



China Famous Brand
百年老凤祥 经典新时尚

赵雅芝

老凤祥形象代言人 赵雅芝



解放路老凤祥银楼 开化寺老凤祥银楼 铜锣湾老凤祥银楼 贵都世纪广场老凤祥
茂业百货老凤祥 铜锣湾国际购物中心老凤祥 万马仕百货老凤祥 燕莎友谊商城老凤祥
华宇购物广场老凤祥 巴黎春天百货老凤祥 圣亚购物中心老凤祥 美都汇购物广场老凤祥

加盟地址：山西省太原市金港大酒店A座17层 上海老凤祥有限公司山西总经销

(内部资料 免费交流)

SHANXIZHUBAO

山西珠宝

2015年第1期

总第16期

ShanxiZhuBao 山西珠寶

总第16期
2015年 第1期



郭晖 董事长
深圳诗普琳珠宝有限公司

诗普琳
SPRIN

山西省金银珠宝玉石质量协会主办



鸳鸯金楼形象代言人：陆毅、鲍蕾



情到最深处·真爱周六福



品牌代言人：蔡少芬

CCTV-3 《向幸福出发》独家冠名商

加盟热线：400-886-7823

深圳市莆商珠宝有限公司

深圳市罗湖区田贝四路42号万山珠宝园1号楼10层1001号

www.鸳鸯金楼.com

鸳鸯金楼山西省总代理（山西鑫辉天地珠宝首饰有限公司）

山西省太原市并州北路金港大酒店25层



weibo

贺周六福珠宝全国加盟连锁店超1500家

加盟热线：0755-25607666 全国客服：400-860-8388 www.zlf.cn

地址：深圳市罗湖区翠竹北路石化工业一区一栋1-2楼

周六福山西省二级物流中心（山西鑫辉天地珠宝首饰有限公司） 山西省太原市并州北路金港大酒店25层



wechat



诗普琳 灵感无限 风尚由我

封面人物为深圳诗普琳珠宝有限公司董事长、山西省金银珠宝玉石质量协会常务副会长郭晖。

1994年中国地质大学硕士研究生毕业，山西省第一位英国皇家珠宝鉴定师、国家注册珠宝鉴定师，清华大学经管学院EMBA。

以“灵感无限，风尚由我”为品牌理念的诗普琳，致力于用爱和美打造每一件珠宝，从首饰选款、店面设计、服务售后到全球合作，每一个细节都倾注着郭总的用心和专注。经过十年的深耕和拓展，品牌现已覆盖山西、陕西、内蒙、河南等主要城市各大中型商场，并先后获得“山西珠宝业最具影响力十大知名品牌”、“优秀放心示范店”等多项荣誉称号。



老凤祥 永恒的经典

老凤祥诞生于1848年，历经三个世纪近170年的岁月锤炼，赋予了这个民族品牌深厚的历史内涵。

“百年老凤祥，经典新时尚”，老凤祥“至诚、至信、至精、至善”的经营理念，创造了永恒的经典。铅华洗净，享誉盛名，岁月积淀，无上华美。老凤祥不仅意味着奢华、艺术、浪漫、典雅与高贵，更体现了其深厚的文化底蕴下无形的品牌价值。

适应新常态 激发新活力

如果用一句话对过去的2014年进行概括，那么这句话就是进入新常态。

这一年，面对宏观经济下行的压力和深层次结构性调整矛盾，我省珠宝行业主动调适，破解困难，聚力前行，抱团取暖，走出低谷，平稳地度过了一年，可圈可点。

踏入2015年，认识新常态，适应新常态，引领新常态，是当前和今后一个时期我国经济发展的大逻辑。

适应新常态，需要新思维，才有新作为。

新的一年，我省珠宝行业应该清醒地看到，新常态下，未来市场竞争正逐步转向质量型、差异化为主的竞争。显而易见，传统的价格战将失去战场，随着国民需求的升级，意味着企业的竞争必然是差异化、质量型的。

新的一年，我省珠宝行业也深刻的体验到，过去我国消费具有明显的模仿型排浪式特征，现在这样的消费阶段基本结束，个性化、多样化消费将渐成主流，个性化、多样化的背后，本质是品牌化。

因而，我们面临的是更加注重满足人民群众需要，更加注重市场和消费心理分析，更加注重引导社会的市场消费预期，更加注重科技进步和全面创新。也更加注重发挥企业家才能，目光和智慧。

新的一年，我省珠宝行业要在全面推进依法治国的框架下创新驱动，诚信守法经营，赢得口碑和信誉；要继续发挥我省30个知名珠宝品牌典型引领作用，重视品牌的质量内涵，增强品牌的文化积累，创新品牌的传播方式；要改变企业的理念和经营思维模式，在大众消费、个性消费、体验消费等方面加以突破。为珠宝行业积极作为提供广阔的空间，使我省的珠宝品牌走得更高、更远、更强。

新的一年，《山西珠宝》与行业同行，为企业鼓与呼，振奋精神，坚定信心。我们将更加关注国际、国内行业出现的热点、难点，分析珠宝消费信息、市场动向；更加深入挖掘和报道我省珠宝行业的亮点，大力弘扬珠宝企业家的时代精神风貌；编辑部全体同仁要加强学习，深化研究，打造精品，为各珠宝企业和广大读者提供最优质的服务。

2015年，《山西珠宝》在保留原有栏目的基础上，围绕珠宝文化和行业设立《热点关注》、《珠宝话题》、《珠宝情缘》等新栏目，期待您的参与……

2015年，适应新常态，激发新活力，值得期待！

——编辑部



刊头题词：曹中厚



《山西珠宝》2015年第1期 总第16期
2015年3月30日出版

主 管：山西省质量技术监督局
主 办：山西省金银珠宝玉石质量协会
总 顾 问：常高才 周明定
主 编：孙桂芳
副 主 编：何建中 王力平 刘福民
执行主编：张晶齐
执行副主编：胡振华
责任编辑：刘 瑾 林文忠 王阳湖
美术编辑：高淑萍
发行主任：王 伟

编委会

主 任：孙桂芳
副主任：何建中
顾 问：曹中厚 聂海舟 李才旺 盛佃清
刘 军 张岐云 王国强 高 航
田永明 吴建强 摩 伏 仵应汶
委 员：（按姓氏笔画顺序）
马 骏 王力平 王阳湖 王建国
介安治 冉春生 田勇娥 冯德秀
冯保廷 付栓梅 刘 瑾 刘福民
孙桂芳 孙全才 朱 谨 杜向梅
李宏斌 李 丽 李玲兰 何建中
邵 云 苏裕田 张晶齐 张 忠
陈全祥 陈 皓 陈 强 陈 伟
林文忠 周 震 郝建玉 赵 敏
胡振华 翁天国 郭 晖 郭晓军
唐世宏 黄斌禄 麻文娟 康荣珍
梁镇国 景随玉 韵宇花 潘秀军
霍士信

2015/1 CONTENTS 目录

封面：深圳诗普琳珠宝有限公司董事长郭晖
封底：老凤祥形象代言人赵雅芝
封二：鑫辉天地——鸳鸯金楼形象代言人陆毅 / 鲍蕾
封三：皓鑫珠宝——许愿经轮系列 hello 好运
首页：鑫辉天地——周六福珠宝品牌代言人蔡少芬
卷首语：适应新常态 激发新活力

协会资讯 ASSOCIATION INFORMATION

- 06 山西省金银珠宝玉石质量协会
组织机构人员增补调整名单
- 08 2015 年全省质监工作会议确定质量工作五大要点
- 09 携手共治 畅享消费
——全省珠宝行业开展监督抽查活动
- 10 “我的珠宝情缘”有奖征文活动颁奖仪式

钻石之旅 DIAMOND TRIP

- 14 钻石，你了解多少？
- 16 彩钻的种类及颜色分级
- 20 正确认识钻石的荧光
- 21 钻石首饰的保养
- 22 警惕仿钻 处理及合成钻石
- 27 购买钻石的注意事项
- 28 钻石价格增速，一克拉以上才有收藏价值

K 金魅力 K GOLD CHARM

- 33 2015，流行 K 金
- 34 为什么 K 金饰品比黄金饰品贵
- 36 如何保养 K 金饰品
- 38 如何搭配 K 金首饰

特别策划 SPECIAL PLANNING

- 40 凤舞龙城 祥飞梦想
——老凤祥品牌太原直营店优秀团队风采展示
- 42 鑫辉天地：周六福品牌简介、金大福 O2O 模式
- 44 金泰珠宝：誓作大同首饰行业 NO.1

珠宝时尚 JEWELRY FASHION

- 46 职场如何佩戴首饰既优雅又时尚

热点关注 FOCUS ATTENTION

- 50 玛瑙家族的黑马传奇
——南红价格 5 年暴涨超百倍

珠宝话题 JEWELRY TOPIC

- 54 珠宝的体验式消费
- 58 情感营销：珠宝品牌的创意经

收藏故事 COLLECTION OF TALES

- 60 初游麦积山 巧遇桃花玉

珠宝辞典 JEWELRY DICTIONARY

- 64 战国红玛瑙
- 68 山西松脂岩玉的宝石学特征
- 70 闪动的瞳眸——猫眼

珠宝文化 JEWELRY CULTURE

- 72 官帽上的珠宝
- 74 东珠：珠宝史上曾经辉煌的明珠

珠宝情缘 JEWELRY LOVE

- 76 玉之缘
- 78 我的首饰情缘
- 79 碧玉情

珠宝史话 JEWELRY HISTORY

- 80 玛丽王后 沉默的珠宝收藏家

品质生活 QUALITY LIFE

- 84 揭开葡萄酒年份的面纱

投资收藏 INVESTMENT COLLECTION

- 88 印石以克计价
——顶级田黄石的身价依旧高高在上

行业动态 INDUSTRY DYNAMICS

- 92 2015 春夏首饰 9 大潮流
- 93 中国黄金交易连续 8 年全球最旺
- 93 买贵金属纪念币谨防假冒
- 94 2015 年太原 NGTC 培训计划

《山西珠宝》 协办单位



宏艺珠宝



大同银星珠宝



五一亚秀金店



CC 卡美珠宝



诗普琳珠宝



尚韵珠宝



老凤祥



盛世玉影珠宝



皓鑫珠宝



孝义孝银金店



运城银鹰金店



中国黄金

金泰源黄金珠宝交易中心

山西省质量与名牌协会

《山西珠宝》编辑部

地址：太原市府西街 29 号省质监局办公楼 410
邮编：030002
电话：0351-3531237 3531631
邮箱：sxzbbjb@163.com

印刷：山西基因印刷服务有限公司

山西省内部资料准印证第 K305 号

山西省金银珠宝玉石质量协会 组织机构人员增补调整名单

会长

孙桂芳 山西省质监局原局长

常务副会长 8人

张晶齐 大同市质监局原局长
李宏斌 宏艺珠宝总经理
苏裕田 大同银星金店董事长
潘秀军 五一亚秀金店董事长
陈全祥 CC卡美珠宝董事长
郭 晖 诗普琳珠宝董事长
周 震 尚韵珠宝董事长
刘福民 山西凯瑞珠宝董事长

副会长（按姓氏笔画排序）24人

马 骏 梦金园黄金山西区域总经理
介安治 运城银鹰金店董事长
田勇娥 忻州珠宝行董事长
付栓梅 千禧之星、爱迪尔珠宝山西总经理
冯保廷 五一百氏金店董事长
朱 谨 周大生珠宝山西区经理
杜向梅 七彩云南翡翠太原旗舰店总经理助理
李 丽 盛世玉影珠宝总经理
李玲兰 孝义孝银金店董事长
张 忠 临汾金泽金店董事长
陈 伟 绿生生翡翠总经理
陈 皓 皓鑫珠宝名店总经理
陈 强 千峰百货大楼金店总经理
林文忠 山西省金银珠宝玉石质量鉴定站站长

翁天国 鑫辉天地珠宝总经理
郭晓军 萃华金店、中国珠宝山西总代理
唐世宏 晋中宏鑫珠宝董事长
黄斌禄 大同金泰金银珠宝行董事长
麻文娟 翠鑫盛珠宝总经理
康荣珍 中国黄金山西运营中心董事长
梁镇国 汾阳金鑫金店总经理
景随玉 运城市商务局、烟草局原局长
韵宇花 清徐金玉珠宝董事长
霍士信 阳泉银鹰金店董事长

常务理事（按姓氏笔画排序）38人

马 强 灵石烨森金银珠宝行总经理
王 昕 忻州周大生珠宝总经理
王 晟 榆次洁晖珠宝总经理
王文生 新绛鑫玉金店董事长
王培田 原平银通金店董事长
王联芳 银河珠宝董事长
牛云萍 五一金店经理
仇凤鸣 闻喜海天时代广场中国黄金董事长
文爱梅 太原市昕缘生珠宝行总经理
史会民 临猗百大金店董事长
白淑红 太原尊之贵珠宝总经理
毕晓军 阳城县大福珠宝金行董事长
吕继贵 临汾恒立昌董事长
沈社泽 山西明泽珠宝董事长
李 甫 新福意珠宝总经理
李 慧 介休金大福珠宝总经理
李广德 文水银鑫金店董事长

李立新 晋城凤展戴梦得总经理
李军红 翼城鑫媛黄金钻石宫殿总经理
李明良 晋城老凤祥银楼总经理
杨树文 大同钰福隆翡翠城总经理
杨美玉 阳泉市聚美翡翠玉器行总经理
杨爱香 晋中璟祥商贸有限公司总经理
杨喜英 太原百吉百泰珠宝总经理
弟宝民 垣曲凯旋珠宝董事长
宋一君 介休家家利珠宝广场总经理
张学良 绛县迎泽金店董事长
范 鹏 夏县大鹏金店董事长
郁兴发 清徐宏艺首饰专卖店总经理
赵建军 怀仁老凤祥珠宝总经理
郝智宏 孝义孝银金店总经理
姜景程 长治龙凤珠宝宫殿总经理
袁晓江 汝琳珠宝董事长
原新红 晋城百利恒总经理
高 利 霍州宏利金店董事长
黄旭东 稷山关公金店董事长
梁昌新 山阴金店董事长
韩林喜 交口宝盛金银珠宝行总经理

秘书长

张晶齐（常务副会长兼秘书长）

副秘书长 7人

王阳湖 山西省金银珠宝玉石质量鉴定站总工程师
李 健 山西省贵金属首饰产品质量监督检验站站长
王 伟 山西省金银珠宝玉石质量鉴定站副站长
郭 强 山西省金银珠宝玉石质量鉴定站副站长
白自利 尚韵珠宝副总经理
黄建平 五一亚秀金店常务副总经理
翟晨光 诗普琳珠宝营销策划部经理

理事（按姓氏笔画排序）43人

丁冬明 襄汾华亿金店总经理
马志富 欧特尔珠宝总经理
王 玫 玫之宝珠宝总经理
王志刚 文水金鑫珠宝行总经理

王俊平 福缘阁珠宝总经理
牛文华 勐拱翡翠总经理
牛晋兰 乡宁龙凤祥珠宝楼总经理
叶金发 洪洞中国黄金总经理
冯小明 太原市金福缘珠宝贸易有限公司总经理
刘 军 金久鼎珠宝总经理
刘沛源 喜利金饰总经理
闫海峰 定襄华麒宝金店总经理
孙卫民 忻州金店总经理
孙振峰 山西银汇丰饰品有限公司总经理
李 薇 侯马金伯利钻石总经理
李忠良 离石老凤祥银楼总经理
杨 鹏 古交珍玺缘珠宝总经理
杨永义 介休金伯利钻石总经理
宋永红 乡宁戴梦得总经理
宋永芳 襄汾老凤祥银楼总经理
张 昱 御翠坊珠宝店总经理
张 涛 露莎尼亚珠宝经理
张凤鸣 中阳艺宝首饰行总经理
张金莲 原平金莲珠宝行总经理
张亮宇 长治戴梦得总经理
陈永莉 太原市万德福珠宝经理
畅耀国 万荣中国黄金总经理
岳希政 阳泉金伯利钻石总经理
单文晓 临汾丘比特珠宝董事长
赵 璐 高平永兴珠宝经理
赵 鳌 深圳爱迪尔珠宝总经理
赵宏福 榆次宏福珠宝总经理
郝左亮 左权鲜淼黄金珠宝总经理
胡元晖 大同黄金之星贵金属经营有限公司总经理
聂 恒 梦雅恒珠宝总经理
郭自革 云翠堂总经理
郭纬中 临汾灵云翠轩珠宝总经理
蒋瑾斌 长治市周大生珠宝总经理
韩旭平 保德宏益金店总经理
靳卫平 古交市融宏珠宝店总经理
解立明 高平金店总经理
樊四新 太谷县宏艺珠宝总经理
潘 鑫 太原金伯利钻石经理

2015 年全省质监工作会议 确定质量工作五大重点

- 深化质量宏观管理
- 深化名牌战略实施
- 深化质量诚信建设
- 深化质量提升行动
- 深化质量监督管理

一、深化质量宏观管理 认真贯彻落实中国质量（北京）大会精神，深入实施质量强省战略，指导推动各地质量强市（县）、质量强企等活动；制定实施质量发展纲要年度行动计划，编制实施《山西省质量发展“十三五”规划》，努力构建政府负总责、企业负首责、监管部门各负其责、行业协会和广大群众积极参与的质量共治工作机制；落实企业质量主体责任，健全完善质量管理体系，不断提高质量管理效能；开展质量月和国际消费者权益日、标准日、计量日、认证认可日等主题活动，推进质量素质教育和中小学质量教育社会实践基地建设，培养建立质量专业队伍。

二、深化名牌战略实施 完善省名牌产品推选评价机制，积极推荐本省优秀企业和产品参与全国自主品牌价值评价，营造名牌发展良好氛围；推进“全国知名品牌示范区”的指导、推荐和创建工作，加强规范管理，发挥品牌效应；完善山西省质量奖评审程序和制度，规范质量奖励工作的有序实施，充分发挥政府质量奖励制度的激励导向作用。

三、深化质量诚信建设 加强企业质量信用档案数据库建设，及时采集、更新企业质量信用信息，

确保数据库信息的有效性和准确性；引导和推动重点企业导入“企业质量诚信管理实施规范”，推动社会中介机构和组织参与质量诚信体系建设，开展征信服务，拓宽征信渠道，完善信用信息服务平台，推进信息共享。

四、深化质量提升行动 深入开展儿童用品、厨房用具、纺织服装、装饰装修材料、车用汽柴油、食品包装材料等 8 类重点产品质量提升行动，培育和创建一批示范项目，切实解决产品档次偏低、标准水平和可靠性不高等突出问题；创新电子商务产品质量监管，落实企业主体责任，促进电子商务产品质量提升。

五、深化质量监督管理 扩大工业企业产品质量分类监管范围，对不同企业和风险产品实行差别化监管；加强对产品安全性和功能性指标的抽样检验，采取跟踪抽查、专项抽查、连续抽查等方式，改革监督抽查制度，实现监督抽查闭环监管；完善对所有产品质量检验机构以及不同类别汽车安检机构的分类监管，强化检验工作质量考核评价，对 C 类安检机构实施从严监管。

携手共治 畅享消费

全省珠宝行业开展监督抽查活动

为了进一步推进消费维权、社会共治，营造一个安全放心的珠宝消费环境。围绕“携手共治、畅享消费”3·15 年主题，根据省珠宝质协 2015 [2] 号《关于在全省珠宝行业开展监督抽查活动的通知》精神，决定于今年 4~9 月在全省珠宝行业开展专项监督抽查活动，旨在进一步强化珠宝企业的质量意识和行业自律意识。

本次专项监督抽查的范围是全省珠宝行业的销售及加工企业。重点抽查：一是珠宝玉石饰品以假充真、以次充好；二是贵金属饰品主体及配饰含量不符合国家相关标准、计量不足；三是各珠宝品牌专卖店是否掺杂销售杂牌珠宝；四是所售金银珠宝玉石饰品标识是否符合国家及行业标准；五是所售金银珠宝饰品是否明码标价、标价虚高等。该活动分两个阶段，4~6 月为自查阶段，7~9 月为抽查阶段。

本次监督抽查要求：全省各珠宝企业自查是本次活动的重点。各企业要以本次活动为契机，认真深入学习有关法律法规及相关的国家标准，自我检查，自我纠正；省珠宝质协各会员单位应在本次活动中起到示范带头作用，抓好典型，并做好相关配合工作；在抽查过程中，如发现以假充真、以次充好等严重问题的，将协调有关部门严肃查处。同时省珠宝质协设立监督抽查办公室，责成专人负责。进一步引导企业积极参与制定和修订本行业的质量和服务标准，建设行业诚信体系，建立行业“诚信企业榜”和“黑名单”，推动协会会员准入和退出机制，强化行业自律监督。

该项活动结束后，省珠宝质协对监督抽查情况将在省城主要媒体及《山西珠宝》进行通报。



孙桂芳会长为获奖者颁奖

“我的珠宝情缘” 有奖征文活动颁奖仪式

现场花絮

1月18日上午，由《山西珠宝》编辑部和山西最具影响力十大珠宝品牌盛世玉影珠宝联合举办的“我的珠宝情缘”有奖征文活动颁奖仪式在太原国贸大厦B座903盛世翡翠珠宝沙龙举行。省珠宝质协会会长孙桂芳、常务副会长兼秘书长张晶齐、《山西珠宝》编辑部、盛世玉影珠宝员工以及来自各行各业的获奖作者共60多人参加了颁奖仪式。



盛世玉影珠宝总经理
省珠宝质协副会长 李丽



一等奖获奖嘉宾合影



省珠宝质协鉴定站站长林文忠现场为嘉宾鉴定珠宝

该征文活动得到社会各界人士的广泛关注和参与。征文自2014年4月至11月止，历时八个月，共收到各类投稿300余篇。征文经过专家评审组严格评选，共评出一等奖5名，二等奖10名，三等奖20名。

获奖作品颁发的奖品全部由山西最具影响力十大珠宝品牌盛世玉影珠宝提供：一等奖奖品为价值9980元珍珠项链一件，二等奖奖品为价值2680元多宝手串一件，三等奖奖品为价值980元小叶紫檀手串一件。

颁奖会上，省珠宝质协领导与获奖作者进行了亲切座谈，大家纷纷发言，畅谈了与《山西珠宝》的深厚情谊以及和珠宝的永恒情结，大家十分珍视颁发的奖品，有的获奖者由衷地发出“这是我生平第一件珍贵的珠宝”的感叹！

随后，获奖作者就盛世玉影珠宝精品进行了现场观摩和欣赏，赞叹声不绝于耳！



二等奖获奖嘉宾合影



三等奖获奖嘉宾合影



Diamond Trip

钻石之旅

钻石以其悠久的历史、高贵的品质、浪漫的文化、绚丽的光芒、无与伦比的硬度，而享有“宝石之王”的美誉。

钻石的文化源远流长。人类文明虽有几千年的历史，但人们发现和初步认识钻石却只有几百年，而真正揭开钻石内部奥秘的时间则更短。在此之前，伴随它的只是神话般具有宗教色彩的崇拜和畏惧的传说，同时把它视为勇敢、权力、地位和尊贵的象征。如今，钻石不再神秘莫测，已成为百姓们都可拥有、佩戴的大众宝石。

钻石是指经过琢磨的金刚石，故被公认为自然界中最坚硬、折光率最大、最纯洁的宝石。在珠宝习俗中，钻石是四月份的生辰石以及结婚 60 周年的纪念石。今天人们更多地把它看成是爱情和忠贞的象征，象征着坚贞、纯洁和永恒。

钻石，你了解多少？

钻石，矿物学名称为金刚石，是在地球深部高压、高温条件下形成的一种由碳元素组成的单质晶体。它以其光彩夺目、晶莹剔透及稀有、高硬度等特点而著称于世，自古以来就受到人们特别是王宫贵族的追捧，是世界上公认的最珍贵的宝石，被称为“宝石之王”。

据统计，在全球珠宝贸易中，钻石占到了80%的市场份额。虽然2014年国内珠宝行业不景气，但是钻石消费依然是上扬的。其主要化学和物理性质如下：

化学成份：99.8%是碳(C)，有0.2%的杂质，如氮(N)、氢(H)、硼(B)等。

晶系及结晶习性：等轴晶系、均质体。常以八面体、菱形十二面体、立方体以及它们的聚形出现，少数情况下还有四六面体、六八面体、四角三八面体、三角八面体和三角薄片双晶的形式出现。

解理：八面体完全解理



硬度：10，天然矿物中硬度最高。但脆性也高，用力碰撞会碎裂。

颜色：白色、黄白色、黄色、粉红、红色、紫色、绿色、蓝色、橙色、褐色、黑色等。

光泽：金刚光泽

透明度：多为透明

折射率：2.417

色散值：0.044 (高)

