

珠宝投资也有双面性

本报实习记者/廖利峰 黄璜

2009年5月,上海珠宝首饰展览会如期拉开帷幕,和往届相比,此次珠宝展增加了3750平方米的展览面积,规模也较去年扩大25%。据主办方透露,展览共吸引境外159家参展商。

而就在上海珠宝首饰展落幕不久,深圳国际珠宝展、北京中国国际珠宝展又随之接踵而至。珠宝企业在一线城市的集体亮相引起了媒体的诸多关注,他们推就的国内珠宝品牌能否被市场认可,珠宝收藏投资又将具有哪些优劣性等一系列问题逐渐浮出水面。为此,本刊记者采访了中国珠宝玉石首饰行业相关人士。

中国珠宝一级市场呈刚性需求态势

2008年10月至2009年第一季度,受金融危机影响,欧美日等主要钻石市场均出现了明显的下滑。而中国内地钻石市场仍然保持了较好的增长,成为全球主要经济体中唯一保持钻石销售增长的地区。

中国珠宝玉石首饰行业协会的副秘书长史洪岳向记者解释说,金融危机只是对出口企业影响比较大,特别是广东番禺的一些珠宝加工企业,“我国的流行饰品出口很大,过去一直以韩国日本欧美出口为主,而这些国家的经济重创限制了我国珠宝首饰的出口量。”但是国内的珠宝首饰市场基本不受金融危机的影响,今年珠宝玉石首饰行业整体发展态势比较快,甚至出现供不应求的现象。首先,因为整个国民生活的水平在提高,很多民众需要购买珠宝首饰来满足自己的需求,其次,中国传统礼仪比如婚礼等喜事对珠宝的刚性需求是不间断的。最后,黄金作为贵金属,本身具有货币的功能。无论经济是好还是坏,大家都会去购买黄金,“经济好的时候买一些收藏,不好就的时候也买一些来保值,以便抵挡风险,所以黄金整体呈上升趋势。”史洪岳说。

内地珠宝拍卖市场为何不受青睐?

2009年春季,香港苏富比“珠宝玉石手表专场”总成交额3.26亿元,其中一件重1658卡拉的榄尖形D色完美无瑕钻石耳环最终以约114224万元成交。而香港佳士得“瑰丽珠宝及翡翠首饰专场”总成交额也高达约226亿元,两颗分别为20.70克拉及10.07克拉足色全美梨

形Typella钻石所组成的项链以约2279万元成交。相较香港市场珠宝拍卖的火爆场面,内地珠宝拍卖却没有一级市场表现出来的强硬上升态势,始终处于不温不火的尴尬局面。对此,史洪岳解释说,“这跟国内珠宝收藏渠道很多有关。珠宝收藏家本身有目的性,可以直接去珠宝厂家寻宝,此外很多的珠宝展也为收藏家提供了很大的寻宝空间,所以不一定通过拍卖这个渠道;另一方面,价格因素,拍卖行需要佣金,多数收藏家都抱着用最低的价格获得最好珠宝的心理。”

而中国地质大学珠宝学院副院长、越王珠宝会所的设计总监任进认为,国内珠宝拍卖体系评估制度还不够完善,相比之下香港苏富比、佳士得的珠宝拍卖历史已久,在国际珠宝拍卖上赢得无数好评,由此也可以看到香港珠宝拍卖评估体系的完整,是内陆评估体系非一两日可达到的水平。另外,大陆拍卖场积累的多是奇货,而且以中低端货为主,少“硬货”,不足以支持大的拍卖。

中国民族品牌的建立还有很长的一段路要走

据全球最大的钻石生产企业戴比尔斯的统计资料显示,在这次金融海啸中,该公司在欧美等主要市场的销售都遭遇了严冬,但是在中国,该公司的钻石销售量却逆市场增长了超过15%。基于如此诱惑的抗跌性,世界各国著名珠宝首饰品牌敏锐地嗅到了中国市场的广阔性。

