

MINING BEHIND THE INVESTMENT GAME

投资博弈背后的“轻型挖掘”

文_高珊 [中国工商银行股份有限公司甘肃分行营业部个人金融业务部] 策划编辑_钟亚超 责任编辑_黄敏

由于市场的残酷性，没有谁能精准地预测它，但投资者可以通过博弈论帮助我们做出判断。

“博弈论”原本是数学的一个分支，但由于它较好地解决了竞争、决策等问题的可操作性分析，因而成为经济学中一个激荡人心的研究领域。虽然对于投资者来说博弈论可能是一门陌生的学科，但是博弈和我们的生活却是紧密相连的。我们身边充满了博弈，在儿时的第一次“石头、剪子、布”游戏中我们就开始了人生的博弈，玩牌、下棋、饭桌上行酒令也离不开博弈，经营决策、企业管理都无时无刻不伴随着博弈，身边的许多行为、现象都可以用博弈来概括。那么，博弈与日常的投资理财行为有关系吗？答案更是肯定的。

少数人博弈

美国著名的经济学专家阿瑟教授于1994年在《美国经济评论》上发表了《归纳论证的有界理性》，文中提出了少数人博弈这个理论。其理论模型是这样的：有100个人很喜欢泡酒吧。这些人在每个周末都要决定是去酒吧活动还是待在家里休息。酒吧的容量是有限的，也就是说座位是有限的。如果去的人多了，在酒吧的人会感到不舒服。此时，他们留在家中比去酒吧更舒服。假定酒吧的容量是60人，如果某人预测去酒吧的人数超过60人，他的决定是不去，反之则去。那么，这100人如何做出去还是不去的决定呢？

这是一个典型的动态群体博弈问题。这个博弈的前提条件做了如下限制：每一个参与者面临的信息只是以前去酒吧的人数，因此，他们只能根据以前的历史数据归纳出此次行动的策略，没有其他的信息可以参考，他们之间更没有信息交流。这就是著名的“酒吧问题”，即少数人博弈。

“酒吧问题”所模拟的情况，非常接近于一个投资者在选择投资品种及参与时间时所面临的情景。这个博弈中的每个参与者，都面临着这样一个困惑：如果许多人预测去酒吧的人数超过60，而决定不去，那么酒吧的人数会很少，这时候做出的预测就错了。反过来，如果有很大一部分人预测去酒吧的人数少于60，他们因而去了酒吧，则去的人会很很多，超过了60，此时他们的预测也错了。

因而一个做出正确预测的人应该是，他能知道其他人如何做出预测。但是在这个问题中每个人预测时面临的信息来源都是一样的，即过去的历史，同时每个人无法知道别人如何做出预测。

阿瑟教授通过真实的人群以及计算机模拟两种实验得到了两个迥异的、有趣的结果。在对真实人群的实验中，实验对象的预测呈有规律的波浪状形态，更多的博弈者是根据上一次其他人做出的选择而做出这一次的预测。从上述数据看，虽然不同的博弈者采取了不同的策略，但是其中的共同点是，这些预测都是用归纳法进行的。

通过计算机的模拟实验，得出了另一个结果：起初，去酒吧的人数没有一个固定的规律，然而，经过一段时间后，这个系统去与不去的人数之比接近于60：40，尽管每个人不会固定地属于去或不去的人群，但此系统的这个比例是不变的。如果把计算机模拟实验当做更为全面的、客观的情形来看，计算机模拟的结果说明的是更为一般的规律。

“酒吧问题”就是改变了形式的少数者博弈，生活中有很多例子与这个模型的道理是相通的，投资者进行的“股票买卖”就是这个模型的延伸。1997年，一位定居瑞士的名叫张翼成的中国人提出少数者博弈可以运用于股票市场。每个股民都在猜测其他股民的行为并努力

与大多数股民不同。如果多数股民处于卖股票的位置，而你处于买的位置，股票价格低，你就是赢家；而当你处于少数的卖股票的位置，多数人想买股票，那么你持有的股票价格会上涨，你将获利。

在实际生活中，股民采取的策略是多种多样的，在这种情况下，股市博弈也可以用“少数人博弈”来解释。“少数人博弈”中还有一个特殊的结论，即：记忆长度长的人未必一定具有优势。因为，如果确实有这样的方法的话，在股票市场上，人们可以通过分析大量股票的历史数据就肯定能够赚到钱了。但是由于证券市场的多变性、不确定性，人们在实际操作中发现这并不是一个必赢的炒股方法。但是投资者可以通过少数者博弈模型，选择一个对的进场时间，如下：

在A、C、E、G购买股票，在B、D、F卖出股票。当然在现实操作中每次最低价买进和最高价卖出是不可能的，投资者能在一个相对低点买入，在获利情况下出货就已经是赢家了。相对低点怎么寻找呢？简单的办法，一是看成交量，二是看新开户数据。在交投清淡的时间入场，卖出的时间就要看投资者的心理收益预期，切忌贪婪，追求暴利，总想把一只股票的所有利润全部拿下，结果只能上上下下的“坐电梯”。

智猪博弈

博弈论里面有个十分卡通化的博弈模型，叫做“智猪博弈”。整个故事是这样的：假设猪圈里有一头大猪、一头小猪。猪圈的一侧有猪食槽，另一侧安装着控制猪食供应的按钮，按一下按钮会有10个单位的猪食进槽。但是按按钮以后跑到食槽所需要付出的“劳动”，加起来要消耗相当于2个单位的猪食。如果两只猪同时按按钮，再一起跑



■ 博弈，古代指下围棋，现代人将其内涵发散为优先预测胜利前作出的竞争，并将这一思想运用到生活的各个领域。图为2010年4月10日，海南博鳌，龙永图对话保尔森：博弈人民币。

过去吃，大猪吃到7个单位，小猪吃到3个单位，减去劳动耗费各自2个单位，大猪净得益5个单位，小猪净得益1个单位。大猪按按钮，小猪等着先吃，大猪再赶过去吃，大猪吃到6个单位，去掉按按钮的劳动耗费2个单位净得4个单位，小猪也吃到4个单位。如果小猪按按钮，大猪等着先吃，大猪吃到9个单位，小猪吃到1个单位，再减去按按钮的劳动耗费，小猪是净亏损1个单位。如果大家都等待，结果是谁都吃不到。可以得出结论，最优方案是大猪按按钮，小猪等待。

“智猪博弈”中不劳而获的小猪其实采取的是一种跟随战术，小猪的策略优势在于等待，当大猪去按按钮时它便从中获益，所以小猪在这场博弈中具有后动优势。在这场博弈中，大猪是占据比较优势的，但是，由于小猪别无选择，大猪为了自己能吃到食物，不得不辛勤忙碌，同时让小猪搭上便车，所以，小猪比大猪还得意。

“智猪博弈”听起来似乎有些滑稽，但在现实中却有很多这样的例子。证券市场是一个群体博弈的场所，其真实情况非常复杂。在证券交易中，其结果不仅依赖于单个参与者自身的策略和市场条件，也依赖其他人的选择及策略。投资者购买基金，就是将资金交给基金公司选股操作，就是找一个投资专家帮投资者打理金融资产，所以对专家的考评很重要。好在目前有美国晨星、中国银河基金研究中心、路透的全资子公司LIPPER等这些长期从事基金评价的机构帮你慧眼识“金”。找到真正健康跑得快的“大猪”，投资者当一只聪明的“小猪”搭便车。但是，基金也是炒股的，也一样有风险。投资者一定要重视大盘走势。一旦大势走坏，不管基金还是个股，都会受到影响。投资者要按照风险最小利益最大的原则，控制好风险，把握获益机会。

Link:

波动博弈理论十大投资法则

关于股市投资，人们习惯用流行的K线理论、波浪理论、趋势理论和技术指标进行走势分析，不过他们进行分析的依据都是历史记录，而不是资金管理理论，波动博弈理论则不同，它是为投资者设计的资金管理理论，该理论指导投资者在什么时间及什么价位进入股市。指导投资大众如何建仓、如何买卖股票、如何加仓、如何通过资金管理来规避投资者的风险、如何通过资金管理来和庄家对抗，如何通过资金管理战胜市场而成为赢家。波动博弈理论有十大投资法则，如下：

1. 在股票、期货、外汇和黄金的投资中，用数学模型指导投资者投资。
2. 管理好自己的资金，把有限的资金管理到无限大。
3. 当金融产品的价格下跌时，投资者不断买进金融产品，无论这个价格跌到多低，投资者都有资金买进金融产品。
4. 当金融产品的价格上升时，投资者不断卖出金融产品，无论这个价格上升到多高，投资者都有金融产品卖出。
5. 从不止损出局。
5. 永不预测金融产品的价格。
7. 从不追涨杀跌，买跌不买涨。
8. 从不做错方向，把每一次价格波动变成利润。
9. 在投资方法上总是与庄家对抗不与庄家共舞，庄家卖出金融产品，投资者买进；庄家买进金融产品，投资者卖出。
10. 不关心金融资产的基本面也不关心它们的技术面，只关心它们的价格波动和波动幅度。

