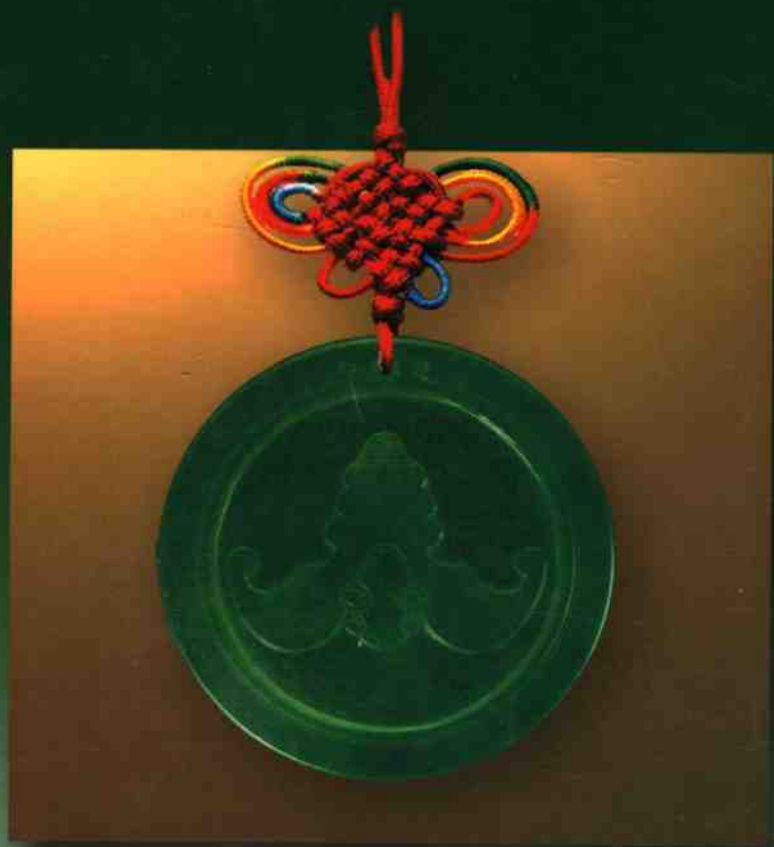


湖北省“十一五”重点图书出版规划项目
中国地质大学“211工程”精品出版项目资助

中华玉佩图谱集

ZHONGHUA YUPEI TUPUJI

田树谷 郭兰鹏 编著



中国地质大学出版社

湖北省“十一五”重点图书出版规划项目
中国地质大学“211工程”精品出版项目资助

中华玉佩图谱集

田树谷 郭兰鹏 编著

中国地质大学出版社

ZHONGHUA
YUPEI
YUPUJI



内 容 简 介

《中华玉佩图谱集》全书分为上、下两篇。上篇为翠(翡翠)玉(和田白玉)信息,分12个题目介绍了翡翠玉文化内涵,翡翠基本特征和产地,翡翠的绿色价值和等级划分,翡翠从原石到玉器的加工过程,翡翠玉器的评价因素,以及翡翠玉器A、B、C货及其识别特征。同时,还对著名的广东四大翡翠玉器市场和当前玉器市场有待解决的八个问题作了评介。

下篇为翠玉佩件民俗释义,共分四章。第一章对中国民间家喻户晓的十二生肖的由来和各大属相的查算方法作了重点介绍。其余三章对吉祥物玉佩(分动物、植物、器物、符物)、佛神玉佩和中国传统及新潮玉佩(含吉祥如意、长寿多福、家和兴旺、平安喜庆和事业腾达五大类)作了多方面、多角度的彩图直观介绍。这些图案以中国民间传统图案为主,也列入了少部分从我国改革开放以来新兴的吉祥玉佩图案,如今非昔比、望子成龙、天天向上、苦尽甘来、第一桶金、财源滚滚等。并编入了“五毒”之类的奇特玉佩和“老鼠爱大米”之类的最新潮玉佩。

本书的上篇是基础,下篇为重点。这种图文并茂、实用性强的,几乎应有尽有的“玉佩图谱”,可谓别开生面,在国内出版界堪称首创,必将让读者大开眼界,并能基本满足雕制和销售翠玉佩件厂商和玉文化爱好者的迫切需求,也可供有关院校师生教学培训时作参考。

因此,本书实为趣味性、实用性和艺术性俱备,并可望经济效益与社会效益双丰收的一本好书。

图书在版编目(CIP)数据

中华玉佩图谱集/田树谷,郭兰鹏编著. —武汉:中国地质大学出版社,2006.3

ISBN 7-5625-2089-5

I. 中…

II. ①田…②郭…

III. 古玉器—服饰—中国—图集

IV. ①K876.82 ②K875.22

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第013649号

中华玉佩图谱集

田树谷 郭兰鹏 编著

责任编辑:段连秀

技术编辑:阮一飞

责任校对:张咏梅

出版发行:中国地质大学出版社(武汉市洪山区鲁磨路388号)

