

# 翡翠营销攻略



FICUI YINGXIAO  
GONGLUE

陈文高 肖丽 陈濯 编著

随之而来，翡翠市场，  
卖方市场变成了买方市场，  
夺市场份额的竞争也就  
激烈。市场竞争，归根到  
底是人才的竞争，即销  
素质和技巧能否胜过竞  
重视营销员的学习与培  
团队打造成为学习型  
团队，已成为经营企  
识和实际行动。



云南出版集团公司  
云南科技出版社

陈文高 肖丽 陈濯  
编著



F  
FICUI YINGXIAO  
GONGLUE

翡翠



营销

攻略

云南出版集团公司  
云南科技出版社  
· 昆明 ·

图书在版编目 ( C I P ) 数据

翡翠营销攻略 / 陈文高编著. —昆明: 云南科技出版社, 2010.6

ISBN 978-7-5416-4001-8

I. ①翡… II. ①陈… III. ①玉石-市场营销学  
IV. ①F724.787

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2010 ) 第120146号

云南出版集团公司

云南科技出版社出版发行

( 昆明市环城西路609号云南新闻出版大楼 邮政编码: 650034 )

昆明合骧琳彩印包装有限责任公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 8.25 字数: 190千字

2010年7月第1版 2010年7月第1次印刷

定价: 38.00元

# 前言

**翡翠** 在一个国家的销售状况，已成为衡量该国经济发展速度、生活水平高低和国民文化修养程度的灵敏指标。

随着中国改革开放的不断向前推进，翡翠市场的从业人员，经营规模，销售金额，都在日渐扩大。翡翠饰品，已成为富裕人群和社会交往人群竞相追捧的重要商品；翡翠产业，也正在成为支持国民经济发展的支柱产业；翡翠经营，已成为经济发展的又一个新的增长点；从事翡翠销售，已成为社会就业的热门渠道之一。

随之而来，翡翠市场，也已从卖方市场变成了买方市场，争夺市场份额的竞争也就日趋激烈。市场竞争，归根到底是经营人才的竞争，即销售人员的素质和技巧能否胜过竞争对手。重视营销员的学习与培训，把团队打造成为学习型、制胜型团队，已成为经营企业的普遍共识和实际行动。演戏要有剧本，培训要有教材，为适应需要，我们编写出版了《翡翠营销攻略》一书，供翡翠商界经理人、营销员以及欲从事翡翠经营的朋友们参考。

本书以国家劳动和社会保障部颁布的《珠宝首饰营业员职业标准》为依据，以市场为导向，以销售为中心，以技能为重点，以适用为归宿，注重理论联系实际。通过阅读本书，初步掌握翡翠经营的知识技能，使正从事或欲从事翡翠销售的人们快捷地获得入门资格。

本书突出实用性，在篇目的安排上，首先介绍翡翠基础知识，储备必要的翡翠从业文化常识；其次学习销售技巧，懂得翡翠销售的应知应会应做；再次备有客人询问答案，让营销员能够有备而准确地回答顾客的种种询问；最后了解法律法规，做到合理合法地规范经营。

考虑到从业者学历及培训时间的局限，编写尽量做到通俗易懂，简洁凝练，对翡翠行业中一些佶屈聱牙的专业术语也尽量做了回避。力求让读者能直接使用书中的语言，与顾客进行沟通和交流。以最短的学习时间，最少的学习成本，获得知识使用价值的最大化。

如果本书能为你入门翡翠经营提供方便，对你的销售绩效或者其他方面有所帮助，那就是读者对我们的最好奖励。

# 目录

Contents



## 第一章 翡翠基础知识 / 1

- 第一节 翡翠产地 / 1
- 第二节 翡翠特点 / 5
- 第三节 翠玉比较 / 10
- 第四节 翡翠文化 / 13
- 第五节 翡翠首饰 / 14
- 第六节 翡翠鉴别 / 25
- 第七节 翡翠质量 / 29
- 第八节 翡翠评估 / 36
- 第九节 翡翠保养 / 38
- 第十节 翡翠保健 / 39
- 第十一节 翡翠收藏 / 42
- 第十二节 吉祥图案 / 45
- 第十三节 翡翠熟语 / 54