归聚效应

爱看电视的人会发现一个很有趣的规律：绝大部分电视台总是将最精彩的节目放在相同的时间段里进行播放，并把这个收视率较高的时间叫黄金时段。同时，细心的人也会发现，在每个大大小小的城市街道上，经常见到一些地段的商店十分拥挤，形成一个繁荣的商业中心区，但另一些地段却十分冷清，没有几个商业店铺。好像大家都挤在一个地方做生意似的。同样的道理，如果地段繁华等其他原因在一条路上到处都相同的话，没有一个商家会将自己安置于某条路的一头，只要条件许可，超市将几乎趋向于相依为邻，这种现象完全是公正的市场竞争所形成的合理结果。这就是很多城市商业中心形成的原理，在博弈论中称为归聚效应。

这种归聚效应，在投资理财上的运用就是，选对趋势，顺势而为。投资者无论是投资于实业，还是投资于债券、股票，必须分清趋势，按经济发展状况确定投资方向。这也是在目前通胀率居高不下的经济形势下，黄金因其保值功能受到了众多投资者热捧的原因。

据说，在古巴比伦时代，一盎司黄金可以购买350条面包。而今天，一盎司黄金仍然可以买350条左右的面包。在这几千年里，黄金的购买力，保持了让人惊奇的恒定。由于黄金具有商品和金融双重属性，其优势在于超越时间的稳定性。所以如果是为了投机性获利，那买卖纸黄金当然是较好的选择：不到4000元就可开户，可以全天24小时不间断操作，即跟随国际黄金市场的波动情况进行报价，赚取差价。实物黄金的优势则在于：购买银行或者黄金商发行的投资性金条在手，一是安心，二是减少黄金交易的信用风险。实物黄金可以持有八年、十年，甚至当做传家宝，留给下一代。在面临恶性通胀压力或战争威胁的情况下，一旦货币出现严重贬值，黄金和房产（战争中的房产是没有价值的）可以化解风险。

但是，投资实物黄金还量力而行，一般投资者主要是为了保护家庭财富，并且预留以备不时之需，正常情况下，一个拥有100万家庭资产的人，手握价值10万元实物黄金就足够了。☹

BELIEVE YOUR OWN ANALYSIS

最可靠的分析者是自己

文_紫昭 策划编辑_钟亚超 责任编辑_黄敏

越是依赖于对未来的预期，与过去的表现结果联系越少，就越容易导致错误的计算结果和严重的失误。

最近，看到一位投资者在买进某个股票仅仅11天后又卖出了，理由是“低于预期”。不知道这是他个人的预期，还是机构分析师们的预期。该公司的年度快报为1.20元。如果是个人的预期，则本来就不应该买进。如果是分析师的预期，则需查看14家券商对其盈利的预测：预测其盈利1.23元的1家，预测其盈利1.21元的4家，预测与其快报盈利持平的1家，其余的8家都在1.20元以下，最低的1家是1.09元。仅仅因为少赚3分就认为该股低于预期？那么，如果多赚3分就是超出预期了？

这是一个未来盈利的估算问题，本杰明·格雷厄姆在他的《证券分析》中提供了两条重要的规则。第一条，具有稳定盈利的公司比较容易预测，因此要优先选择这样的企业进行分析。但如果企业的盈利波动很大，在估算其未来盈利的时候就要非常谨慎，需要查看公司更远的历史数据，比如7年—10年的历史。第二条，盈利变动的趋势至少从某种程度上来说是周期性的。即使最杰出的公司，其增长率也难免偶尔下挫1年—3年。因此，格雷厄姆指出了一个重要的但却常常被忽略的区别：企业的平均盈利能够提供对未来的粗略参考，但盈利的趋势相比之下则不大可靠。不过投资者确实很容易被趋势所迷惑，而且是心甘情愿地被迷惑。正如格雷厄姆观察到的那样，他们以为只要将趋势向未来延伸，似乎就可以得到自己想要的任何结果。

罗杰·洛文斯坦曾经以微软公司为例讨论平均值与趋势之间的区别。微软公司在20世纪90年代最后6年里的每股盈利是：

年份(年)	1995	1996	1997	1998	1999	2000
盈利额(美分)	0.16	0.23	0.36	0.46	0.77	0.91

6年里平均盈利48美分，但越往后的年份盈利也越高，因此盈利上升的趋势是板上钉钉的事。现在，似乎可以将趋势延伸至未来了，于是分析师们据此预测出未来三年的盈利结果：

年份(年)	2001	2002	2003
盈利额(美分)	1.10	1.30	1.55

加减几个美分，这就是分析师们所做的游戏。2000年，基于投资者对未来盈利继续上涨的预期，微软股价上涨至50美元。这一年刚好是电脑销量周期的顶峰，而随着电脑销量的下降，微软的盈利也随之下跌。结果2001年公司的每股盈利为72美分，2002年则仅为50美分，大致相当于20世纪90年代的平均值。最终微软的股票也下跌至不到20美元。当然，微软并不像有些公司那样朝生暮死。除了2001年—2002年周期性地下跌以外，微软在20多年中一直盈利，并且盈利保持稳定上升。然而，投资者却总是错误地在盈利下跌时反应过度，就像对好消息反应过度一样。微软是好公司无疑，2007年末其股价仅为盈利的15倍，大大低于其内在价值与特许权价值。而当众多的投资者醒悟过来时，其股价就从低点上涨50%。这个例子充分展示了价格与价值之间“永恒的双人舞”。在高位时买入是糟糕的投机，而在低位时买入则是最好的投资。

《逆向投资策略》的作者戴维·德瑞曼和同伴研究了1973年—1991年间分析师收益预测的准确性。研究样本公司包括美国三大交易所的主要股票1000只。结果发现，分析师们的收益预测与实际收益一直相差很大，平均错误率达44%。尽管20世纪70年代后期信息技术飞跃发展，但分析师的预测水平反而更差。因此，德瑞曼将他的思考写入“法则”中：无论正面误差还是负面误差，对“最好”和“最差”股票的影响正好截然相反。正面误差可以使“最差”的逆向股增值，但对“最优股”来说却没有太大影响。负面误差使“最优股”价格下跌，但对“最差”的逆向股却无大碍。

格雷厄姆说，越是依赖于对未来的预期，与过去的表现结果联系越少，就越容易导致错误的计算结果和严重的失误。盈利预测一般的正确做法是，根据真实的、并且经过合理调整的公司历史收益记录，计算长期平均收益，以此为基础推断分析公司未来可持续的盈利能力。

所以，如果能够接受格雷厄姆观点的话，那么，无论多么漂亮的预期也不应该相信。最可靠的分析应该还是自己的分析，而不是分析师的分析。☹



香奈儿意味着永恒的经典，一如香奈儿女士所言：「流行稍纵即逝，风格永存。」

ONE CENTURY CLASSIC LEGEND

百年经典品牌故事之香奈儿

法国人曾经戏称皮雅芙的歌曲、萨冈的小说和香奈儿5号是法国的三大财富。现在，皮雅芙成为了怀旧的经典，萨冈的小说亦化为不朽的传奇陈列在历史的长廊之中，只有香奈儿的名字依然游走在时尚的前沿，激荡着一代又一代女性的青春梦想。

百年
经典
传奇



CHANEL, CREDITOR OF FEMININE

在优雅的夜空中,香奈儿永远是那颗最耀眼的明星,因为,在人们心中,它已经不只是个高贵的品牌,而是成为一种自信、独立、现代的新女性标志。

香奈儿,全世界女人欠它一个情

文_ Kevin 策划编辑_陈方诗 责任编辑_黄敏

提到优雅,也许人们不能准确地描述出这个词的含义,但是很多人的脑海中会呈现出香奈儿的样子。玛丽莲·梦露曾说:“我只穿Chanel睡觉。”现在,“双C”已经成为时尚界的骄傲,被推上高贵与优雅的宝座。因为,每个女人在香奈儿的世界里总能找到合适自己的东西,甚至在欧美上流女性社会中流传着这样一句话:“当你找不到合适的服装时,就穿香奈儿套装。”

传奇女子点燃法式浪漫

法国人曾有过评价:“这个世纪法国将有三个名字永存,戴高乐、毕加索和香奈儿。”这位饱受赞誉的传奇女子——加布里埃·香奈儿(Gabrielle Chanel)出生于1883年的夏天,很小的时候她就被祖母送到了修道院,在那里她的梦想是成为一位舞蹈家。22岁时,她当上了咖啡厅歌手。在一次演出中,她演唱的《谁发现了可可》大受欢迎,从此人们就把“可可·香奈儿(Coco Chanel)”这个可爱的昵称送给了她。