邮编:430074

电 话:(027)87482760

传真:87481537

E-mail:cbb@cug.edu.cn

经 销:全国新华书店

http://www.cugp.cn

开本:787mm×1092mm 1/16

字数:200千字 印张:7.75

版次:2006年3月第1版

印次:2006年3月第1次印刷

印刷:湖北恒泰印务有限公司

印数:1 2000册

ISBN 7-5625-2089-5/K·65

定价:120.00元

如有印装质量问题请与印刷厂联系调换

作者简介



田树谷，男，汉族，湖南省醴陵市人。1950年毕业于历史悠久的长沙市妙高峰中学(2006年为建校100周年)；1954年毕业于北京地质学院(现名中国地质大学)矿产地质及勘查专业。长期从事地质找矿勘探及教学工作，现为广东工贸技术学院副教授，广东省科普作家协会作家，并兼任广东省金银珠宝玉器业厂商会常务理事和高级顾问；广东省宝玉石协会理事；广州市金银珠宝商会理事及《广州金银珠宝》杂志顾问。

从事珠宝玉器研究工作已有十余年，出版与珠宝有关的著作有：《五彩石》(合著)、《珠宝五百问》、《珠宝八百问》、《珠宝千问》(2004年3月出版)，其中《珠宝五百问》和《珠宝八百问》分别获得广东省和广州市科协的优秀科普图书奖。此外，还在国内20多种报刊上发表珠宝评论及科普文章逾500篇，为珠宝知识的宣传普及作出了较大的贡献！

联系电话：020-87717119



郭兰鹏，男，汉族，广东省汕头市人。从事珠宝翡翠行业多年，秉承祖辈创办的广州市泰源丰翡翠珠宝首饰有限公司，现任广州市金银珠宝商会副会长、广州市泰源丰翡翠珠宝首饰有限公司总经理。

长期以来对翡翠的原料、加工及销售进行研究，收集有关翡翠图集及其内涵，曾于数年前编印出“翡翠玉佩图案象征民俗释义”小册子，供本公司系统职工参考，颇受欢迎。2004年以来，根据市场广泛而迫切的需求，特与珠宝科普作家田树谷副教授合作，编写出《中华玉佩图谱集》一书，以满足广大玉佩生产制作及营销人员的燃眉之急。

联系电话：020-81380076

中国人的翠玉情结(代序)

中国人自古喜欢玉,有延续七千多年的玉文化。人们佩玉、赏玉、寻玉,不断地丰富玉文化的内涵,才使玉成为中国文化最高境界的代表。

行家、学者认为:“玉文化”的精髓是在美玉的基础上,必须有精良的雕刻、生动的形态,才能产生精美的玉器。也就是古人所说的:“玉不琢,不成器”。璞玉只有经过人们鬼斧神工的雕琢,才能产生包含民族心血、智能和毅力的玉器,这样精美的玉器才有无限的魅力和无比珍贵的历史艺术价值。

本书的主题所涉及的“玉佩”,是在清朝以前对玉挂件的称呼,但现代人并不陌生,而且很容易接受。不过现代人对雕有各种图案的玉佩则多称“花件”、“挂件”,对光身玉佩则称“玉坠”。《礼记》有言:“古之君子必佩玉”,男人在腰上佩戴,女人在胸前佩戴。清朝以前玉佩多用软玉(新疆和田玉为代表)制作。到了清代,人们将玉佩别在腰带上,因此把玉佩叫成“别子”。并逐步转变为用翡翠料制作。

大约在300年前的清朝初年,缅甸出产的绿色翡翠玉开始传入中国,那晶莹透亮的翠绿立即征服了酷爱玉石的中国人,中国的玉文化从此掀开了新的一页。

从清朝到近代,翡翠风靡了整个中国上层社会,并流传至海外有华人的地方。如今越来越多的中国人喜爱佩戴翡翠玉器,因为它那宝石般的晶莹和天然的翠绿色能给予人们以青春的感觉和美的享受,使数不清的炎黄子孙对翡翠玉器产生了深深的热爱以至痴迷。

翡翠那纯净而高贵的翠绿色非同寻常,使中国人的审美意识得到升华。正因如此,翡翠的绿之时尚才在华人中恒久流行而永不衰败。经过整个清朝,至清末民初,翡翠达到了它的鼎盛时期,从皇家贵族,到普通百姓都喜爱佩带玉器首饰。如今翡翠进入了中国玉文化与西方宝石文化相融合(如铂金镶嵌翡翠配以钻石,成为最美丽的首饰)的新时代,它将伴随着东方文明的伟大复兴而发扬光大。

我们编印的《中华玉佩图谱集》一书,收集了国内流行的数以百计的翡翠或玉石为原料制作的玉佩,并加以民俗传统或新潮思维的释义,既可作为厂家雕琢玉佩的样板,又可作为商家出售品种繁多的玉佩时的宣传资料,目的在于为弘扬中国玉文化和繁荣中国玉器市场作出一点微薄的贡献。当笔者在广州玉器街、广东南海市平洲玉器街和中国玉器之乡——四会市向当地的同行或来自全国各地的玉商透露我们的编写计划时,令人欣慰地得到了他们的热烈欢迎,并催促此书尽快问世,以满足他们在这方面萌发已久的渴求,这对笔者无疑是一种有益的鞭策和鼓励!

