，在日本拥有超过 18 间分店，在比利时这个老巢倒只有一家。

这家店全面贯彻招牌的荧光粉红，将那一件精品般的甜点装点得有如珠宝般璀璨。别以为百年老店大多因循，这家很有锐意创意的劲头，虽然做法总要依足祖传食谱，但甜点外形却是大胆创新、玩味十足。

中国人不仅要眼前的“中国年”系列多看几年，这是总厨特地推出的，有兵马俑巧克力、铜钱 Macaroon，造型虽然搞笑，味道依旧一样。

远道而来，除了要尝巧克力外，当然也要到全球独家的 Wittamer Café 喝一杯热可可去。当可可遇上绝配鲜奶油，香浓的可可不会被过甜的味道掩盖甘香，入口顺滑如丝。简单如这么一杯热可可，却带给你无限快乐和一片暖意。

中国风铜钱杏仁玛卡龙饼 | 据说将法国的杏仁蛋白饼引入比利时的就是 Wittamer，这个巧克力杏仁蛋白饼集香松脆于一身，装饰用的铜钱原来也是一枚吃得落肚的牛奶巧克力。





## 法比梦幻组合

相比 Wittamer 这些比利时老品牌，这家 Debailleul 没有显赫的历史，初登大舞台，已经在 The Las Vegas World Pastry Championship (拉斯维加斯世界糕点比赛) 中获奖，及至被从事时装的法国人买入，这个比利时巧克力坛的新星终于蜚声国际。

这里巧克力颗颗都是从比利时的厂房由 45 名巧克力师傅新鲜制作，可可及牛奶是自家工场及农场的出品，全人手制造兼无加任何人工添加剂，虽然保存期限短，但这披着华丽外表的巧克力，以色相示人已足以让人垂涎。

而最让女孩子心动的，还有它那用来盛载巧克力的 30 款不同设计的小盒子，每个小盒子的概念都来自法式的梦幻碎花及经典字母花纹等时装元素，展现了既现代梦幻又带古典的法国情怀。



甜心蛋糕 | 让人惦记的甜点除了巧克力之外，还有就是甜点中最难做得好的雪糕蛋糕。以花球为概念的结婚蛋糕，肯定会让新娘子吃到甜入心扉。

▼ 星野 竹富島 薄暮里的晚餐

## 品味星野度假村的 七个提案

【Editor/Text】江博

南北走向、狭长的日本国，充满着极多样性的风土人情。有极寒幻生出的冰与雪的世界，有满天的星光包裹下的大地，有南方特色的林立岛屿，这个国家仍然充满了我们所不知道的魅力。



△ 流动着的温泉，是另一个箱根住宿的深奥妙趣，好一幅绿意描绘的美丽景象。

## 因自然而奏响的和弦

### 箱根 星野度假村

对着精细木工刻画出的、丰富多彩的表情，哪怕就是成人也会被激发起一股玩趣，这就是箱根。而我们现在要介绍的，是会让你尽享愉悦的、并于在箱根住宿的深奥妙趣。

箱根有着旧式的街道和温泉，曾经作为东海道人们往来的驿站镇而繁荣过，也有着东海道最悠久的住宿街，那一手嵌木细工的传统工艺，甚至被推广到了全国。有着这样渊源的地方，现代酒店业也不容忽视。

那些富有现代感的舒适空间里被仿佛是无意放置的嵌木细工点缀得温暖无比，那一份绿色的景致，和大自然无比协调，让人心生温馨。

房间的布置中采用了很多的椅木，就好像把箱根的丰富多彩的表情也添加到住宿中来增加乐趣。空间中到处弥漫着木质的温暖，浓缩集中着箱

根的魅力。和式风尚的情趣和树木在这里和谐搭配。当然还有细腻的温泉，这自然的味道总是能奏出强大的和声让身心都一起被治愈。

▽ 交织的木片中所蕴含的是传统和艺人的技能。



## 踏浪归来的海边之家

### 界热海 星野度假村

可以远望相模湾伊豆山的森林，树木的阴影描绘着富于诗礼的美，在这里可以静静品味上天赋予人世间的精华。

这是热海的客厅，伊豆山。这里静静地伫立着一个秘藏的旅馆，一家早在嘉永二年就创建的历史悠久的旅馆。沿用了“界”之名，也继承了名流们喜爱的、老字号旅馆特有的接待风格和审美意识，洋溢着一派新时代日式旅馆的气息。

树木的阴影描绘着无尽的美，陶醉在绵绵不绝的音色中，让松树映照出相模湾的小像——古老时代避暑之地的记忆复苏了。漫漫长夜中艺妓们的华丽舞蹈伴着下酒的小菜，也是此地旅程的一种情趣。



HORIZON 奢享 LUXURY

^ 日本三大古泉之一，森林中的露天温泉，背靠树林，面朝大海。



△ 尽享热海夜景下的两人世界。

## 海风轻轻围过来

### 热海 星野度假村

伫立在山丘的阳台上，让温柔的海风送来片刻逍遥。这是远离尘嚣的一个停歇，让它就这样只属于生命中最重要的彼此。

可以眺望热海海湾的山丘上，有静静绽放的相模湾薰衣草、迷迭香，一片茂盛，却仿佛只是背景，只为舒畅吹来的海风让路。

你会感受到一阵点点滴滴的、远离大城市朝九晚五日常生活的离世。不管怎样，这就是热海特有的乐趣，不光有夜幕下的全景美丽，还有适合桔子和柠檬生长的温暖气候和充足阳光，瞬间赶走你从都市生活带来的疲惫。

就只管迷茫地眺望那广阔的海岸线吧，或者在暖暖的温泉中慢慢流汗，让果味啤酒和药草氤氲的 SPA 精油来护理你困乏的身体。这些还不算完，你还有烟花般鲜艳的金眼鲷鱼和鲷鱼刺身要享受呢……

在清凉爽快的酒意抚慰下，日常的繁杂消失殆尽。如果你带着孩子同往，那么这里也充实着攀岩活动、书籍等适合儿童的设施，你尽管去过一过久违的两人世界，让温柔的海风包围过来。



△ 烟花般的生鱼片。金眼鲷鱼、鲷鱼、伊势虾等颜色鲜艳。

## 让五官感受大地

### 星野度假村 八岳山

八岳山的星野度假村和着自然之声而生，让身体最大限度感受到大地的恩惠，这是天赐的秘藏之地——

到达八岳山的时候，就感觉身体充满了能量，它和南阿尔卑斯山共同构成了一个大自然的全景。其实，不只是你心理作用才感觉轻快的，事实上，这里真有一个“葡萄酒度假村”等着迷醉我们。

这里有全套意大利 13 道料理和 10 款品牌葡萄酒，把当地的天赐和加州葡萄酒尽情相合。去享用非凡的一餐吧，这是厨师、酒吧和当地生产商

众志成城一起献上的华丽幸福。

就象有澄澈的空气在滋润着五感，身体中回荡起所思所感，慢慢享受吧，让快乐延续没有终点，这是八岳山葡萄酒度假村的深奥妙趣。

快乐的时候，自然的力量会侵袭身心，那么翌日早上就再让身体名副其实地满满感受下八岳山，去森林骑马吧。和早晨刺目的阳光群山一起微笑，和马儿一起，在大地上努力踏出一步又一步，邂逅和平日全然不一样的喜悦。



◀ 有东京巨蛋 213 倍大的基地内，是面向初学者、儿童以及初、中、高级年龄和水平的滑雪场。

## 梦幻的滑雪度假村

### 星野 TOMAMU 度假村

在这里，无论你是初学者还是熟手，都可以享受滑雪的不同乐趣。食物、SPA 和大自然，让你畅游遍诗画般的理想滑雪度假地。

描绘在闪耀的新雪中翱翔的爽快感，自由自在地独占冰雪交织的银世界，这才滑雪度假村·トマムの深奥的妙趣。背部乡村的话剧猫巡演和自由式滑雪等也可以轻松享受的トマム现在开始也沐浴着全世界滑雪者的瞩目。

这里几乎是北海道中央，是位于新千岁、带广旭川的三个机场连接的三角的中心位置的滑雪度假村。东京巨蛋 213 个大的地基内从初级到高级享受全部的个的课程，酒店还具备大楼、餐厅、波浪游泳池等设施。

