



近段时间,新中式红木家具开始在柳州兴起,受到70后、80后甚至是90后消费群体的青睐,成为柳州红木家具中的消费新热点。然而,“新中式”推出市场,并未能马上赢得青睐,市场呈现各种声音。

红木家具市场打年轻牌

红木家具走年轻化

“红木家具原来也可以这样时尚!”近日,柳州市民张女士的新房刚刚装修完毕,她原本认为红木家具都比较呆板、古朴、沉重,但陪朋友逛了一次红木家具市场后,她欣喜地发现,柳州红木市场已经出现了许多新中式红木家具。这些新中式红木看起来设计更时尚,更接近现代审美观。其中,不少红木沙发、座椅垫上了现代软沙发的坐垫、靠枕,为传统红木家具增加了舒适感。沙发、椅子的扶手、背靠等,曲线和结构都融入了科学的人体工学设计,与人体曲线贴合,坐上去很舒服,实用性强。

“新中式红木家具是近段时间才在柳州红木市场兴起的。”据柳州某红木家具商家李女士介绍,新中式红木家具在中国传统风格中融入现代时尚元素,通过改良,使家具更符合现代人的生活需求和生活动习惯,功能更实用、舒适、人性化。在用料上,新中式红木家具的材质以刺猬紫檀、缅甸花梨木等比较经济的红木材质为主,主要亮点体现在设计更为简洁时尚。

新中式红木成消费新热点

“随着社会的不断进步,红木家具年轻化无疑成为了一个重要的趋势。”李女士还介绍,新中式红木家具悄然现市,最主要的原因就是红木家具行业的消费逐渐出现“年轻化”趋势,红木厂商的目标直指80、90后顾客群体。笔者也了解到,2014

年,红木家具市场开始主打“年轻牌”。抢占年轻群体市场,开始成为2014年度中国红木家具市场的一个重要前沿信号,并将对未来几年国内红木家具市场走向带来重要的影响。有业内人士曾指出,在我国以80、90后为主体的年轻人群成为职场的主力军,这个具备一定经济能

力的人群俨然也已是消费主体,在2014年前三个季度家居消费者年龄分布中,35岁左右的消费者比例为64%,显示出家居消费群体的年龄结构年轻化特征。因此,红木家具行业也看中了这群潜在的消费群体,开始从产品设计、营销方式等方面制定策略,迎接这群消费群体。

新中式红木市场有待检验

新中式红木上市,红木创新悄然前行,那么其在市场上的表现又如何呢?“虽然非常吸引眼球,但是目前销量还没有起色。”据李女士介绍,目前红木市场上还是50后、60后的消费群体为主。另外,红木家具行业在产品设计上越来越强调“年轻化”,但是在营销方式等方面还没有真正迎接这群年轻的消费群体。因此,这一次进来的新中式红木家具并不畅销。

笔者也了解到,新中式红木逐渐成消费新热点,但是对于“新中式”的认可度,市场上出现了不同的声音。在柳州经营了十多年红木家具的韦先生表示,新中式红木家具还是有一定市场的。但是目前很多年轻人的消费意识还没有改变过来,不了解这一产品。而年龄较大的消费者,还是偏向于比较传统的红木家具。再加上现在红木收藏者青睐的主要还是具有红木收藏升值空间的古典红木家具,

这就影响了新式红木家具的销量。因此,新中式红木家具要开拓市场,一是要加大宣传力度,改变年轻人认为红木家具过于“古老”的固有观念;二是要有新的营销方式,为年轻的顾客定制红木家具以及走比较火热的互联网营销策略。例如只要顾客想购买红木家具,甚至可以根据他提供的家里装修布局的照片,按具体情况给他设计一款新中式红木家具。

明年这些邮票值得期待

虽然当下的邮市普遍低迷,但邮友队伍依然壮观。日前,中国邮政集团公司纪特邮票发行计划(初稿)已经出台,全年安排发行新邮29套。笔者发现2015年纪特邮票选题有以下三大特点:

● 重大事件题材令人期待

明年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利七十周年,中国邮政安排发行两组纪念邮票,第一组于8月15日日本投降日发行,全套8枚;第二组安排在9月3日中国人民抗日战争胜利纪念日发行,全套2枚邮票,1枚小型张。