全内反射：临界角 24.5°

热导率：0.35 卡 / 厘米 / 秒 / 度

热膨胀系数：在 193~1200K 的温度范围内，其热膨胀系数为 $0.8 \times 10^{-6} \sim 4.8 \times 10^{-6}$

比重：3.52 (g/cm³)

发光性：大部分钻石发蓝白色荧光，少数发黄色、蓝色、粉红色、橙红色和几乎白色的荧光。通常，长波下的紫外荧光强于短波紫外光。

更多关于钻石的介绍，详见《山西珠宝》第2期(2011年9月30日出版)。本期我们将着重介绍彩色钻石和购买钻石时的一些注意事项。

甄选绝世美钻 融合精湛工艺

诗普琳独家推荐

Love of Swan
天鹅之恋

一生一爱 · 守护唯一



无法时刻相伴，唯以钻石铭记我的真心。天鹅之恋，为你的真心刻上爱的印记。

以爱之名，幸福相伴

诗普琳
SPRIN

鉴赏
APPRECIATION

《天鹅之恋》 诗普琳提供

彩钻的种类及颜色分级

大多数人都认为，钻石的颜色越白越好。其实钻石并不仅仅有一种颜色，它是色彩纷呈的。通常我们根据钻石颜色分成两大类：无色 - 浅黄（褐、灰）色系列和彩色系列。

无色 - 浅黄（褐、灰）色系列

包括近无色到浅黄、浅褐、浅灰色。按照国标 GB/T16554-2010《钻石分级》分为 D、E、F、G、H、I、J、K、L、M、N、<N12 个级别。

彩色系列

包括黄、褐、红、粉红、蓝色、绿色、紫色、橙色、黑色等。大多数彩色钻石颜色发暗，强 - 中等饱和度的颜色艳丽的彩钻极为罕见。彩色系列钻石简称彩钻，它一方面是由于微量元素 N、B、H 等进入钻石的晶体结构中而产生的颜色；另一方面是晶体塑性变形而产生错位、缺陷，对某些光能的吸收而使钻石呈现颜色。



▲ 钻石颜色等级表

黄色钻石

呈浅黄、金黄色。在形成过程中，当氮原子取代钻石晶体中的某些碳原子时开始吸收蓝、紫色光线，因而使钻石呈现黄色。黄色钻石是彩钻中常见的一种，著名的黄色钻石有“金色庆典”，也称为“金居比利”钻石，原石重 755.5 克拉，金黄色，切磨成火玫瑰型，重 545.65 克拉，是世界上最大的成品钻石。1995 年为庆祝泰国国王蒲密蓬登基 50 周年，由泰国商人共同出资购买送给泰国王。另一颗是 Tiffany（蒂凡尼）钻石，重 128.51 克拉，为古典垫型，共 90 个刻面。



▲ Tiffany Diamond “蒂凡尼传奇黄钻”



蓝色钻石

蓝色钻石属于 II b 型，十分稀有，呈淡蓝色、艳蓝色。在形成过程中，吸收微量 B 元素，钻石便显蓝色。也有的含有 H 元素导致钻石呈现灰色、蓝灰色。最著名的钻石是 Hope 钻石，古典垫型，重 45.52 克拉，产自印度，也被称为“噩运之钻”，现藏美国 Smith Sonian 博物馆。



▲ 噩运之钻——“希望”

红色钻石

天然红钻十分稀有。可能是由晶格塑性变形和 N 元素共同造成的。晶格塑性变形会导致光谱中的绿、黄、橙被钻石部分吸收，如果钻石同时含有微量 N 元素，则钻石还吸收蓝 - 紫光，最终红色成为主导色，使钻石呈现红色。最大的红色钻石是 Moussaieff，重 5.11 克拉。



▲ 穆萨耶夫 (Moussaieff) 红钻

粉红色钻石

在形成过程中，发生塑性变形引起晶格结构扭曲，而使钻石呈现粉红色。在极特殊情况下，适当的塑性变形使钻石产生粉红色或紫红色。主要产自澳大利亚的阿盖尔矿山，产量也不大。

橙色钻石

天然橙色钻石十分稀有，纯正的橙色钻石更少，目前仅存的几颗橙色钻石也多带有棕色，是彩钻中数量最少的钻石。一般认为橙色钻石是由色心致色。迄今发现的最大的天然橙色钻石为 5.54 克拉的 Pumpkin 钻石，颜色为类似成熟的南瓜颜色，因此得名“南瓜”，产自南非。

绿色钻石

绝大多数绿色钻石为 Ia 型，是在自然界中受自然辐射损伤所致。天然绿色钻石和辐照处理绿色钻石颜色成因相同，鉴定困难。最有名的绿色钻石是 Dresden（德累斯顿），梨形，重 40.70 克拉，可能产自印度，现藏德国。

褐色钻石

产量较大，价格不高，多数褐色钻石是由于钻石塑性变形引起晶格缺陷致色，且不含 N。塑性变形程度越高，褐色色调越深。但 II a 型褐色钻石经过高温高压处理后会消除塑性变形，减弱褐色，甚至使褐色完全消失，经处理后最高可达到 D 色。“GE”钻石就是这个原理。澳大利亚大量产出褐色钻石。

黑色钻石

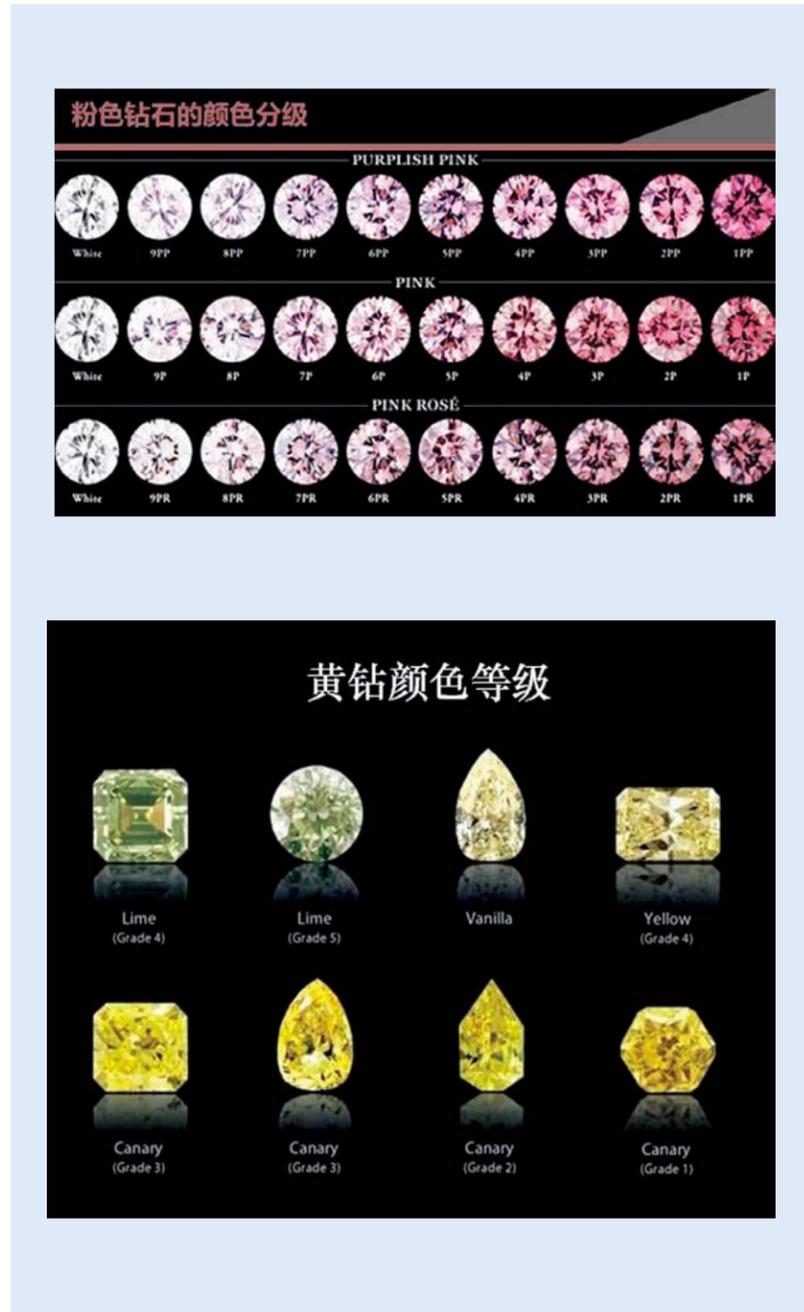
因其为多晶集合体、内含大量黑色包裹体（石墨等）和裂隙所致。当石墨包体含量很低时，钻石可以呈现为灰色。俄罗斯西伯利亚地区产出的黑色钻石含有大量的磁铁矿包体，从而使其具有磁性。最著名的褐色钻石是 Orlov（奥洛夫），重 67.05 克拉，产于印度。

彩钻的颜色分级

目前国内并没有彩色钻石分级标准，在世界上影响较大的是美国GIA的彩钻分级标准和方法。GIA制定了世人熟知的钻石4C标准：Carat（克拉）、Cut（切工）、Clarity（净度）、Color（颜色）。对于彩钻鉴定机构则更加看中钻石的颜色，Color（颜色）所占的比重明显超过其他3C，一个颜色级别的差异可以造成几倍甚至十倍的价差。以黄色钻石为例，从低到高，依次为：Fancy Light Yellow（淡彩黄）、Fancy Yellow（彩黄）、Fancy Intense Yellow（浓彩黄）、Fancy Deep Yellow（深彩黄）、Fancy Vivid Yellow（艳彩黄）。虽然黄钻较为常见，但达到艳彩级别的黄钻却稀有难求。据美国宝石协会统计，其鉴定的黄钻中只有不足5%为艳彩黄钻。

以上对颜色的定义，适用于所有的彩钻，比如粉钻pink diamond，蓝钻blue diamond，仅仅只是把上边的yellow替换一下而已，等级部分定义是一样的。

除了黄钻，其它彩色钻石在市场上都很难看见，由于技术的进步及彩钻的市场价值较高，所



以合成和处理的彩钻不可避免的出现在市场上，加之国内检测彩钻的质检机构较少，通常还是以GIA证书为主，所以提醒消费者购买时请特别留意。

部分彩钻拍卖参考价



▲ 格拉夫 Graff 粉钻
时间：2010年11月16日
级别：24.78 克拉，浓彩粉色，净度 VVS2
成交价：4544 万瑞士法郎（约合 4575 万美元）



▲ “The Orange”（又称“火钻”）
时间：2013年11月
级别：14.82 克拉，艳彩橙色（Vivid Orange）
成交价：3550 万美元



▲ 粉红之星（现名粉红之梦）
时间：2013年11月13日
级别：59.60 克拉，净度为最高级的内部无瑕（IF）
成交价：6800 万瑞士法郎（约合 7400 万美元），加上佣金总共 8300 万美元（约合 5.18 亿元人民币）



▲ 格拉夫黄钻
时间：2014年5月13日
级别：100.09 克拉，艳彩黄（Fancy Vivid Yellow）
成交价：1450 万瑞士法郎（1630 万美元）



▲ 温斯顿蓝钻
时间：2014年5月14日
级别：13.22 克拉，级别为“艳彩蓝”（vivid blue），净度级别为无瑕（F1）
成交价：2379 万美元 2379 万美元（约合人民币 1.48 亿元）

正确认识钻石的荧光

虽说荧光对钻石价格的影响高达5%，但并不是说钻石有荧光就不好。

误解1：荧光反应是一种辐射，对身体有害

有朋友觉得荧光就是一种辐射，其实不然。荧光是因为钻石的晶格(主要因为钻石内部的氮或硼元素)结构，在紫外光下激发的一种光学现象。并没有放射性，也不存在辐射，就如同我们每天用的人民币加有荧光纤维一样，对身体是没有影响的。而且天然宝石里很多有荧光的，比如红宝石、锆辉石、托帕石均有荧光。

误解2：有荧光的钻石比没有的“软”

有荧光的钻石比没有的“软”，其实这个论述有失偏颇，因为“软硬”是个相对的概念，而且钻石的不同方向上的硬度会略有差异，所以无法进行合理的比较。况且即使是有荧光的钻石也比其它宝石要硬得多。



▲ 钻石的荧光效应

误解3：有荧光的钻石比较便宜，所以不好

这是一个错误的概念。每颗钻石都是独一无二的，不同的人有着不同的喜好，对于有荧光的钻石要因人而异。在某些地方，有些人反而因钻石有荧光可以在晴天和阴天呈现不同的视觉效果而特别喜爱。

顺便值得一提的是，很多宝石都有荧光反应，比如红宝石。相反，有些有荧光反应的宝石反而价值更高。



▲ 日光下的钻戒



▲ 紫外线下带有荧光效应的钻戒

钻石首饰的保养



我国是世界第三大钻石消费市场，据统计，钻石首饰年消费数百万件。随着钻石首饰越来越被新婚人群喜爱，钻石首饰走入寻常百姓家中，这样如何保养钻石也就成了人们所关心的问题。

人们发现：时间久了，钻石渐渐没了原来璀璨的光泽，金属底托也变得黯淡，甚至都变形了。更有甚者，突然发现首饰上的钻石不见了！那么怎么样才能够保护好钻石首饰，让她光彩依旧呢？

下面介绍几点钻石首饰的保养方法，轻轻松松就能使你的钻饰璀璨夺目、光彩照人。

1. 当你做家务时，不要让佩戴的钻饰染上油污或漂白水。油污会影响钻石的光泽，漂白水会使贵金属产生斑点。

2. 不宜佩戴钻饰做粗重工作。钻石虽然坚硬、耐磨，但怕撞击，尤其钻石腰部较脆弱，受到重击的话，可能会受损。

3. 切勿将钻饰与其他珠宝放在同一首饰盒内，因钻石在摩擦时会将其余珠宝刮伤。

4. 钻石是亲油性很强的宝石，佩戴一段时间后，表面会粘染上一层油污，经常清洗才能保持钻石的璀璨。

清洗方法：在容器中放入一些温水，加入少量中性洗涤剂，将钻石首饰浸10~15分钟后，再用牙刷轻轻刷洗，最后用清水冲干净，晾干即可。切记：不要直接在水龙头下冲洗，以防钻石松动、脱落，冲入下水道。

5. 经常检查首饰上钻石是否松动。一旦发现松动，应立即送到珠宝店，由专业人员进行维修。

6. 每半年将钻石首饰送到珠宝店检验一下，查看钻石与镶托是否有松动与变形，以便进行加固和抛光等专业维护。



钻石对戒 六福珠宝提供

警惕仿钻 处理及合成钻石

市场上钻石仿品较为常见也难鉴别的有两种：一是合成立方氧化锆（CZ），二是合成碳化硅（也叫莫依桑石）；常见的钻石处理方法有改色、提高净度、CVD 覆膜和拼合钻石；目前合成钻石技术的不同，分为高温高压（High Pressure, High Temperature, 简称 HPHT）法合成钻石和化学气相沉积（CVD）法合成钻石两种。

合成立方氧化锆

人造化合物，有着与真钻石非常相近的性质。合成立方氧化锆的折射率为 2.17，色散 0.06，与钻石（折射率为 2.417，色散 0.044）很接近，又与钻石同属均质体，硬度高达 8.5，透明度极佳、完全无色，这使它琢磨成宝石后，外观与钻石非常相似，并可以镶嵌在首饰上长期佩戴，不会被划伤磨毛而失去光泽。据说在刚生产出来的那几年，用它冒充真钻石使一些宝石界人士也会上当。

合成立方氧化锆与钻石的区分

1. 硬度。合成立方氧化锆的硬度比钻石低，为 8.5，用硬度笔可区分。
2. 比重。合成立方氧化锆的比重为 5.6~6，是钻石的 1.6~1.7 倍。有条件用仪器测一下比重，立即可以区别。
3. 合成立方氧化锆的商品代号为 CZ，因此，用它磨成的假钻石也常叫做“CZ 钻”或“俄罗斯钻”，

有些商家也叫“锆石”。其实，合成立方氧化锆和锆石完全是两种不同的东西，锆石是自然界真真实实存在的天然宝石，而合成立方氧化锆是人工合成品，不能简称为“锆石”，按照国家标准规定，凡是将合成立方氧化锆饰品标成“锆石”的均为不合格产品。

4. 价格。由于合成立方氧化锆年产量近千吨，而宝石级钻石的产量只有 800 公斤。所以 CZ 钻的价格比真钻便宜很多。

合成碳化硅（莫依桑石）

人工合成产品，也是外表最像钻石的仿制品。其常见颜色是微黄色的，化学成分是碳化硅（SiC），摩氏硬度 9.25，比重 3.22，与钻石更为接近。莫依桑石的导热能力与钻石接近，用钻石热导仪测试莫依桑石会出现钻石反应，所以不能依靠热导仪鉴定莫依桑石。用 9.5 度的硬度笔刻画其不显眼的位置会留下轻微摩擦纹，而钻石的硬度是摩氏 10 度，所以不受影响。由于莫依桑石的高硬度及高折射率特性的原因，已切割的莫依桑石表面反光及光泽与钻石极为接近。2015 年春节前后，山西省金银珠宝玉石质量鉴定站已经检出至少五颗以上的合成碳硅石。

鉴别：

1. 外观。莫依桑石颜色发黄略带绿色色调，色散高，火彩比钻石强。
2. 折射率。莫依桑石的弱点是具双折射率，折



左上：彩色合成立方氧化锆

右上：莫依桑石和钻石的火彩对比测试

左下：仿钻石切工的合成立方氧化锆



射率是 0.043，放大观察可以看见刻面棱双影。

3. 导电性。钻石除少数含杂质硼的有导电性外，大部分钻石不具有导电性，而莫依桑石的导电性很强。

4. 价格。莫依桑石的价格比钻石要低得多，所以当你遇见价格低得离谱的钻石时，一定要小心，切莫因贪小便宜吃了大亏。

5. 内含物。钻石的内含物与莫依桑石内含物不同。目前所有鉴定过的莫依桑石中都有一些内含物，它们呈针状平行排列。一些莫依桑石内可见细小的平行排列的反射线。

6. 抛光纹。莫依桑石的腰部抛光纹相互平行，这与钻石完全不同。而且由于不同方向的差异，钻石抛磨过程中要不断调整抛光方向，而莫依桑石可沿同一方向抛光。这一点在相邻刻面间尤为明显。

处理钻石

钻石的处理主要是改色、提高净度、增加重量三个方面。

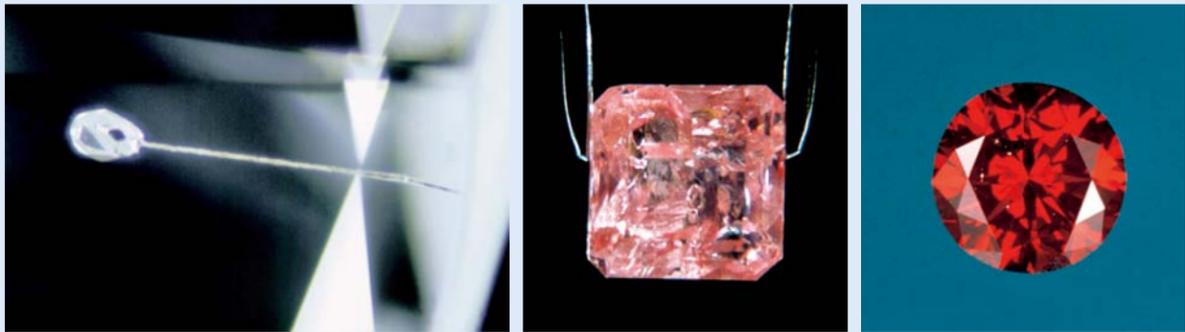
1. 钻石的表层处理，包括表面涂层和镀膜处理

为了改善体色偏黄的钻石，最古老的办法是进行表面涂色处理。如在钻石的腰棱处涂上蓝墨水或其它蓝色物质、在钻石底部增加蓝色的底衬、在钻石表面涂上一层有色氧化物薄膜，这些处理方法可以掩盖黄色，提高色级。用放大镜仔细检查或用溶剂擦拭即可鉴别，现已基本不用。

2. 采用激光钻孔和裂隙充填改善钻石的净度外观

激光钻孔是利用钻石的可燃性、钻石内部包体膨胀系数的不同，用激光和化学相结合的方法，将内部包裹体去除来提高净度；裂隙充填是指将透明的玻璃状物质或者环氧树脂注入到钻石的裂隙中，弱化裂隙的可视性，从而提高钻石净度的方法。通常这两种办法经常结合使用。

鉴别：在 10 倍放大镜或显微镜下仔细检查可见：钻石表面留有凹凸不平的激光孔眼；平直或者弯曲的激光孔道；充填物与周围钻石颜色、光泽存在差异；转动钻石观察可见“闪光效应”。



左上：镭射钻孔
中上：裂隙充填
右上：通过辐射和热退火的处理呈现出红色
左下：HPHT 处理前后的钻石颜色对比
中下：镀膜

根据国家标准 GB/T16554-2010《钻石分级》规定：充填钻石不予分级。

3. 采用辐照和热处理的方法，改变钻石的颜色

通过辐照可以改变钻石的颜色，如黄色、褐色、蓝色、绿色、粉色钻石均可以通过辐照改色获得，有时候单纯的辐照达不到理想的颜色，需要通过热处理来加固改色成果。

4. 通过高温高压（HPHT）的方法改色

通过这一手段，可以有效改变某些钻石的颜色，使之呈现无色、粉红色、蓝色、绿色、黄色。尤其是可以将一些 II a 型褐色钻石处理成无色甚至 D 色钻石，将一些 Ia 型褐色钻石处理成彩钻。不宜检测。

5. CVD 镀膜和拼合钻石

这两种处理方法可以增加钻石的重量，提高钻用具的品质，主要应用在工业上，珠宝市场上少见。

合成钻石

钻石作为装饰品，以其良好的导热性、耐磨性等性能而广泛应用于精密仪器、切割、钻探、航天和军

事等工业领域。但由于天然钻石的储量稀少，且开采困难，所以人们很早就开始尝试能否以人工方式合成钻石，以填补人们对钻石的渴求。

合成钻石是通过人工的方法生产出与天然钻石在化学成分、晶体结构、光学特性和物理特性等方面相同的钻石。根据其合成技术的不同，可分为高温高压（High Pressure, High Temperature，简称 HPHT）法合成钻石和化学气相沉积（CVD）法合成钻石两种。

1953 年，瑞士工程公司首次采用 HPHT 方法合成出钻石，进入 21 世纪后，CVD 合成钻石的方法取得突破性进展，2013 年 CVD 合成钻石开始大量出现在国内市场上。尽管合成钻石在目前的珠宝市场中所占比例很低，其发展趋势却不容忽视，并且鉴定难度越来越高。

对于辐照和高温高压处理的钻石、以及 HPHT 和 CVD 合成钻石检测相对困难，只有在设备先进的实验室里才能检测出来，所以提醒广大消费者，在购买时请通过正规渠道或者专业人士购买，并且索要正规检测机构出具的鉴定证书。



绝世美钻珍品

鉴赏
APPRECIATION



诗普琳
SPRIN

诗普琳提供

400 006 1126 www.spellin.com.cn

鉴赏
APPRECIATION



铂金钻石对戒 沪金珠宝提供

购买钻石的注意事项

购买钻石无论是用来佩戴还是收藏投资，都应该注意以下几个事项：

一定要注意切工

众所周知，钻石的分级标准是4C标准：Carat（克拉）、Cut（切工）、Clarity（净度）、Color（颜色）四个方面综合评价。但是笔者在日常工作中发现多数消费者在购买钻石时只注意大小、净度、颜色，很少注意切工的，殊不知切工优秀EX（Excellent）与好G（Good）之间的差价可能超过20%。所以，买一枚好的钻石，切工是不得不考虑的重要因素。

不可忽视钻石荧光

所谓钻石的荧光反应，指的是钻石在受到紫外线照射下，自身发出可见光的现象。钻石的荧光主要与晶格中的杂质元素N有关。自然界中90%以上的钻石发蓝白色荧光，还有少数发黄色、蓝色、粉红色、橙红色和几乎白色的荧光。不同的钻石荧光强度不同。根据钻石荧光强度的大小分为四个等级：无、弱、中等、强。有无荧光也是影响钻石价格的一个重要因

素，有时价差可达5%。所以购买钻石，尤其是裸钻石要特别注意是否有荧光。

留意钻石的奶咖绿色调

钻石的奶咖绿色调，是指钻石除了主色调（无色—浅黄）外所带有的奶白、咖色、绿色色调。奶白色就是钻石看起来雾蒙蒙的，像一层牛奶似的涂在钻石表面，这可能是由于钻石内部存在非常多的细小的、在普通放大镜下不可见的无色包体对光的反射所致。部分钻石奶咖绿色调是实实在在存在的，但是在颜色分级的时候却不会影响钻石的颜色级别，所以很多高色级的钻石也会有咖色、奶白色或绿色色调，且分级证书上不会标注是否有奶咖绿色色调。因此，同样级别的钻石，会因为其它色调比正常的钻石便宜一些。在交易中钻石商人们通常会说明是否带有奶咖绿色调。但也不排除因为疏忽或者其它原因未说明的情况存在。所以购买钻石时不要一味的只比价，一定要综合判断。