这里到底有多棒，有点无法言说，一年四季，都能在这里享受大自然创造的云海和它包裹着的咖啡和滑雪。或者在冰雪创造的梦幻冰雪剧场中享受美食，这是这个度假村特有的活动。

当然，不仅是滑雪高手，那些没有滑雪基础刚开始学习滑雪的大人和小孩，也有专人教授，可以放心练习，这是选择优质的雪滑度假村开始人生第一滑的福利。

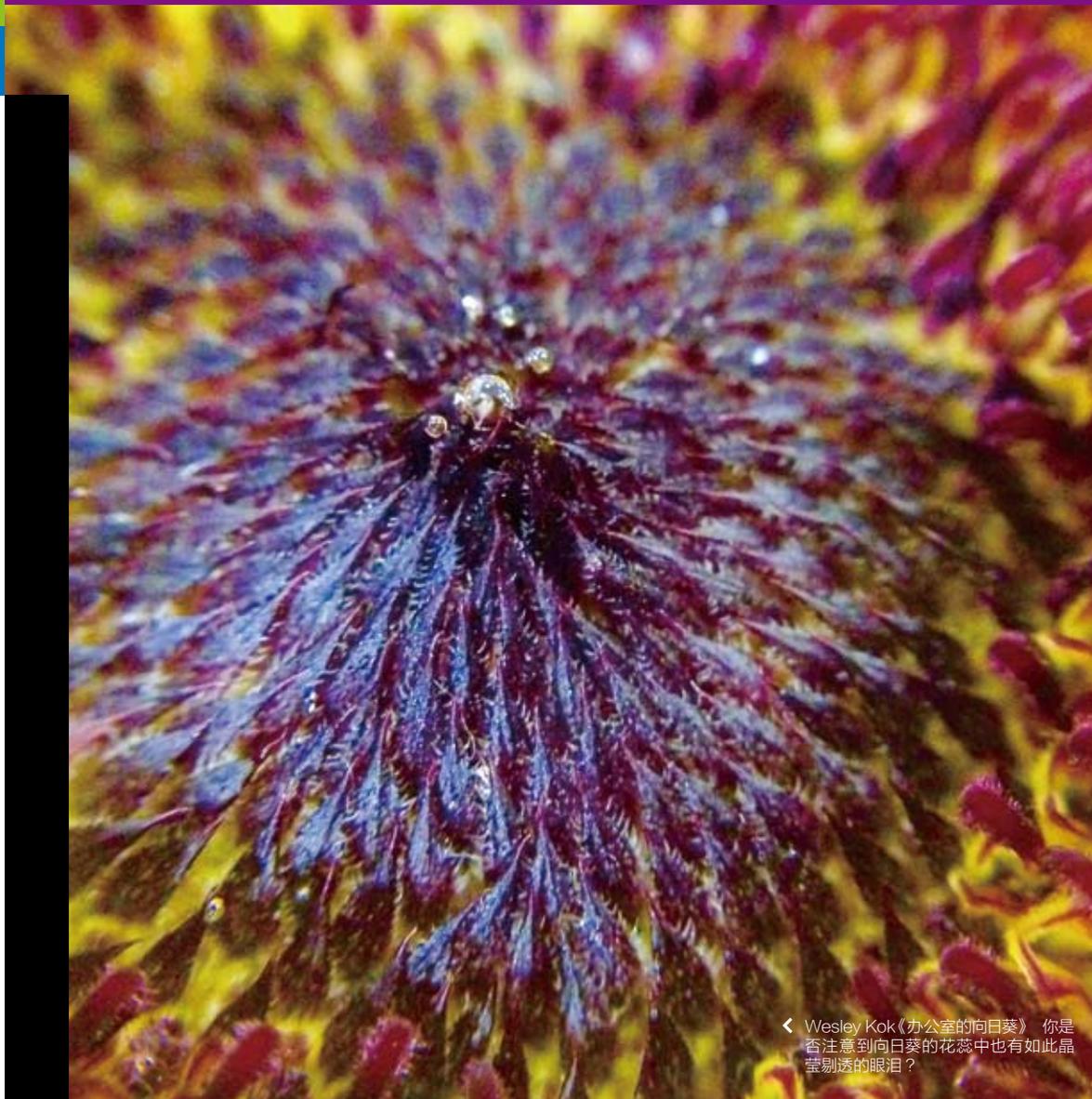
一直在进化的一个滑雪度假村，今年的冬天一定也有很多惊喜等着我吧。



-20℃的严寒世界，让人产生冰雪世界的幻想，冰雪巨蛋中也能享乐美食，让大人和孩子各得其乐。



✔ 客房内也有按摩浴缸，每层只有一套 4 房的套房。



◀ Wesley Kok《办公室的向日葵》 你是否注意到向日葵的花蕊中也有如此晶莹剔透的眼泪？

## 信念 为照片注入灵魂

拥有好的摄影器材就能拍出好的作品？

不如我们先来初步地定义什么是好的摄影器材。对于 C.S. Media(上海熙仕文化传播)的八零后新锐摄影师 Wesley 郭道侃而言,能用来摄取画面的媒介都是好相机。就如上图作品《向日葵的眼泪》,您看得出来它只是用 iPhone 照出来的照片吗!?

## 街头摄影是“等待”的艺术

什么是好的摄影器材。对于 C.S. Media(上海熙仕文化传播)的八零后新锐 Wesley 而言,能用来摄取画面的媒介都是好相机。此外,他也提到就算拥有一台新颖名贵的相机,也不一定能拍出理想中的好作品。对于拍出来的照片是否好作品是因人而异的,排除先要了解构图、黄金比例、景深等基本功以外,摄影师心理素质、个人修养也是很重要的。Wesley 认为:“Hunt X Trap X Guts”是一个摄影师所需具备的信念与基本态度。亨利·卡蒂尔-布雷斯松(Henri-Cateir-Bresson)曾说:“街头摄影不只是‘寻找’画面的艺术,也是‘等待’的艺术,在对的位置等待对的时间对的画面出现,并按下快门。”

具体的说,摄影师需要像“猎人”(Hunt)般地清楚知道你的目标是什么、猎物是什么,并专注精准寻找猎物目标。美国著名摄影师安塞尔·亚当斯(Ansel Adams)说:“A good photograph is knowing where to stand! 一张好的照片是知道该在哪里等待。”因此,如猎人般精准地寻找合适地点”(Trap)在街头摄影里很重要,一旦找着地点后,布下陷阱“耐心等待”一个好的时机,然后有“果断勇气”(Guts)地按下快门,捕捉猎物上门的那一瞬间,也就成功一大半了!

在拍摄过程中,勇敢地、果断地按下快门捕捉画面也是很重要的。剩下的则是摄影师的机遇,去什么地方、遇见事件、人物等,这就如需要祷告好运(Luck)的降临一样。正如 Wesley 补充到:“一个好作品的产出,不单需要上述三个态度,还需要‘运气’,才能拍出‘决定性瞬间’!”当然,“运气”可随着摄影师经验的累积降低它所占的比重,但相信即使在世界级摄影大师的身上,“它”仍是不可获缺的重要因素,不然历代摄影旷世巨作怎会独一无二,按下快门的瞬间,要天时、地利、人和,可说是多么可遇不可求呀!

亨利·卡蒂尔-布雷斯松(Henri-Cateir-Bresson)曾说:“...相机就是‘速描簿’...——它主宰着‘问题’

(question)和‘决定’同时并生的‘瞬间’。为了‘赋予世界意义’(“give a meaning” to the world),摄影者必须感觉自己与由‘观景窗’所‘取景’者是息息相关的。这种态度需要专心、心志训练、敏感性及‘几何感’(a sense of geometry)……”。

Wesley 分享说:“就如布雷松最有名的作品之一《积水的路面》,一位在水上跳跃的路人的照片,就是 Hunt, trap and guts 最佳表现!相信布雷松已在那积水边守候已久,当那名路人进入他所预先建构的陷阱(构图)中,他果断地按下快门,在路人跳跃向下坠落时,脚还未入水却看似与积水面相连在一起时的画面,其身影刚好与背后张贴广告中跳跃女郎相似,成为有趣对比,这是一个多么可遇不可求的时机,这就是布雷松所谓的决定性瞬间!有时幸运地的等到一个好时机比主动寻找所拍出的画面,更令人为之动容!”

亨利·卡蒂尔-布雷斯松作品《积水的路面》 "My life is shaped by the urgent need to wander and observe, and my camera is my passport." -Steve McCurry





△ Wesley Kok 《现实的社会》 精装修高档的银行门外却躺着一位流浪汉，残酷的对比，多数路人路过却未关注，终于等到一位男士稍稍投以侧隐之心眼神，按下快门，捕捉现代社会的现实面与无奈！

“我的生命被想要到处走走的急迫感所形成，而相机就是我的护照”，曾以照片“阿富汗女孩”而闻名世界的美国摄影师玛格南曾这样说到。显然不安于室、游历世界、一直保有如“观光客”的好奇心，对一个摄影师来说是多么重要！

## 一位“观光者”的好奇心与角度

来自来自马来西亚，在台湾就读数字媒体设计，现任于上海熙仕文化传播总监的 Wesley，这样多国居住的背景，似乎早已让他习惯经常以一个“观光者”的好奇心与角度，来看镜头下的世界。观光客到一个新的地方通常看什么都新奇，什么都想拍，如果说摄影师是“生命的观光客”是再适合不过了。做为一位生命观光客的 Wesley，他的确对身边的事物总是充满无限好奇，从办公室摆放已久的向日葵花到在巨型奢侈品牌广告广告牌下随地大小便的小孩，都能吸引他目光，用不同的角度去观看熟悉的事物，这正是他经常拍出精彩

作品的秘诀！

接下来，感谢 Wesley 将分享他周游各地在拍摄时，所深刻体验到本篇所提到的摄影师所需具备态度 - Hunt, trap and guts 的重要性相关作品，相信一位拥有好的心理素质摄影师，才能为他的摄影作品注入永恒生命的灵魂。让他的作品不是只有漂亮的画面，让人过目即忘，而是有触人心弦或发人省思的背后意涵，才能经得起时代的考验，成为经典之作！



"If you can smell the street by looking at the photo, it's a street photograph"  
-Bruce Gilden

如果你在看照片的时候能闻到街头的味道，那就是街头摄影。——布鲁斯·吉尔登

现在，快来找找在您的相本内，是否曾幸运地为您的孩子、父母或不认识的路人捕捉到几张经典之作呢？



◀ Wesley Kok 《路过的人》

每个人一生中都会遇到无数的人，但大部分可能只是匆匆一瞥的过客，有多少能和你有上短暂交谈或坐下喝杯咖啡，甚至成为知己朋友呢？



◀ Wesley Kok 《娱乐之缸》

快门捕捉柬埔寨小孩们开心地看着水缸内画面，猜猜水缸内有什么让他们那么兴奋呢？原来只是水管注水时产生的泡泡。在现代发达国家的小孩们，大都拥有电子产品做娱乐；相反在贫困的柬埔寨，小孩们的心灵却是格外单纯，就连看着缸装水，他们就有着快乐无比的心情，对于周遭环境总是充满无比的好奇心。



