



金镶玉挂件:千年翠钻出品的金镶玉翡翠挂件,原料来自顶级翡翠矿区,在盈绿水润之间,尽展东方女性独特魅力,是不少年轻妈妈的最爱。

五一小长假刚过,11日的“母亲节”又成为珠宝消费的热点,在这个专属母亲的节日里,蕴含美好祝愿的高档翡翠饰品,成为今年“母亲节”极受欢迎的礼物。最近几天,以“国际精湛工艺”蜚声中外的知名珠宝品牌千年翠钻,各门店翡翠销量连涨数倍。前来购买千年翠钻翡翠饰品的,多是买来表孝心送母亲的,也有不少年轻男士帮自己的孩子挑翡翠,说是送给孩子妈妈,其实也是对“另一半”表达爱意。

表孝心,送翡翠扮靓老妈

据了解,今年“母亲节”翡翠的流行,与翡翠饰品款式不断创新息息相关,在千年翠钻各门店,翡翠饰品从五一起就开始热卖。“这枚翡翠戒指料子好,色泽正,造型还很时尚,要让老妈和我一起靓起来。”在千年翠钻太平南路店,一枚价值5万余元的珍品翡翠戒指,仅在柜台上展示了一天,就被慕名而来的连女士购走。

“孩子他爸”用翡翠表爱意

这几天,除了给母亲送礼,一些年轻爸爸也带着孩子在千年翠钻门店选购翡翠,荣先生和他3岁的儿子在千年翠钻国贸店选中了一款盈绿水润的金镶玉挂件,“给妈妈的。”3岁的“小荣先生”稚气未脱的童音让荣先生笑得合不拢嘴,“算是儿子送她的礼物,也是对她照顾我们两个男人的报答吧”。

销售人员介绍说,千年翠钻展示的翡翠饰品,均由千年翠钻香港设计中心与深圳珠宝制造中心倾力打造,造型新

颖,设计也颇具巧思:K金、钻石和翡翠的搭配,不仅具备中国传统文化审美意境,也紧随国际流行的时尚趣味,在这个“母亲节”里,成为时尚与温情兼具的选择。

含祝福更保值,翡翠礼受关注

据相关报道,约80%以上中老年人在接受晚辈礼物时,更希望得到能够长久保值的礼品。在千年翠钻万达店,正在选购翡翠挂件的张先生表示:“老妈是个好面子的人,送她翡翠,既能拿得出手,又保值增值,还蕴含美好祝愿,这款‘富贵花开长生果’不仅翠料好,名字也吉利,希望给她带来幸福。”

据悉,因近年翡翠热升温,选材顶级翡翠矿区——缅甸曼德勒的千年翠钻高档翡翠饰品,不仅原料珍稀、盈绿喜人,更因千年翠钻工艺大师的精湛技艺,赋予了其美好的祝愿与运道。与黄金、钻石饰品相比,送一块有祝福意义且保值的高档翡翠,在浓浓的亲情之外,还有着更多投资的理性因素,是“母亲节”珠宝消费的“新宠”。

富贵花开长生果挂件:灵秀的金饰构造颇具巧思,翠色鲜阳的翡翠粒寓意“富贵花开长生果”。清新的自然气息中,蕴含着深深的祝福。



翡翠戒指:在千年翠钻太平南路店,一枚价值5万余元的珍品翡翠戒指,仅在柜台上展示了一天,就被慕名而来的连女士购走。

母亲节,儿女送翡翠为感恩 千年翠钻翡翠受宠母亲节

迪奥 曾得到毕加索的帮助



迪奥从画画起步

1927年,22岁的迪奥和朋友在一条破烂的小巷中开设了一个小画廊,出售先锋派作品。他们得到了一些知名或以后出名的画家的支持,这当中就有大名鼎鼎的毕加索。

1934年迪奥在友人的指点下开始涉足学习服装素描与色彩搭配,并将其作品以每张20法郎的价位在巴黎后街和东站叫卖。经过多年的努力,迪奥在棉花大王马塞尔·布萨克的资助下开办了自己的设计室。