1910年,香奈儿在巴黎开设了一家女装帽店(millinery shop),她凭借与生俱来的才华和非凡的针线技巧,缝制出各种款式优雅简洁的帽子,终结了巨大女帽的年代。同时,时尚之都的生活也为她注入了无限的创意灵感。在她所结交的朋友中,几乎囊括了当时文化领域的所有名

人——毕加索、科克多、斯特拉文斯基、威斯敏斯特公爵……而香奈儿也正是在和多位名人的交往中,汲取了这些天才们的智慧,更加丰富了自己设计的内涵与灵感。

第一次世界大战爆发,在那个社会动荡的年代,甚至还流行着这种说法:“钱只能用来买枪和黄油”。但爱美的女人们还是不停地为自己购置新衣,不同的是,她们更加理性地进行选择,精打细算,决不会随性地买多余的奢侈品。香奈儿的女装敏锐地探寻到这个时代的味道,她为女装添上一点男性的感觉,一改当年女装过分艳丽、五花大绑式的绮靡风尚,这种简单舒适的装扮很快受到了人们的青睐。战后,香奈儿迎合时代需求,又一改其服装设计风格,闲适中带些“家居式”的慵懒,这种服装款式迅速脱颖而出。缀边裙、无袖晚装长上衣和著名的黑色窄裙,配以最流行的鞋,成为当时最时髦的装扮。

1920年,香奈儿小姐在巴黎的时装展示会中展露了她过人的才华和独特的艺术眼光。她的作品线条简单且具有实用性,所使用的色调多为深色或中性色系统,具有明显的设计风格。1922年8月5日,著名的Chanel NO.5香水问世。香奈儿小姐相信5是她的幸运数字,果然这款香水一推出即受到世界性的注目,并取得了空前的成功。



■图为在巴黎举办的香奈儿2011春夏发布会现场。

奢华定制,优雅启程

第二次世界大战爆发,这次香奈儿并不那么幸运。她关掉商店,避居瑞士,直到1954年才返回法国,继续其设计的历程。凭借一贯简洁自然的女装风格,她再一次俘虏了巴黎的仕女们。短厚呢大衣、喇叭裤等都是香奈儿战后时期的作品。这些设计也一直保持简洁而瑰丽的样式,多用Tartan格子或北欧式几何印花,而且经常用花呢造衣,舒适自然。

成功复出后,香奈儿女装的高级定制又将品牌进行了完美升华,成为精致时尚生活的再现者,和高级成衣、高级礼服定制的开拓者与推广者。每一件定制服装考究的面料、精湛的工艺,为都市女性打造出了精致优雅的形象,更诠释出女性对于时尚的追求。

虽然香奈儿一生没有结婚,但她依然对爱充满了渴望,她渴望平等和独立的爱,同时,她也在这种设计精神融入其中。在褪去天才设计师的光环之后,世人看到的是一个优雅女人的灵魂。香奈儿用最独特的方式展示着她内心对生命和爱的理解。她用自己的快乐之源头亮了香奈儿品牌的前途,同时也点燃了世界女性对优雅生活的热情。

接班人延续品牌神话

1971年,香奈儿与世长辞,当时,公司每年的营业额高达1.6亿美元,其服装先后由助理Caston Berthelot、Ramon Esparza、Yvonne Dudel、Jean Cazaubon等人掌管设计大任。在香奈儿打造的“套装模式”下,其公司的设计师循规蹈矩、按部就班,以至香奈儿的时尚魅力在她辉煌的名字下一点点褪色。终于在1983年,德籍天才设计师卡尔·拉格菲尔德(Karl Lagerfeld)接管了香奈儿公司,不但准确地把握了香奈儿小姐的设计原理与精神,更凭借他独特的自由、随意、轻松的设计心态将香奈儿的设计推陈出新,为香奈儿品牌注入强大的生命力,不可思议地使香奈儿的产品一下向前跨越了两个年代。

卡尔·拉格菲尔德为香奈儿带来了种种美誉。他出任香奈儿主席设计师后,自豪地宣布他们约有50%的销售额来自成衣销售,并对今后的销售十分看好。在1995年,他估计当年的销售额有望超过10亿美元,而实际上人们乐观地看到1995年的实际销售额已接近20亿美元。

今天的香奈儿产品代表着优雅、现代与摩登,它们都是香奈儿精神的延续。在优雅的夜空中,香奈儿永远是那颗最耀眼的明星,因为,在人们心中,它已经不只是个高贵的品牌,而是成为一种自信、独立、现代的新女性标志。

香奈儿成长大事年记

- 1910年, 香奈儿小姐在巴黎开设了一家女装帽店, 设计款式简洁耐看的帽子。
- 1913年, 在巴黎Deauville开设了第一家时装店, 开始设计香奈儿女装。
- 1916年, 推出毛线运动衫, 其作品也首次被著名时装杂志《哈泼市场》刊登。
- 1921年, 在巴黎的Cambon——即其公司现在的总部所在, 开设了著名的Cambon 31号店。
 - 1922年, 推出著名的 Chanel No.5 香水。
 - 1926年, 设计推出举世闻名的“小黑裙”。
- 1939年, 二战爆发, 香奈儿的生意受到严重影响, 被迫停业。
- 1954年, 香奈儿小姐重返法国, 继续其设计历程。
- 1971年, 香奈儿与世长辞。先后由Caston Berthelot、Ramon Esparza、Yvonne Dudel、Jean Cazaubon等人掌管设计大任。
 - 1983年, 德国设计天才卡尔·拉格菲尔德 (Karl Lagerfeld) 接管香奈儿公司。
 - 1984年, 推出纪念香奈儿小姐的“COCO”香水。
 - 1986年, 卡尔·拉格菲尔德发布的秋冬流行趋势为香奈儿赢得了金顶针奖。
 - 1987年, 推出“Premiere”腕表系列, 并在巴黎Montaigne开设了第一家表店。
- 1988年, 卡尔·拉格菲尔德和香奈儿设计室荣获由美国设计师协会颁发的国际时装特别奖。
 - 1990年, 推出Egoiste男用香水。
 - 1995年, 第一个推出纯黑色指甲油, 一时风靡世界。
 - 1999年, 推出首个护肤系列“PR CISION”。
- 2009年, 为纪念香奈儿小姐的伟大成就, 法国拍摄由人气女星奥黛丽·塔图主演的电影《时尚先锋香奈儿》来纪念她。
- 2011年, 以“文化香奈儿”为主题的艺术展在中国上海举办。

■资料来源: 世界品牌实验室



香奈儿精英堂

● **创始人兼设计师 (1913年—1971年)**: 加布里埃·香奈儿 (Gabrielle Chanel), 被誉为时装发展史中最具天赋的设计师。她超越生命极限的设计和崇尚自由随意搭配的风格, 把女性从笨拙的体形、扭曲的束缚中解放出来, 强调优雅简洁而方便的服装, 成为现代女性衣着的革命先锋。

● **经典设计**: Chanel NO.5香水、斜纹软呢、双色鞋、运动女裙、开襟羊毛衫外套、黑色小洋装、两件和三件套装等。

● **经典配件**: 主张让女人双手空出来的皮革穿链带的手提包, 此外, 她将钟爱的山茶花设计在绸缎的晚宴包浮雕花样里。

● **设计风格**: “永远作减法, 从来不作加法”是香奈儿小姐用来诠释她设计风格的一句话, 她解放了服装设计, 去掉了服装设计中虚伪的装饰和束缚, 同时让服装越来越实际, 越来越开放。她钟爱黑、白等纯洁简单的颜色, 喜欢将自己的主观感情寄予设计创作中, 因此, 她的设计被称为“最具灵气的艺术设计”。



● **领军人兼设计师 (1983年至今)**: 卡尔·拉格菲尔德 (Karl Lagerfeld), 德国天才设计师, 16岁初出茅庐就获得国际羊毛局设计竞赛外衣组冠军, 并由此开始时装艺术生涯。他曾经在Fendi旗下开始设计创作, 在Fendi公司工作的十几年里, 他创作出大量高雅、新颖、大胆、极端女性化的精美时装。他被誉为Fendi的改革者。1983年, 他开始了与香奈儿品牌的长期合作, 至今仍担任巴黎香奈儿公司首席设计师。被称为“香奈儿最合格的接班人”。

