

1+X

职业技术 · 职业资格培训教材

珠宝首饰营业员

人力资源和社会保障部教材办公室
中国就业培训技术指导中心上海分中心 组织编写
上海市职业技能鉴定中心

三级

第2版



中国劳动社会保障出版社



职业技术 · 职业资格培训教材

珠宝首饰营业员

主 编 储卫民

编 者 （以姓氏笔画为序）

于 人 刘学良 陈 征 高 原

主 审 赵峻馨 施 健

三级



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

珠宝首饰营业员. 三级/上海市职业技能鉴定中心组织编写. —2 版. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2013

1+X 职业技术·职业资格培训教材

ISBN 978-7-5167-0101-0

I. ①珠… II. ①上… III. ①宝石-销售学-技术培训-教材②首饰-销售学-技术培训-教材 IV. ①F768.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 029814 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

新华书店经销

北京地质印刷厂印刷 三河市华东印刷装订厂装订

787 毫米×1092 毫米 16 开本 21.5 印张 1 彩插页 405 千字

2013 年 6 月第 2 版 2013 年 6 月第 1 次印刷

定价: 49.00 元

读者服务部电话: (010) 64929211/64921644/84643933

发行部电话: (010) 64961894

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

如有印装差错, 请与本社联系调换: (010) 80497374

我社将与版权执法机关配合, 大力打击盗印、销售和使用盗版图书活动, 敬请广大读者协助举报, 经查实将给予举报者重奖。

举报电话: (010) 64954652

内 容 简 介

本教材由人力资源和社会保障部教材办公室、中国就业培训技术指导中心上海分中心、上海市职业技能鉴定中心依据上海 1+X 珠宝首饰营业员（三级）职业技能鉴定细目组织编写。教材从强化培养操作技能、掌握实用技术的角度出发，较好地体现了当前最新的实用知识与操作技术，对于提高从业人员基本素质、掌握珠宝首饰营业员的核心知识与技能有直接的帮助和指导作用。

本教材在编写中根据本职业的工作特点，以能力培养为根本出发点，采用模块化的编写方式。全书共分为 6 章，内容包括珠宝首饰商业伦理与企业文化，珠宝首饰销售和设计艺术，珠宝首饰企业的市场营销，珠宝首饰营业员学习与指导，珠宝玉石鉴别，优化和检验，珠宝玉石品质评估等。

本教材可作为珠宝首饰营业员（三级）职业技能培训与鉴定考核教材，也可供全国中、高等职业院校相关专业师生参考使用，以及本职业从业人员培训使用。

改版说明

《1+X 职业技术·职业资格培训教材——珠宝首饰营业员（三级）》自2004年出版以来，受到了从业人员的欢迎，在珠宝首饰销售和营业人员的职业技能培训和资格鉴定考试中发挥了较好的作用。由于珠宝玉石行业的国家标准进行了修订，特别是近年来黄金珠宝零售行业的快速发展，对珠宝首饰销售和营业人员提出了新的要求和工作标准。为此，2011年人力资源和社会保障部教材办公室与上海市职业技能鉴定中心联合组织有关方面的专家和技术人员，依据新版珠宝首饰营业员职业技能鉴定细目对教材进行了改版工作，使教材能够适应社会的发展和珠宝首饰行业的需要，更好地为广大从业人员和读者服务。

第2版教材在结构、内容和形式上相对于第1版教材有了许多变化。在珠宝首饰经营与管理方面，结合珠宝首饰商业与零售企业的经营管理发展趋势，系统化地补充和提升了珠宝首饰行业的涉外服务礼仪、销售艺术、商业伦理与道德、市场营销理论与实践方面的知识技能；在珠宝玉石鉴定与识别方面，根据国家珠宝玉石鉴定标准的修订内容，增加了宝石鉴定仪器的操作与宝玉石检验知识与技能，特别是在珠宝玉石基本常识方面，补充了珠宝玉石品质评估和宝石的合成、优化处理，增加了首饰设计艺术知识，使广大从业人员和读者通过阅读和学习本书，能够在一线经营服务与管理中，比较全面地掌握珠宝首饰商业企业的经营管理知识与技能。