此外,还有:联合国成立70周年纪念邮票2枚;新疆维吾尔自治区成立六十周年邮票,全套3枚等。

● 《瘦西湖》特种邮票贺扬州城庆2500周年

明年是扬州城庆2500周年,中国邮政特安排在中国·扬州“烟花三月”国际经贸旅游节之时发行《瘦西湖》特种邮票3枚庆贺。这已是瘦西湖景致第三次入画方寸,前两次一是一九九八年中国、瑞士联合发行的《瘦西湖和莱芒湖》特种邮票;二是二〇〇七年发行的《扬州园林》特种邮票中的徐园。

● 传统文化、经典题材应是热点

传统文化、经典题材邮票历来是人们喜爱和收藏的热点,近年继《富春山居图》(2009年)、《捣练图》(2013年)、《浴马图》(2014年)邮票后,2015年将安排发行唐代传世名画《挥扇仕女图》邮票,全套3枚,1枚小型张;古代文学题材方面,将安排发行《诗词歌赋》邮票4枚和《中国古代文学家》(第四组)邮票4枚。开启《中国古典文学名著《西游记(一)》系列特种邮票,全套4枚邮票,1枚小型张。明年还将发行全套6枚的《二十四节气(一)》特种邮票,展现时令节气。明年的9月20日,还将发行全套4枚的《中国梦·人民幸福》邮票,“中国梦”系列三组邮票至此圆满收官。

精湛工艺银器受追捧



银器还是一种艺术品,不仅仅看重量,而银器本身的工艺是决定其价格的重要因素。银器有许多经典的款式,在制作上也有自己的特点,雕刻大师们的细腻、精致,使得这些银器花纹纷繁但没有丝毫的杂乱之感,也达到了银器收藏的最高境界。

虽然国际贵金属价格出现了大跌,但是银器收藏却依然成为了近期市场最为关注的焦点,在10月2日上海工美的金秋拍卖会上,有一件纯银龙纹棱柱形盒,高8.8厘米,重340克,估价8000至12000元。从每克银价来说并不是非常贵。

欧洲的银器发源于英国,最初专为皇室使用,后来普及到富庶的贵族阶层,银器是生活用具,也是他们成就的符号。尽管王室是银匠作坊的主要订单来源,但作坊无法仅靠王室订单生存,转而扩展日益增长的职业人士和商人阶层市场,

由于欧洲的需求巨大,从清代开始,中国出口的银器成为了西方市场的“最爱”。这些银器基本上是十九世纪初在对外开放之后出口的,主要特征是将带有鲜明中国文化特色的制银工艺元素融入到西式生活器物形当中,最常见的花式有:龙、梅花、竹、菊花、人物故事。

使用在龙纹饰上的工艺主要有锤碟、錾刻和掐丝三种。最为典型和常见的就是将锤碟和錾刻工艺融为一体而成的锤錾工艺龙纹。这种工艺最大的特点就是龙的形象更具立体感,动态十足,栩栩如生。所以龙头的形象一般中规中矩,但是细节之处的錾刻就各有不同,即使是同一银楼的出品的龙头在龙须、毛发、龙角、牙齿上都会根据器形和展布位置的不同,让人对当时的银匠的高超技艺叹为观止。

对于许多初入银器收藏的人来说,首先就会算每克银价,似乎只要价格低了就能收。但事实上从此次的拍卖情况来看,有些分量比较大的银器,虽然单价很低,但最终无人问津。归根到底,银器还是一种艺术品,不仅仅看重量,而银器本身的工艺是决定其价格的重要因素。

(本报综合)

假扮祖母绿:绿石榴石卖价增4倍

2014年什么彩色宝石最流行?碧玺、海蓝宝石似乎已经成为过去时,从深圳、香港珠宝展的订货趋势来看,石榴石家族的新成员“沙弗莱石”成了“香饽饽”。但流行品也迎来了造假潮,部分不法商家用价格相对较低的绿色石榴石——沙弗莱石冒充外形相似的高档珠宝祖母绿,卖价顿时增了4—5倍,值得消费者警惕。今年以来,广州零售市场上,石榴石家族的成员——沙弗莱石的销售量大增了几倍;其颜色鲜艳、瑕疵少、价格相对便宜的优势,吸引了收藏爱好者的关注。部分业内人士认为,该产品目前仍处“洼地”,未来应有增值空间。