◀ Wesley Kok 《孩子们的游乐场》

柬埔寨的洞里萨湖 (Tonlé Sap) 是位于东南亚最大的淡水湖。据导游介绍，湖上的水上人家中有 70% 是来自东边的非法越南居民。小朋友们在闲暇时刻，喜欢坐在铁盆内到湖面上嬉水，而遇见游客时都会向游客乞讨 USD2。湖水其实非常的深，旁边也无大人看管，算是相当危险，但这里却是小朋友们平日嬉戏的地方，更是他们赚外快的最佳场所。这张照片是在我设计好的构图中，等待大人开的观光船或工作船驶入画面，更加突出小孩们在大人忙碌为生活打拼的世界中，是多么的弱小与无助！

## 做一个从容的 商业旅人

【Editor】耳东 【Text】migocorp.com

把握在登机门前的候机时刻收发 Email，利用穿越登机门通道的最后片刻交代所有代办事项……，因为一旦起飞，要再次取得联系可能已是几小时或半天过后了。这样的场景你是否觉得熟悉？



身为大数据时代的营销决策者，当个“空中飞人”本来就是家常便饭，一旦走过登机门通道，踏入机舱，就仿佛跳脱时间和空间的限制，获得片刻清幽，少了他人的叨扰，脱离所有通讯设备，渡过完全属于自己的时间。但是生意是不等人的，商场如战场，而数据时代的“商战”更是瞬息万变，“片刻的清幽”也因为少了即时的资讯补给 (input)，始终无法做出满意的决定 (final call)，使得整趟旅程如坐针毡；另一种情况，在飞行过程中所做的营销决策，下了飞机，更新资讯后又不禁让你重新思考：上一秒做的决策，下一刻真的还适用吗？

## 时机 Timing 一个被你低估的关键

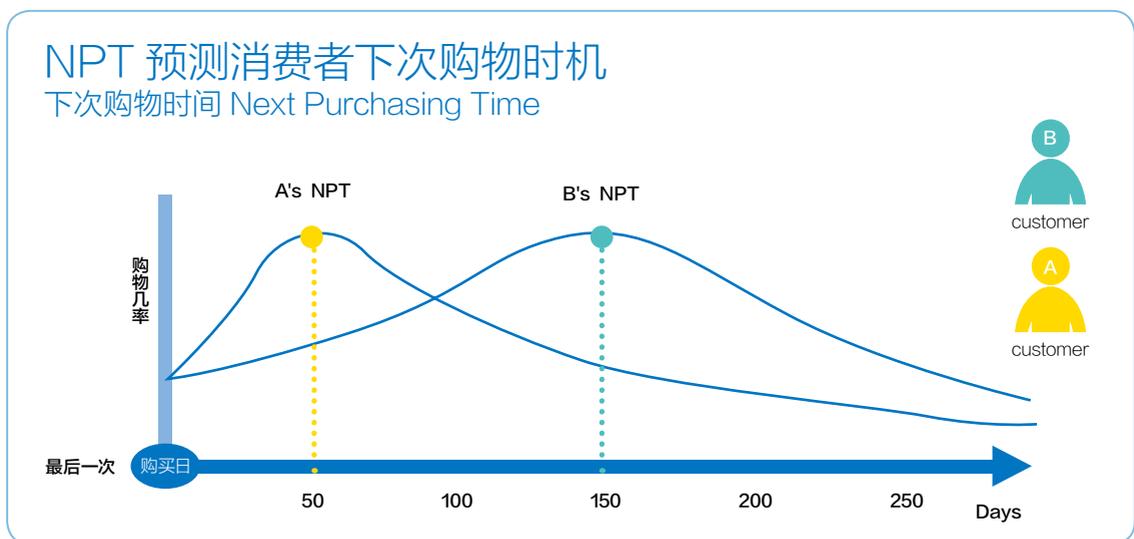
决策者在什么时候该做什么事，“时间 (time) 和时机 (timing)” 尤其重要。谁能先掌握先机，就能在这场未来商战中胜出。但常做“空中飞人”的营销决策者所拥有的决策时间往往都很零碎，因此，如何利用破碎的时间和有限的资源做出高品质的营销决策让计划成功显得尤为重要，而从中体现出来数据的整合及运用又是对决策能力的一大考验。

在大数据浪潮下，各产业正在经历一场大变革，未来的企业运作和决策，是通过关键数据

来进行。真正的数据竞争力是把商业战场拉到未来，就好比 MIGO 特有的「NPT (Next Purchase Time) 下次购买时间预测」演算模型，可以预测每一个消费者在未来 7 天或是 30 天后的购买动机的强弱。作为一个数据时代的营销决策者，不应仅仅满足于当日的销售数据，如果可以更积极地掌握未来消费者的移动轨迹，营销人就能够更有策略性地预先制定各种个性化的方案，以逸待劳地等着顾客重新上门。

举个例子来感受 NPT 预测模型的价值：零售业或百货超商的顾客，往往是“一次购”型的，商家处心积虑地想要拉拢、活化这群得来不易的顾客资产。于是某品牌在顾客消费后 30 天寄送回购优惠的短信，积极地激活这群仅仅消费一次的新顾客，竟然平均可以带回 2% 的顾客回流。而我们则建议导入了 NPT 演算模型，并得到了一个 84 天的预测值，也就是说品牌主应该在顾客第一次消费后的 84 天再进行短信的沟通。这个结果一出，很多部门的主管都半信半疑。

结果表明，采用“84 天后寄出短信”方案的成效，使顾客回流率从原本 30 天沟通的 2% 提升到 13.3%，这个结果让在座的所有主管既惊喜且喜，但说穿了，这不过就是掌握了顾客关键的沟通时机 (Timing)。



## N.E.S 3大阶段族群



### 时间 Time 就该花在有价值的事情上

作为一个商业旅行者，时间对我们来说永远是奢侈而不足的，前面的例子看见了从微观的“时机 (Timing)”所带来的精准预测价值，接下来我们来聊聊从宏观的角度，如何去分配有限的营销资源。

其实「NPT(Next Purchase Time)下次购买时间预测」的模型背后，有着另外一个神奇的分群标签，称之为「NES 动态标签」。它通过顾客资料信息以及交易信息两个基础资料来源，就可以将品牌底下的所有客户区分为：首次购买的新顾客 N (New Customer)；支撑主要营收来源的主力顾客 (E0)、瞌睡顾客 (S1)、半睡顾客 (S2)；以及沉睡顾客 S (Sleeping Customer) 等五种分群标签。

以往我们常常根据顾客的年龄、性别、消费贡献或是消费能力等自然属性进行划分，但是仔细深究，我们无法从这些自然属性的标签中看见顾客消费的行为轮廓以及消费动机的强弱。打个比方：我们花了 65% 的营销预算以及超过 50% 工作时间去服务一群所谓的“VIP 顾客”，因为他们年龄更符合我们对主力顾客的描述，过去累积贡献的金额也相对高，职业栏也传达了高消费的潜力，但是如果通过 NES 标签的分群，很有可

能会发现这群“VIP 顾客”有超过 50% 以上会被贴上沉睡顾客 (S3) 的标签。从标签的设计上来看，这群被我们捧在手中的“VIP 顾客”群里面，有超过一半的人再次回来消费的机率过低，基本上已经可以视为准流失顾客。换句话说，我们每一季花在这些 VIP 身上的时间和预算有一大半都是付诸流水且没有为品牌与公司带来任何价值与贡献！

所以，NES 标签的意义与价值在于让顾客当下的消费动机与价值透明化，让营销人员可以一目了然地知道顾客现状，然后合理地去分配有限的营销预算和工作时间。因为数据时代的营销人，应该有能力有经验去看来习以为常的事情不断地优化、然后追求更好的表现。



