



1 匈牙利
2 波兰首都华沙街头
3 斯洛文尼亚滑雪场

如果第一次去东欧,推荐你走这样的行程

如果你是第一次去东欧,我们建议你不妨先走如下五站:波兰—捷克—斯洛伐克—斯洛文尼亚—匈牙利,因为这五个国家地理上相互接近,串游起来十分方便,即使旅游的时间不多,也可以蜻蜓点水地游玩。

波兰:第一站首推波兰,是因为从那古旧直耸的古城、厚重古老的大学、风化的城堡中就可以寻找到独特的东欧风情。去波兰的第一站必然是首都华沙,在废墟上建立起来的华沙老城区是古老的哥特式建筑,也是华沙最古老的地方。如果还想感受更浓烈的中世纪风情,则要到波兰前首都克拉科夫去,这是在二战中难得未经战火的中世纪古城,市区中至今完整保留着大量的古建筑群,广场上的市集中有波兰琥珀、娃娃等民俗手工艺品。

捷克:捷克首都布拉格在东欧国家的城市中可是大名鼎鼎的,当然非去不可了。分布在七座山丘上的布拉格有伏尔塔瓦河蜿蜒流经,红色屋顶的建筑林立,风景绝美。布拉格还有“世界建筑艺术博物馆”之称,有各类古建筑 1700 多处,始建于九世纪的布拉格城堡,是捷克最吸引人的游览胜地之一。而布拉格的老城广场也是十一、十二世纪中欧贸易最重要的市集,如今仍然商贸繁荣。

斯洛伐克:和许多东欧国家相比,那些时间有限的旅游者往往会忽

略这个国家。其实,斯洛伐克有许多世界自然遗产级的自然风景,是在其他国家看不到的。比如北面的塔特拉山区拥有着终年积雪的高山和清澈的湖泊,是滑雪、徒步旅行的绝佳目的地;中部则是典型的欧洲喀斯特地形,全世界只有三个的霰石岩洞,其中的一个就在奥赫丁斯卡岩洞中。

斯洛文尼亚:和斯洛伐克一样,斯洛文尼亚也是一个拥有丰富自然资源的国家,而斯洛文尼亚的特别之处,在于它充分利用了本国特有的自然景观,修建了许多浴场、滑雪场、海滨度假旅馆和旅游农场等设施,形成了海滨、温泉、钓鱼、打猎和登山等一系列以休养生息为特色的旅游线路,来度假可是相当不错的哦!

匈牙利:最后一站,自然要轻松一点,听听《蓝色的多瑙河》何妨啊?干脆就去多瑙河边的匈牙利吧,这也是目前市场上相对成熟的目的地啦!阿尔卑斯山脉和喀尔巴阡山犹如天然屏障,将匈牙利好好地保护了起来,多瑙河流经匈牙利全境,也冲击出了一片片美丽的平原盆地,令匈牙利拥有独特的田园风光。到匈牙利,许多人会到特色的田园小镇去,像位于阿尔卑斯山脚的修普伦就是一个非常热门的旅游地点,这里以高品质的红葡萄酒、博物馆和完整的中世纪巴洛克风格的教堂和豪华宅院闻名。

游东欧,你需要注意这些

酒店 东欧酒店的硬件条件比中国差,普遍比中国最少低一个星级。酒店一般不备牙刷、牙膏、拖鞋,一般也不提供饮用水,部分酒店还有收费电视服务。

电压 东欧地区的电压为 220 伏—230 伏,电源插头一般为两脚圆孔式,是需要使用电器,最好自备转换插头。

通讯 中国手机在东欧境内均可以漫游,不过手机的通讯费用十分昂贵,也可以在酒店内使用电话,但费用也不菲。最经济的方法是自行购买当地电话磁卡,在公用电话亭使用。

安全 在东欧境内旅行,护照要随身携带,因为最近加入申根协定,警察会不定期抽查。

蒙牛冰淇淋新品全面上市

新年伊始,早春的寒意显然已经无法抵挡冰淇淋市场上弥漫的硝烟味道。近日,蒙牛冰淇淋吹响了进军 2008 年的“集结号”,主题为“随变欧罗旋,快乐传中国”。

“随变”唱响“开场白”

