

# 让传统金工技艺真正回归生活

——专访楚宝堂第十代传承人胡杰凯

□ 本报记者 贾淘文

近年来,围炉煮茶成为众多消费者冬季首选的休闲方式。精美的银壶在茶炉上煮出浓郁的茶汤,壶中蒸腾的水汽给人带来温暖和滋润;香甜的红薯、栗子、年糕在炉火的烘烤下散发出甜美的香气,为品茶者带来静谧而放松的感受。

进入龙年,与龙元素相关的工艺美术产品受到了众多收藏者的青睐。作为龙的传人,龙的形象在中国民间具有众多吉祥美好的寓意。楚宝堂获得国家版权局登记原创保护的“中国龙壶”,因其名贵的材质、精湛的工艺与巧妙的龙纹设计,成为集实用功能与金工艺术为一体的茶器艺术品,在龙年之初就受到了众多收藏者的关注。

使用才是最好的收藏

谈及银壶收藏,很多消费者的第一反应就是“束之高阁”,将藏品摆放在多宝阁欣赏。由于白银材质易于氧化,还要长年以保鲜膜仔细包裹,隔绝空气防止银壶产生氧化现象。然而,在楚宝堂第十代非遗传承人胡杰凯看来,这种收藏方式就如同将一枝鲜艳的花朵插在了瓶中,虽然可以近距离欣赏其美,但是却感受不到花朵绽放出的自然意趣和生机勃勃的生命力。

今年刚刚步入而立之年的胡杰凯在接受记者采访时表示,银壶最好的收藏方式就是真正地去使用。因为,银壶的主要功能不是观赏,而是煮水和煮茶,脱离了实际用途,即便是再精美的银壶,也如同无根之木一般,失去了其原有的价值。因此,只有真正地使用,才能体现出器物本身的实用价

值。人们在饮茶、煮茶的过程中,可以直观地体会到匠人在器物设计中的巧妙构思,感受集舒适性与艺术性完美结合的造器技艺。同时,银壶通过长期的使用会留下专属于收藏者的岁月痕迹,每一个使用的痕迹都蕴含着美好的回忆。

胡杰凯表示,很多朋友在收藏银壶时,总会认为这么好的艺术品用来烧水实在是舍不得。其实,银壶虽然不能像普通厨具一样随意使用,但也并没有消费者想象中的“脆弱”。只要掌握正确、得当的使用与养护方法,银壶经过时光的洗礼,会显现出更加温润的岁月之美。

胡杰凯介绍,一把收藏级的银壶完全可以用来煮茶、煮水,但不建议大家使用明火进行烧煮,因为明火会将壶底熏黑,影响银壶的品相与整体美观。此外,一些工艺繁复的银壶会镶嵌宝石、牙角等装饰及木质的手柄,明火烧煮容易导致镶嵌部件脱落,木质把手焦糊的情况发生。朋友们在使用银壶进行围炉煮茶的时候,可以选择更清洁、环保、高效的电陶炉作为煮水的工具,既可以享受高品质的茶饮体验,又可以在使用中保护银壶,同时无明火的电陶炉也更加安全。此外,银壶在煮茶、煮水时应注意水位,不要将水加得太满,以七分满为宜,防止茶汤沸腾后喷溅溢出,更不可以无水的情况下进行干烧,会使银壶因过热导致变形,甚至出现破损。

“银壶有一个独特之处,就是在煮水后不会出现明显水垢,但如果是经常煮茶会使内壁氧化产生茶渍,如果朋友们用银壶只煮一种茶,产生的茶渍可以不用清除,这点和紫砂壶‘一壶



楚宝堂二代匠人胡杰凯(左)与胡一金大师(右)

茶’的原理相同,能够最大程度地保留茶的清香。”胡杰凯介绍说:“很多朋友在佩戴银质饰品的时候会发现,白银容易出现氧化发黑现象,银壶与空气、水和热源的频繁接触,更易氧化,这属于正常的现象,不必过度地对银壶进行清洁保养。如果是特别喜欢银质明亮光泽的朋友,也可以选择对银氧化部位进行清理,面积比较小的氧化部分可以用保养首饰的擦银布进行擦拭。如果需要对银壶进行整体清理,可以将银壶与锡纸、食用盐放在一起用温水进行浸泡,只需几分钟银壶就会光亮如新。”