笔者特在此表示衷心的感谢!并在已掌握的资料基础上,努力将这本书编得尽量完善一些。

作者

2005年8月于广州

关于本书图片的几点说明

一、关于图片的品种数量

对于制造和销售玉佩的读者来说，当然希望图片品种越多越好，但事实上却不可能做到尽善尽美，因此我们最后选用了现在这批有代表性的近 300 幅图片。

我们不妨告诉读者，在本书的近 300 幅图片的基础上，还可以增加各种纹饰，从而派生出许多新的品种来。例如，在生肖猴玉佩上加雕如意，就成了如意猴；加雕元宝，就成了发财猴；加雕一个桃，就成了金猴捧寿；加上一个喜鹊或喜字，就成了金猴贺喜。其他 11 种生肖玉佩都如此类推，不就由十二种生肖派生出来几十种生肖玉佩了吗？

二、关于图片的规格大小

本书中的图片规格，大都在 7cm × 5cm 左右，请读者不要误认为全书都只是介绍了大块的男庄玉佩。因为我们重点考虑的是方便读者按本书图片及释义进行仿制，图片太小将难以看清玉佩上的纹饰线条。读者在仿制或选购玉佩时，完全可以选用不同大小尺寸的玉佩。

三、关于图片的玉质和估价

本书图片中，仅有十余件为和田白玉，其余全部是翡翠 A 货。其价值每件高达几万至几十万元，低自几千至几百元。我们是重在玉佩的品种，而将价值摆在第二位。故未能对每件玉佩进行估价，因为这不是本书的目的。但为了便于读者欣赏，我们对部分图片所介绍的玉质和工艺水平作了简介和点评。

四、关于本书封面和封底的图片说明

封面图片由郭兰鹏提供，玉种为冰种艳翠之缅甸翡翠，图案为广州市泰源丰公司的标志“蝙蝠”（“泰”字的艺术变体）。

封底图片由田树谷提供，玉种为“洒金红”（分布点状红翡之翡翠玉），图案为古老而新奇的“五毒”，具有辟邪消灾之寓意。

目 录



上篇 翠玉信息

一、什么是“玉”和“玉文化”？翡翠玉文化的主要内涵有哪些？	1
二、什么是翡翠？翡翠的基本特征和产地有哪些？	2
三、评价翡翠绿色好坏的“十字口诀”及翡翠的绿色价值	3
四、绿色翡翠的等级划分	3
五、翡翠从原石到玉器的加工过程	4
六、翡翠玉器的评价因素	5
七、翡翠玉器的 A、B、C 货及其识别特征	5
八、翡翠玉器的质量检测	7
九、翡翠的升值信息和升值潜在空间	7
十、名闻中外的广东四大翡翠玉器市场	8
十一、翡翠原石和翡翠玉器的“世界之最”	10
十二、翡翠玉器市场有待解决的八个问题	11



下篇 翠玉佩件民俗释义

第一章 十二生肖玉佩	13
一、十二生肖的历史沿革及其文化价值	13
二、十二生肖动物由来的民间传说和科学解释	13
三、如何查算各人的属相	14

四、十二生肖玉佩民俗释义.....15

- | | | | | |
|-------|-------|---------------|----------|-------|
| (1)鼠 | (2)牛 | (3)虎 | (4)兔 | (5)龙 |
| (6)蛇 | (7)马 | (8)羊 | (9)猴 | (10)鸡 |
| (11)狗 | (12)猪 | (13)十二生肖“全家福” | (14)十二地支 | |

第二章 吉祥物玉佩.....20

一、动物吉祥物玉佩.....20

- | | | | | |
|--------|---------|----------|---------|---------|
| (1)龙 | (2)虎 | (3)凤 | (4)麒麟 | (5)貔貅 |
| (6)蟾蜍 | (7)辟邪 | (8)獾 | (9)松鼠 | (10)鹿 |
| (11)狮 | (12)象 | (13)喜鹊 | (14)绶带鸟 | (15)孔雀 |
| (16)鸳鸯 | (17)鹤 | (18)鹰 | (19)鹦鹉 | (20)鹅 |
| (21)蝙蝠 | (22)蝉 | (23)蝴蝶 | (24)鱼 | (25)金鱼 |
| (26)鲤鱼 | (27)龙头鱼 | (28)龟 | (29)龙头龟 | (30)蟹 |
| (31)鳄鱼 | (32)米老鼠 | (33)宝鸭穿莲 | (34)五毒 | (35)骷髅头 |

二、植物吉祥物玉佩.....32

- | | | | | |
|--------|--------|--------|---------|---------|
| (1)松 | (2)竹 | (3)梅 | (4)菊 | (5)兰 |
| (6)桃花 | (7)白兰花 | (8)百合花 | (9)牡丹花 | (10)苹果 |
| (11)柿子 | (12)荔枝 | (13)葡萄 | (14)石榴 | (15)桃 |
| (16)花生 | (17)佛手 | (18)人参 | (19)芭蕉叶 | (20)树叶 |
| (21)玉米 | (22)白菜 | (23)辣椒 | (24)茄子 | (25)荷兰豆 |
| (26)葫芦 | (27)莲叶 | (28)灵芝 | | |

三、器物吉祥物玉佩.....41

- | | | | | |
|--------|--------|--------|------------|---------|
| (1)如意 | (2)龙钩 | (3)扳指 | (4)古钱 | (5)元宝 |
| (6)长命锁 | (7)鸡心 | (8)斧头 | (9)刀 | (10)鞋 |
| (11)扇 | (12)毛笔 | (13)钥匙 | (14)花瓶 | (15)钱袋 |
| (16)琵琶 | (17)帆船 | (18)翎管 | (19)怀古(玉扣) | (20)中国结 |

