送美　送帅　送温暖
波司登2017冬羽绒新款全面上市

记者近日从我国专注羽绒四十余年的波司登集团有限公司获悉，今年冬季，波司登推出全新羽绒系列，以"时尚潮流"的理念颠覆传统，用匠心的设计释放无限魅力，让年轻时尚的你体验全新潮流生活。时尚百变的造型，尽显年轻态及时尚范。

今冬，波司登推出时尚潮流系列、运动系列、休闲系列、运动系列等多系列时尚新品。"迪士尼系列"每一款的设计都融合着童年的趣味，时尚圈的宠物贴标与印花组成CP，给你一份青春趣味满分的视觉盛宴；"极寒系列"羽绒服采用防风防水面料，填充料采用90%品质优质鹅绒，蓬松度高于国际标准，充绒量大幅提升，可抵御超过零下30度的极端严寒气候。

玩转潮流，让经典升温。波司登2017冬羽绒服全面上市，变织出万千形态的廓型感，新人时髦款体的字母印花搭配立显逼帅气质的直筒型，劲酷有型的黑本色；保暖潮人表白的经典单品，波浪与风衣镶具，配以宽满翻怀的喇叭袖，成熟优雅，女人味十足；印字贴标成为潮流新元素，大胆卫衣和潮裤，点缀撞色潮款图案，打破无聊单调感，感受特别的炫酷玩味；自然洒脱的H型短款外套，在纯净色调中融入现代元素，点亮服装，表达自我，让你变身街头时髦STAR。潮色采用更劲爽头的调，融入个性休闲的字母潮带与功能性防水拉链，营造出街头的冬日格调。

如今经典与潮流不再是对立，波司登秉持以温暖为源，以潮流的维新一季的经典，让记忆中的经典时刻翻出焕新Style，为中国亿万家庭送美、送帅、送温暖。（柯子　晨晓）

紫墨玉文化研究开发团队落户苏州

国内目前研究开发稀缺玉石资源——紫墨玉产业的专业团队，苏州赞钰堂文化传媒有限公司最近落户苏州。该公司以弘扬中华玉石传统文化为己任，以紫墨玉产业为核心，通过商学院和新媒体传播紫成文化、养生、休闲共享团体，用创新思维和方法打造玉石投资收藏的共享生态链。业内人士称，紫墨玉是玉石行业中的稀缺玉种，由于紫墨玉独特的保健和收藏功能它已开始逐步被大家看好，所以选约进军苏州玉石行业的赞钰堂公司，将极有可能成为苏州玉石行业一支新的重要的生力军。

紫墨玉，又名墨青石，为花岗岩中萤色英质角岩石类。其莫氏硬度均在5.0以上，加工难度较大。主要化学成份为硅酸盐，无放射性，对人体无害，耐酸碱，耐腐蚀，抗风化，永不磨损。紫墨玉其矿物集合体是世界上珍贵的玉石品种，属于玉石类的新品种之一，其单矿物晶体则更是世界上罕见的宝石品种了。

紫墨玉是一种珍贵而稀有的自然资源，仅产于我国少数的山区，其色重而紫，纹理细致，漆黑如墨，光洁可鉴，极负盛名，素为治砚、刀工之上佳珍料，古人将其与钻石、宝石、彩石并称为"四美石"。

紫墨玉是地球上含负（氢）离子较高的矿石，负氧离子被誉为"空气维生素"，含硅结构，产生负离子电场，它能够通过人的神经系统及血液循环对人的机体生理活动产生影响。且紫墨玉中所含的多种人体必需的微量元素如锌、铁、钙、锰、铜、钠等，是人体中酶、激素、维生素等活性物质的核心成份，对人体的正常代谢和健康起着重要作用。它可以促进人体酸碱平衡，并具有抗氧化、清除自由基、镇静、安神，促进睡眠，缓和或抑制各细胞生长，促进排毒等功能。经现代科技检测发现紫墨玉分子还能改变水分子结构，使处理水变碱性，能自动调节饮水中的酸碱度达到人体需要的PH值，能净化血液降血脂，调理人体各大生理系统正常化，有效地清理人体垃圾，软化血管，促进血液循环加速流通，清除人体血液中的毒素与杂质。

