



加碧：

本報記者·尙虹

卑詩豐富礦藏中的綠色明珠

卑詩內陸廣袤的北部山區，蘊藏着豐富的礦產資源，其主要礦產包括煤、銅、金、鉬、銀、鉛、鋅等等。采礦業是卑詩省的重要經濟支柱之一，每年生產并出口各類豐富的工業金屬和優質礦石，總產值高達60億加元，為本省提供了重要的財稅資源，并創造着大量的就業機會。其中，玉石類的加碧開采，目前在全省礦產經濟中所占份量較微，僅有年值一千萬。然而，隨着中國經濟的繁榮發展，特別是2008年北京奧運會獎牌對碧玉的肯定，加碧認知度亦隨之提升，加上中國中產階級數目的日益擴大，對中高檔奢侈品的需求不斷增長，玉石類收藏日益火爆，包括加碧在內的碧玉價格逐年上漲，加碧對中國的出口漸受廣泛重視，在卑詩礦業經濟中的地位漸漸顯要。

養在深閨人未識 長期低估的加碧價值

加碧，即出產于加拿大的碧玉，其主要產地是卑詩省北部和育空高山地區，所以又稱卑詩玉(BC Jade)。它與緬甸翡翠 jadeite 不同，在地質學中的分類是一種軟玉 nephrite，其結構為透閃石與陽起石成份，硬度約為摩氏 6.5 度，與中國的和田碧玉(瑪納斯玉)、青海碧玉、俄羅斯碧玉、新西蘭碧玉等的結構與性能基本相同。

與世界其它地區碧玉相比，加碧儲量豐富，塊頭巨大，其高品質的北極玉，數千萬年沉積聚集于北極圈寒帶，集山川精華靈氣，顏色純淨，溫潤緻密，居于各類碧玉之首。加碧質分數等，高品質加碧即寶石級加碧，是世界碧玉家族中的罕見精品，多用于製作高檔珠寶首飾，極具觀賞與收藏價值；其次是工藝級加碧，可雕刻加工成各類精美的工藝品，諸如擺件、手把件、普通首飾、日常掛件等，市場上我們多見的是這一類，佔了生產與出口的大部分；成色一般，石性較重，地子瑕疵較多的多數用作建材，諸如建築物內外裝飾的瓷磚等。專業上細分為 AAA 級、AA 級、A 級、B 級和 C 級，分別適用於不同方面市場需求。

就世界碧玉的儲藏量來說，加碧最為豐富，僅卑詩省就擁有約 50 余個大小不等的玉礦，其三大主要玉礦，都在卑詩和育空兩省，分布在與阿拉斯加接壤以東 100 英里左右的高山地段。加碧絕大部分是山料，體量龐大，可以用作大型玉雕。據業內人士稱，泰國和中國的一些古剎名寺，其中供奉的玉佛就是用加碧雕刻而成的。北京奧運會期間，加拿大展覽館中也陳列了由加國名師雕刻製作的巨型加碧雕像。從價格上來說，以往加碧價值過低，價格遠低於和田碧玉，頂級北極玉也不過每公斤四五五百美元。近些年，加碧的市場認知度大大提陞，需求量增大，而開採季節有限(只有夏季兩至三月)，原石切割與運輸不易，可供銷售的成品量減少，價格遂逐年上漲，市面上已經出現每公斤兩三千美元以上的優質加碧原石了。

藏于寒冷高山之中的加碧，雖然出世數千年，但千百年來，基本用作土著先民們的日常生產與生活用具，就象世界其他地區的先民們用隨處可得的石材製作勞動工具與穿成裝飾用品一樣，十分普通。直至 19 世紀下半葉的淘金熱時期，中國勞工發現了這種石頭的美麗，他們將之採集，運回中國，國內工匠加工成玉雕首飾或擺件後，售賣遠近貴人、豪富之家，首次將加碧由普通石材提陞到觀賞玉石的高度。不過，將慈禧所戴的手鐲，玉佩附會成加碧所製，目前尚無史料依據，收藏界普遍認為是緬甸翡翠，而非加碧一類的軟玉。而中國勞工之後，加碧仍未引起本地白人的重視，上個世紀七十年代，卑詩北部發現了加碧大礦源，但仍只限于製作旅遊紀念品。



柯克先生

十年漲十倍 加碧黑馬潛力彰顯

直到本世紀，加碧價值才突然為世人所看重，帶來了產量的增長與價格的暴漲，僅僅十年，價格就漲了十倍。其中，獲利最大，佔市場份額最多的卑詩 Jade west group 公司和它的總裁 Kirk Makepeace，在加碧出口中國的浪潮中十分醒目。這個公司擁有三個玉礦，位于卑詩西北延綿 150 公里的荒原，每年產出 200 噸加碧，居世界碧玉產量的四分之一，以美元計值，佔了世界市場一半的產值。柯克本人很早就認識到加碧的升值潛力，他于 1981 年成立 Jade West，經過多年經營，通過購買或合併租賃，控制了卑詩大部分的加碧礦源。自 1984 年始，他的公司在 Dease 湖和 St. John 堡的北部開採加碧原石，大量出口中國，或者製成加碧飾品通過網店和五家實體店賣給零售商與消費者。

