

· 资讯 ·

## Elena Marchesini预览会登陆北京

日前,为时两天的Elena Marchesini 2013品牌预览会亮相北京Le Petit Pavillon四合院法餐厅。在延续传统的基础上追寻大胆的变革,来自意大利的高级定制女装品牌Elena Marchesini,游走在时尚与复古之间。作为北京的一个符号,四合院符合帝都的想象,将古老和传统在建筑中再次融合,亦契合Elena Marchesini的品牌核心。Le Petit Pavillon四合院法餐厅所迎来的这场品牌预览会,是Elena Marchesini对时装艺术的再次颠覆,对手工艺术作品的深度追求,将奢华的材料、精致的手工、艺术化的线条全新诠释,利用传统工艺与现代艺术的解构重组;2013年,Elena Marchesini品牌带给我们的,是美妙的存在主义Party。

据悉,Elena Marchesini品牌的标志性元素——优雅、传统、手工艺将在这一季的服装里以一种平衡的和谐完美融合到一起。

## 北京国际奢侈品展开幕

北京国际奢侈品展暨北京国际高端艺术品鉴赏会是全球顶级奢侈品销售私属通道,世界优秀艺术家及高端艺术收藏品推广的顶尖舞台;国际资产超高净值成功人士购物天堂,中国名流富豪高品质生活方式塑造者;私人飞机、游艇、名车、豪宅、家具、珠宝、尚品、养生、私人定制、名家书画、油画、雕塑、古董、珍玩、工艺品等高端收藏品展示推广销售专业平台。

策展人窦鸿表示,2013北京国际高端艺术品鉴赏会继续秉承“奢华生活艺术化,经典艺术生活化,精彩人生品味化”的核心理念,打造让高端艺术品、收藏品、优秀艺术家作品进入上流社会奢华生活的顶级舞台,全力塑造中国新富豪阶层的品质生活与精神追求。

## 浩沙蝉联健身行业第一品牌

日前,2013年“工信部C-BPI(China Brand Power Index,简称C-BPI)行业第一品牌”颁奖典礼作为中国品牌领袖峰会的重头戏亮相国家会议中心。中国中小企业国际合作协会会长、第十一届全国人大外事委员会副主任、原劳动和社会保障部部长郑斯林,中国中小企业国际合作协会副会长、全国人大财经委员会副主任等领导及各获奖企业高管、业内专家等出席了本次峰会。C-BPI作为国内最具权威的品牌调查,由工业和信息化部发起,基于中国消费者对使用或拥有过的产品或服务反馈意见的基础,进行独立无偏见的研究,目前已成为测定影响消费者购买行为的权威品牌力指数,及消费者和企业最信赖的品牌评价制度。2013年工信部中国企业品牌研究中心访问了30个城市,对170个行业的7600个品牌,调查了13.5万个消费者样本,发布的2013中国品牌力指数调查报告,浩沙健身以517.9分,荣登2013中国品牌力健身行业榜首,成为2013年度最受中国消费者认可的工信部C-BPI健身行业第一品牌,也是浩沙健身连续第二年荣获该奖项。

浩沙集团总裁施鸿雁受邀出席峰会,并在“新十年 新跨越”主旨论坛上发言,在商业文化杂志主编于璞的主持下,共同展望未来十年的发展宏图,围绕下一个十年的品牌之路、市场环境、品牌格局等内容展开对话讨论。施鸿雁说:“浩沙健身自1999年成立首家健身俱乐部后,连续第14年领跑中国健身市场,作为工信部C-BPI健身行业第一品牌,始终全力支持和推动全民健身,忠实履行作为一个领先品牌企业的社会责任。”

## 2013自贸区论坛12月举行

由中华海外人才网、北美洲中国学人国际交流中心举办的“2013海外学人千人大会暨上海自贸区论坛”将于12月底在上海华亭宾馆举行。大会将邀请上海自贸区管理部门主要负责人和理论权威最详尽阐述自贸区措施实施的意义和具体办法,探讨新机制对我国金融、外贸、税收和政府管理机制改革的倒逼效应。

据介绍,本届论坛活动内容包括2013上海自贸区论坛、2013海外学人创新创业项目推介、2013海外高端人才招聘等,以满足来自全国各地政府、高校、企业、民间投资人及海外人才的各种不同需求。其中,上海自贸区论坛、海外人才招聘将首次纳入大会;创新创业项目均为首次在国内推介,大会将在海外征集近千个项目的基础上,甄选出首次在国内推介、技术优势明显、市场前景看好的100个优秀项目呈现给国内参会嘉宾,并由项目持有人进行现场路演推介。 栏目主持:孙竹青