## 第二章 营销员角色定位 / 56

## 第三章 营销员理财理念 / 60

## 第四章 营销员仪表仪容 / 63

## 第五章 营销员商机把握 / 66

## 第六章 营销员接待技巧 / 69

## 第七章 营销员讲解技巧 / 79

## 第八章 营销员挑选技巧 / 85

## 第九章 营销员包装技巧 / 91

## 第十章 营销员佩戴技巧 / 94

## 第十一章 营销员顾客心理揣摩技巧 / 97

## 第十二章 营销员顾客质疑处理技巧 / 105

## 第十三章 营销员顾客询问回答准备 / 108

## 第十四章 营销员顾客抗价应对技巧 / 120

## 第十五章 营销员法律法规知识 / 124



# 翡翠

## 基础知识



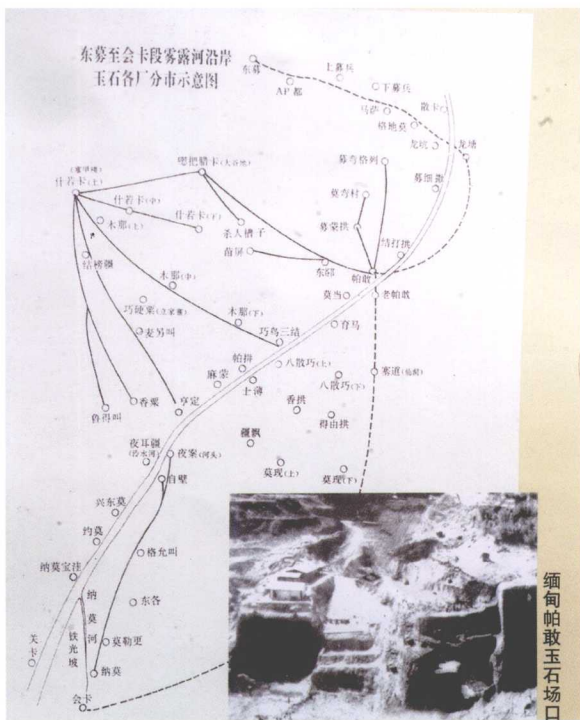
### 第一节 FEICUI CHANDI

#### 翡翠产地

翡翠产在缅甸，这是有它的历史原因的，可以说是翡翠特殊性选择的结果。翡翠生成，必须有特殊的地质条件：高压，低温，矿床主要围岩是基性、超基性高压片岩，并具有分带现象显现，处于地球板块运动不仅活跃而且能够相互碰撞的地带。优质翡翠，还需要有含铬的溶液后期掺入，围岩是高镁、高钙、低铁岩石。在生成过程中，还要没有破坏性的地质运动做后期保证。缅甸

所处的地理位置，恰巧具备了这样的条件。

据专家推断：大约在一亿八千万年前，地球上的缅藏板块与欧亚大陆板块相互碰撞，缅藏板块向欧亚大陆板块底下俯冲，之后，印巴板块，再次与欧亚大陆板块和缅藏板块碰撞，并集中俯冲于缅藏板块之下，使青藏、云贵高原上升隆起，形成了世界屋脊。两次大的地质运动，使原来残存的缅藏板块，更加支离破碎，超基性岩浆和其他岩浆，沿着大大小小碰断的裂隙，乘虚而



入。两次俯冲造成的高压低温，有力地推动了地质运动的变质过程，加上原已生成的超基性岩，这就生成了翡翠。

缅甸国土有六十七万平方公里，不是所有地方都产翡翠，产翡翠的地方主要集中在北部以勐拱为中心的地带。这些地带，从汉朝起，一直是中国“藩篱”，属云南永昌府（现在保山市）管辖。到了近代，在英军侵入缅甸后，才划归缅甸所属的密支那管理。

翡翠的发现，有其偶然性。传说是中国的赶马人，运货到缅甸，回程时，发现马驮子偏斜，为平衡驮子，随便捡了个石头，放于轻的一边。回来后，将石头丢弃在马厩角落里。日久马踏，皮破肉露，阳光照射，奇宝惊





现。消息传开，到缅甸的人回程都要捡石头。马帮一到，很多人都会凑过去问：“带石头回来么？”渐渐地，就有人背着自家的特产去缅甸换石头、贩石头；缅甸人见石头可以换货、卖钱，也就弃他而专门出来卖

