

【玉器鉴赏与选购】

- ◎ 500余幅馆藏精美图片，独特的图说方式，以图品鉴，以文品识
- ◎ 从选购途径、选购技巧、选购特色、玉材鉴赏、形制鉴赏、工艺鉴赏、文化鉴赏七方面揭开玉器之神秘面纱
- ◎ 专家教你如何收藏、投资玉器
- ◎ 观赏、把玩、研究玉器，感悟收藏真谛

郭颖 编著

玉器鉴赏



化学工业出版社

玉器图鉴

玉器鉴赏与选购

郭 颖 编著



化学工业出版社

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

玉器图鉴：玉器鉴赏与选购 / 郭颖编著. —北京：
化学工业出版社，2012.2
ISBN 978-7-122-13108-9

I. 玉… II. 郭… III. ①玉器—选购—中国②玉器—鉴赏—中国 IV. TS932.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 276514 号

玉器图鉴：玉器鉴赏与选购



责任编辑：郑叶琳
责任校对：宋 夏

装帧设计：尹琳琳

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10 字数216千字 2012年5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：48.00元

版权所有 违者必究



玉器鉴赏其实是一个很深奥的题目，其内容涉及玉石原料的优劣材质、雕刻琢磨的精湛工艺、成

型之器的美观器形，更体现了玉器内涵的广博深远，彰显了中国几千年的玉文化。本书仅从选购与鉴赏两部分具体内容着手，以一定的专业知识驱动，并从珠宝玉器行业从业人士的角度推介玉器的选购途径、解密选购技巧、揭示选购特色；同时溯源现代玉器的古代形制及演变，穿越古今玉器的传承与转变，并通过成器之术的琢磨之道，剖析玉器工艺鉴赏要点。是一本融汇专业与科普知识、结合理论与实战经验的大众读物。

珠宝玉器市场林林总总，貌似纷繁，经过了二十年来的蓬勃发展，已渐成规模且渐入正轨，所以目前最大的问题已不再是辨别玉器材质的真伪优劣，而是更高层面的考察玉器的工艺施展与质量高低、是否具有收藏价值等。所以本书针对玉器材质、形制、工艺与文化四个方面，从选购途径与技巧入手，力求为藏家提供些许建议，全面地评估玉器。

玉器虽然其价值高昂，但其核心却不仅在其于商业价值，它并非简单的商品，更不是奢侈品，而是通过一定工艺展现出的艺术美，是中华民族文化的重要载体。一块浑然天成的美玉，借助玉雕大师们匠心独运的成器之术完美体现了玉之德与器之重。所以，对玉器的喜爱更多地应着眼对艺术的追求和对文化的传承上。因此，本书也适当介绍了玉器雕刻艺术及所体现的文化内涵方面的内容，希望能对读者有所帮助。

所谓盛世藏宝，玉器收藏市场随着国家经济的蓬勃发展而迅猛升温，不但体现了国民日益增长的文化需求，更为中国传统玉文化在新时代的传承与发扬光大提供了必要的渠道。当然，既然要收之藏之，所以玉器虽未必有令人一见钟情的魅力，但也至少要在某个方面有独到的特色，本书亦旨在全方位较深刻地揭示玉器的动人心魄，希望能对读者有所借鉴。

编者

前言

玉器

鉴赏与选购





第一章 选购途径.....1

- 1.1 零售.....2
- 1.2 批发.....7
- 1.3 典当.....10
- 1.4 拍卖.....11
- 1.5 网购.....12

第二章 选购技巧.....15

- 2.1 定玉料.....16
- 2.2 辨作伪.....16
- 2.3 重玉质.....17
- 2.4 察工艺.....17
- 2.5 观颜色.....18
- 2.6 忌贪念.....18
- 2.7 看其他.....19

第三章 选购特色.....21

- 3.1 玉雕创意.....22
- 3.2 玉器佩饰.....24



第四章 玉材鉴赏.....27

- 4.1 软玉.....28
- 4.2 翡翠.....35
- 4.3 石英质玉石.....40
- 4.4 欧泊.....47
- 4.5 蛇纹石玉.....50
- 4.6 绿松石.....53
- 4.7 青金岩.....56
- 4.8 方钠石.....58
- 4.9 孔雀石.....59
- 4.10 萤石.....63
- 4.11 碳酸盐类玉石.....66
- 4.12 天然玻璃.....71
- 4.13 独山玉.....74

