



毛文于Art Jewelry会所



《金毛狗狗》 设计师: 黄可迪

QA

生活周刊

×
毛文

独立珠宝顾问
珠宝策展人
上海视觉艺术学院时尚学院
特邀教授

写下“小结”，继续前行

Q: 你曾在世界黄金协会工作过很长一段时间,能否介绍一下这段经历?

A: 我从1994年加入其中,也算是跨界进入这个行业。那时候的黄金协会和珠宝没有什么直接的关系,但那时,协会在打造一个理念,如何让更多人喜欢黄金,来增加其销量。2000年,我开始更多地接触珠宝首饰,因为那时,我着手做设计潮流手册,接触到了全世界特别是意大利的珠宝行业。2008年,世界黄金协会推出了k-gold品牌,吸引更多年轻人关注黄金和珠宝领域。在2008年之后,我在首饰方面看到和学习到的内容就更多,我也做了各种探索,从设计师到工厂,从市场再到消费者,我介入了珠宝行业的整个产业链。

2014年我退出世界黄金协会,我不想只为一家品牌服务,就想要做独立珠宝顾问。我这二十年以来的积累,在珠宝行业的浸润,给了我宝贵的经验。我采访过一千多家店,两百多位设计师,帮助许多产品实现从无到有。幸运的是当我决定做独立珠宝顾问,正好这个时代接受了很多“斜杠”。

Q: 你的工作内容都是比较实际、具体的,那你怎么会想到出一本关于首饰设计师的书呢?

A: 所有的事情都是机缘巧合。世界黄金协会减少为首饰行业做活动和推广,是因为2012年时总部发现,继续如此可能会让行业受到局限,所以当时就有了做电子销售网站的策略。由于我懂得设计,所以我就被转去参与这个项目。这让我接触到了许多独立设计师,看到了更多设计,也挖掘到整个行业内的一些亮点。在采访、了解的过程中,我自己很有收获。但就这个网络平台而言,由于协会没有考虑好其商业落点,入不敷出,所以很难维持下去。这个项目在2014年就结束了,整个项目组的人,包括我,全部离开。

但这个项目给我的启发是,原来首饰行业里,其实并非那几个大的品牌在“垄断”。它们或许像一面旗帜,但其实更好的创意点、真正能够满足市场的多元化需求的,是独立设计师或者小众品牌。我曾考虑过为他们建立一个共享的网站平台。但是江南春建议我把自己的想法以情感、情怀的方式表现出来。

所以,我把自己采访独立设计师们的内容,写成了这本书。购买者给予了我较好的反馈,他们说可以从这本书里学习到设计师前辈是如何开始工作的,是如何进行设计的。我觉得我写这本书,之后还会写第二集、第三集,我和那些首饰工匠们一样,也是在为自己专注的珠宝领域倾注心血。

用珠宝串起闪耀故事

【文/周琳琳 图/受访者提供】

珠宝设计师与喜爱珠宝首饰的人之间,是怎样的关系?毛文给出了与众不同的回答:她以首饰为媒,串起了这二者之间的特别情谊。作为珠宝行业内的一分子、一名亲历者,她动情地写下《珠宝秘语》一书,认真地记录众多珠宝设计师与其设计的作品之间的故事,呈现出珠宝特有的个性与温度。

她在分享别人的故事,慢慢地,自己也成为了故事的一部分。通过二十多年的珠宝行业的长时间浸润,她对一枚珠宝首饰的诞生,从设计师手中到工厂到市场再到消费者这整个产业链的运转都了如指掌。出于对珠宝的热爱,对整个行业的热爱,以及愿为更多品牌竭尽所能服务的责任感,她成为了一名独立珠宝顾问,在关心许多首饰品牌发展的同时,也关注着整个行业的发展趋势。

时至今日,毛文与珠宝首饰打交道已有二十余年,正如书的自序所言,她不断在“为珠宝发声”,她一直在缓慢而坚定地诉说着她的“珠宝秘语”。



钛金艺术首饰 设计师: 蔡安和 (台湾)



《竹韵》 设计师: 刘明明