

独特审美造就手串个性化表达 “文玩青年”串珠成“记”

□ 本报记者 贾洵文

近日,江苏省苏州市姑苏区南石子街戏荷斋的掌柜成了“网红大爷”。据了解,“网红大爷”原本经营了一家古旧物品商店,随着“珠串热”的兴起,他将店内的新老珠子混合在一起,供消费者自由搭配个性手串。没想到就是这样一个简单的改变,吸引了众多“文玩青年”的光顾。

面对记者的采访,“没牙大爷”发出了这样的感慨:“不想红,真得不想红!”他对记者说:“每天一大早就有顾客敲门,真是烦死了,从8点钟忙到下午,午饭都来不及吃。”

告别“材质观”体现个性之美

随着年轻一代消费者的崛起,他们独特的审美和消费习惯,也推动了众多传统行业开启转型之路。如今,“文玩青年”又将他们的猎奇目光锁定了各大文化市场,开启了一场轰轰烈烈的“珠串整顿行动”。



网友展示的个性化搭配手串



网友展示的个性化搭配手串

在北京潘家园旧货市场,一位商家对记者说,“以前的消费者购买珠串都是‘随大流’,非常看重材质的名贵与稀缺,我们在销售的时候还会特意强调这是‘印度小叶紫檀’,这是‘海南的黄花梨’,‘越南的沉香’,这是‘博山的清代老琉璃’,顾客购买的珠串重材质,轻搭配,大多数玩家都是一条素串盘到包浆灿然。现在大批的‘文玩青年’成为文化市场的消费主力,他们有了自己独立的审美和消费认知,也让珠串的经营模式发生了变化。

一位销售山桃核的商家对记者说,“以往山桃核手串和金刚、凤眼、星月这种‘老三样’相比,简直就是文玩鄙视链的最底端。现在不同了,山桃核以其超高的性价比受到了越来越多年轻消费者的青睐,二三十元就能买一串,回去随便搭配一颗琉璃或松石,瞬间就能‘高大上’起来。”

“以前市场里都是专业人士瞪大眼睛‘数宝’,考验的是慧眼识珠的专业技能,后来市场成为了中老年人休闲娱乐的文化集市,追求‘捡漏儿’的乐趣,如今大量年轻人涌入文玩市场,‘颜值高’

‘价格香’的特色文化产品成为了他们的首选。尤其是每周三和周五晚上的夜市,更是吸引了一大批‘都市不眠人’的光顾。一些‘文玩青年’看到十几元一串的水晶、玛瑙、琉璃手串,经常一买就是几十条,还会跟我们要批发价。”一位商户对记者说:“一条珠串传递出传统文化之美,更为年轻消费者提供了情绪价值。地摊文化和潮玩文化成为市场的发展方向,也为疲惫了一天的年轻人提供了释放工作压力的休闲空间,让他们感受到传统文化传递出的好运气和新希望。”

从凌晨“数宝”的古玩市场,到都市夜生活新地标,北京潘家园旧货市场经营模式的变迁,折射出时代与文化的交融,一条小小的珠串也承载了年轻人情感的寄托与生活的希望。

构建“1人”专属社交空间

“95后”的“娃娃”是一名标准的“1人”,大学毕业后在一家公司从事财务工作。她的日常生活始终保持单位和家两点一线,休息时间能不出家门坚决不出门,但唯一令她“义无反顾”走出家门的事情就是配珠子。谈及为何会爱上DIY珠串,“娃娃”对记者说:“现在,无论在工作还是学习中,很多时候都会面临‘万般不由己’的窘境,唯独配珠子是我可以随心所欲做,想怎样就怎样的‘任性’时刻,看着一堆五颜六色、大小不一的珠子,便会不由自主地开启‘头脑风暴’,一个小时甚至几天的搭配设计后,完成一条属于自己的珠链,不仅会收获满满的成就感,更培养了自己的专注力,提升了审美力和对于传统文化的认知,而且通过看货议价、交流学习还结识了一些志同道合的新朋友。生活、学习、娱乐、社交完美融合,鸡零狗碎的生活,也开始变得井然有序,一切都犹如串珠成链。”

随着DIY搭配珠串的流行,网络绳结教学的短视频也成为广大“文玩青年”关注的焦点。很多视频博主和手工达人,纷纷在直播或短视频中向广大网友分享编织技巧和搭配原理。这类短视频主打一个“短小精干,有手就会”,“如何编吊坠绳”“不用手拉绳怎么编手串”等视频实用性极强,成为网友关注的热点。

