

若九分色四分水的精品 10 年
间价格涨了一番，那九分水
四分色的物件就涨了 4 倍！今后
10 年何物会成为增值的“黑马”？

买翡翠就要：
美丽着，
还要增值！

翡翠精品 投资技巧

徐军 著

（实物提供：吴锡贵）

云南出版集团公司
云南美术出版社



翡翠精品 投资技巧

徐军 著
(实物提供: 吴锡贵)

云南出版集团公司
云南美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

翡翠精品投资技巧/徐军著. —昆明: 云南美术出版社, 2006. 12

ISBN 7-80695-451-1

I. 翡... II. 徐... III. 玉石—收藏 IV. G894

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第143036号

策 划: 徐 晨

责任编辑: 方绍忠 彭鸥嘉

整体设计: 彭鸥嘉

责任校对: 方 帆

翡翠精品投资技巧

徐 军 著

实物提供: 吴锡贵

出版发行: 云南出版集团公司
云南美术出版社
(云南省昆明市环城西路 609 号)

制 版: 昆明美盈包装彩印有限公司

印 刷: 昆明美盈包装彩印有限公司

开 本: 880 × 1230mm 1/32

印 张: 5

版 次: 2006 年 12 月第 1 版

印 次: 2006 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 7-80695-451-1/Z · 162

定 价: 56.00 元



从 “砖头王” 到精品 至尊

或许五十岁以上的人都有我这样的经历：二三十岁了还不知翡翠为何物，更别说收藏几件。那时，翡翠宛如阳春白雪，高不可攀。

弹指一挥间，有翡翠的人海了去了，更有人专门收藏精品。若二十年前，是翠就是宝，现在可就讲究多了，讲色，讲水，讲种头，甚至将此当成投资。我的朋友吴锡贵就仿佛在这社会巨大变迁的缩影。

说起来，吴锡贵早年有个不大雅致的绰号：砖头料大王。虽然他后来“官”至云南省珠宝协会会长8年，并任中国宝玉石协会副会长。这都缘于上个世纪九十年代初期，他经常押着五十菱货车奔走在瑞丽、盈江、腾冲，每次都是几吨几十吨地买石头，名声远扬。后来，他仿佛销声匿

迹，无影无踪，实则他悄悄转向精品翡翠的销售。他是个聪明的商人，就连众口一声的翡翠货源紧缺的说法他也敢持悖论。吴先生认为：现在翡翠的年产量不是越来越少，而是逐年上升；好翡翠也不是越来越少，只是收藏者和销售者多了。

若愿与吴先生探讨，他的电话是：
13629674946。

我赞同资源紧缺并不等于市场缺货。我还认为，购买精品翡翠，无论你怎么想，都具有投资性质，同投资股市、古玩等等一样，都要讲究投资技巧，不能见绿就买。我建议购买精品翡翠应该崇尚这样一种理念：

美丽着，还要升值！

近年来常与精品打交道，吴先生每有精品，也总邀我去欣赏，我常常感慨：不少消费者由于不熟悉精品，不能经常接触精品，而被奸商糊弄。因为只有熟悉精

品的表现，才能识辨其优劣，冷不丁要购买才去看货，这风险就大了。如此我萌发了写作此书的想法。为了体现翡翠的质感，我选用了胶卷，通常放大三至五倍来拍摄，以便使物件中的质感，包括棉、雾等瑕疵更清楚；由此也就带来了某些图片局部的朦胧。惟请原谅我的拙笨。

拙作中无论是 10 年前的价格，还是今天的价格，仅供参考。对 10 年后的价格预测，“★”是表示有增值能力，“★★”是有一定增值能力，“★★★”是有较大增值能力，“★★★★”是非常看好，“★★★★★”升值空间巨大。此预测如同股评师评股，投资与否还由消费者独立判断，独享其利。

社会前进，财富增加，我衷心祝愿每一位读者都能像吴锡贵先生一样，从砖头大王变为精品至尊。

徐军

2006 年 11 月 1 日

xjfeicui@yahoo.com.cn



目录

第一章 要玻璃底还是要玻璃种	7
第二章 色涨一倍，水涨四翻	28
第三章 色凝物件——无冕之王	39
第四章 七八分水，三四分色的大物件值得关注	56
第五章 选购艳绿的“三要素”	66
第六章 捡漏——被忽视的花牌	81
第七章 阳绿与色阳	97
第八章 蓝水也疯狂	114
第九章 影响浓绿价格的因素及跑水	126
第十章 精品投资的“四看”、“八不买”	148