四、符物吉祥物玉佩.....48

- | | | | | |
|---------|--------|------|-------|-------|
| (1)喜 | (2)福 | (3)寿 | (4)八卦 | (5)盘长 |
| (6)观音符咒 | (7)十字架 | (8)卍 | | |

第三章 吉祥佛神玉佩.....50

- (1)如来佛 (2)弥勒佛 (3)观音 (4)达摩 (5)财神
(6)寿星公 (7)罗汉 (8)钟馗 (9)关公 (10)济公
(11)渔翁 (12)妈祖 (13)和合二仙 (14)善财童子 (15)美人鱼

第四章 玉佩——中国传统及新潮图案民俗释义.....57

一、吉祥如意类.....57

- (1)龙凤呈祥 (2)丹凤朝阳 (3)纳福迎祥 (4)二龙戏珠 (5)三羊开泰
(6)四龙交盘 (7)吉祥如意 (8)金钱如意 (9)事事如意 (10)百事如意
(11)万事如意 (12)人生如意 (13)万事大吉 (14)万象升平 (15)龙生九子
(16)十全图 (17)祝福

二、长寿多福类.....63

- (1)松鹤延年 (2)龟鹤齐龄 (3)鹤鹿同春 (4)童子献寿 (5)玉猴献寿
(6)五福捧寿 (7)福如东海 (8)寿比南山 (9)福寿双全 (10)福寿三多
(11)福寿童子 (12)福寿如意 (13)福寿平安 (14)春光长寿 (15)天仙眉寿
(16)万代长春 (17)长命富贵 (18)富贵有余 (19)齐眉祝寿 (20)灵仙祝寿
(21)长生不老 (22)群仙祝寿 (23)福在眼前 (24)马上有福 (25)福自天来
(26)五福临门 (27)流云百福 (28)福禄寿 (29)福禄寿喜 (30)室上大吉
(31)白头富贵 (32)花开富贵 (33)代代有福 (34)枯木逢春 (35)洪福齐天

三、家和兴旺类.....74

- (1)和合如意 (2)和睦多福 (3)和气生财 (4)如意童子 (5)掌上明珠
(6)刘海戏金蟾 (7)并蒂莲开 (8)招财进宝 (9)日进斗金 (10)黄金万两
(11)猪笼入水 (12)财源滚滚 (13)年年有余 (14)内外有余 (15)五福运财
(16)五鼠运财 (17)一品清廉 (18)一帆风顺 (19)年年大吉 (20)知足常乐
(21)唯吾知足 (22)登月童子 (23)苦尽甘来 (24)甜甜蜜蜜 (25)老鼠爱大米
(26)花好月圆

四、平安喜庆类.....83

- (1)平安如意 (2)一路平安 (3)马上平安 (4)竹报平安 (5)平平安安

- (6)岁岁平安 (7)双狮舞球 (8)三兔飞天 (9)四海升平 (10)富贵平安
(11)喜上眉梢 (12)马上有喜 (13)喜从天降 (14)双喜临门 (15)欢欢喜喜
(16)欢天喜地 (17)岁寒三友 (18)君子之交 (19)岁岁顺心 (20)心心相印
(21)吉庆有余 (22)笑口常开 (23)喜气洋洋 (24)洋洋得意

五、事业腾达类.....91

- (1)龙腾虎跃 (2)龙马精神 (3)马上封侯 (4)封侯挂印 (5)代代封侯
(6)代代有钱 (7)连中三元 (8)平升三级 (9)官上加官 (10)节节高升
(11)马上有钱 (12)马上发财 (13)深藏不露 (14)马到成功 (15)金玉满堂
(16)旭日东升 (17)春风得意 (18)今非昔比 (19)望子成龙 (20)教子成名
(21)母盼子贵 (22)天天向上 (23)独占鳌头 (24)鲤鱼跳龙门 (25)一本万利
(26)一多十余 (27)摇钱树 (28)脚踏实地 (29)事业有成 (30)事业兴隆
(31)大业易成 (32)生意兴隆 (33)第一桶金 (34)八方来财 (35)四通八达
(36)天地通 (37)雄霸天下 (38)货如轮转 (39)富甲一方 (40)富甲天下
(41)心满意足

附录 白玉玉佩参考图案.....105

- (1)双龙坠 (2)暗八仙 (3)婷婷玉立坠 (4)双鱼坠 (5)凤形玉佩
(6)花枝双喜佩 (7)双喜佩 (8)福寿双庆佩 (9)寿字佩 (10)双猴佩
(11)三羊开泰 (12)济公

图片索引.....109

后记.....113

参考文献.....114

上篇 翠玉信息

一、什么是“玉”和“玉文化”?翡翠玉文化的主要内涵有哪些?

