

众“翠”云集 “绿幽灵”现身

东方神韵五年店庆翡翠“汇”



□本刊记者 尚从春

2013年3月26日是东方神韵进入洛阳的第五个“生日”，东方神韵将举办规模宏大的店庆活动，而领衔的是一枚首次在洛阳展出的“绿幽灵”翡翠和百余枚首次现身的珠宝级翡翠，包括款式各样的珍品翡翠葫芦（福禄）、男士飘花挂件、起胶起莹的戒面等。

►►“绿幽灵”贺店庆

作为千年古都，洛阳历史文化底蕴深厚，懂翡翠、爱翡翠的玉友数不胜数。“不到东方神韵旗舰店，不知道什么是好翡翠，不到东方神韵会所店，不知道什么是珠宝级翡翠，更不知道什么是庄正型美。”流传在洛阳玉友间的话，让人禁不住对店庆期间展出的珍品翡翠浮想联翩。

提到“绿幽灵”，很多人会想到绿色幻影水晶。水晶在生长过

程中，在通透的白水晶里，浮现出如云雾、水草、漩涡甚至金字塔等影像，内包物颜色为绿色的称为绿幽灵水晶。翡翠与水晶有天壤之别，一旦呈现出“绿幽灵”，也就意味着这是极其罕见的老坑玻璃种，温润通透，种色俱佳，可谓稀世之宝。另外，因与美元同属绿色，所以，在西方，“绿幽灵”是财富的象征，备受白手起家的创业者和成功人士追捧。

►►翡翠“汇”抢“鲜”看

东方神韵豫西区经理韩烁告诉记者，作为洛阳珠宝翡翠界的领导者，东方神韵一直将高品质、实价格、优服务作为经营宗旨，定期将全国上乘翡翠集于洛阳。而针对本次店庆，东方神韵更是下足了功夫，两个店新到翡翠各有特点，旗舰店多而精，品类齐全，清新亮丽；会所店大而雅，款款大气，深邃厚重。具体而言有三大看点：

看点一：货品超密度 旗舰店内的翡翠珍品，因从全国东方神韵货品中精选出来，货品密度达到了空前的程度，违反了翡翠摆放稀疏、对比、搭配的原则，可以用超密度来形容。冰种的戒面错落有致地挤在两个红木匣子里面，价格从几千元到几十万元。而36个的翠绿葫芦裸件也是平时难得一见的精品。

看点二：金镶玉抢眼 会所店的翡翠以金镶玉为主，镶工简约

而典雅，货品尺寸超乎寻常，不论是男士挂件、平安扣，还是翡翠葫芦，料子大气而饱满，冰黄的怀古坠的扣心不会被丢弃，更不会做成商品再销售，而是改成顶珠穿在绳链上，这样的做法让人感到十分温馨。

看点三：男士挂件别具一格 在男士挂件柜台中，一件冰种飘花的“高山流水”十分诱人，伯牙子期，高山流水，不求金元玉马登高第，但求高山流水遇知音。

篇幅所限，现身此次东方神韵店庆的诸多珍品翡翠不能一一介绍，喜欢翡翠的朋友不妨到店内仔细鉴赏。

预约赏翠电话：63311118
63636667

会所店地址：珠江路和九都路交叉口北50米路西世纪华阳裙楼下

旗舰店地址：王城公园西门东100米路北

“3·15”今世福珠宝用心服务

□本刊记者 尚从春

3月15日，是消费者权益保护日，今世福珠宝推出珠宝检测、鉴定服务，受到消费者广泛欢迎。今世福珠宝自成立以来，发展迅速，不仅洛阳各商圈都有今世福珠宝四叶草的身影，而且其他城市的众多消费者也享受到了今世福珠宝的优质服务。“做珠宝首先要讲诚信，靠品质赢得消费者。”青年宫店总经理赵逆涛告诉记者。每年3月15日，今世福珠宝集团旗下所有店面都会举办大型诚信“3·15”宣传服务活动，为消费者免费进行珠宝清洗、检测、保养，传授鉴别知识。

夸张 只为你的优雅

索菲亚·罗兰说，一件大珠宝可以在一秒钟之内让一个平庸的姑娘，闪烁出摄人魂魄的魅力。夸张的珠宝造型犹如放大镜般让优雅的女人更加优雅。



网状之美

纵横交错的线条，如多条小溪，缓缓流入心扉。

Wellendorff 天方夜谭项链以简单的交错搭配钻石的华美，焕发无限光芒，吸引众人视线，宛如丝绸般柔软的质地用极其细软的金丝手工编制而成，与肌肤的每一次柔滑接触都是一种享受。

动物之美

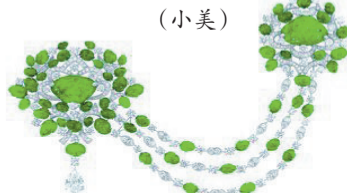
一切美丽之物，一切聪明可爱之物，是大自然给予人类的恩赐。

Tiffany&co.18K 金孔雀胸针用黑色蛋白石、绿碧玺及蓝宝石打造出玲珑剔透的形象，逼真的形态与精湛的镶嵌工艺完美结合，将自然主义与现代美感发挥到极致。



花卉之美

一粒种子、一滴露水、一片花瓣，引来繁华无限。低调的钻石花瓣造型在大颗祖母绿的映衬下若隐若现，使本就特别的胸针造型更加生动。



中国元素引领时尚珠宝潮流



经历了西式的高调奢华后，在经济的巨大驱动下，中国元素成为各大品牌和珠宝设计师的心头好。2012年以来，顶级珠宝品牌纷纷推出蕴含中国元素的珠宝表示诚意。

梵克雅宝去年在上海举行的珠宝展中，具有浓郁中国元素气息的系列尤为引人注目。在集团全球总裁及首席执行官的眼中，“只要有中国元素的东西，都象征着幸运”。

实际上，早在17世纪，中国文明便开始进入西方人的视线，19世纪三四十年代，欧洲皇室贵族更以佩戴富有东方风格的珠宝来彰显身份地位。充满禅意和韵味的中国元素一直是高级珠宝师的灵感来源。设计师总是能从灵动俊逸的水墨书画、富贵逼人的祥龙玉凤等中国元素中汲取灵感，在东方

与西方、古老与前卫的对比中寻找一种冲突的美感。而在国人购买力足以改变一个品牌命运的时候，适时地向中国文化“献媚”，也成了一种时尚。

究竟什么是中国元素？这是设计界常常讨论的一个话题。在TTF设计师许二建看来，“东方神韵”之“韵”可以解释为“意”和“境”，这个抽象的概念代表的是一种生活态度和人文精神。中国文化的精髓是“意境”的传达。

中国画的风格以写意为理想，甚至仅用一种色彩，通过浓淡粗细的变化便能表现出淡然无极的东方审美哲学，这在珠宝设计中同样适用。珠宝可以尝试从中国古老的象征符号中找到内涵，然后进行再创作，比如竹子、莲花、水……

(京玉)

