

针对危地马拉翡翠的营销建议分析

刘婉

云南国土资源职业学院

DOI:10.12238/ej.v7i2.1290

[摘要] 2019年后,中国翡翠饰品市场上出现危地马拉翡翠,颜色从油青色到蓝绿色,少量玻璃种绿色,款式多为挂件,少见手镯。珠宝业内对危地马拉翡翠褒贬不一,认为危地马拉翡翠的出现整体拉低了翡翠市场价值。珠宝行业应该把重点放在饰品品质评价,而非翡翠原料的产地区分。面对当下玉石交易市场多是以价格进行产品区分,那么对于中低档翡翠饰品,应是从玉石真假以及款式设计进行介绍,吸引消费者;而对高档翡翠饰品而言,强化产地差异,提升经济价值,强化稀缺价值,提升翡翠饰品的长期投资价值。

[关键词] 翡翠; 危地马拉; 品质; 产地认证

中图分类号: F768 **文献标识码:** A

Analysis of marketing suggestions for Guatemala jadeite

Wan Liu

Yunnan Vocational College of land and resources

[Abstract] After 2019, Guatemalan jade appeared in the Chinese jade jewelry market, the color is from oily cyan to blue green, a small amount of glass green, most styles are pendants, rare bracelets. The jewelry industry has mixed reviews on Guatemala jade, believing that the emergence of Guatemala jade has lowered the overall market value of jade. The jewelry industry should focus on the quality evaluation of jewelry, rather than on the origin distinction of jade raw materials. Facing the current jade trading market, the low-grade jade jewelry should be introduced from the jade authenticity and design to attract consumers; for high-grade jade jewelry, strengthen the difference of origin, enhance the economic value, strengthen the scarcity value, and enhance the long-term investment value of jade jewelry.

[Key words] jadeite; Guatemala; quality; certificate of origin

引言

翡翠作为一种中高档宝玉石材料进入中国市场已有几百年的历史。中国消费者对翡翠饰品兴趣浓厚,但由于其价值评判因素的专业性和产地信息的不对称性,导致众多消费者在价格面前往而兴叹,感叹价格之高,涨幅之猛。在2019年,翡翠市场上突然涌现了大量危地马拉地区出产的翡翠原料,截至至今,危地马拉翡翠仍是珠宝从业者嘴里经常提及的材料。那么,危地马拉翡翠究竟是什么,为什么珠宝从业者和消费者这么关注这种材料呢?

1 危地马拉翡翠出现的背景及市场现状分析

1.1 危地马拉翡翠出现的背景分析

2019年以来,数量众多的危地马拉翡翠原料进入中国翡翠市场,填补了中低端翡翠市场,其中存在极少量高档绿色翡翠原料。珠宝行业立即关注后续危地马拉翡翠原料,那么为什么危地马拉翡翠的出现能够迅速引起翡翠从业人员的关注呢?

一方面是近几年翡翠需求的不断增加促使翡翠原料资源的开采,加快了缅甸翡翠资源的枯竭,部分出产优质翡翠的矿坑已经绝矿,原料资源日渐稀少。在供需不平衡的“剪刀差”态势背景下,叠加缅甸局势动荡,原材料价格逐年上涨。危地马拉翡翠的出现,填补了中低位的翡翠市场,充足了原料供应量。部分阳美玉商采购危地马拉翡翠原料,运用阳美精湛的翡翠雕刻工艺,危地马拉翡翠饰品具备“高性价比”,使翡翠经销商赚得盆满钵满。

另一方面,由于存在信息不对称以及翡翠饰品的专业性差异,翡翠终端销售把危地马拉翡翠当作中低端缅甸翡翠进行销售,获取利润。大数据时代网络信息的急速传播的强力催化作用,扩大了危地马拉翡翠对于整个翡翠市场的价格冲击,导致翡翠收藏价值的骤降。消费者对于信息的理解引发危地马拉翡翠的误解,行业内下游翡翠零售商和消费者的恐慌。

1.2 危地马拉翡翠出现后的翡翠市场现状

虽然在疫情动荡发展下的平洲玉器市场上难以发现危料成品,但翡翠零售商草木皆兵,强硬地寻求产地鉴定证书;或者产地特征明显的缅料成品也要询问批发商是不是危料饰品。广东省揭阳市阳美高档翡翠批发市场专门建立了危地马拉翡翠一条街,专营高档危料翡翠成品。在四会的玉博城和天光墟,危料成品相对低档,且在交易中不说明产地,只说明是A货翡翠。此外,四会玉石市场上出现的“俄料”,商家并不申明,权当缅甸翡翠销售。市场上大多数的翡翠经销商总结了部分肉眼识别缅甸翡翠和危地马拉翡翠的特征,但是翡翠市场的鉴定检测机构几乎没有能够出具产地证书,大多数针对危地马拉翡翠饰品的证书都是“翡翠(A货)”。