據柯克介紹，僅僅十年前，中國人對加碧還不感興趣，認為不是真正的玉石，他們更喜歡緬甸翡翠硬玉或白色軟玉(和田羊脂玉)。但 2008 年北京奧運會之後，由於選用青海碧玉製作獎牌，人們對碧玉的價值開始有了新的認識，需求急劇增長，市場出現了對碧玉的追捧熱潮，卑詩加碧價格節節高漲，柯克的公司亦大獲其利，2013 年 Jade west 的銷量是 2012 年的兩倍。不僅如此，市場對加碧品牌的認知度有了極大提陞。以往的情況是，雖然加碧出口中國多年，但自家名聲卻叫不響，市場流通中的加碧是以和田碧玉之名行銷于世的。近十年以來，中國市場的消費者對加碧已有比較充分的認識。每年的十月份，中國的玉石商人會遠道而來，參加柯克公司的加碧玉料拍賣會，買走大批加碧，回國加工製作。

富有遠見的柯克認定，加碧已經成為中國經濟的一部分，未來還會有大的增長。談到產量與出口量，柯克並不認為今天市場業已飽和，加碧開採不是過多，而是還需要增加。緬甸翡翠每年的產值是五億，比加碧多了 50 倍。柯克據此認為，加碧上漲空間還很大，就投資而言，仍是一個不錯的選擇。目前中國大陸新崛起的龐大中產階級，將會是各類中高檔奢侈品的最大消費群，而加碧正適應了這種需求。



華裔玉商介入，推高加碧行情

近年來，加碧的開採、運輸、篩選、分類、加工、銷售、出口、拍賣等各個環節中，除了從業多年、經驗豐富的本地人，還出現了越來越多來自中國大陸的華裔移民。究其原因，實際上是中國市場的需求增大所致，而華裔移民介入加碧的開採與銷售之中，因有母國資源與語言的便利，可以更好地拓展加碧的出口。比如，溫哥華本地華裔商人王林自 2003 年起就開始從事加碧原石採礦到出口加工的中間業務。從 2008 年起，以北極玉實業有限公司(Polar jade enterprises corp)作為載體開始打造加拿大碧玉，尤其是北極玉的品牌。該公司在中國註冊北極珠寶有限公司(Polar jade corp)，在北京、福建、貴州設有製作與銷售網點。加拿大實業公司負責供應加碧原石，中國公司則延聘國內玉雕名師，對悉心挑選的加碧原石進行深加工，並因其作品適應中國市場消費者的玉石欣賞文化傳統，極大提高加碧的中國文化附加值，更被中國消費者所接受。同時，在中國市場的銷售與開拓中，進一步促進中國消費者對 BC 和加拿大礦產的認知。

據王先生介紹，目前碧玉市場是俄碧與加碧的兩分天下。加碧進入中國市場本來比俄碧要早，但俄碧近十年來投入較多，從開採量、原石成色及銷售量上並超越了加碧，目前佔據市場份額較大，而且不斷有新礦區發現，比如 2005 年以後，俄羅斯布里亞特七號礦出產的俄碧質地優良，價格便宜，很快奪去了加碧獨佔中國碧玉市場的風頭。而加碧近十年來卻後繼乏人，資金和人員投入不足，也沒有新礦區的勘探與發現，開採量止步不前，玉的成色也有下降。如果要想在市場佔領更多份額，需要源源不斷投放高品質的加碧。這一方面要加國方面有新力量注入，增大開採，且重點放在採集高檔玉料方上，另一方面，中國的高關稅也是很大的阻礙因素，相較而言，高檔玉料更為合算。

對於加碧品牌的自主性與認知度，王先生希望還是正本清源，打造加碧品牌。他認為，市場認知度是可以培養的，只要分級定位好，加碧，尤其是北極玉，完全可以創出自己的品牌，以優質優價，在市場上與其他碧玉競爭，最終贏得消費者的認同與追捧。要讓更多的中國消費者接受和喜歡加碧，必須要將頂級的加碧與普通成色的加碧分開，通過不同的渠道來推廣和銷售。正如名牌車與普通車的銷售戰略一樣，頂級北極玉與普通加碧雖然都是透閃石結構，但品質卻相差甚遠，價格也有幾百倍的不同。由於歷史原因，加碧一直是打包拍賣，一鍋端，不僅影響了加碧的聲譽，而且把頂級的北極玉賣了普通價。北極玉公司成立後，致力於提高加碧認知度，改變加碧的口碑，用品質精良的北極玉征服中國市場的消費者。據悉，該公司準備在馬年春節到來之前，再度向中國市場投放該公司珍藏的一批頂級北極玉原石，滿足中國消費者對高品質加碧的需求。儘管王先生對未來數年加碧在中國市場的銷售前景持謹慎樂觀態度，但是，我們也不得不提醒，在新的淘玉大潮中，一些人入行不久的中國商家大量湧入，遍地買礦，因業務不熟，專業不精，有的不免上當受騙，買了一些根本沒有玉源的假礦，承受不了相應的經濟損失。

2014 加碧的市場走勢與價格預期

BC 出產的加碧原石百分之九十銷往中國，2013 年年產量八百噸，是奧運會之前的四倍。貨運集裝箱分別抵達香港、中國大陸和台灣，卸光後被送到多達十萬眾的中國玉雕師手中，最後製成首飾和工藝品，行銷整個亞洲。無論是柯克還是經營加碧的華裔中間商都表示，儘管加碧儲量豐富，但內受環保和季節所限，勞工工資逐年上漲，外有中國高關稅的阻礙，加碧開採、運輸與出口的成本都不低，每產出一噸玉材需成本八千至一萬美元，目前產量與出口量僅僅只能滿足一半中國市場的需求。2014 年及以後可預見的未來，加碧價格會隨成本增加，需求放大而更趨高漲。這對加碧從業者來說，既是利好的前景，也是一種壓力。據柯克透露，他的公司計劃明年將開採一個新礦，以滿足市場需求。他還歡迎更多的投資加入進來，共同做大加碧的蛋糕。