

珠宝文化教育模式初探

——陕西国际商贸学院珠宝学院“珠宝文化讲堂”探索实践

张倩怡¹ 罗媛¹ 王轶² 孙鸿蒙¹

(1.陕西国际商贸学院珠宝学院, 陕西省宝石学实验教学示范中心, 陕西, 西安, 712046; 2.中国地质调查局西安地调研究中心, 陕西, 西安, 710054)

摘要: 本文简要介绍了珠宝文化, 从珠宝人才、珠宝品牌、珠宝产品等方面阐述了珠宝文化讲堂类课程开展的必要性, 重点探讨了珠宝文化讲堂类课程的教学模式, 以及预期发展社会化运作模式, 为珠宝文化教育提供实践案例与经验。

关键词: 珠宝, 文化, 教学模式

Exploration of jewelry culture education mode

——Exploration and practice of jewelry culture lecture at
Jewelry Institute ,Shaanxi Institute of International Trade

ZHANG Qianyi¹ LUO Yuan¹ WANG Yi² SUN Hongmeng¹

(1. Jewelry Institute, Shaanxi Institute of International Trade, Shaanxi gemological experimental teaching demonstration center, Shaanxi Xian, 712046, China; 2. Xian Center, China Geological Survey, Shaanxi Xian, 710054, China)

Abstract: This paper briefly introduces the jewelry culture, and elaborates the necessity of opening jewelry courses. From the side of jewelry talents, jewelry brand and jewelry products. Focus on the teaching mode of the lecture class of jewelry culture, and the mode of expected development social operation, and provides practical cases and experience of jewelry culture education.

Key words: jewelry, culture, teaching model

1. 中国珠宝文化概况

近年来, 我国的珠宝行业得到良好的发展, 珠宝市场发展前景广阔, 发展空间巨大, 而文化内涵的注入为珠宝产业提供了更为优越的发展基础, 为珠宝玉石赋予了鲜活亮丽的生命。

珠宝产品不仅需要材质珍贵, 造型具备美感, 而且在内涵上也需要体现底蕴深厚的文化特色才能满足人们追求自我价值的实现和精神上的需要。中国博

大精深的珠宝玉石文化为珠宝玉石的设计、加工提供了丰富多彩的素材和主题，为珠宝玉石赋予了文化的内涵和底蕴。它不仅使珠宝的形象更为丰满，也使得珠宝所蕴含的文化内涵更加契合人们的精神需求。充分的挖掘珠宝玉石的文化内涵并合理利用珠宝玉石的文化元素，能够快速有效的提高珠宝玉石产品的附加价值，提升珠宝玉石品牌的影响力，促进具有民族文化内涵的珠宝玉石产品在国内以及国际市场的销售，从而带动珠宝玉石产业的高速、可持续的发展。

与其说珠宝注入了文化的内涵，不如说珠宝本身就是一种文化载体。从珠宝的起源来说，珠宝起始于人类对原始饰物美的认知，原始人类在原始美感的驱使下将那些拥有炫丽色彩、坚硬质地、经久耐用的天然矿物材料加工打磨成饰物佩戴在身上，来展示和传递美的信息。如果说人类一开始发现并利用珠宝是更加关注其物质特性的话，例如是否经久耐用是否质地坚硬，那么在其以后发展的过程中珠宝的文化特性则更受到人们的关注。尽管不同的国家不同的民族和不同历史发展时期人们对美的认识和理解存在着差异，并且形成了不同的文化概念，但这些文化概念不约而同的都可以在珠宝文化的形式中得以体现。

珠宝不仅凝聚了人类文化的精髓，融合了现代文明发展的成果，而且每一件珠宝总是会传递一种文化信息，或是神的信仰、对人性的追求、对智慧的渴望、以及对美的欣赏等。从这个意义上说，文化是珠宝的灵魂，同时珠宝也在传播着文化。如果珠宝产品的设计、加工的过程是一个文化承载的过程。而珠宝的销售过程则是文化传播的过程。

珠宝是一种特殊的产品它主要是用来鉴赏、品味、佩戴的。这同其他的物质产品不一样。其他很多产品虽然也具有文化的特殊属性，例如服饰文化但它主要以实用为主，首先要满足人们的物质需求，然后才是精神享受。它的精神性是依附在其物质特性基础之上的。而珠宝产品它不需要满足人们衣食住行等的物质需求，它所需要满足的是人们对美的追求，是精神层面上的需求。因此，珠宝设计是通过文化的创造来满足人们的这种精神和文化的需求。这也决定了珠宝产品从设计开始就灌注了文化的内涵在里面。而任何一个珠宝产品的设计者都是一定时代和一定社会的人，那么珠宝产品必然会受到这个时代和这个社会文化的影响。

而珠宝的加工生产过程也不同于其他物质产品的加工生产过程，其他物质产品的生产大都是程序化和批量生产的。而珠宝产品的生产过程却不是这样的，尤其是高档的珠宝产品，人们很难对其进行程序化的批量生产。因为每一件珠宝产品都要映射着一种精神，都在传递一种文化，如果对珠宝实现批量化生产，那么珠宝产品蕴含的文化会在生产过程中被削弱，从而失去了其独特的

