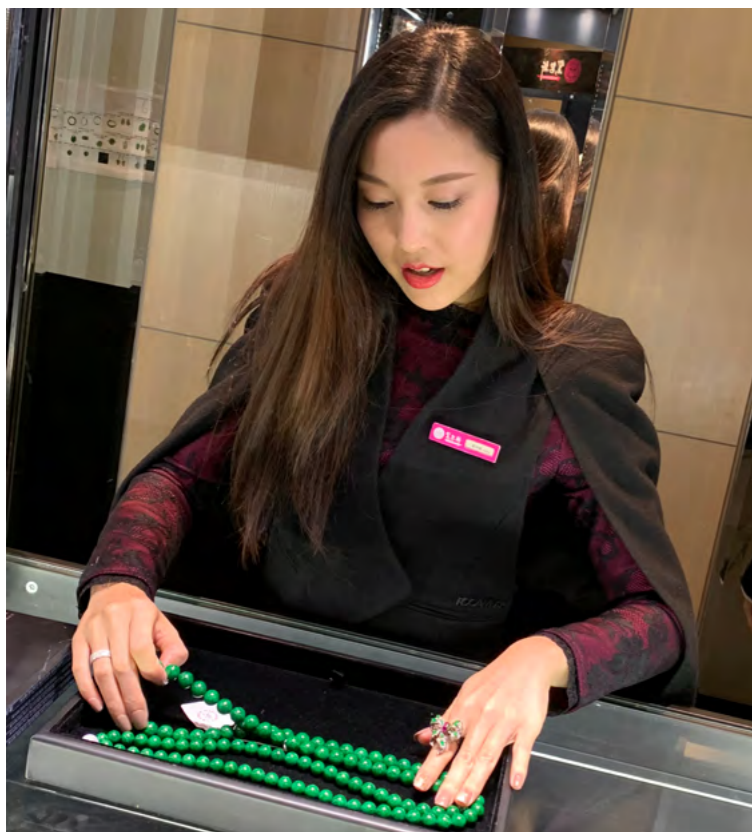




## 口碑赢市场 价值存甄宝 ——专访万昌斯珠宝专家刘仲毅女士



刘仲毅，毕业于上海交通大学媒体设计学院美术学专业，古柏林宝石学院彩色宝石专业 Gubelin Academy CGP2，家族从事珠宝行业 40 余年，独立设计师，Charms 品牌珠宝创始人。

**Q：在这次的万昌斯秋拍中，您觉得有哪些会吸引藏家的亮点珠宝？**

**A：**这次拍卖以翡翠为主，因为我们的男性客户比较多，考虑到这一点，便以他们喜欢的题材为主。最具吸引力的是众多中低单价的拍品，而那些高单价单品，也就是宝石类的，主要是为吸引女性客户，所以整体而言，我们的拍卖集中了小精品类到和一些非常高级的藏品。

**Q：我们的藏家对于参拍珠宝最关注的要素是什么？**

**A：**从国际市场上来看，翡翠拍品的多寡可以区分出亚洲拍卖市场的喜好差异。从国际上来说，西方人比较喜欢彩色宝石，翡翠对他们来说，可能并不是重点。亚洲的人们由于地理位置、民情风俗一些历史、文化原因，更喜欢翡翠，对翡翠的了解也更多，所以接受度高。但是因为近两年受到西方拍卖市场不停刷新高单价的彩宝拍品，所以很多的买家从原本只了解翡翠慢慢发展成希望了解彩宝，购买彩宝。在这个发展过程中，也是我们能够抓住客户的一个过程。巩固原本的客户，吸引新的女性客户。万昌斯拍卖的策略是有的放矢地去征集拍品、推荐拍品给客户。作为具

有专业性的从业者，我们能感觉预知这几年的拍卖方向。打个比方，如果我们不考虑市场就去征集一堆东西，然后推给客人，就像是厨师自己想煮什么自己煮，煮完客人不一定喜欢，但如果知道客人的口味，那么这样菜就会得到食客称赞。毕竟拍卖也是一个服务行业，我们为买家服务，也为卖家服务，那么卖家的东西怎么能卖得掉，因为我们找到了对的客户了，所以了解客户是很重要的。

**Q：这些拍品征集的渠道大概有哪些？**

**A：**首先是珠宝商，其次是收藏家。有很多比较老的东西，可能珠宝商手里都没有。我们只能去



拜访收藏家，当然这部分的渠道资源对我们做珠宝的来说是比较丰富的。针对我们这次的珠宝拍卖专场，以现有的基础来征集的符合要求的拍品。下一次的征集有可能会调整，根据我们对公司现状的分析，或者说我们对未来市场趋势的判断。现在拍卖公司这么多，拍品琳琅满目，但最后的成交可能并不可观。与其那样，还不如实实在在，进行真实的买卖关系。这对公司的发展、来来都是一个做好基础的积累工作。

**Q：秋拍的珠宝专场，大概在整个万昌斯的拍卖中大概占多大的比重，最后的成交预估大概有多少？**

**A：**这一次应该是占两三成左右，有 120 件左右，

对比整体 779 件来说并不是很多。就目前来看，我们的客户还是以购买中国艺术品为主，珠宝类的翡翠、彩色宝石，价格是非常有吸引力的。

**Q：万昌斯区别于其他拍卖行珠宝专场的特点是什么？**

**A：**价格。我们拍卖行这几年来一直都很注重口碑。现在资讯如此发达，参拍的客户可以很方便的查到每一家拍卖行过去拍过什么东西，这个东西会不会是假的，真的东西比例高不高，卖出的价格怎么样……等等。大家一看的话，心中自然有一个评断，基于此，很多东西都会反应到市场价格中去。万昌斯的整体市场成交率和市场成交价格维持在市场较高的水平，所以藏家就会相信你。

**Q：能被传承下去的珠宝应该具备哪些要素？**

**A：**首先它本身的品质必须得好，这个并不是体现在体积上，可以非常小，但是必须得精。这个是比较基本的条件，但因为珠宝种类繁多，从它的价值来说，不是仅仅只有精这一点能达到价值高的，有可能体积庞大，产地资源非常稀少、稀有，这些都能够让它价值变得非常突出。只要有一项的价值很突出的话，那么这个珠宝其实就具备了一定的收藏价值。如果要每方面都具备所有的条件，非常非常难，即使现在国际市场上经常拍出天价的东西，但它也未必是完美的。世界上没有这样的东西，所以我们在征集拍品的时候只能择其一二非常好才行。