本书在编写过程中，上海市技师协会珠宝钟表专业委员会和上海市消费者权益保护委员会给予了支持和指导，上海商旅职业技能培训中心提供了大量的数据资料和教学实训经验，华东理工大学郭守国、中山大学邱志力、上海大学材料学院卢保奇等对教材大纲和内容进行了指导。对此，我们表示衷心的感谢。

教材中若存在不足和疏忽，欢迎读者和专家批评指正。

前 言

职业培训制度的积极推进,尤其是职业资格证书制度的推行,为广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能,提高就业能力、工作能力和职业转换能力提供了可能,同时也为企业选择适应生产需要的合格劳动者提供了依据。

随着我国科学技术的飞速发展和产业结构的不断调整,各种新兴职业应运而生,传统职业中也愈来愈多、愈来愈快地融进了各种新知识、新技术和新工艺。因此,加快培养合格的、适应现代化建设要求的高技能人才就显得尤为迫切。近年来,上海市在加快高技能人才建设方面进行了有益的探索,积累了丰富而宝贵的经验。为优化人力资源结构,加快高技能人才队伍建设,上海市人力资源和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试,推出了1+X培训与鉴定模式。1+X中的1代表国家职业标准,X是为适应上海市经济发展的需要,对职业的部分知识和技能要求进行的扩充和更新。随着经济发展和技术进步,X将不断被赋予新的内涵,不断得到深化和提升。

上海市1+X培训与鉴定模式,得到了国家人力资源和社会保障部的支持和肯定。为配合上海市开展的1+X培训与鉴定的需要,人力资源和社会保障部教材办公室、中国就业培训技术指导中心上海分中心、上海市职业技能鉴定中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了职业技术·职业资格培训系列教材。

职业技术·职业资格培训教材严格按照1+X鉴定考核细目进行编写,教材内容充分反映了当前从事职业活动所需要的核心知识与技能,较好地体现了适用性、先进性与前瞻性。聘请编写1+X鉴定考核细目的专家,以及相关行业的专家参与教材的编审工作,保证了教材内容的科学性及与鉴定考核细目以及题库的紧密衔接。

职业技术·职业资格培训教材突出了适应职业技能培训的特色,使读者通



过学习与培训，不仅有助于通过鉴定考核，而且能够有针对性地进行系统学习，真正掌握本职业的核心技术与操作技能，从而实现从懂得了什么到会做什么的飞跃。

职业技术·职业资格培训教材立足于国家职业标准，也可为全国其他省市开展新职业、新技术职业培训和鉴定考核，以及高技能人才培养提供借鉴或参考。

新教材的编写是一项探索性工作，由于时间紧迫，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及个人对教材提出宝贵意见和建议，以便教材修订时补充更正。

人力资源和社会保障部教材办公室
中国就业培训技术指导中心上海分中心
上海市职业技能鉴定中心

目 录

● 第1章 珠宝首饰企业商业伦理与企业文化	1
第1节 商业伦理	2
学习单元1 企业商业伦理	2
学习单元2 珠宝首饰企业的商业伦理	5
第2节 企业文化	9
学习单元1 珠宝首饰企业文化	9
学习单元2 不同地域、不同国家的合资（合作）企 业文化	12
● 第2章 珠宝首饰销售和设计艺术	17
第1节 珠宝首饰销售艺术	18
学习单元1 珠宝首饰涉外服务	18
学习单元2 珠宝首饰搭配艺术	24
学习单元3 珠宝首饰奢侈品服务	30
第2节 珠宝首饰设计艺术	33
学习单元1 珠宝首饰设计风格	33
学习单元2 不同珠宝首饰材料的工艺设计艺术	41
● 第3章 珠宝首饰企业市场营销	59
第1节 珠宝首饰市场营销概述	60
学习单元1 珠宝首饰市场营销基础	60

