

菩提子串珠

选购与把玩

『世无寻常之物 因怀不弃之心』

丁炜 编著



化学工业出版社

本书在讲解菩提子串珠基本知识的基础上,运用大量实例详细地介绍了故宫五线、星月、金刚、三圣眼、桃核、紫金鼠、酸枣、柏香籽、无患子、核桃、椰壳、六道木、竹珠等30多种菩提子串珠的品种、选购、盘玩、保养、鉴赏等知识,同时还介绍了菩提配饰的相关知识,使读者能全方位地、直观地了解菩提子串珠。本书内容全面实用、图文并茂、实例丰富,能使读者快速准确地掌握菩提子串珠的选购和把玩技巧。

本书可供手串、菩提、文玩爱好者及经营者、投资者阅读,也可供文玩收藏者使用。

图书在版编目(CIP)数据

菩提子串珠选购与把玩 / 丁炜编著. -- 北京: 化学工业出版社, 2016. 6
ISBN 978-7-122-26842-6

I. 菩… II. ①丁… III. ①佛教-手工艺品-选购-中国 ②佛教-手工艺品-鉴赏-中国 IV. ①F768.7
②J529

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第082359号

责任编辑: 韩亚南
责任校对: 宋 玮

文字编辑: 曾 越
装帧设计: 张 辉

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装: 北京瑞禾彩色印刷有限公司
710mm×1000mm 1/16 印张12 字数220千字 2016年8月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 59.80元

版权所有 违者必究



序言

Waxcup（丁炜），在菩提玩友圈中是个很有声望的名字。他是个很有意思的人。我刚认识他的时候，他在玩友中还并不出众，也不很显眼。他爱玩，但更好琢磨，菩提把玩中出现的各种问题，他都很好奇。遇到吃不准的，他会虚心地向老玩家们探讨求教，还不惜花大量的精力和实践去求证。有些问题的验证时间很长，过程也非常枯燥，他也能乐此不疲，直到把问题搞懂搞通，并乐于把他的发现成果与广大的玩友分享。遇到玩友提问题，他能倾尽所知，毫无保留地予以解答，这使他和别人显得很不一样。我想，大概只有真正热爱菩提的人才能做到这一点吧。几分耕耘几分收获，这些年下来，他在菩提玩友中也获得了良好的口碑。

俗话说，内行看门道，外行看热闹。这本书既有门道，又有热闹。菩提的品类繁多，门类也广，很不容易说清楚。加上其中的不少说法含混不清，谬传也是颇多，有一些甚至长期存在于公论之内，容易对新玩家形成误导，初涉其中，很难厘清孰是孰非。但菩提文玩由弱而盛，发展到今天，应该有一本书出来，把其中的一些事情说说清楚。

能够以菩提玩家的角度，立足于大量的实物依据和可信资料，让这本书很有看头，也很接地气。同时，在玩的过程中能一直保持严谨的学术思考，是非常难能可贵的。另外，菩提文玩中遇到的一些常见问题、经验教训、“打眼”

（古玩中常用词语，意思是没看好买了赝品）经历以及一些心得和思考，在这本书里也都做了整理总结，所以对广大菩提爱好者具有很强的指导性和借鉴性。

其实，文玩中的高手和新手，一个重要的区别在于对一些具体细节的把握。高手们往往胜于对细节的研究。而菩提珠串的特点，落实到图片上，使其细节很难被呈现出来。如果呈现整体，就会失于细节，而呈现了细节，又看不到全貌。而这本书运用了大量的图片进行了兼顾，很直观，很客观，也使其显得与众不同。

同时，这本书对各种菩提子种属的研究，引入了植物学的概念。这种做法开创了同类书籍中的先河，让很多菩提品种明确到点上，不再以一种模糊状态示人，对推进菩提的理性化和科学化研究起到了良好的示范作用。

菩提文玩，说到底还在一个“玩”字上。而厘清一个很小的错误，都需要大量的查考工作，这是一般人都不愿去做的。于是我曾经问他：“玩得这么辛苦，这么认真，你不觉得累么？”他对此解释说：“其实认真玩才更好玩。”我同意他这个观点，所以很高兴看到他平时的认真结出成果来，并能够荣幸地为本书作序。

