

旅游·展会

策划:王映法

邮箱:

wangyinghong33@163.com

热线电话:22897172

瑞士国家旅游局在上海举行冬季发布会

11月19日,瑞士国家旅游局在上海举行“我们需要完美冬季,我们需要瑞士”冬季发布会,瑞士国家旅游局中国区主任常典娜女士回顾了今年以来瑞士的入境旅游情况。目前预计,与2019年相比,航班预订量增加22%,与年初相比增长显著。市场已经逐步进入复苏阶段,根据牛津经济研究院目前预估,到2023年底大中华区市场的回归将到达43%。预估这个冬季,瑞士入境游客停留夜次将比去年增长13%。瑞士已做好一切准

备,等待中国游客的到来。

与此同时,“如此瑞士”快闪周于11月18-27日在上海“今潮8弄”亮相,互动展台宣传瑞士冬季旅游。据悉,从2022年11月19日开始瑞士国家旅游局分别在上海、北京、广州等全国多地开启12场冰雪路演:包括不仅限于冬季主题发布会、滑雪俱乐部聚会、旅业晚宴和滑雪体验活动等,推广“我们需要完美冬季,我们需要瑞士”冬季版主题。

王映法



萌聚未来,智启新篇:LINE FRIENDS 召开 2022 中国授权商大会

日前,国际创意工作室 LINE-FRIENDS 召开 2022 中国授权商大会,与行业同仁、合作伙伴齐聚太仓,就 LINEFRIENDS 全年在中国市场的整体表现、经营战略及未来发展规划展开交流及探讨。2022 年作为品牌本土化战略推进承上启下

的关键之年,LINEFRIENDS 凭借跨界联名多元化、人群触点细分化、内容资产数字化等创新经营模式,再度斩获稳居行业前列的授权品牌续约率及增长率,并以 IP 行业创领者之姿荣膺“2022 授权金星奖”卓越商业价值 IP 奖。

未来,LINEFRIENDS 的商业体系将不仅限于 IP 周边销售与传统授权模式,随着品牌数字化转型之路的稳步推进,品牌将逐步构建引领 Web 3.0 时代的全球化数字创意内容资产平台。对此,LINEFRIENDS 大中华区总经理李逸楠先生表示:

“2023 年,立于 LINEFRIENDS 在华转型深化的又一关键节点,LINE-FRIENDS 将围绕‘体验’及‘多元化’进一步推进数字化转型,以新 IP、新事业、新平台为发展目标,持续扩大 LINE FRIENDS 在中国的商业版图及影响力。”

王映法

上海第四家山姆会员店进驻中海环宇城 MAX

作为上海的“西北门户”,上海中海环宇城 MAX 所在的曹杨路与铜川路交汇,是真如副中心规划“一核两心”的核心所在。近期,上海中海环宇城 MAX 迎来首个租户——山姆会员店进场装修。据了解,山姆

会员真如店将规划为上海首个结合 TOD 及城市公园综合开发的山姆会员店,约 5.7 万平方米的体量全部建设于地下空间,与地上部分的绿廊公园中央区段构建起“公园+商业+微绿地”多层次体系。

上海中海环宇城 MAX 涵盖了购物中心、写字楼、剧院、长租公寓等复合业态,让项目拥有了更多可以跳脱常规商业打法的操作空间和创新可能,打造集“吃、住、行、游、购、娱”等多元业态为一体的城市生

活圈。通过定制店、主题店、概念店等品牌门店的打造,让这里成为上海新中心品牌首发地,以此形成项目独有的“新锐力 MAX”。未来,包括剧场、书店、脱口秀、展览等一系列内容文化型消费产品矩阵都将汇聚于此,助力项目打造独有的“消费向心力”。

180°全江景餐厅“浦江名荟”华丽启幕

浦江荟餐饮集团旗下的“浦江名荟”于11月19日盛大启幕,给时髦繁华的黄浦江畔又添新激情。浦江荟餐饮集团董事长周家豪先生在开业致辞中表达了对各位贵宾到来的感激之情,感谢“创意江南菜”掌门人兼合伙人的名厨俞斌加入,让餐厅菜品拥有独到的味蕾记忆。同时也祝愿与顺记餐饮创始人王兴顺先生“合作互赢,携手共进”。

上海浦江荟餐饮集团有限公司成立于2009年,是由周家豪先生创立的一家有着深厚餐饮文化底蕴的集团公司。集团总部坐落于著名金融商业圈陆家嘴,全国地标建筑——上海中心。周家豪先生从厨师到董事长,10余年间,他带领公司致力于上海等内地一线城市餐饮市场的开拓,始终秉承“做受顾客尊重的餐饮品牌”的理念,创办20余家各具特色的餐厅。