文 / 郭云鹏



钻石价格增速

一克拉以上才有收藏价值

“钻石恒久远，一颗永流传”，随着这句经典的广告词深入人心，钻石及钻饰也刮进千家万户。在中国，钻石的消费者主要出于亲友送礼、犒赏自己、作为增值保值传承等三大主要动机，其中婚庆市场消费可占50%的比例。中国新兴的中产阶级对钻石的购买力迅速膨胀，促使世界范围内非收藏级别钻石的价格迅速上涨，甚至超过超级富豪热衷的收藏级别珠宝价格的增长速度。有数据显示，2008年金融危机时，当时2克拉以上的钻石价格微跌，有投资者购入后，至今价格已上涨40%；而据业内人士分析，预计钻石价格会有每年5%至10%的涨幅。

钻石增值快 小型钻石需求量较大

“钻石涨得太快了，去年一年里涨了五次，累计涨幅达45%。”一位周姓经销商如是说。以50分、VVS2级、H色、3EX的钻石为例，现在的报价是1.6万左右，而去年才1万多一点。在太原市开化寺街一家珠宝店里，一位正在帮妹妹挑选钻戒的郭女士说：“2010年我结婚时买的30分钻戒花了7000多块钱，现在同样级别的已经过万了。”

调查中发现，钻石价格上涨呈现两极分化特点，规格越大、品质越好的品种上涨幅度越大。1克拉的品种已经涨了很多次，有些3克拉的品种价格甚至已翻番，而50分以下的品种，累计涨幅也只有100美元，有的几乎没有涨。在2008年金融危机之前，虽然每年有3%~5%的增长，但汇率制约加上金融危机的影响，令这一涨幅几乎被全部抹去。从2006年至今，钻石价格一路上升，如果当初花4.5万元人民币买1克拉钻石，现在能卖到8万元，几乎翻了一倍。2011年，中国超过日本成为世界第二大低级别钻石消费国，位列美国之后。中国钻石首饰销售增长28%至92亿美元，中印两国2011年低级别钻石总销量占全球总额的20%，市场预测至2016年，将增长28%至310亿美元。

相较于1克拉以上的大型钻石，小型钻石的情况要好得多。0.3克拉已打磨钻石尽管在2014年8月份价格下跌了1.6%，但相较于2011年的高点来说，小型钻石目前总体下跌幅度只有13%。相关专家指出，目前只有0.3克拉和0.5克拉的小型钻石仍然有较大的需求。由于中国中产阶级的崛起，使得中国的钻石市场趋于成熟，消费者对于功能性钻石的需求成为主流，例如作为订婚戒指。相反，过去将钻石用于炫耀、展示的需求有所下降。



钻石储量减少 克拉钻成投资热门

从近年来的走势看，投资1克拉以上的裸钻年收益率在11.82%~13.15%之间，投资3克拉以上裸钻的年化收益则高达30%。在国外，钻石投资已经成为一个新的投资门类。目前确实已经出现了钻石炒家，他们专盯克拉钻，并且对颜色和级别要求都比较高。“有的炒家肯定是赚到钱了，现在花10万块钱能买到一颗1克拉的钻石，三年前能买俩。”据了解，从2010年12月底至2011年6月下旬，在国内消



▲一枚6.01克拉鲜彩蓝钻配粉红钻指环



▲41克拉无瑕鲜彩紫粉红钻

费量最大的三类钻石中，50分钻石涨幅达49%；70分钻石涨幅约37%，1克拉钻石涨幅在34%左右；3克拉以上钻石及稀有彩钻，上半年身价甚至已飙升逾150%。同年，在香港苏富比秋拍中，一枚4.19克拉的橙钻配钻石指环以2300万港元成交，一枚6.01克拉蓝钻配粉红钻指环以7900万港元成交，这让很多投资者看到了钻石收藏的巨大利益。2010年11月，一颗重达24.78克的稀有粉色钻石以4560万美元的天价拍出，再次刷新全球单颗珠宝的拍卖价纪录。

虽然钻石的价格在持续走低，但随着钻石供应的减少，价格的下跌可能会受到抑制。据销售商介绍，目前全世界每年的钻石开采量为9000万~1亿克拉，其中宝石级的仅占17%~20%，而全球已探明的天然钻石储量只有25亿克拉，仅够再开采25年。专业人士表示，近20年来，全球都没有发现大型钻石矿，并且短期内也很难看到任何发现新矿的可能。

钻石涨价是全球性的，目前全球的钻石资源掌握在少数几个钻石寡头手中，如戴比尔斯去年就多次提高钻石毛坯价格，从而导致国内外钻石成品价格上涨。与此同时，钻石涨价并非钻石可开采量大幅减少，而是钻石公司控制开采量，这样可以增加产品利润。

投资标准要摸清 4C标准不能少

钻石作为可能投资的商品这一理念，长期以来饱受争论，它与黄金和白银不同，很难估价，加上缺乏现货市场和流动性，投资钻石并不是那么容易。

判断钻石好坏要看“4C”，分别指颜色、净度、切工、重量，四个维度都有对待钻石的评价标准。越大的钻石自然价格越高，颜色越白、净度越高的则为上品，同时配以专业的切工让其绽放光芒。每颗钻石都会配有专业鉴定证书，从上述四个方面对钻石进行评级，消费者在购买时可多留意。其次，佩戴要看重

量和切工，用于收藏的裸钻尽量选择大颗的，1克拉以上最好，几十分的钻石只适合当饰品佩戴，没有太大投资价值，用于投资的裸钻对4C的要求应更高。最后，要认清鉴定证书不怕买假货，有两种人工合成宝石与钻石相似度非常高，一种叫合成立方氧化锆，俗称“苏联钻”，另一种叫合成碳硅石，也叫做“莫桑石”。如果这些人工合成宝石冒充钻石，用肉眼很难分辨，所以消费者在购买钻石时，应认准每一颗钻石所搭配的鉴定证书。目前，国内出具的证书须经CMA（中国计量认证）认证，国际上则主要有IGI、GIA等证书。

如果购买钻饰只是用于佩戴，可侧重于重量与切工，只要看起来颗粒大、够火彩，作为钻饰就很美了，不片面追求高颜色和高净度，价格上也会更划算。近50年来，钻石都以每年超过16%的幅度上涨，而3克拉的裸钻涨幅更大。如2010年初到年末，3~3.99克拉的钻石价格增长了30.91%，5~5.99克拉的钻石价格增长了16.22%。

业内人士表示，一颗钻石的总价格构成中，重量占40%，净度占20%，颜色占20%，切工占20%。从投资角度来讲，只有1克拉以上的钻石才具有投资价值。另外，红色、蓝色、绿色和黑色等彩色钻石比普通钻石值钱，因为每500万颗钻石中才有一颗彩钻。



不需盲目追求南非钻 可考虑长期持有

很多消费者以为只有南非出产的钻石才最好，其实不然。南非钻石之所以有名，一是因为南非钻石的开采历史比较悠久，二是历史上南非出产了数量较多的名钻，比如世界上最大的“库里南”钻石，三是一些珠宝商场的营业员为了提高销售，有意误导和宣传所致。世界上很多国家都出产钻石，钻石的品质不是由产地来决定，而是由4C标准来决定。因此不要盲目追求所谓的南非钻。

不断飙升的价格，让钻石投资持续升温。但业内人士提醒广大投资者，虽然钻石升值快，但由于目前国内“回购”渠道受限，其流通变现仍然很难。投资钻石需要注意以下几个方面：

- 第一，需要较多资金和专业知识；
- 第二，应该投资裸钻，因其没有过多的工艺费等附加费用，裸钻价格国内外相差并不大，可以选择有信誉的商家就近购买，以便得到更好的售后服务；
- 第三，要选择1克拉以上的钻石，较有投资价值；
- 第四，如果没有好的渠道，要做好长期持有的准备。

文 / 淑宁

K GOLD CHARM

K 金魅力



《伶韵》 梦金园提供

2015, 流行 K 金

回顾整个 2014 年, 珠宝行业似乎是进入“寒冬”, 至少可以说是终端零售市场的转折之年。当足金、千足金出现大幅下滑时, 却有一种异类产品创造了辉煌, 那就是素 K 金。

在足金、千足金市场撑着巨大压力之时, 素 K 金首饰和镶嵌首饰几乎同时起步, 成为市场的佼佼者, 然而到了 2014 年下半年, 二者却分道扬镳, 素 K 金首饰一路笑到最后, 而镶嵌首饰却没有这种好运气。

K 金造型多样, 款式新颖, 其变化多端的造型和独具个性的鲜明特色, 得到年轻人热捧。佩戴 K 金首饰也常被时尚人士用来充分展现个人魅力、表现自我、展现个性的选择。



白色 18K 金耳饰



白色 18K 金吊坠

随着国际黄金价格的下跌, 片面的黄金保值增值论被国际金价无情地鞭打, 而这时 K 金的美观就显现出来了, 素 K 金产品或将为内地珠宝市场带来一阵暖风。几年前, K 金产品在西南地区几乎见不到, 很少有商家推广 K 金, 而从去年开始, 这种格局开始改变, 不少商家开始大量购入黄色 K 金, 而今年一户商家一次上几公斤 K 金产品已不足为奇。在山西, 也有不少商家大力推广彩金, 甚至举办“K-Gold 彩金节”活动。

有人说“今天的足金、千足金市场有多大, 工厂有多少, 未来的 K 金市场就有多大”, 虽说真假有待时间检验, 但是首饰的核心一定是装饰性。经过这么多年的发展, K 金首饰已经完成了从量变到质变的飞跃。

在世界珠宝首饰潮流中, K 金是主流, 西方时尚人士更以佩戴款式别致又与众不同的 K 金饰品来突显个人风格; 正因为 K 金时尚能一直符合当代年轻人的需求, 因此在时尚界地位将历久不衰! 根据世界黄金协会发布的流行趋势以及时尚界日趋夸张、个性化的风尚指标, K 金首饰会在今年更为流行!

为什么 K 金饰品 比黄金饰品贵



18K 金镶钻手镯 五一亚秀提供

众所周知，黄金饰品含金量多在 990% 以上，国内流行的 18K 金饰品含金量为 750%，但是无论是线上电商还是线下终端零售店，K 金饰品通常都卖得比黄金饰品贵，这是为什么呢？这个问题让很多人困惑，本文带您了解下。

首先，了解下什么是 K 金？K 金是 Karat gold（即 K 黄金）的简称，根据 QB/T1689-2006《中华人民共和国轻工行业标准》的规定：K 是量金单位，24K 理论含金量为百分之百，1K 金含量为 1/24X100%（约是 4.166%），K 金就是有一定含量的金与其他金属（如银、铜、锌、钯、镍等）配制而成的合金。用“K”来计算黄金含量的方法源自地中海沿岸，1914 年，国际上把“Karat”规定为标准，K 金分为 24 种，即 1K 到 24K。不过世界各国采用的首饰材料都不低于 8K。这样，实际上真正算作首饰用的 K 金种类是 17 种。在这 17 种 K 金材料中，18K 和 14K 是使用最多的，它在各国首饰业中都是主要首饰原料。为了丰富各种 K 金的表现力，在含量标准不变的情况下，调节其它金属配比系数，配成色彩各异的 K 金。据《宝石四季》杂志报道，截至 2013 年 K 金的配比有 450 种，最常用的有 20 种，例如，14K 中有 6 种：红色、红黄色、深黄色、淡黄色、暗黄色、绿黄色；18K 中有 5 种：红色、偏红色、黄色、淡黄色、暗黄色。目前国内市场上常见的是 18K 金，有 K 黄、K 白、K 红（即玫瑰金）

3 种。饰品上印记为“18K 金”、“G18K”、“Au18K”、“Au750”、“G750”、“金 750”。

其次，看下 K 金有那些特点？K 金饰品除了材质本身价值外，还可配制成多种颜色、多种款式，具有不易变形和磨损的特点，重要的是被赋予更多艺术价值。

1. K 金首饰更精美

现代女性对于生活的追求也越来越高，对于珠宝首饰的消费越来越自主、独立、个性化，其消费目的也由当初的保值为主转换为装饰为主。在设计上，黄金相对 K 金首饰简单而传统；K 金在设计上可以做更多文章，款式选择很多，当然设计的成本也相对黄金多出不少，这些隐形成本，都会最终体现在零售价上。在欧洲，人们更青睐于以 K 金为材料的首饰，9K、14K 等低 K 金大行其道，就因为 K 金首饰的设计更为精美、时尚、多变。

2. K 金工艺难度更大

黄金质地太软，承受不了太精致的加工，多用来做传统样式，如龙凤镯、大项链、大吊坠等款式才不容易变形和损坏；而 K 金硬度更好，延展性更强，适合做复杂的工艺处理，制作出时尚、精致、华丽的款式，当然 K 金的工费会比普通黄金的高一些。

3. K 金面大体轻

K 金因设计与工艺的优势，其制作出的首饰体积大、款式多变，装饰效果非常好，相对重量还轻，越来越受到时尚女性的喜欢，所以世界黄金协会专门推出了 K-Gold 品牌，致力于 K 金首饰的推广。基本上正规店里所有的 K 金首饰都标有克数，但都是按件卖。

那么同种款式不同材质的项链，18K 金的单价和足金的哪个高？看几个例子：

某品牌，O 型足金项链 316.4 元 / 克



某品牌，O 型 K 金项链 547 元 / 克



同样款式的黄金 O 字项链至少要 3 克以上才牢固不易损坏，而同样款式的 K 金 O 字链，可以做得更精细，只要 1 克多。

某品牌，水波纹 K 金项链 740 元 / 克



某品牌，水波纹足金项链 319 元 / 克



以上两大品牌的同种款式项链，在工艺环节近似的前提下，都是 18K 金的每克单价比黄金的高那么多，这又是为什么呢？一是 K 金工艺好、工费贵；二是挣一定的利润。因为看上去高大上的珠宝行业利润率低得惊人，有着“操着白粉的心，赚着白菜的钱”的说法，事实上黄金的毛利率算下来平均只有 3%-5%，远不如卖白菜利润高，有的货的利润还买不到一颗白菜。黄金是刚性需求，作为最容易走量的种类，每个零售品牌都希望能以低价黄金饰品吸引海量客户，所以价格战略格外激烈，然后通过 K 金挣得利润。这也是零售渠道，黄金是按克重计价，K 金珠宝是按件计价的缘故。假如珠宝零售品牌的 K 金的利润都和黄金一样低的话，那珠宝品牌根本无法支付高昂的店租、装修、人工、营销、税费等，消费者也就难见到那么精美的珠宝饰品了；三还要考虑具体品牌和款式进行分析。两件同样重量的首饰，K 金有可能比黄金的价格高几倍甚至几十倍。比如 Cartier、BVLGARI 等世界一线珠宝品牌，K 金产品价格远远高于黄金价格。



hold 住爱系列 中国黄金提供



1



2

1. 18K 金蘑菇吊坠
2. 18K 金蘑菇耳饰
五一亚秀提供

如何保养 K 金饰品

K 金首饰佩戴久了之后会褪色，失去原有的光泽，因此大家在平时的生活中要多加注意对 K 金首饰的保养及清洗。

1. 将金饰品单独存放，戴完后不要随便和其它珠宝饰品扔放一起，以防互相之间产生划痕。

2. 在做家务、园艺或者其它容易接触漂白或刺激性化学品的活动时，请不要佩戴 K 金饰品，可能会让 K 金镶嵌的宝石受损。另外在做粗重的体力活和剧烈运动的时候，最好不要佩戴 K 金首饰。

3. 避免接触酸碱类化学物品：K 金首饰在平时的佩戴过程中，要注意避免首饰接触生活中含有酸、碱等化学物质的物品以及过冷过热的状态，酸、碱物质会侵蚀 K 金的表层，不但影响美观，而且还对 K 金首饰的保养带来难度。

4. 要定期清洗：日常生活中，K 金首饰佩戴久了之后难免会沾上污渍、汗垢，因此要对 K 金首饰进行定期的清洗。常用的清洗方法：可将 K 金首饰浸泡在酒精中数分钟后取出，一般的汗垢就会同酒精一起挥发掉，然后用清水冲洗擦干即可。也可以使用中性清洁剂或是专门的珠宝清洁剂清洗 K 金饰品。

5. 送正规珠宝店抛光处理：K 金首饰也可送到珠宝店中，进行抛光和精镀处理，可使首饰能恢复最初的璀璨光芒。

小提示

“白金” ≠ “K 白金”

白金和 K 白金是两种完全不同的贵金属。白金是铂 (Pt) 的别称或俗称，英文名称为 Platinum，是一种比黄金更稀少的贵金属。颜色为银白色，市场上常见的铂金饰品有千足铂、足铂、铂 950、铂 990 等。

“K 白金”并不是 K 铂金，而是一种以黄金为主体材料，加入银、铜、锌、镍、钯或铑等贵金属按一定的比例配制而成的颜色为白色的 K 黄金（英文名称为 white karat gold）。因成分比例不同，还可产生不同的颜色，即彩色 K 金首饰。为了防止误导消费者，国家标准规定不得使用“K 白金”或“白 K 金”这个名称，而应标识为“白色 XK 黄金”或“白色 XK 金”，或直接标识为“XK 金”。X 代表着含量，用千分比表示，如 X 为 18，即含金量为 750‰。

梦金园新款钻坠推广系列

鉴赏
APPRECIATION



MY HEART WILL GO ON...



我不期待像童话般的爱情故事
只要我们的感情都是真心流露。
我相信，
真挚的心总是会感动人，
正是这一份全心全意的爱才让我感到温暖。



心心心系列
— HEART TO HEART —



“锁”系列
CC 卡美珠宝提供

如何搭配 K 金首饰

不同风格气质的人在选择 K 金首饰的时候，都会有不同的考量，但是大家最好之前先了解一下自己身形的特点，这样搭配起时尚的 K 金首饰才会更加得心应手，更加好看。

K 金戒指

不同款式的 K 金戒指会呈现出不同的风格，所以大家在挑选 K 金戒指的时候，可以根据个人的气质和手型特点来挑选。如果你有着非常修长纤细的手指，则比较适合佩戴宽面的戒指，像方戒、榄尖戒等，这样会让手指稍显丰满，使手型更加立体；如果你的手指较肥大的话，需要用长条形或是不对称的款式，拉长手部的曲线，让手指看起来更纤细。

K 金项链

K 金项链除了与颈部曲线搭配之外，还要考虑到与吊坠的款式搭配。人的脖子有粗细长短之分，因此，

在选择 K 金项链的时候也要有所区别。像脖子较粗的人，就不太适宜佩戴过细的项链，这样项链不易吸引人的目光；而脖子较纤细的人，佩戴过粗的链子则会给人一种沉重感。另外，项链与吊坠的搭配也要照顾到。如果想要突出挂件，项链就不宜过长；如果想要突出项链，则应尽量选择较复杂、花样较多的款式。

K 金耳环

不同风格的 K 金耳环适合不同气质的女生。像可爱型的圆脸少女，适合花形、心形等灵动可爱的造型；而干练型的职场女性，则佩戴简约大方的款式，在职场中既不会太过耀眼，又能衬托其优雅的风格。另外，耳环的佩戴则需要与自己的脸型搭配。总的一条原则是，K 金耳环最好是能起到修饰脸型的作用，让脸部看起来更加的精致立体。

文 / 郭云鹏



18K 金吊坠 五一亚秀提供

鉴赏
APPRECIATION

凤舞龙城 祥飞梦想

老凤祥品牌太原直营店优秀团队风采展示

范永莉

星座：巨蟹座

爱好：滑冰

我想说：人生没有彩排，每天都是现场直播

（茂业百货老凤祥）



王凤

星座：天蝎座

爱好：旅游

我想说：顾客后还有顾客，服务的开始才是销售的开始

（铜锣湾购物中心老凤祥）



柴宇宇

星座：白羊座

爱好：旅游

我想说：不求人人了解，但求无愧于心

（美都汇商城老凤祥）



李玉婷

星座：天秤座

爱好：美食、心算

我想说：生时何必久睡，死后自当长眠

（万马仕商城老凤祥）



董莲莲

星座：摩羯座

爱好：听音乐

我想说：一个细节足以改变一生

（铜锣湾老凤祥专卖店）



刘宇超

星座：白羊座

爱好：旅游、篮球

我想说：河流之所以能够到达目的地，是因为它懂得怎样避开障碍

（燕莎商城六福珠宝）



李丽

星座：双子座

爱好：听音乐

我想说：细节决定成败

（铜锣湾购物中心六福珠宝）



高艳红

星座：双子座

爱好：听音乐、打羽毛球

我想说：决心是成功的开始

（华宇购物广场老凤祥）



优秀店长 风采展示

何春菊

星座：白羊座

爱好：听音乐

我想说：运气就是机会碰巧撞到了你的努力！“博观而约取，厚积而薄发”

（开化寺老凤祥专卖店）



优秀团队

小店美都汇老凤祥

边加伟 解放路老凤祥专卖店	刘磊 圣亚商城老凤祥	冯利芳 解放路老凤祥专卖店	史敏 开化寺老凤祥专卖店	冀恒兴 开化寺老凤祥专卖店
	张敏敏 解放路老凤祥专卖店	白亚宁 贵都百货老凤祥	王文娟 巴黎春天老凤祥	赵小青 贵都百货老凤祥
赵晰 开化寺老凤祥专卖店	曲建蓉 茂业百货老凤祥	杨建宇 茂业百货老凤祥	刘婷 巴黎春天百货老凤祥	闫茹君 茂业百货六福珠宝
常瑞红 铜锣湾购物中心老凤祥			康小燕 茂业百货六福珠宝	柳青 铜锣湾购物中心六福珠宝
徐艳艳 铜锣湾购物中心六福珠宝	崔珏琳 万马仕商城老凤祥	李萍萍 美都汇商城老凤祥	裴爱崇 美都汇商城老凤祥	张建康 燕莎商城老凤祥
赵佳 圣亚商城老凤祥	高燕娥 燕莎商城六福珠宝	徐勇杰 铜锣湾购物中心老凤祥	耿蕾蕾 万马仕商城老凤祥	郭敏 燕莎商城老凤祥
杨宏 华宇购物广场老凤祥	李高鹏 圣亚商城六福珠宝	崔育铭 华宇购物广场老凤祥		

优秀员工

40 SHANXIZHUBAO

SHANXIZHUBAO 41



周六福珠宝
ZHOU LIU FU JEWELRY

周六福珠宝 CCTV 1 黄金时段推广品牌

品牌简介

BRAND INTRODUCTION

古之“周”者，“周全、齐备”也；

“六福”，即“健康之福、平安之福、和谐之福、富裕之福、美德之福、成就之福”

“周六福”，乃“六福齐备，幸福久远”之蕴意。周六福珠宝有限公司自2004年成立以来，就以“缔造价值，传承真爱”作为企业使命，心怀“让每一个拥有周六福珠宝的人倍感幸福，备受尊崇”的企业发展愿景，专业从事钻石镶嵌、黄金、铂金、K金、翡翠等珠宝首饰的设计、生产、经营业务。截止2015年3月，周六福珠宝已经在大陆地区设立了“周六福”品牌珠宝首饰加盟店及直营店近1500余家，销售网点遍及全国各地。

周六福珠宝更以“镶嵌专家”闻名于业界。秉承“精简才能体现出艺术灵魂”的产品宗旨和“每一件产品都是精品”的品质理念，周六福珠宝极其注重产品的精雕细琢，致力于让每一件产品都散发出艺术品的独特魅力，让每一位拥有周六福珠宝的顾客同时感受到这份魅力所在。

一个使命：“缔造价值，传承真爱”；

一个愿景：“让每一个拥有周六福珠宝的人倍感幸福，备受尊崇”

每一个发展阶段，每一位周六福人，时刻心怀，不断努力！

一个宗旨：“精简才能体现出艺术灵魂”

周六福珠宝拥有独立自主的产品研发队伍，并以“镶嵌专家”闻名于业界。

一个理念：“每一件产品都是精品”

对于每一件产品，我们精雕细琢、一丝不苟，致力让每一件产品都散发出艺术品的独特魅力。

往昔，十年华彩，是梦想的力量！今朝，惊鸿高歌，是大爱无疆！2015，高台瞻望，我们继续为梦想起航！站在新的历史坐标点上，周六福承诺：坚持最优的质量、最好的服务、最高的热情，投身美丽的珠宝事业；淡照霜飞的是一丝银菊，书写秋空的是一片月华，温润心田的是一抹关怀，情到深处的一世真爱。情到最深处，真爱周六福！

情到最深处·真爱周六福
www.zlf.cn



周六福山西省二级物流中心（山西鑫辉天地珠宝首饰有限公司）
山西省太原市并州北路金港大酒店25层



> 公司总部



> 公司展厅

金大福
King tai fook



梁咏琪

金大福形象代言人：梁咏琪

金大福开启O2O模式——引领珠宝行业发展

全国各大城市拥有连锁加盟店800多家



珍品



至福



传世



精工

天猫旗舰店 www.kingtaifook.tmall.com

京东旗舰店 www.kingtaifook.jd.com

官网 www.kingtaifook.com

网络商城 www.ktf.hk

金大福珠宝山西省总代理(山西鑫辉天地珠宝首饰有限公司)

山西省太原市并州北路35号金港大酒店25层



金泰珠宝

誓作大同首饰行业 NO.1



金泰珠宝是大同地区珠宝首饰知名品牌，山西省著名商标。主要经营钻石、铂金、黄金饰品、K金镶嵌首饰、珍珠、玉饰、银器、工艺金摆件、名表等商品，目前总营业面积近3000平方米，在同朔地区有6家直营店，旗舰店位于大同市历史最悠久的黄金首饰商圈——鼓楼商圈的核心地段。

自1995年成立以来，金泰珠宝历经21年的岁月洗礼，以“金泰珠宝，天天平价”的市场定位，在广大消费者的心目中赢得了款式好、数量多、性价比高的良好口碑与信誉！外在形象的树立，离不开内在品质的保证，金泰珠宝不断从管理制度、产品质量、产品款式与种类、服务水准、公益事业、网络营销等多个维度进行着永不止步的完善，誓作大同首饰行业 NO.1!