技艺传承的沃土是回归生活

胡杰凯对记者说,现在经常听到一句话,叫作“艺术生活化,生活艺术化”,我个人很认同这个观点。如果单纯地为了烧水解渴,随便用什么炊具都可以实现,但是随着生活水平的提升,品质化消费成为越来越多朋友的追求。如何让生活多一点仪式感,多一点美感,就成为当代非遗传承人要仔细思考的命题。楚宝堂的作品被浙江省博物馆、杭州工艺美术博物馆等多家国家一级博物馆收藏,这是一种荣誉,更是对于品牌十代匠人的肯定。但是在我看来,工艺美术产品最好的归宿还是应该从博物馆,回归到百姓的生活中去,因为工艺美术产品最初就是来自于生活,让百年传承的匠心巧作,以艺术化的表达方式重新回归到现实生活中去,以器物之美传递中国传统非遗技艺的魅力,才能让

更多的人了解并真正爱上传统非遗技艺。艺术在生活的沃土中,才能够不断生根发芽,不断发展壮大。

“我认为,让传统金工产业持续焕发新生机,一方面要将技艺水平不断提升,迎合当代审美,歌颂时代主题,创作出具有新思想、新理念的作品。另一方面要不断拓展新媒体展示空间,积极弘扬永康金工的文化,让更多的消费者了解永康金工,了解楚宝堂十代匠人的传承故事,了解一把银壶所蕴含的高难度制作工艺及匠心传承的文化内涵。以银壶为传播载体,将艺术的生活化表达方式,真正地送到每一位热爱传统非遗技艺、热爱永康金工、热爱美好生活的观者面前。”胡杰凯如是说。

采访中,胡杰凯对记者说:“我的父亲胡一金是楚宝堂第九代非遗传承人,是一位高级工艺美术师,也是中国工艺美术协会中青年人才专业委员会副主任委员。我从小跟随父亲学习传统金工技艺,父亲对于金工技艺严谨细致、孜孜以求的工匠精神深深地影响着我。楚宝堂历经十代匠心传承,至今已有311年的历史,多年来在我父亲与众多前辈工匠的协同努力下,将楚宝堂打造成为国宝金工大师家族品牌。如今,传承的重任交到了我们这一代年轻匠人的手中,在继承传统金工技艺的同时,我更关注金工行业的发展。我经常在想,永康金工行业什么时候可以真正引领中国艺术品收藏的热潮,楚宝堂如何建设中国传家宝大师艺术馆。这是我的梦想,也是我努力学习技艺的动力。”

## 热点聚焦

# 年轻消费群体掀起“打金”热潮

□ 本报记者 贾淘文

日前,中国黄金协会发布的数据显示,2023年,全国黄金消费量1089.69吨,与2022年同期相比增长8.78%。其中黄金首饰706.48吨,同比增长7.97%;金条及金币299.60吨,同比增长15.70%。

近年来,越来越多的年轻消费者爱上了黄金产品。从小而美的金饰产品与古法金的流行,到定期购买小金豆“锁住存款”,黄金消费的热潮在年轻群体中开始流行。黄金产品在年轻人眼中从“老妈乐”摇身一变成为“又美又保值”的“真香典范”。

农历新年来临之际,线上线下掀起了一阵“打金”的热潮。有业内人士指出,“打金”的爆火,体现出了年轻消费群体对黄金保值的期待以及对高性价比的追求。“打金”属于定制服务,能够满足消费者对于首饰独特性和个性化的需求,也推动了传统金工技艺逐渐回归到百姓生活,为黄金消费增加了新的选项。