提起 Christian Dior,在脑海中浮现其著名的黑白千鸟格图案的同时,也会想起出现在每一本服装相关书籍里,那张早已成为经典的黑白照片,一名站在塞那河畔人行步道边缘的女子……1947年,克里斯汀·迪奥以他的名字命名了品牌 Christian Dior(简称 CD),CD便在时装与时尚界始终处于金字塔的顶端,是华丽与高雅的代名词。当走进迪奥的故事,竟发现了件有趣的事情——毕加索曾在迪奥最困难的时候帮助过他。

1947年2月12日对迪奥及整个欧洲时装界来说是个辉煌的日子,迪奥开办了他的第一个高级时装展,时装系列名为“新风貌”,当身着圆桌摆大长裙的模特出现在人们面前时,人们几乎不敢相信自己的眼睛,纤细的腰肢、高耸的胸脯及斜斜遮住半只眼睛的帽子,这一切完全打破了二战后女装保守呆板的线条,轰动了西方时装界,迪奥在时装界声名鹊起。不久,迪奥凭借“新风貌”成功地将事业发展到美国,并在纽约第七街扎下根。接下来他的设计一发不可收拾:不对称裙子、垂直型服装、O型、A型、Y型、H型、郁金香型、箭型……这一系列独具匠心的设计,让他使终走在时尚的最前列。

迪奥在短短几年里在世界各国建立起庞大的时装商业帝国。

51年风华仍然继续

1957年,迪奥在意大利因心脏病突发离世。此后,迪奥仍是华丽优雅的代名词。第二代设计师圣洛朗在1959年将迪奥推向了莫斯科,并推出迪奥的新系列——苗条系列。第三代继承人马克·博昂,首创迪奥小姐系列,延续了迪奥品牌的精神风格,并将其发扬光大。1989年迪奥品牌由意大利设计师费雷主持设计,他的到来为迪奥传统的较夸张、浪漫的风格融入了新的严谨与典雅。1997年,年轻的英国籍设计师加里阿诺诺被推上了迪奥的前台至今。50多年过去了,迪奥这个牌子仍是人们信赖、追求的,无论是服装、皮具还是化妆品、香水……由克里斯汀·迪奥建立的庞大时装王国依然站在世界时装领域的潮头,引领着时尚。 快报记者 史丽君

南京商厦母亲节万款名品 倾情回报女性会员

刚刚过去的5·1节三天小长假,南京商厦以销售破千万元的骄人业绩再度证明了南京商厦作为第三圈领跑者不可动摇的地位。据介绍,五一期间会员消费占到了商厦销售的半壁江山,ONLY、VEROMODA、玫姿、蕾朵、周大福、康莉等时尚品牌成为了会员购物的首选。据悉,光是选择五一节在南京商厦入驻的就有阿玛施、斯尔丽·COLLECTION、杰克琼斯、伊伴、索菲

娅、奥卡索等数十个新锐品牌。让会员不用跑远,就能一站式购买到中意的商品。在母亲节到来之际,南京商厦精心组织了一批女性商品会员价酬宾。美伊娜多独家销售的半壁江山,ONLY、VEROMODA、玫姿、蕾朵、周大福、康莉等时尚品牌成为了会员购物的首选。据悉,光是选择五一节在南京商厦入驻的就有阿玛施、斯尔丽·COLLECTION、杰克琼斯、伊伴、索菲

娅、奥卡索等数十个新锐品牌。让会员不用跑远,就能一站式购买到中意的商品。在母亲节到来之际,南京商厦精心组织了一批女性商品会员价酬宾。美伊娜多独家销售的半壁江山,ONLY、VEROMODA、玫姿、蕾朵、周大福、康莉等时尚品牌成为了会员购物的首选。据悉,光是选择五一节在南京商厦入驻的就有阿玛施、斯尔丽·COLLECTION、杰克琼斯、伊伴、索菲

Advertisement for GUCCI and EMPORIO ARMANI GIVENCHY stores. Includes promotional text, dates (May 9th and 8th), and contact information for the Oriental Department Store.