素活

2016年1月27日于北京



前言

记得刚接触菩提的时候，我还是一知半解。而当最初的喜爱已经形成一种习惯，当菩提成为生活中不可或缺的一部分的时候，我仍然没有想过有朝一日能够将其付诸铅字。所以当出版社找到我，联系出版事宜时，我很是惶恐。因为毕竟有想法是一回事，但形成文字又是另外一回事——它要经得起质疑，经得住推敲，至少，要对得起那些用来造纸的树木。

菩提看似简单，但牵扯的知识体系却极为广杂。一本书的容量难以尽数，而且因为篇幅所限，对于其中涉及的很多细小问题也不便做更为深入的阐述和剖析。实际上，在习玩菩提的时候，一些具体问题是难有定论的。不同的人会有不同的看法和做法，所以会存在分歧。片面地看待问题，就往往会陷入派别之争，而通晓了其中的道理和原理，做到知其然又知其所以然，我们就不会感到茫然无措了。这也是本书所呈现的最主要的思想，虽不能面面俱到，却希望能够起到以点代面的启示作用。同时，在汇集整理图片的时候，为了能够说明问题，不得不选取一些过往存档的老图片。受当时的条件所限，画面和画质都不够理想，补拍又不能说明当时的情况，所有这些都不能不成为一种遗憾。

所幸这本书得到了各地菩提玩友的大力支持。他们为了书中所需样本倾力奔波，有的专程进山野采摘，把收集到的标本寄过来给我；有的是平时不离身的爱物，甚至很少示人，听说用图，也不远千里寄过来供我拍摄。可以说每一

张图片背后，都是一个故事，而这些人中，大部分都与我素未谋面。同时，这本书也得到了很多老玩家的提点和指正，并请到了德高望重的资深菩提玩家素活老师为本书作序。信任之下，写作时也就不敢懈怠了。借此，特向为本书提供大力帮助的文玩天下论坛以及沈超、陈旭（愤怒的葡萄）、李靖（蛇吞象）、张建忠（无花来了）、乔廷升（沉默是金）、佟鹏（芒种的牛）、孔宁、王小元、牛强、赵敬东（光明左使）、郑宇、于海波（千凝魔艮）、朱瑞（南城瑞子）、京城顽主-周凯、郑庆国、李昊（老比李）、石红兵（独行者）、李洪军、刘新、高至酉、马哲（意心）、叶晶、杜雨倩、周原、小蛮春衫、哈德扣儿、suanbaozi、芳菲、乌龙茶园、李峰（凤梨）、芦荻（福田迪子）、静心品茶香、阿莫西林、Crimsonroro、钟雄伟、吴宗昆、朱夏骏（james）等玩友，以及大明文玩、老四文玩工作室、天津韵悠堂等商家朋友，和为本书提供拍摄支持的田奇、耿旭，施毅以及在审阅校对中提供大量帮助及宝贵意见的赵荣祥、丁志友、陈庆兰、范志涛、谢连玉、孙毅、许晶等致以由衷的感谢。由于我的自身水平有限，书中出现一些疏漏在所难免，还请广大读者见谅。

菩提虽小，却道法无穷。所谓乱花渐欲迷人眼，只要拨开迷雾，看到本相，我们在其中就能很容易找到适合自己的东西。在此希望大家通过习玩菩提，都能够找到属于自己的快乐。

丁炜（Waxcup）

2016年1月18日于北京

目 录

c o n t e n t s

第一章 菩提论道 /1

- 第一节 入门之忌 /2
- 第二节 小说市场 /4
- 第三节 “捡漏”与“打眼” /6
- 第四节 文玩与文化 /8
- 第五节 菩提论品 /11
- 第六节 浅析包浆 /13
- 第七节 菩提论眼 /16
- 第八节 菩提溯源 /18

第二章 故宫五线菩提 /22

第三章 星月菩提 /28

- 第一节 星月菩提的优点 /29
- 第二节 星月概述 /30
- 第三节 星月的挑选 /32
- 第四节 星月的盘玩与开片 /37
- 第五节 星月常见问题 /42



