



GIA®

## 西方工艺与东方审美设计相融汇的创意新珠宝——专访中国著名珠宝设计师张雪莉

Tao Hsu and Andrew Lucas



在新兴的中国珠宝业市场，艺术珠宝设计师张雪莉的名字与她融汇了东西方艺术审美的珠宝产品一起惊艳于世并独具风采。照片由深圳美合珠宝有限公司提供。

当张雪莉在大学毕业后进入中国人民银行下属的黄金首饰公司工作的时候，作为一名财务人员的她可能从来没有想到自己要成为一名珠宝设计师。因为对工作的热情和投入，很快她就成为公司管理层的一员。因为工作的原因，张雪莉逐渐喜欢上了这个色彩斑斓的宝石世界。

在九十年代初期雪莉就已经拿到了英国宝石协会的宝石学文凭（FGA），从此之后开始了她的宝石事业，并逐渐稳步地向着珠宝设计师的方向发展。时至今日，张雪莉已经成为中国著名的珠宝设计师之一，与此同时也得到了国际同行的认可和欣赏。

张雪莉创制了Z式“东西精技、温婉美色、多质巧和、生活美学、个性定制”的创意新方法，以其融汇东西方艺术珠宝工艺与设计特色，形成了中国当代艺术珠宝设计与系列产品的优雅本色。

## 从零售商到设计师

时光追溯到1978到1990年这12年期间，千疮百孔的中国珠宝业在文化大革命留下的废墟上慢慢地复苏着。这种复苏发生在中国于1978年实行改革开放政策之后。那段时间里在中国不多的珠宝店或百货商场里，人们看到的和购买的主要还是设计淳朴，加工简单的黄金首饰。可供顾客选择的珠宝产品种类非常有限。消费者对珠宝首饰的认识更是基本为零。

接下来的五年里（大约1989年到1995年），中国珠宝业经历了一个快速膨胀发展的时期。很多国内的商人投入大量资金开设珠宝企业。香港和台湾的一些知名珠宝公司在意识到巨大的潜在市场之后也开始进军大陆。这时的消费者受各种广告和宣传产品的影响开始注意珠宝的款式和时尚的趋势，但大多还处在一种盲目跟从的状态。比如大家对钻石珠宝的印象就基本全部来自像戴比尔斯这样的大公司的广告宣传。

在那个时候，中国的珠宝公司还基本没有意识到品牌效应的重要性。张雪莉在1994年的时候开设了自己的珠宝连锁店。在1996年，她手写了自己的英文名字“Shirley”作为自己连锁店的品牌。在不长的一段时间里她已经成功地在国内14个城市开设了自己的门店。这一商业行为的成功不但为她赚到了第一桶金还为她打开了通往世界的大门。

1995年之后，中国的珠宝市场渐趋冷静，也更加规范。消费者也更加成熟起来。雪莉差不多就是在这时候开始自己的珠宝零售业务的。虽然生意不错，利润也有保障，她却有种感觉，自己的珠宝品牌没有故事，缺乏文化内涵，不能很好地区别于其他品牌。

1999年前后，雪莉得到了第一次走出国门的机会，这也是她第一次为中国和西方国家在珠宝设计上存在的巨大差距而感到震惊。在她第一次到意大利的时候，雪莉走访了很多珠宝店，这之后她意识到自己的珠宝品牌似乎真的缺了点什么。从意大利回来之后，雪莉做了一个大胆的决定，她关掉所有门店转而去为中国的珠宝进口商充当买手。这个大胆的决定之后被证明实际上是一个非常明智的选择且成为了她事业的转折点。作为一名专业买手，雪莉得到了很多出国的机会，在此期间接触到了一批经验丰富的珠宝专业人士。她的目标是向这些人学习尽可能多的专业知识和技术然后应用到自己的事业中。

在做买手期间，雪莉的一些意大利朋友告诉她他们感觉她具有非常与众不同的品位。和其他很多中国买手相比，雪莉挑选的货总是比较高档且时尚感强。这让她的意大利同行也对她另眼相看。除了品位出众以外，雪莉的勤奋好学和对细节的注重也给同行们留下了深刻的印象。

在欧洲的时候，她会去买一些做工精巧的珠宝首饰，不是为了佩戴而是拿回来后拆开再重新组装，以此来研究它们的加工工艺。她同时也到一些首饰加工厂和作坊向老艺人学习加工技艺。她的珠宝设计生涯实际上是从学习珠宝加工工艺开始的。