● **经典设计**: 克洛耶女装、厚底面包鞋、迷你牛仔裙等。

● **经典配饰**: 缀以闪亮的香奈儿式纽扣与链饰一直深受年轻人追捧, 优雅晚装与以丝质花卉为装饰的搭配, 深刻体现了巴黎时装的精髓。

● **设计风格**: 在保持香奈儿简朴优雅风格的前提下增添活泼趣味, 使之变得更加年轻、现代和成熟。将原来的黑色、米色等无彩色系转变为艳丽色调, 并缩短裙长以露出膝盖。在貌似原汁原味的同时带入自己的风格, 使人耳目一新。

● **其他设计师**: Philippe Guibourge (1978年—1983年)、Jean Cazaubon (1978年—1983年)、Yvonne Dudel (1978年—1983年)

香奈儿传世经典

● 香奈儿小黑裙

小黑裙 (Little black dress, 通常缩写为LBD) 享有百搭易穿、永不过时的声誉, 因此顺理成章地成为女士们衣橱里的必备单品, 也是服饰史上影响最深远的设计之一。在1926年, 香奈儿第一次发布了她的小黑裙。赋予了女性一种全新的自由, 来展现传统既定规范外的另一种女性美。她认为黑色与白色一样, 凝聚了所有色彩的精髓。小黑裙卸去了战前的大帽、窄裙摆和极致的装饰, 长至膝盖, 带着几分帅气的纤细。而且, 它所需要的配饰也是越少越好。小黑裙通常设计简单, 因此, 配饰就成为小黑裙的一个看点。珍珠、胸针、胸花、腰带等都是为小黑裙增色的要素。香奈儿说过: “黑色其实是诠释优雅的词汇。”





●香奈儿眼镜

细数香奈儿的经典潮流，眼镜总是重要的一环。香奈儿眼镜也继承了香奈儿品牌的一贯传统，精心雕琢的细节、创新的技术及卓越的线条都成为其独特的设计主题，眼镜本身也以鲜明的轮廓及前卫的设计和颜色吸引大众的眼光。在每款香奈儿眼镜架或者太阳镜上都明显地点缀着“双C”的经典标志，时刻向世人显示佩戴者的品位与身份。年轻化的镜框，设计融入时装的性感流利线条，令人有焕然一新的感觉，让佩戴人更加时尚而神秘。



●香奈儿NO.5香水

No.5是香奈儿的第一瓶香水，它让5成为香水界的一个魔术数字，代表着一则美丽的传奇。香奈儿No.5的灵感来自花束，融合了奢华与优雅，且表现出女性的勇敢与大胆，完全打破了当时香水的传统精神。香奈儿小姐崇尚简洁之美，她希望以简单而不花俏的设计为最初诞生的香水做包装——长方体附以俐落线条的香水瓶，香奈儿No.5的黑色字眼呈现于白底上。从玛丽莲·梦露把香奈儿No.5称之为“睡衣”以来，香奈儿香水始终以高贵优雅的形像深入人心。1956年，香奈儿No.5成为纽约大都会博物馆的收藏。直到今天，香奈儿No.5依然稳坐世界香水销售冠军的宝座。☺

SELECTION

甄选

SWITZERLAND: A COUNTRY WHERE TIME STAYS

一个能挽留时间的国度

正如哲人说的那样：“有些东西，不是每个人都能拥有——除非你有能够与之共鸣的灵魂。”

文、图_优翔国际 策划编辑_于丹 责任编辑_黄敏

提起瑞士，人们最先想到的一个词就是时间。瑞士不仅向全世界提供了其引以为豪的时间记录者——名贵钟表，还掌握着让时间停驻的秘密——抗衰老。无论是创造时间还是挽留时间，成功的背后，都源于瑞士人精益求精、不断进取的精神。



精益求精的瑞士品质

瑞士钟表的发祥地在侏罗山。以日内瓦为起点，沿着侏罗山的坳谷绵延，途经纳沙泰尔，到临近德、法边境的巴塞尔，人们把这条狭长地带叫做“钟表谷”，这里荟萃了瑞士制表工业的精英。

瑞士钟表业在世界占据主导地位。“瑞士制造”标识是钟表质量的保障，人们所看重的，正是瑞士钟表精准、至尊和无可挑剔的品质。秉持精益求精的信念，瑞士人生产的钟表精准、高质，工匠们巧夺天工的手工艺令瑞士成为钟表品质的代名词。有人说，从瑞士钟表看时间，就像欣赏一件艺术品。

世界钟表盛宴

2011年的瑞士巴塞尔世界钟表珠宝博览会（Basel World）于3月24日—3月31日在瑞士巴塞尔举行。这个迄今已有80多年历史的钟表珠宝业的盛大集会，有2000多家来自全世界钟表、珠宝等相关行业的厂商参展，10万慕名而来的参观者，是各国媒体争相报道的焦点。

百达翡丽（Patek Philippe）、江诗丹顿（Vacheron Constantin）、宝玑（Breguet）、伯爵（Piaget）、积家（Jaeger-LeCoultre）、万国（IWC）……这些在钟表界如雷贯耳的名字，是巴塞尔钟表盛宴必不可少的主角，而它们有一个共同点——都是在发展中不断创新、拥有超过百年历史的经典品牌。



创新：发展的动力

在钟表行业里，瑞士人写下了许多“第一”：20世纪初，瑞士人生产出世界上第一块腕表，又将计时器、报时器、日历和自动上弦等各种功能有机地结合在一起，造出了性能超群的瑞士手表；他们还发明了钟表平衡器、双指针表、飞返计时、天文星象、万年历、陀飞轮、三问报时等等。不断发展的技术和设计创新使得瑞士一直占据着钟表行业主导地位，深受世界名人富豪的热爱，成为彰显身份和品位的象征。

从创造时间到让时间停驻

出色的钟表业只是瑞士引以为豪的一个方面，这个面积相当于海南省、人口只有700万的欧洲小国，却是世界上最富裕、经济最发达的国家之一。瑞士人常说：“我们没有资源，只有双手。”凭借孜孜不倦、精挑细作的钻研精神，使瑞士在另一个和时间相关的行业——抗衰老领域，也始终处于行业尖端，至今无人能够超越。

羊胚胎素：青春永驻的秘密

提到抗衰老，人们自然会想到瑞士的羊胚胎素。这是从生长在阿尔卑斯三千米雪线以上的高山黑绵羊的胚胎中提取的一种活性物质，可以促进细胞分裂，使衰退或老化的细胞重新活化，保持青春，延缓衰老。1935年，瑞士医生首次从小羊胚胎中提取出鲜活细胞，此后不断应用的高科技生物技术，在羊胚胎素的萃取、精炼和提纯上取得非凡进步。稀缺的原料，复杂的技术，专业的试验设备，保证了羊胚胎素的纯度和品质，并使其保持足够时间的活性。迄今为止，羊胚胎素的提纯技术仍是瑞士的国家机密，瑞士是世界唯一可以进行羊胚胎素抗衰老临床治疗的国家。坐落在日内瓦湖畔的瑞士静港医疗中心以其先进、不断发展的抗衰老技术，成为世界权威的抗衰老机构。吸引了南非前总统曼德拉、法国影星阿佳妮等众多世界名流来此进行抗衰老治疗。



■图为瑞士静港医疗中心专业医护团队。

独创的抗衰老治疗

秉承瑞士精益求精的精神，1983年，瑞士静港医疗中心继承和发展了羊胚胎素活性疗法的成就，发展出个性化的全器官精华素治疗技术。静港的全器官精华素配方进入了小分子时代，活化因子和营养因子可以被人体全面吸收，通过血液循环到达各个生命组织和器官，帮助人体活化、新生出结构完整、功能活跃的新细胞，替换衰老病变的细胞，恢复人的精力和体力，促进新陈代谢、延缓衰老。

经过多年的不懈努力，瑞士静港从2011年1月1日开始，全面提升抗衰老治疗方案，可以为每一位贵宾制定个性化治疗方案。贵宾将在瑞士静港接受全面的身体检查，医生根据试验数据分析贵宾的身体状况和各生命系统的衰老程度，制定每个人的个性化抗衰老治疗方案，达到更加显著的抗衰老疗效。一次抗衰老治疗疗效基本可以达到三年以上，为贵宾节约大量的时间和金钱，创造了更高的价值。

不断的创新动力，正源于静港的“无价之宝”——精益求精的医生。经过资格认证

的抗衰老医生非常稀缺，他们是瑞士的国宝，在瑞士静港同时服务的就有三位杰出的抗衰老医生，他们发挥着综合诊疗的团队作用，是抗衰老治疗的有力保障。

五年前，优翔创造了“健康旅行”这个独特的旅行产品。五年后，“为健康而旅行”成为优翔贵宾为健康充电的最充分理由。青春之旅凝聚了优翔的心血和热情，优翔亲身体验了抗衰老治疗，亲自考察青春之旅中的每一个合作伙伴，每一家酒店，每一个餐厅，每一处景点，每一项服务，优翔有信心保证奉献给贵宾是最好的青春之旅，让您享受到瑞士专业的抗衰老服务。