第四章 金刚 /49

第一节 金刚概述 /50

第二节 金刚的挑选及清理 /51

第三节 金刚的把玩 /54

第四节 做旧 /55

第五节 金刚常见问题 /58



第五章 菩提三圣眼 /62

第一节 菩提三圣眼概述 /63

第二节 挑选、清理和盘玩 /66

第六章 桃核 /73

第一节 山桃核 /74

第二节 龙纹桃核 /76

第三节 蟠桃核 /78

第四节 桃核的挑选、清理和盘玩 /81



第七章 紫金鼠 /83

第八章 酸枣 /88

第九章 柏香籽 /97

第十章 菩提根 /102



第十一章 无患子 /105

第一节 无患子 /106

第二节 太阳子和月亮子 /107

第十二章 核桃 /109

第一节 菩提核桃与文玩核桃 /110

第二节 楸子 /111

第三节 猴头核桃 /114

第十三章 椰壳 /116

第十四章 六道木和竹珠 /124

第一节 六道木 /126

第二节 竹珠 /128

第三节 六道木和竹珠的盘玩 /130



第十五章 其他菩提种类 /132

- 第一节 莲花菩提 /133
- 第二节 草珠子 /134
- 第三节 大金丝菩提 /135
- 第四节 灯笼菩提 /136
- 第五节 山楂籽 /137
- 第六节 天竺和血丝龙珠 /138
- 第七节 天意子 /141
- 第八节 大金线和小金线 /142
- 第九节 紫金钵盂和莲花座 /143
- 第十节 千手和千眼 /145
- 第十一节 木腰子 /147
- 第十二节 黑白五线 /148



第十六章 菩提配饰 /151

- 第一节 珊瑚 /153
- 第二节 南红玛瑙 /154
- 第三节 琥珀蜜蜡 /156
- 第四节 绿松石 /157
- 第五节 青金石 /162
- 第六节 其他类 /163
- 第七节 菩提配饰搭配实例 /169



附录一 菩提常见品种简介 /177

附录二 菩提常用术语释义 /180

参考文献

菩提论道

第一章



第一节 入门之忌

当我们带着满腔的热情去市场选购菩提的时候，踏进市场大门的一刹那，作为新手，你将陷入各种名目和说法的饱和攻击中。什么东西该买，什么不该买，东西的优点是什么，缺点是什么？通常情况下，心里是没底的。所以要想笑傲江湖，先得明白江湖险恶。接下来，我们说一说新手的自杀三忌，商家的必杀三忌和玩家的超杀三忌。

一、不能说的三句话——自杀三忌

在买卖的过程中，作为新手，最大的敌人往往就是自己。在没有任何实战经验的基础上，最忌讳的就是交谈中暴露自己的弱点，行话叫“露底”。你把底细都暴露给人家，就很容易陷入交易中的被动局面。其中最不能说的是下面这三句话。

1. 这是什么东西啊？

这句话一出口，商家立马就明白了——你是个棒槌（新手），既然连这东西是啥都不知道，那就可以说啥是啥了。

2. 这东西太牛（好看、漂亮）了！

所谓褒贬才是买卖。此言一出，商家立刻就明白了，你喜欢这个。通常在卖场中，“想买”是一个价格，“喜欢”又是一个价格，且通常比“想买”要高很多。

3. 我刚玩，不太懂，您教教我。

这话等于把底直接告诉对方。卖场是买卖之所在，不是供你学习论道的地方。阵前不磨枪，临时抱佛脚，吃亏的往往是自己。因为在不熟悉对方的情况下，第一，你不知道他是不是诚心相告；第二，卖家很可能不会对一个生客实言相告；第三，即便是对方诚心相告，你也无法判断其说法是不是正确。

所以，此三句被称为“自杀三忌”，是“打眼”的敲门砖，新手当引以为戒。

二、不能信的三句话——必杀三忌

在买卖的实战中，为了引发你的购买欲望，卖家经常会搞一些似是而非的文字游戏。有时只是一字之差，但在表达效果上却有很大差别。在菩提市场的买卖中，

比较常见、杀伤力比较大的是下面这三句话。

1. 这都是天然的东西，每颗籽都是独一无二的。

“独一无二”这个词，原意是没有相同的或没有可以相比的。于是，在这个词的背后，通常隐含着3个属性，即：独特性、稀缺性和唯一性。但是，独一无二并不意味着绝无仅有和品质卓著。毕竟，那些歪瓜裂枣，糠籽坏籽也都是独一无二的，而且绝谈不上稀缺。

2. 这是现在最流行的品种。

流行这个词，通常包括3个内容：时尚的、紧俏的、大众追逐的。这句话对于卖家来说，潜台词是：“大家都在玩这个，要不你也来一条？”而对于买家来说，在接受了这样的心理暗示后，通常脑海里会反应出：“既然大家都在玩，要不我也来一条？”

