

乍看之下，这条

取名为《构彩》的项链似乎与人们传统印象里的“老凤祥”首饰有些不一样。

“比较特别的是，设计师把项链的空间结构从二维转向了三维，同时也非常注重留白，所以看起来通透感很强。”据工作人员介绍，这条项链是老凤祥7月中旬推出的新款，才刚去第二届消博会上亮了相，便来到了钻石珠宝文化节启动仪式进行展示。

老庙

则把8月刚推出的新品“老庙有韵”系列带来了现场。和传统的婚嫁饰品有所不同，这一系列专门跨界邀请了三位设计师，为Z世代年轻人分别带来了具有异域风情的异彩喜缘系列、饱含地域特色的江南喜韵系列、及拥有深厚文化底蕴的汉唐喜梦系列。

可以说，这一款在七夕前后推出的新品系列是属于年轻人自己的设计款婚嫁金饰，既有东方韵味，又有彰显个性风格，不仅能满足婚礼等隆重场合，也能日常佩戴。

记者获悉，在“五五购物节

”与钻石珠宝文化节期间，除了新品上市，各珠宝品牌也将推出黄金克减、新品买赠等多种促销活动。例如老凤祥就在往届购物节活动的基础上首次发放100万张价值100元、总价值达1亿元的无门槛消费抵用券，借力“五五”进一步助推消费活力。

2022钻石珠宝

文化节期间，国内外知名钻石

珠宝品牌将结合七夕、中秋

、国庆等节庆时点，推出时尚、婚嫁系列新品和丰富多彩的促销活动。同时还将组织“携手一生牵手照片展”“新锐独立设计师珠宝首饰展”“大学生珠宝首饰设计大赛”“高端珠宝鉴赏会”等主题文化活动，通过行业主体之间的跨界联动，多业态融合，提振钻石珠宝消费市场信心和活力。

“7月我们已经能明显感受到整个市场的复苏，进入8月后势头也非常不错。”上海豫园珠宝时尚集团有限公司副总裁柴闻华表示，原因之一是金价波动带来一段时间的价格新低刺激了消费，另外也有上海恢复正常生产生活秩序后带来的一系列消费需求提升。

记者获悉，2021年，上海金银珠宝类商品零售总额同比增长30.3%，增幅位列所有社会消费品类别第2名；上海钻石珠宝销售额约占全国市场总额的七分之一。

当前，上海正全面推进国际消费中心城市建设，钻石珠宝类的时尚消费将进一步助力上海城市能级与核心竞争力的提升。据悉，今天正式拉开帷幕的2022钻石珠宝文化节将围绕促进消费和传播文化两大主题，聚焦主要钻石珠宝商圈和知名品牌，消费和文化相结合，线上线下相结合，通过丰富的业态和多元化场景激发消费潜力释放。