时间是世界上宝贵的财富，让时间停留也成为人们梦寐以求的愿望。无论创造时间还是留住时间，需要的都是对“精益求精”的不懈追求，只有这样才能获得那些渴望得到“最好”的人士的认可。

正如哲人说的那样：“有些东西，不是每个人都能拥有——除非你有能够与之共鸣的灵魂。”^②



优翔国际—私人旅行服务专家

www.lavion.com.cn

本刊贵宾热线：400-660-2122

优翔国际

立即预订

PRECIPITATE A CENTURY OF MODERN TIDE

劳斯莱斯运动版? 没错! 但请注意, 它仍然是一辆劳斯莱斯, 平顺, 安静, 毫不费力, 种种状态下都有着一种从容的气质。

沉淀一个世纪的现代风 ——三款跨时代车型的试驾笔记

文_乐阳 策划编辑_于丹 责任编辑_顾晓欢

放眼九州, 有多少人配得上这份积淀了百年的气质? 又有多少人能驾驭这份积蓄了百年的力量。放眼全球, 有多少人能拥有这种历练了百年的个性? 又有多少人能驯服这种奔涌了百年的强悍。这里, 让我们一同去感受那百年的豪车气息。



■图为劳斯莱斯-古斯特

■百年气质: 劳斯莱斯-古思特

作为继幻影之后劳斯莱斯的第四款车型, 2011款古思特具有其特殊意义: 它是继劳斯莱斯1949年银色黎明 (Silver Dawn) 之后体型最小的一款车。当然, “小”是相对而言的, 虽然比幻影短了43.43厘米, 5.4米的车身仍旧在同级别豪华中属于佼佼者, 车重也接近2.5吨, 所以它并不是一辆“紧凑经济型”劳斯莱斯。

外观比大气稳重的幻影更动感时尚, 俏皮的挡风玻璃、紧绷的肩膀、颇具力度的圆润棱角、蠢蠢欲动的车身姿态, 这就是劳斯莱斯古思特。

古思特采用前双叉臂后多连杆电动可调空气悬挂, 以确保优异的行驶舒适性。不过这样也会导致在弯道中出现明显的侧倾, 所以它还安装了宝马的防倾系统, 独立的电控防倾杆使它在弯道中也能保持良好的车身姿态。

深踩油门, 动力汹涌而来, 这种体验从未在之前任何一款劳斯莱斯身上感受过。V12发动机仅仅在1500转就能爆发最高780牛米扭矩, 来自ZF的八速自动变速箱在人体无法察觉的间隙之中完成换挡, 4.8秒内时速破百, 1/4英里冲刺成绩13.2秒, 这是劳斯莱斯历史上最快的量产车!

劳斯莱斯运动版? 没错! 但请注意, 它仍然是一辆劳斯莱斯, 平顺, 安静, 毫不费力, 种种状态下都有着一种从容的气质。



■图为劳斯莱斯-古斯特内饰

Link:

★爱车养护“绿灯区”

拥有爱车后, 你所关注的事宜必然会相应增多。也许还会经常遇到这样的问题: 酒喝多了不能开车, 车在半路上没油了或者坏了……不要烦心, 如果你是牡丹爱车卡持卡人, 在你处于上述最无助、最需要帮助的时刻, “车管家”会及时出现在你身边。牡丹爱车信用卡是中国工商银行行为私家车车主发行的汽车行业主题信用卡, 此卡将诸多服务汇于一身, 爱车人士可以将其作为“车管家”的首选。

尊享以下便利服务

- 1元钱洗车;
- 车险优惠;
- 维修保养优惠;
- 代办年审;
- 紧急救援;
- 免费提醒……

关键时刻的温馨提醒

- 车辆保养提醒;
- 车辆年检到期提醒;
- 车主驾照年审到期提醒;
- 各项规费缴交提醒;
- 车辆违章通知提醒;
- 车险续保提醒……



■图为宾利雅致内饰



■图为宾利雅致内饰

■百年个性: 宾利雅致

当车轮深入到威尔士农村, 穿越过一个险弯, 伴随着轮胎发出的尖利的声响, 羊群四散; 司机的形象、Pimms酒和后座上的电话被抛到脑后。它可能看似是一个滑稽的高速的VIP休息室, 但这是2007款宾利雅致 (Amage T) ——运动型轿车。

野性、四方的车头以其真实造就了更大的意义。竖直、骄傲的格栅是宾利的商标, 并且使它具有非同凡响的外表, 就和长长的发动机罩给了它王者般的气质一样。

对于新车型, 宾利已经从本质上造就了它的魅力, 在高端市场中强化了其作为驾驶者汽车的声望。除此之外, 测试的前半程, 即从靠近Crewe的Rookery Hall饭店开始, 直到威尔士山脉的深处, 都是一段充满着颤抖的旅程。每经过1公里的里程, 雅致都会成长得更有自信, 尤其是当电子调整的节气门设置在“运动”模式下。

布置精巧的速度表只是重要细节中的一部分, 就像雅致可以与上路紧密相联, 如弹弓一般紧绷的悬挂。宾利已经采用了新的牵引力控



■图为宾利雅致

制系统来确保发动机动力，只有当你真的要把车扔在路边时，才会断开。在动力传动系统上，更加入了一些玩世不恭的因素，这也是本次革新焦点的核心。显然，宾利仍在精进其历史超过几十年的6.75升V8发动机的设计。稳扎稳打的发展以及厚重涡轮增压器的支持，已经使动力从1959年的200马力发展到了今天令人不可思议的500马力。更重要的是，雅致T的扭矩也达到1002牛米，它从静止至100公里/小时仅需5.2秒，尽管突出竖起车头影响了其空气动力性能，但这个数据几乎应该是不可能做到的。在低转速下，它的发动机是相当安静的，只是用足够的节流来迎合了涡轮机，深踩油门发动机加速运转，并开始发出咆哮声，之后飞奔出去。

基本参数	测试数据		
车型名称	劳斯莱斯-古思特 2010款 6.6T 200EX	宾利雅致 2005款 R 6.8T	迈巴赫 2009款 6.0T 62 齐柏林
厂商指导价 (万元)	399	498	1298
发动机	6.6T 571马力 V12	6.8T 450马力 V8	6.0T 640马力 V12
变速箱	8挡自动	6挡手自一体	5挡自动
长×宽×高 (mm)	5399*1948*1550	5390*2125*1515	6165*1980*1573
最高车速 (km/h)	250	270	250
排量 (L)	6.6	6.8	6
最大马力 (Ps)	571	457	640
最大功率 (kW)	420	336	471
最大功率转速 (rpm)	5250	4100	4800—5100
最大扭矩 (N·m)	780	875	1000
最大扭矩转速 (rpm)	1500	1800	2000—4000



■图为迈巴赫62



■图为迈巴赫62内饰



■图为迈巴赫62内饰

■百年力量: 迈巴赫62

在宝马使英国豪华轿车品牌劳斯莱斯重获新生后，奔驰也要借迈巴赫再次回到贵族阶层。特别是这部长款迈巴赫62 (Maybach 62)，它给富有的、有权势的人提供了一个宽敞的独立空间，以及超一流的行驶舒适性。

迈巴赫的内饰均采用一流材料，珍贵的木饰，Alcantara牛皮加最精致的缝线工艺，这些均比S600更高档。两个独立沙发的前面各有1.5米长的腿部空间，即使高大身材的NBA球员坐上去也绝无问题。当沙发座下边的搁脚架伸出，沙发完全变成躺椅时，这块空间的实际用途才真正显现。这时，后座上的人可以完全舒展身体舒服地躺在上面，或闭目养神，或透过超大型全景天窗遥望天空。

更为关键的是驾驶这样一辆车会感到出人意料的轻松，如果已经适应它的魁梧身躯和较大的转弯直径，照样可以自如地穿越繁华都市。迈巴赫的转向机构和前后桥均来自奔驰S级。循环球式的转向机虽不比齿轮齿条的更为直接，但其略显迟钝的反应倒使坐在后面的人舒服一些。

在测试迈巴赫快速穿桩时，迈巴赫动作虽然有些迟缓，车尾有向外摆的倾向，但ESP很可靠地将它保持在正确的轨道上。为了保证绝对安全，迈巴赫的前轮各配两对刹车卡钳，使车满载时从100公里/小时到静止的刹车距离仅为37.8米。对这一规格的豪华轿车而言，成绩令人惊奇。可见，迈巴赫的动力完全能够同最纯正的跑车较量，从驱动的方式看也是完全有可能的。Ⓜ

SEASONAL SKIN CARE

“清爽”换季 肤色宜人

文、图《男人风尚》 策划编辑_钟亚超 责任编辑_左淑
摄影/王飞 大风 造型/Jacky(东田造型)