学习单元2 珠宝首饰市场分析	66
第2节 珠宝首饰企业市场营销的方法	84
学习单元1 珠宝首饰企业的渠道管理	84
学习单元2 珠宝首饰企业的商品管理	96
学习单元3 珠宝首饰企业的形象策划	115
学习单元4 珠宝首饰企业的公共关系与广告	118
学习单元5 珠宝首饰企业的品牌策略	125
学习单元6 珠宝首饰企业的连锁经营	135
学习单元7 珠宝首饰企业的电子商务与在线销售	144
学习单元8 珠宝首饰的拍卖与典当	151
 第4章 珠宝首饰营业员学习与指导	163
第1节 培训与指导	164
学习单元1 珠宝首饰营业员的自我学习与培训 ...	164
学习单元2 高级珠宝首饰营业员对其他营业人员的 培训与指导	165
学习单元3 珠宝首饰营业员的职业规划与发展 ...	169
第2节 高效珠宝首饰销售团队的建立	172
学习单元1 团队和团队管理的基本概念	172
学习单元2 珠宝首饰销售团队的构筑	174

第5章 珠宝玉石鉴别、优化和检验	179
第1节 常见宝玉石鉴定仪器鉴别宝石	180
学习单元1 使用电子天平与静水称重法鉴别宝石	180
学习单元2 使用查尔斯滤色镜鉴别宝石	183
学习单元3 使用偏光镜鉴别宝石	186
学习单元4 使用分光镜鉴别宝石	190
学习单元5 使用折射仪鉴别宝石	195
学习单元6 使用紫外荧光灯鉴别宝石	202
学习单元7 宝石显微镜的使用	205
学习单元8 大型仪器在宝石检测中的使用	209
第2节 宝石的优化处理和合成	215
学习单元1 宝石的合成方法	215
学习单元2 优化、处理、合成红、蓝宝石	219
学习单元3 优化、处理、合成祖母绿	229
学习单元4 优化、处理、合成钻石	234
学习单元5 合成碳硅石	241
学习单元6 优化、处理、合成水晶	242
第3节 首饰外观工艺质量检验	247
学习单元1 首饰外观质量检验基本标准	247
学习单元2 首饰外观工艺质量检验	252
第6章 珠宝首饰商业评估	257
第1节 珠宝首饰商业评估的基本要素	258
学习单元1 珠宝首饰评估基础	258

学习单元 2	珠宝首饰评估的原则	262
学习单元 3	珠宝首饰评估的基本方法	263
第 2 节	常见宝玉石品质与商业评估	266
学习单元 1	常见有色宝石的品质分级标准	266
学习单元 2	红宝石品质与商业评估	275
学习单元 3	蓝宝石品质与商业评估	279
学习单元 4	祖母绿品质与商业评估	282
学习单元 5	金绿宝石族宝石品质与商业评估	286
学习单元 6	碧玺品质与商业评估	290
学习单元 7	水晶和石英质玉的品质与商业评估 ...	293
学习单元 8	石榴石族宝石品质与商业评估	298
学习单元 9	珍珠品质与商业评估	301
学习单元 10	翡翠品质与商业评估	307
学习单元 11	软玉品质与商业评估	319
学习单元 12	红珊瑚品质与商业评估	325
学习单元 13	欧泊品质与商业评估	327
学习单元 14	琥珀品质与商业评估	332

1

第 1 章

珠宝首饰企业商业伦理与企业文化

第 1 节 商业伦理 /2

第 2 节 企业文化 /9



第1节 商业伦理



学习单元1 企业商业伦理



学习目标

➤了解商业伦理的基本概念。



知识要求

一、商业伦理的基本概念

商业伦理，国内有时候也称为“经济伦理”“企业伦理”“商业道德”或“管理伦理”。商业伦理学是近四十年来才兴起的一门新的交叉应用性管理科学，是对职业道德的深入和补充，目的是为了更好地进行企业管理。高级珠宝首饰营业员在企业基层经营管理中承担了相当一部分的管理工作，应该了解商业伦理的基本概念和内容。