以现代企业制度建立的珠宝企业 NO.1

20世纪90年代，改革开放进入第二个十年，国家提出用现代企业制度建立社会主义市场经济，沿海城市的发展日新月异，对地处内地的大同，人们的经济条件才有了一些起色，刚刚有了一些消费意识，对首饰的需求也逐渐旺盛。当时，大同市虽然出现了像银华金店、银星金店、红旗百货大楼、工美商场等经营黄金的店铺，但由于体制原因，导致整个行业卖场陈旧、款式老旧、服务冰冷，使得人们迫切需要有一家规模大、商品全、款式丰富、服务到位的企业。

1995年金泰珠宝开业，成为大同珠宝业第一家以现代企业制度建立的规范珠宝店。从企业法人制度、权责明确、科学管理等

方面保证了金泰珠宝在创立之初就赢在了起跑线上。2层800平方米的大型卖场，丰富的产品、精致的款式、考究的装潢、到位的服务、陈坤领衔的精美广告，“金泰珠宝，人人爱戴”的广告词顷刻深入人心，为大同的首饰市场开启了新的时代。

到2000年，由于激烈的市场竞争，一些曾红极一时的珠宝企业渐渐淡出人们的视线。但对于金泰珠宝来说，这一年是实现了形象、规模全面升级的一年：金泰鼓楼旗舰店顺利搬迁，3层1400平方米超大面积，气势恢宏的店面装修，更加丰富的珠宝种类。升级后的金泰珠宝从众多珠宝企业中脱颖而出，被广大市民所熟知。

时光如梭，进入到2012年，金泰珠宝再次发力，实行直营连锁模式，截止2014年底，在同朔

地区拥有6家直营店，总营业面积3000多平方米，年销售额近2亿元。成为辐射大同、朔州近500万人口的地区第一品牌。“中国金店100强”的荣誉实至名归。

在企业制度不断完善、企业规模不断扩张的同时，金泰珠宝也从多个层面确保着自身产品的竞争力。

产品质量 NO.1——金泰珠宝是山西省首家通过ISO9002国际质量体系认证的珠宝企业。在创店之初，金泰珠宝就严格制定了从“供货商选择”到“首饰上柜”共6个环节的质量把控机制。用科学的管理方式，确保每件商品的质量合格。

产品款式 NO.1——在款式方面，金泰珠宝下足了功夫：半个月一次选货，定期参加香港、深圳、上海、北京等地的国内外珠宝展，与全球最大的钻石机构、国际铂金协会、中国珠宝玉石首饰行业协会建立最紧密的合作关系。

2004年，金泰珠宝成为大同地区首家，也是唯一一家与国际钻石推广机构DTC合作的珠宝企业，在全球同步推出“爱意”系列、“惹火”系列钻石，其中“爱意”系列更实现了一款首饰在一年内销售近千枚的奇迹。

产品品类 NO.1——金泰珠宝作为一家综合性的珠宝企业，是大同第一家开设名表专区的珠宝行，这里齐聚过欧米茄、雷诺、浪琴、飞亚达、罗西尼等十余种国际、国内名表品牌。其中飞亚达更是创造了单款年销售额全国第四的优秀成绩。

服务水准 NO.1——金泰珠宝首家依据ISO9002国际质量体系制定了近50项标准化服务宗旨，是首家提出不满意就退货的珠宝企业。

公益事业 NO.1——公益事业是企业社会责任感的主要体现，金泰在这方面进行了诸多不遗余力的奉献。1996年全市首家给小朋友送去安全小黄帽；2008年汶川地震后为灾区捐款；2014年为救助血液病患者，在大同首家开展网络爱心义卖。这些只是金泰珠宝公益事业的一小部分，金泰珠宝一直相信，只要人人心中有爱，明天将变得更加灿烂。

网络营销 NO.1——进入大数据时代，网络商城、微信商城也越来越多。面对电商的竞争，实体店要如何接招，网店该如何开设，如何在新的时代实现收益和盈利，是摆在金泰珠宝决策层面前的重要课题。

2014年，金泰珠宝凭借强大



的产品及媒体资源，通过线上与线下相结合，率先打造出大同首家地区性珠宝网络销售平台。并将在未来为大众呈现出更加丰富多彩的珠宝活动。

金泰珠宝是大同第一家实体交易与网络交易并行的珠宝企业。O2O营销模式、微信商城的完善、全新的会员管理模式，将给广大消费者带来更大的实惠。发展不停步，改变不停步。

21载岁月的洗礼，金泰珠宝以科学的管理方式，层层把关的质监体系，丰富多样的产品类别，高标准的服务宗旨，与时俱进的营销模式，在实现不断扩张的同时，也进行着企业的自我突破。新时期的金泰珠宝，将总结以往的成果与教训，敢于打破传统模式的桎梏，领悟时代的感召，誓作大同首饰行业 NO.1!



OFFICE

职场如何佩戴首饰 既优雅又时尚

首饰佩戴是一门艺术，它给人们的生活增添了无穷的乐趣与色彩。佩戴得体，有如画龙点睛，赋予人们鲜明的时代感，给人一种精神享受，创造一种和谐的美。选择适合自己气质和风格的珠宝首饰，塑造自己的独一品味，是职场女性找到自信和成功的关键。

女人出席不同的场所需要挑选合适的衣服，同样，首饰的搭配也不可忽视。对于职业女性，工作场合以简单为美。如若服装是偏休闲风，则可以佩戴一些比较有造型艺术的首饰，能够将你的个性更好的彰显；如若穿着的是直线条块面组合的简洁套装，则可以选择一些精巧的小耳钉或者串珠、挂件项链搭配，这样更能够彰显白领丽人的干净雅致。

时尚百搭
Fashionable joker
精彩生活 Wonderful life

首饰搭配需要注意色彩上的搭配。经典的黑白灰是轻易打造干练利落造型的颜色，暖色系OL装给人以亲近、沉稳之感，饱和度高的酒红、鹅黄都是不错的选择；如果你想凸显自己冷静、理智的一面，则可以尝试黑、灰、宝石蓝等冷色调OL装。冷色系服装以冷色系首饰为主配，如铂金或银饰等，暖色系服装则以金色或较鲜艳的K金或珍珠装点。也可以考虑配套首饰，这类首饰色彩造型一致，能够形成连贯统一的视觉效果，正式场合中选用与服装相称的套件首饰，可显得隆重而气派不凡。

首饰佩戴原则

1. 数量原则：搭配职业装时全身上下首饰数量不要超过3件；
2. 色彩原则：佩戴的首饰颜色不宜过于丰富，讲究风格统一，最好是做到同质同色；
3. 身份原则：首饰的佩戴要符合自己的职业身份，不要佩戴过于昂贵和耀眼的首饰。



利落有型的西装外套是OL通勤装扮的最佳选择，剪裁得体又能提升气质。一件秀气精致的珠宝小配饰能在时时折射的光芒中，让整体形象也变得温婉起来。比如在西装上点缀一件小巧别致的胸针，就能获得瞬间转变的造型观感。选择充满灵气的设计是关键，造型不能过于浮夸，又不能太匠气，让人眼前一亮的精致感才是通往好感的入门券。这种别致单品搭配硬朗帅气的西装，可以立刻软化中和强势的观感，让女人味跟着散发出来。



不只是精巧胸针类可以带来出其不意的效果，选对了项链或者耳饰也能拥有不错的形象转换。高级珠宝的真金白银与钻石玛瑙营造出的光彩毋庸置疑，比如用不过分奢华的钻石项链搭配经典的黑色小西装，或者用珍珠耳环、项链搭配西装套装，中性味道的西装外套在这样精巧细腻的配饰点缀下，也有了温柔如水的恬静气质。

珍珠是优雅女人必备的饰物。成熟女白领，可以用单串的珍珠装饰领口区域，体现经典庄重的优雅；年轻白领，可以尝试用长短各异、串数多样的珍珠项链装饰，多串珍珠项链搭配大方的职业装，可以显得既优雅又时尚。戴一串或多串长长的珠链，然后在中央打个结，通常与连衣裙或长款毛衫搭配出最佳效果，显得优雅大方。

文 / 一乐

时尚百搭
Fashionable joker
精彩生活 Wonderful life

玛瑙家族的黑马传奇

——南红价格5年暴涨超百倍



◀ 清中期南红玛瑙浮雕螭龙纹双耳尊连座

近年来，一股“红色风暴”强劲侵袭珠宝界，其中，以“南红”为首，备受收藏市场的青睐。从无人问津到被人热捧，南红俨然成为玛瑙家族的最新代言人，据统计，近5年南红价格暴涨超百倍。

玛瑙，是玉髓类矿物的一种，经常是混有蛋白石和隐晶质石英的纹带状块体，硬度7~7.5度，比重2.65，色彩相当有层次。有半透明或不透明的。常用做饰物或玩赏用。古代陪葬物中常可见到成串的玛瑙球。天然玛瑙并不存在绿色，但使用人工方法可以将玛瑙变成绿色。加工完成的玛瑙很是好看，富有光泽。



▲ 南红玛瑙雕三羊开泰把件

南红玛瑙颜色讨喜

“南红”是对产自中国西南部的一种颜色艳丽、观感润泽浑厚的红玛瑙的统称，古人称其为赤琼（本意红玉），能够达到颜色鲜艳、少有裂纹标准的南红玛瑙历来产量很低，中国历代皇室和佛家都痴迷于收藏把玩南红。

南红在新疆、云南、四川南部、青海、甘肃等地有产。近几年，新料产地主要集中在四川大凉山、

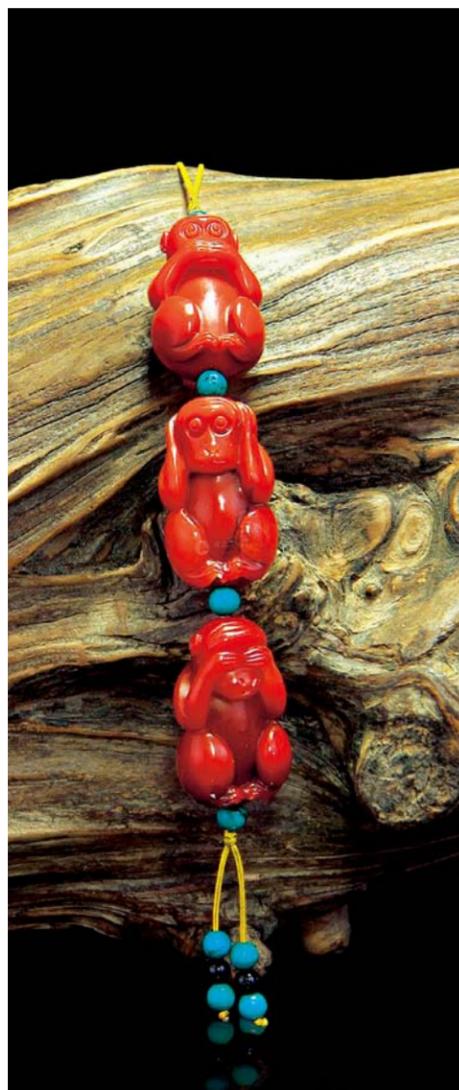
云南保山。南红的珍贵，首先是其颜色讨喜，其次是材料稀缺、出材率极低。

南红的红色是有所区分的。业界将南红分为锦红、柿子红、玫瑰红、朱砂红、红白料、缟红料。其中，柿子红、稀有的玫瑰红，颜色趋于正红的锦红、樱桃红等都是品级高的颜色。

精品南红每克价高至百元

从近几年的价格涨势来看，南红可谓收藏界的一匹“黑马”。遗憾的是，云南保山的南红可谓墙内开花墙外香，在北京、广州、河南等地，一提起云南保山南红，大都知晓。而在昆明的泛亚石博会上，很多昆明人却不知道南红产自保山。

统计显示，在北京，从2009年开始，南红原石和成品价格一年都要翻几番，同比涨幅远超名人字画和房地产，更别



▲ 南红玛瑙“三不”猴挂串

提股票与黄金了。“5年前，几百元的南红圆珠，如今都要大几千，品相完美的，上万元都难买到。这个价格还是指的素珠。上工的，如果是名家工的，就只能以几万、几十万元计了。”一名北京的南红商人说，2009年南红原石价格好的一斤才一二百元，而现在都是论克卖，一克就一二百元，极品的一克数千元。

在昆明的泛亚石博会现场，一名台湾商人坦言，相比5年前，南红的价格涨了100倍。而现场，一名花8000元买了一颗南红玛瑙珠的消费者则表示，8000元买翡翠，雕工好的小件连糯种的品级都达不到，可是买南红玛瑙，可以挑到心仪的产品。

从无人问津到受到热捧，南红绝对是玉石投资市场的新宠。2009~2010年，南红原石在四川和云南还都是按斤定价，四川凉山南红原石价格每公斤在10元至百元间，可如今动辄成千上万。去年，南红更是迎来了价格顶峰，精品的云南保山南红原石价格每克甚至高达100~200元。

对于南红价格的暴涨，市场并不否认背后的人为炒作，找推手、炒概念、办学术交流会、通过炒作将市场做热，业内不少人对南红的炒作手段见怪不怪。他们说，重要的是，目前南红市场没有明确的等级划分标准，价格已涨到瓶颈，有可能最后面临翡翠一样的“有价无市”尴尬局面。



▲ 南红玛瑙雕“景象太平”把件

“外来料”搅入国内南红市场

南红是指红色的石头，然而，红色的石头可并不都是南红。

因南红价格持续飙升，目前，市场上假货众多。南红玛瑙从字面意思理解应该是南边的红玛瑙，不过，近期市场上有消息称，中国南红市场居然出现了非洲南红、蒙古南红等“外来料”搅局。

相比业界认可的中国南红，“非洲南红”等价格便宜很多，还处于论公斤或论箱卖的阶段，但有些商家却将其混进高品质中国南红论克售价，赚取高额差价。

如何辨别“非洲南红”，首先，“非洲南红”色彩不分明，颜色浅，虽然完整度好，但过于水透，没有正宗南红那么红艳，也没有那种细密、厚重和凝脂感。消费者可借助手电筒观察其内部结构，“非洲南红”的颜色、纹理和朱砂的正宗货都有不同。

除了“非洲南红”、“蒙古南红”，市场上有商家用红碧玉加温烧色后的普通玛瑙，冒充南红销售。另外，由于部分南红玛瑙容易开裂，还有的商贩会进行灌胶加固处理，以次充好。

提醒染色南红无脂感

如何分辨真假南红，据专家介绍，首先，注意人工烧色。人工烧色的原理是将玛瑙成分中含有少量显色离子，在氧化性气氛下，通过简单加热方式让 Fe^{2+} 氧化成 Fe^{3+} ，从而让灰色玛瑙转换为红色玛瑙。烧色红玛瑙，也就是收藏领域的东红玛瑙，从感官上和南红玛瑙有明显区别。



▲ 南红玛瑙珠链

烧色的红，总体来说不那么自然。红色偏暗，不亮气，红有浮于表面的感觉。从质感上，由于烧色红玛瑙是利用一些浅色玛瑙来加工的，这类其他产地的玛瑙，没有南红玛瑙的特有胶感，即油脂感，通常通透度较高，玻璃感强，和温润特性的南红有着本质不同。

三招辨识南红是否“动过手脚”

首先，料脆，容易出现类似玻璃的崩口；色闷，俗称死色，缺乏清亮感觉，无法达到真正纯正艳丽的红色；显微镜下有细微的火劫纹，这是由于高温造成。

其次，区分人工染色。染色玛瑙在高倍放大镜下观察，能看到颜色沿晶体间空隙渗透的网状颜色分布，玻璃感强，也无南红特有的脂感。

最后，人工注胶。注胶是南红近代开始出现的一种优化方式。注过胶的原石较易识别，在外层有一层透明包裹体，间有细小气泡存在。雕刻后的注胶南红肉眼较难识别。仔细观察会发现在内部有细如丝线的透明线纹。通常这种透明线纹较为平直，一般贯穿的幅度较长，甚至贯穿整体。这种透明线状纹和南红中的天然纹理有一定区别，是伤裂后被环氧树脂填充产生的。

据《山西日报》



CC 卡美长安店



CC 卡美长安店精致餐饮区



CC 卡美长安店店内一隅

珠宝的体验式消费

想不到，一场获奖征文颁奖活动，让我与盛世玉影珠宝结缘；想不到，一种新的消费方式，让我真正走近了珠宝；想不到，一次零距离的感受，让我从此爱上了珠宝。那灵动温润、晶莹剔透的各种珠宝，在设计师一双巧手的“跳动”中，一款款造型别致的珠宝首饰跃然眼前。这种全新的消费方式就是体验式消费。

在这之前，珠宝于我而言，可谓熟悉而又陌生。熟悉，那是因为周生生、周大福、老凤祥、中国黄金、山西宏艺、五一黄金、七彩云南等各种各样的黄金珠宝专卖店品牌如雷贯耳。而且总是霸气十足地占据城市最最繁华的地段，挺进最最高端的商务酒店。这些品牌珠宝专卖店外观装潢或典雅厚重，或现代时尚，雄浑奢华的烫金牌匾高高悬挂于门庭上方，张扬而又神秘。即使进驻城市商业大厦的专柜，已是占尽得天独厚的“黄金”首层，艳光四射，炫耀万千。

然而，我对这些品牌珠宝又是那样陌生。虽然身处流金闹市，却鲜有光顾的那份心情。即使路过也是绕道而行，这种心理上的排斥感觉一直持续到现在。尽管黄金在前两年动荡不安，跌宕起伏，但自己始终淡定如初，拒绝融入黄金大妈的“滚滚洪流”中。尽管翡翠、珍珠的促销活动很是诱人，但自己置身喧嚣却不为所动。生活中一些重要场合，经常见朋友打扮的特别“隆重”，那精致的妆容，得体的穿着，再加上珠宝的点缀，让我心生羡慕，但是却难让我怦然心动，更不会立即行动。深感自己目前所处环境、心情，均无法承受珠宝的那份贵气。

俗话说，世事无常，人生如此，人的心情也是如此。体验式消费为啥会有如此大的“磁场”，紧紧地把我与珠宝连在了一起？在阐述什么是体验式消费之前，需要对什么是体验有个大概的了解。通过在百度上检索，有关“体验”的答案五花八门，但是最为“靠谱”的解答我认为是下面这段话：

体验，就是当一个人达到情绪、体力、智力甚至是精神的某一特定水平时，他意识中所产生的美好感觉；体验，就是对某些刺激产生的内在反应；体验，不仅仅是简单的对于外部感觉的消极吸收，更是对于一个事件或情景的主观精神解释；体验，就是企业以服务为舞台，以商品为道具，环绕着消费者创造出值得消费者回忆的活动。

什么是体验式消费？消费可分为两大类：一类叫提袋式消费，另一类叫体验式消费。提袋式消费就是消费者到商场拎着几个袋子购物。体验式消费有广义和狭义之分，广义的体验式消费包括文化、旅游、体育、娱乐等；狭义的体验式消费，指发生在商业中心内以感官体验为主的消费，比如看电影、打电玩、健身、餐饮等。

据悉，体验式消费在上世纪九十年代最早出现在美国的迪斯尼乐园。2003年北京“巨库新青年时尚卖场”，首次把“体验休闲购物”商业理念融入“市场”的经营形式中，由此成为我国第一个体验式主题卖场。这种全新的消费方式，迅速在北京掀起了一股旋风，其他零售业纷纷效仿。2005年体验式消费在全国是“满城尽带黄金甲”。总部在北京的居然之家，在太原的分店率先试水体验式消费，开山西零售业之先河，他们推出的体验式消费。就把生硬的家居卖场摇身装扮成一个个温馨可人的“居然之家”。这种“温馨”潮流，迅速地扩散到所有的零售业中。

体验式消费不仅让消费者购物感受到现场演示的视觉冲击，而且对商品的性能有了更为深刻的了解和真实感受，加之现场的专业指导，购物避免了盲目性。这种实实在在的服务，在互联网网购波涛汹涌、电商横扫一切的今天，使处于迷茫中的零售业看到了“春天”。

数字电影和IMAX电影带来的视听享受，喝茶、健身、K歌带来的身心愉悦，消费者情感的宣泄，心理、精神层面的表达，在网购的过程中永远无法实现。

在现代化程度日新月异的今天，消费者不仅重视产品和服务给自己带来的功能利益，更看重在购物或接受服务过程中，所获得的符合自己心理需要和情趣偏好的特定体验。在产品和服务相同的情况下，在营销进入“后服务时代”的今天，“以人为本”的全新服务——体验式消费成为消费者购物的关键性决定因素。也是体验式消费在零售业中“一枝独秀”的傲然之处。

我国体验式消费的增速不仅快于GDP增速，也快于社会商品零售总额的增速。近十年来，中国GDP年均增长超过9%，社会商品零售总额年均增长超过15%，而体验式消费的增速大大快于前两项增速。比如中国电影消费，五年年均增长超过40%；餐饮十年年均增长超过25%，餐饮行业年收入超过3万亿，比汽车、造船行业都大。这一组权威数字足以佐证体验式消费的巨大威力。

而在珠宝行业，更是把体验式消费诠释得淋漓尽致。2015年1月18日，我应邀参加了《山西珠宝》和盛世玉影珠宝联合举办的“我的珠宝情缘”有奖征文颁奖仪式。在盛世玉影珠宝国贸店，我平生第一次享受着珠宝带给我无穷的乐趣和无限的美好。

位于太原市府西街国贸大厦B座903的盛世翡翠珠宝沙龙，与其说是一个珠宝专卖店，倒不如说是“宝迷之家”更为贴切。近200平米的空间，被巧妙地分隔成四个套间。其中，两个套间用作珠宝展示。只见陈列于柜台之中的一件件高级珠宝造型经典而又别致，匠心独具的制作工艺，让到场的宝迷赞叹不已。这不仅仅是珠宝所绽放出的璀璨夺目的美丽，



在盛世翡翠珠宝沙龙，客户可以品茶、聊天，感受生活，欣赏珠宝

更代表着盛世玉影珠宝无以伦比的奢华以及精湛工艺汇聚而成的珠宝文化。在这里，所有的珠宝都可以自由试戴，也可以根据自己的需要任意设计款式。还可以喝茶聊天听音乐，也可以组织沙龙搞活动。以前冰冷高贵的珠宝，在此时仿佛有了“灵性”，一切都是那么的亲切而又随和。参加颁奖仪式的嘉宾宝迷们，有的根据自己的爱好和服饰搭配挑选宝石，有的在挑选珠宝生日礼物。这里有适合年轻女性既可以搭配低领、V领羊绒衫，也可以搭配高领毛衣，看起来朝气蓬勃的葫芦、福瓜、水滴等造型的翡翠饰品，也有中年女性与华贵皮草大衣、呢子外套相匹配的既传统又最能突显其质感的翡翠手镯。一件件玉饰白绿交相辉映的感觉既不失稳重，又显得现代时尚，而那些镶嵌翡翠耳钉胸针更是深得现场年轻女性的喜爱。