汉代许慎在其《说文解字》中对玉的解释是:“玉,石之美者”。在古文字中,“玉”字没有一点,而是写成“王”,和帝王的“王”字共享一个字,都是三横一竖。据董仲舒说:“古之造字者,三画而连其中,谓之王。三者,天地人也。而参通之者,王也”。后因美玉常有瑕疵,故在王字第三画旁边加一点,成了“玉”字,一则表示瑕疵,二则与王字加以区别。

玉是中华民族最为喜爱的珍宝。《管子》有云:“先王以珠玉为上币,黄金为中币,刀布为下币”。明清以后,玉器的制作有了重大发展,使用范围贯穿于上层人物的衣食住行之中,名目繁多,不胜枚举。玉质致密坚硬,温润晶莹,古人将玉的特性加以人格化。认为玉有“仁、义、智、勇、洁”等品德,因而古代有“君子必佩玉,君子无故玉不去身”之说。玉又是美丽、高尚、贞操和廉洁等一切精神美的象征,因而文人常用玉比喻许多事物,使许多人、物、事、景为之增辉生色。在汉字中,可找到从玉(王)偏旁的字接近500个,而用玉字组成的词汇更是不计其数。长期以来,人们一直相信玉不仅美丽,而且具有灵性。它代表着崇高纯洁的品德、百折不挠的精神、风趣高雅的情操和倜傥潇洒的风韵。

自从绿色翡翠玉在清朝初年开始传入中国以来,就在原来玉文化的基础上进一步形成了翡翠玉文化。据杨德立先生于2002年发表在《中国宝玉石》上的“影响翡翠价格空间的若干因素”一文中论及的翡翠玉文化内涵,其主要包括以下五个方面:

1. 东方美的魅力

翡翠的美,不仅是鲜艳、灿烂、明快之美,更重要的是温润、柔和、含羞之美。这种“东方美”正符合中国人谦和、友善、坚韧的品格,因而深受中华民族的喜爱。君子以德比玉,“宁为玉碎,不为瓦全”;这还不够,世上的人、事、物、天地、山川、情欲意念,只要美好,一律以玉喻之,这方面的成语多得不胜枚举。再加上种、水、色、工千变万化的配合,使翡翠具有一种难以言状的美,这个特点是其他宝石无法比美的。因此无论是戴手镯、戒指、胸坠(玉佩)、耳坠,都可使人百看不厌,越看越美,因而能产生较大的价格空间。

2. 吉祥如意的兆头

翡翠挂件(玉佩)的绝大多数题材,都是用所雕物品的谐音或寓意,来表达吉祥如意的主题,如福寿双全、财源滚滚、岁岁平安等(详见第一至四章)。

中国老百姓千百年来就图个吉祥如意,越是符合顾客心意,成交率就越高,且价格也因此上扬。

3. 十二生肖的情结

中国文化圈内数以亿计的炎黄子孙,都在这12种属相之内,众多的人群都有属相意识和生肖情结,无数人相信这12种动物在冥冥之中与人有着渊源的关系。因此,佩戴自己的属相挂件会带来好运,会避开灾难而保护自己。不过,这种信念随着文化程度的上升而有所减弱。因此,今后大部分生肖挂件的销售对象将会是未成年的孩子。

4. 佛和观音的庇护

玉文化中受佛教的影响较大,一部《西游记》把如来佛和观音菩萨传播得家喻户晓。虽然人们大多数并非佛教徒,但都知道并相信佛和观音是可以保佑平安的。另外,佛和观音立卧姿势的不同、手持物品(如佛珠、元宝、如意等)的不同,都有不同的含义。这些丰富的内涵,能被众人所接受。

5. 玉缘的珍贵

人们大都相信人与玉是有缘分的,而且这种缘分从人们挖到美玉(原料)一直延续至成品的拥有者(佩戴者)。不少人在选购翡翠玉器时,往往第一眼就看到与自己“有缘”的那一件,于是很快就成交了,而若七挑八选都不满意,就叫暂时还没缘分。

玉缘从古到今都被升华到人类三种珍贵情感的高度:亲情、友情和爱情。如买件玉器送家人就叫亲情,送朋友就叫友情,作为爱情信物就叫爱情。玉缘主题对所有种类的玉器和几乎所有的顾客(买主)都适用。因此要记住:把握玉缘,就可以把握商机。

二、什么是翡翠?翡翠的基本特征和产地有哪些?

从广义上讲,翡翠是指具有商业价值的硬玉岩的商业名称,是各种颜色硬玉岩的总称。狭义的翡翠是单指绿色的宝石级硬玉岩。

地质学称翡翠为以硬玉矿物为主的辉石类矿物组成的纤维状集合体,它属于岩石的范畴。

翡翠的化学式为 $\text{NaAl}(\text{Si}_2\text{O}_6)$,理论成分是 SiO_2 为59.44%, Al_2O_3 为25.22%, Na_2O 为15.34%。天然翡翠除含硬玉之外,还含有1%~52%的辉石族矿物,如透辉石、钙铁辉石等。

翡翠是由无数细小的纤维状微晶纵横交织而成的致密块状集合体,具有毯状构造,十分坚韧,能耐相当高的撞击力和压力,其制品经久耐用。翡翠的摩氏硬度为6.5~7,密度为 $3.33\text{g}/\text{cm}^3$,折射率为1.66。呈玻璃光泽或珍珠光泽,常呈半透明,少数为透明(全透明的称“玻璃种”),断口参差状。

在我国玉石界,素有红色为翡、绿色为翠的概念和说法。近年来,“翡翠”一词成了泛指各种颜色的缅甸玉的广义术语。

全世界翡翠的产地很少,而以缅甸乌龙江流域的翡翠矿床为主,约占世界翡翠总产量的95%。此外,哈萨克斯坦的伊特穆隆达、美国的克列尔克里克、危地马拉的曼济纳尔和日本等地也有翡翠产出,但其数量和质量都无法与缅甸相比。中国至今尚未发现翡翠矿床。