浦江名荟由曾被推选为中国浙菜研究会副会长的俞斌大厨坐镇,他在高端餐饮行业深耕多年,对食材的品质和烹饪方式有着自己独到的见解,旨于建立专属于餐厅的美味哲学。餐厅主要经营精致潮粤菜,



重视通过食物养生,不但注重食材的新鲜度还很讲究时令,坚持选用优质食材,返璞归真,回归其原味和深度。

“浦江名荟”餐厅宴会厅空间洁净、宁谧。开阔的就餐面积,可同时容纳30桌宴会接待,并设21间独立江景包房,共计480个餐位,每个包间设有独立的休憩区,设计简单雅致。四楼的露台包间,全玻璃房格局,通透的360度落地大玻璃,可根据宾客的需求提供专业的场地布置和定制私人专属菜单服务,任何形式的聚会、宴请。餐厅顶层拥有魔都炙手可热的360度全景大露台,自带的露天小花园,更是草坪婚礼的首选地之一。

上海宝冶建筑获 ISO“三合一”管理体系认证

近日,上海宝冶建筑装饰有限公司获得了由北京中建协认证中心颁发的质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系认证证书,这标志着宝冶建筑装饰2022年度“三合一”管理体系认证工作圆满完成。

前期,上海宝冶建筑装饰有限公司精心筹备认证工作,积极完善体系建设、加强宣贯和监督实施的同时,经由中建协认证

中心审核组专家的全面审查,顺利通过认证。此次“三合一”管理体系顺利取证,是对宝冶装饰公司管理体系的极大肯定,提升了公司流程标准化、制度规范化、管理精细化。下一步,上海宝冶建筑装饰有限公司将在确保管理体系有效运行的基础上,通过不断提高企业管理水平,全面推进公司高质量发展迈上新台阶。



■LVMH-丝芙兰中国市场部副总裁程佩珩女士阐释 2022 中国高端美妆消费趋势



■丝芙兰助力高端国潮美妆品牌发展

丝芙兰权威发布六大高端美妆消费趋势

近日,全球高端美妆零售商丝芙兰 Sephora 再度与中国权威财经媒体第一财经携手,揭晓今年国内高端美妆行业六大消费趋势,深入剖析当下高端美妆业态新风向。作为备受消费者喜爱的美力社区,丝芙兰基于对中国消费者的洞察,已连续三年发布中国高端美妆消费趋势,旨在精准解析消费者的喜好和需求,从而更好地为美妆爱好者提供高品质的产品、服务及体验。

LVMH-丝芙兰大中华区总经理陈冰女士表示:“中国消费者对高端美妆的诉求一直在不断变化,我们很高兴能与第一财经再次携手,归纳并与行业各界分享当下最新的消费趋势,以此促进品牌发展。未来,丝芙兰将继续以消费者为核心,基于其更新迭代的美力诉求,不断甄选满足消费者需求的前沿好物,加速完善全渠道布局,更好地为消费者打造属于他们的美力奇境。”

LVMH-丝芙兰中国市场部副总裁程佩珩女士表示:“作为中国全渠道高端美妆零售平台,丝芙兰每天不间断地服务超百万消费者,对行业发展趋势有着深刻洞察。未来,我们将继续与行业分享这份洞见,搭建起品牌与消费者沟通的桥梁,推动中国高端美妆行业的发展。”

趋势一:线上满足刚需 VS.线下满足感官

只有亲临现场才能体验的“五感六觉”仍无法被线上购物完全取代;而物流的弹性、准确性和速度成为“最后100米”制胜关键。

趋势二:追求科学、准确、可靠,理性护肤进化论

中国消费者购物越趋理性,不仅注重产品成分,还会寻找实证,作出更理性的护肤选择。

趋势三:东西融合,创造我的东方美学

当今消费者更有自主概念,擅长在搭配过程中,创造独树一帜的东方美学。

趋势四:护发如护肤,一切从“头”开始

伴随着消费升级以及美妆品类日益细分化,传统的基础洗护产品已经无法满足消费者需求,他们希望通过一整套精细化产品,实现像护肤一样护发。

趋势五:香氛,我的全天候情绪疗愈师

由于近年宅家时间的增长,加之生活及工作压力,越来越多人开始使用香氛来帮助调整心情。香氛类产品更是打破了香水以“人”为载体的界限,为不同的场景衍生出不同形式的细分品类。

趋势六:提升“身,心,灵”,实现可持续之美

受环境影响,消费者愈发希望从身心到消费实现全方位的可持续发展。