我们每一季花在这些 VIP 身上的时间和预算有一大半都是付诸流水且没有为品牌与公司带来任何价值与贡献！

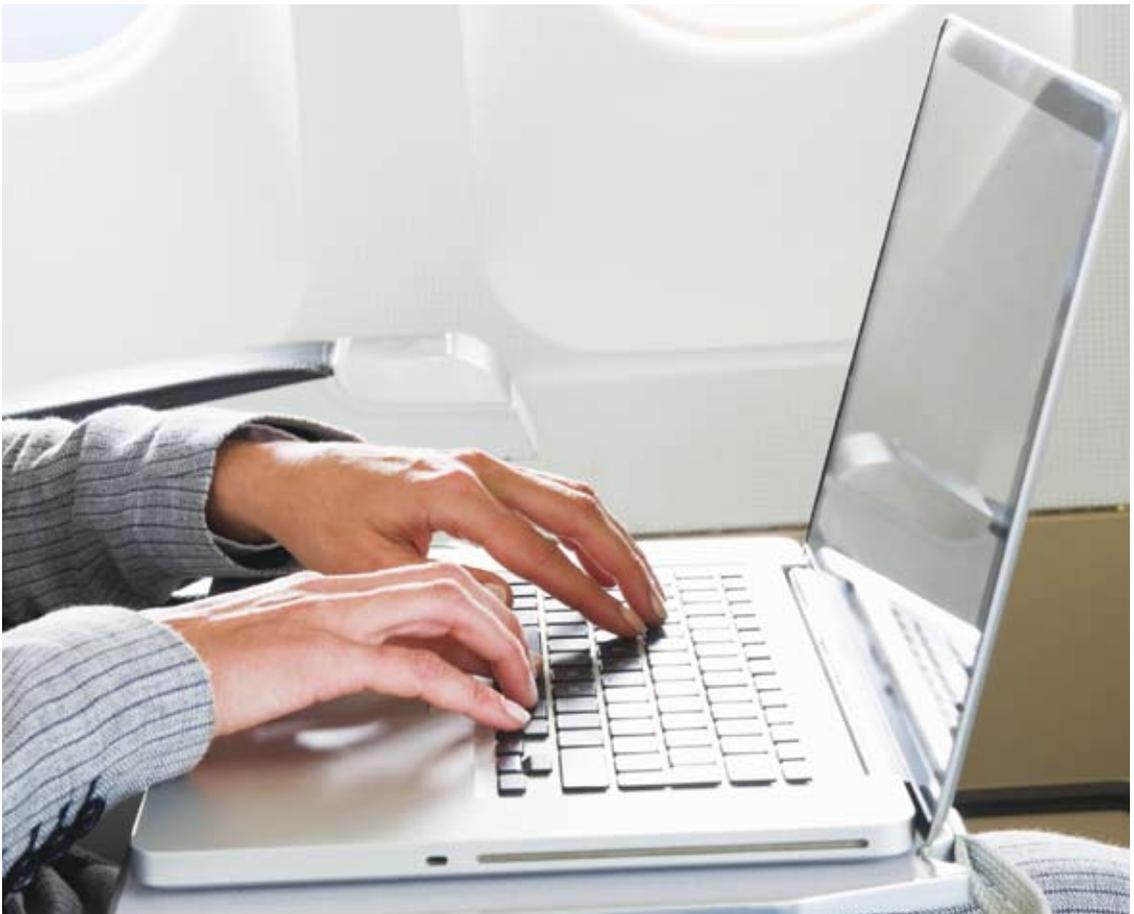
## MIGO 助力未来之仗

旅行就跟商业营销一样讲求时间和时机，“十公九母”的大闸蟹就得在哪段特定的时间抢鲜 (Timing)，去早了、来迟了，那鲜肥的风味肯定是大打折扣的。一趟百忙之中成行的大闸蟹之旅，短短一天半，哪些时间花在交通，哪些时间用在尝蟹，最后留下一些时间寻幽访胜，这就是时间 (Time) 分配。

无论是营销规划或是旅行规划，我们求的不过就是那份从容不迫的自在。成功的商业旅人必然是把行程和计划事前充分地准备与安排，所有事情的发展与演变都能自信掌握。大数据给了我

们强而有力的后盾，面对日益复杂的顾客生态也能轻松看穿他们的心思。

在下飞机前，你是否已做好决定？如果看完这篇文章你依然维持原本的自信，仿佛胜券在握，那你就是每分每秒都在收割成功的大数据时代决策者；倘若你现在感到焦急，脑中所想着的是希望飞机快点降落，好让你能赶快打开电脑检查邮件好下决策，那我们建议你不如赶紧联系下我们大数据顾问团队，MIGO 的大数据营销决策 ([www.migocorp.com](http://www.migocorp.com)) 从此将会让你的旅途高枕无忧！



# 年节季 光鲜出行

【Editor】耳东 袁梦 【Photo】汪昊

辛苦一年，给自己放个大假，这趟犒劳之旅当然要光鲜亮丽着出门才够尽兴。与他乡亲友的久别重逢，亦或是两个人的浪漫时光，一件式制胜珠宝，助你靓绝全场。

## 无敌“颜控”出行箱

犒劳自己的度假之旅，拼颜值、拼品质，当然要“武装”到行李箱才行。时尚镜面、独立拉杆，只是爱上它的第一眼理由；内里空间更有双层束衣网格，细心规整与呵护你所有精挑细选的战衣与宝贝，一举俘获男神女神的心。

### Diplomat 外交官时尚独立拉杆镜面拉杆箱

轻薄耐用 PC 材质，镜面更迷人；侧面支撑脚稳妥牢固，减少箱体接触地面面积，避免箱体表面摩擦，让极致光鲜表面更靓丽持久，高贵金、光鲜红、浪漫紫，全部带上全面焕新旅途。

白欧泊手镯  
TOSCOW 高级定制月光女神 >



## 女神级欧珀

欧泊，这种来自澳大利亚的绚丽宝石，在古代即被称为“丘比特之子”，是恋爱中美丽的天使。如今欧泊也是女神们征战红毯的热门之选。这款白欧泊手镯配合其变彩与奶白色质感的设计，让它散发出如月光般皎洁典雅的光芒；花朵般的造型又如璀璨星空，一同在你的腕间熠熠生辉，闪耀每一个重要场合。

## 轻奢新诠释

自然之光恒久开启生命的无尽轮回。这款戒指的灵感源于无限符号，由密镶钻石与金属底座勾勒而出 INFINITY 爱无限，寓意情侣之间无尽的爱意与永恒的情感。戴上它，就宛若层层柔美延伸的曲线，于指尖尽诉浓情蜜意。轻奢的设计，不会太过夸张，在旅途中佩戴亦是十分方便得体。

## 态度腕表

是腕表，也是珠宝，让日日陪伴身边的计时工具此刻华丽变身态度宣言。这款卡地亚大号珠宝腕表，有着手动商联机械机芯、18K 金、钻石、酒红色鳄鱼皮表带的尊贵组合，恪尽职守地提醒你时间，永不错过班次，只是它的基本功能；举手投足间成为全身搭配的点睛之笔是你选择它的不二理由。

珠宝腕表  
卡地亚 Tank Anglaise >



> 玫瑰金钻石戒指 戴比尔斯 INFINITY

# “小”身材大功效

【Editor】耳东 袁梦 【Photo】汪昊

细节决定成败，在旅行这件事上尤其如此。无论是攻略完备的行程，抑或说走就走的旅途，带上一两件立时提升幸福感的“神器”小物，真是分分钟惊喜。

## 一处设计点亮旅途

差旅时刻，重要的证件票据、贵重物品，总要一只随身手提包来收纳才够安心；出门总有意外事，如果天不好，一把随手可拿到的雨伞该有多贴心；又可能，美景让你突如其来地想喝一杯……，这个平时无痕的挂勾，就为你解决所有这些旅行中的小事，免除“左右开弓”的狼狈。

Diplomat 外交官  
时尚独立拉杆旅行箱

外交官 1515 系列新品旅行箱，采用铝制拉杆，承载力佳；万向飞机滚轮，8 支点静音，流畅更减震；贴心设计公文包挂带，牢固便利，挂公文包、挂伞、挂所有你想在旅途中随时拿到的小物。

Wireless 无线耳机 Beats by Dr. Dre Solo<sup>2</sup> >



### 随身现场感

转场等候、车船行进的漫漫时光，悠闲散步的放空时刻，对许多人来说，没有音乐相伴怎么行。这款今年新推出的无线版 Solo<sup>2</sup>，精心调校声音的清晰度、音域和平衡度，完整你的听觉体验。更妙在能在约 9 米范围内与蓝牙设备配对并播放音乐，可充电电池满足 12 小时持续播放需求。坚固耐用且易于折叠，方便携带。

### 30 秒大扫除

与大自然的亲密接触，尽情享受美食与狂欢，可能让你油汗分泌增多，角质增厚，毛孔问题也更突出。疯玩过后，普通的洁面产品已经不足够，你需要更强力的帮手。这款“黑武士”洁面仪，拥有注入活性碳的炭灰色刷毛，能在 30 秒内以逾 9600 次的声波微振，温和彻底清洁每一个毛孔；倾斜刷头设计针对 T 区，深入污垢和油脂集中的区域，让肌肤更洁净。

### 以爱催眠

黄柑橘和调制白豆蔻组成前调，带涩味；鸢尾花香和雪松木香组成中调，极致魅惑，令人销魂；香根草、麝香、安息香组成尾调，魔力十足，芳香持久。共同织成这魅惑的催眠芳香。犹如这反传统的女性形象，不再“芭比”，传递出充满野性的魅惑。爱恨交错、难以自拔的情愫，就在他乡释放。



声波洁面仪 倩碧男士



恶魔之吻 >  
EISENBERG  
女香

# 旅行也是回家

【Editor】陈烨

过去的梦想已实现，新的梦想开始萌芽，理所当然便有了新的旅程。只是这一次的状态，不再是沸腾，而是平静。思考世界、思考自己，脚步所及之处都是家。

## 在 APP 里寻找“家” >>>

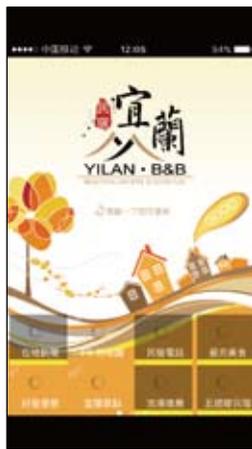
### Airbnb

它被时代周刊称为“住房中的EBay”，通过它可以找到单间的经济住宿，或租下整间公寓独享个人空间，或是带上朋友和家人包栋海岛度假屋，甚至还能享受住在树屋、灯塔、游艇、城堡、房车的特色体验。不论你要去纽约、旧金山、巴厘岛、香港，还是台北，Airbnb 都不会让你失望！Airbnb 用户遍布 190 个国家近 34000 个城市，发布的房屋租赁信息达到 5 万条，在你将去的目的地，找一个有特色的家吧！



### 宜兰民宿

想离开城市的喧嚣与工作的压力，去放慢脚步享受清新空气？那个美丽又浪漫的宜兰在等着你！找有特色又舒适的民宿，找真正宜兰地道的美食小吃，安排行程景点与交通路线……这个 APP 可以帮你一站搞定。它整合了最多宜兰旅游信息，且不定期推出 99 元民宿大放送活动，你可以手机直拨预约订房，无需再储存民宿的电话号码。若你有喜爱的或大力推荐的好民宿，也可以使用 APP 的优质民宿推荐功能，分享给别人。



### 一家民宿

在旅途的另一头，总有一位热情的房东欢迎你的到来。这是一款专注华人民宿的 app，今年 6 月才新鲜上线，作为高格调、超生态的新型旅行住宿体验，是现代人不错过的选择。它提供当地原生态的住宿环境，有热情的华人房东，真正做到放眼天下，想去就去。木屋、沙漠小舍、海边别墅……那都不算事儿。你可通过网络或手机应用发布、搜索房屋租赁信息并完成在线预定程序。