“黄金有价、玉无价”，我国自古就有“乱世藏金、盛世藏玉”的民间做法。近二十年翡翠已经增值300多倍。翡翠既是馈赠佳品，又是高贵圣品。特别是近年来投资价值大增的健康、保值、有格调的碧玺，红橙黄绿青蓝紫，彩虹上能数得出的颜色，盛世玉影珠宝都任你选择。那西瓜碧玺、三色碧玺、梦幻碧玺让人爱不释手。

珍珠作为优雅的代表款，是可可·香奈儿的最爱。她曾经说过，珍珠项链是她最爱的配饰，为简洁的衣服增添华丽感。与翡翠、碧玺相比，一颗颗高贵、典雅的珍珠精品，完美的品质、经典的设计风格，更是满足了高品味生活女性嘉宾的需求，也诠释着

盛世玉影珠宝深度文化底蕴！经典的设计风格和精湛的传统手工工艺，让臻选的珍珠在超凡的工艺下璀璨绽放。展现出珍珠这种珠宝别样的光芒与质感。嘉宾们在设计师的启发下，以绝妙的审美视角和无穷想象的构思，通过这些珍珠尽情地编织着自己的生活、心情、憧憬，有的款式蕴含了浓厚而经典的欧洲风格，有的则传承了中国珠宝的精华。在轻轻流淌的音乐中，那圆润的造型、巧夺天工的风格、流动的线条及内外精致的坚持，将完美创意与高贵、典雅自然融合。真正实现了独特与典雅、历史与创新之间的完美均衡。与珍珠不同的还有那些多彩宝石。绿松石、红宝石、石榴石、紫水晶、黄水晶、琥珀、蜜蜡等，更是通过编织诠释着生活的灿烂多姿。

在现场，导购还为我们解答了很多佩戴方式以及宝石的专业知识。比如深色衣服配闪亮的项链，黑色衣服搭配颜色鲜艳的项链，白色衣服戴上深色项链。多股项链适合



2

女性常见的小圆领款式。适合个子娇小的女性佩戴，能凸显出可爱气质。再比如红宝石、祖母绿是较为稀有的宝石品种，红宝石能量不仅强大、猛烈，而且后劲十足，可以补充血气、治疗手脚冰冷。而绿色是色光之王，可以有效缓解眼睛方面的疲劳，甚至能加强人的判断力和处理事情的能力，有助于事业的发展。另外，绿色光还可以起到增进财源的作用。冬季皮肤相对干燥，仅有少量油脂分泌，避免了夏季汗液中较多酸性物质对翡翠的细微侵蚀。

“人养玉，玉养人”，冬季更应把翡翠戴在身上，

贴身佩戴是最好的保养，其好处远多于夏季。盛世玉影珠宝导购当场义务鉴定了宝迷们带来的部分宝石。伴随着美酒、香茶和现场的欢声笑语，一个以珠宝主题的投资、收藏圈子悄然形成。



1

盛世玉影珠宝总经理李丽告诉我们，目前的珠宝首饰行业也进入了一个新的发展阶段，过去以保值为主要目的的贵金属首饰已经无法满足消费者心理和精神文化方面的需求，人们对珠宝首饰的需求逐渐从单纯传统材质的保值性、实用性，开始向个性化、趣味化方向发展，更注重精神和心理上的解脱以及使用时的愉悦感、满足感。

而体验式消费正是在这种情况下引入了珠宝业。这正是首饰趣味化设计的重要方向，必将成为未来首饰市场发展的方向，

是啊！在体验珠宝首饰设计的过程中，在丰富多彩的趣味化把玩中，我与这些高贵的珠宝瞬间产生了共鸣，让我细细品味着其中的文化情感，让我深深感悟着其中的个性展现，让我静静地述说着内心的向往，整个人心都融化其中，我是真的醉了！

文 / 王晓华



3

盛世翡翠珠宝沙龙

1. 亮丽风景线——多宝珠串背景墙
2. 柜台里璀璨夺人的珠宝
3. 自己动手搭配手串，乐趣多

情感营销：珠宝品牌的创意经

在珠宝市场同质化的今天，越来越多的珠宝商为珠宝赋予了情感附加值，准确的市场定位为珠宝市场营销指明了方向。珠宝首饰归根结底是情感的消费，需要时间的磨练，需要不断地与消费者进行沟通和交流。

“钻石恒久远，一颗永流传。”戴比尔斯的一句经典广告语开启了中国钻石消费的时代。一粒钻石恰如其分地替消费者表达了对爱情与永恒的向往。戴比尔斯成功的秘诀在于营销钻石的同时也营销了消费者对情感需求的渴望。

一段爱情故事 一个品牌传奇

“爱她，就送她卡地亚珠宝！”现在，卡地亚珠宝已成为全世界有情人的梦想，其经典的红盒子早已成为奢华与真爱的象征。历经160多年风雨，卡地亚创作了无数光彩夺目的优秀作品。

1936年12月，即位不到一年的英国国王爱德华八世为了跟离异两次的美国平民女子辛普森夫人结婚，毅然宣布退位。为了表达自己的爱情，成为温莎公爵的他请卡地亚公司为公爵夫人设计首饰。这个重大任务落到设计师珍妮身上，珍妮为了获得艺术源泉，申请前往美洲丛林考察，并鼓动卡地亚家族继承人约瑟夫也随他们的考察队一起去。

珍妮和约瑟夫迅速坠入爱河，她将自己全部的情感融入设计中，设计出“猎豹”胸针、“BIB”项链、“老虎”长柄眼睛和“鸭子头”胸针等一系列珠宝饰品。最终，一个装有57件卡地亚首饰的珠宝盒被送到温莎公爵夫人手中，她被丈夫的爱感动得泪流满面。那件猎豹造型的胸针更让她爱不释手——镶满亮钻的白金小猎豹，抱着一个重达18.29克拉的所答枕形红宝石，祖母绿镶嵌的双眼闪着柔和又警觉的光。此后，无论温莎公爵夫人随丈夫去哪里，她都戴着“猎豹”胸针。她哪里知道，这枚胸针背后暗藏着另一个女人珍妮的情感寄托。

珍妮成功了，但和约瑟夫也走到了尽头。1942年夏天，在一个星光点点的夜晚，珍妮和约瑟夫相约塞纳河边，作最后的告别。约瑟夫拿出一个红色的盒子，里面静卧着一枚精致的梨形钻戒。当他为珍妮戴上戒指时，她潸然泪下。可她万万没想到，这戒指不是今生的承诺，而是来世的约定。回去的路上，珍妮的车出了事故，而那天约瑟夫没有开车，也在她车上。他伤势严重，再也没有醒过来。

卡地亚珠宝，因一段传奇的爱情故事成就了一个品牌佳话。国外顶级珠宝品牌之所以能经典不衰，而且在岁月长河随着时间的流逝演绎着厚重的历史积淀感，用心灵和情感体验着人生的酸甜苦辣。即便是在金融危机来临时，它们熠熠闪光的品牌也未曾黯然失色。这些品牌文化底蕴浓郁深厚，情感深入人心，此外，围绕它们的品牌理念和多元价值属性往往还具备了一段传奇故事。



珠宝品牌大打情感营销牌

国内珠宝品牌也开始围绕品牌文化大做文章，纷纷打出情感营销牌。在品牌微电影和情感营销的充分融合上，知名珠宝品牌“l do”发挥了自己在品牌名称和理念上独有的优势。“l do”这一品牌名称来源于西方结婚典礼上的一句经典誓言，品牌名称与爱情、婚姻等情感元素紧密关联。“l do”通过《我愿意》微电影，借助故事巧妙地表达了品牌理念，对爱情进行了全新诠释：珠宝品牌“l do”发布的微电影《我愿意》，8天内创造了15699509点击量。微电影以情动人，激起情感共鸣，让品牌“润物细无声”。

珠宝品牌周生生的电商部门也在做这样的尝试，利用节日契机打造情感营销，提升品牌影响力。针对母亲节，周生生在线上推出了营销推广活动，主题定为“妈妈的谎言”，引发受众回想在我们成长过程中母亲说的那些“特别的谎言”——“妈妈不爱吃鱼”“妈妈已经尝过了”“妈妈不热，风扇对着你吹就行了”……这些谎言代代相传，就像母亲对孩子的爱那样周而复始，生生不息。

戴梦得珠宝则打出了以文化引导消费的王牌，为其产品注入丰富的人文情感。戴梦得珠宝潜心研究翡翠文化，利用翡翠浑然天成的独特与灵秀，塑造出东方人特有的美韵。以传统的十二生肖为素材演绎的“丝丝牵挂”，成为父母对儿女、情侣、友人之间最具意义的纪念珍品；利用精美的手镯、戒指等翡翠首饰，加上现代化的镶嵌，组合成的“白领丽人”，使当今的翩翩女性融合了古蕴与潮流，蕴含了灵秀和清雅的内涵。

如今市场竞争激烈，但是珠宝品牌靠着准确细分市场、明确品牌理念、创建差异化的情感营销模式从而走向成功。比如，老凤祥就是充分发掘其百年老店积淀的首饰文化，成为国内首饰行业的翘楚；情饰专家润金店则针对不同的节日和人群，先后推出甜心、听花、倾城色、见证、生如夏花、丝路·楼兰系列等，靠独特设计牢牢抓住顾客的心；通灵珠宝“为自己，更为下一代珍藏”这一品牌定位则与众不同，更准确地把握住了中国消费者重视传承的情感需求。



▲ 卡地亚猎豹胸针
1949年为温莎公爵夫人特别定制

将情感因素融入珠宝设计中

在中国地质大学(北京)珠宝学院教授周怡看来，珠宝产品从设计师、工艺师手中一件件诞生的时候，就寄托了大师们的思想情感，这种情感在珠宝首饰的造型设计中得以传递和再现，让珠宝不再是冰冷的物质材料。翻开首饰设计的历史，会发现激发人们灵感的有崇敬、恐惧、欣赏、欢笑和悲伤等情绪。例如，对蜘蛛的恐惧感，面对一个大蜘蛛时，很多人都会觉得不自在，这种让人觉得不安的情绪，正是设计师可以用来吸引注意的方式。

再比如造型。造型传达着一件饰品绝大部分的最初视觉冲击力，能够以微妙而显著的方式去改变一件首饰作品的语言，不同的首饰造型寄托着设计者的愿望。千余年来逐渐形成了自己固有的习俗和不成文的规定。

譬如，祖母绿形，表现出方正、刚直，象征着规矩和秩序，虽保守但不死板；鸡心形，曲线生动活泼，对称性好，一向用于男女之间的爱情；椭圆形，具有圆滑的曲线美，线条丰富流畅，富有进取感；圆形，其隐义是“无线”，表示了万物的无始无终，包罗万象的概念。

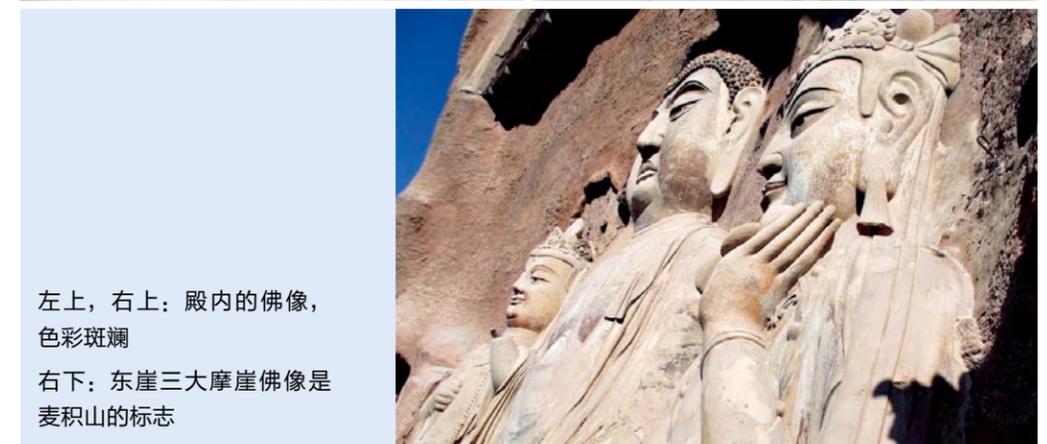
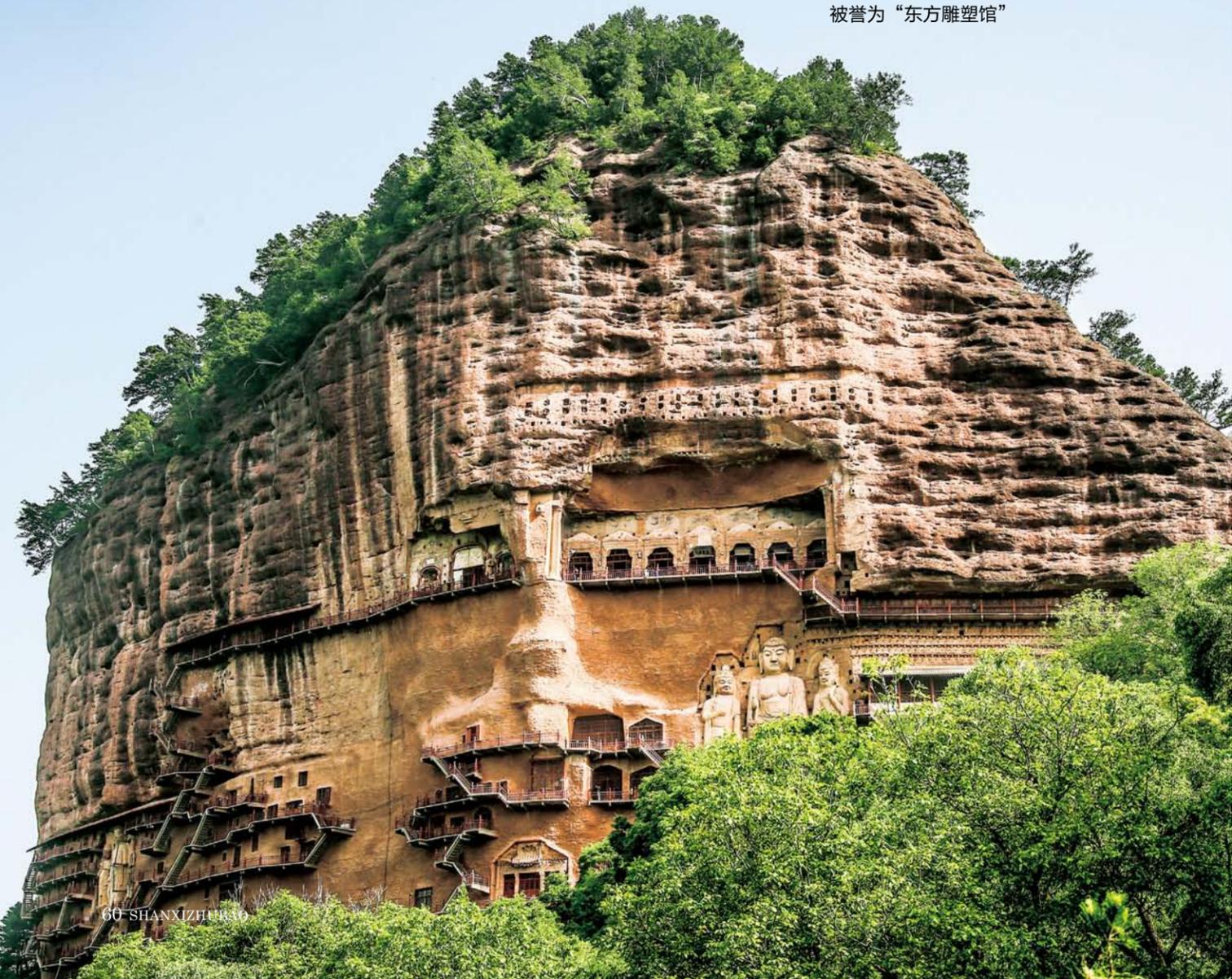
将情感因素融入到珠宝设计中，有助于给设计师提供更多的灵感空间，设计出更多与消费者共鸣的作品。

PEACH BLOSSOM JADE

初游麦积山

巧遇桃花玉

麦积山石窟为中国四大石窟之一，
被誉为“东方雕塑馆”



左上，右上：殿内的佛像，
色彩斑斓
右下：东崖三大摩崖佛像是
麦积山的标志

祖国的名山大川、风景名胜众多，人们习惯给它们归类、排队，如：四大佛教名山（五台山、普陀山、九华山、峨眉山），五岳（北岳恒山、东岳泰山、西岳华山、南岳衡山、中岳嵩山），四大石窟（云冈石窟、龙门石窟、莫高窟、麦积山石窟）……我是个喜欢旅游的人，有机会时总不想错过一览祖国大好河山的美事。去年夏天，趁去兰州访亲之机，把四大石窟中还没去过的麦积山石窟探访了一遍。



▲ 桃花石玉章料
方章高 7.5cm 扁圆章 7.0cm

公元前 2 世纪，汉武帝派张骞出使并开通西域之后，在西安与古罗马之间形成了一条以丝绸贸易为特色，横贯亚、非、欧大陆的贸易通道和文化走廊。中国与遥远的西方世界之间冲破地域束缚，开始了真正意义上的政治、经济、文化交流，极大地丰富并加速了世界文明的进程。时至今日，发展“一带一路”，与邻为善，与邻为伴，睦邻友好，共同发展的国策，体现了我们泱泱大国的自信与能力。地处丝绸之路东端的甘肃是当时东西方交往的主干道和最活跃的地区之一，丝绸之路的开拓与发展、东西方文明的交融与碰撞，在这里留下了无数璀璨瑰丽的历史文化艺术珍品，呈现出古代文明的辉煌，天水麦积山石窟就是杰出的代表之一。

我们是从天水火车站乘上直达麦积山景区的旅游公交车的，景区离市区并不远，大约 30 公里，车越往里走，感觉绿色越多，空气也新鲜了，暑热也消退了些了。与从兰州至天水一路上所见到的干旱荒漠景象大不相同。听导游讲，天水市位于甘肃省东南部，因“天河注水”而名。因史载人类始祖伏羲、女娲及

皇帝出生于此，故又被称为“伏羲故里”“龙的故乡”。位于天水市区东南的麦积山石窟是国家 5A 级景区，从十六国（384~417 年）开始，历经北魏、西魏、北周、隋、唐、五代、宋、元、明、清等各个朝代的营造，逐渐形成了一座规模宏大的石窟造像群落，现存石窟 194 个，保存泥塑、石雕造像 7200 余尊，壁画 1300 多平方米。麦积山位于秦岭西段北麓，四周群山环抱，松竹掩映，其间，一石崛起，状若麦垛，人们因其形而称之为麦积山。说话间，终点站到了，抬头一看，果然孤峰一座，与周围的山峰大不同：它的山体上无植被，崖壁上，上上下下若干层都开凿有石窟，如同蜂窝一般密密麻麻，洞窟之间、层与层之间有栈道相贯连，蔚为壮观，真可谓“栈道凌空飞架，窟龕密如蜂房”。之前我所去过的云冈、龙门、莫高窟都没有这般密集、繁杂。拾级而上，随着导游参观，天王力士、佛陀菩萨、塑像壁画、历史传说……导游讲得引人入胜，游客听得津津有味。这里的造像以泥塑造像为主，各种造像栩栩如生，表情逼真，喜怒哀乐，虔诚、天真、慈祥表现得淋漓尽致，极富生活情趣，有着深厚的民族传统、民族意识。由于历朝历代

的雕塑作品都有，因而在我国雕塑史上占有独特的不可取代的重要位置，有着“东方雕塑馆”的美誉。听着导游的讲解，在精美的雕塑旁留个影，站在栈道边望着四周翠绿的山峦，放眼蓝天白云，山风徐来，梵音缭绕，恍若仙境……

和国内外其它景区一样，景区“伴生”特产商店，在停车场等车的时候，咱也不免俗去逛一逛。在一个摊位上我看摆着一些石质的手镯、平安扣、小摆件、手把件等物品，个头都不大，颜色挺“抢眼”，是黑底红色的，再细看，还有几方印章料。这种东西以前没见过，于是问摊主，他告我：这是桃花玉，产自青海祁连山。我拿起一块印章料细细端详：在墨黑的底子衬托下，散布着点点红色的斑点，宛若夜幕里绽开的桃花朵朵；黑色象征庄严，红色寓意热情；

鲜红与黝黑映衬，热烈与深沉相拥，显得端庄大气。再一问价格也适当，于是收了一块方章料和一块椭圆形章料。摊主问我从哪里来，我说是从山西来，他说他祖上是山西晋中人，多少代了具体是哪个县也不知道了，但好歹沾点“乡亲”吧！摊主又给了我一份资料，资料上介绍：桃花玉是蔷薇辉石质玉，又名京粉翠，多呈粉红色、玫瑰红色和桃红色，其质优者颜色鲜艳，致密细腻，可作玉料，质地硬度类似翡翠，又称粉色的翠。加工抛光后，呈鲜艳的桃红色、翠绿色，并间杂黑色的纹饰、晶莹润泽，色美质丽，这在诸多玉石中较为少见，也正是桃花玉的魅力所在。

这次甘肃之行，既拜访了亲友，又游了名窟，还巧遇了桃花玉，真是不枉之行。

文 / 图 羽佳

链接 华夏第一庙——甘肃天水伏羲庙



▲ 天水伏羲庙

伏羲庙本名太昊宫，俗称人宗庙，在天水市城区西关伏羲路。现为国家级重点文物保护单位。庙始建于明成化十九年至二十年（1483-1484 年），前后历经九次重修，形成规模宏大的建筑群。清光绪十一年至十三年（1885-1887 年）第九次重修后，占地面积 13000 平方米，现存面积 6600 多平方米。

伏羲庙临街而建，院落重重相套，四进四院，宏阔幽深。庙内古建筑包括戏楼、牌坊、大门、仪门、先天殿、太极殿、钟楼、鼓楼、来鹤厅共 10 座；新建筑有朝房、碑廊、展览厅等共 6 座。新旧建筑共计 76 间。整个建筑群坐北朝南。牌坊、大门、

仪门、先天殿、太极殿沿纵轴线依次排列，层层推进，庄严雄伟。而朝房、碑廊沿横轴线对称分布，规整划一，具有鲜明的中国传统建筑艺术风格。由于伏羲是古史传说中的第一代帝王，因此建筑群呈宫殿式建筑模式，为全国规模最大的伏羲祭祀建筑群。又因有伏羲庙，民国以前小西关城又叫伏羲城。

先天殿又称正殿、大殿，在中院后部正中，是伏羲庙的主体建筑，巍然屹立于院子正北高 1.7 米的砖筑月台上。其高大雄伟的殿内，有伏羲彩塑巨像一尊。藻井顶棚正中绘太极河洛八卦图，四周等分为六十四格，内刻绘六十四卦图。先天殿后面为太极殿，又称退殿、寝殿、寝宫，依“前宫后寝”惯例而建，原供伏羲，后祀神农，建筑规模略小于先天殿。

伏羲庙各院内遍布古柏，为明代所植，原有 64 株，象征伏羲六十四卦之数，现存 37 株。挺拔苍翠，浓荫蔽日。伏羲庙大门内侧东西墙角原有古槐两株，相对而立。现存东边 1 株，树干中空，经鉴定为唐代所植。

每逢正月十六伏羲诞辰日，周边群众扶老携幼，纷纷前来伏羲庙朝拜祭祀“人祖爷”。一时，宝烛辉煌，香烟缭绕，钟鼓鸣天，善男信女异常虔诚，庙内充满着一派庄严肃穆的景象。

ZHANGUO RED AGATE

战
国
红
玛
瑙



▲ 战国红玛瑙喜上眉梢摆件

“战国红玛瑙”是对一种彩色缟玛瑙品种的称呼。因该种玛瑙与出土的战国时期文物中一些玛瑙饰物同料，因此把此种玛瑙称为战国红玛瑙。但也有战国红之名是由“北票商人炒作”而来的说法。战国红因其绚丽的颜色和花纹，成为玛瑙中的极品。



▲ 战国红吊坠

战国红玛瑙的产地有很多，但是主要有山东潍坊、浙江浦江、河北宣化和辽宁北票，各地的红玛瑙也各具特色。目前市面上的战国红玛瑙，主要产自北票和宣化。据古代文献记载，战国时期燕赵区域的玛瑙主要有两个产地：一个是今天辽宁阜新进贡的“赤玉”，另一个是河北省（蔚县、宣化等）产的“琼玉”。

北票战国红玛瑙，主要产自我国玛瑙之都辽宁省阜新和朝阳交界地区，主要矿石大都出自北票一座小山。产量较低，潜在储量不大。上谷战国红玛瑙产于河北省张家口市宣化县塔儿村乡滴水崖村。

上谷料原石多呈结核状、球状，皮薄、裂少，完整性比较高，因此又被称作“蛋子料”。早期开采石性比较重、发干，不够圆润和水透，但颜色俏丽；后期开采的品质佳、玉化好，青肉少，颜色变化均匀，内部多为锦红色、黄色，偶有杏黄色和橙红色缟纹，是目前国内品质最好的战国红之一。上谷战国红的特点概括起来就是：储量大、图案多、色彩艳、圆料居多、成型规整、便于雕刻、品质参差不齐。