第五章 形制鉴赏.....77

- 5.1 古代形制.....78
- 5.2 现代形制.....91
- 5.3 传承与转变.....105

第六章 工艺鉴赏.....109

- 6.1 量料取材.....110
- 6.2 因材施艺.....110
- 6.3 用料技巧.....111
- 6.4 解料技巧.....114
- 6.5 画活技巧.....117
- 6.6 琢磨技巧.....118
- 6.7 抛光技巧.....120



定位

玉器鉴赏其实是一个很深奥的题目，其内容及玉石原料的优劣材质、雕刻琢磨的精湛艺、成型之器的美观器形，更体现了玉器内的广博深远，彰显了中国几千年的玉文化。

收藏指南



市场

珠宝玉器市场林林总总，貌似纷繁，经过了二十年来的蓬勃发展，已渐成规模且渐入正轨，所以目前最大的问题已不再是辨别玉器材质的真伪优劣，而是更高层面的考察玉器的工艺施展与质量高低、是否具有收藏价值等。



收藏

所谓盛世藏宝，玉器收藏市场随着国家经济的蓬勃发展而迅猛升温，不但体现了国民日益增长的文化需求，更为中国传统玉文化在新时代的传承与发扬光大提供了必要的渠道。

第七章 文化鉴赏..... 121

7.1 道器之说 122

7.2 意必吉祥 124

参考文献..... 154



艺术

玉器虽然其价值高昂，但其核心却不仅在其于商业价值，它并非简单的商品，更不是奢侈品，而是通过一定工艺展现出的艺术美，是中华民族文化的重要载体。一块浑然天成的美玉，借助玉雕大师们匠心独运的成器之术完美体现了玉之德与器之重。所以，对玉器的喜爱更多地应着眼对艺术的追求和对文化的传承上。



>>>>

玉器



图鉴

<<<< Jade Collections

● 网购
● 拍卖
● 典当
● 批发
● 零售

选购途径

第一章





一方美玉，积淀了悠久深厚的文化，如谦谦君子般受人敬仰；一方美玉，饱含玉匠的精雕细琢，如一现昙花般让人珍惜；一方美玉，彰显着独特自然的润美，如可口甘泉般为人喜爱。“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家。”在物质文化丰富的今天，玉器佳作不再为帝王将相所独享，而成为了普及大众的日常饰件。从当下持久不退的收藏热可知，老百姓除了知道玉器的文化内涵和装饰效果，更发现了其作为艺术品的保值、升值作用。只有古玉才适宜收藏的传统观点，如今逐渐发生变化。在目前赝品古玉充斥市场、顶级玉料资源每况愈下的情况下，现代制作的新玉器，尤其是新中国成立后由专业玉雕大厂或玉雕大师制作的玉器，玉料佳，工艺好，艺术性高，其收藏价值与升值空间并不亚于古玉器。



翡翠摆件·双螭如意

玉器佩戴、赏玩和收藏的时尚热潮，推动了玉器商业市场的发展，而玉器市场的繁荣反过来使人们更熟悉和更易接触到玉器。最近几年北京、上海、深圳、沈阳等地举办的国际珠宝玉器展，人气鼎盛，可见一斑。现今，人们获得玉器的途径愈来愈多，从到玉器作坊或商号定做、购买，发展到玉器商城、网店、高级会所、典当、拍卖等。

1.1 零售

零售依然是消费者获得玉器的最主要渠道，也是玉器产业链中利润相对丰厚的环节。就连最初专攻批发的一些玉器城、玉器街，现在也不排斥零售生意，甚至还出现以批发价进行销售，从而招揽顾客、聚拢人气的现象。目前的珠宝市场以北京



品质优良、价格适中的玉器在零售市场上受到广泛关注

为例，销售以翡翠为首的玉饰品的比例大大超过以钻石为主的宝石首饰，这种现象显示出了玉饰品消费强劲的增长势头。纵然形形色色的陷阱尚见于玉器市场，让人“谈玉色变”，但始终抵挡不了消费者对玉器的喜爱与购买的欲望。作为一个玉饰品消费者，最好对玉石首饰相关知识有所了解。在购买时既不可盲从，也不要贪图便宜，否则容易受导购误导而吃亏。