### agoda

对很多旅行达人，尤其是活跃于亚洲区的行者来说，Agoda 并不陌生。2008 年它荣获了 TravelMole 网络奖亚洲“最佳住宿”网站奖。说它是亚洲酒店预订之王，一点也不为过。它致力于向我们提供全球最低的酒店折扣价格，预订范围主要集中在韩国、日本、韩国、东南亚、以及澳大利亚。进入软件后即是系统推荐的附近酒店，酒店按距离远近排列，更方便用户做出选择。超低的酒店折扣价格是它的特色，每次预订，你可获得价值订单总额 4%-7% 的回馈积分，该积分可用于下一次预订“Agoda 特价酒店”时兑换使用，或者在累积到一定数额时兑换为免费客房。





## 在书中探寻归途



### 《只要不忘了回家的路》

小鹏 著

中信出版社 2015-10

这是背包客小鹏 12 年的漫漫长途，也是一个旅行者的情怀担当。人应该趁着年轻去流浪，只要不忘了回家的路。23 岁，毕业旅行选择阳朔，那是人生中第一次当背包客。27 岁，在工作和旅行之间艰难抉择。31 岁，花开结果，正式成为职业旅行家。35 岁，重走格瓦拉的《摩托日记》之路，思考世界，思考自己。在成为背包十年青年公园的掌柜之前，他把背包客三个字，做到了极致。旅行的终极状态，不再是沸腾，而是平静。不再是远行，而是回家。

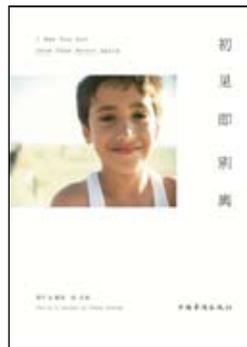


### 《初见即别离》

张亚东 著

中国华侨出版社 2012-6

我们错过和不能拥有的总是太多。从一段旅程走向另一段旅程，从别人的地方回到自己的地方，都快分不清哪个是真实，哪个是虚幻。那些看似不可能完成的工作、难熬时光、重大时刻，还有那些我认为绝不能失去的东西，不也都过去了吗？就像从没发生过一样。我们是天生的旅人，不能有片刻停留。就算我们相拥在一起，也依然能觉察到我们正在离散的速度。唯一能做的，就是接受这离散，爱上这旅途。



### 《我，睡了，81 个人的沙发》

连美恩 著

南方出版社 2011-10

作者借宿了无数人家里的沙发作为落脚点，在欧洲流浪了 14 个月。“从踏进某个人家的那一刻起，这个城市对我而言就不再只是一个观光景点，跟随一段又一段写满悲伤与快乐的故事，我逐渐触摸到这个城市的节奏与温度。对我来说，旅行最美丽也最有趣的，不是建筑也不是风景，而是一张张，写满过去和未来的脸孔。”



### 《生活，在风景与理想中：一地一客栈》

《旅游圣经》编辑部 著

北京美术摄影出版社 2015-10

对大理、双廊、沙溪、丽江、束河、泸沽湖、香格里拉、和顺、杭州、绍兴、西塘、苏州、周庄、同里、扬州、宏村、西递、鼓浪屿这 18 个地点，每一地点精选一家极有特色的客栈加以介绍。客栈或有私家花园或花园式庭院；掌柜经历丰富，有故事，有趣；或是在具有当地特色的老建筑基础上改造而成的；或依山傍水。在这本书里，你不会找到奢华酒店和星级宾馆。



## 爱宝乐 助你打造“深呼吸”之家

编辑:耳东 文:海宁

低温、寒冷、空调，冬天的雾霾，一直没有散，我们和空气污染的战争也远没有结束，温馨的家居中也可能隐藏阻碍我们顺畅呼吸的高危因子，比如装修中的甲醛。知己知彼方能百战不殆，如何打造一个健康的“世外桃源”？



## 居家“呼吸”污染

室内虽然封闭但并不是完全隔绝空气，室外污染空气仍会进入室内，再加上人体自身代谢、活动，建筑材料、家具散发出的污染物，其实室内空气污染程度其实远高于室外。

有权威数据显示，室内的污染状态是室外污染的5到10倍，甚至是上百倍。只要一个人呆在室内，空气中的细菌就会以每小时3700万的速度增加。人坐着时颗粒物数量每小时有2034万个，站着活动则有1.284亿。

**大气污染** 就算紧闭门窗，室外空气也有70%进入室内，所以室内空气直接受大环境的影响。大气虽然看不见、摸不着，但其中游荡着各式各样的微生物，还隐匿了成百上千种危害我们健康的微粒物质。

**人体自身代谢** 人在呼吸时排出的气体中就含有高浓度二氧化碳及其他一些有毒、有害气体。人肺可排出20余种有毒物质，其中10余种含有挥发性毒物。另外，咳嗽咳出的痰液中常带有病菌。

**建筑材料** 刚装修过的房子看似洁净，其实也是个隐匿的重度污染源。居家的天花板、墙壁贴面使用的塑料、隔热材料及塑料家具中会缓慢释放出甲醛；一些放射性建筑材料，如花岗岩、水泥及石膏之类会向空气中释放氡气和有害射线。

**中式烹饪** 你相信吗？传统的中式烹饪竟也是PM2.5大户，蒸、煮方式产生的PM2.5并不多，但油炸、炒菜时，PM2.5则迅速飙升8-20倍，达到严重污染甚至爆表的级别。烹饪时油温越高，产生的PM2.5就会越高，产生的致癌和致衰老的物质会更多。所以高层建筑的居民楼，如果是烟道共用的，在集中做饭的时间段，即使不做饭，也最好打开抽油烟机。

### 新装修的房子半年以后再住

冬季通风不良的状态下，新装修的房子最好晾半年再住。平时要多注意室内空气的净化，每天通风至少半个小时。可以找专业部门做一个房屋空气质量检测，结果合格才入住。需要添置家具，尽量选择实木材质的，少选密度板和纤维板制的家具，少用花岗岩类作装饰材料。

## 打造“深呼吸”之家

打造一个属于自己的“世外桃源”，让口鼻摆脱束缚，畅快地呼吸，给家人安全健康的生活环境，给新生的宝宝一个健康的好起点，这是每个主妇、每个妈妈的心愿……

**开窗通风是根本** 一个门窗紧闭的房间会变成一个充满湿气和有害气体的蒸笼。如果一个人待在房内24小时不换新鲜空气，室内二氧化碳含量就会增高，在空气中二氧化碳急剧增加而氧气大为减少的情况下，往往会出现头晕、乏力、胸闷、烦躁等现象。勤开门窗通风是最好的解决办法。但冬季雾霾天较多，如何开窗通风而不遭受二次污染呢？

选择9:00-11:00或14:00-16:00开窗

城市大气环境的污染高峰一般在日出前后和傍晚，两个相对清洁时段是上午10时和下午3时前后，在相对清洁的时候，酌情开窗就能够维持室内空气的新鲜。

开窗30分钟：如果房间较小、室外有风和房屋南北通透的情况下，开窗时间可以短一些；房间较大、且无对流通风结构、室外无风或室内外温差小的情况下开窗时间可以长一些。如80平方米的居室，开窗时间一般有30分钟就够了。门窗不要对开，避免对流风，风口不直接朝向人坐卧的地方。

安装过滤网 如果某段时间内空气污染严重，通风前最好在窗上蒙上过滤网，根据室外环境确定过滤网的孔隙大小，阻挡室外大部分污染物。

**定期清洁寝具** 我们肉眼看不见的尘螨也是家居环境的重要污染源。尘螨喜欢藏匿在床垫和各类床上用品中。一定要定期清洗床单、被套、枕头套等系列床上用品，最佳的清洗时间为一月一次。推荐使用防虫床垫和枕套。选用泡沫乳胶枕芯，而不是鹅绒或羽毛枕芯。

**温度湿度要适宜** 冬季室内温度不能过低或过高。过低让人感觉寒冷难受，过高容易增加耗能，也会造成室内污染物质如甲醛等的释放。冬季最适宜的温度为16-22度之间，建议保持在19度（即甲醛挥发点）下。冬季最适宜的室内湿度为30-60%。如果室内空气过于干燥的话，可以选用加湿



器，也可在室内放置几盆清水，或在室内养花种草，以增加室内空气的湿度。

**排毒调理靠饮食** 虽说网上疯传的“五花肉”“木耳”排毒被证实不靠谱，但确实吃某些食物能提高机体免疫力，从而对抗雾霾。

肝脏是人体唯一的解毒器官，空气污染的时候多吃些能够帮助肝脏解毒的食物如胡萝卜、大蒜、葡萄、无花果等，维持肝功能正常。

多吃鱼、肉、蛋、奶等蛋白质丰富的食物，增强机体免疫功能；

多吃富含维生素 C 的新鲜蔬菜水果，可中和体内毒素，提高抗病能力；

多喝水，让鼻黏膜保持呼吸湿润，能有效抵御病毒的入侵，还有利于体内毒素排泄，净化体内环境。

**绿色植物来帮忙** 能吸附污染物的绿植很受欢迎，

作用原理是重力使细颗粒物掉落在叶子上或者由于植物本身的呼吸而吸附。所以，选择叶子宽大且数量多，表面毛茸茸的绿植，对细颗粒物的吸附能力会更好。



**吊兰** 可以去除：甲醛 光照条件：中性植物 所需养护：保持盆土湿润

**常春藤** 可以去除：甲醛、尼古丁 光照条件：中性植物，适合种植在半荫处 所需养护：保持盆土湿润，有规律地施肥

**虎尾兰** 可以去除：甲苯、二甲苯、苯、三氯乙烯、甲醛 光照条件：中性植物，适合种植在半荫处 所需养护：保持盆土湿润，经常施肥

**白掌** 可以去除：氨气，丙酮，苯，三氯乙烯，甲醛 光照条件：喜阴植物，适合温暖阴湿的环境 所需养护：保持盆土湿润并有规律地施肥，叶子需要经常喷水。

**散尾葵** 可以去除：二甲苯、甲苯、甲醛 光照条件：喜阳植物，需充足阳光 所需养护：保持盆土湿润，经常施肥

## “森林系”家居新装备

官方发布的空气质量指数只能让我们看室外，那室内呢？了解我们身处的小环境，可不光是只有温度湿度两个指标哦。而空气净化器的确是健康居家的“抢手货”，但市场上的净化器品种多而质量良莠不齐，到底哪个真正有用？

