

caishu11 / February 01, 2013 11:36AM

### [選珠寶需要“火眼金睛”](#)

彩色寶石還必須考慮出產地。如今，一些聞名世界的寶石礦都已枯竭，譬如緬甸的抹谷；不過另一些仍有產出，譬如哥倫比亞的Muzo，它于2009年憑借著珠寶品牌Muzo International重燃生機。

[\[url=http://blog.beimeicn.com/blog\\_markey/p/279066.html\]](http://blog.beimeicn.com/blog_markey/p/279066.html)[Why](#)[\[/size\]](#)[\[/color\]](#)[\[/url\]](#)

最令人瞠目結舌的案例也是關於抹谷紅寶石的，Graff Diamonds于1987年花費超過350萬美元，買入一顆15.97克拉的鴿血紅寶石，這是當時全世界最好的紅寶石。根據總裁Francois Graff的說法，他們曾先後三次買入和賣出這顆紅寶石，最近一次的成交價格已是最初價格的5倍。[\[url=http://blog.liontravel.com/babycm/post/16008/79508\]](http://blog.liontravel.com/babycm/post/16008/79508)[How](#)[\[/size\]](#)[\[/color\]](#)[\[/url\]](#)

Graff涉足彩色寶石行業的信號已非常強烈。雖然在曆史上，品牌創立者Laurence Graff曾因購買溫莎公爵的祖母綠戒指而名聲大噪，但Graff珠寶向來以鑽石聞名，而這一次，他們決定進軍彩色寶石行業。[\[url=http://kaiiy.noahblog.com/m/2013/01/30/\]](http://kaiiy.noahblog.com/m/2013/01/30/)[Why](#)[\[/size\]](#)[\[/color\]](#)[\[/url\]](#)

克什米爾藍寶石、紅寶石以及切割好的莫臥爾風格祖母綠，都是珠寶首飾的主角。談到最近亞洲市場快速上升的需求，Francois Graff認為：“他們開始欣賞彩色寶石了，也意識到這些寶石的稀缺性和投資價值。”Graff品牌的寶石獵人，同樣在尋找古董寶石。[\[url=http://vavaboy.anime-cosplay.com/Entry/15/\]](http://vavaboy.anime-cosplay.com/Entry/15/)[poor](#)[\[/size\]](#)[\[/color\]](#)[\[/url\]](#)

最近，他們在一枚古董胸針上找到一顆46.81克拉的頂級藍寶石，其造型、色澤和透明度都在一定程度上提升了它的價格。[\[url=http://blog.qooza.hk/markey?eid=26058401\]](http://blog.qooza.hk/markey?eid=26058401)[Than](#)[\[/size\]](#)[\[/color\]](#)[\[/url\]](#)

Laurence Graff將彩色寶石形容為“猶抱琵琶半遮面”，因為只有具備相關知識、鑒別能力和藝術品味的精英買家才會被它們吸引，同時收藏這些寶石本身也是一種身份的象征。有見識的珠寶買家能夠感受到每顆寶石的獨一無二，他們沈醉于色彩和光澤的細微差別、鮮豔和透明之間的巧妙平衡。[\[url=http://vavaboy.blissfulblog.com/less-rational/\]](http://vavaboy.blissfulblog.com/less-rational/)[Less](#)[\[/size\]](#)[\[/color\]](#)[\[/url\]](#)

正如蘇富比亞洲鑽石部的總監Patti Wong所說：“挑選一顆上等彩色寶石是非常微妙的，就像品紅酒一樣，你必須理解那些非常抽象的概念，回憶起色彩、光澤和透明度的級別。每個買家都得接受這種挑戰，看看他們是否具備這樣的‘火眼金睛’。”

---