商业伦理是关于正确处理企业与利益相关者关系的道德行为规范，是用来限制纯自私的动机和行为的企业道德规范，以便与利益相关者能和谐相处。商业伦理是通过社会舆论、传统习俗、内心信念和内部制度规范来起调节作用的，但并不调节企业及其成员的所有行为，而是调节那些对利益相关者有影响的行为。利益相关者可以是个人，也可以是群体、组织，乃至整个社会。

一般而言，人们总是把那些有利于自己、他人及社会群体的利益行为和事件当成是善，而把那些危害于自己、他人及社会群体的行为和事件当成是恶。商业伦理明确哪些行为是善的、应该的，哪些行为是恶的、不应该的；究竟什么是“善”的经营行为，什么是“恶”的经营行为。

按照商业伦理的观点，企业的伦理行为包括以下三个方面：

首先，企业不是一个虚幻的存在，而是一个具有独特人格的社会实体，包括企业所有员工在内的企业成员的行为是企业人格的具体表现。所以，企业被认为是有道德的行为

人，而不像传统观点所认为的那样企业是无道德的纯粹的功能性虚拟机构。作为道德的“行为人”，人们至少可以期待企业通过遵守法律和基本的公正原则、公共道德来履行对社会的义务，为企业的错误和不端行为承担责任，在经营运作过程中为别人着想，并作为社会的一分子为社会做出贡献。

其次，企业所要担负的责任应远远超出传统观念中所认为的企业责任就是为投资者谋取经济成果的责任，作为一个道德的“行为人”，企业还必须承担起它们的行为可能对其他各方（如消费者、员工、合作伙伴、债权人、其他第三方和它们所在的社会）造成的损害负责，做到公平交易。它们应承担起对企业所有的利益相关者的经济责任和非经济责任，包括生态环境等。

最后，优异的企业经营业绩必须是在道德和经济两个角度都有出色的表现，而不仅仅是在经济方面有比较出众的业绩。一个企业即使经营业绩非常突出，如果不能够遵守广为接受的伦理原则，也不能够被认为是一家优秀的企业。卓越的企业应该既要符合盈利能力的要求，又要符合深植于法律和基本正义的要求。以上这些观点也是商业伦理的基本准则。

二、商业伦理的作用

从商业伦理的角度分析，不道德的经营活动所造成的不良后果大致可以从不公平和效率两个方面分析。不公平的经营活动可以严重地侵害他人的权益，甚至可以导致严重的贫富两极分化，从而引起利益冲突乃至社会动乱。从效率的方面分析，一方面，社会经济活动的不公平所引起的利益冲突会根据冲突的严重程度而使效率大为降低，甚至导致无效率或负效率；另一方面，它们会破坏有效的经济秩序、人与人之间的信任关系和企业的信誉，从而降低经济活动的效率和效益，使高效率的经营活动不可能实现。商业伦理的目的就在于制止不道德的经营活动，倡导合乎道德的经营活动，维护正常的经济秩序，即经济活动必须遵守法律法规、各种规章制度和公共道德，从而提供一种高效率的经济管理理念。

此外，高效率的经济管理理念从根本上说需要找到有效的激励人和约束人的手段，而合适的价值观念和伦理规范是最有效的激励人和约束人的手段。因此，为了更好地进行经济管理，也需要伦理道德。

自 20 世纪 50 年代以来，有远见的企业越来越重视伦理道德在经营管理中的作用，普遍地把企业的经营之道建立在伦理道德之上。而世界上成功的大企业，几乎无一不是把伦理道德作为自己的经营之道，尤其是在以公平交易为特征的现代市场经济中，以平等互利为基础的商业伦理的确是成功的企业管理和经济效益的根本。许多管理的名言，如“信誉