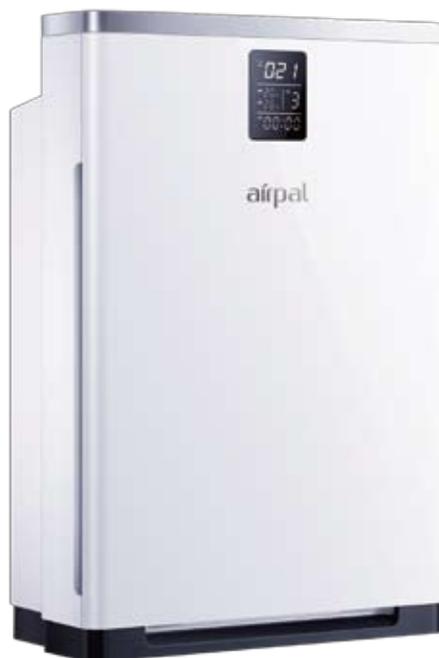
**真正有效的空气净化器** 如何衡量主要看两个方面。一看国家标准：2015年9月15日，GB/T 18801-2015《空气净化器》国家标准正式公布。明确规定一台真正有效的空气净化器应具备：

- 高 CADR，即一小时内输出的洁净空气量，其值越高，净化速度越快；
- 高 CCM，即累积净化量。空气净化器在使用过程中随着污染物的不断吸入会在滤网表面上堆积，日积月累净化效果就会下降——这个好理解，都堵住了。刚出台的新国标就规定，不仅风量要大，关键是持久力要强；
- 高能效，省不省电
- 低噪音，大风量的同时噪音不能高；

只有满足以上“三高一低”标准的才能称得上极品。

二看用料材质。去除颗粒物(PM2.5)的HEPA网要看等级，好的材质用到11级以上；再看滤网大小，越大则吸附的越多；另外一张是去除甲醛、苯系物的活性炭网，主要看重量，越重吸附的越多，再看填充率，密度越高拦截甲醛越多；最后看空隙，好的活性炭倒入水中泡沫越丰富说明吸附能力越强。

**一劳永逸 Airpal 爱宝乐** 在众多空气净化器品牌中，目前仅有 airpal 爱宝乐等为数不多的品牌已开始在执行新国标，从 airpal 爱宝乐的京东商城旗舰店首页上可以看出，其已完全进行了空气净化器新国标的切换，并称已上市的新品远超新国标中规定的CCM最高级P4、F4级，且在CADR达到550m<sup>3</sup>/h的高值下，噪音仍优于新国标的规定标准70分贝，达到58分贝，且净化能效等级达到高效级；在材质上，超7000m<sup>3</sup>滤网体积，采用11级HEPA滤网，对体积更小的PM0.3净化效率达到99.5%以上；活性炭网方面，更是超3700m<sup>3</sup>体积，1000克活性炭重量，填充率更是达到了85%。



爱宝乐家装新居系列 AP550B

### 新品推荐 爱宝乐 家装新居系列 经典版

8重超净化系统  
颗粒物 CADR 达 550m<sup>3</sup>/h  
甲醛 CADR 达 255m<sup>3</sup>/h  
颗粒物 CCM 超新国标最高 P4 级  
甲醛 CCM 超新国标最高级 F4 级  
四重技术应用，高效去除病菌异味  
PM2.5 指数显示有效看得见

# HORIZON

品牌故事 BRAND STORY

## SAND RIVER 羊绒布道者

SAND RIVER，中国品牌影响力日趋国际化的一个典型代表。这个身体里流动着德国的精细基因、风格里弥漫着巴黎的时尚气息、外表体现着东方设计元素的中国时尚羊绒品牌，到底有着怎样与众不同的发展道路？不同地域、不同职业的奢侈品消费者又为何会对SAND RIVER爱不释手、青眼有加？SAND RIVER到底有什么艳冠群芳的不传之秘——

## 缘起 | 从莱茵河畔到黄浦江边

2002年，在欧洲莱茵河畔生活了两年多的内蒙古人郭秀玲女士回到中国上海。站在滔滔不息的黄浦江岸边，望着同样川流不息但是风景迥异的河水，郭秀玲感到从未有过的兴奋，这次回国，她将开创一片新的天地。

作为一个大学毕业就在大型羊绒企业工作了十年的技术骨干，2000年郭秀玲飞往德国埃哈茨河畔的罗伊特林根市，成为全球领先的针织横机制造商——德国STOLL斯托尔公司的一名技术研究专家。

2002年回国后，郭秀玲选择在时尚前卫和工业发达的上海创业，成立了沙漏时装科技公司，建立了全资工厂，从事针织品生产、设计、研发及进出口贸易。她和德国合资的纺织新技术研发中心前后拥有200多项专利技术，从那时起就逐渐具备了塑造全球性品牌的技术实力。

2004年，她在上海创建了一个崭新的羊绒时尚品牌 Sand River。“中国制造在世界各地越来越被认同，特别是高端制造还拥有一定的美誉度，在这个基础上创造自主品牌是最好的时机。”

在郭秀玲看来，过去国内羊绒产品只注重保暖功能，不够重视设计，缺乏时尚度，以至于羊绒产业的资源型优势并没有完全发挥出来，她觉得十分可惜。“把这个产业的旧历史抹掉，提取它的精华，重新开始”，郭秀玲希望用自己创立的品牌重新定义现代时尚羊绒。

## 品牌 | 羊绒布道者的情怀

正如郭秀玲所写的文字：“我懂羊绒，如同懂得牧场阿妈的情怀。我融入上海，如同黄浦江的浪花，总能寻到入海的浪潮。我在德国工作，STOLL 先生温暖的笑容依然历历在目。为什么不把这些人生的阅历糅合在 SAND RIVER 品牌的梦想中让她腾飞呢？”

SAND RIVER“思安·德瑞”，这可是自己精

心孕育并将经营百年的孩子呀，郭秀玲对于这个品牌的塑造可谓呕心沥血、如履薄冰，每一步都倾注了全力。

带着牧民最淳朴善良的发心，以及草原回馈的精华，铸造属于内蒙古文化基因的国际品牌，“真诚地对待产品，真诚地回馈给予我们灵感与发想的广袤土地，以及平和善良的牧民”，这是 Sand River 的核心价值观。这种价值观，无关生意，无关利润，只关乎人生态度和终极信仰。

营销大师斯廷坎普教授感叹，“Sand River 给自己一个很好的定位——羊绒的布道者。这是一个美丽的、具有某种宗教意味和情节的定位，足够引起人们的遐想和共鸣。”

“把这个产业的旧历史抹掉，提取它的精华，重新开始”，郭秀玲希望用自己创立的品牌重新定义现代时尚羊绒。





## 原料 | 阿拉善的那些羊

SAND RIVER 所用的羊绒是生长在中国北部至蒙古国荒漠高原地带的特种山羊外表皮层、掩在山羊粗毛根部的一层薄薄的细绒。

产绒山羊主要生长在干燥、寒冷、昼夜温差大、日照时间长的特殊环境。由于地理环境因素，决定了绒山羊的数量少，因为价格昂贵。全世界山羊绒年产量为1万吨，一头山羊一年仅能产50-80克绒毛。

出生在内蒙古的郭秀玲深深知道，在内蒙古这个世界重要的羊绒原料基地上，哪里能找到最好的羊绒。唱响着沙海驼铃、辉映着胡杨落日的阿拉善，就是郭秀玲几经考察最终确定的黄金基地。

为了确保高品质的羊绒原料，2006年，Sand River 便与内蒙古阿拉善草原的牧民合作建立了自己的羊绒基地，每年提供大量资金给他们。在这个基地上有几千头山羊分别由多户牧民喂养。Sand River 为牧民们编制了细致的《牧场操作规范》，从饲料、牧羊、采集羊绒等各个环节规范他们的饲养，确保山羊们得到最好的照料，产出最优质的羊绒。

## 生产 | 精工细作的海派精神

有了最好的原料，能不能把它做成最好的产品，生产环节至关重要。

Sand River 总部位于上海的研发中心汇集了各种技术领域的人才及专家，以及十多年来积淀的一线高水准技术人才。这里研发了独特的手工手法，特殊的工艺，以及外界无法仿制的核心技术，给予品牌最大的技术价值。

手工打造的魅力，为产品注入了许多温暖的情怀。一件羊绒产品不仅工序繁多，甚至一道手工缝制的工序，高技能技师也需要5天时间！

针线考究，苛刻的针脚相对，零容忍，一次性到达完美——这些名词意味着除了精良的技师团

 为了掌握国际奢侈品消费的准确脉搏，SAND RIVER 还组建了以欧洲奢侈品协会为主要顾问的品牌策划团队。

队，还有珍贵的匠心精神。

SAND RIVER 工厂采用德国 Stoll 高精防机设备，把德国严谨的工业科技高效应用，从各方面保证了每一件羊绒产品都精工细做。

SAND RIVER 追求并研究这样的制作工艺，让羊绒的价值不止停留在产品本身，而是汇集中国制造业的智慧精髓，从业者的情感汇集，捡拾一切历史沉淀而下的工业精华，共同铸就属于中国的国际品牌。