据了解,消费者热衷“打金”最主要的原因就是高性价比。黄金饰品价格由原料费和工费两部分构成,“打金”与购买成品黄金饰品相比,工费更低、性价比更高。在某社交平台上,以“打金”为关键词的笔记超13万条,与黄金相关的词条频频登上热搜。不少网友分享了“打金”的心得,品牌店成品黄金首饰的工费在每克30元至60元不等,而“打金”的工费大多数在每克15元,一些款式简单的金镯子、金耳环的工费只要几十元。在短视频平台上,众多展示古法黄金制作技艺的博主通过拍摄短视频和开设直播,向网友展示“打金”的工艺流程、成品效果,并对于网友提出的疑问进行解答。不少网友在视频中留言或在直播中咨询定制同款产品的工费及制作周期,询问工作室地址及博主联系方式。

“打金”简单地说就是来料加工,消费者选定款式后,将黄金原料交给金工匠人制作出成品。记者了解到,目前流行的“打金”分为线上线下两种交易模式。线上交易又分为在线预

约、线下制作和邮寄黄金原料进行制作两种模式。选择邮寄黄金原料定制的消费者大多是通过短视频了解到金工技艺的魅力,成为了某位金工匠人或金工品牌的忠实粉丝,对其持有充分的信任。而线下“打金”则是消费者将黄金原料带到专业金店,由店内工匠进行黄金首饰的加工。消费者可以一对一地与金工匠人进行交流,匠人的全部工艺流程都在消费者的注视下完成。

黄金属于贵金属,因此“打金”的工艺流程极为严谨细致。首先是对原料重量的多次复核,金工匠人与消费者确认款式及工费计算方式后对黄金原料进行称重,在消费者确认称重得出的数据后,对黄金进行过火,以去除黄金原料表面的污渍,过火后还需要进行称重确认克数。黄金原料经过光谱仪检测纯度后匠人开始熔金,原料融成金饼后,还需要再次与消费者确认纯度和克数。在多次的重量确认环节过后,匠人才正式开始“打金”,在首饰制作的过程中需要与消费者随时确

认尺寸大小,成品完成后进行工费、损耗抵扣的价格结算并出具黄金检测报告及交易票据。

此外,很多消费者对于“打金”的损耗格外关注。记者了解到,目前有三种方式可以实现“零损耗加工”。第一种是匠人根据黄金首饰的制作工艺难度,提前把预估的损耗量加入顾客带来的黄金原料中,以保证成品与原材料的克重一致;第二种方式是,在制作首饰之前不提前加金,匠人会在黄金首饰制作完成后,将打磨下来的金料融成金豆交还顾客;第三种是直接按当日国际金价扣加工费用。

记者发现,在网络上“打金”经验的分享中,也出现了不少“爆雷贴”。有博主分享了“打金”被坑的经历,大多数问题集中在含金量减少、损耗过大、成品工艺粗糙等问题。对此有业内人士表示,避免此类消费纠纷的办法非常简单,首先消费者要选择正规的金工制作单位,并且最好在匠人加工的过程中全程监督,在“打金”的过程中重点关注克重和纯度并保留好消费凭证,在收到黄金饰品后要求商家或自行去国家权威的黄金珠宝检测机构进行二次复检,通过科学的检测数据证明黄金首饰的含金量。

## 消费新说法

□ 本报记者 贾淘文

原价都是上万元的珠宝首饰,今天全场一折清仓;这款大师制作的紫砂壶店里要卖到上万元,今天直播间只卖599元;全场高端珠宝免费送,只要20元邮费……

如今,打折已成为各大商场和电商平台为了吸引消费者而经常采用的营销手段。在一些电商直播中,主播以产地直销、厂家回馈、大师福利为促销噱头,将产品从几千上万元的原价,“打到”几百元甚至十几元,强烈的价格反差吸引了众多消费者的关注。

“打折”成为营销手段

一些消费者被商品悬殊的价格差所吸引,疯狂下单。同时,也有消费者提出不解:主播说的原价有什么依据吗?真的是商品的实际销售价格吗?为什么在直播中会出现如此大的价格区间?这究竟是真实的让利回馈,还是“张嘴就来”的忽悠人?