自古兵家讲究“兵不厌诈”，那是指用兵作战时，尽可能以欺诈的战术迷惑敌方，进而获取胜利。欺骗是战争中最常使用且非常有效的战术之一，战争讲究的是结局。任何可以带来胜利的手段，就是最好的手段，也是最正确的手段。

然而在激烈、残酷程度丝毫不亚于战场的商场，却另有其自己的生存运作规则——诚信。两者之间可谓大相径庭，这是因为战争以消灭对手为最终目的，而市场则以扩大范围、争取客户并使最终利益最大化为目的。二者目的不同，但激烈程度相当。而具体玉器市场的竞争，应发生在同行对手间，而不应在商家与消费者之间。

1.1.1 珠宝行业的特点

珠宝是高档消费产品，俗话说“乱世藏金，盛世藏宝”。只有在国泰民安的社会大环境下，珠宝才会显现出其超凡的魅力。

珠宝行业对整个社会的影响很小，对国民经济的贡献微乎其微，更谈不上什么主导行业了。它的主要作用就是装点 and 美化人们的生活、培养人们对美的欣赏、提高人们的艺术修养，因此，也可以说珠宝



翡翠章

体积娇小，便于携带，但价值很高

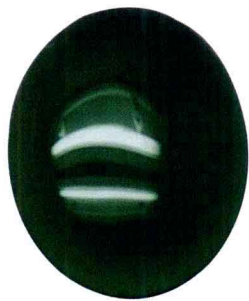
是建立在稳定的政治、经济基础上的奢侈行业，是一个精致的小行业。

珠宝商品有一个共性，那就是体积小而价值高。这对珠宝产品的佩戴、使用、运输及保存来说都是件好事，但对于商品的管理来讲却是件令人头疼的事情。袖珍的体积使得它们很容易混淆，甚至丢失。因此要将每一件产品区分清楚并将它们妥善地管理起来，的确是需要很强的专业知识与管理经验的，而这对于外行的普通消费者来说更是难上加难。因此行业内的自律以及严格管理就成为了珠宝行业健康快速发展的关键。

1.1.2 玉器贸易的特点

近年来，以翡翠为首的玉器在国内珠宝市场上独领风骚，它的绿色旋风甚至掩盖了钻石璀璨的光芒。这不仅因为它令人心旷神怡的绿色夺人心魄，更因为它那含蓄温润的美丽符合我们中国人的审美观，





优质满绿色翡翠戒面

其优雅的造型以及深刻的寓意更使国人能够感受到翡翠饰品所承载的中国传统文化的博大与精深。翡翠不同于其他宝石的原因还在于其独特性，在于它的不可替代性，每一件翡翠饰品都是那么与众不同、独具新意。

随着人们对翡翠喜爱程度的不断加深，对翡翠饰品购买欲望的不断上涨，市场上出现了各种以天然翡翠为原材料的优化处理品，常见的就有B货和C货。简单地说，翡翠B货就是通过对天然翡翠进行后期的酸洗、注胶等处理而达到美化其外观效果的天然翡翠处理品；翡翠C货则是通过对天然翡翠进行后期的染色或染色处理而达到美化其外观效果的天然翡翠处理品。这两种翡翠的外观自然很漂亮，但价格却只是同样美丽的翡翠A货的几十分之一、几百分之一甚至几万分之一。因此普通消费者常常认为它们是假货，不是真正的翡翠。其实这种观点是偏颇的，因为在专业人员的眼里，它们只是经过后期处理的天然翡翠，其材质仍然是天然翡翠，定义为天然翡翠的优化处理品。虽然翡翠B货和C货的质地与颜色等物理化学性质已不同于纯天然的翡翠，但其低廉的价格与其实际价值是相吻合的，当然也就不属于

假货的范畴。

在实际的销售中，由于翡翠具有体积小、肉眼鉴定难度大等多方面的特点，因而极易出现因标识不清，致使翡翠A、B、C货鱼目混珠的情况，这也为一些不法商人提供了可乘之机。但随着珠宝知识的普及、珠宝文化的逐渐深入人心以及珠宝玉石首饰行业协会对行业管理力度的加大等多方面的共同发展，翡翠市场正在逐渐走向规范，明码标价逐渐成为珠宝商家们的共识。在整个行业的积极努力下，翡翠贸易正在朝着一个更加有序、健康的方向发展，以次充好、以优化处理品冒充纯天然制品的现象已是凤毛麟角。

