

早秋 优雅出街



日前，杰西卡·阿尔巴 (Jessica Alba) 赶往位于比福利山庄的办公室。辣妈做起女强人也是有模有样，蓝色西服搭配星云紧身裤，并将长发盘起，一副都市女郎的模样。大红色墨镜透出时尚气息。

明星出街，哪怕只是去超市买东西，也要仪态万千，优雅迷人。亮相红毯时也会选择华贵大气的高雅长裙，让她们看起来既惊艳又亲切。



日前，女星杨梓嫣受邀亮相时尚杂志《舒适 COMFORT》12周年庆典。看清楚她是谁了吗？热播剧《甄嬛传》里的敬妃！拼色亮片斜叉连衣裙将曼妙身材完美展现，镁光灯下的亮片装高贵迷人，气场十足。



近日，台湾艺人吴佩慈发布了一组秋冬写真。

随风舞动的长发，搭配俏皮连衣裙，看似随意却散发出一丝妩媚风情，美得无法抵挡。

凯特·贝金赛尔 (Kate Beckinsale) 在伦敦宣传电影《全面回忆》。

在黑色连衣裙外加一件半身式小套衫，是这次造型的最大看点，珊瑚色腰带成为点睛之笔，让上下色调巧妙衔接，她身上散发出的英式精致无与伦比。

沙驰男装 2012 秋冬新品上市 复古年轮的奢华之旅

“如果时代是一列不断向前方行驶的火车，那么年轮就是时代带给我们的印记。在曾经的繁华岁月中，沙驰品牌男装成就了无数经典，同样，旧日美好的时光也带给沙驰新的灵感。源自欧洲的高端商务男装品牌沙驰 2012 年秋冬新品以复古和优雅的风貌、温暖而醇厚的质感带你一起回味一段复古年轮的奢华之旅。”9月10日，在位于淇滨区华夏南路三和金桥广场的永江名店，市民李女士一边倾听着店员对于沙驰秋冬新款的介绍，一边为家人挑选服装。

沙驰 2012 秋冬新品的经典系列仍然秉承面料为先、品质为尊的品牌理念，13 微米的羊毛、180 支超高纱支、顶级毛料品牌汇集，纯羊绒、骆马毛羊绒混纺等呈现出来的产品必定为出入各大高端场合的人士打造出最尊贵、最荣耀的着装造型。

“沙驰男装 2012 秋冬新品以优雅、高贵、时尚、舒适的着装体验将复古的年轮清晰地呈现在我们的面前，唤醒世人记忆深处那段最珍贵的心灵之旅。”冯经理说。(赵玮)



永江名店 品质生活 尊尊高贵

会所时代的品位解读

在这样一个时间，我们把会所定义为一种生活以及一类生活方式。

在新富阶层逐渐崛起的时候，早有人预言：会所、俱乐部在都市中的“涌动”，将极大地张扬某一类人的性格，大张旗鼓地把“圈子”的概念从理论上升到实践，不同身份、职业的人聚集在一起，只要踏入某一类会所的门槛，就预示着品位、品质的私人化问题得到了个性鲜明的认可。

“圈子”的性格由此棱角分明。

“新富”是指中国城市较高收入人群，“新”是因为他们年轻，“富”是因为他们富裕。以目前中国的标准水平来看，新富阶层具体来说是年收入在 8 万到 100 万之间的群体。

如果说经济收入是新富阶层的门槛标签，那这一群人的品位则更引人关注。

对于品牌，他们乐于并且有能力消费奢侈品，而这种消费更建立在读懂品牌的基础上。对品牌的理解更造就了这一阶层的品牌标签，一项中国新富调查表明，国际顶级香水品牌香奈儿、迪奥、兰寇牢牢占据前三位；对于酒，有了法国波尔多葡萄酒，新富阶层便不会选择其他，而上佳的威士忌、白兰地，更成为新富阶层品味惬意，鉴赏精致，感悟人生的一次生活方式。

对于生活上的享受，新富阶层更是追求精致化。俱乐部已经成为富人们交流、娱乐以及开阔视野的最佳场所。私人飞机成为这一阶层的另一玩物。对于旅行，新富们更多的是找一个想去的地方订一个酒店或