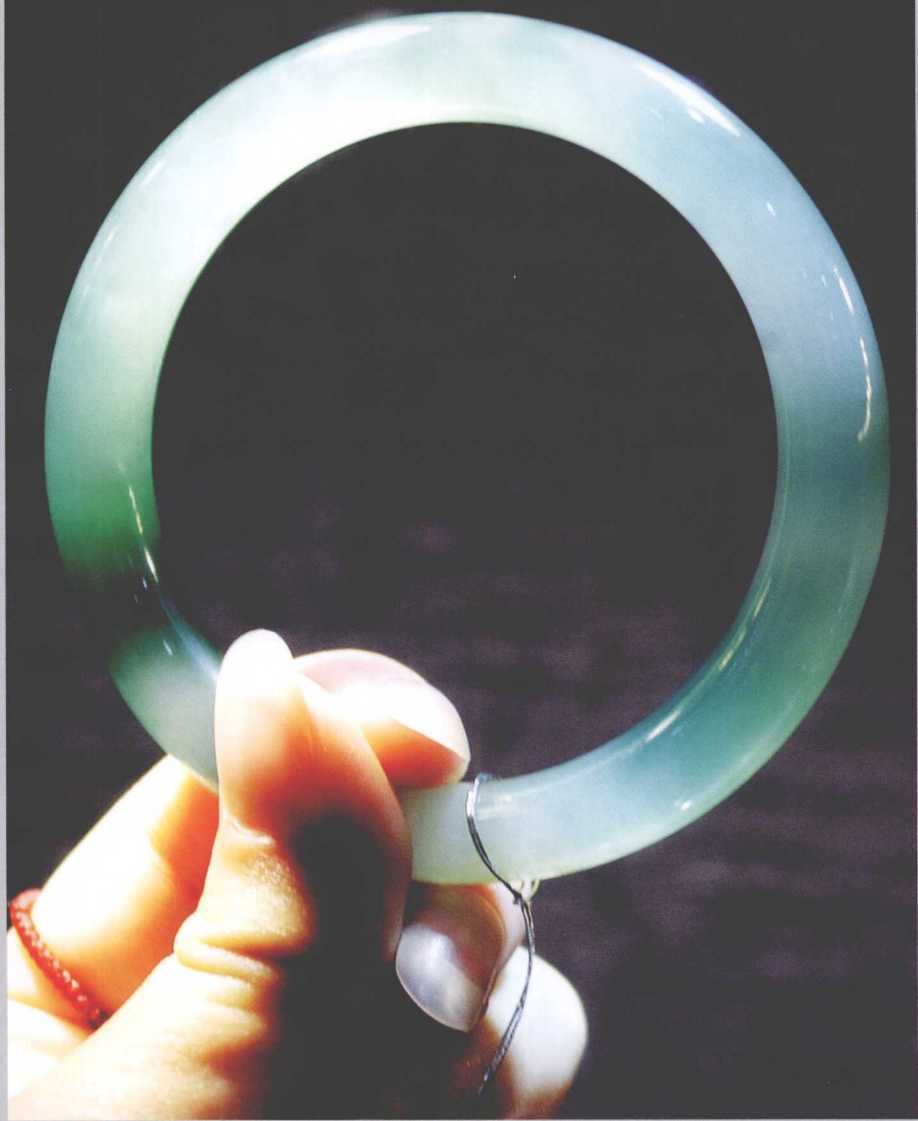
石头。这就是翡翠发现的过程。

当时，翡翠集散地在腾冲。有人揣测，像丢弃马厩的石头，砌入墙脚的，恐还很多。近年来腾冲的旧城改造，搬迁拆危，时不时弄出翡翠原石，证明了原来这种猜测是正确的。

翡翠发现的时间，有的说是周朝，有人说是汉朝，有人说是梁朝，有人说是宋朝，有人说是元朝，比较确信的是明末清初。之前的翡翠，如果有，那也可能是从商道传入的产自俄罗斯或日本的翡翠。