1.1.3 诚信经营，真诚待客

菲利普·科特勒有句名言：“营销，是发展与维系并培养具有获利性顾客的科学艺术。”

从整个营销过程来看，客户是珠宝企业维持竞争力和生存的重要因素。越来越多的珠宝企业强烈地意识到：顾客资源是



翡翠A货

种、水、色俱佳

珠宝业在日趋激烈的市场竞争中至关重要的资源，谁拥有顾客，谁就拥有市场。现在珠宝品牌的竞争实质上已经演变成一场决定珠宝企业生死存亡的顾客争夺战。对于国内诸多珠宝企业来说，客户的大量流失和潜在顾客发掘不足，是它们目前面临的最严峻的问题之一。如何防止顾客流失？如何发掘潜在顾客？怎样才能在当今激烈的顾客争夺战中取得竞争优势？最好的答案仍然是那两个字——诚信。

珠宝销售中如果能做到明码标价、货真价实，就可以赢得消费者最终的信任与认可，只有在保障了现有客户不流失的前提下，再努力争取新的客户，这样才能形成一个良性的循环。

1.1.4 翡翠销售要名实相符

众所周知，在销售过程中最能对消费者产生直接影响的就是销售人员。他们对产品的推荐在很大程度上决定了顾客的购买行为取向。这里强调的是在销售过程中介绍产品时，对敏感的问题，尤其是容易误导消费者的细节，销售人员必须做到实话实说。

早在多年以前，时任中国珠宝玉石首饰行业协会秘书长的孙凤民先生在《翡翠物语》中就曾说过：“作为翡翠来讲，有A货、B货、C货，行业提倡明码标价，是什么就是什么，A货、B货、C货应该告诉消费者。有这么多的B货、C货，因为它们漂亮、便宜，所以更多的人能够拥有翡翠。一个B货翡翠可能卖1千元，如果是A货翡翠，1万元都买不到。翡翠的B货、C货可以满足不同层次的消费者，满足人们对翡翠的欲望，这是一件很好的



天然翡翠

未经后期人工处理的A货

事情，不要把B货、C货当假货。”孙秘书长的这段解释，清楚地阐明了不同玉货的定性、定价以及消费市场定位，这也是珠宝行业对翡翠B货、C货的终极态度。

翡翠的B货与C货在销售过程中的确时有冒充翡翠A货出售的情况，但只要严格市场运营规则，在销售翡翠B货与C货时做到名实相符，即翡翠B货就作为翡翠B货销售，而翡翠C货就作为翡翠C货销售，自然就不会有人将翡翠B货、C货作为翡翠的假货了。而只有将翡翠B货和C货当做翡翠A货出售，才属于以假乱真、牟取暴利的现象；也只有在这种情况下，翡翠B货和C货才可以称为假货，这个假货是有条件的。换句话说，如果将翡翠A货当做翡翠B货或者翡翠C货销售，因为名实不符，即便是纯天然的没有经过任何后期人工优化处理的翡翠A货也是假货，这个道理自然是显而易见的。从严格意义上来说，翡翠销售要名实相符。假，就是名实不符。

“假亦真来真亦假”，以劣充优、以

次充好、以假乱真的最终结果，就是真的也可能成为假的，整个珠宝玉器市场定会陷入混乱的局面，导致恶性价格竞争不可避免，这将从根本上损害市场的生存环境，形成的伤害可能需要很长时间才能恢复。



绿色钙铝榴石摆件
常用于仿翡翠

杜绝假货交易、扼杀欺诈滋生，其关键不在于商品本身，而在于人，所以说“翡翠销售要名实相符”。恪守诚信，永续经营。诚信二字都有言，我们的祖先在创造文字的时候，就已经告诫我们，要对自己的言行负责。这不仅是对翡翠市场、珠宝市场，也包括整个商品市场乃至整个社会。