三、评价翡翠绿色好坏的“十字口诀”及翡翠的绿色价值

因翡翠绿色的名称太复杂，又繁多，珠宝贸易界常用“浓、阳、俏、正、和、淡、阴、老、邪、花”十个字来评价，可称之为“十字口诀”。

“浓”，指颜色深绿而不带黑。反之是“淡”，指绿色浅，显示无力。

“阳”，指颜色鲜艳明亮。反之是“阴”，指绿色昏暗而凝滞。阳绿即使淡一些，也令人有新鲜感，惹人喜爱。阴绿即使深浓，也不受人欢迎。

“俏”，即绿色显得美丽晶莹。反之是“老”，即绿色显得平淡呆滞。

“正”，指绿色鲜艳纯正。反之，绿色中泛有黄、青、蓝、灰、黑等色均为“邪色”，邪色价值明显降低，尤其要注意细微之间的邪色差别。

“和”，指绿色均匀而不花之意。如绿色呈丝状或有散点、散块就是“花”，会不同程度地影响玉料或玉器的价值。

翡翠的颜色与其价值的关系十分重大，例如有几件质地相同、大小和工艺水平相似的玉器，其价值的高低就主要在颜色了。一般地说，翠绿色最贵，紫罗兰、翡红、花青、豆青、油青、瓜皮绿等次之，灰色和白色等最便宜。

各种翡翠的不同颜色，是由于含不同的杂质所致。尤其是其中所含微量的铁元素和铬元素，造成了翡翠颜色的千差万别，不同颜色玉器的价值也随着而大不相同了。现以一个翡翠手镯的单价为例，最高档的比最低档的价钱可以高出几百倍甚至上万倍。如一个灰白色且不透明的低档手镯最低价可在100元以下，一个全透明的紫罗兰色手镯，售价可达几万元，一个通透无瑕且全部(或大部)为宝石绿的超高档手镯，其售价最高可达几十万至几百万元以上。翡翠颜色对其价值的影响之大，由此可见一斑。

四、绿色翡翠的等级划分

翡翠的绿色是决定翡翠价值高低的关键因素，在当今对翡翠产品需求量不断增长的情况下，不仅很难找到整体通绿的高档玉器，即使一件小玉器上有一小点翠绿(俗称“辣椒青”)，也会使其身价成倍地提高。但翡翠仅有好的颜色还不行，还得种分好，亦即要“有种有色”，否则，“有色无种”或“有种无色”的翡翠玉器价值都不可能很高。

现将翡翠的绿色程度和种分结合起来对绿色翡翠进行列表划分：

档 次 条 件	高档中的精品	高 档	中档偏高	中 档	低档偏中	低 档
绿的程度	浓而不黑， 艳而不邪	艳色，艳色 偏浓	阳绿偏艳	阳绿带偏	淡阳或淡阳 带偏	淡色或偏色
种 分	通 透	通 透	半透明	半透明	不透明	不透明
纯净度	纯净无一点 杂质	纯净有极少 花或瑕	少有白花或 少瑕	白花不明显 或少杂质	有白花或杂 质明显	有杂质且晶 粒粗
工 艺	巧、绝	线条流畅形 态生动	线条流畅比 例合理	线条流畅	工艺一般	工艺差
形 状	可 爱	端 正	端 正	端 正	一 般	较 差

五、翡翠从原石到玉器的加工过程

一般从翡翠原石加工成成品,要经过选料、切割、设计、粗雕、精雕花、打眼、抛光的阶段。

1. 选料

就是将翡翠原石进行分选,依照其特点、块度大小、形状和价值确定做什么产品,使材料能达到最高经济效益。如果选料不当,会造成材料浪费与经济损失。

2. 切割

用钻石切刀把玉石按所需大小不同进行切割,速度比古代传统加工工艺更快速,但技术要求高(有一砣金、一砣银的俗称)。

3. 设计

玉器设计与一般工业产品设计不同。工业产品设计必须画设计图纸;玉器设计是在看料的基础上直接在玉料上画出设计造型图稿。

玉器设计一般分为“粗绘”和“细绘”两道工序。“粗绘”就是把设计玉器腹稿的大轮廓画在玉料上,其他有关细节的线条可以暂时不绘。“细绘”是指玉器粗雕琢成以后,再把有关细节,如人头或佛像的眼、鼻、嘴,或花牌的蝙蝠、金钱、如意等图案较细致地绘清楚,以便制作者领会设计者的意图而便于操作。

4. 粗雕

首先以油性笔在雏形物上绘出构图线条,依构图线条磨去多余的部分,将玉器大致形状刻出来,以便进一步作细部雕花工作。

5. 精雕花

当玉器粗雕后,完全以个人的技巧、细密的思考及灵巧的双手,使图案雕刻得栩栩如生地呈现在人们面前,另外,在雕刻时要不断用水冲洗花纹表面,其目的是将粉料冲去,同时又能降低温度,也能观察制品的好坏、线条的精细、准确情况。

