

君馨阁：逆市创新 做好精品家具

□□ 严雪松

在京城古典家具界，提起北京市君馨阁家具有限责任公司（以下简称“君馨阁”），无人不知。其旗下位于潘家园文玩商圈的中式文化高端会所——君馨阁清水园茶坊，作为《红楼梦》、《奋斗》、《咱们结婚吧》等影视剧古典家具场景的取景地，以其独到之处吸引着外界的目光。

在经济新常态下，众多红木家具企业纷纷探索逆势突围之路。作为京城起步最早的红木家具制造商之一，君馨阁会以何种方式迎接行业调整带来的挑战与机遇？笔者日前对话了君馨阁董事长袁剑君。

力推新产品

红木市场自2014年进入行业调整以来，为在逆势中寻求突破，不少企业在产品创新上下足了功夫，市场上“新古典”“新中式”等产品相继孵化，“你方唱罢我登场”的场面连续上演。然而，君馨阁却显得冷静了许多。

对此，君馨阁创始人袁剑君认为：“每个企业都有自己的定位和发展节奏，在新常态下，君馨阁不激进也不保守，采

取的是稳步推进。”君馨阁也推出了新品，只是君馨阁的新品与市场中的“新中式”与“新古典”均有所不同。

由于袁剑君早年师从清宫造办处著名木器修复鉴定专家温德源，对传统宫廷风格家具具有深刻领悟。后又随文物鉴赏家王世襄学习明式家具鉴赏、研究，使其在传统家具理论方面有更多收获。在清华大学美术学院进修期间，追随教授陈增弼学习古典家具制图长达数年。

因此，袁剑君在君馨阁推出的新品很好地把握了两点：第一，通过对市场的充分调研，根据当前市场消费者的新需求进行产品品类的调整。“比如，现在市场上沙发好卖，我们就多生产这些畅销产品。”第二，在基于传统宫廷家具经典款式的基础上，根据客户的喜好定款式、制式，再由设计人员与匠师配合，手工绘制与家具实际尺寸一致的图纸，进行改良性创新，做出适合现代人生活习惯的红木家具。“比如，圈椅的座高，原来是52厘米，中规中矩，没考虑到舒适度。君馨阁则对尺寸做了调整，使其符合人体工学原理。”袁剑君说。

模古但不仿古，模古要有古代的神韵，仿古是一比一的复制。因此，君馨阁的产品都颇具神韵，设计生产出来的红木家具不仅看上去很大气，也适合现在

的家庭使用。

恪守工匠精神

对于红木家具企业而言，抵御经济大环境低迷，提高抗风险能力的最好办法莫过于做出真正让市场认可的精品家具。

袁剑君认为，现在的红木家具市场行情不好，从深层次来讲，是产品与消费者需求之间的距离渐行渐远，产品满足不了消费者的需求。事实上，不论是什么材质的红木家具，做低端还是做高端，其关键是要认真，要恪守“工匠精神”。

在袁剑君看来，工匠精神对于红木匠人而言，是一种认认真真做好产品的态度，对于红木企业而言，工匠精神则是一种精益求精、追求卓越的态度——不偷工、不减料。“如榫卯、牙板需要手工做的，绝对不能用机械做。同样的东西在南方某些产区就比北方便宜，所谓质次价优，必有其道理。”袁剑君说。

总而言之，要实实在在地做红木家具。一个企业一定要有自己的标准，踏踏实实去做，不能做残次品，做出的产品要对得起消费者，也要对得起自己。只有把产品的工艺做好，企业才能有好的发展。“买红木家具，懂行的人看工艺，不懂行的人看价格。无论市场如何变化，我们都会秉持工匠精神，精益求精做好产品，把产品质量做到极致。一件红木家具首先是件产品，其次是作品，最高级别是收藏品。”因为消费者购买红木家具，买的是制作工艺、收藏价值和增值空间，这也是消费者的需求。

看好紫檀家具补涨

2016年上半年红木市场发展报告

显示，上半年红木市场主要表现在“低迷”与“平稳”两个方面，这是行业调整的必然结果，也是当前宏观经济环境使然。红木产业作为资源型产业，其原材料进口形势是国内市场变化的结果，也直接预示着国内市场的未来走势。

在袁剑君看来，金九银十市场正在逐渐向好。他认为，首先是产业链上游的房地产市场持续走热，其次是9月24日至10月5日在南非约翰内斯堡召开的濒危野生动植物种国际贸易公约(CITES)第17次缔约国大会将会把濒危的红木、花梨木等树种纳入保护名录，这将会进一步引发红木行业原材料稀缺，也是引发行情上涨的主要原因。