翡翠是美丽的，但挖掘翡翠的人的历史却是苦难的。勐拱位于缅甸北部克钦邦西北部，大多是原始森林地带，缅甸人称“野人山”。崇山峻岭，荒无人烟，豺狼当道，猛兽出没，瘴疠传染，疟疾蔓延。挖玉人，别着胆子、





带着干粮，挥豺狼、赶猛兽、抵瘴疠、抗疟疾、顶烈日、冒风雨，来到大山深处，挖土凿石、烈火焚烧、冷水浇泼、火尽玉裂，分而取之。这是天运照顾，自己也觉得有福气的那一部分人；运气差者，整月整年挖不到玉，白天一身臭汗，晚上一盏孤灯，狼叫虎鸣，倍感阴森。遇上洞垮石落，搭上了身家性命，付出了惨痛代价。

翡翠在民间的名声大了，官家也会垂涎。一些地方官吏为讨好上方，



自然会选择翡翠进奉。在清朝年间，翡翠进入了宫廷，质好色美的翡翠，一下子就打破了清宫以玩和田玉为主的传统，使名噪一时的西方宝石受到了冷落。翡翠的入宫，成了玉文化史上的划时代的大事件。它标志着玉文化将因翡翠的出现而进一步提升。

清廷慈禧太后崇尚翡翠，是翡翠在朝廷传播的重要原因。相传慈禧对外国使者赠的钻石不屑一顾，唯一对翡翠情有独钟。慈禧使用着很多翡翠玉器，死后，头部还放置着一个碧绿的翡翠荷叶，脚边放置着翡翠白菜和翡翠西瓜。那绿皮、红瓤、黑子、白丝的翡翠西瓜，实属稀罕之物，价值连城。



## 第二节 FEICUITEDIAN 翡翠特点

随着对翡翠研究的深入，翡翠特点越来越被更多地发现：

一是既多又少的个性特征。香港欧阳秋媚女士在其近作《秋媚翡翠·适用翡翠学》中，对翡翠的特点作了非常精到的“六多六少”的概括。

### 一、六多

#### 1. 多晶质

翡翠是由无数细小的晶体组成的。有的细粒小到0.01mm，这些小晶体，互相结合在一起，一个小小的翡翠戒面，可能就有数千粒晶体组成。由于翡翠的多晶质缘故，所以它的透光性就不如单晶组成的宝石。



### 2. 多矿物

过去认为翡翠只由硬玉一种成分组成，据现在研究发现，组成翡翠的矿物不只是硬玉矿物，还有其他含钠的辉石，如钠铬辉石、绿辉石等，另外还有一些不同的闪石类矿物和钠长石等，成分显得比较复杂。

### 3. 多色彩

翡翠的颜色有多种，如白色、紫色、绿色、黄色、红色、黑色等，这些颜色分布都是不均匀的，有时可以同时在一块翡翠上出现，这是一般宝石不可能具有的。翡翠的颜色有原生色（肉的颜色，白、紫、绿、黑）和次生色（皮色、黄、红），其中绿色变化最大。

### 4. 多种质

翡翠的种类十分多，这是因为它是一种多晶体，晶体的粗细不同，晶形不同，结合方式不同，组织结构不同，因而就有不同的质地和透明度。

即使在同一块石头上都会出现不同的质地和透明度。加上它由多种矿物组成及多色，所以，就有多种多样的质地。种质变幻无穷，玉品各不相同，称呼也就五花八门。

### 5. 多期性

翡翠并不是一次形成的，从绿色与底的关系来看，先形成“底”，后形成绿色。研究表明，颜色变化大，说明翡翠形成具有地质的多期性，存在着许多互相叠加、互相渗透的地质现象。





## 6. 多款式

首饰加工，是根据材质的形状、颜色和透明度设计加工的。因为翡翠的质地多种多样，多姿多彩，所以，翡翠饰品的品种、款式最多。

## 二、六少

### 1. 地理分布看少

从产地看不如其他宝石产地多，世界上只有五六个国家产翡翠，而真正达到宝石级的只有缅甸，其他产地除俄罗斯外，大部分只能做雕件。

### 2. 形成条件看少

翡翠形成于超高压、低温，除需要有板块相碰撞的地质条件外，还需要有一定原岩，即超高压变质岩，这样苛刻的地质条件，不可能每个国家都能达到，所以，翡翠产地极少。

### 3. 形成时间看少

形成于六千多万年前，喜马拉雅山运动板块构造上升时期，是经过漫长的地质历史形成的。

### 4. 优质翡翠看少

从世界范围内陆续发现了硬玉的露头及矿床，如俄罗斯、美国、日本和中美洲，但都缺乏宝石级翡翠。翡翠必须通透、色好。但硬玉中要有一定铬离子是不容易的，尤其是要求含一定百分比才能呈现好的色彩，再加上要求颗粒细才有一定透光性。然而一般硬玉矿物特性是短柱状的，要形成纤维晶体结构也是极其困难的。总之，由