是企业的最大资产”“顾客是上帝”“员工是企业的生命”等，不仅具有丰富而深刻的伦理内涵，而且揭示了经营管理与商业伦理的内在关系。

综上所述，从企业管理的角度说，至少有两个理由需要商业伦理。一方面为了维护经济秩序，使得经营活动能够正常运行，需要一些伦理规范来约束企业的经营行为；另一方面为了建立人与人之间的信任关系，进而建立起企业的信誉，更好地进行管理，也需要一定的伦理价值观念来指导企业的经营行为。这就是商业伦理的主要作用。

三、商业伦理与企业管理

企业管理与商业伦理都以经营管理行为作为自己的研究对象，两者的区别在于，企业管理的核心概念是“效率”，根本问题是：什么样的经营管理行为是有效率的或高效率的；商业伦理的核心概念则是“善”或“正当”，根本问题是：什么样的管理行为是善的或正当的。两者的联系在于，管理学只偏重于研究“效率”，而商业伦理则偏重于“公平”，还要研究效率与公平的关系。

因此，从企业管理的角度去看，一种经营活动，只要是有效率的或高效率的，那么无论它是否公平，就是好的或正当的。但从商业伦理的角度去看，好的或正当的经营活动不仅应当是有效率或高效率的，而且还必须是公平的。商业伦理作为一门应用伦理学学科，它关心什么是经营领域中的“善”或“正当”的活动，关心公平的经营活动；而作为一门管理学学科，它关心经营领域中的“善”或“正当”的活动与经济效益与盈利的关系，关心经济效益或盈利与公平的关系。

解答这些问题需要转变思维模式，企业管理的研究焦点是创造财富和有效利用资源的问题，商业伦理的研究方向则是最广泛意义上社会的发展、福利和满足感的问题。商业伦理与企业管理描述如图 1—1 所示。

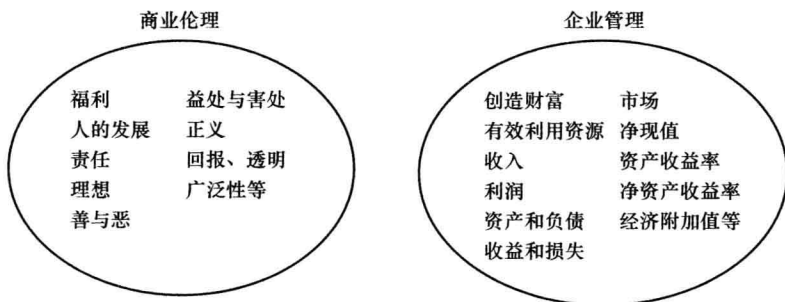


图 1—1 商业伦理与企业管理

经营管理与商业伦理都关心效率或盈利，两者的根本不同在于，商业伦理考虑的是公

平的经营带来的企业效率和财富，经营管理考虑的是创造企业利润和财富以及有效地利用资源的问题。由此可见，商业伦理将更能够凸显出持续、和谐发展的作用与理念，这也就是进入 21 世纪以来企业普遍强调商业伦理的根本意义所在。



学习单元 2 珠宝首饰企业的商业伦理



学习目标

► 了解珠宝首饰企业商业伦理的基本内容。



知识要求

一、珠宝首饰企业的商业伦理及其对营业员经营行为的影响

进入 20 世纪 90 年代中期，《财富》杂志排名前 500 家企业中 90% 以上的企业有成文的伦理守则来规范员工的行为。和所有其他企业类似，珠宝首饰企业成为市场上普遍且有力的行为者之后，社会赋予了它们一种新的特征：它们被越来越多的人认为是要负责任的企业，它们的经营行为应该是在道德框架中执行任务，即正确处理国家、集体、个人三者利益，兼顾诚实、守信、互利、互助、公平、公正、平等、团结、友爱、尊重人、不损害他人利益等；同时，明确利益相关者的优先次序，以社会利益优先，“消费者（顾客）—员工—供应者—政府、社区、公众—所有者”这样的优先次序有其合理性。伴随着这种转化，出现了一种新的评价珠宝首饰企业行为的标准，不单单是用经济指标来衡量，今天的珠宝首饰企业逐渐用道德和经济两个标准来衡量，最优秀的是那些在两方面都有出色表现的珠宝首饰企业。