市场▶▶ 销量逆势走高

沙弗莱石进入中国市场,晚至2013年下半年,适逢珠宝市场进入全面“熊市”,钻石、红蓝宝石等大类珠宝的销售日渐不景气,部分品种的翡翠也出现了跌价。幸运的是,由于石榴石的价格相对便宜、外形上有优势,且新品种珠宝容易让消费者产生新鲜感,其销量却逆势大幅走高。

从广东几家石榴石零售商的统计数字来看,7—9月,该产品的销售量同比大增了4—9倍。

鉴于绿色石榴石的需求增大,今年的深圳、香港珠宝展上,该类产品的订货量都大幅度攀升,成为最受市场追捧的彩色宝石。笔者在深圳珠宝展上采访了一位来自北京的刘老板,他一次性购买了约100万元的该类原料石半成品,数量超过300粒,准备拿回自己的工厂中加工。

刘老板说:“彩色宝石仍是这几年的市场主题,前年受宠的是碧玺,去年是坦桑石,今年就是绿色石榴石了,增值潜力大。年底是销售旺季,值得博一博。”

对比▶▶ 价格与蓝宝石持平

由于需求旺盛,且有机构参

与,石榴石的价格呈现稳步走高态势。目前的广东市场上,重量在1克拉以上的石榴石,价格已接近蓝宝石的价格,而比多数同样重量的红宝石价格高出约20%—30%。广地珠宝检测中心的一位负责人提醒:“这并不是说石榴石的价值真的就超过了红宝石,而是因为‘十红九裂’,红宝石多数裂纹多,美观度不高,而石榴石的裂纹很少,就显得有外观方面的优势。”

笔者走访市场发现,沙弗莱石的规格多在0.3克拉到2克拉之间,极少有产品的重量超过2克拉。而加工成珠宝首饰,单价也多在5000元—2万元区间,要比钻石、祖母绿的单价便宜很多。

业内观点▶▶ 沙弗莱石尚处估值洼地

广地珠宝检测中心今年曾遭遇了一单“沙弗莱石”冒充祖母绿销售的案例:重达1.1克拉的所谓祖母绿项链吊坠,据顾客所说花6.52万元购买,实际上,却是沙弗莱石仿造,而后的实际价格不足1.3万元。

笔者走访玉器市场,做红蓝宝石生意的罗老板也承认,业内将石榴石混当祖母绿卖的不乏其人。“两者的价格差异大约为4倍,高等级产品价格差异高达5

倍,1克拉成色较好、瑕疵不多的祖母绿,在广东批发市场上的价格接近4万元;而同样等级的沙弗莱石,价格接近1万元。两者在色彩、形态上比较接近,对于多数消费者来说,不会特别看清楚其中的差别。”

收藏▶▶ 祖母绿VS沙弗莱石

区别一:沙弗莱石具有“高纯净度”的特点,如图所示,晶体内部极少出现裂纹与瑕疵;而祖母绿刚好相反,晶体内部遍布瑕疵与裂纹。没有什么可视裂纹的祖母绿,属于极品,1克拉的价格一定是在10万元以上,要比钻石更高。5万元以下遇到没有裂纹的祖母绿,不是合成产品,就是石榴石仿造。

区别二:虽然沙弗莱石色彩饱和度也较高,但与祖母绿仍有一定距离。祖母绿呈现出浓绿、鲜绿、正绿色,部分则是深绿色,不带蓝、黄等其他颜色。但沙弗莱石则夹杂着黄色,惯常呈现黄绿色与草绿色。

区别三:沙弗莱石的火彩与祖母绿也有较大区别,前者属于高亮度宝石,折射率高,不时泛出灵动的火彩,火彩流动在表面;而祖母绿则亮度有限,火彩由内而外、连续焕发出来。