天气越来越暖，女士们在忙着给先生准备换季衣服的同时，也不要忘了给他们换套完善的应季护肤品。不过瓶瓶罐罐总是让男人们昏头涨脑，我们经过再三精简列出了这张清单，相信我们，每一件都是必备的。所以不妨先检查一遍理容单品，缺什么就把它置办齐全吧。



她不肯靠近，“因为你太脏了！”

清洁感最重要。1.磨砂膏：Eisenberg 伊诗贝格净爽磨砂膏（Sephora独家发售）360元/75ml；2.清洁剂：Sephora 丝芙兰男士柔净保湿洁面凝霜99元/100ml；3.爽肤水：Olehenriksen 奥丽哈力逊黄瓜平衡化妆水（Sephora独家发售）208元/207ml



风一直吹！潮流就在你的须发间

须发护理，时尚风向标。1.剃须：Braun790CC剃须刀 5599元；2.头发：L'oréal 欧莱雅前卫发泥 175元/50ml

用清爽 彰显个性

清洁感来自很多方面，清爽的皮肤，利落的打扮和得体的衣着加在一起就可以让她印象深刻。不过这并不代表着洁癖，过分神经质只会适得其反哦。

用发型 彰显个性

好好琢磨琢磨吧，这是最能直接体现你品位和个性的部分。不过这个季节最好不要做什么太隆重的造型，清爽是原则。

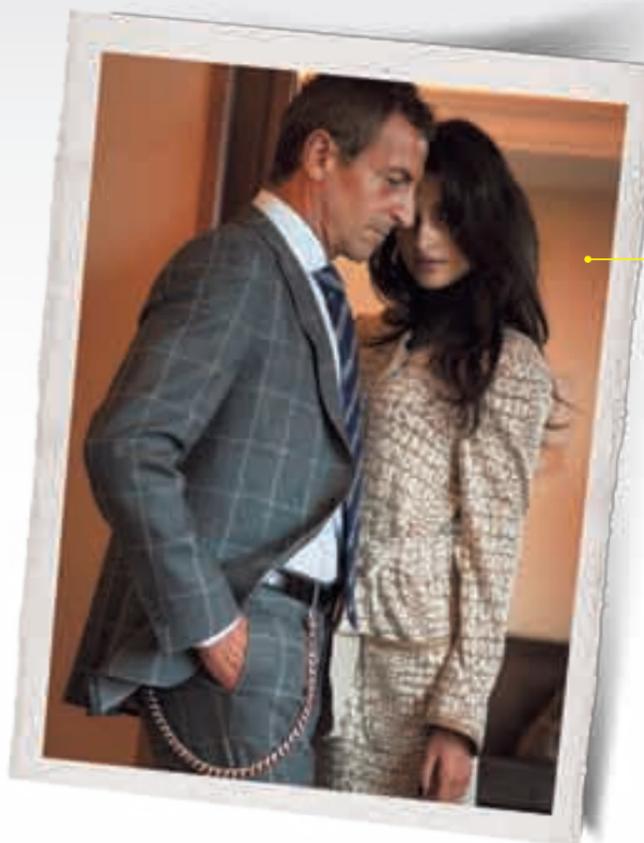
用气色 彰显个性

不管你的肤色如何，但视觉上的透亮感是必须的。完备的护理和充足的睡眠为你打造出一张有光泽的脸，让你每天都看起来神清气爽。



好气色意味着锦衣玉食

你的肤色比存款数字更重要！1.眼霜：裴礼康焕颜眼霜2080元/15ml；2.面霜：裴礼康冷润精华面霜1580元/30ml；3.防晒：La Roche-posay理肤泉特护清爽防晒露SPF50+PPD28 PA+++278元/50ml



用气味 彰显个性

气味是记忆力最持久的一种感觉，你想让她一直记得你的气息吗？选择一款最能表达你自己的香水吧！

男人的气息最有侵略感

用香味圈定你的红颜领地！香水：1. Davidoff探险亚马孙男士香水495元/100ml；2. Salvatore Ferragamo菲拉格慕托斯卡纳阳光淡香水670元/75ml



DO
用一块全能皂
一步到位完成每日清洁

首先“一步到位”这四个字就具有绝对的诱惑力，没有男人会拒绝GAMILASECRET这款从洗到润的全能型清洁产品。值得一提的是其独特的地中海草药配方能以无刺激的方式深层清洁到肌肤表皮第三层——颗粒层，同时将营养注入其中，达到集清洁、调理和润肤于一身的功效。此外，它对于皮肤炎症、痤疮、湿疹和干裂等问题也有极强治愈效果。

DO
每周去一次角质

大部分男人的皮肤都存在水油失衡的问题，所以特别容易出油或者干燥，加上工作生活环境的污染，老废的死皮和空气中的脏东西就牢牢吸附在表皮和毛孔里，时间长了就容易引起皮肤瘙痒、发炎和脸色晦暗等问题。所以每周去一次角质势在必行。你可以选择一款去角质膏或者带磨砂颗粒的清洁产品，在用温水打湿的面部轻轻画圈按摩1分钟，再用清水洗净。但要注意，去角质后的皮肤非常幼嫩，需要比平时更强的保湿和护理。

Link:

男人风尚灵通卡“特权”服务

男人风尚灵通卡是工商银行与北京《瑞丽》杂志社合作共同发行的银联标准联名借记卡。持男人风尚灵通卡可办理刷卡消费、储蓄理财、自助服务、个人信贷等所有金融业务；可在工行网点、ATM、POS、自助终端、网上银行、电话银行、手机银行和境内外带有银联标识的ATM、POS上使用，为客户提供全方位的金融服务。男人风尚灵通卡持卡客户将同时成为瑞丽俱乐部会员，享受瑞丽会员服务和特定特惠商户优惠服务。

**“保持清爽水润”24小时！
从清洁开始“长脸”**

男人的肌肤容易出油或干燥，这都是肌肤水油不均衡导致的。彻底去除早晚淤积在毛孔里的污垢，调整肌底状态。定期去除老化角质，能极大提高肌肤的亮丽光泽。

Choose 1
GAMILASECRET
神秘卡米拉植物精华凝脂

先用软硬适度的丝瓜棉瓤打出丰富的泡沫进行按摩和清洁，再用清水冲洗干净即可。新品未定价/130g

Choose 2
ARMANI
阿玛尼黑钥匙男士磨砂膏

成功浓缩了地中海活火山的火山岩浆，磨砂颗粒仅有成年男性毛孔的1/1000，不给肌肤造成任何负担的情况下，能在深层清洁的同时，补充肌肤活力和促进新陈代谢。420元/125ml

LANCASTER
兰嘉斯汀柔嫩磨砂膏

采用杏核皮粒来轻柔去除死皮，促进微循环。使用时应避免眼周皮肤，在面膜之前使用效果更好。260元/75ml



THANKS GIVING FOR THE MOTHER'S DAY

感恩呈现，缤纷大牌母亲节礼物

文_陈方诗 策划编辑_陈方诗 责任编辑_张中英



Mother 意味着什么?有人这样解释:“M”(million)代表她赐予了我整个世界;“o”(old)是她正慢慢衰老;“T”(tears)是她为我留下的泪;“H”(heart)指她那颗金子般的心;“E”(eyes)是她充满慈爱的双眼;“R”(right)意味她始终正确。当这些字母合在一起就拼成了“母亲——我全部的世界”(A word that means the world to me)。

又是一年母亲节来临,如果你是一位丈夫,不妨挑选一件表达自己祝福之情的礼物来送给你一同延续新生命的美丽妻子;如果你为子女,不妨挑选一件能表达自己感恩之情的礼物来送给赋予你生命的辛勤母亲。无论你的角色怎样,相信你对她的爱是最真挚的。那就在这个节日里献上你真心的祝福和感恩,送给她你精心挑选的那份爱的惊喜吧!