于生成条件苛刻，多少成因条件都必须在最优的前提下同时满足，后期的地质运动又不能过分激烈，否则就会破坏翡翠品级。如果说前期条件得来纯属偶然，那么后期条件的要求就更加苛刻，谁能办到让缅甸地质板块不参与地球运动？所以，优质翡翠很少。

#### 5. 供求关系看少

人们生活越来越好，喜欢翡翠的人越来越多，而达到宝石级的翡翠资源又极为有限，而且不可再生。市场越来越显现出求大于供的趋势。多年来，翡翠价格只升不降，只涨不跌，翡翠的成交价格，将会随着时间的推移，越来越昂贵。

#### 6. 了解翡翠的人看少

由于产地稀少，产量有限，翡翠的流传不广；多年来的种种原因，翡翠又曾一度被打入冷宫；加上缅甸政府几十年来对矿山的管制，一直不准一般外来人开采，不让外来矿主涉足矿山管理，致使很多人没有途径去详细研究翡翠矿床，了解翡翠成因、开发、经营及管理；再加上翡翠贸易多年来充满神秘性，翡翠的风险性制约着不少人的兴奋神经，普通大众对翡翠知识一片茫然，对翡翠的认识，还只停留在少数人之中。

二是既明又暗的脾气特征。解开的翡翠，明如画，透如水，连细如微尘、轻如毫毛、薄如蝉衣的瑕疵都呈现在你眼前，遮不严，藏不住，清楚楚





楚，明明白白，想含糊，欲掩藏，都不可能。可是，原石就暗得几乎让人看不懂。现代科技，可视五脏六腑，却无法看透翡翠的水与色。一块弃石，玉师看出一分水色，卖五万，看出三分水色，卖五十万，再解，满绿满水，卖五百万。昨日的穷光蛋，今日暴富升天，进酒楼，吹洋风，洗土气，牌局相邀，不落人后。反之，一块百万、千万的石头，赌砸了，一文不值，霎时间，百万富翁，一贫如洗，混入丐帮，喝清汤，吃混面，流浪街头，蓬头垢面，这就叫赌石！鉴于翡翠的极端复杂性，前人惊呼：“神仙难断寸玉”。现代人叹止：“玉石无专家”。玩赌石，谈石色变，石头不绿，脸先绿。真可谓是“赌石如赌命”。有人说翡翠是胆子活，玩命活，一点也不假。



三是既老又少的取名特征。说她少，名字只是在近代才喊响亮掉，近代的概念，只是弹指一挥间。说她老，从翠羽鸟名嫁誉给了翡翠开始，还可以溯源至周朝、汉朝、隋朝。汉朝的文艺作品中有了翡翠的称呼，班固的《西都赋》和张衡的《西京赋》里，都同时提到“翡翠火齐”。古代称像火齐一样的水晶为“火齐”，与水晶并列的翡翠，想必也是质的宝玉石，不可能再是鸟名或者述了。所以，有文字可考的翡翠玉从汉代开始。这种翡翠，是否产于甸，还有待于出土文物的进一步证明，专家趋向的意见是：可能来自俄罗斯或者日本。



四是既烂又平淡的品质特征。美学家宗白华说：“中国向来把玉作为美的理想。玉的美，即‘绚烂之极归于平淡’的美。可以说，一切艺术的美，以至于人格的美，都拿玉作标准，都趋向于