吸引力。

2.珠宝文化讲堂类课程开展的必要性

我国高校珠宝教育发展至今，已有二三十年的历史，珠宝专业人才从非常紧缺到目前已基本能满足行业需求，但二三十年来培养的珠宝专业人才水平良莠不齐，提高珠宝行业从业人员整体素质与水平，对行业的发展起到了关键的作用。

目前我国珠宝学历教育大多从属于材料、地质等学科，以理论知识传授、实践技能验证为主要教学模式，培养的学生多为理工科，少数学校可能存在文理兼收的情况，大多数学生对文化内涵理解相对薄弱。职业教育以考证、短期培训为主，培训内容多针对具体的某方面珠宝知识，基本未涉及珠宝文化知识。珠宝行业从业人员文化底蕴亟待提升。

2.1 珠宝文化对高校珠宝专业人才水平的提升

2.1.1 学习珠宝文化，对学生品德有较大提升。中华民族自古以玉比德，仁、智、礼、仪、信，是人们为玉石赋予的美好品德，同时也是对完美人格的向往。“君子佩玉”、“宁为玉碎，不为瓦全”、“洁身如玉”等词语充分展现了我国古代的珠宝文化，尤其是玉文化。珠宝行业重在诚信，学生学习珠宝文化，必将成为连接珠宝专业知识与学生品德发展的纽带。

2.1.2 学习珠宝文化，对学生思维开阔有较大提升。珠宝文化主要是将历史、美学、人文、艺术、文学、哲学、宗教、工艺学、医学等知识综合理解珠宝所传递的思想、意境、哲理，学生学习珠宝文化，对其开阔思维、综合运用知识有较大帮助，

2.1.3 学习珠宝文化，对学生创作能力与加工能力有较大提升。珠宝文化源远流长，内涵丰富，学生学习珠宝文化，必将打开思路，增强创作灵感。近期看到几件学生参赛作品，设计灵感均来自于文学艺术，“七月七日长生殿”、“北冥有鱼，其名为鲲”、“月磬钟楼”等，带有文化内涵的设计作品，给人视觉冲击非常强烈。

2.1.4 学习珠宝文化，对学生营销能力和品牌运营能力有较大提升。学习珠宝文化，使学生充分认识到将情感、意义、思想赋予每一件珠宝产品的重要性，每一件珠宝产品都承担着传递美好、期盼、愿望等情感，传递历史、人文、民族、地域等文化内涵，学生营销能力和品牌运营能力在理解文化过程中，显著提升。

2.2 珠宝文化对珠宝产品品位的提升

珠宝产品，无论岩矿中的宝石、玉石、贵金属，还是水中的珍珠、珊瑚，或是与生物相关的象牙、玳瑁，传统人们对其评价的主要要素即为品质。钻石的“4C 分级”全球通用，从颜色、净度、切工、重量四方面对钻石做以评价，但若没有“钻石恒久远、一颗永流传”的爱情文化内涵，钻石无法做到家喻户晓；翡翠评价人们注重“种、水、色”；但若没有“君子必佩玉”、“玉养人”、“以玉比德”，翡翠也无法做到玉石之王；珍珠的评价重在颜色、大小、光泽、形状、光洁度、珠层厚度、匹配度，但若没有“珠圆玉润”、“珠光宝气”、“珠联璧合”、“掌上明珠”、“珍珠涂面，令人润泽好颜色”（李时珍），珍珠亦无法被称为“宝石皇后”。珠宝文化内涵的赋予，使珠宝产品从一件件冰冷的石头、金属，变为文化的载体，品位有了巨大提升，珠宝产品的评价要素也应逐渐从单一的品质评价转变为品质、文化相结合的多维评价要素。

2.3 珠宝文化对珠宝品牌影响力的提升

随着社会的发展，物质文明日益发达，消费者对精神文明要求日渐提高，文化产业迅猛发展，为珠宝行业的发展提供了良好的基础。学生学习的珠宝文化是西方文化主流以及符合中华民族历史、民族、基本国情的现代珠宝文化。增加珠宝产品的文化价值，提升品牌影响力，是我国许多珠宝企业走向国际化、特别是大量带有民族特色文化的珠宝产品远销全球的必由之路。现阶段，许多珠宝企业已将珠宝文化、企业文化渗透到企业当中，品牌影响力有了显著提高，未来的珠宝企业竞争也将上升为文化之争。

3.珠宝文化讲堂教学模式探索

3.1 珠宝文化讲堂基本情况

陕西国际商贸学院珠宝学院珠宝文化大讲堂，于 2017 年 3 月开始，精心组织、扎实落实，已成功举办十余场，下半年有待举办十余场。在珠宝教育的高校及职业培训中，大规模开展珠宝文化讲堂，普及、宣讲珠宝文化内涵，走在了较前列。半年来的摸索与实践，有了一定的成果，但也有较大提升空间。