6. 打眼

又称钻孔,特别是在细部雕花镂空时,要用机器精心地完成钻孔工作。对于玉佩上端用于穿绳的小孔,既要注意选孔的恰当位置,又要考虑孔径大小,孔大了影响美观,孔太小则不方便穿绳。笔者曾多次遇到因穿绳孔太小而造成产品不能交易的现象或是将成品再送厂扩孔的麻烦。孔还要打在重心位置,即穿绳时,物体不偏不斜。在少数情况下,也有打成“牛鼻孔”(即从玉佩顶端的正反面或左右方向,相对地用倾斜角度将眼贯穿,而不是正常的直通贯穿眼)。

7. 抛光

通过一定的工艺操作,除去玉石加工面的痕迹,使玉器表面达到其本身应有的光泽和光洁度,便叫玉石产品的抛光工艺。

抛光时,先将玉器较粗糙的部分用金刚砂轮磨去,先粗磨,后细磨,但每一次一定要用水清洗干净。抛光可分人工抛光和机器抛光两种,前者成本高,但质量好。

经过以上加工过程后,玉器已完全加工完成。但有时希望玉器更美,光泽更亮,还

要做上蜡处理，以提高成品的光润度。

六、翡翠玉器的评价因素

对翡翠玉器的评价，离不开三个要素，即种分、颜色和工艺(即业内俗称为“一种、二色、三工夫”)。

1. 种分

翡翠的种分有两层含义，即翡翠的种(结晶粗细)和水分(透明度)。

翡翠由无数微小的硬玉矿物组成。矿物颗粒越粗，翡翠越不透明，种分越差；矿物颗粒越细，翡翠越透明，种分越好。

看种分是看翡翠的关键，有时甚至比颜色的价值更为重要。因此行内有一句话：“内行看种，外行看色”。比如有两件大小相同、颜色相似的玉佩，一件是干水不通透的豆种，另一件是很通透的冰种，那后者的价格比前者可高出数倍甚至数十倍以上。由此可见翡翠种分的重要。

2. 颜色

翡翠的颜色是越绿越好，没有绿的翡翠即使很通透也难上档次。绿和色是两个不同的概念。业内有句极简单明了的话：“买翡翠就是买绿”。资深翡翠专家摩倭在向人们传授翡翠赌石经验时也说：“见多少绿，给多少价”。由此可见绿色在评价翡翠中的重要地位。

翡翠最好的绿色是没有任何其他偏色的纯翠绿色，这种极品绿色十分少见，因此人们称其为“帝王绿”。平时常见的翠玉多有偏色，主要是偏蓝、偏黄、偏灰和偏黑这“四偏”。相对而言，我国北方人比较喜欢偏蓝色调的绿色，我国南方人较喜爱黄味重的翡翠首饰。偏黄色调的绿色显得娇艳、活泼，行家也叫黄味重。如果色调中偏灰、偏黑，就只能是偏低的档次了。绿色偏白的是“豆绿色”，老年妇女多钟意豆绿色玉镯。知道了这些特点以后，就可以针对销路选择货源了。

3. 工艺

翡翠加工工艺，可分为不合格、合格和精良三级。不合格的加工产品，其线条粗糙，连接不畅，图案不美，缺乏吸引力，这种产品的价值甚低，售出时甚至连工本费也难收回。几年前，笔者从某店购回一件春带翠的玉佩，送给一位技艺较高的师傅观看，这位师傅叹道：“这件玉佩加工水平太低，还不如不加工，将玉料卖给人家会更值钱”。由此可见“工艺”水平的价值。相反，在美玉的基础上进行精良的设计加工，其产品往往可以大大升值。尤其是那些为数不多的俏色绝品，更是价格不菲，甚至价值连城。因此在加工美玉时不要舍不得工艺投资(即对越高档的玉料，要舍得付出越高的加工费)，一件高档玉佩的加工费达到人民币3000元以上也不稀奇。

七、翡翠玉器的A、B、C货及其识别特征

1. 翡翠 A、B、C 货

这是近20多年来出现的新名词，由于B货与A货较难区别，因而在翡翠玉石行业

中造成了一些混乱，而不了解B、C货的顾客也不免吃亏上当，现分别解释如下：

A货：指未经过任何处理的纯天然的原色翡翠玉器。其中的高档品青翠欲滴，色正而不邪，水头好，无杂质，无绺裂，具有良好的保值和收藏价值。

B货：指原来有绿色(或黑绿色)的低档翡翠原石，切割成半成品后经化学处理去除杂质，使翡翠原有的绿色变得均匀，且整体透明，使档次明显提高。即由一块“干巴绿”经化学处理后变成通透的“高绿”翡翠。这种翡翠经过一段时间后，色和质都会越变越差，但其价格低廉，对不识货的顾客，具有很大的诱惑性。

C货：指经过人工加色的假色翡翠玉器。其方法是利用高温高压将氧化铬等染色剂渗入到原来无色的翡翠中，使它的全部或局部变为翠绿色。若被加色的翡翠为透明和无瑕疵的好料，则做成的C货也很美观，甚至与A货很相似，如果冒充A货出售，就具有更大的欺骗性。但其颜色很快就会变淡。至于在广州等地街边地摊上大量出售的低级C货(染色翡翠)，一般群众大多都知道是假色玉，且其零售价很低廉，就不存在受骗上当的问题了。

