

# 珠宝市场难掩颓势

## 品牌概念正被逐渐模糊



刚刚结束的2015中国国际珠宝展一直以来被行内人誉为珠宝行业景气度的风向标与晴雨表。因近两年珠宝玉石行业受国内外经济大环境的影响,市场并不景气,客流量及成交量明显低于往年。从此次展会纵观今年及未来珠宝玉石业的行情可以看出,珠宝玉石市场中,品牌概念正被逐渐模糊,买家对珠宝玉石的需求更趋向定制化、个性化发展;有机宝石的展商数量已逐渐超越传统玉石展商,成为珠宝市场的热门品类;消费者在珠宝玉石的选择上更趋于精品化。

### 传统玉石摊位占比缩小

中国国际珠宝展是展示品牌形象和企业综合实力最有效的平台,吸引了众多国内外珠宝企业参展。据工作人员介绍,此次展览销售和和田玉、翡翠等传统玉石的摊位远不如琥珀、蜜蜡、彩色宝石的摊位多,有机宝石占据了展会的半边天。而消费者的喜好也从最初的和田玉、翡翠等传统宝石向有机宝石、彩色宝石转变。

据知情人士介绍,此次参展以琥珀、蜜蜡产品为主,青金石与各种彩色宝石为辅,传统的翡翠只占很小的一部分。而这些彩宝、有机宝石展位前围绕着大量消费者,甚至有市民专门前来购买这些新兴宝石。一位消费者表示,“今年琥珀的价格稳中有升。我买琥珀主要是为了佩戴,若按收藏价值来讲,这些有机宝石还是不如传统的和田玉、

翡翠收藏价值高”。

专家表示:“本次展览是国际珠宝展,有许多国外的展商参展,所以本次展会的主要基调以有机宝石、彩色宝石为主。另一方面,由于近几年琥珀、蜜蜡逐渐被认可,国内消费者对彩色宝石的认知深入,所以彩色宝石也开始被市场认可。这几方面的原因促成了有机宝石、彩色宝石占领展会半边天的局势。”

### 有机宝石短期难上位

尽管本次珠宝展中,传统玉石展位远不如有机宝石、彩色宝石的摊位多,可是这些翡翠、玉石摊位上也有不少消费者驻足询问。专家表示,翡翠、玉石这类产品,不仅原料稀缺,而且加工成本很高,所以它们的市场价格才居高不下。精品的玉石、翡翠收藏价值极高,所以增值、保值成为了传统玉石的一大卖点。

专家表示,“为了迎合大众的偏好,本次展会特意带来了不少翡翠、钻石以及琥珀、蜜蜡饰

品。琥珀、蜜蜡等有机宝石大家还是以佩戴为主,投资收藏的人比较少。而高端的珠宝,像钻石、红、蓝宝石等,它的保值性与增值性更高,因为它的原材料相对稀缺,而且价格比较高,所以更适合作为投资收藏用,价格也相对稳定”。

有的消费者看到近年来有机宝石的发展态势,准备从原来的翡翠、玛瑙、和田玉投资转向投资有机宝石、彩色宝石。在此,专家表示,中国传统玉石文

化已经流传了几千年,对于国内市场而言,传统玉石仍是人们的主要消费对象,精品玉石未来价格也是只涨不跌。

我国玉石文化源远流长,在古代和氏璧的传说就家喻户晓,还有“黄金有价玉无价,藏金不如藏玉”之说。玉石在中国历史发展中的地位一直都是财富与权力的象征,虽然发展至今大量新兴珠宝材质占领市场,可是玉石的地位仍然稳健。

### 定制概念能否激活市场

除了来自世界各地的各种珠宝玉石引人注目外,本届珠宝展还特别开放一个展厅用于“独立首饰设计师高级珠宝艺术联展”。据悉,此次设计师联展是历届珠宝展中规模最大、影响力最广的一次,吸引了行业各界极大关注。

