

聪明的藏宝者

高端珠宝品牌推出入门级或较低价位珠宝产品已是业内常态，至于入门级或较低价位的珠宝是否会威胁高级珠宝市场，我认为只要营销得当是不至于此的。低价珠宝买家一般是处于上升期的消费者，他们将来会有实力买高级珠宝，并保持对特定品牌的忠实度。

不过，在营销过程中保持平衡是极其重要的。不能因为利润和市场而牺牲产品，应尽最大努力保证优秀的设计和品质，不能遗失作为高级珠宝品牌的传统。此外，若长期将品牌资源过多地倾注在大批量、低价位珠宝产品上，可能导致品牌价值和客户认同感的流失。这些优势是很难重建的，因此高端珠宝品牌应当不断地挑战自己，不遗余力地追求完美，以发展珠宝设计和制作工艺为重心的，用高品质的珍稀宝石进行制作，不要为一时利益而迷失方向。

今年的珠宝市场上，祖母绿、红宝石和蓝宝石将继续扮演重要角色。亚洲收藏者会继续把这些“基本”宝石加入到自己的藏品当中，市场需求将倾向于8~10克拉、未加热的、色泽与净度俱佳的高品质宝石。还有一个值得留意的发展趋势是高端品牌推出的古董珠宝作品，特别是镶嵌重量级宝石的作品，这些稀有的珠宝

已在新兴富裕阶层中愈发流行。天然珍珠是当下另一个热点，近年价格上涨显著。天然珍珠的供应量极低，而印度、中东和中国香港对其需求不断扩大，中国内地紧随其后。以上世纪40~80年代为灵感的黄金珠宝作品同样值得关注，它们也比过去几年更加流行。

至于高级珠宝和古董珠宝的比较，其实没有单纯的好坏之分，因为每件作品都是独一无二的。品鉴古董珠宝需要一双慧眼和丰富的经验，才能在参差不齐的作品中找出值得收藏的那款。珠宝收藏家如伊丽莎白·泰勒、艾伦·巴尔金、温莎公爵、莉丽·萨夫拉等，他们的藏品中既有高级珠宝，也包含了古董珠宝。

想做聪明的珠宝收藏者，关键在于“阅宝无数”，只有尽可能多看、多触、多感受，才能逐渐分辨出每件作品的质地、做工和细节等等。另一种方法是参加各地拍卖会预览（特别是纽约、日内瓦和伦敦），或全球各古董珠宝零售商的预览活动。敢于向珠宝专家或零售商提问也很重要，他们也会很乐于分享自己的经验和见解。☐

文/BRENDA KANG、RUBINA 图/品牌提供 编辑/姜涵育



人物简介：Brenda Kang是亚洲屈指可数的古董珠宝专家之一。在纽约、巴黎、日内瓦、新加坡和中国佳士得拍卖行的15年资深珠宝专家任职经历，培养了她对古董珠宝的热忱。如今，她继续在全球搜寻珍贵的收藏级珠宝及独特的古董珠宝，并为亚洲珠宝爱好者提供不同的购买选择。