诚信经营提倡翡翠销售实名制，这不仅仅是一个设想，更需要付诸实施。同时，要加强对实名制的监督和奖惩的落实。再好的想法，缺乏有力的实施保证和保障，都只能作为一纸空文。实名制，对人，不对物。通过借助制度化的强制约束力，可以从客观上做到不说假话，消灭售假行为，从而促使各个商家和整个行业在主观意识上讲诚信，这才应该是我们所追求的永久目标。

1.1.5 价格影响因素

影响玉器饰品价格的主要是玉材质

料、加工工艺以及市场供需三个因素。

玉材质料包括玉材品种及质料两方面。高档玉料主要指翡翠与和田玉。在同等条件下，翡翠与和田玉的价值明显高于玛瑙、岫岩玉、独山玉等中低档玉料。同种玉料自有优劣之分，主要从质地和颜色两方面考虑。例如，纯净高绿的老坑玻璃种翡翠戒面，价值可达几十万元甚至上百万元、上千万元；而无色的老坑玻璃种翡翠戒面，其价值可能只有前者的一半；对于仅颜色翠绿但极不通透的翡翠戒面，其价格充其量只有上品的十分之一甚至更少；而既无颜色又无透明度的白色豆种翡翠，则更不值钱，根本谈不上制作戒面。



翡翠摆件·一品清莲

块大，质优，色满鲜艳，价值高



玉器加工工艺十分考究，虽说“好料配好工”，优质玉料施以精湛的工艺自然价值不菲，但更令人惊叹的往往是通过巧妙的雕琢使貌不惊人的玉料物超所值，甚至变废为宝，价格扶摇直上。

市场供需影响价格这个规律更是不言而喻，如资源几近枯竭的和田仔玉已成为消费者竞相购买收藏的珍贵玉种，价格一直居高不下；若某玉料供大于求，或某款式已过时，则价格自然会有一定程度的降低。

1.1.6 购买陷阱

相对于钻石、黄金等众多珠宝首饰，玉石的价格是最不透明的，这也是所谓的“黄金有价玉无价”的原因之一。从商业的角度讲，“玉无价”其实主要是针对行外人而言的，是部分玉石商家高价销售玉器的借口之一。商家常会以高喊价、低打折的方式销售，并吹嘘玉件与消费者缘分之说，使消费者买得心悦诚服。这是玉器零售市场常见的陷阱之一。



酷似无色玻璃种翡翠的钠长石玉业内俗称为“水沫子”

另外，更要注意那些以次充好、以假充真的现象。最常见的就是将酸洗后充胶处理的翡翠B货、染色的翡翠C货冒充翡翠A货销售，或者用染色石英岩冒充翡翠、用阿富汗玉冒充和田玉销售等。因此购买时，消费者最好到品牌专营店购买，并认准国家认可的权威机构所出具的证书。另外还要明白具备证书只是保证了玉的可靠性，并不等于商家可以漫天叫价，因此消费者还是可以根据玉件的质量讨价还价。

此外消费者要小心商家导购的过分吹嘘。现在还有不少玉友都认为玉石可以吸收体内毒素，具有强身健体的功效，这是“玉养人”；而“人养玉”更是“神乎其神”，如佩戴时间久，玉自身的裂隙会愈合，玉还会长大……如此种种，毫无科学根据，真是荒诞无稽。

除了实体店外，现在网上也可购买玉器饰件。网购时更要小心，网页上的图片、尺寸大小与实物可能会有出入，而且佩戴效果可能不理想，故要认真考虑。不过网店省去了实体店所需的租赁费用等开支，消费者无须出门便可购物等利于买卖双方的优势使网上玉器商城快速发展起来。

1.2 批发

作为一个玉器消费大国，我国先后形成一批独特的玉器批发中心，有的是玉料集散地，有的是加工基地，有的则是重要的贸易中心，还有的是集多种优势于一体的外贸集散地。



1.2.1 河南镇平玉器市场

以玉雕为主导产业的河南南阳市镇平县（包括白马寺），是南阳玉雕的发源地，也是名副其实的中国玉雕之乡、中国玉雕第一镇。全县玉雕产业从业人员达十多万人，加工企业（户）上万家，玉雕重点乡镇11个，玉雕专业村50个，并形成了石佛寺玉雕湾和县玉雕大世界两大专业市场。该县汇集了世界所有玉种的加工和销售，形成了以摆件类、饰品类、实用保健类等产品为主的产业群体8个，产品近5000个品种。以玉雕湾市场为例，每天早上6点左右，全国各地的进货商便涌向有1500多个摊位的玉器批发市场拿货，选购所需的玉料或玉饰，这就是所谓的早市。镇平县作为玉器生产销售发展较快的地区，现已成为我国玉器最大的集散地之一。