近年来,随着我国国民经济的快速发展和居民生活水平的提高,珠宝首饰零售行业呈现了高速发展的态势。据统计,2014年中国珠宝首饰市场零售额超4700亿元,尽管较2013年同比

下降约10%,但珠宝市场的巨大需求量仍非常可观。

设计师们的设计原材料不再局限于传统的金银,而是以不同的设计用材、多样的设计风格 and 独具匠心的设计展现出首饰的精美,同时也和现代高科技相结合,利用3D建模手段打造精美的饰品,充分展现了设计者的巧思与智慧。

设计师表示,传统的金银不再是年轻人追求的,相反,那些独具个性的材质比如彩金、钛、钢之类的材质逐渐被融入到饰

品中,这些东西符合年轻人的审美观、价值观。而且,这些设计定制产品将原来的品牌概念淡化,凸显出的是产品的定制化、设计的个性化。对于年轻人来讲,品牌不是关键,个性才是追求的新亮点。

主办方也表示,在生活越来越多元化的今天,设计的多元化才能体现出这个时代的精神特质,更好地展示出佩戴者应有的个性气质和生活态度,在人们追求个性化的今天,设计师定制一定会受到追捧。



## 传世金银 辨别保养小窍门

收藏:崇古老重成色

古代黄金中的银、铜、铁含量偏多。含银越多越呈淡黄色;含铜者呈淡黄色,且稍微发绿;若入土时间偏长则会呈栗黄色;金中含铁偏多者一般呈玫瑰红色。时下,古玩商大多依据“七青、八黄、九五赤”的口诀来识别古金器的成色。

鉴别金器的成色方法:金密度比普通金属大,放在掌心掂试有沉重感;笨大而轻飘的金器皆为赝品。用两根金条相击,含金量为99.9以上的黄金多无响声;掺有银质的有声无音;含铜质偏多的会有长音。成色高的黄金体质较柔,成色低的黄金体质偏硬。金含银者硬,金含铜者更硬。而银器的鉴定一般会根据器物的造型、纹饰和氧化程度来进行判断。

保养:防腐蚀抗氧化

金银器要减少酸碱等对镀层的损害。由于空气、食物中含有的硫化氢和硫化物易使银器变黑,使用后应尽早用温水加洗洁精清洗(清洗时切忌用漂白粉、去污粉等化学药剂),洗后用柔软的棉布擦干。存放时应用布或纸包好,然后分开存放在干燥而不含硫与烟气的地方。

长期使用后,如果金银器表面氧化,可将洗净的金银器浸入加有铝箔或铝片、温度约78℃的盐水或苏打水中1-3分钟,然后可用海绵或纯棉布涂上光亮剂干擦。好的光亮剂可形成一层透明的保护膜。如器物出现斑点,可先用浸醋的布擦涂,然后清洁擦干;或用切成一半的洋葱蘸糖擦拭后洗净晾干。

## 藏品拍卖 谨防各类“陷阱”

目前,国内的艺术品拍卖行业已逐步成熟,但投资者仍需谨防拍卖陷阱,掌握艺术品拍卖的技巧。

警惕拍卖前收取高额费用

无论国内还是国外,拍卖公司在成交后才会向买卖双方收取一定比例的佣金,并收取拍卖作品的图录费、保管费等一些费用。因此,投资者和收藏者在艺术品拍卖前,如果拍卖公司收取高额费用需要保持警惕。

警惕拍卖公司“天价鉴定”

很多投资者都希望自己收藏的艺术品是具有价值的真品。因此,一些公司常常安排一些伪专家来进行鉴定,并以高额的参考价格来让藏家签订委托合同并支付服务费用。其实,在艺术品拍卖时,拍卖前虽然也有鉴定的一项,但大都是拍卖公司自己聘请的专家,鉴定的目的是为了确定拍卖的艺术品是否可以达到拍卖的要求。因此,需警惕“天价鉴定”的行为,不要上当受骗。

谨防“帮助拍卖”陷阱

国内一些所谓的“文化公司”、“咨询公司”等不具拍卖资质的机构常常打着“帮助拍卖”的幌子,来骗取委托人的钱财。委托人应选择一些大型、正规、信誉度高的拍卖公司,也是对自己合法权益的一种保护。