用紫墨玉制作而成的饰品，在自身的静电磁场作用下，通过人体皮下细胞和经络穴位进行按摩而渗透人体，从而提高人体免疫功能，使微循环系统各机能平衡，以达到疏通经络、气血润畅、脏腑安和之功效；对脑血栓后遗症、脑出血后遗症、神经性耳鸣、神经性头痛、头晕、失眠等症状有辅助治疗作用，长期佩带可以起到延年益寿之功效。经常佩戴紫墨玉饰品，可以促使血液循环，帮助人体排毒，使皮肤光润细腻，变白且富有弹性，对皱纹、祛斑、黑眼圈有非常明显的治疗作用，长期佩戴可以预防脑部疾病，使人精力充沛，身体各部分更加协调。

紫墨玉的外观纯漆黑如墨者，色重而紫，纹理细致，光洁典雅，是宝玉石中的一个名贵品种，有着与众不同的魅力的观赏价值。随着经济的发展，人们生活水平的提高，精神层面的追求日益成熟。如今参与到玉器收藏的人越来越多，玉石收藏是最佳的文化、价值传承。一方面是因为天然玉料日益稀少，更加珍贵；另一原因则是玉器藏品本身价值并不亚于黄金首饰，能够抵抗通货膨胀，投资风险小。

一位收藏界的行家称，紫墨玉品种新颖，是新发现的玉种，因此具有极强的投资价值。基于尚浅的资历（新发现玉石），市场方兴未艾，价格也还处于价值洼地，可谓是投资进入的最佳时机。由于紫墨玉资源稀缺不可再生，随着人们接受度的增大必然而来的市场扩容及资源的消耗，紫墨玉的价值势必再度攀走，升值空间不可估量。

赞钰堂紫墨玉产品系列甄选一级紫墨玉宝石原料，由国内一流的加工雕刻工艺匠心制作，加上公司多层次的营销运营，已然形成市场规模和产业化。互联网时代，首要观念的是投资理念，与时俱进，从选择投资第一的玉器到相关玉石产业，玉石运营公司将能可以作为投资标的去选择。据了解，进入苏州以后赞钰堂公司的业务量开始逐月上升。紫墨玉特有的文化魅力与保健行业以及矿源的稀缺，已成为人们关注的投资收藏新热点。（王彦华　晨晓）

江苏出台传统村落保护办法　擅自拆除传统建筑将被追责

今年12月1日起，《江苏省传统村落保护办法》全面实施，对传统村落的认定、管理、保护和利用将有法规性明确。

传统村落一般都是人们旅游的首选目的地。据了解，该办法所称传统村落，是指村庄主体形成的时间较早，乡土文化特征明显，拥有丰富的传统资源或者传统乡村布局的形态、肌理，具有一定的历史、文化、科学、艺术、社会、经济价值，经省人民政府认定予以保护的自然村庄。

符合下列条件之一的村落可以认定为传统村落：选址、布局保留着传统格局和历史风貌，与自然有机融合，环境自然、尺度宜人，体现人和自然共生的营造智慧；历史建筑、传统建筑保存良好，体现一定历史时期或者特定地域的营造传统和建筑风格，能够承载乡愁记忆和归属感；具有被改变用的祠堂、牌坊、古桥、戏台、古井、老树等历史遗存保存较好，具有传统特色和区域代表性，能够体现农耕文明时期的地域特点和生产生活方式的种植、养殖、捕捞、手工制作技艺和加工制造工艺等；具有较为鲜明的地域乡土文化特征的民俗活动、传统技艺等非物质文化遗产仍保有活态。

根据保护办法，古村落必须保持和延续其传统格局和历史风貌，维护其肌理形态、街巷走势等空间尺度，不得改变与其相互依存的山、水、田、林、路等自然景观环境的空间关系和形态。传统村落内需要保护的不可移动文物、传统建筑，应当区分不同情况，采取相应措施，实行分类保护，并保持原有的高度、体量、外形及色彩等。

"任何单位或者个人不得损坏或者擅自迁移、拆除传统村落内的传统建筑。"上述办法规定，损坏或者擅自迁移、拆除传统村落内的传统建筑的，由县（市、区）人民政府住房城乡建设主管部门责令停止违法行为，限期恢复原状或者采取其他补救措施，对单位可以处以5000元以上3万元以下的罚款，对个人可以处500元以下的罚款；对传统村落价值造成损失的，依法承担赔偿责任。地方各级人民政府及其有关主管部门的工作人员在传统村落保护工作中，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，导致传统村落遭到严重破坏的，依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。（陈鸣鑫　陈东兵）

