



港青設計師 自創品牌實力圈粉

Artfairy Jewelry品牌創始人莊園。



不同珠寶有不同的魅力。



以芬達石製作而成的耳釘小巧精緻；綠松石的戒指如同「鴿子蛋」散發着貴氣；琥珀、碧璽、海藍寶，甚至水晶原石都有着獨特魅力。香港國際珠寶展早前舉行，以翡翠、寶石、珍珠製作而成的飾品吸引眾多買家；展廳外展示的香港珠寶設計大賽的優秀作品，亦吸引不少人駐足觀賞。

大公報記者 顏 琨 (文、圖)

都頗受歡迎。

珠寶。因此，以月亮石、海藍寶製作的耳墜、項鍊，量感的珠寶。」

部分圖片：受訪者提供

五行手鍊製作需時。網絡圖片



無懼競爭

珠寶設計師莊園 (Rachel) 無懼競爭，對自己的設計有十足信心。她說：「現在流行珍珠與寶石搭配的手鍊款式，其實在很早的時候，我就嘗試過了。」Rachel的靈感源源不絕，總是走在前沿。她堅信，原創設計、層層把關的品質，方是贏得顧客信賴的關鍵。

說到頗為得意的設計，她不假思索地講到店內最受歡迎的「五行手鍊」。

據悉，不同類別的寶石有着不同能量的加持。紅色系、隕石類屬火能量；藍色系屬水能量。「對於脾氣較急的顧客，看到紅色系的寶石或更容易刺激感官，這類顧客也許需要水能量的飾品。」在確認顧客的五行分布後，Rachel還會了解對方當下的工作、家庭狀況，綜合所有的情形來為客人加工更適合對方的寶石，以及擬定幾顆寶石間的排列順序。每一條手鍊的製作時間需要四個月至半年，每一條亦傾注了Rachel的心思。



以不同顏色的寶石製作而成的手鍊。



Rachel收藏的一些琥珀品。



香港國際珠寶展於3月初舉行。資料圖片



各款水晶飾品。

珍珠、彩色寶石、琥珀等都是設計師Rachel常用的材料。

參加香港珠寶展

香港品牌Artfairy Jewelry由青年設計師莊園 (Rachel) 創辦。品牌發展十多年，從原料採購、創意設計到製作，每一件飾品都由她一手包辦。在2023年的香港國際珠寶展中，Rachel的品牌亦有參展。

水晶的流行，讓香港出現不少主打水晶飾品的珠寶店。Rachel坦言，從事珠寶設計需要長期穩定的貨源和堅持原創設計，才能做得長久。「很多人跟風開店，或會借鑒別家的設計，當風潮過去後，就很難經營下去。我也曾發現有的原創設計被人抄襲，但別人模仿了上一個系列，我已經推出了新系列。自己店鋪推出的新款都是限量的，並且很快賣完。」

港人愛精緻飾品

提及品牌的客戶群，Rachel覺得大家的相處模式像家人一樣。每當她的新設計在社交平台上架，很快就會被粉絲搶購一空。為此，Rachel常常在群組內向粉絲傳遞「理性購物」的觀念。在她看來，儘管水晶的能量被認為有療癒身心的益處，但修讀設計專業的她更希望大家關注珠寶的設計和品質。

Rachel說：「我不是一個迷信的人，希望可以從內而外的提升自己。當我們心情平和、積極樂觀的時候，自然也會吸引到很多正面的磁場。任何事情都要看到兩面性。因此，這些水晶的能量是什麼、它們如何幫助到你，我都會和客人講得很清楚。」

如今，Artfairy的顧客主要來自香港和台灣。從自身經驗出發，她覺得港台顧客的設計偏好和內地的有差異。「品牌前十年有在內地市場發展。彼時，客戶喜愛帶有誇張設計的高級訂製珠寶。我會以綠松石、青金石、珊瑚、碧璽等天然寶石為靈感，設計有一定

瑰麗飾品 春意盎然



以花卉圖案設計的手鍊。



鑽石戒指以線條構成鏤空樹葉圖案。

春季，繁花盛放，充滿生機，連珠寶也與春色沾上關係。意大利珠寶品牌Buccellati推出一系列春意盎然的飾品，包括手鍊、項鍊、戒指、耳環、吊墜等，讓女生如花卉般綻放魅力。

Opera Tulle系列以品牌標誌性的花卉圖案為設計，展現出春天花卉處處，生機勃勃的景象。該系列的靈感源自文藝復興時期的意大利建築，盡顯古典風情，並以色澤精美的寶石琺瑯、瑪瑙或珍珠母貝作襯底，融合品牌標誌性的「珠羅紗」工藝與經典琺瑯工藝，使珍貴金屬呈現如蕾絲般的輕盈質感。

Blossoms系列是品牌首個銀製珠寶系列，靈感源自春日花季。工匠將花中雌蕊鑲金，並勾勒出啡鑲輪廓，使花卉栩栩如生。今個春日，女生不妨戴上清新亮眼的飾品，襯托多樣化的穿搭，悄然融入綻放的花海。

Ramage系列以精緻的線條構成鏤空樹葉圖案，並以閃亮黃金與珍稀白金勾勒出雙色枝蔓。枝蔓上鑲嵌着鑽石，澄澈光芒閃爍其間，散發生機盎然的靈動氣息。



銀製珠寶耳環優雅大方。



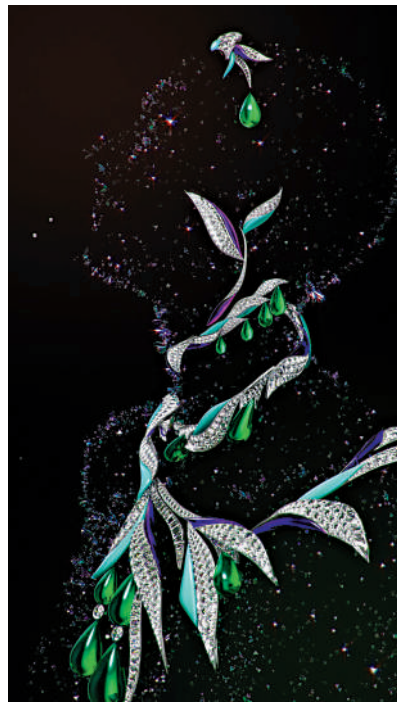
鏤空設計項鍊散發生機盎然的靈動氣息。

數位世界裏的珠寶

科技助力

大家還記得獲健力士世界紀錄「最有價值結他」的Gibson SG 120周年限量版鑽石結他嗎？4000卡鑽石、1.6公斤的黃金，讓這把結他的價值在2022年達到500萬美元。而這把珍貴的結他可以對應2689個vNFT（金融科技，指可計算的非同質化代幣）單位。每個vNFT的價值從500美元到180000美元不等，供熱愛結他、音樂或藝術的收藏家根據喜好，部分擁有這個世界上獨一無二的藝術品。

此外，珠寶品牌與NFT（非同質化代幣）的聯名熱度不減。Tiffany & Co.推出NFT項目——NFTiff，吸引持有Cryptopunks NFT（可收藏的數位貨幣藝術品，以NFT形式存在於以太坊區塊鏈上）的用戶購買後可兌換訂製吊墜，限量250個，每個售價為30 ETH（原生加密貨幣：以太幣）；寶格麗展出NFT capsule獨家數位珠寶系列。其中，作品之一的Beyond Wonder成為勾勒出在數位世界裏，如攀緣植物蔓延生長卻並不存在於現實世界的珍稀寶石。



品牌寶格麗首款NFT珠寶作品。網絡圖片