2. 如何识别翡翠“B货”？

翡翠“B货”是将质量欠佳的天然翡翠，用浓酸和漂白液浸泡，使之去黑、去黄，并用环氧树脂充填(又叫“注胶”)等特殊方法处理后，其水头(透明度)变好、颜色变美的真玉改色翡翠(其翠绿多为本色，也有在原玉翠绿偏淡的情况下，加入绿色颜料而成，后者就叫“B+C货”)。鉴别“B货”的方法是：

(1)用荧光仪观察“B货”，长波可见弱至中等的黄绿色荧光，个别样品表面充填物过厚时，还可见到较强的蓝白色荧光。

(2)用肉眼或放大镜观察，“B货”的绿色不正常：①绿色常呈细雾状分布，显得均匀而无浓淡之分；②翠虽然比较鲜艳，但其绿色显得华而不实，且稍有偏黄之感。

(3)翡翠“B货”的“翠”与“地”之间不协调。在经过去黑、去黄等处理后，“B货”的地(玉器中除开绿色以外的部分叫“地”)得到了改善，表现得水头旺了，透明度高了，而其原有的翠绿却在去黑、去黄过程中被削弱了，因而显得光泽较弱。

(4)翡翠“B货”在显微镜下可见微裂隙特别发育，并有“水渠网”状结构和“龟裂”结构等特征，用10倍放大镜亦可见到玉器表面较多的微裂纹。

(5)“B货”的碰撞声变差。“B货”由于经过强酸浸泡，其内部结构受到不同程度的破坏，故在碰撞时发出的声音已不是近似金属的铿锵清脆，而是显得沉闷。将悬空吊起的“A货”和“B货”两只玉镯进行敲击对比，就更明显了。

3. 如何识别翡翠“C货”？

翡翠“C货”是指“真玉假色”的各种翡翠玉器。它的翠绿色是由人工将无色翡翠加热后染色所致，所以又称“炝色玉”或“加色玉”。加色玉既不美观，又不稳定，因此价值很低。但用无色透明的翡翠加色而成的“C货”则相当美观，具有很大的欺骗性。

一般翡翠“C货”的特征是：它的颜色不自然，且常带蓝色或黄色成分(即玉器的翠绿色偏蓝或偏黄)，光泽呆滞，且颜色不均匀，用放大镜(10倍)在裂隙处观察，可见



铬盐沉积的色带，亦即裂隙中的绿色浓，向裂隙的两侧逐渐变淡。如用查尔斯滤色镜检查，便呈现暗红色或浅红色(也有在查尔斯滤色镜下检查并不变红的“C货”，称其为“能过镜”)。

最后说明一下，翡翠“B货”并非假货，而只是低档翡翠的优化品。它的结构受到了破坏(肉眼不易辨认)，所以不宜收藏;但“B货”既美观，又便宜，用于装饰是完全可以的，故不必谈“B货”色变。对于营销者来说，“B货”也是可以经营的，但必须标明或向顾客说明真相，并以相应的“B货”价格出售。否则，便属于商业欺诈行为。

八、翡翠玉器的质量检测

由于当前国际、国内翡翠市场作伪现象层出不穷，以次充好(如将B货当A货卖)，以假作真(如将玻璃制作的“马来玉”戒面当翡翠A货出售)的欺诈行为防不胜防。因此，加强对翡翠玉器的质量检测就显得十分必要。

当前翡翠国内市场对质量检测有几种不同态度，现介绍如下，以供广大买主参考：

(1) 商家对自己经销的翡翠玉器成批地送省级以上的正规检测机构进行鉴定，然后凭鉴定证书与玉器配套进行有序的销售，这是最正规的一种情况。

(2) 在自己经销的翡翠玉器中，只对价值较高(如单价在1000元以上)的送检测，出售时将证书送给顾客。

(3) 在自己经销的翡翠玉器中，只对质量有怀疑的少部分产品送质检部门检测。

(4) 商家不愿负担检测费(其实批量送检时，检测费可以得到很大的优惠)，只是将几个较好的A货玉器送检，取回证书做样板；出售该产品时，也不将证书与产品配套送给顾客，而是留下证书给后面的新顾客看。

(5) 从来不将产品(货品)主动送检，认为玉器是自己厂加工的，反正都是A货，何必浪费检测费。他们的办法是，在厂商销售柜台上立一个标识牌，上书“专营A货，如假包退”或“专营A货，如假十倍赔偿”，采取这种方式的商家所占比例越来越高，他们往往能取得大多数顾客信任。

(6) 有极少数不顾商业道德的珠宝商，他们先鉴定几个A货玉器，将货售出后留下A货证书。待有了与A货外表相似的B货时，就将A货证书给顾客看，张冠李戴，鱼目混珠。如果被顾客看出破绽，就找借口解围。

九、翡翠的升值信息和升值潜在空间

近几年来，一些翡翠商人常叹息生意不好做。他们的理由是，翡翠原料开采成本不断上升，采出原石越来越少，使得原料价格越来越高，而做出来的产品却卖不到好价钱。前往翡翠玉器产地进货的买主却认为玉器的价格是在悄悄地上升。究竟翡翠市场总的升值趋势如何呢？下面让笔者介绍国内两位权威人士对翡翠市场价格变化的论点，将使读者受益匪浅。

曾于1995年创办中国大陆第一个高档首饰拍卖专场的中国嘉德国际拍卖有限公司珠宝部经理万瑞女士在其近著《鉴识翡翠》一书中颇具高度概括性地指出：翡翠的国