送给25岁—35岁年龄段的母亲们：

这个年龄段的母亲，角色的转换还不久，新生命所带来的喜悦还未完全消退，对于一切新、奇、特的事物还十分感兴趣，仿佛依然有充足的活力和热情，对于任何事非常积极。她们喜欢收到礼物的感觉，要送一个讨她们欢心的礼物并不难，只要把握流行、新奇、幽默感等原则。

欲望清单：

●Label Rose 法国酪悦香槟

对于美丽的母亲来说，红酒对她们的皮肤有重要的滋润作用，睡前浅酌一小杯红酒有益睡眠且养颜美容，送一款精美红酒提醒她吧。还有，给她一个甜蜜的sleeping kiss，让她每天轻松入睡。



图/东方IC

●Leica限量版相机

送她一款独特的相机，随时捕捉她的美丽瞬间，记录和宝贝一起成长的美好岁月，成为装点回忆的重要装备。



图/腾讯时尚

●Strida Mini环保脚踏车

由设计师Mark Sanders创作出的Strida脚踏车，在短时间内就打入了潮流界，因为车身线条实在简洁，无论折起来还是打开都一样有型。Strida最近更推出Mini版本，比原本的车身设计小了20%以上，携带更方便。如果您想让年轻的母亲成为时尚的领军人，那不妨就把这个脚踏车送给她。



图/东方IC



图/东方IC

●Fendi彩色十字纹手抓包

每天出门前整理包包很重要，手机、钱包、钥匙……统统要带，把这个炫丽的手抓包送给她吧。

黑名单：

对于对礼物期待值较高的母亲们来说，一些平凡的礼物显得较难接受。当她们满心欢喜地拆开礼物之后，一件类似“拼图”的礼物呈现在眼前的时候，母亲们可能心里已经在苦笑。对于这种要花心思气力去完成的礼物，她们一定不愿意浪费太多时间的。

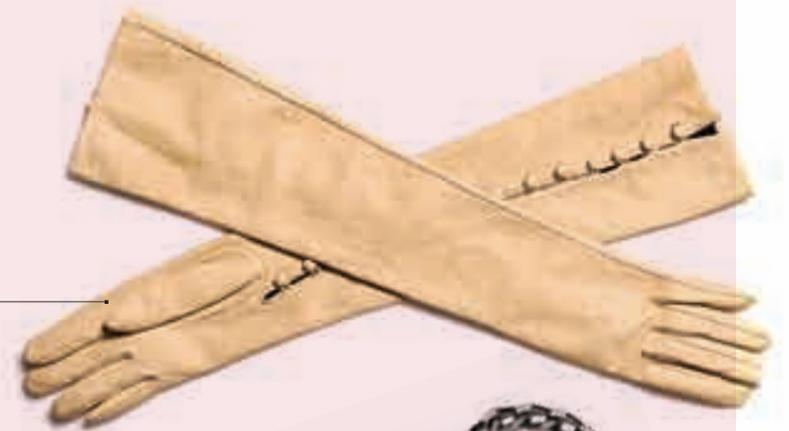
送给35岁—45岁年龄段的母亲们：

这个年龄段的母亲，无论在事业上还是在生活中都已取得了一定的成功，对于东西的品位也很高，她们的观念是：日常用品不在多，但一定高贵且实用。不落俗套的事物才能更吸引她们的目光，所以送一个兼具质感和实用性的礼物，外加名家设计的品质保证，拆开包装后马上就能用得到，她们一定会欣然接受。

欲望清单：

●Loewe 包钮羊皮长手套

母亲的手是留在记忆中最清晰的印记，岁月改变了手的轮廓却改变不了它传来的温暖，手指的优雅触动，可以让母亲在掩藏间显出最刹那的美态。送母亲一双手套，来回报她曾经给予的温暖。



图/东方IC

●Harry Winston珠宝腕表

让母亲的爱伴随时间的过往而日益累积，纵然时光可以带走美丽的容颜，带不走的是对母亲的爱。



图/CFP

图/腾讯时尚



图/东方IC

●Prada晚宴包

在母亲出席每一个重要场合的时候，一个恰如其分的晚宴包可以为母亲提升魅力指数，让母亲更加有自信。

●Gucci心形锁记事本

母亲们也会有些小秘密，一个漂亮的记事本送给母亲，让她随时做记录的同时也能有一个好心情。



●BVLGARI夜茉莉女士香水限量版

此款限量版香水完美地继承了夜茉莉的高贵精神，诠释了“黑茉莉”那份幻境中撩人的神秘之感。让清新缭绕的香氛成为母亲的味道，对她来说，这一定会成为一份优雅且弥足珍贵的礼物。



图/腾讯时尚

黑名单：

不要送“既没质感又没品位”的礼物给她们，因为她们在注重实际性的同时，无法忍受挥霍浪费的事情发生，所以那些华而不实的东西是无法打动这些母亲们的心。

送给45岁—55岁年龄段的母亲们：

这个年龄段的母亲，已经逐渐将重心从事业和工作上转移到家庭生活当中，她们对家庭表现得非常关心，营造一个舒适的家庭环境是她们的重点工作，所以送给母亲的礼物不妨也以“家”为出发点，一份能传达体贴和温馨感觉的礼物，一定会让她爱不释手。

欲望清单：

●Paul smith木柄雨伞

实用、简洁的木柄雨伞虽然没有珠宝光鲜华丽，但它一样可以表现一颗体贴母亲的心，让母亲随时感受你的心意。



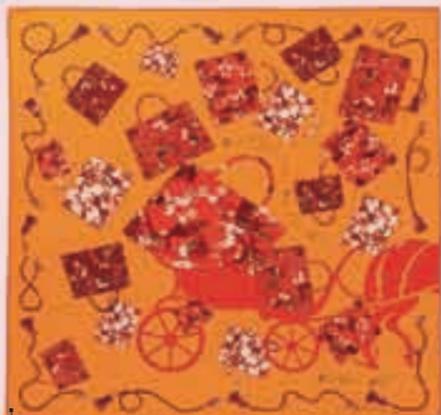
图/腾讯时尚

●Tiffany Keys吊坠

Tiffany Keys系列的灵感来自于蒂芙尼公司馆藏珍品中的“钥匙”。仿佛带有“护身符”的寓意。将一枚枚富有深意的“护身符”送给母亲，愿母亲永远美丽幸福，健康快乐。



图/东方IC



图/东方IC

●Hermes丝巾

送一方Hermes丝巾给优雅的母亲一定不会错，一款与众不同的丝巾会成为母亲整体装束上的点睛之品，烘托出母亲优美典雅的气质，这样一款超实用的单品一定会讨得母亲的欢心。

●SAFARI美容笔

岁月在母亲原本细致光洁的脸庞上刻下了印记，每一条皱纹都是母亲抚育子女辛勤的证明。送一支美容笔给母亲，让“肌肤美丽滚珠”代替你呵护母亲，让她全天候保持最佳的状态。



图/CFP

●ZOJIRUSHI咖啡机

每天一杯浓郁的咖啡会让人获得一份独特的好心情。咖啡独有的香味萦绕在身前端，宁静而致远。一款可以根据自己口味调节浓度的贴心咖啡机送给母亲，相信一定可以获得她的青睐。



图/东方IC

黑名单：

打打杀杀的动作片，让人时常觉得有声光效果的临场感，但对于母亲们来说却显得难以接受，如果你把“动作片全集”送给她当礼物的话，这不但会让她过一个险象环生的母亲节还刺激了她对世界的莫名惶恐，千万不要这样做。

送给55岁以上年龄段的母亲们：

这个年龄段的母亲，操劳半生之后，家庭的和谐与儿女们的幸福将成为她们的主旋律，当然，家人身体的健康也是母亲们的关注重点，礼物的样式相对于功能和质量来说显然已经变得没那么重要了，一份有实用价值的礼物将会是母亲们的首选。

图/腾讯时尚



●Comme des Garçons毛线帽

一顶优雅实用的毛线礼帽会成为母亲们整体造型的点睛之品，也能让母亲提升时尚指数，使母亲更加喜欢外出的感觉。

●Le Salon粉红色玫瑰味香皂

粉红色花蕾和玫瑰花朵即将迎来初夏，似乎在告诉人们美丽的季节已经到来。一款玫瑰味的香皂送给母亲，在关注卫生与健康的同时，迷人的香氛也许可以让母亲重温美好的少女时代。



图/东方IC

●Paul Smith牙刷

拥有一口健康的牙齿才能拥有一个健康的身体，想让母亲的身体更加健康，就把这个小礼物送给她吧。精致可爱的造型也会让母亲每天刷牙时心情愉悦。拥有健康的牙齿，相信母亲的笑容也会变得更多。



图/腾讯时尚

●Lanvin居家鞋、眼罩套件

当前，人们的健康意识空前提高，“拥有健康才能有一切”的新理念深入人心，因此拥有一份优质的睡眠显得尤为重要。关注母亲的睡眠和居家的舒适度，一套居家鞋和眼罩送给她，让母亲感受到你对她的爱已经渗透到生活的一点一滴。