此外，随着市场新流通模式的出现，现货交易成为上半年红木市场的新气象。各类红木现货交易均取得不俗成绩，给行业市场带来新活力、新希望。通过供给侧开发新需求，带动行业市场的发展。

随着CITES第17次缔约国大会的召开，红木原材料如黄花梨、紫檀、红酸枝、花梨木、血檀等的价格将会发生怎样的变化？袁剑君分析，海南黄花梨目前每吨在2000万元至3000万元，基本是一木难求，处于有价无市状态；越南黄花梨每吨在600万元至700万元；小叶紫檀好料约每吨200万元，一般料每吨也在100万元左右。红酸枝约30万元，涨势凶猛；花梨木、血檀约2万元。

在这些材料中，袁剑君最看好的是小叶紫檀。“之前由于容易与血檀混淆，受血檀造假事件的影响，紫檀市场表现一直较为疲软，现在，随着人们对血檀与紫檀的鉴别能力的提高，小叶紫檀未来行情看好。”对于这一论断，袁剑君有



君馨阁制作的架子床

自己的看法。

首先，紫檀历史文化底蕴深厚。民间常用“紫气东来”表示吉祥富贵，古人做官的官服也是紫色。清代时，皇族居住地方叫“紫禁城”，据考证，故宫里占主导地位的家具，大部分都是器形大而厚重的紫檀家具。

其次，紫檀有“木中之王”之称。其色泽美丽，质地坚硬，成材极为不易。每100年才长3厘米，八九百年乃至上千年才能长成材，古时就有“一两紫檀一两金”之说。

最后，紫檀家具备受投资市场青睐。据考证，目前创下中国古典家具拍卖最高成交纪录的是紫檀家具。2013年6月，北京保利拍卖会一对清代紫檀顶箱柜最终以9315万元高价成交。“通过与海南黄花梨、红酸枝近10年的价格走势对比，我发现，紫檀目前仍处在一个价值洼地，这意味着紫檀在传统红木中是目前最值得投资的材质。”在袁剑君看来，无论是消费者还是企业，投资紫檀是一种较为明智的选择。

行业观察

绿松石：价格高企凸显品质为王

□□ 邓华 静涵

前不久，湖北省十堰某矿业公司出土了一块绿松石，重达215公斤，引发了收藏界的热议。十几年来，伴随着文玩配饰的火热，绿松石因其资源的不可再生性，深受消费者青睐，价格也一路高歌猛进。

市场行情的火爆引发了造假乱象。在经济新常态下，绿松石市场略有降温，如何在迷雾重重的文玩市场中玩转绿松石收藏？业内资深人士、湖北省十堰市武当国际绿松石珠宝城董事长刘必成分享了他的见解。

受世界欢迎的“天国宝石”

据考证，几千年前的中国，人们常用绿松石来镶嵌首饰、刀剑，以求平安。在仰韶文化遗址出土的绿松石珠子、春秋时期的越王勾践剑、和氏璧等都有绿松石的身影。

相关资料记载，2002年春，中国社会科学院考古研究所河南偃师二里头遗址宫殿发现了由2000余块形态各异的绿松石片组合而成的大型绿松石龙形器。这一发现表明，绿松石在史前玉文化中也是重要的礼器玉石之一，只是没有软玉类礼器那样常见。

此外，江苏吴县春秋吴国玉器窖藏中也出土有绿松石、髓等。绿松石礼器少见的主要原因在于大块料的绿松石稀少。此外，在少数墓葬中还出现有绿松石贝，由于绿松石贝出土极少，是否曾作为货币流通还有待进一步研究。

在清代，称绿松石为“天国宝石”，因其“色相入天”而被列为皇家专用品

和垄断珠宝。清代《清会典图考》中记载：“皇帝朝珠杂饰，惟天坛用青金石，地坛用琥珀蜜蜡，日坛用珊瑚，月坛用绿松石。”因其具有秀丽而清新的绿色，素有“东方圣石”之称。

“我参观过首都博物馆、国家博物馆，以及英美的很多博物馆，发现精美青铜器的镶嵌物，大多都是绿松石。”刘必成说。

“很多人认为，只有中国人崇尚玉文化，但绿松石是个例外，西方人的喜爱程度一点也不亚于东方人。”刘必成说。

刘必成出生在“绿松石之乡”湖北省十堰市竹山县，自小对绿松石文化有着深厚的情感与热爱。2005年，刘必成离开所从事的化妆品行业，全身心地投入绿松石领域，在十堰开了第一家规模性绿松石卖场——武当国际绿松石珠宝城。随后，他进入北京，在万寿路开辟了近200平方米的店铺，注册了商标“武当圣品”。2014年，他在北京大钟寺又开出近千平方米独立门店，并正在国贸商业区打造一家绿松石私人定制高端会所。