## 设计 | 羊绒艺术化的创举

Sand River 在设计上更是倾注了最大的力量，在东京及上海建有设计研发团队，及时将世界流行元素与羊绒服饰有机结合，SAND RIVER 的首席设计师就是享誉全球的小筱顺子 JUNKO KOSHINO。

经过大师小筱顺子精心设计的 SAND RIVER 服装颠覆了羊绒制品原有厚重呆板的印象，将羊绒纤维的轻盈发挥到极致，成为全新的“一年四季可穿的羊绒”时尚制品。凭着独特设计、时尚个性及严格的质量控制，SAND RIVER 已成为业内突破性的高档时尚羊绒的象征。

SAND RIVER 的创始人郭秀玲一直倡导：“我们提供的不只是产品，而是个人形象及生活品位的提升。”郭秀玲认为，SAND RIVER 不仅要把传统文化植入时尚设计之中，而且把世界各地广受



关注的艺术形态全面整合，最终以全线的高端羊绒产品的形式输出，因为这不仅代表着文化的高度，同时代表着品牌生命力的精髓。

深思熟虑之后，SAND RIVER 时尚羊绒开始酝酿实施与世界各地的优秀艺术家跨界合作，把羊绒变成艺术品的品牌战略在 2012 年元旦正式启动了！郭秀玲将 SAND RIVER 的品牌定位于：“高科技含量的艺术化羊绒产品。走社会雅致文化生活、新颖时尚的羊绒服装服饰品牌及艺术品相结合之路。”

## 营销 | 国际化的“海外第一羊绒品牌”

为了掌握国际奢侈品消费的准确脉搏，SAND RIVER 还组建了以欧洲奢侈品协会为主要顾问的品牌策划团队，目前已经业绩斐然。

全球拥有直营店铺 12 家，在东京、台湾、德国均设立了销售中心及展示厅……。以全线的战略实施海外市场的拓展与高附加值产品输出，其艺术衍生产品深受世界金融时尚界的高度青睐，已成为走出国门的中国特色羊绒品牌。

其成功经验不仅被中国文化部收入到《艺术产业化》的年鉴汇报中，还成为美国北卡罗莱商学院、中欧等国际商学院关于中国高端品牌的成功案例并广为传播。在 2015 年 10 月的全球管理论坛上，世界顶级管理大师、“隐形冠军”之父赫尔曼·西蒙教授整场以 SAND RIVER 为例，盛赞 SAND RIVER 是中国为数不多的具有“隐形冠军”潜质的企业，并与 1000 多人分享了 SAND RIVER 的发展路径。

除了来自全世界的无数拥趸，一些欧洲名流及中国财经界的精英人士也都是 SAND RIVER 品牌的忠实用户。

可以说，SAND RIVER 就像中国艺术产业化一面迎风飘扬的旗帜，当仁不让成为中国企业走向国际化的“海外第一羊绒品牌”。

了解更多

[www.sandrivercashmere.com](http://www.sandrivercashmere.com)

## 一坛酿造了 273 年的好酒

编辑:小常文:洪云锋 杨国军

来到江南水乡绍兴,黄酒是无论如何也绕不开的话题。如同绍兴文化一样,绍兴酒源远流长,有着说不完的故事。

10月13日,为庆祝1915年在美国举办的巴拿马太平洋万国博览会获奖的中华品牌,300家百年老字号齐聚北京,出席第一次中华百年老字号品牌联盟大会。会上,中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合向会稽山绍兴酒、汾酒、茅台等百年功勋企业颁发了巴拿马1915博览会获奖100周年纪念证书和铜牌。



100年前，辉煌的绍兴黄酒就已经走向世界。如今的绍兴黄酒，又翻开了新的篇章。

如果说，绍兴黄酒是中国传统文化的一个杰出代表，那么会稽山就是绍兴黄酒文化的一个最好见证。从1743年开始，他一直在专注地做一件事，那就是酿好“一缸酒”；也是从1743年开始，他脚踏实地一步步书写出了绍兴黄酒的历史。

会稽山的上市，无疑给这家百年老字号注入了新的活力，一段流传了近300年的传奇故事，正在延续，而且会更加精彩。

## 有故事的绍兴黄酒

会稽山绍兴酒的那份独特味道，最早要追溯到清朝康乾盛世的1743年。

这一年，一位叫周佳木的酿酒师在绍兴东浦镇东周凌口创办了“云集酒坊”，寓意名师云集。周氏几代人苦心经营，把一个有着二千多年历史的黄酒产业做得极为精致。但云集酒真正出名，与云集酒坊第五代传人周清有密切关系。

1914年，周清做了一件让世人瞩目的大事，他将亲手酿制的四坛云集老酒、1份研究报告、30余件木制模型和8张绍兴酒酿制写真照片，送往美国巴拿马太平洋万国博览会参展。次年，云集老酒在巴拿马展会上显示了绍兴酒的魅力，为绍兴黄酒赢得了第一枚国际金牌奖章，与汾酒、茅台同台，展示了“中国制造”的魅力。至此绍兴黄酒开始扬名海内外。

云集绍兴老酒之所以口感独特，得益于它特殊的配方。它以优质上等精白糯米和小麦为主要原料，辅以独特甘甜的鉴湖水，入口醇厚绵长。

1928年，周清根据其酿酒经验撰写了近代黄酒史上第一本酿酒技术专著——《绍兴酒酿造法之研究》。该书出版后，日本人如获至宝，按照书中方法照样酿酒。虽然酒的风味和绍兴酒十分相似，但是绍兴黄酒越陈越香，日本酒却不到一年品质便发生了变化。听说这个消息后，周清一语道破其中奥秘：“绍酒名驰中外，各处难以仿造者，水

质之不同也。”

解放后，“云集酒坊”先后更名为“地方国营云集酒厂”、“绍兴东风酒厂”，2007年正式更名为“会稽山绍兴酒股份有限公司”，并启动了股份制改造。2009年4月，会稽山年产20万千升中高档黄酒项目一期工程破土动工，续写绍兴黄酒转型升级的历史。

然而，不管名字怎么变，会稽山品质却一如既往，一脉相承。正是这一点，让会稽山的辉煌一直延续着以往的辉煌。

从1915年会稽山在巴拿马夺得第一枚国际金奖，到1994年巴拿马金奖梅开二度；从取得中国黄酒第一证（ISO9001国际质量体系认证），到绿色食品、“纯粮精酿标志”认证；从获得国家“八大”、“十八大”名酒称号，到先后取得国家地理标志保护产品、中国驰名商标、中华老字号……这个近三个世纪的百年老字号终于成为中国黄酒业的翘楚。

## 名士宴席上的佳酿

绍兴黄酒最近一次名声大噪，还是在国家主席习近平对美国进行国事访问期间。

9月25日，美国总统奥巴马在白宫东厅为习近平举行国宴。在前一天白宫公布的国宴菜单上，赫然写着“Shaoxing Wine”，也就是绍兴黄酒。消息一出，各大论坛和朋友圈都热闹了起来，和绍兴黄酒有关的股票都逆市飘红，会稽山直接涨停。

事实上，绍兴黄酒在很早开始，就成为了名士



宴席上的佳酿。有人认为，100年前，有身份的人才喝绍兴黄酒。

从一些老北京人士撰写的回忆文章中可以看到，清末民初，北京喝烧酒者，普通百姓居多；而中上阶级，通常是喝黄酒的。两代帝师翁同龢，与京中士大夫宴饮时，常用“仁和酒”招待客人，“仁和酒”经考证正是绍兴黄酒。

在意大利作家马达罗所著的《1900年的北京》一书中，载有清末意大利驻华公使萨尔瓦葛记录的他第一次拜访总理衙门后，被邀请与恭亲王、庆亲王、李鸿章等人喝加热的黄酒的细节。“我们围坐在桌旁，火上温着几只陶制的茶壶。仆人试试壶里的液体已经热了，就倒入我们面前的茶杯里。我们端起杯子品尝，酒味很浓……”。

绍兴黄酒的品质非常好，但她的价值很多国内的消费者还没有意识到。可是“墙内开花墙外香”的事却是时有发生，同样的一瓶黄酒，飘洋过海，到了芬兰，价值甚至高过白兰地。

美国纽约科学院会员、化学学会会员沈青教授曾著文介绍了他在芬兰喝黄酒的难忘经历。沈青说，他在芬兰通过博士论文答辩后，为感谢导师和朋友，曾举行了一个 party。按 party 程序，客人刚刚到场时站立喝的是香槟酒，吃饭时喝的



“墙内开花墙外香”的事却是时有发生，同样的一瓶黄酒，飘洋过海，到了芬兰，价值甚至高过白兰地。

是葡萄酒，饭后应该喝人头马之类的法国白兰地酒。由于当地人无论男女都好这一口，为了省钱，他特地乘回国探亲时从国内带去了一瓶绍兴黄酒。

这瓶酒的颜色较深，所以，在向来宾们介绍时，沈青变通了一下，将绍兴酒翻译成中国产的白兰地。没想到的是，所有在场的芬兰朋友在喝了这瓶绍兴酒后，都一致认为这种酒的味道完全可以与法

国的白兰地相媲美。

今年，会稽山时隔100年之后再一次代表中国黄酒走出国门，成为2015米兰世博会中国馆指定黄酒。在风景旖旎的科莫湖畔，在世界著名的凡尔赛宫前，在罗浮宫的广场上，在诗情画意的塞纳河岸……，会稽山酒带着一份醉意，一路留下了神秘又雅致的情影……。

