

夏夜, 温泉里的亲子时光

很多人都认为小孩子不适合泡温泉,但是医学上对泡温泉并没有什么年龄的限定。孩子满1岁之后,能坐、能站、能稍微表达自己的感受,就可以去泡温泉。其实带孩子泡温泉的好处很多,尤其是在炎热劳累的夏季,这是一项值得推荐的亲子活动。

子而言,也是一种很好的刺激。

好处2: 舒缓减轻压力

小孩子对新鲜事物都是充满好奇的,泡温泉不仅给孩子提供了一种认识水的方式,而且水的浮力容易让人放松,有助于舒缓压力,还可以减轻闷热的天气带给孩子不舒服的感觉。

好处3: 愉快亲子时光

在夏夜的晚风中泡着温泉,可以让大人抛掉平日繁琐的工作带

来的压力。孩子一边玩水一边享受水流带给身体的刺激,一家人单纯地、没有任何目的地泡在热水中,享受着自然之风带来的舒服触感,看着夜幕中的繁星,在这样温馨的环境中很容易酝酿出一种亲密的感觉。

六一儿童节就要到了,何不带着孩子去感受下温泉里的美妙?(童桐)

龙门凤翔温泉
LONGMEN FENXIANG HOT SPRING
夜泡温泉 清爽浪漫 特惠月活动开始啦!
6517 6666 王城大东南角 龙门西山 62163165 泉 泉 泉

好处1: 促进感觉统合

夏天由于天气闷热,小孩子大多在晚上都不会好好睡觉,一家人可以在晚上驱车去感受一下温泉,浸泡在不同温度、不同矿物质的温泉中,对于尚在形成感官体验的孩



5月18日,河南仰韶酒业在郑州民航大厦隆重举行了仰韶感恩季系列活动启动仪式。来自全省各地的200多名仰韶经销商参加启动仪式。据悉,该活动将持续到8月,且“百名奥运助威之旅”、“千商如意湖龙舟争霸”和“万人凤凰之旅专列”等感恩系列活动也将陆续拉开序幕。

“华夏龙脉,国酒之源”是仰韶酒业的企业灵魂,“诚实守信,勇于负责,专注如一,仁爱之心”是公司的核心价值观,公司负责人表示,他们将以此作为企业前进和发展的动力,用感恩行动促进合作,与大家共守诚信,共谋发展。 韶文 摄

万千百货 2012“带着爱去旅行”启动仪式暨微电影首映礼在京举行

2012年5月17日,带着爱去旅行——万千百货2012年全国大型品牌公关活动启动仪式暨微电影首映礼在北京万达国际电影城(CBD店)盛大举行。“流行音乐教父”张亚东,爆红网络的旅行夫妻张千里和左手,万千百货的负责人和到场的数十家媒体记者共同见证了这次爱之旅程的启动。

此次活动将从6月9日开始,在全国36个城市的37家万千百货同步展开,分为线上和线下两部分。参赛者必须是年满18岁的情侣或夫妻,经过逐步晋级,最后评选出100对情侣将获得船票,以爱的名义登上“亚洲第一时尚邮轮”——歌诗达·维多利亚号,共赴日韩浪漫旅程,享受爱情,品味时尚。(颖儿)

宝宝消暑开胃食谱

天气越来越热,宝宝的胃口越来越差,不管是爸爸妈妈的“威逼利诱”,还是餐桌边的“围剿与反围剿”,宝宝的拒食斗志丝毫不减。炎炎夏日,如何打开宝宝的胃口呢?下面推荐几款夏季宝宝开胃食谱。

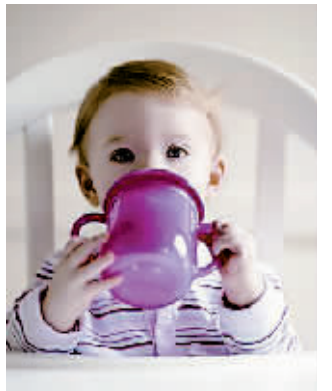
宝宝开胃食谱:山药红(绿)豆包

用山药红(绿)豆做成包子馅,早晚当点心,有营养和消暑开胃的作用。

制作:将红(绿)豆泡20~30分钟,把红(绿)豆和新鲜山药煮熟、捣烂,加糖和油一起和匀,做成馅料,包成小包子,蒸熟。

宝宝开胃食谱:山药红(绿)豆羹

制作:将红(绿)豆泡20~30分钟,水适量,把新鲜山药和红(绿)豆共煨烂,加少许淀粉,最后加少量糖提味,给宝宝当点心。也



可以不加淀粉,直接做成山药红(绿)豆汤。

宝宝开胃食谱:雪梨粥

制作:将生梨2个,去核,切碎,加少量水和适量水,文火共煨成粥,加少量糖提味。(童辛)