“身边的人走得太快,都害怕跟不上时代。”这是著名实力偶像歌手——吴克群的代表作品《开场白》中的一句经典唱词,事实上这句歌词恰好也反应了中国冰淇淋市场的现状——在激烈的市场竞争中,产品必须用不断的创新来保持自身的活力。正如蒙牛冰淇淋事业部总经理张荣在接受采访时所说的那样,“2008 年蒙牛冰淇淋的定位是健康、时尚、快乐”。

此次蒙牛在冰淇淋新品代言人的选择上也颇费心思,特意选择了年轻时尚、充满活力的创作型歌手吴克群,他的健康形象和创作活力以及充满时尚气息的作品,与提倡创新、追求时尚的“随变欧罗旋”新品相配,可谓相得益彰。

此次蒙牛冰淇淋新品的宣传口号也体现着时尚的精神。“随变”的内涵并不是“随随便便”,而是要表现出一种强调快乐、个性与自由的年轻心态。新年伊始,召开这场引领市场潮流的发布会就已别具匠心,而“一切随我而变”——蒙牛的这句 2008“开场白”唱得也足够响亮!

冰淇淋也走“T 台秀”

蒙牛此次主打的“随变”系列新品,也紧紧把握“快乐”这条永恒不变的时尚准则,在采用牛奶和巧克力这两大基本原料外,还特别加入了土耳其榛子酱和比利时太妃酱,在口味上实现了时尚的“混搭”。

同时,在冰淇淋的造型上更是独具匠心地运用螺旋花纹里心,从视觉感受上也突出该系列“旋出美味”的主题。而“冰+”是专为水冰爱好者而设计,旗下的“篮球冰”则是蒙牛与 NBA 合作推出的全球首款 NBA 主题冰淇淋产品,内部特别附赠 NBA 球员玩偶,是广大青少年学生运动和休闲时的首选。

魅力十足的“蒂兰圣雪”将继续引领高端市场,另外两款随变新品“雪三角”和“搅拌杯”则更注重那些追求时尚与口感并重的消费者需求,而重磅推出的“蒙牛大果粒酸奶杯”主要针对追求健康和品味的年轻女性。另据蒙牛冰淇淋总经理张荣透露,蒙牛冰淇淋与迪士尼的合作谈判也正在进行中,预计将于今年三月推出双方合作的首款儿童品牌“趣仔”冰淇淋,为喜爱米老鼠与唐老鸭的孩子们带去更多欢乐。

更为重要的是,蒙牛宣布今后类似的新闻发布会会像每年一度的国际时装周一



样定期举行,用以向消费者展示新品,引领冰淇淋市场潮流趋势,打造属于中国的冰淇淋文化。

将“快乐”进行到底

有一句经典的话叫做:“一个喜欢吃冰淇淋的人,必然拥有一颗年轻的心。”当然,“年轻”并不局限于年龄,其最大真谛就在于“快乐”。这种快乐理念事实上从“随变”系列新品的展示中就已展露无遗。

除此之外,蒙牛在此次发布会上还宣布,在全球瞩目的中国奥运年,蒙牛冰淇淋将在

全国范围开展“奔向北京,随变炫舞大赛”大型主题活动,用冰淇淋和舞蹈炫出中国人的时尚指数与快乐感受。除了健康、时尚之外,蒙牛冰淇淋又打出了快乐牌。

“音乐冰行家”吴克群还为此次炫舞大赛专门填词作曲了一首新歌《动》,这首动感十足的歌曲也将收录在吴克群 3 月发布的新专辑《为你写诗》中。

蒙牛冰淇淋总经理张荣表示,2008 年,蒙牛冰淇淋将在贯穿一整年的品牌营销与体验营销中与所有消费者一起将“快乐”进行到底!