"泡温泉"成居民冬季休闲度假重要选择

随着气温的持续走低，全国各地的温泉度假区人气迅速上升，国内温泉度假消费正式进入上升周期，"泡温泉"已然成为人们冬季休闲度假的一个重要选择。同程旅游日前发布的《国内居民温泉度假消费研究报告2017》显示，每年的11月份是国内温泉度假消费旺季的开始，周末的周边休闲度假是温泉度假产品最主要的消费场景。客源分布方面，广东、江苏等是温泉度假产品的主要客源地，北京、广州、上海等则是温泉度假消费需求最旺盛的城市。具体的消费人群分析方面，温泉度假产品的消费人群中女性占比过半，年龄层分布方面，80后和70后是最大的两个消费群体，而48至57岁的中年人则是对温泉度假产品偏好度最高的人群。

我国矿泉资源丰富，几乎各个省份均有温泉分布，这是温泉度假消费日益普及的重要基础。同程旅游《报告》提供的温泉度假消费客源地数据显示，广东、江苏、上海、四川、北京、山东、湖北、浙江、福建、辽宁十个省市的温泉消费需求最为旺盛，其中广东、江苏等省份不仅拥有丰富的温泉资源，而且温泉养生文化的社会认知度较高。

热点消费城市方面，北京、广州、上海、苏州、深圳、佛山、成都、武汉、南京、重庆是温泉度假消费需求最旺盛的十个城市，这些城市既有浓厚的温泉养生和休闲度假消费氛围，同时，周边也都有丰富的温泉资源。针对这一客源分布规律，同程旅游近期推出的冬季温泉养生专题特别围绕热点地区和城市汇聚了当地品质较高的温泉度假区。例如，针对上海、苏州、南京等热点城市，推出了南京汤山温泉度假区（包括汤山颐尚温泉、汤山一号温泉、紫清湖温泉等）、苏州乐园四季悦温泉、苏州清王谷温泉；针对广州、佛山等华南热点城市推出了碧水湾温泉度假村、佛山三水芦苞温泉度假村等。

数据显示，全国主要城市居民泡一次温泉的人均花费水平约为210元，最高达到了320元。同程旅游近期推出的品质温泉专题包含了不同价位的温泉度假产品，可满足不同消费水平消费者泡温泉的需求。同时，在产品类别方面，除单门票外，还推出了各类套餐产品供消费者选择。（陈鸣鑫　吴秀娟）

首家无人旅行社门市体验店上海亮相

随着AI人工智能技术的日新月异，无人加油站、无人超市屡屡登场，吸引了众多目光。人们不禁想，有没有无人旅行社呢？真有。11月8日，上海市北高新园区首家无人旅行社门市体验店开门迎客。中国旅游报为此作了详细报道，说它标志着我国旅行社业开启了智能化的"新零售"时代之门。

报道说，随着亮色的玻璃门徐徐打开，客人踏入门内首先会受到守候在一旁的小机器人欢迎，并指引客人到不同的iPad前点击下单或咨询。客人还可以到自助照相室拍签证照，若是渴了，可以通过投币机买个冰镇饮料，累了可以拉个椅子休息一下……此外，只要点一下iPad，屏幕上立即会跳出联机值守的旅行社人员，微笑着为客人提供即时服务。

这个"无人旅行社"，官方名称是"司马易智能旅行体验店"，店内可以一站式实现信息咨询、预订报名、旅游服务、自助服务、门票销售等功能。

上海银座旅游公司党委书记参观了司马易无人旅行社体验店后，颇为感叹地说："银座旅游这两年开设了80家旅游门店，旅游营销收入有了明显增长，并且计划在明后两年发展到200家。但传统旅行社门店人员素质参差不齐，消费者信息收集不完整，人工成本较高，互联网化和大数据化水平也较低。因此，我们集团公司选出紧紧抓住线下流量，全面导入线上资源，从而实现降本增效。"

报道说，该无人旅行社体验店是由上海金桥辑企业机构研发的，是金桥辑2017年首创的基于旅游大数据和人工智能技术的新产品，代表着中国旅行服务业新零售的发展趋势，并具有四大创新特色，即数字经济创新特色、共享经济创新特色、场景经济创新特色、服务经济创新特色。智能旅行体验店突破颠覆了传统门店营销模式，通过方案指导、技术输出、服务支持，提供全新的旅行服务门店运营模式，将旅游门店从传统的交易场所升级为"出行服务＋线下体验"相结合的自助服务区。

记者看了这一报道，心里一亮，原来的旅游行业这么快就跟上了大数据智能化时代。不久，它肯定在全国推广开来。看来苏州出现第一家无人旅行社门店也不会太久，我们期待着。（陈鸣鑫　陈东兵）