南阳石佛寺玉雕湾玉器市场

1.2.2 新疆玉器市场

新疆玉器市场主要分布在和田地区、玉龙喀什河总闸口、乌鲁木齐等地，皆以批发销售新疆和田玉玉料为特色。此前由于受金融危机的影响，一些玉雕加工密集

的地区如河南、广东、福建等的玉雕工人涌进新疆，使新疆“有玉无雕”的玉石行业格局发生了变化。如今新疆不仅是全国和田玉市场的一大集散地，而且还是重要的原料加工基地。目前全国和田玉市场走势很好，加工产业的蔓延让本是原料产地的新疆呈现出更好的销售氛围和发展空间。



红皮和田玉仔料

1.2.3 辽宁岫岩玉器市场

岫岩县主要产有透闪石质玉（老玉、



岫玉摆件·十全十美



河磨玉、石包玉)、蛇纹石质玉(岫玉、花玉、黄玉等)和透闪石质玉与蛇纹石质玉混合体(甲翠)三大类。其中,蛇纹石质玉远景储量号称高达300万吨之多,居全国之首,实行限产后,年产量仍占全国总产量的60%。玉料丰富、交通便利、玉器加工业兴起等众多因素使岫岩县的玉器市场蓬勃发展。这里有世界最大的玉雕销售中心——玉都市场,另外还有岫岩玉器交易中心、荷花玉器交易市场等多个专业销售市场,大中型的玉摆件、美观的保健玉制品等数不胜数,样式齐全,物美价廉,是国内外批发和选购玉件的理想场所。

1.2.4 广东四大玉器市场

虽然玉料资源匮乏,但由于大量的外来劳动力和外来资源,广东现在成了全国极为重要的玉器加工基地和批发市场,著名的有广州、揭阳阳美村、佛山



顶级玻璃种翡翠的“起莹”

借助“透水工”的雕刻,突显种优水足

平洲以及肇庆四会四大玉器市场,交易面已辐射至全国各地,以及韩国、日本等东南亚地区。

广州荔湾有一条专营玉器珠宝的街道,人称“华林玉器街”,是广东传统的玉器市场。这里聚集了广州八成以上的玉器商,囊括了广州玉器交易量的90%以上,玉器品种丰富,高中低档货都有,是四大玉器市场中最大的成品销售集散地。

揭阳阳美村素有“金玉之乡”的美名,是玉器专业村,村民从事玉器加工和贸易已有百年以上的历史。阳美玉器市场分散在村里的家家户户,以专营高档的、顶级的翡翠玉器为特色,成品和坯料基本相当,因此也吸引大量高档货的买家。阳美村翡翠玉质和工艺在四个玉市中最好,但规模不及广州和平洲。

佛山平洲是有名的“玉镯之乡”,以经营玉手镯为主,其次是原石和边角料,高中低档货皆有,价格在四大市场中也是最便宜的,经营商十分注重诚信,故各地的玉商都喜欢到这里批量进货。平洲是全国最大的玉器光身加工基地,最近还展开原石开投活动,为所属会员提供毛料的拍卖交易。如今平洲玉器街、平洲翡翠原石拍卖市场和平洲玉雕师培训学校已成为平洲玉器行业发展的三大板块。

肇庆四会为著名的“玉器之乡”,主要经营翡翠摆件、小花件类玉器,以低档货为主。值得一提的是四会的天光圩,各地进货商于每天早上三四点钟便涌进市场拿货,人声鼎沸,中午时陆续散去。由于大多货源未抛光,进货商可持货就近抛光,抛光费另计,但整体下来还是比广州玉器街的要便宜,不过也有不少B、C货,相当考眼力。

1.2.5 云南玉器市场

由于毗邻缅甸翡翠矿区，被设为进入口岸的瑞丽和腾冲长期以来都是翡翠原料和成品重要的集散地、加工地。当地从事翡翠加工制作的小作坊，到了举目皆是的地步。翡翠的营业额占全部玉石销售额的95%以上。其余份额中有很大部分为较新发现并热卖的龙岭黄龙玉。



