

證書無用論

（節錄自聚英寶石學精髓 104-105頁）

有破壞才有建設，是危機也是轉機。這個道理大家都懂。公司會計內外兩本帳的問題遲早要解決。寶石業界 **證書亂象** 的後遺症遲早會引爆，除非整個珠寶業界的共犯結構牢不可撼。證書亂象一旦引爆，消費者勢必全面抵制各式各樣的美國證書、歐洲證書、台灣證書、無電話無地址的美國證書及歐洲證書、幽靈電話幽靈地址的美國證書及歐洲證書。無論遲早，銀樓業者總有一天要面對。

本書提供給銀樓業者的，不僅止於 **紮實的看貨能力**，還有 **合理的解說能力**。當上述的〔空氣證書〕全盤被消費者否定之際，讀過本書的銀樓業者，將有能力解釋整個空氣證書的來龍去脈，進而把可能發生的紛爭，由大化小、由小化無。

絕大部份的銀樓業者都認為，消費者懂得愈多，愈不利於買賣。聚英則執相反的看法。聚英一向認為，一個成熟而合理的寶石市場，寶石業者的利潤應該是來自他的營銷及服務，而不是來自消費者的無知。為此，聚英鄭重提出 **證書無用** 的論點，一方面揭露時下寶石證書的虛假保證面紗，一方面期待撥亂返治的時刻儘快來到。

證書的定義

時下寶石買賣市場所慣稱的〔證書〕，依其功能可分為下列兩種：

- 1 由銀樓業者簽發的〔保證書〕，保證願意承擔買賣責任及售後服務。
- 2 由鑑定公司簽發的〔鑑定書〕，只鑑定真假或等級，而不承擔買賣責任及售後服務，純粹只是寶石業者的行銷工具。

消費者被誤導盲目相信鑑定書的效力

由於寶石鑑定工作者和銀樓業者的刻意誤導，將〔鑑定書〕充當〔保證書〕使用，使得消費者誤以為鑑定書真的具有實質保證的效力。賣方強調鑑定書的虛假保證功能，而刻意忽略鑑定書本當具備的 **品質分析功能**。如此運作的用意只在於：〔你相信它就好，其他的你就不必懂了〕。一切著眼於商業行銷利益，而非基於保護消費者的立場而為。

盡信書不如無書。基於行銷秩序及保護消費者之大義，聚英必須明白指出：有看沒有懂的鑑定書，除了心理安慰，對消費者不具任何實質意義。試想一下，你是否曾經透過鑑定書上的描述，因而認識了你所擁有的寶石？因而增進了你的寶石知識？你是否曾經花了十幾來萬，心裡非常篤定的選購了一張鑽石圖上沒有點紅點的〔證書〕，然後業者送你一顆你只知道它是鑽石的鑽石 — 你卻不曉得如何欣賞它，它到底 **美** 在那裡？

相信證書反而吃虧的案例很多

- 1 附美國 G 證，重 3 克拉多的圓形鑽石，純淨等級 VVS1，顏色等級 D，強藍螢。在 **標準燈源** 及 **比色紙卡** 下比色，顏色最高只能給無色的第 3 小級，F，此結論有經執有業主的認可。美國鑑定系統是在 **鑽石比色箱** 內比色，比色箱內盡是膠質物，故不能據實反應鑽石的 **濁色** 感覺，以致顏色等級產生不小偏差。吾人對照【R 鑽石報價表】，當可發現 D 與 F 兩級的價差高達 30%。盡信書不如無書，此為最佳例證。
- 2 一批附美國 G 證，重量皆為 1 克拉的七粒圓鑽，等級都是 G。在標準燈源及比色紙卡下比對，可輕易看出這七粒鑽石的顏色橫跨了 G、H、I 三小級，此一結論有經執有業者的認同。**戴比爾斯** 於議定這七粒鑽石時，必定會給于不同的等級與價格。此例亦足以證明【美國 G 證】的等級不全然等於【R 鑽石報價表】的等級。須知，這七粒鑽石等級符號雖然相同，但上游鑽石商以 R 鑽石報價表報價時，必定會訂定不同折扣。

