

在很多人心目里，蓝宝石很神秘。中世纪法国君主王冠上最闪亮的装饰，《泰坦尼克号》中被沉入海底的“海洋之心”、英国王室凯特王妃的蓝宝石婚戒，都给蓝宝石增添了无限神秘色彩。

说起蓝宝石的产地，很多人都知道缅甸、斯里兰卡、泰国、澳大利亚是主要产区，但对于中国唯一的蓝宝石产区潍坊市昌乐县，很多人知之甚少，少数知道的人也大多认为昌乐蓝宝石品质差、不值钱。昌乐蓝宝石品质究竟怎样？为什么总是走不进主流消费市场？

昌乐蓝宝石 为何火不起来

本报记者 林媛媛

昌乐宝石城

店多客少博物馆关门

在昌乐国际宝石城，一间间门面豪华的店铺排列于街道两侧，其中不少店铺主要经营的就是蓝宝石。

但是记者在宝石城看到，虽然店铺大都开门营业，但店内除了工作人员外，很少有顾客前来。整个宝石城看起来人气不旺，略显萧条。

“客人不是特别多，别说成交量，有的时候一天也进不来一位客人。”宝石城某蓝宝石店铺一位营业员说，她3年前来到宝石城工作，3年间一直是这样的情况，除了政府主办的宝石节期间人比较多，其他时候都没大有人。

作为宝石城标志性建筑中国蓝宝石博物馆大门紧闭。

“没人来，天天开门的话电费、工人工资就不少，这不是浪费吗？”宝石城从事蓝宝石销售的一位老板告诉记者，除了宝石节后博物馆开馆迎客之外，其他时间大多不开门。“当地人看一次就不看了，外地人又不来，开着没用。”

尽管如此，不少蓝宝石经营者告诉记者，生意还不错。

对于这种现象，一位经营者带着少许自嘲意味解释说，在昌乐做蓝宝石生意的都是土财主，只要能开好车住好房就满足了，没有大的追求。“虽然你看着人少，但是这东西利润大，基本上能让老板衣食无忧还能过得不错。”

品质并不差

引不来人是品牌没打响

昌乐蓝宝石品质到底如何？蓝宝石矿物名叫刚玉，是自然界中现已发现的硬度仅次于钻石的矿物。昌乐蓝宝石化学成分和矿物成分与缅甸、泰国、柬埔寨、斯里兰卡等国家生产的蓝宝石并无大的不同。

“国际上流行的珠宝标准，就是美丽、稀罕和耐久。山东昌乐的蓝宝石有蓝色、深蓝色、黄色、橙色，当然主要是深色系，包括黑色。”国际知名玉学者王春云博士介绍，昌乐的蓝宝石含铁量偏高，含铬量偏低，总体颜色偏暗、偏黑，透明度也稍逊，但也有少数颜色偏蓝、透明亮丽的优质品级可以与世界顶尖蓝宝石媲美。

而原山东省珠宝协会秘书长、宝石专家李通一介绍说，昌乐蓝宝石因为含铁量较多颜色较深，所以宝石界一直探索利用高温改色的人工优化技术令其颜色变浅，变得更透明，提升其形象和价值。而地质专家何明跃教授则认为，昌乐蓝宝石即便是在颜色深这一缺点中也是有自己的特点的，那就是在透射光下，昌乐的蓝宝石最好看，尽管正面看深了点，闷了点，但在透射光下看非常漂亮。

既然昌乐蓝宝石在品质上并不差，为什么在珠宝行业中却没有获得实至名归的地位呢？

中国智立方国际品牌管理顾问有限公司品牌研究专员胡晓雁指出，这是因为昌乐蓝宝石没有品牌影响力。“斯里兰卡蓝宝石、缅甸蓝宝石都是耳熟能详，它们一面市就带着自己优良的出身标签，而昌乐蓝宝石品牌没有打响，这是它们之间最大的差距。”

举办宝石节还不够

要像昆仑玉一样走出去

“像昌乐蓝宝石这样的商品，因为经营业主规模较小且各自独立，我建议在打造品牌的时候，采用政府主导企业参与的方式，打造一个区域品牌。”胡晓雁介绍说，其实在珠宝行业内和田玉、昆仑玉就是比较成功的品牌营销案例，“这就好比打造一个高台阶，让产品一出来就带着高贵的出身。”

但胡晓雁也指出，昌乐蓝宝石是在几十年前才刚刚被发现开发，所以必须要利用现代营销方式打造品牌。

“我看到昌乐政府现在每年都在举办宝石节，这说明他们确实有着打造品牌的意识。”胡晓雁认为，这些做法在品牌打造初期还不够。

“在昌乐蓝宝石知名度不够的情况下，更应该重视走出去而不是引进来的策略。”胡晓雁举例说，在北京奥运会期间，奥运金牌“金镶玉”采用了昆仑玉，瞬间把昆仑玉的品牌知名度提升几个档次，这是非常值得借鉴的方式。

除此之外，胡晓雁认为，昌乐蓝宝石的加工制作和销售企业也应该改变思维。

“目前昌乐蓝宝石多是家庭作坊，个人经营，这样很容易形成一个弊端，老板没有企业意识，只满足于眼前的收入，那么对于昌乐蓝宝石来说，会是一个致命的障碍。”胡晓雁建议，政府部门出头引导，让昌乐蓝宝石经营者形成更紧密的联盟，让他们一起为了昌乐蓝宝石更高的品牌知名度而努力，而经营者也将共同在这一过程中获得更大的利润。