张雪莉在学习欧洲市场成熟的珠宝加工与设计经验的同时，她源于古老中国的东方审美意识也在挑战中呼之欲出。在对比了西方珠宝产品的设计特色之后，张雪莉心中的中国艺术珠宝形态也以她个性化的艺术眼光含苞待放。

做国际买手七年之后，雪莉听取了一位意大利朋友的建议在2004年开设了自己的加工工作室。她开始为一些欧洲的客户加工珠宝首饰。虽然她也参与了一些作品的设计，但起初的设计大多数还是来自她的外国合作伙伴。经过一段时间的摸索以后，雪莉逐渐转换角色。最终，她既做加工也包揽了设计。现在雪莉把大部分的时间都花在首饰设计和对新的加工工艺的研究上面。具体的加工工作现在大多由他的雇员来完成。



雪莉老师向笔者展示她设计的一件作品的银版。图片由美国宝石学院Eric Welch拍摄。



雪莉老师现在把大部分的时间都花在高端定制珠宝的设计当中，具体的加工工作大多由她的雇员来完成。照片由美国宝石学院Eric Welch拍摄。

## 来自古老中国的艺术灵感与西方制作工艺的完美结合

雪莉的设计灵感大多来自日常生活。她对鸟与花的热爱给了她雀之灵系列作品与花形系列作品的灵感。她很注重颜色的搭配和不同形状、主题的组合。

作为国际有色宝石协会新任的董事会成员，雪莉老师在2013年长沙的有色宝石会议上做了一个关于色彩和设计的报告。

在报告中，雪莉老师指出色彩的变化在中国首饰设计发展的历史中扮演着重要的角色。从文化大革命期间一水的绿色和蓝色军装到80、90年代的暗淡的低质量红、蓝宝石，中国珠宝消费者已经取得了很大进步，他们在逐渐适应着这个国家高速发展的经济和日新月异的生活。这个时代可以说是中国历史上最色彩斑斓的一页。

对颜色的敏感使雪莉察觉到了这一历史性的变化，她在自己设计的珠宝中大胆地使用各种颜色。有些作品就是用来突出宝石本身颜色的上乘，也有其他一些作品是通过颜色的组合来表达一种和谐（图3）。在另外一些作品中，雪莉老师则展现了不同颜色、造型和主题的组合。雪莉老师说她喜欢运用色彩但并不受限于此。除了对色彩的天生敏感之外，张雪莉对不同材质的多种组合也有着超乎常人的偏好与把玩。她在工作室的创作现场常常大面积的摆放不同的珠宝材质进行多形态、多类别、多部件、多配饰、多工艺的组合；刻面与素面、金属与木头、陶瓷与宝石、珐琅与宝石等等的组合。在她的手下，物的神秘、神奇、神圣的潜在光辉与力量仿佛被突然唤醒，在新的组合中呈现了迷人的新光彩与新价值。



雪莉设计了很多以动物为主题的首饰，这套“雀之灵”完全是用新的方式体现色彩搭配，被收藏行家成为是近年中国珠宝市场上难得一见的艺术作品。照片由深圳美合珠宝有限公司提供。



雪莉运用镂空的翡翠作为体现中国文化的主题，这件作品体现了色彩，造型和主题的完美组合。图片由深圳美合珠宝有限公司提供。

和许多设计师不同，张雪莉并非学艺术出身。她的设计生涯是从向手工艺人学习首饰加工技巧开始的。在设计中除了对设计理念和创意的追求，一件作品是否能被顺利地加工出来也是雪莉考虑的重点。在首饰设计之外，雪莉还花大量时间从事首饰加工新技术的开发。传统失蜡浇注和冲压的结合就是雪莉和她的团队创造的一种独特的加工方法。

在过去的十年中，雪莉和她的团队通过不懈努力取得了一系列首饰和宝石加工新技术的专利。她对加工技术的研究和创新让她从众多设计师中脱颖而出，同时也进一步确立了她在加工和设计领域的领先地位。从欧洲市场上获得的经验让张雪莉对传统与最新的珠宝加工技术与流行时尚十分熟悉，