云南瑞丽以翡翠的雕刻工艺著称

如今也出现大量经营玉器批发的网上商城，不方便出远门的进货商也可选择在网上海货。

1.3 典当

典当行，即旧时所称的当铺，是以物为押进行借贷融资的金融机构，并以商品

销售为辅业。我国典当行业历史久远，可追溯至南北朝时期，其中玉器典当行为一直延续至今，但也只能算是有传统的新行业了。当户将玉器典当，在一定典当期限内清偿当金本息，可换回原当物；但有的当户做死当或绝当，即抵押后不再赎回当品。典当行可将绝当的玉器以高于收进的价格进行销售，一来可减少损失，二来可从中赚取差额。这些绝当品外观接近新品，但出售价格通常只为市场价格的三四成，而且购买者不用担心有假货，因为在收当时已经过鉴定师的详细检验。这些优势使现代典当行业深受零售顾客们的青睐。



消费者日常使用的玉器

中国澳门的典当行业相当发达，当铺可谓林立聚生，也成了一些内地游客乐于淘宝的好去处。近几年，内地典当行业发展迅猛，艺术品典当市场逐渐回暖，不少规模较大的典当行都设有专门的艺术品典当现场。因此，不时到典当行转转，说不定会淘到物美价廉、称心如意的玉饰。



1.4 拍卖

自1995年北京拍卖市场出现“玉器专场拍卖”后，玉器拍卖便以艺术品专场拍卖的态势发展。玉器精品的拍卖屡创新高，使得初具规模的玉器拍卖市场愈加活跃。例如，2003年10月苏富比拍卖会上，一件清乾隆白玉雕十六罗汉山子以956万港元成交；2004年佳士得拍卖会上，一件清乾隆和田玉活环双龙耳万寿纹碗，以高达1932万港元的天价成交。翡翠原石也进入了拍卖会，2004年歌华大唐春季拍卖会上，一块重达500千克的翡翠原石，以8800万元成交，创中国艺术品拍卖会上的一项纪录。

但随着2005年底字画热的降温，玉器拍卖市场也因投资过热而一度迷失方向。2008年经济危机的低迷之风也波及



贵金属镶嵌的玉首饰往往更受拍卖会青睐

了玉器拍卖市场，但也让人们再度认识到玉器珍品是经得起时间考验的保值品，具有长远的收藏意义与价值。于是，玉器拍卖市场开始缓慢复苏，热度也逐渐上涨。据统计，2009年国内拍场成交价前100名的玉器，成交总额为15.47亿元，与2008年的8.86亿元相比，增幅达到了91.26%。与以往青睐大型玉器不同，近年来的玉器拍卖市场上，扳指、玉牌、玉佩等小玉件成了投资者与收藏爱好者的重点关注对象。其中明清玉器升值最快，特别是明清白玉，价格每年有25%~30%的升幅，甚至翻倍上涨。

随着内陆经济的不断繁荣，人们对玉器拍卖有了新的认识。以往人们参与玉器拍卖活动多是出于喜爱收藏，如今不少人已将玉器拍卖视为一种投资方式。精明的懂玉、好玉之人在各地古玩市场淘到精品后，转手即作高价拍卖，从中赚取差价。这种适时购进拍出，赚取巨额利润的投资方式，成为了一种新的玩藏理念，与过去收藏家只收藏不出手的行为大有不同。

拍品的品质自然是毋庸置疑的，因为所有玉器在拍卖前就为专业拍卖公司所精心筛选，没有收藏意义的普通作品是进不到拍卖领域的。通常拍卖品在高于卖家可承让的价格基础上为价高者得，竞拍者越多，就反映该玉器的收藏价值越高，而买家在自愿给价的情况下捧得美玉归，这是买卖双方都最愿意看到的双赢局面。

不过目前玉器拍卖市场上仍以古玉为主，“厚古玉，薄新玉”的偏颇思想依然在一定程度上主导着藏家们的收藏观。其实代表了当代玉雕工艺最高水平的新玉精品，同古玉珍品一样具有极高的收藏价值。毕竟玉器珍品的收藏与投资并不是一