

打造新京味旅游名片

颐和安缦

# 清雅恬静中触摸京味文化

提到大名鼎鼎的安缦，浮现在人脑海中的便是奢华、细致等形容词。作为讲究选址、氛围、情调、服务的顶尖酒店集团，安缦落户北京颐和园后汇聚了全球安缦痴的目光。在颐和安缦，宾客享受的不仅是园林艺术、细致周到的贴心服务，还有别具一格的京味文化。



## 精心呵护历史原貌

颐和安缦与颐和园仅数步之遥，位置得天独厚。颐和安缦洋溢着浓郁的中国传统氛围。其中有些客房和庭院的历史超过百年，曾经用做人们觐见慈禧时的等候处。颐和安缦相关负责人告诉记者，酒店在提供现代化设施的同时，保留了这里的历史风貌。

颐和安缦有如皇家园林，又好似王公大臣的府邸，也吻合了安缦一贯推崇的住家风格。据了解，最初安缦居集团创办人 Adrian Zecha 在普吉岛买了地，设立第一个据点 Amanpuri，原本只打算当成私人别墅来使用，后来发现朋友们都喜欢，于是第一家安缦就应运而生。记者看到，颐和安缦的酒店大堂宛如幽静的寺庙，客房内的明式家具透露着大气与品位。加上历史的烙印，成就了颐和安缦的北京性格。

## 5对1的服务设计

记者在酒店大堂看到

5位来自台湾的游客并不是像在普通酒店一样 check in，而是由酒店服务人员为其代办，游客则在清雅的大堂里享受酒店提供的果汁与湿毛巾服务，就如回到家一样。

酒店负责人告诉记者，颐和安缦的客人和员工比例维持在1对5，确保客人及时受到照顾。颐和安缦有自己的导游，可以为宾客安排北京旅游行程。

据了解，颐和安缦共有51个房间和套房，最小的房型为客房和四合院客房，最大的房型为套房。套房也分三个等级，其中最大的一套为皇家套房，占据了整个独立的四合院，正房为主卧室和浴室，设有独立式铜铁裹身的浴缸，宛若一件上佳的工艺品。房内还设有私人的水疗空间，让客人能随时进行各种水疗服务和按摩，甚至还为水疗师设计了边门，就为了确保不打扰客人的隐私。左右侧的厢房则为私人宴会厅和办公室，客人要在里面开一个

小型派对也不困难。

## 营造低调的品质氛围

在颐和安缦酒店内，记者感受到的就是宁静与低调。酒店负责人告诉记者，安缦酒店在全球都在营造一种低调的品质。就连对外宣传，也并不张扬。酒店方面会通过直邮和网站来宣传安缦酒店。此外，酒店方面会定期发送酒店简报给呢称“Amanjunkies”的忠实顾客、行业伙伴和媒体。安缦酒店与全球范围内的主流精品媒体保持着长期的良好关系，在纸质以及网络媒体中都获得大量报道。而来自顾客的良好口碑是最令人信服的宣传。

颐和安缦低调的甚至连如水疗、餐厅一样的场所都没有sign。不过这丝毫不对宾客带来不便，原因就是这里如管家一般的专人服务，而且没有现代元素的各种sign之后，颐和安缦更为回归隐秘。

商报记者 师兴 颐和安缦/供图



## 细节拾趣

**明式家具:**酒店家具多为明式风格，简洁大方。是中华传统文化的最高体现。

**客房布置:**安缦十分注重细节，装洗浴用品的葫芦瓶子，不但环保，而且有吉祥寓意。

**创新菜肴:**Naoki餐厅的菜品为一系列日法结合的美食。

**健身设施:**这里有设备齐全的Pilates健身房，据说设施还是全国最新最齐全的。

· 商旅短波 ·

## 旅行社恢复赴日旅游

中国康辉与中国国旅、中青旅三家旅行社联手，于5月18日出发的日本震后的首个旅行团于21日抵京，为期4天的行程圆满结束。该团仅到访北海道一地，中国康辉、国旅、中青旅三家旅行社继日本3月11日大地震时隔两月之后的首个赴日旅游团，也是北海道地区灾后迎接的首批中国公民旅游团，被看做是日本灾后旅游市场重启项目的重要一环，在当地受到了政府官员、旅游界人士及民间热烈的欢迎。

在全国访日市场尚处休眠期的4月，国旅总社积极与日本各方洽谈合作，快速开发出多条远离灾区的新线路，率先推出“安心之旅”系列。此外，北海道品味初夏5日游、炫彩关西5日周游、爱自由——日本自由行系列等多条质优价廉的产品，部分线路价格降幅高达50%，等待着广大游客的咨询报名。 商报记者 师兴