北票战国红以山料为主，石皮厚，质地较脆。原石块大、多为棱角山料，早期产的颜色艳丽、缠丝明显、冻料较少。中期冻料较多，颜色艳度下降，缠丝增多；中后期料性趋干，润度下降，甚至出现了土黄料和深红料。出材率低，因此基本被做成圆珠，大料做大珠，小料做小珠，极品的大料做手镯、大方章。目前北票战国红的好原石越来越少，加上政府禁止私人无计划开采等因素，导致价格一路飙升，同时也使加工、经营战国红的厂商和业户在不断的减少。

“战国红”玛瑙之美在于其色的浓艳纯正，其质的光华内敛，其形的温润娇嫩。颜色有红、黄、白，以红缟多见。好的战国红玛瑙，其红色纯正厚重，类似鸡血石；其黄色凝重温润，类似田黄；其白色飘逸如带。红缟和黄缟集于一石，或全为黄缟者较为珍贵，带白缟的更少见。



▲ 战国红玛瑙连年有余把件

当前珠宝市场上常见的玛瑙饰品多为经过煅烧改色颜色不正的玛瑙，由于经过高温烧红，所以玛瑙比较脆，硬度下降，颜色变深。再加上产量众多，通常价格十分低廉。

战国红玛瑙以红黄编为主，偶有黑编、白编等，以颜色艳丽、通透、三维动丝为上品。事实上，战国红，黄为尊，红为贵，色多而不杂谓之君臣分明，此曰“君臣之纲”；缜纹幻化无常，水线穿梭其中，此曰“无常之道”；光华内敛，华而不张，乃玛瑙中君子者也。因战国红产量较少，大料较为难得，故制品最多的是珠子、吊坠，偶有把件、雕件等，价值不菲。珠子的形状有橄榄形、瓜棱形、扁圆形。战国红玛瑙颜色艳丽，价值不菲，又有战国后突然消失于历史长河之中的神秘的背景，深得很多人喜爱。

战国红之所以出名，首要在这个色上。战国红颜色艳丽，在最主要的红黄两色上，都有出色表现。绝大部分战国红都具有红黄色，少部分含有其他颜色，如紫、白、绿、黑等，现将这类颜色归入杂色中。

既然名字叫战国红，红色是它的主色之一。不同于其他红玛瑙，她会呈现多种不同的红色，颜色的饱和度变化极广。

在战国红中，黄色要比红色贵重些，因黄色原石比红色少。同红色一样，战国红的黄色在色度范围上也很宽泛，从柠檬黄到橘黄再到土黄，多种黄色都有。其中著名的颜色有柠檬黄和民间推崇的鸡油黄。

战国红主要的结构，是不同颜色的玛瑙色层叠加在一起，色层薄厚变化多端，分界清晰，极少出现两色混合的现象。当色层按一定规律多层叠加，就形成了缠丝结构，战国红缠丝多折角，且多呈锐角结构。层叠和扭曲多是共同存在，这就造就了其千变万化、



▲ 上谷缠丝玛瑙

两不相同的结构特点，因而其内涵也由此体现。战国红多缠丝，且缠丝多样，在改变视线角度时，就产生透光差异，视觉效果好像丝在动。动丝以丝细、面积大、切面角度垂直为好。如果红动丝料再具有鲜艳颜色，观感就奇特。动丝结构有些极细，可达每毫米12支色丝，12支透明丝以上。因动丝料较少，更显珍贵。

两不相同的结构特点，因而其内涵也由此体现。战国红多缠丝，且缠丝多样，在改变视线角度时，就产生透光差异，视觉效果好像丝在



▲ 战国红玛瑙一品清廉雕件

战国红复杂的缠丝和色带，随着人为切割时的不同角度，呈现出更趋多样的纹理。同一块缠丝料，加工成牌子或加工成珠子，成品会有完全不同的呈现。有些完全由丝组成的珠子，每观察一个部位，都会有新的发现，这也是战国红的另一个魅力所在。

战国红的质地从油润到通透再到干涩都有。以油润为最好，通透次之，干涩最差。战国红有些黄色料油润感极好，鸡油黄即由此而来。有些战国红含透明玛瑙较多，质感通透，但缺乏油润，品质次于油润料。战国红中也有较干的料质，红黄色均有较干料出现，此类品质较差。

所以，战国红上品的首要是颜色艳丽、色层清晰、不混沌；在结构方面，以扭曲多变、奇诡无方著称。其中结构清晰、方向性好为上品，碎杂无序为下品；在润度上，油润为上品，干涩为下品。

文 / 林文忠



▲ 战国红玛瑙手镯

链接

教你区分战国红玛瑙的等级

战国红玛瑙区分等级主要看三个方面的标准，即颜色、结构和润度。第一，战国红玛瑙主要是以色彩而闻名于世的，正是因为其拥有其他矿石无法相比的瑰丽色彩，才显得贵人三分，所以，上等的战国红玛瑙首要条件就是色彩清晰，没有杂质以及结构明晰。第二，战国红玛瑙的结构通常是反复扭曲，奇诡多变的，从结构看的话，结构错落有致，方向性好以及条理清晰的为上等，反之则为下等品。第三，从战国红玛瑙的润度上看，润度越好，油性越佳的为上等，相对比较干涩的则是中下等。

如何选购战国红玛瑙

第一，选购战国红玛瑙时要先了解战国红玛瑙的品级要求。一般来讲，越是优等的战国红玛瑙，颜色越是鲜艳和纯正，幼稚的战国红玛瑙表面光洁、质地柔和、色层较厚，透明度相对高、纹理也比较清晰；内部质感细密而均匀；裂纹十分少、短、浅或几乎无裂纹。符合这些要求的战国红玛瑙才具备更好的收藏价值，值得你花好价钱去买。

第二，选购时主要观察这么几点：颜色、质地、纹理以及造型，通过这几个方面的综合评估，你基本可以分辨出你眼前的战国红玛瑙到底是不是好的战国红玛瑙。

第三，在选购时不能太受自己主观喜好的影响，而要根据当今战国红玛瑙市场的行情，选择相对较稀缺或者口碑较好的品味较高的类别，在这基础上，才能再根据自己的爱好去决定到底要哪一块。这样，你的战国红玛瑙才会有更大的升值空间。



山西

松脂岩玉的寶石學特征

山西省金銀珠寶玉石質量協會在開展《山西省寶玉石資源調查》研究項目中，發現了產於山西省內的一種松脂岩。初步研究，其顏色、光澤、質地、可加工性尚佳。根據國家關於珠寶玉石命名標準（GB/16552-2010）規定，我們將其命名為松脂岩玉。

松脂岩玉的成礦地質要素

1. 大地構造位置

根據《山西省成礦區帶劃分方案》，工作區位於燕山—太行山北端陸源火山岩漿弧（J-K）。

2. 礦區地質特征

地層出露由老到新：長城系高于莊組（Ch₃g1）含燧石條帶白云岩—青白口系望孤組（Qbw）—含鐵質燧石角礫岩—寒武系灰岩、泥岩。

岩漿岩：區內燕山期岩漿活動強烈，主要侵入岩有：花崗閃長岩、正長石英斑岩、閃長玢岩。噴出岩有：流紋質含角礫凝灰岩、流紋岩、松脂岩、黑曜岩等。

火山構造：呈環狀構造特征，出露面積50m²~200m²，其中心為火山溢流相，松脂岩就產於其中，向外為噴發相，主要岩性為流紋質含角礫凝灰岩。

松脂岩玉的寶石學特征

1. 基本特征

顏色：呈黃褐色，類似巧克力色，非常均勻。

透明度：不透明—微透明

光澤：玻璃光澤—油脂光澤

硬度：莫氏硬度6~6.5

折光率：1.52（點測）

密度：2.58

結構特征：堅硬細膩、斷口呈貝殼狀。我們選取樣品做了加工實驗，加工性能良好。（見P68圖）

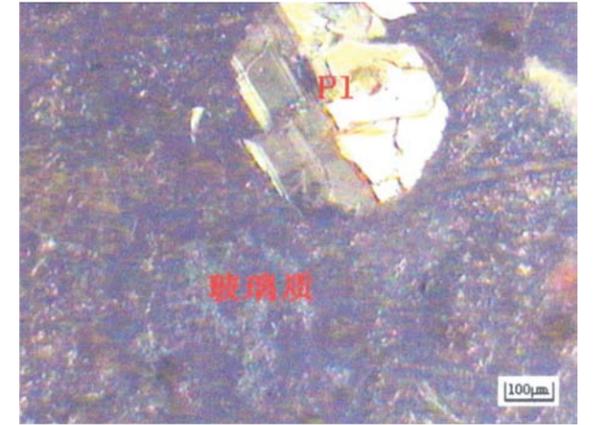
2. 岩石礦物學特征（據岩石薄片鑑定見本頁圖1、2）

結構：玻基斑狀結構、玻璃質結構。

構造：致密塊狀構造、微細脈狀構造。

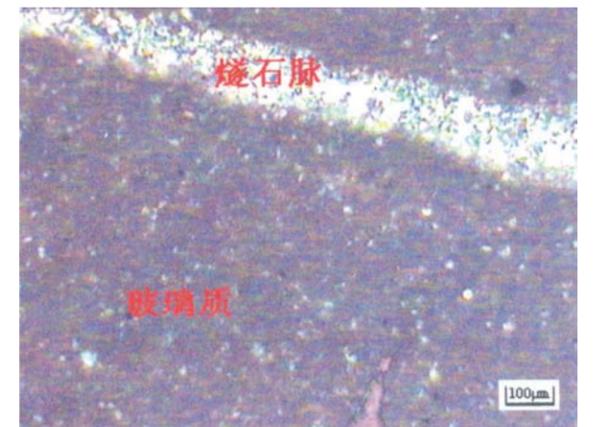
礦物成分：斑晶成分主要為石英和斜長石，石英（Q）常溶蝕為渾圓狀，色粒徑0.30~0.95mm。含量3%左右。聚片雙晶發育，常見碎裂結構、碎斑結構。

基质：主要有玻璃質組成，含量85%~95%。少量顯微粒狀結構的長英質礦物，粒徑0.02mm左右。局部見細脈分布，脈寬0.03mm~0.34mm，由隱晶質的玉燧礦物組成。



1. (+) 偏光 4×10

玻基斑狀結構



2. (+) 偏光 4×10

玻璃質結構 細脈狀構造

結論

松脂岩玉生成時代為中生代中晚期，與燕山期陸源火山活動密切相關。礦體受環狀火山構造控制。為火山溢流相岩性特征。

松脂岩玉顏色厚重獨特，光澤柔和溫潤，結構致密細膩。為可利用的玉料資源。

區內除黃褐色松脂岩外，還有伴生的綠色松脂岩、黑曜岩等，可進行開發利用可行性調研論證。

文 / 王陽湖 曹國雄 侯青亞

（注：《山西省寶玉石資源調查》研究項目，項目承擔單位為山西省金銀珠寶玉石質量協會，合作單位為中國冶金地質總局第三地質勘察院）



闪动的瞳眸——猫眼

当宝石内部有一组平行排列的针管状包裹体且加工成弧面时，在光的照射下会产生一条亮带随着光的移动而移动的现象。由于这种现象与猫的眼睛一样，灵活明亮，能够随着光线的强弱而变化，被称为“猫眼效应”。在自然界中，具有猫眼效应的宝石品种很多，但在国家标准 GB/T16552-2010《珠宝玉石 名称》中规定，只有“金绿宝石猫眼”才能直接称为猫眼，其它具有猫眼效应的宝石都不能直接称为猫眼，而要在“猫眼”二字之前加上宝石的名称，如“海蓝宝石猫眼”、“碧玺猫眼”、“石英猫眼”、“玻璃猫眼”等。

猫眼属于世界五大宝石之一金绿宝石的一种，为十月份诞辰石，象征美好的希望和幸福。猫眼主要产于气成热液型矿床和伟晶岩岩脉中。世界上最著名的猫眼石产地是斯里兰卡，另外，巴西和俄罗斯等国也发现有猫眼石，但非常稀少。

猫眼的基本特征

猫眼的化学成分为铍铝的氧化物 (BeAl_2O_4)；斜方晶系，晶体形态常呈短柱状、板状；颜色为棕黄、绿黄、黄绿、黄褐色；透明至不透明；玻璃至油脂光泽；硬度 8.5，相对密度为 3.73；折射率为 1.74~1.75，双折射率 0.008~0.010，色散 0.015；具有强多色性和很好的韧性。变石猫眼是猫眼中最稀少的一个品种，它集变色和猫眼效应于一身。变石猫眼既含有产生变色效应的铬元素，又含有大量丝状包体以产生猫眼效应。通常在日光或日光灯下，呈现绿色色调为主的色调，而在白炽灯下或烛光下，呈现红色色调为主的色调。在加工中，猫眼亮带和变色效果都要选择最佳方向，但两者常互相矛盾，因而给琢磨造成了很大的困难。

猫眼的鉴别

市场上易与猫眼相混淆的天然宝石主要有碧玺猫眼、海蓝宝石猫眼、磷灰石猫眼、石英猫眼及木变石猫眼等。仿制品则主要为玻璃猫眼。

1. 金绿猫眼与其他宝石猫眼的区分

在硬度上，猫眼硬度为 8.5，相比碧玺、海蓝宝石、磷灰石、石英猫眼硬度较高。

在眼线上，猫眼的眼线最明亮灵活，而其他宝石猫眼的眼线一般较松散。

在颜色方面，猫眼多为黄褐色或浅绿色。从颜色上分最易混淆的是石英猫眼（勒子石），但石英猫眼的折射率为 1.54，较猫眼的折光率 1.74~1.75 低。

2. 猫眼和玻璃猫眼的区分

玻璃猫眼是市场上常见的仿品，主要有手镯、戒指、吊坠、耳饰等，售价在几十元到几百元不等。玻璃猫眼硬度低，只有 5 左右，易磨损。

玻璃猫眼的眼线一般由数条光带组成，而猫眼的眼线只有一条。

玻璃猫眼颜色多样，可呈现红色、蓝色、绿色等，而猫眼大多为褐黄及淡绿色，很少出现仿猫眼那样的颜色，用放大镜从侧面观察，玻璃猫眼可见蜂窝状构造。

3. 注意合成猫眼

在人类强大的科技下，猫眼也可以合成，但较少出现在市场上。提醒广大消费者，购买时注意合成猫眼，最好到正规渠道购买或者购买带有权威机构出具的鉴定证书的猫眼。如果你对自己手中的猫眼不放心，可到当地的权威质检站检验。

猫眼首饰选购要诀

猫眼的好坏、价值高低，取决于其颜色、猫眼的强弱、变色效果、透明度、瑕疵多少、重量以及琢型的完美程度。

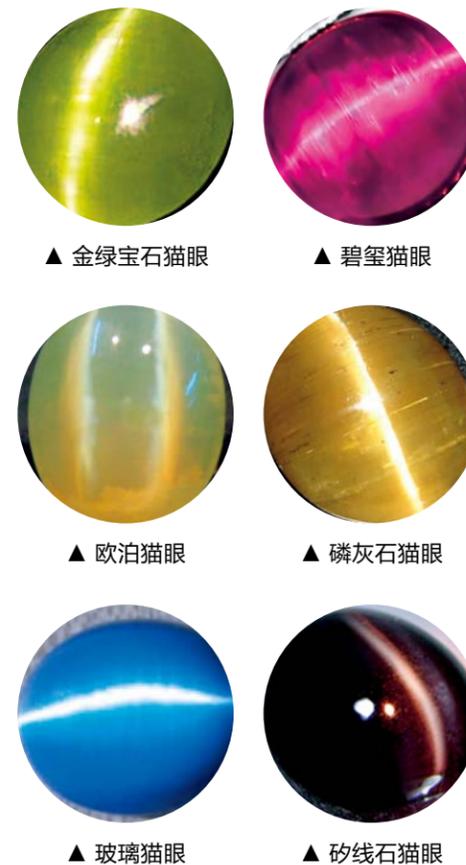
1. 选购猫眼宝石，最重要的是要注意颜色纯正，眼线集中明亮，变石猫眼变色效果明显。

2. 猫眼超过 2 克拉的很少，大粒的变石猫眼更少，颗粒越大、透明度越高、瑕疵越少的猫眼价格越高。

3. 猫眼一般加工中底面不抛光，以减少光的散失，增加宝石的重量。所以宝石厚薄要适中，腰过厚的单价明显低于腰厚适中的，这是因为弧面宝石腰太厚既增加重量又不利镶嵌。

4. 无论是金绿猫眼还是变石猫眼，均是罕见而珍贵的宝石，有一定大小而质量佳的会有较高的保值及收藏价值。

文 / 云鹏



官帽上的珠寶

古今中外，历代君主，为了显示其权威及尊贵，在其皇冠上无不镶嵌珍贵的珍宝钻石。例如：拿破仑的皇冠是由黄金和钻石制作；英国女王的皇冠，也是镶满了钻石、红宝石、珍珠。我国从商朝开始，出现了冠服制度。通过冠服可以区分出一个人的身份和等级。我国的大清朝，是一个珠宝盛行的年代，无论是皇帝的皇冠，还是百官的官帽，冠冠镶满珍宝，顶顶珠光宝气。

清朝皇帝的皇冠一般称为“朝冠”，来自于女真族蒙古族传统贵族冠帽。造型来自于女真族蒙古族人民常带的斗笠。后经美化改造，美化造型来自于清朝的前身——后金政权皇宫崇政殿（今沈阳故宫崇政殿），象征着王权。



▲（清）乾隆皇帝的夏朝冠 台北故宫博物院收藏

清朝皇帝的朝冠分冬、夏、秋春三套，除气候不同而材料不同外，都是帽顶中立九龙镂空金顶七层，每层镶嵌有东珠共十九颗。东珠是产自东北地区的珍珠，满语为“塔娜”，是清朝满族发祥地的珠宝，清朝统治者把东珠作为最珍贵的珍宝。朝冠的前檐为镂空小金佛一尊，外镶东珠莲座与八宝佛光。朝冠上的小金佛应该是三世佛中的阿弥陀佛，又称无量光佛、无量寿佛、无量清净佛。后檐为金制须弥座上设金制神火文镶大东珠十五颗，象征着至高无上的皇权。

清朝官员们的官帽，朝廷也有着十分严格的规定。官帽按严格的等级配备，办法就是按帽顶上镶嵌的宝石来区分，称作顶珠。按清朝礼仪，一品官顶珠为红宝石，二品官的顶珠为红珊瑚，三品官的顶珠为蓝宝石，四品官的顶珠是青晶石，五品官的顶珠为水晶石，六品官的顶珠是砗磲，七品官的顶珠为素金，八品官的顶珠用阴纹镂花金，九品官的顶珠用阳纹镂花金。无顶珠者为无官品。

官帽又分为朝冠和吉服冠。朝冠，顾名思义就是上朝时戴的，顶子分三层，上为尖型宝石，中为球形宝珠，下为金属底座。亲王冠顶可以饰有十颗东珠，亲王的世子冠顶装饰有九颗东珠。君王的冠顶装饰有八颗东珠，贝勒冠顶装饰有七颗东珠，贝子的冠顶装饰有六颗东珠，镇国公的冠顶装饰有五颗东珠，辅国公的冠顶装饰有四颗东珠，侯爵的冠顶装饰有三颗东珠，伯爵的冠顶装饰有两颗东珠，一品冠顶上可装饰一颗东珠。一品以下不能镶嵌东珠，可为其它小宝石。而吉服冠，也是平时官员戴的帽子，所谓吉服，仅次于朝服的礼服，吉服冠顶比较简单，但上面顶珠仍按不同官阶配置。顶珠是区分官阶的重要标志。

在官帽顶珠的下面，另一件珠宝便是一枝二寸长短的翎管，一般用白玉、翡翠或珉琅制成，也有用花瓷的。翎管用以安插翎枝，翎枝有花翎、蓝翎之别。蓝翎用鹞羽枝中制成，蓝色，羽长，较花翎等级低。花翎用孔雀翎制成，上面有“目晕”，有单、双、三眼之分，以翎眼多为贵。花翎和帽冠一起称为顶戴花翎。清朝各帝都三令五申对于官员们的顶戴花翎，既不能簪越本分妄戴，又不能随意不戴。如有违反，则严行参处。

由于翎管是清朝官帽上独有的物件，且为清朝独有，物稀量少，识货者不多，故比较珍贵，收藏价值较高。在《清史演义》中，据说嘉庆皇帝查抄和坤的赃物时，发现了十一个满绿的翡翠翎管，以及八百多个各色翡翠翎管。在北京瀚海曾经拍卖出一件清



▲ 清代三品亮蓝顶冬吉服冠



▲ 清代七品吉服冠

朝满绿的翎管，拍出 93.5 万元人民币。国际闻名的 ROCS 拍卖行，也拍出过一个清朝满绿翡翠翎管，价值 73 万美元。据张伯驹在《春游社琐谈》一书中说，清末宫内大管家李莲英是三品官，礼帽上的黄杨绿玻璃翡翠翎管，价值一万两银子。

随着大清朝的灭亡，这些皇冠、顶戴花翎走下了历史舞台，都成了历史文物。

文 / 尔东



▶ 清代一品朝冠

▶ 清代二品朝冠

▶ 清代三品朝冠

▶ 清代四品朝冠

TANA 东珠

珠宝史上曾经辉煌的明珠

据香港明报报道，苏富比拍卖行一连六天举行“中国瓷器及工艺品春季拍卖会”，总成交额20亿，其中一串清朝18世纪御制东珠朝珠，掀起激烈的竞拍，10分钟内61口叫价，最终由一名电话投标者以6000万港币中标，连买家佣金成交价6786万港币，按人民币已超过5000万，刷新御制珠宝新纪录。

东珠，是我国东北各族人民的贵重饰品，又是历代重要的贡品。《吉林外记》说：“东珠东三省皆产，惟吉林、黑龙江界内松花江、嫩江、爱辉各江河产者最佳。”属于北方气候条件下产生的天然淡水珠。明朝以前为了区分南珠，一直称为北珠，或大珠、美珠、胡珠。后到了清朝，定都北京，东北在北京的东面，故改称为东珠。与南珠相比，东珠晶莹剔透，圆润巨大，清朝《养吉斋丛录》载：“东珠出混同江（松花江）及乌拉宁古塔河中，均圆莹洁，大者可半寸，王、公以饰冠顶。”光绪34年，勘界委员刘建封在《长白山江岗志略》中记载：“由暖江源，行九里余，见河底一蛤，其大如箕……负而归，得一明珠长可径寸。”东珠白晰晶莹，光彩绚丽，珠光宝气，十分诱人。其中，微闪红色光彩的称“美人湖”，微闪青色光彩的称“龙眼珠”，皆为上品，如呈淡金色，光亮夺目，此为上品中的上品。清人许兰在《塞上六歌·采珠》序中说：“岭南北海产珠，皆不及东珠三色，如淡金者品贵。”

东珠的采珠历史悠久，大约1700年前已开始有采珠的记载，《后汉书·东夷传》记载：“夫余国……出名马，赤玉，大珠如酸枣。”在辽代，东珠已是女真地区的重要特产，是民族对外贸易的重要商品。有资料介绍，辽代天祚帝生活奢侈，贪婪残暴，无休止的向女真各部落索取东珠，甚至在冬春江河未解



▲ 清十八世纪 御制东珠朝珠

冻之时，强令女真人冒着酷寒，凿冰入水，采蚌取珠。许多人因此惨死江中，引起民族间的仇恨。公元1114年，女真部落首领完颜阿骨打（金太祖）起兵反辽，十一年的战争，夺得了契丹人天下，建立了金。当东珠作为商品流入中原后，逐渐为统治者钟爱，宋徽宗赵佶酷爱此珠，谁能进贡，就给谁加官进爵。金人攻入汴京时，把宋国开国以来积存的国宝洗劫一空，其中有北珠40斤。以后，宋钦宗赵桓图同金人求和时，在礼物清单上有：“珍珠璽圈夹袋子一幅，上有北珠二十三颗。珍珠束带一条，上有北珠二十五颗。”礼物上的珍珠特别注明颗数，说明在皇帝眼里东珠就是国宝。到了明朝后期，皇太极为征服朝鲜，又怕受到明朝的两面夹击，主动提出同明朝和谈。皇太极在致明将袁崇焕的信中说：“既和之后，两国言归于好，往来通使。每岁我以东珠十粒、貂皮千张、人参千斤馈送于尔。”这里以“十粒”与“千张”、“千斤”并列，也说明东珠的贵重程度。到了清代，北珠正式定名为东珠，并成了皇家宗室的至宝。清政府规定，从亲王至一品官，冠顶以饰东珠的数目来区别等级。从此，东珠成为清朝官阶高低的一种标志。朝冠上该用东珠的必须用，该多用的少用或不用都不行，无形中抬高了东珠的身价，成为清政府不可或缺的特殊贡品。清初，东珠又成为皇帝赏赐功臣的恩赏品。雍正皇帝赏给当时任四川、陕西总督的年羹尧一颗东珠。大贪官和坤收藏东珠60余颗，是作为至贵无上的珍宝收藏的。

