

旅游办宴,不如买颗欧洲美钻

五一“小黄金周”让珠宝消费更热,新娘偏爱 TESIRO 通灵钻石

阅读提示

“五一”假短,儿女情长”,缩短的假期,丝毫没有阻挡结婚热的步伐。“省去了旅游、喜宴钱,买颗璀璨的欧洲美钻,更讨她开心!”赵先生用 TESIRO 通灵一对“Destaime·穿越时空的爱”钻戒赢得美人心。长假变短,让旅游和婚宴消费受到影响,而珠宝市场却更加火热。欧洲最大珠宝零售机构之一、比利时 TESIRO 通灵4月份销售比去年同期上涨35%,不少新人将婚礼预算省下的钱用来买欧洲美钻,为自己,更为下一代珍藏。



长假取消,不少新人将婚礼预算省下的钱用来买 TESIRO 通灵欧洲美钻,作为爱情信物。 王林摄

婚礼从简 买克拉钻保值增值

去年底,节假日调整方案公布后,原本打算在今年五一

结婚的某外企人力资源部郭小姐面临两个选择——一是将婚礼延后,但各大饭店的婚庆预定单已经排到了明年;二是将婚礼精简,以适应工作安

排。

郭小姐选择了后者:“婚礼定在5月6日,原本计划的接新娘等仪式都取消了,省下的钱一定要买款具有特别意义的钻戒,不仅给自己戴,还要传给孩子!”郭小姐看中了 TESIRO 通灵的克拉钻。经过一番精挑细选,郭小姐和准老公买下了一枚1.03克拉的钻戒:“切工好的大钻一年能涨好几千块,这也算一笔投资呢!”

物以稀为贵。据了解,从去年年底开始,全球的克拉钻开采量大幅减少,而消费者对大钻的偏好,造成克拉钻货源日益紧缺。成色好、切工好的克拉钻去年一年上涨20%以上。今年五一,不少新人结婚把钱攒下来转向选择克拉钻,既显身份又是一种投资。

据了解,TESIRO 通灵母公司 EDT 是在 DTC 拥有 3

个看货商席位的全球领先钻石切割机构,确保 TESIRO 通灵拥有稳定的优质克拉钻资源,成为众多新娘爱的礼物。

旅游取消 同坯对戒最有意义

五一长假变短,也让不少新人取消了蜜月出国旅游的计划。“遗憾是有的,但用别的方式可以更浪漫。”市民赵先生想到了选择一款最浪漫经典的钻饰作为婚礼信物。

在 TESIRO 通灵专卖店专柜前,赵先生最后和女友视线都聚焦在由全球设计总监 Andrea Raselli 亲自主持设计的“Destaime·穿越时空的爱”同坯钻石对戒上。

大红色调的欧式木质水展架上摆放着透明的水晶盒,工艺精细的“穿越时空的爱”同坯结婚对戒就陈列在水晶

盒上,两颗钻石闪烁着璀璨的光芒。

这款对戒的设计者,是常年为好莱坞明星和欧洲皇室设计珠宝的珠宝设计大师 Andrea,其灵感来自于欧洲古老婚礼上“交换对戒”的经典情节。

对戒上的两颗钻石由一颗干“粒”挑一的钻坯一剖为二,并用比利时优质切工进行苛刻的切割,设计大师们以最精密的镶嵌技艺,成就了这款对戒,被认为是新人天生一对的绝佳象征。

去年“穿越时空的爱”对戒在内地与欧洲同步发布,受到热烈追捧。

最后,赵先生和女友把这对同坯对戒轻轻戴在中指上,特别设计的弧形戒圈,火彩熠熠的钻石,让女友脸上写满幸福,“戴上它,我俩就是天生一对”。 刘奕



精品赏析

Destaime·穿越时空的爱 同坯结婚钻石对戒



优雅

经典

赏析 >>>

对戒两颗主石由同一颗钻坯切割而来,已相守千万年,象征天生一对。钻戒戒圈上刻有象征幸福和爱的三叶草,圆底戒臂佩戴更加舒适。

时尚快读

欧洲美钻成“小黄金周”消费主流

成为美丽的五月新娘是每个女孩的梦想。长假取消,婚戒销量却猛增,这是商家没有预料到的,众多新娘选择欧洲珠宝品牌作为爱情信物。

新人为何偏爱欧洲珠宝品牌?有学者认为,珠宝消费与人们的生活水平和品位息息相关,珠宝消费本身是一种身份象征消费。

欧洲是奢侈品的发源地,15世纪自从法国国王路易九世把钻石镶嵌到权杖上,成为王室的象征,使钻石成为“全世界女人的好朋友”。

在支付能力有限的情况下,人们可能满足于拥有一枚钻石,但随着生活水平的提高,新娘对钻石的品质要求越来越高,一颗来自欧洲的美钻,是最好的身份体现。

比利时钻石、德国汽车、法国香水、意大利服装是世界最著名的商品。

据了解,TESIRO 通灵,来自于世界钻石王国比利时,是全球领先钻石切割贸易机构 EDT 旗下品牌。

传承比利时 550 年钻石切割技艺,致力于优质切工钻石的推广,每颗钻石都具有璀璨的火彩,再加上其欧洲设计中心大师们顶尖的设计,因此成为今年“小黄金周”婚庆消费主角。 综合

TESIRO源自钻石王国比利时
全球领先钻石切割机构EDT旗下珠宝品牌
传承比利时550年钻石切割技艺
入选2006年世界顶级奢侈品100品牌

欧洲在华最大珠宝零售机构之一
上海·北京·天津·青岛·杭州·宁波·南京·无锡·苏州·常州·南通……
客户服务电话:800-828-9736 www.tesiro.com

TESIRO 通灵®