## 老酒书写的新传奇

在绍兴黄酒的历史上，会稽山的上市，无疑是一个大事件。从会稽山的角度讲，这也是近三百年来一段新传奇的开始。

2014年8月25日上午，会稽山绍兴酒股份有限公司在上海证券交易所成功挂牌上市，这是国内黄酒行业第三家上市企业，也是IPO重启以来绍兴市第一家上市交易的企业。

会稽山属于“逆势上市”。这一年，在内需偏弱的大环境下，中国酒业普遍遭遇了周期性瓶颈、渠道变革、互联网冲击、消费转型等一系列问题，行业继续处于深度调整之中。

正是基于这样的市场行情，“会稽山”将募集资金投资项目主要用于年产4万千升中高档优质绍兴黄酒项目。募集资金投资项目着重提高公司黄酒产品生产的技术含量和产品品质，扩大公司黄酒生产能力，以满足不断增长的消费需求，同时改善公司财务结构，提高抗风险能力，从而不断增强公司核心竞争力。

因为上市，会稽山这棵百年老树开出了一个又一个新枝。

就在上市的当年，在历经每年平均两位数的增长之后，会稽山纯正五年单品销售突破了250万箱，成为会稽山实施“标准化营销”的良好注脚。它也开启了会稽山历史上一个全新的发展起点，并演绎为具有行业标杆和示范意义的颠覆之作。

今年的3月22日，来自全国各地的77个名优酒类产品，在泸州展开激烈角逐。经过中国首席



## HORIZON 品牌故事 BRAND STORY

品酒专家、媒体代表、经销商代表、消费者代表组成的评审团 20 多轮筛选，会稽山纯正八年、会稽山帝聚堂六年陈在内的 42 个产品突出重围，获得年度新产品奖。

### 在资本市场会稽山也没有闲下来

在经历了 19 个交易日的焦灼等待后，会稽山于 6 月 15 日复牌上市，再一次亮相资本市场，开盘即封涨停板。这次重组，会稽山通过定向增发方式，募资 18 亿元，用于收购乌毡帽酒业和绍兴唐宋酒业两家公司 100% 股权，以及会稽山年产 10 万千升黄酒后熟包装物流自动化技术改造等项目。

在此次定增方案中，会稽山在国内同行业中

首家推出了包括公司董、监、高在内的 145 位核心骨干的员工持股计划，旨在增强企业凝聚力和员工的主人翁意识，充分调动核心员工的积极性、主动性和创造性，构建最佳企业文化，实现企业的跨越式发。而通过收购兼并，会稽山的企业资产结构进一步优化，财务结构更加稳健。

而今，中国黄酒业新的竞争格局已经显现。会稽山，在经历百年岁月沧桑之后，一条新的跨越之路已经开启。

在绍兴黄酒的历史上，会稽山的上市，无疑是一个大事件。从会稽山的角度讲，这也是近三百年来一段新传奇的开始。

# 轻装上阵 无惧前行

编辑:小常

近些年来，富裕起来的国人们越来越坐不住了。无论用谷歌还是百度，但凡是地图上能搜得到地方，总能看到国人们的身影。



年长者说，年轻的时候劳苦，现在是时候享享儿女的清福了。中年人说，身体和灵魂，必须有一个在路上。年轻人说，世界这么大，我想去看看。一千个人中有一万种出行的初衷。曾经，我对出门有着很功利的想法——出门不易，若不游遍目的地的景点，岂不亏哉！直到听过陈绮贞在《旅行的意义》里唱道：“你品尝了夜的巴黎，你踏过下雪的北京，却说不出离开的原因。”才发觉，这说的便是我了。后来一个跑了大半个地球的“野人”义正言辞的纠正我：“旅行≠旅游。从这个“游”字，便觉得浮躁，好像蜻蜓点水一般，不问来者，不问归处，只看一眼这花花绿绿的浮世便知足了。“行”就不同了，从眼到心，是一种由外向内的修行过程，身体和心灵必须同时在路上才叫“行”。在旅途中，有的人认识了世界，有的人认识了自己。

在我认识的人中，最能身体力行地去诠释这个“行”字的，大概算是老邵了。他是 IdeaShow 创意杂货的创始人，一个爱好旅行的温州老板。几年前认识他的时候，他已经在业界有些名气了。久未联系，前段时间却忽然听说，已介不惑之年的他只身一人来到深圳再次创业，成立了一家与旅行相关的设计公司——轻无。本以为人大抵遭遇了事业或者家庭的变故才以至此，然而答案却意外质朴，他给我讲了自己的故事。

大家猜测中的生意受挫，家庭狗血是没有的，但原来古人说的四十不惑是真的。他说，做生意这些年，什么人都见过，遭遇坑蒙拐骗损失点钱的事情常有，但终究是小事。最可怕的是在吃穿用度上遭遇“黑心”假货，防不胜防。更有甚者，对于做“黑心”商品赚钱，有的老板不以为耻反以为荣。这便是他“惑”的根源了。虽不希望大家用这样的方式赚钱，却也无力改变他人，能做的也就是带领员工在晨会上读读弟子规，希望正心，正行。后来，在他第一次出国旅行去一个东南亚国家时，他看到在自动扶梯上，大家很自觉地分成两队，右边都站着不动，左边是行人快速通过，没有堵塞。公



在我认识的人中，最能身体力行地去诠释这个“行”字的，大概算是老邵了。他是 IdeaShow 创意杂货的创始人，一个爱好旅行的温州老板。



火车站并没有像国内一样的铁马维持队形，行人却能自觉排成长长的S形长龙。两件很简单的小事对心灵的冲击确是很大的。虽然这个东南亚国家经济欠发达，城市间却像孔子所描述的那样路不拾遗，夜不闭户。原来世界可以如此不同！这么多年的惑突然就解开了。回来后老邵想，与其让大家每天干巴巴读着文言的弟子规，不如带大家出来看看外面的世界。于是他每年带自己的员工至少一次国内行一次国外行。每个人在途中或多或少都有思考，也会互相分享。后来他惊喜地发现，回来后同事们都变得更加积极阳光。

就这样，老邵开始了他的不惑之年。他创立一个旅行设计品牌公司，一方面是热情所在，听从内心的声音；另一方面也基于自身的行业积累。他给公司取名“轻无”，恐怕也只有他这样的行者，才能给公司这么诗意的一个名字了。他由衷的跟我说，能把自己热爱的和自己擅长的结合起来，去做一些对社会有意义的事，目前是他人生最大的幸福了。那么剩下的，也只不过是轻装上阵，无惧前行了。

当然，出行不能只靠一个好心态，好设备也是必须的。在旅行中，人们倾向于带上各种设备以备不时之需，却不知不觉变成了负担，影响了旅行时的好心情。所以老邵决心用他多年商场积累的经验，做出更好的旅行产品，帮助行者做到“轻装”。

我很喜欢他们轻无魔盒这款产品，没有任何花哨的设计，只有匠心的工艺，简约环保的包装，正如他们向全球旅行者一起分享“向内行走”的价值观。魔盒支持多口USB充电口，可以解决多种电子产品同时充电问题。接通电源连接网线后，无须设置就能将有线网络转换成无线网络，无需网络设置的程序，适合电子小白。选装的多国电源连接线，环游世界都不怕插头与插座不匹配的问题。

魔盒上市后很受大众的喜欢，也得到很多人的支持，现在他们又投入到新产品的研发——智能行李牌与行李箱。一个小小的行李牌，它连接手机APP，当使用者下了飞机后，就可以打开APP看到托运行李离自己有多远。或者反过来设置，当行李与自己超过一定距离时，手机就会发出报警。当客户量足够，行李牌还会升级具有社交和身份识别功能，做到真正的分享。至于行李箱，除了配合行李牌防丢的功能以外，还会添加称重、充电等实用功能，让旅行者轻装上阵。

人到了不惑之年，才感觉行程刚刚开始。这一切借用老邵一句话来说：游历了许多地方，不过为了回到心的原点。



没有任何花哨的设计，只有匠心的工艺，简约环保的包装，正如他们向全球旅行者一起分享“向内行走”的价值观。





放轻自己 让心归无



—— 全球旅行梦想实现家 ——

你游历了很多地方，不过只是为了回到心的原点

轻无品牌设计商业（深圳）有限公司 / 深圳市宝安区裕安一路尚都花园2E2105室  
Design Identification (Singapore) PTE LTD ☎ 65 6848 7250/53 Email : zhail@wuxianti.com  
☎ 65 6746 5769 🌐 WWW.DESIGND.ASIA 📍 Block 10 Ubi Crescent#05-21 Ubi TechparkLobby B Singapore 408564

# 超强收纳 便捷出行

外交官 TC-106 系列高端亮面拉杆箱，金麦黄优质 PC 材质光滑靓丽，牢固有韧性，是轻奢时代的新宠。随箱一体的 TSA 海关密码锁，符合国际标准，过关检查更加安全快捷放心。静音滚轮运行平稳，连续行走 16 公里不易磨损。全铝合金拉杆，双杆承重能力高达 80 公斤，更有超大内部存储空间，内装分隔置物层，交叉性固定带，让使用者省心、称心。



Diplomat 外交官  
TC-106 系列 >

15 DAYS BUY  ¥2,120

BUY  30 DAYS ¥3,985

# 用大数据 精准预测客户下一步

七天完成资料汇入 秒变数据营销专家

 Migo

Marketing with Intelligence

台北 新北市新店区231民权路95号14楼 / 886-2-2218-3785

北京 北京市朝阳区朝阳门外大街甲6号万通中心C座4层 / 86-10-5904-7711

上海 上海市长宁区中山西路1065号8幢1113室 / 86-21-5108-6122

深圳 广东省深圳市福田区深南大道4001号时代金融中心14楼 / 86-755-8435-6239

<http://www.migocorp.com>

WE Know What They Want



熙仕  
总是  
知道  
客户在  
想  
啥

Check Me!  
扫一扫来联系我们!



上海熙仕文化传播有限公司  
上海·虹桥  
宣传/纪实/广告/微电影