

裹体特征以及光谱分析,可有效地区别这些玻璃和石英。

该文第一次发表于2009年8月斋浦尔宝石检测实验室的《实验室信息通告》(Vol.55)上。

#### 参考文献:

- [1] Hänni H A, Wu Shuntien, Yuan Xinqiang, et al. A glass imitation of blue chalcedony [J]. The Journal of Gemmology, 2001, 27(5): 275—285.

(该文由本编辑部黄艺兰翻译)

## 2009年“中国珠宝年会”在国家会议中心隆重举行

2010年1月23日,由中国珠宝首饰行业协会联合上海黄金交易所、上海钻石交易所、世界黄金协会、国际铂金协会、国际钯金协会、国际有色宝石协会等机构在北京国家会议中心多功能厅共同举办了“中国珠宝年会”。参加此次盛会的有珠宝专家、珠宝企业家、大专院校师生、珠宝行业科研与质检部门、业界代表以及媒体代表等共800多人。中国珠宝玉石首饰行业协会会长孙文盛、国家珠宝玉石质量监督检验中心主任毕立君、上海黄金交易所副总经理宋钰勤、世界黄金协会远东区董事、总经理郑良豪、上海钻石交易所总裁林强、Forevermark 永恒印记全球运营总监 Jonarhan Kendall 及中国区总经理刘行淑、国际铂金协会中国区总经理高伟政、国际钯金协会中国区总监李坚、国际有色宝石协会主席袁建荣等国内外行业机构代表以及柯婕、王曼君、王春莉、周宗文、辛志宏、黄绍基等在会上作了发言。

中国珠宝首饰行业协会会长孙文盛全面回顾了2009年取得的成绩,展望了今后的发展方向。孙会长说:这次年会意义特殊,在历史罕见的国际金融危机之中,珠宝界人士聚集在这里,围绕“回顾与展望”这一主题,解析行业发展脉络,探讨行业发展之路,对更好地促进珠宝业界的沟通与交流、推动行业持续繁荣具有重要的现实意义。2009年,中国珠宝业界的企业家和行业组织表现出了应对危机的坚定信心和极大团结,化危机为机遇,销售总额同比增长10%以上,取得了2200多亿元销售总额的骄人业绩,这是全行业共同努力的结果。

在2009年,我国首饰用铂金约54.5 t,占全球首饰铂金用量的71.5%;2009年我国黄金消费近500 t,取代印度列世界第一;钻石消费首次超过日本,位居世界第二,年消费钻石首饰总额超过250亿元。此外,白银首饰的年消费量在800 t左

右,红宝石与蓝宝石、水晶、仿真首饰等产品在中国市场也大受欢迎。上海老凤祥2009年销售额突破1000亿元,其中黄金珠宝方面占80%以上;北京菜百2009年全年销售超过50亿元,再创历史新高;上海老庙2009年共销售黄金产品18 t。这些珠宝零售龙头企业的销售数据再次证实了2009年中国珠宝市场的繁荣与兴旺。

在2009年,我国各类珠宝生产加工企业有2万多家,产业工人达到170多万人。这支队伍支撑起了2200多亿元的国内珠宝市场需求和80多亿美元出口产品的制造。他们对珠宝产品的设计开发和制造技术进行革新改造,开发了一系列具有国际先进水平的工艺技术,如硬金技术、电脑车花技术、花丝镶嵌技术、项链自动成型技术等。据不完全统计,从2002年至今,我国珠宝行业申请的专利产品约有1000多种。具有自主知识产权的产品研发已经成为推动我国珠宝产业全面升级的巨大力量,创新正在使中国的珠宝首饰业经历着从量到质的转变。

孙会长满怀激情地说:未来,中国珠宝产业将沿着产业国际化、投资社会化、消费差异化及文化多元化等四个方面继续探索和不断发展。预计到2020年,我国珠宝产业的年销售总额有望达到4000亿元,出口超过150亿美元。到那时,我国将成为全球最具竞争力的珠宝首饰制造和贸易中心之一,也将成为世界最大的珠宝消费市场。

在本届年会上,其他代表分别就2009年黄金、钻石、铂金、钯金、有色宝石、翡翠等市场发展进行了总结和分析,并对2010年的市场前景进行了展望。此外,菜百、周大生、老凤祥、周大福四家知名品牌企业在会上与大家分享了各自的发展心得。

沈才卿 报道

2010-03-10