作为一种从众心理，其实没有什么不对。但我们应该清楚的是：流行不是永久性的，也不一定就是好的。而且流行通常都是概念性的东西。如果这个流行的概念符合自己的审美及把玩需求，那我们说我们的追逐是合理的。而一旦陷入盲目跟风，则很有可能在新概念的不断轮换中迷失自己的本心。其结果是手里的东西越来越多，最后沦为始乱终弃的鸡肋。

例如在星月菩提的发展过程中，曾出现过不少的流行风：弦月、正月、高密、顺白、高瓷白、月朗星稀、圆珠、鼓珠、桶珠、切片、苹果圆、大孔道、喇叭孔、月眼镶嵌、大尺寸……如果我们一味去追逐流行，那么算一算，仅星月一项，手里就该有多少条？而如何从众多的流行概念中甄选出适合自己的品类，是后面章节中要细说的，在此先点到为止。

3. 这东西以后肯定升值。

文玩市场中有个很有趣的现象。便宜的时候乏人问津，一旦受到炒作就涨价，而且越涨买得人越多，买得越多就越紧俏，价格也就越涨，从而导致价格与价值相背离，而一旦市场趋于饱和或热点转移，价格又会快速回落以趋近自身价值。这个有点像股票市场中的“买涨不买跌”，但无论什么股票涨到一定程度都会下跌的，文玩市场也如此。

这大概能够反映出我们内心的一种逐利心理。不论新手老手，几乎每个人都会或多或少的存在。于是在文玩市场日益火爆的今天，这句话往往会形成绝杀，而且非常容易在市场的各种炒作中陷入一种癫狂的状态。因为这句话的背后隐含着对未来的期许和来自丰厚利润的诱惑。从本质上说，这句话会将你从玩的状态引入对投资升值的企盼。而玩和投资是两种截然不同的心态。其实在当前的市场环境下，这句话不能算错。因为毕竟有很多人在这里挣到了钱，但这是有条件的：需要你敏锐的眼力和市场嗅觉以及对未来市场走向的正确研判和顺畅的变现渠道。不具备这

样的条件，那么你的购买行为基本等同于听消息去炒股，最后接手的人则极有可能被长期地架在价格的高位。

诚然，在投资学中，有高风险高收益的说法。但实际上，高风险并不意味着你一定能拿到高收益，而且很有可能陷入血本无归的境地。这个我们在过往的经历中是不乏教训的。例如前几年对滴血莲花的炒作、椰壳的炒作和菩提根的炒作，都是由瞬间爆发的市场需求引来突发的价格暴涨，既而又掉头直下，以致价格一落千丈，那么在中途接手的，尤其是大量囤购的朋友，则立即陷入苦不堪言的境地。

三、最怕听的三句话——超杀三忌

从市场回来，手里已经买了一条珠子，作为新手，兴奋之余，往往不知道好坏，就会向老玩家询问。老玩家一般都不忍对打眼的东西进行直接批评，于是就会出现类似这样的评价：

- ① 绳子不错——避重就轻，以夸代贬。
- ② 喜欢就好——有钱人，太任性。
- ③ 坚持把玩，也会出彩——东西一般，“也”字很酸爽。

孙子兵法有云：兵者，诡道也。市场如战场，金钱如士兵，为将者若不晓学兵法，纵提甲百万，仍易溃不成军。虽言胜负乃兵家之常事，然选购交割之时，乃置兵者于存亡之际，死生之地，故不可不察也。

|| 第二节 || 小说市场

在第一节里，我们进行了简单的市场洗礼，就会发现这样的道理：所谓工欲善其事，必先利其器。本来“玩儿”是能够给我们带来愉悦的事情，但如果一点基本常识都没有，只带着满腔的热情和鼓鼓的钱包贸然踏入市场，就很可能铩羽而归，给自己添堵。所以从本节开始，我们先退出市场，做一些入市前的准备功课。

首先，文玩市场和传统的商业卖场不太一样，最突出的一个区别就是，这是一个可以骗人的市场。乍听之下，这个观点令人难以接受。记得白明先生曾写过《打眼》一书，述说了自己在文玩买卖中吃亏上当的各种经历。所以在踏入市场之前，您要先做好被骗的心理准备。