由于东珠的珍贵，历代对东珠的采摘都有严格的管理，金代对东珠有“封禁”之意，《金史·海陵纪》中有“禁百姓私相贸易”的记载，到了明朝庆隆、万历年间，东珠是乌拉部的重要特产之一，努尔哈赤灭乌拉部后，“遂专擅东珠之利”，利用采猎的东珠、人参、貂皮等土特产品，从明朝及朝鲜换回大量铁铤等农业生产资料。到了清代，东珠完全被统治者所垄断。起初允许王以下、公以上者采捕。到顺治七年（1650年），清政府停止宗室采捕东珠，由朝廷统一安排采捕。为保证东珠的需求，清政府把东北大部分山河划为“贡江”、“贡山”，在吉林乌拉（今吉林市北乌拉街镇）设吉林乌拉总管衙门，隶属清廷内务府，管理东珠、貂皮、人参等入贡事务。由于

东珠是特殊贡品，又在乌拉总管衙门内设“珠子柜”专门掌管东珠采捕、加工和入贡事宜。一到采珠季节，选派将士2000余人，浩浩荡荡，向各采珠河口进发。大清乾隆皇帝巡视吉林，亲到采珠现场，观看采珠表演，一时兴起写下三首咏珠诗，其中《采珠行》中有这样的句子：“水中取蚌载已至，剖划片片光如银。三色七彩亦时有，百难获一称奇珍。”

清政府禁止民间私采。对偷采东珠者照偷采人参例严加处罚。“为首者拟绞监候，为从者枷两月，鞭一百。”《清会典·二部》“采捕”条规定：“貂、珠、人参禁偷采，旗民有犯皆论如法。私载私贩与盗珠同，该管官及守工官弁失察徇纵者并论。”由于严格的管理，很少有人偷采。有时儿童江河中野浴，偶尔获得，家长惊恐万状，赶快投入水中，以免招惹。

然而，由于统治者的狂爱，加速对东珠资源的掠夺性开采，到了道光年后，珠源逐年减少，往往到后来，采到百十个蛤蚌，方得一颗东珠，再后来采一船蛤蚌，不得一颗东珠。资源愈来愈少，呈萎缩趋势。到了咸丰之后，东北战事又起，沙俄不断骚扰和入侵，采珠业逐渐走上衰落，往往是“易数河不得一蚌，聚蚌盈盈不得一珠”“每得一珠，实非易事。”到民国初年，东珠在市场上还时有出现。据成书于民国初年的《鸡林旧闻录》记载：“现在吉林市肆售珠，多来自松花江上游，间有在江省（黑龙江省）汤源县唐旺河获取者。”东北沦陷后，日本人设立采贝洋行，采捕和经营东珠，日本人野蛮掠夺。没过几年，东珠彻底绝迹，采贝洋行也“鸟尽弓藏”，关门大吉。建国后，农民在松花江中捞蚌，作为家禽饲料，蚌壳内珍珠层颇厚，五光十色，金翅银鳞，晶莹夺目，但从未发现东珠。现在的人都不知道东珠。只有知道东珠的老人感叹道，现在是有蚌无珠了。

究竟是什么原因致使现在连一颗东珠都不见了？难道是上苍对人们贪婪成性、野蛮掠夺的惩罚吗？东珠，这颗珠宝史上灿烂的明星，现在坠落的无影无踪。这将是珠宝史上一个难解之谜。

文 / 尔东

亲爱的读者：

感谢您对《山西珠寶》的喜爱和支持，今年开设《珠寶情緣》栏目，欢迎您的参与。投稿邮箱：sxzbbjb@163.com，来稿请注明作者姓名、电话、地址、邮编，一经采用，即付稿酬并赠送样书。赶快行动吧！

玉之缘



我的家乡在广袤的新疆和田，虽然那里盛产我们本地人称之为美丽的高等级和田玉，但对于大学生来说确实属于珍稀物。我是当时方圆几十里第一个考上大学的幸运儿，录取通知书是校长亲自送到我家的。并不富裕的村集体硬是抠出钱来为我买了一个旅行箱。当乡里的吉普车开到我家送我去赶火车时，左邻右舍亲戚朋友全都来了，那是记忆中我们家最热闹的一次。虽然我内心毫无理由地不太喜欢被录取的地质大学，但那毕竟也是大学呀，是我能够心安理得地享受家乡真诚而优厚的待遇的唯一理由。而胸前贴着的

那块家传的美丽的石头，是母亲在头天晚上小心翼翼地交给我的，她千叮咛万嘱咐要我好好念书，照顾好自己，并说石头会保佑我一切平安顺利的。我满载着家乡父老的深情厚意，背负着父母亲人的殷切期望，离开了生我养我的和田大地，奔向了属于我自己而且充满了无限未知的新天地。

由于底子较差，加之对专业既缺乏了解又缺乏兴趣，在学校里我学习很吃力，但我告诫自己不可浪费这宝贵的机会，利用一切课余时间学习那些生涩而深奥的专业知识。困了、累了、烦了、想家了，就捧起那块未经雕琢的美丽石头，细细端详，轻轻抚摸，把它紧紧贴在脸上时，温暖柔润的感觉就像靠在母亲的怀抱里，于是内心平静了，头脑清醒了，又打起精神大踏步地向图书馆走去。

在图书馆里，我几乎每天都是在管理员微笑的目光中带着些许歉意最后一个离开的。有一天，当我感到管理员又迎着我走过来时，赶紧起身收拾书籍。这时，旁边座椅上的一件东西映入我的眼帘，仔细一看，我惊呆了，竟然是一块美丽的石头！那形状、那颜色、那手感，情急之下我捧了起来，可下意识地一摸胸前，我的石头仍然还在啊，疑惑中，我把它交给了管理员，满腹狐疑地向外走去。

第二天，当图书馆照例又剩下我一个人时，管理员向我介绍了专程前来致谢的失主父女俩。而我当时并没有意识到，正是这次造访，拉开了一段戏剧性的玉之缘的红色序幕。

在这位父亲面前，我有些自惭形秽，因为他是学校里德高望重的老教授，而那位令我手足无措的女孩则是他的女儿小玉，当然也算是我的同学。教授告诉我，小玉的妈妈也是学校的教授，几年前因探矿牺牲在新疆和田，而那块玉石正是母亲留给女儿的唯一念想，所以这件东西的失而复得对于他们而言有着非同寻常的意义。当管理员告知我就来自新疆和田地区时，教授连称缘分并再三邀请我去家里做客，而那个小玉虽然一句话也没说，但她那双清澈的眼睛和努力控制泪水的神情却给我留下了深刻的印象。

出于可以想象的原因，我始终未敢踏进教授的家门。出乎意料的，倒是隔三差五地在图书馆碰见小玉，而每次见面，她不是拿一些她父亲的专著供我参考，就是塞过来一包吃的，由此我真正体验到了那种受宠若惊的感觉和一丝甜意。我欣喜地发现，不知不觉中我居然不再感觉专业课枯燥而生涩，甚至对它有了一种莫名其妙的期待和向往，我在图书馆的自习也不再是强迫式的安排，而成为了一种自然的享受。

年轻人之间总是容易沟通的。我不但习惯了小玉的来访，也喜欢上了与她聊天，而我们谈论最多的还是关于和田玉的话题：从民族习俗、风土人情到美丽的石头，小玉似乎对那里的一切都很好奇，甚至是我的成长及求学经历。有一天，她提出来要看看我的石头，当带着我的体温的家传玉石出现在她的手上时，小玉的眼睛瞬间睁大了，平时紧闭的嘴巴也张开了，脸上一副疑惑万分的神情——和我看到她的石头时如出一辙！片刻之后，她似乎清醒过来，匆匆告别了，甚至都没有把手中的石头还给我。从那以后，小玉与



我见面的次数明显增加，我们的话题也相应地扩大到地质构造、矿脉探寻更多内容，而我的学习成绩也像乘了火箭似的一路走高……

几年之后，按照老教授的意见，我和小玉的婚礼在我的家乡和田举行。广袤的蓝天下，传统而简朴的仪式，最大的亮点是新娘和新郎交换的不是戒指，而是两块美丽的石头——两块未经雕琢的和田美玉。当两块玉在太阳下发出温润而柔和的光芒时，我看见小玉的眼睛里泛起了泪花，而我的母亲和老教授脸上都布满了幸福的笑容。那天的证婚人——学校的图书管理员则感慨地说道：“名符其实的玉之缘啊！”

这就是在新疆土生土长的我，与上天赐予的美丽的石头，以及与天使小玉的故事！

文 / 张秀

我的首饰情缘

从小就对首饰情有独钟。

可能大家会说，哪个女人不喜欢首饰啊？从知道爱美的年龄开始，谁不喜欢用漂亮的饰品来装扮自己？我要说的是，我的喜欢不是一般的喜欢，我可是把首饰当作朋友来对待呢！其实对我而言，佩戴装点自己是次要的，而经常能把玩、欣赏首饰才是我的乐趣所在。别人佩戴首饰是为了突出自己，而我佩戴首饰是为了自己能时时看到这些宝贝，我是次要的，这些戴在我身上的小宝贝们才是主角！

一般说来，如果一个女孩子从小就喜欢首饰，肯定是受她妈妈的影响。因为妈妈的首饰匣子是小女孩能直接接触的第一块宝地。电视里经常出现的情节就是小姑娘偷偷试穿妈妈的高跟鞋，盼望着自己能够快点长大，也能像妈妈那样穿着美丽的高跟鞋摇曳生姿。

大家肯定以为我妈妈一定有一个大大的首饰盒，里面藏着好多宝贝，其实我妈妈向来对首饰没什么感觉，早些年还戴着爸爸送她的金戒指，但后来觉得做



家务碍事，就给摘了，平时就只戴一条细细的白金链子搭配衣服，用她老人家的话说，就是觉得脖子空空的露在那里不太好看，只能戴点首饰装饰一下了。其实妈妈根本就没有首饰盒，仅有的两三件饰品也是存放在一个以前用来放西洋参的木头盒子里。我的姐姐们也没有一个对首饰有特殊爱好。值得一提的是我的大姐，结婚的时候都没有买钻戒，说觉得没必要，不但没买钻戒，还用原本打算买钻戒的钱买了一台数码摄像机，六年前数码摄像机可贵得很那。对于姐姐的这个举措，我是相当佩服。换成是我，绝对得买一些漂亮的值钱的首饰珍藏一下。因为我对首饰的狂热爱好是与生俱来的，是任何人影响不了的。

小时候的首饰都不值钱，塑料花做的小戒指，普通线绳编的手链，纽扣串成的项链……不过它们至今都还被我好保存着，珍藏在一个小铁皮盒里，里面垫着柔软的小花棉布，就是为了让它们躺得舒服。记得小时候每天睡觉前我都会把这个盒子拿出来，细细的欣赏把玩每一件小玩意，我可以一直都不戴它们，但是每天必须拿出来看看才会安心。

我真正意义上拥有的第一套首饰是奶奶传给我的两个老银镯子和一把烤珐琅小银锁，不过小时候那两个镯子戴着太大，怕弄丢了，所以那个小银锁就陪伴我走过了很多个春夏秋冬，直到我快上大学时，还不舍得摘下！

银锁对我而言不仅仅是一件首饰，更多的是寄托了奶奶对我浓浓的爱。我向来对祖传的东西特别感兴趣，因为这些宝贝历经沧桑，每一个身上都见证了一个家族的兴衰荣辱，都承载着一个家族的喜怒哀乐。

文 / 张雨辰

碧玉情



小时候特别喜欢各类工艺品。每年过生日的时候，妈妈总说要送我生日礼物，我不会嚷着要新衣服，也不想买玩具和娃娃，却总是喜欢拉着妈妈的手走进工艺美术大楼，看各种精美的工艺品。

随着我慢慢长大，那时花季的我最渴望的是拥有一条梦幻的紫水晶项链。记不得自己是从什么时候开始喜欢各种美丽的珠宝的，也许是天生的吧！慢慢的自己的珠宝匣子里面有了越来越多钟爱的宝贝，有时候并不是为了佩戴，却只是自然而然的被她们的美所吸引。

闲暇时，总会拿出来，仔细欣赏一番。记得有一本关于女人爱珠宝的书，书中有段话被很多人提到：关于女人的华美，珠宝最能显映；关于女人的欢喜，珠宝更是无所替；关于女人的秘密、女人的感情，或许，也只有珠宝最清楚。

我的珠宝匣子，里面每一件都是让我心动和钟爱的。这份心动和喜爱无关乎她们的价值本身，只是因为当初她们的美打动了我的心，而通过我对她们的喜爱和用心，让这些美丽的自然界造物的精华，升华成我心目中生命意义和情感的存在。

2004年，我开始了解并逐渐接触翡翠。内心一直有一种古典情节，希望自己能像古代的女子那样，腕间有一只通透润泽的玉镯。

最初，非常喜欢白玉，那时并没有太多关于和田玉、翡翠等玉石的知识，仅仅只是喜欢白色所代表的纯洁和干净。那一年，爸爸曾经送过一枚纯白色

玉镯给我，当时第一眼非常喜欢，可是戴了没几天，有一次在做家务时，不小心碰在茶几上，镯子被我碰出一道裂来，虽然没有断掉，但心痛的我，还是把它赶快摘了下来。

从那以后，一直想为自己再找一枚入眼的镯子。有一次和朋友闲聊，说到自己想找一枚玉镯，于是，在她家的各种宝贝里面，我有缘得到了她，我的碧玉。那天，下班后匆匆赶到朋友家里，接过碧玉后，就有一种喜上心头、爱不释手的感觉。

还记得那时候自己的工资不高，这个镯子也是我为自己买的第一个贵重首饰。当时第一眼就被她的圆润，细腻所吸引。半通透的质地和水润的色泽，还有那亮丽、碧波荡漾的绿意。整个镯子给我一种淡雅而高贵的气质，那种美丽是一种隽永的清新，沁人心脾的舒适。

碧玉的价值可以用数字来标记，但与碧玉的情缘却是无法用数字估量的。人们常说，得玉要看缘分，想来我和碧玉是很有缘分的。直到今天，我对碧玉的爱越来越深，好玉难求，不仅仅因为她的价值在增长，还因为她是为我第一个为自己寻到的玉镯。

“碧玉妆成一树高，万条垂下绿丝绦”，贺之章的诗句把高高的柳树形容成像是碧玉妆饰成的一样，翠绿晶莹，它颜色的美跃然眼前，可见碧玉的美无与伦比，在大诗人的眼里，碧玉成就了千古佳句，也成就了我与碧玉的一世情缘。

文 / 贺平

Queen Mary

玛丽王后

沉默的珠宝收藏家

在玛丽王后面前，几乎所有的女人统统都要毕恭毕敬行下屈膝礼。因为无论是地位、珠宝还是气度，她们都无法与这位日不落帝国的女主人相媲美。

当那个黑头发小女孩呱呱坠地于伦敦肯辛顿宫时，没有人知道，有朝一日她会成为日不落帝国的皇后。女孩虽然头顶符腾堡公国公主的头衔，但并不美丽，总是紧锁的眉头让她显得严肃死板，德国人特有的冷淡眼神，也仿佛时刻拒人于千里之外，这样的少女在社交中从来都不会成为注目中心。更重要的是，出身旁支公爵家的她没有任何王位继承权。因此，在很长一段时间之内，她只是一个最普通的贵族少女。



▲ 玛丽皇后



1. 乔治五世与玛丽王后的加冕场景
2. 1893年玛丽公主与乔治五世国王结婚时获赠的大不列颠及爱尔兰共和国女孩钻冕

可命运之神总是偏爱那些角落里的灰姑娘。1891年的一天，她突然成为英国王子的未婚妻。维多利亚女王看中她的安静与保守，亲自选定她做孙子艾伯特-维克多王子的新娘——当然，玛丽的母亲与英国王室的密切关系也出力不少，这位剑桥的玛丽-阿德莱德公主，正是女王的堂妹。可惜好事多磨：婚礼前夕，未婚夫突然因流感而不治身亡。一年的哀悼期后，在王室的安排下，玛丽又嫁给了艾伯特-维克多的弟弟乔治王子。舆论对这对小夫妻并不看好，担心他们会重演亨利八世与凯瑟琳王后叔娶寡嫂的悲剧，因为乔治王子当时已是王太孙的身份，总有一天会继承英国的王冠。

因为并不亲民，民众们对这位王妃并没有太大兴趣，直到婚礼前夕，人们才注意到这位王室新娘有一

个特别的爱好——珠宝。

20世纪初的英国王室虽然富甲天下，但在珠宝方面却算不上奢侈，即便是维多利亚女王本人，日常所戴的王冠也仅有4英寸，而由她倡导的维多利亚珠宝风格，更是大量选用月光石、煤玉、紫水晶等半宝石，强调以自然为美的风格。可玛丽却从祖父弗雷德里克王子那里继承了德奥王室对于贵重珠宝的审美情趣，她狂热地喜欢着琥珀、祖母绿与钻石。为了安慰这位不幸失去未婚夫的郡主，维多利亚女王赠送了她多达1500件的结婚礼物。于是，伦敦的市民们就有幸参观到玛丽王妃奢华的珠宝嫁妆——3顶冠冕、26件手镯、44枚胸针和15条项链，全部镶满贵重的钻石和红蓝宝石。《泰晤士时报》直接评价“这是王后级的收藏！”

等玛丽真正成为王后时，她的珠宝更令人惊叹——全世界最大的钻石“库里南”被献给英国王室后，老国王将它直接交给儿子乔治王子。几乎全世界都相信，王子将把这枚巨钻镶嵌在帝国权杖上，作为日不落帝国的象征。可谁都没料到，“库里南”钻石真正的主人却是玛丽。1911年，在乔治王子登基的加冕大典上，人们惊异地发现，全世界最耀眼的星光，居然只是闪耀在新任王后而不是国王的王冠上！

有人统计过，加冕的那一天，玛丽身上所戴的各色钻石和宝石有近一万颗。其中那顶镶有2200颗钻石的王冠，不仅镶有重达530克拉的库里南第I和63.6克拉的库里南第IV钻石，还包括一颗来自印度重达186克拉的巨钻光明之山。就连她所戴的项链，也坠着一颗22.48克拉的拉合尔钻石，更不用说她裙袍上闪耀的红宝石与珍珠了。

如此豪奢的妆饰会为新王后带来负面评价吗？没有。在维多利亚女王的光辉下，当时的英国正是世界的中心。无论国王还是民众，都认为王后的珠宝让她平添了慑人心魄的魅力，那些光芒与辉煌正代表着帝国的强盛与威严。

在爱德华八世的回忆中，他的母亲玛丽“冷淡”、“高傲”、“彬彬有礼”，是一个拘谨而威严的皇家女家长，对父王表达爱情的方式是“每天一次的问好”以及“询问她裙子的长短是否符合皇室礼仪”，对他和其他子女更是从来没有过“亲吻”和“说我爱你”。

只有在收集珠宝时，她才会流露出让人惊异的热情，甚至会放肆地展现出与平常性格完全相异的另一面。



1



2

1. 库里南五号钻石制作的胸针
2. 库里南钻石制作的皇冠

拉王后是亲姐妹，罗曼诺夫王朝覆灭时，她逃亡欧洲，随身带来了大量的沙皇珠宝。为了得到这些珍品，玛丽多次上门求购，最后以三倍的价格从其他竞争者手中获得，其中重要的一枚是双菱形的蓝宝石及钻石胸针，伊丽莎白女王在参加自己登基60周年钻石庆典活动时，佩戴的正是它。

全世界最贵重的珠宝都成为这位英国王后兼印度皇后的目标，在漫长的王后生涯中，她购买过普鲁士王室镶有3000颗钻石的鼻烟盒，还接受过印度土邦大君赠送的数以千计的钻石和红宝石，甚至就连小偷的赃物，也来者不拒。据说当时一位英国贵族，偷来俄罗斯大公妃Vladimir的冠冕，玛丽毫不犹豫买下这顶由多个圆环组成、镶有硕大泪滴形珍珠的王冠，并立刻佩戴它接见流亡于英国的俄罗斯贵族。

也只有在珠宝上，她才会偶尔流露出少女情怀。第一次世界大战结束时，乔治五世和儿女们决定赠送一件礼物，以感谢王后在大战中的辛劳。玛丽要了什么呢？不是冠冕，也不是项链，而是一座珠宝玩偶屋，里面放置有Cartier做的微型珠宝座钟、Dunhill制成的珠宝家具，就连她最心爱的加冕王冠，也由Garrard特意制作了缩微版本，放置在玩偶屋的珠宝库里。一共有近2000名设计师参与了这件珍宝的制作，就连“软装”，也不乏阿瑟·柯南道尔亲手写就的《华生学推理》的迷你书版和诺贝尔文学奖获得者拉迪亚德·基普林则贡散的微型手写诗集。

如此的精妙绝伦，无怪乎多年之后，《每日邮报》会赞叹不止：“这是黄金时代所特有的王室气度，无法复制，只能传承。”

文 / 一朵



库里南三号 and 四号钻石胸针以及剑桥·德里朝觐祖母绿项链

比如，玛丽的的外祖母——剑桥公爵夫人曾留下一批贵重的珠宝，包括40颗祖母绿、剑桥公爵夫人珍珠胸针，以及奥地利君王胸针等，王后一直渴望得到这些宝物，但偏偏王后之母阿德莱德公主却将它们留给了二儿子弗朗西斯。于是在登基后的第二天，玛丽便派人对这些珠宝的现任主人、弗朗西斯的情人进行了严厉的警告与威胁，强迫她归还了所有的珠宝。媒体对这件事大肆报道，尽情地渲染王室的不尽人情。

但玛丽对舆论完全置之不理，而是请来了珠宝商，将那批祖母绿镶制成一套华丽的项链与耳环——这，就是如今伊丽莎白二世经常佩戴的剑桥祖母绿套装珠宝，其中的一件短项链，还成为戴安娜王妃惊艳社交界的有力武器。她也曾疯狂购买珠宝。俄罗斯末代皇太后是丹麦王室的公主，与玛丽的婆婆亚历山德



葡萄酒起源于波斯

葡萄酒，是指以葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制、酒精度(体积分数) $\geq 7\%$ 的酒精饮品。

关于葡萄酒的起源，有一个有趣的传说：古时的一位波斯国王爱吃葡萄，为防他人偷吃，国王将葡萄压紧，藏在一个大陶罐里，罐上标着“有毒”。数天以后，国王的一位妃子厌倦了宫廷生活，意图自尽，就饮用了陶罐内的汁液。谁料，她不仅没死，反而变得异常兴奋，重拾对生活的信心。于是，妃子专门盛了一杯这种汁液送给国王，国王也非常喜欢喝。自此以后，国王颁布命令，将成熟的葡萄压紧盛在容器内进行发酵，以便得到葡萄酿造的饮料。这种饮料就是葡萄酒。

多数历史学家都认为，波斯可能是世界上最早酿造葡萄酒的国家。随着古代战争及商业活动，葡萄酒的酿造方法传到了以色列、叙利亚、小亚细亚。后来，葡萄酒的酿造方法从波斯、埃及传到希腊、罗马、高卢(即法国)，最终扩展到欧洲其他国家。

由于欧洲人信奉基督教，他们将葡萄酒和面包称



▲ 红酒酿制窖



▲ 橡木酒桶



▲ 葡萄庄园

为上帝的血和肉，视葡萄酒为生命中不可缺少的饮料，所以，葡萄酒在欧洲各国逐渐发展起来。法国、意大利、西班牙最终成为全球葡萄酒生产大国，欧洲的葡萄酒产量占世界葡萄酒总产量的80%以上，是人均消费葡萄酒最多的洲。

目前，全球公认的高品质葡萄酒产区分别是法国波尔多区、勃艮第，意大利皮蒙、威尼托，西班牙里欧哈，澳大利亚，德国莫斯尔和莱茵河地区，美国加州。其中，法国波尔多葡萄酒享誉世界，那里出产的红葡萄酒浓淡适宜，酒质细腻，并且没有很浓的酒精味，颜色多呈美丽的红宝石色，上佳的红葡萄酒具有愈陈愈香的特质。难怪有人说，如果没有喝过波尔多葡萄酒，就无法成为葡萄酒专家。

