



姹紫嫣红 人间四月天

草长莺飞,春日的阳光赋予了蛰伏了整个冬天的万物新的色彩。连我们的配饰也跟着闪亮起来。

虽没有光芒四射的钻石那么耀眼,但丝毫不影响彩色宝石传奇般的魅惑。彩色宝石种类繁多,像彩虹一样,按颜色区分就有红、蓝、祖母绿、海蓝、猫眼、变

色宝石、黄晶、欧泊、碧玺、尖晶、石榴石、锆石、橄榄绿、翡翠绿、石英猫眼、绿松石、青金石等。

据说宝石的颜色是人眼能见到的最鲜艳的。丰富的色彩搭配起服饰,比颜色单一的钻石更能充分满足千变万化的时尚趋势。除了可人的颜色,彩色宝石极强的个性化,如各种种类、颜色、大小、价位等适应几乎所有的人群。当然,彩色宝石如此受宠更少不了它多样化的寓意。

红宝石 “爱情之石”浓艳炽烈

在圣经中红宝石是所有宝石中最珍贵的。红宝石炙热的红色使人们总把它和热情、爱情联系在一起,被誉为“爱情之石”,象征着热情似火,爱情的美好、永恒和坚贞。红宝石的红色之中,最具价值的是颜色最浓,被称为“鸽血红”的宝石。这种几乎可称为深红色的鲜艳、强烈色彩,更把红宝石的真面目表露得一览无余。由于红宝石弥漫着一股强烈的生气和浓艳的色彩,以前的人们认为它是不死鸟的化身,对其产生了热烈的幻想。传说左手戴一枚红宝石戒指或左胸戴一枚红宝石胸针就有化敌为友的魔力。

慈禧太后的殉葬品中有红宝石朝珠一对,红宝石佛27尊,红宝石杏60枚,红宝石枣40枚,其他各种形状的红、蓝宝石首饰与小雕件3790件,其中68ct的大粒蓝宝石18粒,17ct左右的蓝宝石更是为数众多。



蓝宝石 “命运之石”忠贞慈爱

蓝宝石以其晶莹剔透的美丽颜色,被古代人们赋予神秘的超自然的色彩,被视为吉祥之物。早在古埃及、古希腊和古罗马,被用来装饰清真寺、教堂和寺院,并作为宗教仪式的贡品。它也曾与钻石、珍珠一起成为英帝国国王、俄国沙皇皇冠上和礼服上不可缺少的饰物。自从近百年宝石进入民间以来,蓝宝石分别跻身于世界五大珍稀宝石之列,是人们珍爱的宝石品种。

碧玺 威尼斯的传说之石

据说碧玺晶体的颜色多达15种复色之多,颜色以无色、玫瑰红色、粉红色、红色、蓝色、绿色、黄色、褐色和黑色为主。碧玺由于颜色鲜艳、多变而且透明度又高,自古以来深受人们的喜爱。欧洲最早关于碧玺的记载来自于《马可·波罗游记》,1575年威尼斯的水手远航回来带回了鼠疫,导致三分之一的威尼斯人丧生,而一群围着花花绿绿的小石子玩的小朋友奇迹般地躲过灾难,人们终于发现了这种来自印度的神奇宝石——碧玺。

彩色宝石有其魅惑的颜色、独特的象征。



敢梦想,敢追寻

——轩尼诗V·S·O·P唯美蜕变 缔造传奇

自1817年轩尼诗家族应英国王储乔治四世所需而创造以来,轩尼诗V·S·O·P缔造了近两个世纪的传奇,并不断推陈出新。2012年3月,在上海世博园区案例联合馆发布的轩尼诗V·S·O·P全新包装,将轩尼诗V·S·O·P的传奇带入全新纪元。融汇美学与现代感设计的轩尼诗V·S·O·P全新瓶身由世界著名工业设计师克里斯·班格(Chris Bangle)倾力打造。这位传奇设计大师为此经典之作注入年轻时尚之感,为续写品牌传奇开辟新的华彩篇章。流畅圆滑的轮廓和独具设计感的细节,与瓶中的轩尼诗V·S·O·P干邑交相辉映,为其高品质注入年轻时尚的创意元素,诠释平衡谐调,演绎设计传奇。

活动现场,记者有幸采访到酷悦轩尼诗帝亚吉欧洋酒(上海)有限公司常务副董事刘志刚先生,让他跟我们一起踏上“敢梦想,敢追寻”的奇妙之旅。



酷悦轩尼诗帝亚吉欧洋酒(上海)有限公司常务副董事刘志刚先生

1. 轩尼诗在国内的一线城市已经取得了很好的成绩,那下一步会不会把二三线城市作为发展的重点?有没有什么特别的策略来针对这样的发展?

刘先生:目前,轩尼诗在二三线城市已经发展得不错了。对于很多国际品牌来说都一样,中国是一个很大的市场,在过去的几年里投入很多在一线城市里。如今宏观整个市场,二三线城市的拓展是不可避免的。我们将会在一线城市发展中所获取的经验运用到发展二三线城市中来,首先是运用到传媒的影响力,对正确饮用方式的一些宣传,以及开展我们已经在一线城市中做过的轩尼诗炫音之夜的活动,这样的活动效果非常好,能够调动气氛,扩大我们品牌在消费者中的影响力。

2. 中国的酒文化是博大精深的,但是跟欧美的酒文化有着很大的区别,我们都知悉用葡萄酒时手不能碰触杯壁,手心的温度会影响酒的味道。那干邑的正确饮用方法是怎样的?

刘先生:干邑很传统的喝法就是用气球杯,放在手心

里摇晃。但这已经是有点过时的喝法了。现在干邑可以在一个很好的氛围,很放松的状态下,在杯中加入2-3粒适量的冰块,轻轻晃动酒杯,让酒的香味能够充分地散发出来再慢慢享用比较好。当然,轩尼诗V·S·O·P能轻松融入各种品酒组合,你也调配干姜水、汤力水、苹果汁、红莓汁等饮用,都会有不同的味觉体验。

3. 轩尼诗V·S·O·P的全新包装有哪些特色?防伪标识有什么新技术的加入?

刘先生:轩尼诗V·S·O·P新款酒瓶在传承经典设计的基础上精雕细琢,微微突出两侧曲线线条,着重强化了瓶身两侧的轮廓,不仅凸显酒樽流线型的设计,更加增强瓶身整体的动感效果。同时,加长了瓶颈,伸直了瓶肩,为其圆滑而优美的曲线增加了时尚触感。为了平衡增长的高度,设计师受到轩尼诗V·S·O·P 1954年版造型的启发,为其瓶身加配底座,采用凹底,以便于手持。主标牌上简约明晰的轩尼诗家族传奇战斧标志的浮雕也是一大亮点,在周边水印葡萄图式的映衬下,惟妙惟肖、浑然天成。轩尼诗V·S·O·P采用了全新防伪标识,在35cl、70cl、3l的酒瓶上采用镭射标识以及更为繁复的全息图文来加封瓶塞,瓶身上也设计了烫金压花的标牌。