其次，钱货两清后，除非事先声明，否则一般是不包退换的，而且，即便是退换，也是在一条很窄的范围内运行。在这里，曾经闹过无数的纠纷，有商家的原因，也有玩家的原因。具体到菩提圈，有个不成文的规定，已经形成了基本的行规，就是原物退换。其中大致包括这样几种禁忌，尤其要提醒大家注意，以避免不必要的纠纷。

① **换线不退** 菩提子都是由各种绳子穿制的，但很多时候商家提供的绳子并不能令你满意，就会换线。买卖完成后，一旦你换了线，原物特征就遭到了破坏。有些新玩家挺不理解，就换了条绳子怎么就不给退换了？这是因为一旦换了绳子，籽就要被拆散，就有可能被更换——把好籽替下来，把坏籽补进去，从而降低这条籽的整体品质。虽然您可能只是换了条绳子并未换籽，但对于商家来说，因为互不熟识，就会承担这样一个风险，进而会影响二次销售。所以看似不是大事，但双方都不好说清楚。

② **上手不退** 新籽买回来，上了手了，更有甚者，刷了油了，沾了水了……一般是不给退换的。原因很简单，我们去商场买东西，都喜欢让人拿新的，不喜欢要样品。因为样品被很多人触碰过，心理不大容易接受。而且籽这种东西，有很多品种上过手以后会变色（刷油蘸水也是如此），会出现色差，就会在卖相上打折扣，从而影响商家的二次销售。

③ **改形不退** 这比上两种情况都严重，包括扩孔、改孔道、倒角、抛光、更改原始尺寸或原物外形等，甚至一些极小的改动。尤其对于一些贵材质来说，很多都是按克论价的，一加工就会掉分量，而且会由常规属性变成唯一属性。就是说一旦进行了诸如此类的改变，会与其他同类品形成差异，无法混同销售，那么商家对此是有理由拒绝退货的。

这种市场特性会让很多初涉文玩的朋友，尤其是在熟悉传统商品市场的买卖规则后很不适应，而且这类情况在买卖时一般商家都不会说。相当部分的纠纷都是由这类问题引起的，所以新玩家要特别注意。

再次，文玩市场和传统市场所售商品的性质不太一样。在传统的商品买卖中，所有商品都会标注成分、含量、批号、产地、生产厂家、保质期、保修期、质检标识等一系列商品信息，而所有这些信息，在文玩市场中几乎都不会标注，即便出现标注，也不一定对。这对传统市场来说是不可思议的，但对文玩市场来说却是很正常的现象。

例如2011年前后，售卖椰壳的商家很多都会挂出“印度原产黑椰壳”的描述，但实际上，几乎都是由海南椰壳加工处理而成的。造成这种局面的原因，有的来自市场供销渠道的冷僻和单一；有的来自我们对一些品种缺乏深入了解；有的来自于以讹传讹。随着菩提产业化进程的发展，大量的产品被投放到市场上，我们有了从

各种渠道了解这个事物的可能，以前的秘密也就不再为秘密，以前的一些说法也就成了圈中笑谈。

说到这里，可能会有人把文玩市场买卖双方的关系归结为一种敌对关系，这是不对的。实际上，同传统商业相比，文玩市场不乏优质商家。他们讲诚信、有见识、热心肠、重朋友。在传统卖场，例如超市，您常年去买东西也很难认识那里的售货员，这是因为缺乏交流，但在文玩市场，你会很容易跟优质卖家处成朋友，进而享受到朋友关系给你带来的诸多便利，如价格上的优惠、特殊品种的寻觅、紧俏商品的预留和预定以及退换上的松动，还有买卖上的指点等。

在很多时候，与其埋怨市场的不完善，不如沉下心来去完善自己。毕竟，凭一己之力去完善市场是乏力的，但完善自己就相对容易得多。

|| 第三节 || “捡漏”与“打眼”

“捡漏”和“打眼”都是过去古玩行中的行话。“捡漏”的意思就是用很便宜的价钱买到很值钱的东西，而且卖家往往是不知情的。在有些报刊里或日常行文中，有时会把“捡漏”写成“拣漏”。这是不对的。因为二者的字意有很大区别。“捡”是拾取的意思，“拣”是挑选的意思。市场上的漏儿，能看到是运气，能捡到是福气，不是遍地都是，供你挑选的。