年底聚会越来越多,近期众多欧美一线明星佩戴坦桑石高调亮相,让这枚“小石头”突然成了珠宝界的灰姑娘,迅速蹿红。

## 坦桑石:珠宝界的灰姑娘

## ◎ 收藏小牛市 ◎

在欧美宝石界坦桑石早已是大热的“明日之星”。尤其是在北美,更是广受追捧,幽暗深邃的“坦桑蓝”异常紧俏,市场价不断上扬。每年出产的坦桑石中,80%销往美国,销售额高达3亿多美元,其次是欧洲。目前,坦桑石已经逐渐扩散至香港和内地市场。“由于进入内地市场时间不过一两年,了解坦桑石的人不多。但参照欧美市场反馈,几乎可以预见坦桑石的成长空间。”主营坦桑石的米莱珠宝销售人员告诉北京商报记者,“坦桑石初始价格较红、蓝宝石更低,而且体积较大、更易于加工,能切割成各种形状的首饰,且装饰效果绚烂夺目。”据中国彩色宝石网的统计,2011年以来,国内坦桑石的价格以每年50%的速度攀升,已出现小牛市。

## ◎ 惟一的产地 ◎

目前为止,坦桑尼亚的阿鲁沙市附近地区是“坦桑蓝”的惟一产地。全世界的坦桑石也只诞生在乞力马扎罗山脚下长4000米、宽2000米的区域里。相关研究表明,这种稀有宝石最多只能开采至2020年。产量少以及迷人的蓝色构成了坦桑石独特的魅力。其清澈温馨的视觉效果,甚至让人把浅色的“坦桑蓝”比喻成著名影星泰勒的眼睛。

## ◎ 开采量极少 ◎

相比蓝宝石的蓝,坦桑石的蓝更明快、更亮丽、更璀璨。而蓝宝石通常显得净度不够,颜色发闷而沉,不如坦桑石透亮。更有特点的是,坦桑石不是单纯的蓝,晃动坦桑石的时候,你会发现坦桑石是蓝中泛着高贵而神秘的紫色调。在太阳光下,坦桑石越发显得璀璨湛蓝;在白色日光灯下,坦桑石颜色呈现更纯正的蓝;而在黄光灯下,坦桑石更多呈现高贵神秘的紫色调。双色性是坦桑石的显著特征,这一点在蓝宝石当中是没有的。而坦桑石的产地却只有坦桑尼亚,并且其产量只有钻石产量的1/1000。

## ◎ 投资要5克拉起 ◎

真正高质的坦桑石传世量非常之少。拥有天鹅绒般湛蓝色的坦桑石,泛着华贵的皇家之气,这也就是为什么凯特王妃的订婚戒指也是一颗泛着幽暗蓝光的坦桑石。

作为彩色宝石的一种,并非任何彩宝都具有投资价值。彩色宝石的品质评判与钻石相似,标准概括为“4C2P”,即颜色(color)、净度(clarity)、克拉(carats)、切工(cut)、产地(pedigree)和天然性(purity)。标准越高价格也越高。

在天雅古玩城从事多年珠宝生意的陈宗天介绍,国内坦桑石1克拉以下的,品相较好900元/克拉,1克拉以上价格会比较高,但具体价格还要看渠道,需要注意的是,坦桑石大部分会通过热处理来优化颜色,只要不是处理得太过,就可以接受。“百元至千元的彩宝不具备投资收藏价值。如果考虑升值空间,一般来说,重量至少应在5克拉以上。”



## ■ 小贴士

## 宝石保养:

- 1 坦桑石的硬度虽然没有钻石和红蓝宝石硬度高,但也并不娇气。佩戴时要避免撞击和硬物摩擦,这是所有珠宝都要避免的。
- 2 当坦桑石首饰需要维修时,请交由专业珠宝技师先取下坦桑石再进行维修,以免造成宝石损伤。
- 3 尽量不要在参加劳动时佩戴接触。收藏时尽量使用专用的首饰盒或用软布包好。
- 4 坦桑石尤其不能用超声波首饰清洗仪清洗,这会造成宝石裂纹加深或断裂。

## 购买渠道:

**正规商场:**不会买到假货,但由于流通环节多,溢价会比较高,已经提前预支了未来几年的升值空间。

**典当行、拍卖公司:**由于是低价收购,所以价格相对便宜。

**珠宝市场:**价格便宜,但多数珠宝市场鱼龙混杂,会有假货出现,这就要求购买者要具有专业知识。

北京商报记者 姜琳琳