揭开 Wine 葡萄酒年份的面纱

“葡萄酒是生活，品味是艺术。”品味葡萄酒，就是享受人生，感受快乐。葡萄酒的品鉴、收藏也成了一种时尚。

年份决定品质

对葡萄酒稍有了解的人都知道，评价葡萄酒品质和风格的重要指标之一就是“年份”。所谓年份，是指葡萄收获的那一年。多年累积的葡萄收成统计资料，就是葡萄酒的年份表。

由于气候等方面存在差异，不同地区有各自不同的年份表。这是因为葡萄的质量对葡萄酒的品质至关重要，所以，人们记录历年不同的气候条件，比如降水、日照等，以便根据葡萄的质量进行分级，方便人们查阅。好酒庄、好年份的红葡萄酒，甚至能卖出天价。

“年份”在很大程度上决定着葡萄酒的品质与风格。在“年份”的背后，更多的决定因素是自然条件，如湿度、水源、土壤、纬度、光照等等。

在这些因素中，气温会影响葡萄的生长。以法国波尔多地区为例，它位于温带，气温较低，葡萄生产缓慢。那里的葡萄必须经过低于 0℃ 的冬眠期才会在春天发芽。如果气温条件达不到休眠要求，葡萄就无法顺利萌芽。

不仅如此，气温还会影响葡萄的成熟度和酸度。高温可以使葡萄的味道更甜美，但气温并非愈高愈好。倘若当年气温太高，反而会造成葡萄停止生长，并将未成熟的葡萄烤干而无法用来酿酒。

日照会影响葡萄皮的颜色、厚度和葡萄中的单宁（指葡萄中所含有的一种酚化合物，在红葡萄酒中含量较多，有益于心脏血管疾病的预防）。单宁对葡萄酒的风味、结构与质地具有决定性作用。缺乏单宁的红葡萄酒在结构上会失衡，质地轻薄，没有厚实的口感。

红葡萄酒的颜色和单宁全来自外皮，如果光照不足，外皮无法产生大量的红色素，酿出来的红葡萄酒色泽便不够漂亮。

雨水的多寡则会在不同时期影响葡萄酒的品质：在发芽后的生长期，葡萄需要大量水分，到了开花期，又不能下太多雨，否则雨水会把花全部冲掉，使得葡萄不能结果。同理，采收期的雨水也不能过多，否则葡萄酒味道会变淡。

风在葡萄的生长中也扮演着重要的角色。风可以

链接

喝葡萄酒的益处

喝葡萄酒具有保健作用，那么喝红葡萄酒具有哪些保健作用呢？

从营养学的观点来看，葡萄酒中的营养成分比较丰富，所以，适量饮用葡萄酒可以使人减轻疲劳、兴奋神经、防止口角溃疡，还可以维持皮肤和神经健康。葡萄酒中所含的维生素 B6 对于蛋白质的代谢有重要作用，所含的肌醇能够增强肠的吸附能力，促进人的食欲。因此，用葡萄酒作开胃酒及消化酒是科学的。葡萄酒中所含的钙、钾、锰、锌等元素能够促进骨骼、肌肉的生长和发育，防止血管硬化。

科学家对葡萄进行药理活性研究后发现了白藜芦醇，它具有抗菌、抗炎、抗癌、抗血栓、抗高血脂症等作用。肿瘤和心脏病是目前影响人类健康的两大疾病，而葡萄酒中所含的白藜芦醇对此有预防作用。大量研究证明：葡萄酒中的白藜芦醇含量的高低，已成为衡量优质酒和劣质酒的标准。

帮助夏季的葡萄园降温，也可以降低葡萄园过高的湿度。不过，在持续的强风下，葡萄有可能停止光合作用，推迟成熟时间。

此外，湿度、霜冻、冰雹等因素，对葡萄及葡萄酒的品质也有很大影响。潮湿的环境容易使葡萄树发生霉菌等病害；霜冻会延后葡萄的成熟期，而且常会造成当年的葡萄成熟度不佳，无法酿出精彩的酒；冰雹会使葡萄减产，酿出的葡萄酒常常带有梗味，品质不佳。



气候对葡萄酒的影响

意大利、西班牙、美国、澳大利亚、南美等国家和地区是葡萄酒的大宗产区。这些国家大都拥有较为稳定的气候条件，比较有利于葡萄酒的生产，产品品质也比较稳定。

若是说到多变的天气对葡萄酒的影响，法国最有代表性。受地形变化的影响，法国大约可以分成 3 种主要的气候型态：一是南部的地中海型气候区，因为靠近地中海，天气和煦，阳光普照，酿造出来的葡萄酒通常酒精含量较高，如普罗旺斯产区；二是靠近大西洋的温带海洋型气候区，这里气候湿冷，酿制的葡萄酒拥有坚实的结构，如波尔多产区；三是内陆的大陆型气候区，冬季干燥寒冷，夏秋两季气候较温和，生产出的葡萄酒优雅细致，如勃艮第产区。

近年来，我国葡萄酒产业的发展也呈上升趋势，在我国北纬 25°~45° 的广大地区里，逐步形成了 9 个产地，出产各具特色的葡萄和葡萄酒。

我国东北盛产抗寒能力极强的野生山葡萄。受海洋气候的影响，热量丰富、雨量充沛的渤海湾，是我国目前酿酒葡萄种植面积最大、品质最优的产地，那里的葡萄酒产量占全国总产量的 1/2。昼夜温差大、夏季凉爽干燥、雨量偏少的沙城，十分适于葡萄的生长，当地的葡萄酒品质比较好。天气干旱、昼夜温差大的银川，是西北地区新开发的酿酒葡萄基地。四面环山、热风频繁、夏季温度极高的吐鲁番，出产的葡萄糖度高，但酸度低，香味不足，干葡萄酒品质欠佳，生产出的甜葡萄酒却极具西域特色，品质不错。

从中不难看出，不同地区的气候特征千变万化，因此，同一年份里，不同的地区也会出产口味和品质各异的葡萄酒。

据《百科知识》

葡萄酒的中国起源

中国葡萄酒的起源很早。最早对葡萄的文字记载，见于《诗经》。古代原生葡萄，统称山葡萄、刺葡萄等，也叫野葡萄。葡萄在《史记》中写作“蒲陶”，在《汉书》中写作“蒲桃”，在《后汉书》中写作“蒲萄”。可见，早在周代，就已经有了人工种植的葡萄园了。

据《史记·大宛列传》记载，西汉建元三年（公元前 138 年），张骞奉汉武帝之命，出使西域，看到“宛左右以葡萄为酒，富人藏酒万余石，久者数十岁不败”。随后，“汉使取其来，于是，天子始种苜蓿、蒲陶，肥浇地……”由此可知，西汉中期，中原地区的农民已得知葡萄可以酿酒，并将欧亚种葡萄引进中原了。他们在引进葡萄的同时，还招来了酿酒艺人，自西汉始，中国有了西方制法的葡萄酒人。

三国时期的魏文帝曹丕说过：“且说葡萄，醉酒宿醒。掩露而食；甘而不捐，脆而不辞，冷而不寒，味长汁多，除烦解渴。又酿以为酒，甘于曲糜，善醉而易醒……”这已对葡萄和葡萄酒的特性认识得非常清楚了。只是葡萄酒当时仅限于在贵族中饮用，平民百姓是绝无此口福的。

唐贞观十四年（公元 640 年），唐太宗命交河道行军大总管侯君集率兵平定高昌。高昌历来盛产葡萄，在南北朝时，就向梁朝进贡葡萄。唐朝破了高昌国后，收集到马奶葡萄放到院中，并且得到了酿酒的技术，唐太宗把技术资料作了修改后，酿出了芳香酷烈的葡萄酒，和大臣们共同品尝。这是史书第一次明确记载内地用西域传来的方法酿造葡萄酒，长安城东至曲江一带，俱有胡姬侍酒之肆，出售西域特产葡萄酒。

中国葡萄酒虽有漫长的历史，但生产规模不大，产量不多。直到清光绪十八年，华侨张弼士先生集资 350 万两银子，在山东省烟台市成立了张裕葡萄酒公司，张弼士雇用上千人，修建葡萄园，并从法国、意大利等欧洲葡萄酒国家引进 25 万株葡萄植株共 129 个品种，并重金聘请了奥地利烟台领事为酿酒技师，先后酿成了红葡萄酒、白葡萄酒、味美思、白兰地等 16 个系列产品。



▲ 吴昌硕刻田黄石薄意随形章

印石以克计价

——顶级田黄石的身价依旧高高在上

田黄石

田黄石，简称“田黄”，与其它产自寿山的石材，统称为“寿山石”，为寿山石中最优良的品种之一，寿山石系中的瑰宝。它有广义的和狭义的之分：广义的田黄石指“田坑石”，狭义的田黄石指田坑石中之发黄色者。

田黄石色泽温润可爱，肌理细密，产量稀少，玉质优秀而更显珍贵，素有“万石中之王”尊号，是古代帝王印章制作的材料，被视为“印石之王”。数百年来，田黄石极受藏家至爱，正如俗语所说：“黄金易得，田黄难求”。

黄金价格起起伏伏，而“石中黄金”田黄的身价依旧高高在上。“尽管印石市场受到各种不利因素冲击整体下滑，但顶级的田黄仍卖出超过10万一克的高价！”有行家为此感到振奋，但也有业内人士认为，田黄的行情其实受到冲击，只是因为这是个老物件，又有名家篆刻、收藏为其“加持”方有如此身价，没有顶级的财力和眼力，入手大路货仍需谨慎。

田黄印石 北京秋拍曝出天价

经历了几年的沉浮，以田黄为代表的印石板块似乎仍处于不温不火的状态，特别是许多当代作品在被资本介入炒作数轮后呈现疲态。而在2014年北京古天一秋拍中，一枚约148克重的“龙石”款田黄方章经过多次激烈竞拍之后，以1500万元落槌，加上佣金成交价为1725万元，每克单价超过10万元。

无独有偶，在西泠秋拍中，一尊重量约为108克的“清早期·田黄石七宝罗汉像”也拍出了931.5万元的高价。

以克论价，似乎已成为不少稀缺资源型藏品的价值评估方式。在印石板块受到各种不利因素冲击、整体行情下滑之时，这些老石头怎么还能拍出天价？

据业内人士介绍，该印章经清末民国大收藏家龚照瑗、龚心钊父子递藏，因其体量大、质地纯正、雕工精美而受市场特别关注。

除了传承有序、印文内涵丰富外，名家篆刻也为其加分不少。“印章一侧落‘龍石’边款。‘龍石’乃杨澥(1781~1850)，江苏吴江人，浙派。单名杨海，字竹唐，号龙石，又号聋石、石公，生于清代乾隆四十六年，精金石考据之学，善刻竹，字、画均能，用刀不以光洁取悦于人，讲究神韵。”



▲ 清早期·田黄石七宝罗汉像

“名家收藏加上名家篆刻，再加上重量、印文、材质等因素，可以说，它具备了一块高价拍品的所有要素，这样的精品可遇而不可求。”

有行家表示，如今有人在青田石产区首次推出印石按克计价定价方法，确定“灯光冻”的基准价为5600元/克，“封门青”的基准价为3300元/克。“其实，历史和文化价值对于本身就讲究‘文气’、‘文脉’的金石收藏品就格外重要，脱离了文化只谈材质的单价，甚至希望按材质的不同整理出不同石种的单克参考价，实际是属‘土豪’行为，只有追求短期炒作获利的人才会这么去操作。”

市场反应 印石收藏“今不如古”

一枚辛庵款田黄四方印章被拍卖行“弄丢”，后被上海一中院宣判其赔偿物主老伯480万元——这件事发生在上海的真人真事，也让不少外行人看到这一“方寸之物”当前在艺术品市场上的高昂身价。

“真正的好田黄还是稀缺品，西泠秋拍上，107克的清早期田黄石七宝罗汉像拍出931.5万元，顶级田黄现在就是这样的‘任性’价。但我很反对为了凑数搞什么田黄专场，尤其反感‘昌化田黄’这种搞笑概念，田黄就只有福建寿山产。”有行家直言顶级田黄仍受热捧，但某些专场则鱼龙混杂、良莠不齐。

据了解，市场上好货稀缺，由于被炒作过数轮的现代名家作品虚火渐渐消退，如今的行情走势是“今不如古。”西泠拍卖数据显示，其秋拍田黄石专场成交率为83.3%。晚清名家作品上拍量仅有18件，悉数成交，而近现代名家作品共上拍342件，成交263件，还有5件被标注为“撤拍”。

另外，根据北京匡时的拍后数据，其“国石篆刻专场”共成交 2435.24 万元。徐海治印九十二方以 368 万元成交；郭懋介作寿山田黄石薄意“踏雪寻梅”随形章以 230 万元成交。

“郭懋介的作品一直被认为是现代田黄印章的价格标杆，但今年以来其作品在拍场上的表现也远不如以往。”一位经营寿山石的福建行家表示，“一直在观望，觉得现在还不是出手买卖的好时候。”但从对比数据发现，今年郭懋介作品最高成交价为 437 万元，而在去年，这一纪录是 3680 万元。

收藏趋势 深挖金石名家“金矿”

当盲目炒作不再是主流，那些对市场敏感的藏家们便开始转而挖掘具有相当文化含金量而又被长期低估的金石名家的市场潜力，而部分拍卖行为应对这一趋势，也改变了以往的布局和策略，像晚清金石名家吴大澂和书画篆刻名家来楚生等的作品今年就成为了市场的宠儿，朵云轩也借势在秋拍中推出叶璐渊作品、藏品专场，被认为是首次为篆刻家举办的个人专场。在外来资本“退潮”后，相对理性地关注这些金石名家的精品，无异于找到了今后一段时间印石板块中的“金矿”。目前，能以 200 万元左右的价格入手一些名家自用或篆刻的、材质上佳的印章，升值潜力依旧可期。

有专家提醒收藏者，注意用绿泥石染成黄色后冒充田黄的现象：一是不带任何雕饰的随形印章，其外部有深色蜡状物，模仿包浆；另一种则是钮章，雕工粗糙且经卖家刻意做旧。顶级田黄非常稀缺，因此物主一般都会找名家雕刻，雕工一般都很精细，收藏者在市场上遇到雕工极差的“田黄”时，便要格外小心了。

据《广州日报》



▲ 郭懋介作寿山田黄石薄意“踏雪寻梅”随形章



▲ 吴昌硕篆刻 田黄石印章 印文：勇于不敢 边款：老缶

田黄石收藏需留神 绿泥石易以假乱真

目前，比较常见的造假田黄通常有几类：用石头染色造假、用树脂造假、用颜色相近石头冒充。其中，用绿泥石染色冒充田黄的情况较为普遍。

由于绿泥石质地松软，染成黄色后，从外观上看，与真田黄颇为相似，一般消费者根本无法凭肉眼分辨。由于其密度比较低，分子之间的缝隙较大，故而颜色容易浸进去，具有较大迷惑性。

用绿泥石染色制成的“田黄”，常见的有两种：一种是随形印章，不带任何雕饰，外表有深色蜡状物，模仿包浆；另一种是钮章，通常雕工粗糙，并且有意处理成稍有破损或是刻痕里面较脏来模仿包浆或岁月痕迹。有些还会有印文雕刻，并刻上边款，模仿老印章出售。我们平时在博物馆里见到的真正田黄雕工都很精细，真正的田黄自古以来都是很珍贵的，雕刻当然也不会找差的工匠。所以，碰到雕工极差的机器工“田黄”，就一定是仿冒的。



▲ 绿泥石

链接

如何鉴别绿泥石染色“田黄石”

首先，观察其纹路。真正的田黄会有萝卜纹或是形成时产生的流向纹路，而绿泥石染色而成的肉眼则看不出来纹路。

其次，试探其硬度。鉴别时可以用指甲划一下，因为绿泥石的硬度较低，用指甲划会出现一些粉状物质，而真正的田黄用指甲划是划不出痕迹的。

另外，田黄的价格相当高，如果卖家几十块钱或是几百块钱就要出售，那可就要斟酌斟酌了。

常见田黄造假种类

用寿山石染色。通常质地较为不错的寿山石，经过染色后手感、刀感都较好，不易分辨。但是这种染色一般只会表现在表面，如果我们见到一方田黄颜色呈从外到里渗透状，就要当心了。

用树脂造假。这种造假的田黄通常看起来十分匀称通透，有些甚至做上去“乌鸦皮”浅雕。这种造假田黄通常较轻，并且质地过于均匀，而这样的田黄几乎是不可能的。

用其它黄颜色石头冒充。有些卖家会拿四大名石里的其他知名黄颜色品种，如连江黄、水淡黄、鹿目、昌化黄石、寿山溪蛋石、巴林黄冻等来充当田黄出售。这些石头本身质地较好，但是如果当做田黄出售，价格相对其本身价值则要高出许多。

小块拼凑雕刻。由于田黄大块最为难得，许多商家就在块头上面下功夫。通常用一两块或多块来拼合后进行雕刻，将粘合处做雕刻处理，这样做成的田黄迷惑性较大，需用强光手电筒仔细观察裂隙才能辨别。

绿泥石染色造假。这种造假较为常见，绿泥石便于染色，而且成本很低。这种造假也是最为常见的手段。

2015 春夏首饰 9 大潮流

佩戴首饰的含义在于建立自己的个性。选择适合自己的首饰应该是一件有多重考虑又充满期待的购物体验，所以一定要找到那件最能表达你个人风格或是审美主张的点睛单品。2015 春夏首饰九大潮流为您个性风格的塑造增添魅力。



胸牌式项链

在胸前挂一个巨大的或是独特造型的项链坠，绝对可以增加气场，表达个性的审美和生活态度。比如 Chanel 的数字 5 胸牌项链就是这一季的一个亮点选择。



珠宝珠串风

珠宝珠串风体现了奢华和精制的生活态度。缤纷的彩色珠宝组合和大珠小珠的层叠搭配，都能营造出吸引眼球的非凡效果。



木制首饰

木制首饰可以说是首饰材质的后起之秀。木头质感细腻，又容易被打造成各种不对称的形状，前卫现代感十足。



金属手镯

金属手镯可是永恒的首饰旋律，2015 春夏又强势登场。金属手镯可以说是个性混搭达人的最爱。可以单只佩戴，也可以成组配搭；可以同色系组合，亦可强对比撞色；可以现代，也可以复古。只要你爱美又充满个性，金属手镯一定可以帮你塑造出独特的你。



挂链首饰

一环扣一环的挂链作为首饰的历史可以追溯到很久以前，挂链至今仍旧是时尚人士喜爱的风格。挂链首饰的多变风格可以通过挂链的大小、材质还有挂链的组合演绎出来。



几何图案

几何图案首饰是个性时尚达人的最爱。抽象、夸张、巨大的几何图案不仅可以增加你的气场，更可以让你显得与众不同。



金色首饰

金色首饰奢华贵气，从古至今都是首饰的典范选择。金首饰也可以不土豪，关键是在设计和工艺上要有新意。



颈链

今年的颈链设计和款式是百花齐放。一款适合的颈链，需要长短适宜正好卡在脖颈上，优雅干练，品位不俗，是穿着圆形衣领或是戴在衬衣内的首选配饰。



复古首饰

复古首饰不仅洋溢着美好的怀旧情调，还充满了浪漫主义色彩，是出席一些特定场合的不二选择。如果与衣着或是手包等搭配得当，还可以赋予复古首饰崭新的现代时尚感。

中国黄金交易连续 8 年全球最旺

近日，上海黄金交易所发布的数据显示，2014 年我国黄金现货交易量达 1.84 万吨。金市消费增速近年放缓的同时，投资产品依然活跃，已连续 8 年蝉联世界最大的黄金现货交易市场。

数据显示，2014 年全年，上金所黄金合计成交量约 1.8486 万吨，“上海金”年内累计完成交割 2102.36 吨。特别是询价业务成交量持续放大，增加了市场活跃度。据统计，Au99.95 和 Au99.99

两个询价黄金品种的全年成交量共 3316 吨。

据上金介绍，中国人民银行批准在上海自贸区设立黄金国际板后，截至 2014 年末，上海黄金国际板已累计成交黄金 190.55 吨，成交额达 454.52 亿元。此外，我国首个黄金实物期权产品也于今年 2 月正式上线交易，进一步完善了代表中国黄金市场的“上海金”定价体系。

买贵金属纪念币谨防假冒

近日，中国金币总公司维权反假办公室相关负责人在菜百向消费者展示了众多假冒贵金属纪念币并表示，目前市场上贵金属纪念币造假方式主要有三种：伪造币、臆造币以及纪念章冒充纪念币。消费者要谨防上当。

如何识别假冒纪念币？该负责人表示，首先中国人民银行会预先在官网上向社会公布贵金属纪念

币发行计划，消费者购买时要看是否为中国人民银行发行；另外是目测产品，真品除了采用喷砂效果以及浮雕造型外，每个产品都还有防伪鉴定证书，而该证书采用人民币纸张制造，具有多种防伪技术。还有，消费者如果发现销售价格过低、所标分量与实际不相符等基本都可以断定是假冒。

2015 年太原 NGTC 培训计划

省珠宝质协与国检珠宝培训中心联合举办的珠宝培训班，受到广大珠宝企业和珠宝爱好者的好评。为致力于珠宝职业教育和国家珠宝玉石标准的推广和普及工作，使培训工作将常态化，合理安排各珠宝参与企业及广大珠宝爱好者的培训学习时间，今后协会将定期开展培训，现将培训计划安排如下：

培训主题	宝石鉴定培训	钻石分级培训	翡翠鉴定与商贸培训
培训时间	3月~4月(为期15天)	7月~8月(为期10天)	10月~11月(为期6天)
培训方式	脱产学习		
课程设置	宝石学基础理论结晶学、晶体光学 宝石的基本性质与命名方法 宝石常规鉴定仪器的使用和系统未知鉴定方法 常见宝石、玉石、有机宝石的鉴定特征与相似宝石的鉴别方法 宝石的合成、优化处理方法与鉴定 珠宝商贸背景知识	钻石的基本性质及鉴别 钻石产地介绍和商贸知识 钻石的优化处理与合成技术 国际钻石分级体系 中国钻石分级 4C 标准 钻石 4C 分级实操训练 钻石的琢型 镶嵌钻石分级	翡翠及翡翠矿床概述 翡翠的基本性质(A货翡翠的鉴别) 翡翠的优化处理及鉴定 翡翠与相似玉石的鉴别(B、C货翡翠的鉴别) 翡翠商贸与收藏 玉石文化与鉴赏
颁发证书	国家珠宝玉石质量监督检验中心和国检珠宝培训中心联合颁发的“NGTC 宝石鉴定资格证书” 国家劳动和社会保障部颁发的“中级宝玉石检验员”职业资格证书	成绩合格者(理论和实践成绩均达到60分)颁发国家珠宝玉石质量监督检验中心与国检珠宝培训中心联合颁发的“NGTC 钻石分级师”证书 中华人民共和国人力资源和社会保障部颁发的“中级钻石检验员证书”	国家珠宝玉石质量监督检验中心和国检珠宝培训中心联合颁发的“NGTC 翡翠鉴定师资格证书”。
培训效果	遵循理论教学与实践操作相结合的办学思路，使学生不仅可以学到国际前沿的理论知识 and 国家标准，还可以在教师一对一的悉心指导下掌握专业宝石鉴定实践技能；学会检测各种天然、合成、优化处理宝石，并对宝石进行综合品质评价。	熟练掌握钻石 4C 分级的专业技能及技巧，能够独立完成钻石的分级和估价；熟悉钻石分级国家标准，了解钻石业的发展和现状。	全面讲授翡翠产出、鉴别、加工、销售和鉴赏的专业知识，仪器和肉眼识别翡翠 A、B、C 货的实用鉴定技巧，并安排了丰富的实地考察内容，使学员可以轻松掌握课堂所学内容并应用于实践。

(注：以上培训班视招生情况确定具体开班时间)

报名地址 北京市东城区北三环东路 36 号环球贸易中心 C 座 2230 室
 山西省太原市府西街 29 号山西省质量技术监督局东楼 506 室
报名电话 010-88187378 (北京) 韩冬; 0351-3531631 (太原) 甄晓军



翡翠吊坠

清雅悠然，令人心旷神怡。
 荷叶田田，翩然伏波，风姿绰约。
 种老水足，玉质细腻，翠绿色泽，
 一叶碧荷



山西最具影响力十大珠宝品牌

盛世翡翠珠宝沙龙 太原市府西街国贸大厦 B 座 903 室 | 长治分店
 盛世玉影珠宝 王府井店



皓鑫珠宝

hello, 好运!

时尚 \ 静心 \ 福运 \ 庇佑



许 | 愿 | 经 | 轮

全 | 球 | 黄 | 金 | 文 | 化 | 首 | 饰 | 精 | 髓 | 所 | 在 |



皓鑫珠宝

时尚 \ 静心 \ 福运 \ 庇佑



hello, 好运!



许 | 愿 | 经 | 轮

全 | 球 | 黄 | 金 | 文 | 化 | 首 | 饰 | 精 | 髓 | 所 | 在 |