第一章 要玻璃底还是 要玻璃种

但凡沾上玻璃底（种）的翡翠物件，均价格不菲。玻璃底与玻璃种，常常被混用、解释为同意词，但严格地说，它们不是一回事。

玻璃底，即物件整体通透如玻璃，并有玻璃般的硬度。本文所言玻璃硬度是指 2cm 以上的玻璃质感。玻璃种侧重的是有玻璃般硬度的感觉。后者也要求水头好，可是不明确要求物件有玻璃般的透明。于是，常常可以看到有五六分水的种老的物件，被冠之玻璃种（底）。在玻璃底稀缺之际，许多冰种或冰底的物件，也被称之玻璃底（种）。

由于真正的玻璃底物件稀缺，有的大商场都难觅一件，将有硬度感的或冰底或七八分水头的好料统称是玻璃底（种）的是常事，可投资起来就不是一回事。真正的玻璃底因其特殊的美和原料的稀缺，升值幅度肯定会超过玻璃种。因此，掌握玻璃底的标准是正确投资玻璃底翡翠的第一步。

佛

高：6.8cm

宽：3.8cm

厚 0.2cm

1996 年售价：15 万元

2006 年售价：30 万元

预测 2016 年售价：★★★★★

001



玻璃底。浓绿。十一分色，九分水。全身通透如玻璃，光亮似镜。可惜的是色老了，过了。料如果能再厚实一些，价格会更高。

佛

高：7cm

宽：6.1cm

厚：0.3cm

1996 年售价：8 万元

2006 年售价：20 万元

预测 2016 年售价：★★★★★

002



玻璃底。阳绿。八分水，九分色。由于拍摄时反光的影响，还有雕凿出的凸凹的折射光的干扰，使景深的表现受到一定干扰，但还是可以看清其通透性。玻璃底的通透不受色浓色淡的干扰，玻璃底就应该明净如玻璃，这是最简单的准则，也是最严格的定义。

佛

高：7.8cm

宽：6.8cm

厚：0.3cm

1996 年售价：20 万元

2006 年售价：70 万元

预测 2016 年售价：★★★★

003



玻璃底。艳绿。九分水，十分色。造型饱满，气势不凡。无论是脚趾，还是下巴、额头，包括肩、腿，均晶莹剔透，无可挑剔。

观音

高：8.6cm

宽：4.6cm

厚：1.1cm

1996 年售价 100 万元

2006 年售价 600 万元

预测 2016 年售价：★★★★★

004



阳绿。玻璃种。十分水，八分色。有莹光。此物背后有个可打开的大天窗，以便观察是否有裂、有杂质等。此图拍摄时未打开天窗，并且是黑绒背景，于是颜色显深。且看下图：



打开后背的天窗，背景换成白绒，物件颜色就变浅。这就是玻璃底的透视效应，要知道此物厚度有 1.1cm！称之极品毫不为过。

佛

高：2.5cm

宽：2.5cm

厚：0.3cm

1996 年售价：2 万元

2006 年售价：3 万元

预测 2016 年售价：★

再看下列两尊佛像，请注意与上述物件有何不同。

006



艳绿。七分水，八分色。色好种老，无论凹处，还是凸处，都有玻璃般的铮铮硬度，因此才有“折”就反光。

佛

高：5cm

宽：5cm

厚：0.3cm

1996 年售价：5 万元

2006 年售价：8 万元

预测 2016 年售价：★

007



艳绿。七分水，九分色。图 006 的特点与图 007 一样，都是种老，且满色，应是上品，都可以被称之玻璃种，却非玻璃底。仔细揣摩图片你会发现什么？将这两张图片与上述的四张图片相对照，你就会发现这两张图片看不“深”，玻璃的感觉似乎像油一样，浮在表层，下边还有一层，而非“深不可测”。如果看实物，那就更清楚了，玻璃般的“物体”仅仅浮在表面，约占物件总厚度的四分之一。如此，称玻璃种不错；称玻璃底，花玻璃底的钱，那就需要掂量掂量了。

购买玻璃底翡翠，走眼一丝一缕，可能就要损失十万、百万。而一般购买者，包括收藏者，均不见得常常有机会近距离观察、把玩玻璃底的精品，而熟悉物件是做出正确判断的基础。为此，再推荐三件不同造型的玻璃底极品，供参考、鉴赏。

封候

长：6.8cm

宽：5.2cm

厚：2cm

全物重约 150 克

1996 年售价：30 万元

2006 年售价：80 万元

预测 2016 年售价：★★★★

008



阳绿。玻璃底。十分水，六分色。封候，古时意指财政大臣，
意喻财富、权势。少见的好色、好水、好种的极品。