有一句话说得好:没有文化的珠宝就是一堆美丽的石头,虽然美丽却没有内涵;只有当珠宝与文化融合起来,才能放射出灿烂的光辉而具生命力——

品牌文化提升珠宝品位

本刊记者 李宇辉

近年来,中国的珠宝首饰业得到了前所未有的发展,高档珠宝首饰开始进入普通人的生活。如今,国内珠宝行业已经基本形成了较为稳定的格局。一些珠宝品牌望洋兴叹守着小摊子,另一些珠宝品牌则靠着优良的品质和完善的服务逐步发展壮大并深入人心。我市的今世福珠宝就是后者中的佼佼者。

珠宝属于奢侈品,它的诱人之处并不在于那块石头,而在于石头背后的故事。某些品牌的珠宝不被消费者喜爱,最大的原因就是品牌缺乏文化内涵。文化内涵涉及装修、服务、品牌推广等方方面面。如果珠宝的零售店面装修不到位,珠宝也放不出诱人的光彩;如果品牌服务不到位,再大的珠宝也没有自豪感。如果消费者在一个如今世福珠宝一样,产品质量信得过,售后服务顶呱呱的店面里挑选一件珠宝,佩戴时又能唤起某种心理诉求,那会平添几许自信!

虽然珠宝的物质属性受到人们的重视,但是珠宝更多地被视为一种时尚、一种文化、一种生活态度。在促进经济发展,提升自身业绩的



无数爱车族的眼球。而今世福作为我市珠宝界的骄子,同样也吸引着无数爱美女士的眼球。今年4月,今世福珠宝有机结合两个顶尖品牌,开启了名车和珠宝紧密结合的营销时

同时,以今世福为代表的珠宝品牌更加重视挖掘和创新珠宝的文化意义,结合时代主题,不断丰富产品的文化内涵,展现珠宝与人们生活和内心息息相关,以文化、时尚诉求打动人心。

中国洛阳国际名车展是牡丹文化节的重头戏,吸引着

代。在名车与美女相结合的时候,让美女与珠宝有机融合,共相辉映。

还是在今年4月,为迎接第30届中国洛阳牡丹文化节,今世福集团又特邀我国将军级书画名人做客洛阳,观摩书画笔会,共同推动洛阳经济的发展,推动文化事业的发展,也进一步将书画艺术与珠宝艺术相结合。

“今世福之约·段秀苍洛阳题材专题画展”、“群星璀璨牡丹城”、“牡丹文化节收藏品展示发布会”……在今世福新品发布会上,中国元素在发布会上大行其道,牡丹、龙门石窟、洛阳八景、天子驾六……始终让珠宝洋溢着巍巍华夏的古老文化情怀,让人不禁感叹,原来传统也可以如此时尚,从而使产品贴近消费者的情感,征服消费者的心灵,受到消费者的喜爱。正是因为今世福珠宝

以更为广阔的胸襟和博爱精神,以“仁者”的观念参与到社会公共事业当中,追求企业与社会的和谐、共赢,才使得今世福珠宝各门店的生意日趋红火。

大品牌,致力于提升品牌文化,让所售卖的每一件产品都有极浓厚的艺术氛围,给消费者带来极佳珠宝享受。同样大品牌也会担负起社会责任。近年来,以今世福为代表的珠宝品牌在促进经济发展的同时也肩负起企业的责任,上缴国家税收、积极投身社会公益事业与慈善事业、捐资助教,感恩社会,回馈社会。呼吁的是整个社会的真善美!

在珠宝行业竞争日趋激烈的今天,为产品注入丰富的人文情感,以文化引导消费,让顾客戴上时尚、戴出风采、戴出品味成为今世福珠宝品位提升、惹人喜爱的法宝!