3.1.1 讲课主体

珠宝文化讲堂授课主体目前以陕西国际商贸学院珠宝学院专业骨干教师为主，在组织开展文化讲堂的计划初期，专业骨干教师根据自己所长，选择宣讲珠宝文化模块，充分备课，积极备讲。

同时，邀请部分珠宝行业内、文化行业内专家学者进行讲座，这些授课主体都是各领域内有较高影响力、有建树、功底深的专家，为提高珠宝文化大讲

堂的整体水平、打造“陕西国际商贸学院珠宝学院珠宝文化大讲堂”特色名片起到了重要作用。

3.1.2 听课主体

珠宝文化讲堂听课主体目前以陕西国际商贸学院珠宝专业学生为主，其他专业学生为辅，少数社会听众。此种情况与珠宝文化讲堂探索时间不长有关，随着成功举办讲堂的次数增多、社会影响力增强，社会听众会越来越的融入。

预期听课主体主要包括以下几类：一是珠宝专业学生；二是珠宝行业从业人员、珠宝企业工作人员；三是高校非珠宝专业学生、市民、附近居民。因陕西国际商贸学院地处陕西，面向的受众对象为西安市咸阳市学生、行业人员及市民。

3.1.3 授课内容

珠宝文化讲堂授课内容目前以珠宝产品品种分类为主线，以珠宝首饰类型为副线，分模块宣讲。上半年成功举办的十余次讲堂，主要围绕钻石、红宝石、蓝宝石、水晶、碧玺、翡翠、珍珠、琥珀等珠宝玉石品种开展，穿插首饰设计、戒指、耳饰、银锁等首饰文化，每个模块多从历史、宗教、美学、玄学、文学、艺术、工艺、雕刻、养生保健、医学美容等方面进行宣讲。

3.2 珠宝文化讲堂效果与影响

陕西国际商贸学院珠宝学院珠宝文化大讲堂是学校推出文化素质教育的特色名片，它充分利用高校教师资源与知识优势，为专家、学者、精英、教师提供了展现学识与谈吐的舞台，也为珠宝专业学生、珠宝行业从业者、高校学生与市民提供了珠宝文化盛宴。成功举办十余期以来，在校内、行业中引起了巨大反响，受到一致好评。陕西国际商贸学院校刊出版一册《珠宝文化专刊》，也为珠宝文化大讲堂影响力的提升起到了推动作用。

3.3 珠宝文化讲堂发展模式探索

珠宝文化大讲堂教学模式、教学成果成熟之后，可面向社会更多受众，采用社会化运作模式。主要应思考以下几个方面：

设立专人负责。珠宝文化大讲堂社会化运作，应有专人负责，组织、策划、宣传，讲堂内容、专家学者、受众面、时间地点、宣传方式等都应在讲堂开始前确定。同时，尽可能去争取行业、企业的支持，保证文化大讲堂的资金、授课地点、宣传方式等有利发展。

社会效益最大化。珠宝文化讲堂因地域、时间、人员等因素而受限，受众

面较小，如何实现社会效益最大化是社会化运作的重要议题。将授课内容刻录成光盘，出版成书籍一同送给珠宝企业，可供企业员工日常学习；将授课过程制作成微课、MOOC 等在线课程上传网络，可供其他高校学生自主学习；与报纸、杂志、电视等媒体合作，增加受众群体，努力实现社会效益最大化。

4.结语

珠宝文化是珠宝产业健康发展的基础，是珠宝企业提升品牌竞争力的动力。陕西国际商贸学院珠宝学院珠宝文化大讲堂的举办，体现了高校人才培养、传播知识、科学研究、服务社会的基本功能，为珠宝文化教育提供实践案例与经验。各珠宝教育机构、珠宝企业可积极探索珠宝文化教育模式，为珠宝文化的传播出谋献策。

参考文献：

- [1] 李国忠、王昶、申柯娅、佟德真.略论文化、珠宝与珠宝文化[J].珠宝科技.1997(1).
- [2]杨新迪、杨力行、杨明星.文化视觉下的珠宝[J].宝石和宝石学杂志.2016(01):43-48.
- [3]高山.谈玉文化对珠宝专业学生适应社会需求的催化作用[J].职教论坛.2010(17):80-81.
- [4]王超.玉石文化对提升珠宝品牌的影响力与经济发展中的作用[J].现代经济信息.2011(24):232+242.
- [5]王淑杰.图书馆讲座社会化运作模式的理论探讨与实践[J].科技情报开发与经济.2010(25):80-81
- [6]高山.玉文化促进珠宝职业教育发展的探究[J].辽宁教育行政学院学报.2009(4):12-13.

作者简介：张倩怡（1986—），女，陕西国际商贸学院珠宝学院，讲师、工程师、国家珠宝玉石质量检验师（CGC），研究方向：珠宝鉴定、评估与商贸。Email: 251741736@qq.com