“打眼”的意思是买了假货或次货，还有种说法是没看准东西被人蒙了。“打眼”是对玩家眼力的一种否定。尤其作为行家老手，买了“打眼”货不但赔钱，还要丢人现眼。所以一旦“打眼”，一般都不会说，因为怕被同行当笑料说出去，有碍自己的名声。

从某种意义上说，“捡漏”和“打眼”可以算做经济学范畴。质次价高叫“打眼”，质优价低叫“捡漏”。因为东西实际上是没有对错之分的，说法和价格是有对错的。假的东西也有其自身价值，当价格与其自身价值不匹配的时候，或者卖家的说法与实际说法不同的时候，就会发生“捡漏”或“打眼”，“捡漏”一般出自于商家对物品的不了解，而“打眼”则来自于买家对物品的不了解。

市场中和文玩圈中从来都不乏捡漏和打眼的故事，此二者也最为玩家们所津津乐道。在菩提圈，这种例子也有很多。例如现在很多菩提玩友都喜欢玩绿松石，并热衷于玩原矿松石。其实，早在2010年前后的时候，菩提圈就流行过一句话，叫

“松石无原矿”，意即市场上的松石都是优化过的。这种说法不能算错，因为当时的市场还缺乏对原矿松石的认知与认同，市场上确实很难见到，却已经有人在做了，可由于价格高出优化松几倍，所以基本都是一些高端玩家和松石控们在玩，非常边缘化。我在刚接触的时候，也是小心翼翼，由小到大，由少到多，边玩边学，接触多了，对挑选、鉴别也就有了很多心得，经验就慢慢积累起来了。

其实，在2010~2012年之间，南红玛瑙和珊瑚、蜜蜡的价格都处在一个高速上涨的阶段，但原矿松石的价格是基本趋于稳定的。涨幅是有，但是很小。可在潘家园市场经营原矿松石的商家却由2010年的一两家发展到十来家。并且在网上论坛中，关于原矿松石的发帖量和关注度也逐渐多了起来，这就引起了我的注意。我觉得原矿概念可能是未来的一个趋势，从而价格也会陷入暴涨。于是在逛市场的时候，我就对新入场的卖松石的商家加以留心。因为之前出于对松石的偏爱，卖场上大多数的松石商家都比较熟悉，那么新出现的面孔很容易被发现。而新的商家很可能由于初来乍到，对现有市场的价格体系并不了解，从而使价格低于老卖家。同时，由于还未形成固定的客户群，比较急于出货，价格也容易讲下来。并且，我还发现一个奇怪的现象，就是因为当时都是流行鼓珠，使得圆珠乏人问津，价格也处在低位，同质的东西，圆珠价格反而低，这种现象是非常反常的，学过数学的都知道，同体积下，球体的表面积最小。这也就意味着，料损最大。而料损大，价格反低，这对于贵材质来说是不正常的。那么这时候，漏儿就容易出现。所以，按照这种思路，我曾以很低的价格买过一批品质非常好的圆珠。而到现在，圆珠价格，尤其是大尺寸圆珠价格飞涨，说明了价格对价值的回归。那么再入手的话，价格已被市场广泛认同，几乎就无漏可捡了。

从上面的例子，我们可以总结出一些规律性的东西出来。

① 俗话说，从南京到北京，买的没有卖的精。漏儿不会从天上掉下来砸你，很多时候，刻意推销的“漏儿”往往是个坑。

② 捡漏儿是以扎实的文玩功底为基础的。你得认得出，辨得清，否则，即便是大漏儿摆在你的眼前，很可能由于吃不准而不敢捡。因为捡漏和打眼往往就在一线之间，一点点的吃不准和判断失误，就有可能酿成遗憾。

③ 常逛市场，才能了解市场、熟悉市场。功夫下得越深越细，捡漏的概率也就越高。

④ 眼要尖、手要快。要练眼，先得养眼，就是先要把眼养高了。多看好东西是养眼的好办法。并不局限于菩提，书法绘画、诗词歌赋、金石雕刻、造像彩绘等，都会对养眼起到潜移默化的帮助。好东西看多了，眼光慢慢就养高了，差的自然就入不了眼。那么看见好的东西，即使蒙尘落灰，也往往不能掩盖其优异的本质。从边上一过，你就本能地会感到“晃眼”，就会被它吸引。那么这时候，要迅