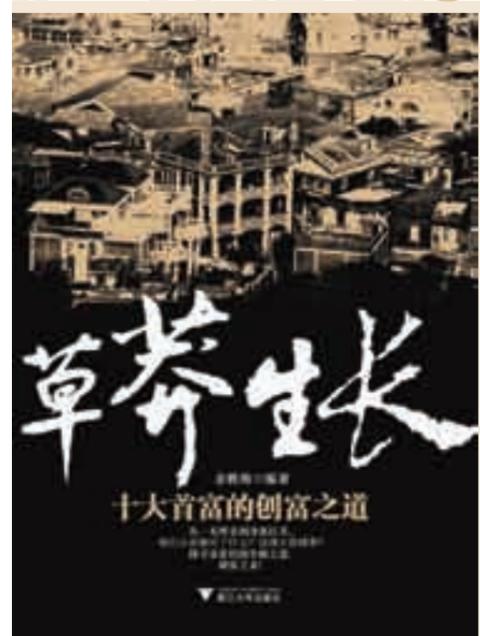


图/腾讯时尚

黑名单：

已经沉淀下激情与探索情怀的母亲们，对于日新月异的电子科技产物，可是很少会主动、热衷地进行研究。如果送上一款最新推出的电子科技产品作为礼物的话，对于一窍不通的母亲们来说还真是一件头疼的事情，几番研究之后，她们会完整地将礼物保存好，放进柜子里收藏，不知哪天它再“重见天日”的时候，已经成为一件“古董”了。

THE CHANGE IN THE LIST OF THE RICHEST 富豪榜上的变迁



作者: 余胜海
出版社: 浙江大学出版社
分类: 创富故事

文_寇全军 策划编辑_于丹 责任编辑_顾晓欢

任何事物或者活动,只要能持续进行,便具备一定的参考价值和观察价值,富豪榜也是如此。从富豪榜中,我们可以看到很多。

这是一本讲创富的书,但又不仅仅讲创富;这是一本讲企业家的书,但又不仅仅讲企业家。

从1999年起,“福布斯中国富豪榜”和“胡润百富榜”进入了中国人的视野。最初,国人是以娱乐的心态看待富豪榜的。随着一些富豪的落马,富豪榜遭遇了寒流。经过多年的风风雨雨,富豪榜主办者的经验越来越丰富,富豪榜的科学性和客观性越来越强,其价值便凸显出来。

任何事物或者活动,只要能持续进行,便具备一定的参考价值和观察价值,富豪榜也是如此。从富豪榜中,我们可以看到很多。

其一,可以看到富豪的个人成长。富豪们尤其是首富们,都具有传奇的人生经历。从这些人的潮起潮落中,我们可以悟到很多人生的真谛。在这本书里,我们可以发现,九位首富的出身都很普通。他们通过自身努力,取得了非凡的成功。当然,很多事情仅有努力是不够的,还需要方法、胆识、审时度势。这也是《草莽生长》一书的价值所在,通过作者的记录、观察和提炼,我们可以客观、全面地了解首富们的成长经历,从而去芜存菁,以供自身参考。

其二,可以看到企业的成长。首富们的财富积累,源于企业。通过做企业,来实现人生价值,并获得财富自由,这是目前很多人的成长路径。可以说,首富们都是一流的企业家。因此,通过《草莽生长》,我们也可以看到企业的成长逻辑。正如著名经济学家、前北京大学光华管理学院院长张维迎教授所说,“这是一本讲述中国首富故事的书,也是一本关于中国企业家的商业案例式读物,同时也是一本难得的经营管理实战案例。”因此,如果你对做企业感兴趣或者对管理感兴趣,《草莽生长》值得一读。

其三,可以看到中国经济的风云变幻。

我们可以采取各种方式对首富们进行分类,比如行业、出身、致富方式等等。在《草莽生长》中,我们可以看到像张茵这样依靠传统行业发家的首富,也可以看到像丁磊、马化腾这样依靠互联网行业发家的首富;可以看到像刘永好、刘永行这样的“草根”首富,也可以看到像荣智健这样的“红顶”首富;可以看到通过兄弟携手方式登顶的首富,也可以看到通过上市而登顶的首富。首富们的变迁,也反映了中国经济的发展脉络,可谓“滴水观沧海”。

当然,我们也需要抱有一种平和、理性的态度来看待这本书。阅读首富不一定能致富,也不一定为了致富。阅读一本书,能够在某些方面获得一些启迪和启示即可。《草莽生长》一书的价值是多元的,因此,不论你的目的是否为创富,这本书值得期待。📖

经典推荐:



■《品格》
作者: 布克·华盛顿
出版社: 中央编译出版社
分类: 教育激励

不管时代怎么改变,品格的力量一直未变。一个拥有高尚品格的人,总是给他人带来信心和光明,虽然他们也深知黑暗的势力。本书是由作者本人从其过往演说中挑选出精华部分集结而成。作者把自己的诚信、远见卓识,以及宝贵的人生经验融入演说中,使演说生动而又富有强烈的感染力。这些演说是坦诚而又注重实际的,并非非常有力地阐述了该如何塑造品格。作者自强不息、积极向上的生命魅力,鼓励着一代又一代人。这种力量不受时间与空间的限制,至今同样继续着它的影响。

■《一个人到世界尽头》
作者: 托马斯·格拉维尼奇
出版社: 上海人民出版社
分类: 悬疑推理

当世界上只剩下你自己,那该怎么办?跟随约纳斯一起来寻找答案吧。一切开始于夏日的某天,一个平常的工作日,35岁的家居设计师约纳斯一觉醒来,发现所有人都不知去向。重重疑虑之下,他四处寻找人们的踪迹,结果让他越发恐慌。他终于相信,这世上真的只剩他一人。他开始为弄清事情原委而努力。他把摄像机安装在城市的各个角落里,试图拍下其他人活动的迹象,但还是一无所获。在此期间,他重温了一次青年时期的郊游路线,又去了童年度假的村庄,甚至还穿越英吉利海峡隧道,去英国寻找女朋友玛丽。然而,幻听、噩梦不断困扰着他,约纳斯渐渐陷入迷狂状态。

■《一念之转》
作者: 拜伦·凯蒂
出版社: 华文出版社
分类: 人生哲学

生命中的四个问句,也许会轻而易举地帮助你了解思绪的多元化,让你的生命发生转变。这本书就是要让你看见:你的想法只是诸多想法中的一种,如果相信自己的想法,你就会受苦!在文中作者设计了六个问题,让你一一回答,然后她会问你四句话,在这一问一答之间,你可以看见自己思想的可笑和独断性。然后,你的思想自然而然地就放过了自己。拜伦·凯蒂的“转念作业”可以说是地球上的伟大赐福。一切苦因皆源自我们认同自己的念头,以及终日萦绕脑际的故事。“转念作业”犹如一把利刃,刺破自我的幻觉,让你体悟自己的无限本质,活出喜悦、平安和爱的本然境界。这本书给了你一把钥匙,现在,请好好把握!



■《自由在高处》
作者: 熊培云
出版社: 新星出版社
分类: 社会科学

爱自由,爱生活,有一种鸟是关不住的,因为它的每一片羽毛都闪着自由的光辉。改变不了大环境,就改变小环境。小环境改变了,大环境也会随之改变。做自己力所能及的事情。你不能决定太阳几点升起,但能决定自己几点起床。这是我的人生,我必须让它自由。每个人都应该是自己人生的领导者。然而,那些能够带领千军万马的人,未必能带领好自己。要么成为自己,要么一无所成。帕特里克说:“不自由,毋宁死!”熊培云说:“不自由,仍可活。”

宝贝成长卡



一起成长 共同分享

“宝贝成长卡”是工行专为16岁以下婴幼儿、青少年、中小学生等未成年客户及其父母量身打造的主题卡。该卡以家庭为单位、按照“宝贝卡+父爱卡+母爱卡”的方式发行。



一卡多能

持卡可办理储蓄理财、转账汇款、刷卡消费、自助服务等个人金融业务，持卡在工商银行营业网点、ATM、POS、自助终端、网上银行、电话银行、手机银行和境内外带有银联标识的ATM、POS上使用。

成长基金

父爱卡和母爱卡定期向宝贝卡中自动存入资金，父母共同为孩子积累成长基金。父母也可教育孩子将零花钱、压岁钱、奖学金等存入卡中，培养孩子节约习惯。

成长保障

提供专属少儿教育保险产品——“太平快乐宝宝综合理财计划”，可享受儿科专家预约、每周健康短信及国内外急难救助等服务（以该保险产品说明为准）。

成长纪念★

预约定制个性化卡面、专属贵金属产品、成长贺卡、闪存纪念卡、电子相框等配套产品和服务，记录孩子成长路上的点点滴滴，将成为一份无比珍贵的成长纪念和美好回忆，与父母的爱一起伴随孩子一生。

感恩回报★

孩子工作后，可通过宝贝卡定期自动向父爱卡、母爱卡中存入资金，使父母生活无忧、安享晚年，体现孩子对父母的感恩之情和责任感。

求学助手

当孩子异地求学时，提供转账汇款、代缴学费、资信证明、留学购汇、外币汇出、开户见证、境外消费退税等一揽子服务，成为孩子学习生活的好助手、好伙伴，帮助孩子实现求学愿望。

注：带★号产品和服务的推出时间以工行公布为准。