有业内人士表示,通过高原价与低现价对比的营销模式,早在二十多年前的电视购物中就已经普遍应用。销售者会通过价格比较,体现出节目中惊人的优惠力度,营造出紧张、稀缺的销售场景,用“千载难逢”的低廉价格加上名额有限的购买机会,刺激消费者迅速下单。一些知名品牌的产品或是价格相对透明的快消产品,消费者可以很容易查询到其真实的原价,而对于价格相对不太明晰的产品,如珠宝首饰、腕表、纪念章、邮票及文玩产品,在市场中并没有一个相对明确的价格标准与依据,消费者并不能够直观地判断该产品的真实原价,因此所谓的打折促销在没有明确原价的参照下,消费者听到的基本都是卖家的一家之言。高原价与低现价的营销对比,存在着很大的主观性,大多数的大力度打折基本都是商家的一种营销手段罢了。

虚构原价涉嫌价格欺诈

对此,北京柏舟律师事务所律师孙发耀在接受记者采访时表示,虚构原价的行为或构成价格欺诈。根据《中华人民共和国价格法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等规定以及国家发展改革委相关解释,价格欺诈行为是指经营者利用虚假的或者使人误解的价格标示形式或者价格手段,欺骗、诱导消费者或者其他经营者与其进行交易的行为。“虚构原价”是指经营者在促销活动中,标示的原价属于虚假、捏造,并不存在或者从未有过交易记录。“原价”是指经营者在本次促销活动前七日内在本交易场所成交,且有交易票据的最低交易价格,如果前七日内没有交易,以本次促销活动前最后一次交易价格作为原价。商品价格是消费者进行商品交易时最重要的考量因素之一,促销信息往往在令消费者认为优惠幅度大而购买商品。很多直播中,商家信口报出的高昂原价,如果没有切实的依据,就涉嫌捏造并不存在的交易价格,使消费者产生误解而购买商品,这种行为就已构成价格欺诈。消费者遇到此类情况,可以向12315进行反馈、投诉。

孙发耀律师指出,价格欺诈的具体形式有很多种,其中就包括:一、谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价;二、以低价诱骗消费者或者其他经营者,以高价进行结算;三、通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务;四、销售商品或者提供服务时,使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格及其他价格信息;五、无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺;六、不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易;七、通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时,拒不按约定折抵价款等。

商家或面临万元罚款

孙发耀律师也提醒广大经营者,在直播中主播随意报出的虚高原价,看似只是一句简单平常的营销话术,但背后蕴含着极高的法律风险。如果经营者“假打折”的事实清楚,证据充足,将会面对严厉的处罚。根据《价格法》规定,经营者不得利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。根据《价格违法行为行政处罚规定》,经营者利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易的,责令改正,没收违法所得,并处违法所得5倍以下的罚款;没有违法所得的,处5万元以上50万元以下的罚款;情节严重的,责令停业整顿,或者由工商行政管理机关吊销营业执照。

随着市场竞争的加剧和消费者对优惠的需求不断增加,“假打折”的现象也越来越普遍。如何分辨真假打折,成为了消费者需要掌握的一项重要技能。孙发耀律师表示,消费者要避免陷入价格欺诈的纠纷,也应不断学习和掌握一些消费常识,在购物时能够谨慎、理性地对待打折商品,以避免被“假打折”所蒙骗。消费者可以在购买商品之前了解该产品的价格变化趋势,做到真假打折心中有数。在购买家电、清洁用品、保健品等快消商品时,可以在不同渠道进行价格对比,此类商品的价格相对透明,因此真假打折可以一目了然。在购买珠宝、收藏品、文玩产品时,可以通过不同的销售渠道进行价格的对比,虽然此类产品的价格并没有明确的依据,但是通过对比不同商家和渠道的价格,也可以对于此类产品的价格有一个初步的判断。最后,消费者需要避免盲目购物,不要因为打折而盲目消费。在购买商品之前,需要仔细考虑自己的需求和实际情况,以避免购买不必要的商品。



原价现价张嘴就来 商家或涉嫌价格欺诈