1. 珠宝首饰企业应当高效率地为社会提供所需要的珠宝首饰商品和服务

从经济效益看，如果社会不需要珠宝首饰商品和服务，珠宝首饰企业是无法生存的。珠宝首饰企业及其成员应当奉行勤奋、节约、创新、大胆和谨慎等行为规范，高效率地为社会提供所需要的珠宝首饰商品和服务，包括为社会提供税收，以及为经济发展积累资本，从而为珠宝首饰企业本身个体和社会整体的发展奠定基础，这是首要的珠宝首饰企业的道德责任。



2. 珠宝首饰企业应当在对待供应商和竞争者方面遵守公平交易的原则

(1) 公平交易的原则是基于理性的认识。首先是指在珠宝首饰交易中买卖双方都清楚自己究竟需要什么，在交易时都能够对自己的得失进行理性的判断，并且都能为自己的权益而行动，从而能够获得自己真正需要的珠宝首饰商品或利益最大化；其次是指买卖双方对所交易的珠宝首饰商品有充分的了解，从而对自己在交易中的所得和损失都有清楚的认识，显然，交易的任何一方如果对所交易的珠宝首饰缺乏知识或信息，就无法对自己在交易中的得失做出理性的判断，从而不能保证交易者通过交易得到自己真正想要得到的珠宝首饰商品而受益；最后是指买卖双方都没有由于外在的强制或由于选择的对象或自我选择的能力受到限制而被迫进入交易，这说明自愿的交易必须以广泛的选择空间和机会为前提，因为，没有选择机会的交易显然是不得已而为之的。当然，在实践中，这三个条件往往只能得到部分的满足。例如，现实中的大多数人都是具有部分理性的人而不是完全理性的人，并且会受到各种非理性因素的影响，有些人是在购买冲动的情况下实施的购买行为；又如，买者对珠宝首饰商品知识往往只有部分的了解，外在的限制也有各种差别，如个别珠宝首饰企业促销活动中的“硬性搭配”等。不过，只要这三个条件在相当的程度上得到了满足，例如交易双方对交易的珠宝首饰商品有足够的了解，都没有受到外在的强制并且都经过了足够的理性思考，使得交易具有互利的性质，那么自愿的交易仍然可以成为一种可接受的公平交易。

(2) 珠宝首饰企业在经营活动中必须遵守公平交易原则。如珠宝首饰企业必然要与供应商打交道，向供应商购买原材料、半制成品、零部件或各种供给品（包括商场向珠宝首饰零售商出租店铺）。在这样的交易中，无论买还是卖，珠宝首饰企业都应该做到公平。如果使用招标的办法，应该对所有的投标者一视同仁，如上海百联集团在对品牌入驻商场的招标过程中实行品牌综合评价公开评分的方法，避免了人为的“暗箱操作”；如果价格已达成了一致，就不应悔改或增加其他不平等的收费项目，如从2012年开始，商务部规定，商场出租店铺不得收取进场费、广告费等名目的费用，以规范商业活动中的行为；如果对交易的珠宝首饰商品有各种规定，那么应当遵守规定；如果已商定好了付款日期，到时就应付款，这些做法显然是公平的，但并不总是被遵循。有些珠宝厂商总是想要走捷径，过分地降低成本、操纵招标以及寻求不公平的利己做法等，珠宝首饰企业的经营者应当明确反对这些做法。

(3) 对于竞争者也应当做到公平。市场经济中存在着各种竞争，包括从竞争者手中夺取更大的市场份额，争夺更好的经营和管理人员，提供质量更优价格更低的珠宝首饰商品等。只要公平经营，这些竞争并不违反商业伦理原则。违反商业伦理原则的行为包括恶意中伤竞争者及其珠宝首饰商品，窃取商业秘密，暗中破坏或直接干涉竞争对手的内部事务