面对越来越多的海外知名品牌,中国本土企业面临的挑战不言而喻,如何树立民族品牌显得更为重要。周生生、周大福、老凤祥等以其良好的信

誉和质量曾吸引了很多中国消费者,但这些产品欠缺个性的特色,在业内人士看来,并没有树立其真正的品牌。“卡地亚的产品一看就知道是卡地亚的,甚至施华洛世奇的一块玻璃的价格相当于中国一件珠宝首饰的价格,这就是品牌的效应。”

中国的产品什么时候能成为人们心目中的品牌。史洪岳认为,中国也有自己名牌的产品,但是这个名牌要真正成为人们心目中的品牌还需要走一段路。“民族品牌的创立要与企业文化相联系”史洪岳向记者分析说,“个性特色是树立品牌的关键,其次还需要配套的服务体系和文化宣传,有了团队的支持,形成良好的环境,进而得到消费者的认可。”

珠宝投资的双面性

随着珠宝进入拍卖市场,很多人也将其作为投资方式的一种。但任进认为,和股票、房地产等金融投资不同,珠宝具有一定的局限性。首先是变现问题。“股票债券不管是亏了还是赚了都可以马上变成现金,而珠宝却没有这样的快捷性。其次,珠宝价格不像股票、黄金那样涨跌明显。珠宝市场特别是钻石市场多年来始终呈单线上升的状态,略有所降但不明显。在这升与降之间,降得少市场比较难赚钱。但从另一方面也说明了珠宝投机机会少,一般珠宝都得收藏3年以上,会有约50%的增值,甚至一倍。”所以任进认为珠宝投资不能有投机心理。

虽然珠宝投资存在着自身的毛病,但任进也分析了珠宝跟其他投资相比的优势所在,他说,首先珠宝有科学的鉴定方法和鉴定仪器,相比书画

鉴定更具有不可否认的科学性,另外,影响珠宝价值的“名人”因素少,不管是谁戴过,它只认材料本身资源价值,该值多少钱就值多少钱,不因而异。名人戴过的,例如慈禧太后戴过的珠宝拿出来拍卖能得高价是因为大家都当那是古董看待了。还有,珠宝放得住,带得走。“放得住”是指珠宝保存起来会比书画容易,“带得走”就是指珠宝体积一般较小,携带方便。最后,珠宝“全球通”,高额度。在澳门赌场旁边有一大排的典当铺,主要收三样东西:黄金、珠宝、名表。而这三样都有一个共同点:具有国际流通性,手续相对比较简单,而且利润高,钻石一般行情六到八折,名表一般也是六到八折,黄金典当的比率更高。

怎样选择具有收藏价值的珠宝?

中国现代珠宝市场主要形成于20世纪80年代初期,当时中国珠宝市场的规模大约在20—30亿元,年平均增长在15%以上,截止到2006年,中国珠宝产业的年销售额已经突破了1400亿元,年出口额达到68.7亿美元,是世界上少数珠宝首饰年消费额超过100亿美元的国家之一。

面对走势日益高昂的珠宝市场,当各种各样的投资产品充斥着收藏家眼球时,藏家们又该如何选择珠宝投资?史洪岳认为,收藏珠宝首先要了解哪些珠宝具有收藏价值,区分开收藏品与非收藏品。珠宝分商品、艺术品、工艺品。艺术品跟材质有关,切割得很好的大颗粒钻石就是艺术品而非工艺品。工艺品市场上很普遍,很多复制,商品更不用说,但艺术品是不可以复制的。因此,艺术品具有很高的收藏价值。此外,工艺美术大师制作的精美作品,而且材质好,也是值得收藏的。其次,高端珠宝(如大颗粒的钻石、高档的钻石)和资源型(如玉石、黄金)珠宝的未来发展空间很大。

任进认为选择的品种要有稳定的国际价格标准,如钻石。此外,翡翠收藏既有材质收藏又有文化收藏,在亚洲,高档翡翠长期受捧使其增值空间很大,翡翠在雕刻的内容上传承了中国文化。