“将传统手工艺与移动互联网融为一体,就拥有更多的传播渠道,我们采取‘绳结+’的服务模式,将中国绳结文化在互联网上进行推广,既拓展了绳结产业的知名度,也促进了绳结文化的传承与发展。”采访中,一位手工博主对记者说:“互联网的介入为绳结文创提供了多种宣传方式和营销方式,开辟了传统非遗技艺走向新世代生活的创新发展之路。如今,我国绳结文化通过短视频和直播的形式开通了账号,进行绳结手工艺介绍教学、绳结艺术品展示、产品推广、文章推送等业务,‘绳结+新媒体’传播形式,让更多的‘文玩青年’以较低的成本获取到



大量“文玩青年”涌入文化市场

有用信息。同时,我也根据当年轻人的生活形态与消费习惯,在传统的绳结艺术中注入新玩法与新设计,这也有助于传统绳结技艺的‘再发展’。”

“娃娃”对记者说:“‘卷’工作,‘卷’娃,‘卷’宠物,这种‘卷’都让人心累,现在开始‘卷’珠串,看到好看的设计马上记录下来,看到新颖的绳结编织方法马上就上网学习,身边志同道合的朋友多了,生活也变得更加多彩了。”

“生活碎片”串出“美好手账”

不攀比材质的名贵,不跟风千篇一律的潮流,不追求刻板的传统形制……现在,越来越多的“文玩青年”将珠串视作记录生活的“美好手账”。老钥匙、铜纽扣、旅行时捡到的小石头、碎瓷片,甚至骨折痊愈后取下的钢板、孩子的乳牙、已逝爱宠的毛发都成为珠串上的配饰,这些充满人情味和无限回忆的物品点缀在珠串之上,仿佛将昔日的温暖与美好回忆凝固成永恒,随身佩戴如影随形,睹物思人美好回忆萦绕心间。

艾米学习的是音乐学,近期她在网络直播间购买了一条月亮珠串送给奶奶,并贴心地让商家为珠串配上了小葫芦做成的药瓶,里面装着速效救心丸,以备老人不时之需。谈及购买珠串的初衷,艾米对记者说:“五一假期,我在西北旅游时和当地一位卖干果的阿姨闲聊,交谈中阿姨给我介绍了她手上珠串配饰的故事。没想到,每一颗珠子都包含了一段故事,这里面包含着母亲的祝福、祖母的祈祷、家族的传承、爱人的甜蜜,还有创业的艰辛……阿姨说,戴着这串珠子,就好像感觉和家人永远地在一起。几颗彩色的珠子,也浓缩成这位阿姨从小姑娘到花甲之年的‘时光胶囊’。于是,我也想为奶奶买一串珠子,在她百年之后我们子孙分别时能够睹物思人,永远珍藏和

铭记这段刻骨的祖孙情。” “00后”插画师小海的凤眼菩提上,挂着一把防盗门的钥匙和一枚外国钱币,这两件配饰记录了他的一段深刻的情感经历。“一枚硬币是我们去旅游时剩下的,当时我们约定等硬币钱还要故地重游。这把钥匙是我们合租时的房间钥匙,如今钥匙还在,而我们却永远也不可能再打开那扇门了,再也回不到那两人三餐四季的家了。虽然,眼前早已物是人非,但是每每把玩手串的时候,总会有一种时光倒流的感觉,总会不自觉地想起那年、那时的过往,虽然显得有些悲观,但是确实是此生最美好的回忆。”

有业内人士表示,珠串本身既是一种装饰品,同时又是一种具有情感寄托的信物。在很多历史遗存中都出土了珠串类的装饰品,可见,在远古时代我们的先人已经开始有佩戴珠串的传统了,而古人收集、串联珠串的过程似乎与绳结记事颇为相似。如今,在一些地区还保持着用各类宝玉石珠子制作嫁妆的民俗,网络上就有一位博主曾经展示过她价值百万的嫁妆,包含珊瑚、玛瑙、松石、黄金的全套首饰。可以说这些珠串作为嫁妆可以体现出娘家生活的富裕,在遇到紧急情况的时候又很容易变现,成为出嫁女儿的衣食保障,无声地延续着亲情的温暖。

“一条小小的珠串从最初的物以稀为贵,最初追求的材质名贵,具有收藏和保值属性,到追求‘一眼美’成为专属情感表达的信物,折射出的是新生代对于珠串价值认知的转变,凸显出新生代消费群体差异化审美的诉求。名贵并不是单纯地与市场价格和稀缺性划等号,而是真正意义上的回归到生活的本质,成为常换常新的装饰和如影随形的生活记录。这也是珠串流传千年,始终以来的化身伴随人类文明发展的重要原因。”业内人士如是说道。