这是镂空珐琅的成品，雪莉的公司是中国目前唯一的镂空珐琅制造商。照片由深圳美合珠宝有限公司提供。

但如何以独特的产品与服务打造出“Shirley”这个来自中国的珠宝新品牌，张雪莉选择了将中西方文化融汇贯通的优雅个性之路。

## 对中国珠宝市场的理解

雪莉老师已经进入珠宝行业20多年了。这20年也是中国珠宝业飞速发展的20年。雪莉和她的团队亲身经历了整个过程。

消费者常常是市场变化的触发者。20年前，中国的珠宝消费者最关注的就是珠宝首饰的用料。这致使很多珠宝企业只以黄金首饰销售为主。一方面中国确实拥有悠久的使用黄金的历史，另一方面也是由于消费者大多是出于保值的心理而购买珠宝。后来，人们才逐渐开始了解一些关于钻石，红宝石和蓝宝石的知识。借助于一些国外知名品牌在中国的宣传造势，中国的消费者也逐渐开始接受镶嵌有宝石的首饰，尽管此时他们除了关注贵金属的质量也关注宝石的品质。

那个时候中国市场上的首饰款式千篇一律，人们注重的是像钻石的净度和颜色等质量因素而非首饰的设计。比如，一个想购买10分大钻石的消费者也会要求钻石的净度达到VVS级别，颜色达到G以上。

大约五年以前，雪莉老师感到中国的珠宝市场发生了不小的改变。在那之前，她的大部分客户是国外的。现在她的主要服务对象则是国内的客人，既有个人也有品牌。她向作者介绍她的客人大概可以分为四类：投资者、收藏家、以佩戴为目的的消费者以及注重中国传统文化想要将首饰传给后代的人。现在的很多消费者基本不会只关注首饰用料的品质。更多的人更加注重首饰的设计。雪莉老师也坦言，对于不同年龄的消费者而言，在这方面还是存在很大差距的。年龄比较长的消费者还是更多的考虑用料的讲究，他们还是将保值作为重要的购买因素之一。相比较而言，年轻的顾客会更加关注首饰的时尚感和独特性而对所用的材料不那么讲究。



这是雪莉老师为她的高端定制顾客设计的一款胸针，这件作品是典型的加工技术，色彩和造型的组合。照片由深圳美合珠宝有限公司提供。

在对消费者的购买动机的理解上，雪莉和其他大多数设计师有相同的感觉。她也感觉购买动机在中西方没有很大的区别。她看到的中国消费者的变化是越来越多的年轻职业女性现在开始为自己购买珠宝首饰，作为给自己的一种奖励。这种自我认同的购买动机和美国当年很相似，当很多美国女性脱离家庭主妇的生活而开始外出工作的时候，她们很快也成为购买珠宝的主力军。

雪莉和她的团队对中国珠宝市场的未来很乐观。中国的消费者可以很快的接受新概念同时也是很好的中国传统的继承者。他们现在正以惊人的速度学习更多的关于珠宝的知识且很快就将成为世界上最有实力的消费群体。雪莉老师认为所有的设计师都应该意识到这个市场潜在的实力并准备好用自己的设计去赢得更多的消费者。

## 与众不同的商业模式

成功的珠宝设计师大多有自己的工作室。雪莉的商业运行模式却与众不同。可能从她工作室的名称您就可以略知一二：美合珠宝研究中心。

2013年6月美国宝石学院一行四人参观了张雪莉在深圳的珠宝研究中心。参观从工厂部分开始。这是一个不大的加工厂。雪莉老师反复向我们强调，这里麻雀虽小，五脏俱全。工厂包括了从设计到成品所要经过的所有加工程序。这样，她就可以随时动手操作每个步骤，这将对她的研究大有好处。这个工厂既是加工场所又是实验室。

在参观过程中，雪莉老师还很骄傲地向笔者介绍美合是中国唯一一家可以制造镂空珐琅的企业。我们知道珐琅一般都是以一定的材料为基底的，这项新技术不用基底，成品可以透光。我们看到很多技术人员还在努力完善这项技术，到目前为止已经有成品产出。



在雪莉老师的工厂里您可以看到各种不同的加工步骤。这里还包括了一个冲压车间。照片由美国宝石学院Eric Welch拍摄。



这是张雪莉老师的个人作品展览，这上面展出的作品全部是高端的珠宝首饰。照片由深圳美合珠宝有限公司提供。

在过去的10年中，雪莉为国内很多知名珠宝品牌进行过设计，这里面既有商业款首饰也有高端系列产品。现在，雪莉主要参与高端私人定制珠宝的设计。她位于北京的工作室专门接待这些高端定制的客户。