## 天伦王朝推出端午节浓情粽

又值端午佳节来临之际，天伦王朝酒店为宾客精心准备各色美味粽子，在曼妙的花园广场享用丰盛的海鲜自助晚餐，即可品尝到酒店名厨亲手制作的节日美食。淡淡清香的粽叶，晶莹饱满的糯米，加之蜜枣或红豆的完美搭配，定会令宾客的味蕾得到满足。别忘了邀上三五亲朋，品尝节日美味。 商报记者 师兴

## “泉旁论道”圆桌会议举行 专家为温泉企业发展新模式支招

5月20日，由昌平区人民政府、昌平区旅游局主办的“泉旁论道”圆桌会议在九华山庄举行。商务部、昌平区旅游局领导、昌平当地央企代表以及会展策划代表、昌平温泉企业代表等纷纷从目前温泉企业面临的现状及问题进行了深入的探讨和交流。

圆桌会议开始时，昌平区旅游局局长袁丽民向与会者介绍了昌平区旅游业的现状和在“十一五”期间的发展概况。袁丽民就昌平区旅游产业的基本经济情况以一系列翔实的数据做了形象的说明。但同时也列举了目前制约昌平旅游业在发展中面临的一些问题和矛盾。这也引起了在座各温泉企业的纷纷共鸣。

商务部流通产业促进中心副主任徐敏指出，昌平现有的旅游模式在如何持续下去的问题上已经面临了窘境。这种粗放的经营模式将会制约未来温泉企业的发展，低幅价值的运作模式已经对温泉产业的继续发展产生威胁。

袁丽民表示，昌平未来将引进外资温泉企业进驻，借鉴国外高端理念和经营模式，全力打造高端温泉会展经济。同时，在“十二五”期间，昌平旅游局将举办更多的企业交流活动以增强企业之间沟通，推动昌平当地旅游产业结构的优化调整，真正做强昌平旅游产业，促进昌平的旅游经济快速发展。 商报记者 师兴

## “荷兰风情图片展”落幕

由荷兰国家旅游会议促进局、荷兰皇家航空公司共同举办的“欧洲画境·魅力荷兰——荷兰风情图片展”在北京来福士中心展出一个月后，于5月8日完美谢幕。展出期间，浏览人数累计超过90万人次，“五一”小长假期间日参观浏览人数更是达到了4万人次。浓郁的荷兰风情和独特韵味流淌在来福士的每一个角落，感染着每一位前来参观的人，也让在这个春天没有机会到访荷兰的人们在北京感受到了它的春色浪漫。

此次展出的150余幅荷兰风情图片是荷兰国家旅游局从千余幅图片中精心挑选出来的，从各个层面展示了这个低地之国无处不在、与众不同的独特韵味。从风景到人文、从艺术到自然、从购物到美食，让参观者对荷兰的国家形象、风土人情、历史文化和旅游资源有了一个全新的了解和认识。 商报记者 师兴



# 黑暗餐厅：颠覆五官传统享受

全球第一家黑暗餐厅于1999年在瑞士苏黎世开业。此后的几年时间内，欧洲开设了十多家黑暗餐厅，几乎遍布欧洲的每一个时尚之都——巴黎、柏林、伦敦、苏黎世……在风靡欧洲的同时，黑暗餐厅的风潮刮到了美国、加拿大、澳大利亚、俄罗斯等地。

在伸手不见五指的黑暗中享受美食的乐趣，这样的想法简直太大了！但这也正是黑暗餐厅近几年来风靡欧美的简单秘诀



所在。黑暗餐厅屏蔽了美食者的视觉，鼓励人们尝试仅仅依靠触觉、嗅觉、味觉和听觉来体验独特的进食过程。这对绝大多数人而言，都是从未有过的体验，因此在国外，许多人都乐于一试。

木马童话黑暗餐厅的名字取自西方的著名传说

《特洛伊木马》，来此的食客仿佛化身成为骁勇的古希腊勇士，置身于幽暗而巨大的木马腹中，开始一场神秘、奇妙的美食之旅。

一进入餐厅，迎面而来的是一幅色彩浓烈的巨幅壁画，这是老板的朋友为餐厅特别创作的。看着画中那些熟悉或者不熟悉

的童话故事，想着即将步入的未知世界，任是谁，内心都会激荡起好奇和期待的波澜。这时，彬彬有礼的服务员会奉上餐牌，一组组丰盛的西餐时尚套餐诱惑着味蕾。为了保证“黑暗”的氛围不被打扰，在选定心仪的套餐之后，食客须将身上所有的发光物体（手机、照相机等）存入衣柜。接下来，请深吸一口气，暂时告别这个世界，跟随有“特异功能”的服务生，开始奇异的黑暗之旅吧！

所有的色彩重叠到一起，形成了黑色。世间所有的喜怒哀乐融合到一起，形成了黑暗餐厅。

商报记者 程铭劼