目前翡翠市场的现状可以得出,翡翠原料加工商以及成品销售商们对危地马拉翡翠进行了力所能及的区分。缅甸翡翠作为宝石级翡翠的最大产地供应商,进入中国的历史悠久,具有极高的经济价值。危地马拉翡翠是近几年以中低档翡翠进入中国市场,被很多商家以及消费者错误地认定为“低价值玉石”。在2022中国昆明翡翠首饰宝石产地认证研讨会上,业内知名专家都在强调区分产地应该有统一的标准,而不是从商业特征以及价值进行判断。目前珠宝行业的主流观点认为,区分危地马拉高档翡翠与缅甸翡翠主要在于前者是以绿辉石为主而后者是以硬玉为主。部分科研实验数据表明这种区分并不准确,有待考证。

1.3 “危料”翡翠存在的市场争议

市场上针对“危料”翡翠的争议误解主要由两个方面原因导致,一是因为多数消费者对危地马拉翡翠的了解程度低,难免众说纷纭;另一个原因是部分翡翠销售商家为了谋取利益把“危料”当成“缅料”销售。翡翠市场上针对危地马拉翡翠的争议主要存在以下几个方面:

争议一:“危料”不是翡翠

依据国家标准(GB/T16553-2003)的翡翠宝石学特征与危地马拉翡翠的宝石学特征数据对比发现,“危料”矿物成分、密度、硬度等数据与缅甸翡翠相差无几,认定为天然A货翡翠,出具检测证书。国内翡翠鉴定检测机构针对危地马拉翡翠饰品出具的检测证书佐证了该结论。

争议二:“危料”饰品的颜色以灰蓝色为主

早期危地马拉翡翠进入中国市场的主要颜色为灰蓝色,夹杂白色棉点,部分珠宝业内人士认为其原料刚性不足,后期容易“长棉”。危地马拉地区出产的翡翠原料不仅存在颜色为灰蓝色的原料,还有大量蓝色的墨翠,甚至在2021年后在中国市场上有阳绿色的翡翠原料。翡翠从业人员和爱好者如果仅仅通过危地马拉翡翠的颜色来区分,将会大大增加其辨别难度,甚至会把阳绿色的危地马拉翡翠当做缅甸出产的“帝王绿”翡翠饰品,影响了翡翠价值。

争议三:“危料”长久存放,品质发生变化

在翡翠市场上存在一种声音即危地马拉翡翠长久存在会“变种”或“长棉”。危地马拉出产翡翠的历史悠久,只是进入中国翡翠市场的时间短暂。目前学术界没有关于危地马拉翡翠

长久存放“变种”或“长棉”的科研结论,这种声音就没有理论依据支撑。业内存在这样的争议或许只是一个特性,没有进行普遍性的研究结论,具体关于存放的后续变化留待时间考证。

2 危地马拉翡翠的宝石学性质分析

近几年来,缅甸翡翠原料愈发紧张,“危料”、“俄料”在翡翠市场中层出不穷,甚至部分高品质的“危料”冒充“缅料”翡翠进行销售,获取了高额利润。“缅料”紧缺的压力、“危料”暴利的加持,导致了市场出现了大量经营“危料”的经销商。但是消费者对翡翠市场变化不敏感,认为其购买的饰品原料来自缅甸,部分书籍以及“网红”商家还在强调“缅甸是世界上唯一宝石级翡翠的出产国”。基于消费者层面,认识和辨别危地马拉翡翠就是一个重要的关键点。

危地马拉翡翠,简称“危料”翡翠,产于危地马拉的Motogua河谷断裂带中生代蛇纹岩中,是近些年进入中国翡翠市场的一类翡翠原料。折射率为1.65-1.67,相对密度为3.32-3.34,主要矿物为硬玉,说明危地马拉翡翠是天然翡翠原料,并不是缅甸翡翠的仿制品。

危地马拉高档绿色翡翠中,显微镜下可见糜棱和超糜棱结构,证明了危地马拉翡翠具有非常细腻、致密、玉化程度很高的质地(即通俗意义上的“种”),危地马拉翡翠的品质分级在很高的级别,并不是市场上填补中低档翡翠的材料。

3 当今翡翠市场的营销建议

3.1 针对中低档翡翠饰品,品质说明,构建购买信心

不同翡翠首饰的产地鉴别特征是珠宝鉴定机构的主要职责,但以装饰、美化为基本功能属性的翡翠首饰而言,销售市场中过分强化产地特征不合适,甚至误导消费者在购买翡翠首饰中以产地特征来区分品质好坏。截至2022年,宝玉石相关研究机构以及学术界学者对危地马拉翡翠的研究尚未停止,多数结论停留在其宝石学以及地质学特征,在危地马拉翡翠成矿机理、成分、结构等填补空白,缺乏有效关于危地马拉翡翠和缅甸翡翠具体的可操作的区分意见。

中低档翡翠首饰方面,消费者的购买重心主要放在翡翠的真假以及是否经过优化处理等方面,对产地的关注较少。当前翡翠饰品市场中,仍然存在翡翠仿制品以及大量的B货、C货、B+C货,危地马拉翡翠经过国家权威部门认定为翡翠“A货”,给出相应的鉴定证书。危地马拉翡翠与翡翠的仿制品以及处理过的饰品相比,其对消费者的危害性极小。疫情反复动荡后的翡翠消费市场,在数字经济的加持下,直播带货加速发展,抖音平台2022的线上交易额超过600亿元,直逼线下翡翠销售零售额。与线上交易额同样高涨的还有直播退货率,某平台翡翠直播间的退货率高达90%,这个数据说明什么问题?一方面说明消费者对翡翠首饰强劲的需求,另一方面是翡翠销售市场存在价格乱象和线上销售品控不佳。