丰富的从业经验和知识积累，使刘必成对绿松石的历史如数家珍。他介绍，作为世界绿松石产量较为丰富的国家，我国的绿松石资源占全世界储量的70%，以湖北十堰郧县、郧西、竹山一带的绿松石品质最为出名。

除此之外，安徽马鞍山与新疆吐鲁番产量也非常丰富，但大多硬度较差且易碎，总体来说，市场对于马鞍山出产的绿松石认可度较低，材质较好的还数湖北十堰。

价格飙升 市场乱象频发

刘必成介绍，1993年以前，绿松石属于国营开采，主要用于外贸出口，之后，由于允许民营企业进入，个体或团体可以买下绿松石矿进行合理合法地开采，自此绿松石产业迎来快速发展时期。

2000年时，绿松石价格还很低，差的品相绿松石1克才几毛钱，品相好的十几块、几十块钱1克不等。绿松石价值真正得以回归是在2008年之后，随后价格每年以20%至30%递增。现在一个戒面两三克，如果是品相好的绿松石，一个戒面就要几万元。“以前绿松石的小雕件，可能一两千块钱就够了，现在起码得一二二十万了。”刘必成表示。

在2014香港苏富比拍卖会上，黄水晶配绿松石和钻石项链及手链套装，成交价为81.25万港元；2015年北京保利拍卖会上，绿松石福寿双全以23万元成交；2015年北京翰海拍卖会上，民国“绿云”绿松石以27.6万元成交。

对于绿松石价格疯涨的原因及未来的升值空间，刘必成表示，绿松石本身文化悠久，随着人们对其认知度的提高以及资源的减少，其涨价是必然的。据了解，绿松石与其他石料共生，提纯率低，往往10吨的矿石只可得到1公斤左右的绿松石原石，加工时成品率也不高，这也是其涨价的原因之一，但如今的高价不排除有炒作的因素存在。

由于绿松石价格不断上涨，导致市场中乱象频发：过蜡、人工铁线、人工染色、用卤水浸泡、以“菱镁矿”伪造等造假方式层出不穷。刘必成表示，绿松石行业亟待规范，而这需要从从业者的自律——只有从自身做起，坚持

对品质的严选，对品牌诚信的维护，才能使市场呈现良性运转。

自2015年以来，高涨的绿松石行情逐渐冷淡下来，目前的市场价格相比2013年有一定程度的回落，若论收藏此时无疑是购入绿松石的好时机。

在刘必成看来，绿松石价格与品质相对一致，它遵循的是“一分钱一分货”的原则。如果在市场中遇见了色好、质佳、价低的绿松石，一定要当心。他建议，消费者在收藏时要去大的专卖店选择品牌企业购买。

提升品牌价值 把握时代机遇

在互联网浪潮影响下，珠宝市场目标受众的消费方式及市场需求都在转变。艾瑞咨询数据显示，2015年中国网络购物市场交易规模达3.8万亿元，同比增长36.2%。统计表明，2015年全国珠宝销售规模在4500亿元至5000亿元之间。然而，同年全国珠宝网购线上渗透率不足5%。

传统珠宝销售模式受时间、空间限制，单靠门店的粗放式扩张，已不足以带动效益增长。尽管珠宝市场庞大，但珠宝电商却只占有极少的市场份额：真假难辨、无法到店体验、售后维修难是珠宝电商行业的普遍痛点。

业内人士分析，珠宝电商行业尚处于投资洼地。一方面，珠宝销售市场成为继房市、车市之后的另一个热点消费市场，中国将成为全球最主要的奢侈品消费市场之一，另一方面，目前国内传统珠宝零售行业正遭遇困境，处于转型期。对于绿松石这一传统行业来说，做好网络电商营销、开辟销售新战场十

分重要。

刘必成表示，网络信息化时代，绿松石这一传统行业，也要进一步拥抱互联网，做好网络电商营销，开辟销售新战场。与此同时，对于从业者而言，在品牌打造上要深入挖掘品牌文化，坚持高品质、高诚信，并在传统经营模式基础上加以创新，结合互联网优势，让古老的绿松石焕发新的生命力。

在今年的政府工作报告中，李克强总理提出要“培育精益求精的工匠

精神”。刘必成认为，对绿松石行业来说，提倡“工匠精神”不仅是对从业者职业素养的要求，也可以在一定程度上促使宝石文化的积累、沉淀。对绿松石制品来说，优秀的原材料固然重要，但精湛的加工技艺、深厚的文化底蕴同样会大幅提升绿松石制品的附加值。“未来在绿松石文玩市场的发展设计制作上，要选用精料，在基于明清等古代精品的款式上，根据现代人的需求适当创新，才能制作出符合时代需求的优秀艺术品。”



绿松石饰镀金点缀