玉的美。内部有光彩，但这是含蓄的光彩，这种光彩是极绚烂的，又是极平淡的。”翡翠之美，美其质，美其色。质地细腻、晶莹通透、冰清玉洁、宝光灵气、楚楚动人、碧绿澄清、水灵滴翠、翠艳夺目、生机盎然。看着，心旷神怡，倍感振奋。这种美，内敛含蓄、空而不泛、秀外慧中、藏而不露、不浮、不华、不偏、不执。看着翡翠，像在看自己：要美、要高雅、要宽容、要坦荡、要忠诚、要正直、要无畏、要无私、要有气质……而这一切，都是在平淡中进行，在平淡中感悟，在平淡中升华，在平淡中完成，这就是翡翠特有的文化现象。

### 第三节 翡翠与玉比较



翡翠与玉既相同，又不相同。相同的是：都是由自然界产出，具有商业价值，达到宝石级，可加工成装饰品的矿物，都具有美观性、耐久性、稀少性和工艺性。但又不相同：

#### 一、偶然性不同

玉的发现与翡翠的发现都具有偶然性，但两者的偶然性根本不同。玉的发现的偶然性更积极，先民们在大量接触石头的劳动过程中，“偶然”的机会多，“偶然”的主动性多。翡翠发现，纯属偶然。

#### 二、先天性不同

玉为透闪石类矿物，成细密交织在一起的微晶集合体产物，化学成分是钙、镁、铁的硅酸盐，硬度6~6.5，密度2.9~3.1，折射

率1.61，油脂光泽，半透明至不透明。颜色有白、青、黄、绿、墨和红等。其颜色不同，是由阳起石变种的量不同及化学成分的差异引起的。翡翠是以硬玉矿物为主的辉石类矿物致密集合体，以铬元素为致色离子，硬度6.5~7，密度3.33，折射率1.66，翡翠物理性能一般都高于玉。还有翡翠的成矿条件是高压低温，因而，翡翠的品质一般都优于玉。

### 三、界定性不同

玉的界定比较宽泛，自然界中质地细腻、结构致密、光泽温润、颜色美观、不透明、微透明，由单矿物或多矿物组成的天然矿石，统称为玉或玉石。东汉文字学家许慎，看到了这种内涵的宽泛性，在他所著的《说文解字》里，把玉定义为“石之美者”。翡翠的发现，由于科学技术的及时跟进，人们用物理化学手段，就将翡翠的身份，适时地限制在宝石学的范围之内。

### 四、角色性不同

玉与石分开以后，从图腾崇拜，到与神沟通，到道德的象征，到权力的代表，担任过众多的角色，背负过众多的使命；翡翠的角色比较单一，除美及美给人的操守以外，就是财产的保值，使命比较单纯，关系也不像玉那么盘根错节。

### 五、时限性不同

玉发现、使用的历史将近一万年，经历了一个又一个朝代，一直没有中断过；翡翠使用的历史较短，也才几百年，简直不能与这延绵万年的玉石相提并论。

### 六、背负性不同

这里说的“负”，是指负面效应，一种不该有的蚀落和背离。玉虽有仿制或沁色，但不像翡翠被仿冒制假的程度那么严重，短短几十年，B货、C货、B+C货、D货、“染色”、“炝色”、“新玉”等等，冒充产品，五花八





门，制假手段，层出不穷。

### 七、价值尺度不同

由于翡翠的品质优于玉，不管质地，还是色彩，它都大大超过玉，成为名副其实的“玉中之王”。因而，决定了两者之间的价值尺度不同。一串玉项链，可以几百元买得到，一串好的翡翠项链要几万，个别奇异名贵的精品要百万、千万；一只玉手镯，开价几百元，一只上好翡翠手镯开价几十万、几百万，有的简直要用“价值连城”来形容。

### 八、分级难度不同

玉的矿物成分、形成条件相对简单，玉质、色彩的变化相对稳定，加上识玉时间较长等因素，玉的分级相对比较容易。翡翠由于矿物成分复杂，成矿条件极其苛刻，质地、色彩变化非常之大，加上对翡翠研究时间相对较短，因而，翡翠分级就极其困难。

### 九、研究深度不同

用玉历史将近一万年，对这漫长的用玉历史，不管是玉矿形成、矿物结构、质地变化、色彩成因、雕琢工艺，各种学科都分门别类地进行了过细的研究；翡翠的研究，不论广度和深度，都不如对玉的研究那么深入，只是近年来，才出现一些可喜的研究成果。