《Gempports 彩色宝石参考价格指南》全球发布会在泰国举办

中宝协牵头倡议编制价格参考体系,推动彩色宝石市场繁荣发展

本报讯(记者 贾洵文)近日,《Gempports 彩色宝石参考价格指南》(以下简称《指南》)全球发布会在泰国曼谷举办。该《指南》是由中国珠宝玉石首饰行业协会(以下简称“中宝协”)、珠宝玉石首饰质检集团(以下简称“珠宝国检集团”)、泰国珠宝首饰行业协会(TGJTA)和泰国珠宝首饰贵金属联盟(GJPTC)4家在业界具有影响力的服务机构联合发起的国际倡议。

《指南》是彩色宝石零售商和消费者在交易时的价格参考,旨在简化交易流程,促进宝石流通,增强投资信心,推动市场稳健增长,为商对商(B2B)、商对客(B2C)和客对客(C2C)相关方在全球彩色宝石市场更加自由、公正地参与交易活动

提供增值服务。

据介绍,自2019年以来,《指南》基于红宝石、蓝宝石、祖母绿的中国国家标准,以及全球主要彩色宝石交易市场的历史数据,历经5年研发,建立并完善了一套科学、实用、动态的彩色宝石参考价格体系,研制出新型红蓝宝石三维(3D)可视化参考标准样品,现已成为消费者心中值得信赖的彩色宝石投资指南。2023年《指南》在中国上海试发布,并于近期在泰国曼谷正式面向全球发布。未来,《指南》将按照季度定期择地全球发布,持续提升其在全球行业范围内的影响力和认可度。此外,在高质量发展新趋势下,《指南》还在彩色宝石全产业链引入了创新、协调、绿色、开

放、共享的新发展理念,以期更好地推动彩色宝石市场繁荣发展。

中宝协会长叶志斌在致辞中表示,《指南》的全球发布实现了彩色宝石参考价格体系“从0到1”的突破,为彩色宝石市场的规范化、规模化、数字化和国际化发展提供了体系支撑。这一开创性、战略性的国际倡议,在中泰乃至全球珠宝首饰行业发展中具有里程碑意义。

珠宝国检集团党委书记、董事长王宝民在致辞中提出,中泰共建彩色宝石价格参考体系是提振消费信心、促进彩色宝石产业协调、健康发展的重要举措。《指南》的全球发布为该行业长期以来透明度不足和品质评价标准不统一的问题提

供了解决方案,为规范和引导中泰乃至全球彩色宝石行业与消费市场,提供了实践参考和理论依据。

泰国珠宝首饰行业协会(TGJTA)会长Pornitva Niparin指出,《指南》的全球发布是彩色宝石行业的一次革新。它将前所未有地提升行业透明度,引导消费者并增强消费者购买信心,推动行业可持续发展。Pornitva Niparin表示,非常荣幸能成为这一倡议的联合发起人,并期待《指南》在全球彩色宝石贸易中发挥积极作用。

泰国珠宝首饰贵金属联盟(GJPTC)会长Somchai Phornchindarak表示,随着中国市场的迅速崛起,彩色宝石市场正迎来前所未有的发

展机遇。通过与中国业界颇具影响力的服务机构的合作,本次全球发布会成功推出了《指南》。这一里程碑式的成绩不仅标志着业界国际协作达到新高度,也将成为提升全球彩色宝石行业公信力和透明度的核心竞争力,引导消费者将彩色宝石作为投资资产,推动彩色宝石市场的可持续发展。

在此次全球发布会上,《指南》工作小组联合组长泰国珠宝首饰行业协会(TGJTA)第一副会长Chomphol Phornchindarak就《指南》研制的背景、意义、目标等方面进行了深入解读,并分享了《指南》致力于让彩色宝石成为全球投资产品的愿景。香港珠宝玉石厂商会(HKJJA)、香港珠宝制造业厂商会(HKJMA)、中国钻石与宝石交易所(澳门特区)等机构代表,以及来自缅甸、印度尼西亚等国家及地区超500位业界同仁齐聚一堂,共同见证了《指南》的发布盛况,同祝中泰两国及全球珠宝首饰行业合作长久绵延。

Table with multiple columns containing company names, addresses, and contact information for various branches of Chongqing Bank.

本表仅供参考,不作为任何法律关系的法律依据。