度假山庄，住上半个月到一个月，细细品味当地的风土人情，享受在那里的每一分钟。

他们有房有车，热爱休闲生活，追求名牌、喜欢享受……媒体称他们为“雅皮”(chuppies)。新富阶层更愿意这样描述自己：“我是一个思想开阔并且能够接受他人生活方式的人”、“我乐意学习很多知识，即使这些知识和我没有多大关系”、“我喜欢尝试新鲜的事物”……这样一番表白，似乎司空见惯，但词语显得宽泛。除了消费，新富们的内涵要求则更多。比如，不过是找到一个这类人常去的场所，暂时躲开职场的压力和纷繁，给自己的身体支撑起一个休憩的空间。

相信每一个城市的新富都在对这一空间孜孜以求，所以，鹤壁也不会例外。会所的概念是什么？它是交流的场所，社交的空间。它的空间构造，更希望一部分少数派能在这里找到一种归属感，身份认同，以及圈子。

所以，鹤壁名媛会所来了。(李拥军)

罗莱家纺首推婚博会 打造婚庆一站式采购平台

“罗莱家纺重磅力推业内首创的婚博会形式，打造婚庆一站式采购平台，从今年下半年开始，罗莱将有数百场婚博会在全国巡回举办。”9月11日，在位于淇滨区新世纪广场东区甲排的罗莱家纺鹤壁专卖店，总经理王红祥在接受记者采访时表示。

王红祥告诉记者，八月因为“七夕”节而被赋予了浪漫色彩，许多青年朋友选择在这个季节步入婚姻殿堂，这也寓意着 2012 年婚庆黄金期的正式到来。值此幸福良机，国内家纺领军品牌罗莱家纺重磅力推业内首创的婚博会模式，为全国的新人们送去最诚挚的祝福。

“婚博会是罗莱家纺在 2012 年全新推出并在全国范围内大力推广的集传统婚俗文化交流和高

档婚庆产品销售于一体的婚庆盛会。”王红祥介绍说，罗莱婚博会着眼快速增长的婚庆市场，以大规模、集中式的刚性消费环境为契机，联合优质婚庆产业品牌和机构进行全新的异业跨界合作，共同拓展市场，带动消费商机。从今年下半年开始，罗莱将有数百场婚博会在全国巡回举办，这无疑将在 2012 秋冬婚庆市场掀起一股强大的甜蜜婚庆浪潮。

王红祥说，近年来，家居产品正逐渐趋向礼品化，它比工艺品更实用，比数码产品价格实惠，比烟酒更环保健康，比旅游品更适用，它已发展成为礼品团购市场的新宠。罗莱家纺鹤壁专卖店竭诚为客户提供多样优质的家居团购礼品配置，合理的价格区间以及完善的售后服务体系。(赵玮)

富安娜 2012 秋冬婚庆床品上市

“富安娜 2012 秋冬婚庆床品一改过去金龙银凤、花红柳绿的老模式，将传统元素与个性图案、果绿亮蓝嫁接，让东西方文化在婚庆床品上对撞，透着时尚范儿。”9月11日，在富安娜家纺鹤壁专卖店，工作人员向记者介绍说。

工作人员告诉记者，富安娜 2012 新款婚庆床品系列大胆地使用米色、金色、亮蓝色、果绿色等明艳色彩，设计上充满活力。设计师以大红打底，增强了芥末黄与宝蓝、嫩绿与玫红对撞的色块重组，给人意想不到的视觉冲击，提升了空间的灵动性。

富安娜家纺自成立以来，专注研发、设计，坚持走原创道路，在品牌化、时尚

化、个性化、规模化上形成独有的核心竞争力，让“艺术家纺”这四个字深入消费者心中，形成独特的品牌定位。富安娜如今已发展成为家纺行业的龙头企业，产品涉及床上用品、家纺饰品、家居用品等多个系列，为上千万消费者引领了独特的艺术家居生活方式。

“除了婚庆系列外，富安娜 2012 秋冬床品的其他新款也陆续上市，比如‘神秘园之歌’套件是一款具有鲜明富安娜特色的平网印花产品，用卷草与缤纷的花朵绕成花边，花型优美，线条流畅，更显活泼优雅的气息。”富安娜鹤壁专卖店工作人员说。(赵玮)