## 设计生涯的里程碑

当提到张雪莉的名字，很多人会不约而同的想到一套获奖作品，那就是“印-蜂之舞”。受到辛勤工作的蜜蜂及它们彼此间如何进行交流的启发，雪莉将自己对首饰加工工艺和宝石的热情倾注于这件作品的设计制作之中。在2012/2013中国珠宝首饰设计与制作技能大赛中这套首饰成为大赛献礼作品。这项大赛是由国土资源部珠宝玉石首饰管理中心主办，且是国内目前规格最高的首饰设计制作比赛。

为了强调中国珠宝首饰行业在过去的二十年里取得的巨大成就，同时为了配合大赛的主题“印”，雪莉决定在这一套作品中运用尽可能多的宝石品种，并且要运用不同的镶嵌方法和不同的宝石切工。整套作品包括一个披肩，一个手镯和一对耳环。作品总体绘制了一幅蜜蜂辛勤工作的场景。五颜六色的蜜蜂在花丛中忙碌着将采得的新鲜蜂蜜运送回蜂巢，蜂巢由无数个六角形的蜂室组成。辛勤工作的蜜蜂象征着中国珠宝行业广大辛勤工作的劳动者，满溢的蜂蜜则是他们20年来所取得的辉煌的劳动成果。

在三件作品当中，披肩是最惹人注目的。这件披肩长度超过1米，结合了传统的失蜡浇注和冲压技术制作而成。最值得注意的是蜂室之间彼此的链接是雪莉和她的团队所独创的一种链接方法——“哑铃式”链接。宝石则采用了独创的“蜂巢式”镶嵌。“哑铃式”链接有效的将无数六边形单元彼此链接在一起并且能够自由移动。佩戴在肩上后，披肩会贴身附着在佩戴者的身体之上。这种独特的链接还使整件披肩产生了柔软如丝绸般的感觉。



这是张雪莉成为中国珠宝设计与制作技能大赛献礼作品的“印-蜂之舞”。这套首饰由张雪莉设计并制作。照片由深圳美合珠宝有限公司提供。

这种独创链接的另一个优点就是让整件首饰比较容易拆装重组，佩戴者可以根据自己的喜好将作品拆开分别佩戴或重新组合后佩戴。

如果您仔细观察披肩和手镯上的花朵，您会发现这种独创的蜂巢式宝石镶嵌方法。通过这种技术的运用，花瓣从正反两个方向看上去都很美丽，因为更多的光可以透过宝石。以前，人们很难将大的宝石镶嵌进花朵的造型当中，即使是镶嵌进去了，其反面也不那么漂亮。耳环的设计也独具匠心。球体的设计使人可以在360度的范围内欣赏这件作品，除此之外，内外两层球体还可以自由转动。

这套作品镶嵌了1002颗彩色宝石和4986颗钻石。这里面既包括昂贵的高质量翡翠也包括廉价美丽的玛瑙。除了品种多外，雪莉还尽量选用不同切工和大小的宝石。在她众多的著名作品中，这是雪莉最钟情的一件，因为它是多年来自己对加工工艺研究的成果和设计理念的最完美的结合。

## 对年轻设计师的期望和建议

在我们正式采访张雪莉老师之前的会面中，她向作者介绍了自己给设计专业的学生讲课或演讲的经历。作为国家珠宝玉石首饰管理中心的特聘专家，雪莉常常要到各地去讲学。同时，她也经常收到大学首饰设计专业的邀请去给学生讲解加工和设计方面的知识。在这个过程中，她逐渐意识到一些问题。当学生给她看他们设计的作品时，她发现很多是很难在技术上实现的。

学生富有创造力，但是很多都对珠宝的加工工艺了解甚少。很多设计专业只教学生如何设计而不教他们如何制作首饰。就雪莉个人的经验而言，她认为在学设计之前最好先学习加工工艺。

在这个信息爆炸的时代，年轻人往往被太多太容易得到的信息包围。雪莉老师希望年轻人能够塌下心来认真花时间学习工艺，然后是设计，如果不能两者兼备，那将很难取得成功。

### 关于作者

Tao Hsu（许焘）博士是美国宝石学院《宝石和宝石学》杂志技术编辑，Andrew Lucas是美国宝石学院课程战略部的实践宝石学负责人。

### 致谢

作者要诚挚地感谢深圳美合珠宝有限公司的张雪莉老师和张余西先生在整个香港和深圳的行程中给予我们的巨大支持。张余西先生还为我们提供了精美的照片以供在报道中使用。另外，我们还要感谢雪莉老师的整个团队，在我们采访的当天，他们一直加班到我们结束工作，没有大家的支持，我们的报道是无法完成的。