翡翠行业应从翡翠的品质把控上进行改革,构建翡翠评价体系,改变当下翡翠价值评估多由业内人士依经验定价的局面。中国的数字经济在消费领域的运用基本趋于完善,平台需要出

台相关约束机制,维持线上翡翠交易的健康发展。平台直播销售的翡翠首饰,价格多在1000元以下,属于中低档翡翠饰品。低价格翡翠饰品对于消费者而言,关注点并不在产地,而是翡翠是否“保真”,品质与价格是否相符,产品是否存在品质缺陷等。

其次,中低档翡翠饰品的“美观”主要从颜色、净度、个头、瑕疵以及雕刻工艺等方面进行评价。消费者购买翡翠饰品是为了佩戴美观,体现其审美品位,突显悦己消费情结。消费者在购买这个档次的珠宝首饰方面有极大的挑选空间,特别是在中国市场,翡翠首饰从雕刻工艺上凸显文化价值,这是翡翠首饰的优势,品质质量上的“真假”问题却是影响翡翠销售的硬伤,导致消费者在购买翡翠饰品上存在较大的犹豫。

所以,中低档翡翠饰品不应该把重点放在翡翠原料的产地,而是从产品本身的真假以及品质方面给予消费者信心,引导消费者对翡翠饰品美的品鉴。

3.2 针对高档翡翠饰品,产地认证,强化稀缺价值

翡翠行业内,《翡翠分级》(GB/T23885-2009)是推荐性国家分级标准,在2009年6月1日发布,2010年3月1日实施。因其专业性强,术语较多,此标准在翡翠消费市场推广存在一定的难度。但是该标准从一定层面上给出翡翠价值评估的一致性的评价要素,即颜色、透明度、质地、净度以及加工工艺。《翡翠分级》国家标准不仅适用“缅甸”翡翠饰品,同样适用于“危料”翡翠饰品。

对于高档翡翠饰品,珠宝拍卖是高端消费者购买的主流渠道。从苏富比和佳士得的翡翠拍卖品附带的相关证书中不难发现,产地认证是必要条件,是保障翡翠饰品未来升值空间的基本条件。高端消费群体购买高档翡翠的动机分析中,产品附带的经济价值大于其佩戴属性,炫耀性消费属性明显,这与中低档翡翠饰品的购买动机存在较大的差异。从高档翡翠饰品的经济价值角度分析,物以稀为贵,供需比例失衡,市场存在较大升值空间。危地马拉翡翠进入翡翠市场,加大了翡翠原料的供应量,必然影响其价值提升。

所以,针对高档翡翠饰品,严格区分产地差异,目前国际权威珠宝检测中心以及国家珠宝检测中心已经能够出具产地证书,主要使用大型检测仪器从矿物成分、晶体结构等方面进行综合分析,给出鉴定结论。但是,产地鉴定检测相比于翡翠真假鉴别,难度较大,费用较高,如果每一件翡翠都进行产地鉴别,中低档翡翠饰品相比于其他珠宝饰品,成本提高,价格升高,难以突显产品的竞争优势。毕竟对于中低档翡翠饰品,产品的佩戴属性价值是第一位的,消费者追求翡翠饰品的“装饰美”。

4 结论

(1)从成分和结构上,宝玉石科研领域存在统一结论,“危料”是天然翡翠原料,危地马拉翡翠是天然A货翡翠饰品。

(2)针对翡翠饰品的销售,市场上以品质和价格进行分级,精准划分消费群体,有针对性地进行营销。

(3)以中低档翡翠饰品为例,强化产地价值意义不大,应该在消费者的“痛点”——翡翠质量“真假”上做好功夫,让消费者敢于下手购买。

(4)高档翡翠饰品必须带有“唯一性标识”证书,这是其价值提升的基础,产地认证是必然手段。

[基金项目]

云南国土资源职业学院校级科研项目“危地马拉翡翠的宝石学特征研究”(项目编号为2021YJ10)资助。

[参考文献]

[1]马平,沈锡田,罗恒,等.常见翡翠产地的激光拉曼光谱特征研究[J].光谱学与光谱分析,2022,42(11):3441-3447.

[2]王礼胜,张海衡,刘静怡.危地马拉高档绿色翡翠的矿物组成及成因[J].宝石和宝石学杂志(中英文),2022,24(5):11-30.

[3]马平,沈锡田,仲源,等.不同产地翡翠的紫外-可见吸收光谱特征研究[J].光谱学与光谱分析,2022,42(06):1827-1831.

作者简介:

刘婉(1983—),女,汉族,河南省洛阳市人,硕士研究生,中级讲师,研究方向:珠宝首饰营销以及评估。