证书不能判断艺术品价值

鉴定证书不在拍卖行判断艺术品价值的标准之内。有的艺术品在拍卖前曾经获得过各种专家的鉴定证书。但是,拍卖行的工作人员在对艺术品鉴定和估价时,这些鉴定证书并没有任何参考价值。

(本报综合)

# 新手如何在拍场中淘宝

据了解,中国艺术品市场的藏家队伍非常庞大,当中过半的人都是从拍卖中练就的火眼金睛,他们中的很多人将拍卖尤其是一些“小拍”视为练兵的战场。今年的2015北京拍卖季将接地气的大众艺术品拍卖融入其中,那么初来乍到的新手们该如何在拍卖中淘宝呢?

## 充分运用预展期

拍卖预展是拍卖公司在拍卖前将作品公开展示的环节,是整个艺术品拍卖的一个重要部分。在预展期间,拍卖公司会把将要拍卖的作品全部展示出来,参观者可以到现场近距离审看作品,具有竞买资格的买家还可以亲自上手,零距离感受拍品。多看预展对于收藏者来说非常重要,它便于快速挑选买入的东西,也是快速提升个人鉴赏水平的一条捷径。

现在有规模的拍卖公司通常会在春秋两季举办大型拍卖会,为了这两次春秋大拍,拍卖会一年中的大部分时间都会倾其财力、人力在世界各地征集拍品,然后把选出的最佳作

品会上拍卖。所以,一定要利用拍卖公司提供的这样一个机会,到现场去学习。

另外,在预展现场有许多来自全国各地乃至世界各地的业内高手,他们会时不时地对拍品点评几句,你可以利用这个机会跟在他们身后,听听他们怎么说。也许,他们三言两语就能道破藏品中的玄机。

如果打算在拍卖会上买东西,那么看预展就更是必不可少的了。仔细研究准备入手的作品,观察不同人在作品前的反应,了解拍品来源,掌握拍场信息,都是应该做的。同时,在预展期间就应对自己关注的拍品品质、价格有所估量。

## 拍卖图录巧利用

拍卖图录是拍卖公司用摄影、文字描述等方式反映拍品的一本工具书。拍卖图录的拍品描述,无论对拍卖行还是对买家都不是小事:拍卖行要着力点出拍品的特点,买家则需看出瑕疵。在拍卖图录中,对拍品的描述有很大学问。

目前大型拍卖会的拍卖图录,描述一般是中英文对照,其中香港苏富比和佳士得的描述更值得推敲。据悉,香港佳士得的拍卖图录一般同时用中英

文,但以英文为准。按照《拍卖法》第六十一条第二款规定:拍卖人、委托人在拍卖前声明不能保证拍卖标的的真伪或者品质的,不承担瑕疵担保责任。

而国内拍卖行一般的做法是:如果在某某作家后面写上款,则说明这件物品只是写有作者的名字,并不保证是他画的;如果在拍卖的工艺品上没有写上具体的年代,如清乾隆,而是比较模糊如清代晚期、民国早期等,也应该引起注意。

## 从容应对拍场竞争

一件好的作品,争相购买的人就会多,在拍场上,这一现象更加明显。一件好的拍品,可以争相竞价达十分钟,价格也会超过估价好几倍。在这种情况下,保持冷静、从容应对竞价现象是首先需要注意的。

拍卖场上,竞买者应冷静观察场上的竞价情况,稳定自己的竞价心态,守住心理价格。竞价时,一般可按加价幅

度轮番出价,但价格接近心理价位时应谨慎,避免受拍场上竞价气氛的影响,盲目超出心理价位的界限。

如果拍卖场上气氛平淡,竞买人可不急于出价,稍后可出其不意地跳过加价幅度,一下子提高出价,摆出一幅志在必得的架势。几轮出价后,常会吓退一些经验不足的竞买人,使竞价获得成功。