- 3 附美國 G 證，重 2 克拉的橄欖形鑽石，顏色等級評為 Fancy Pink，純淨等級為 VVS2。執有者買進價約等於【R 鑽石報價表】圓形鑽石 D/VVS 的價格。實際評鑑其等級如下：從鑽石冠部不易一眼看出它帶有一般人所認知的粉紅色系、鑽石的白度約為 B3、晶質不是很清澈 — 晶質等級約為 B3、從鑽石底部觀察才能看出帶有輕微的 **粉褐** 色系 — 粉紅色素的分數最高只能給 5 分，褐灰色素的分數最低應給 8 分。

執有者從報章媒體得知 Pink 的鑽石非常稀少、非常珍貴，加上鑽石業者的遊說，而且附有國際知名的保證書，於是放心以高價購入。執有者沒有管道得知 **晶質良窳** 與 **正偏色素的濃淡**，才是決定〔有色鑽石〕價格高低的關鍵。因美國 G 證不評鑑晶質良窳、色系正偏、色素濃淡，故評鑑所得和戴比爾斯的分級標準產生不小落差。相信證書而吃虧的，畢竟還是消費者。須知，稀少不等於珍貴，但稀少可以炒作。

讀者們不可不知，因相信鑑定書的保證功能，而溢價購入的損失，最後還是要由台灣全體大眾承擔。聚英基於台灣本土自覺，而不得不於此鄭重聲明：未能洞悉美國 G 證屬於 **商業行銷機制** 之事實，就極力宣揚美國 G 證如何公正、寶石教學如何權威，致使絕大部份銀樓業者和消費者深信不疑，此絕非台灣珠寶業界全體之福。

鑑定書是銀樓業者銷售時的輔助工具

寶石的交易，〔鑑定書〕原本只是配角，銀樓業者本身的 **信譽** 及 **珠寶專業知識** 才是主角。鑑定書的功能在於幫助業者銷售，一如狗的血統證明、骨董的年代證明、字畫的真偽證明。然而，御用鑑定、標準因人而異、有爭議不願負責的特性，也是任何業別的鑑定所共有的弊病。自 80 年代起，銀樓業者最需擁有的信譽及專業知識，逐漸被大眾所漠視，消費者購買寶石索取虛假保證也蔚然成為風氣。推其成因，約有下列兩端：

- 1 二十幾年前，有位鑑定者在知名女性雜誌(婦女雜誌)上發表珠寶專文，其內容不在於教導辨識寶石真偽的方法，也不在於提供分析品質的要領，而是傾全力描述消費者購買珠寶吃虧上當的個案，以及灌輸消費者一種〔非經鑑定你會吃虧、有我保證你可安心〕之類的訊息。從文章表面看，是冠冕堂皇的珠寶論文，骨子裡卻是如假包換的廣告行銷。在台灣，將寶石鑑定書的 **品質分析功能** 導向 **買賣保證功能** 的，此人就是始作俑者。
- 2 自 1988 年起，進入珠寶買賣市場的寶石業者為數極眾，他們一則珠寶專業知識極端貧乏，一則建立商譽又緩不濟急，再加上功利及速食的大環境，他們只好隨波逐流，將 **鑑定書** 充當 **保證書** 用。於是乎，有它保證終於成為寶石銷售的靈藥仙丹。

消費者應如何要求 交易保證書 及 品質分析書

- 1 為使賣方承擔售後服務之責，應要求賣方親自簽發〔買賣交易保證書〕。
- 2 為增進自己的寶石知識及看貨能力，應要求賣方提供看得懂的〔寶石品質分析書〕。

消費者應仔細閱讀寶石品質分析書上的內容，並詳加對照你手上的寶石，藉以增進寶石知識，尤其是藉以增強你的看貨能力，用以累積下次購買寶石的 POWER。須知，不具品質分析功能的鑑定書，充其量只不過是寶石業者的行銷補助工具罷了。

基於公平交易精神，消費者要求看得懂的鑑定書，是為了維護自身利益，業者沒有理由橫加拒絕。事實上，業者只要謹守一分錢、一分貨原則，就不必忌憚提供給消費者的是看得懂的鑑定書。至於鑑定公司推廣 **學術**、**人性化** 的品質分析鑑定書，一則可解決市場亂象，一則又有益世道人心，如此積德美事，何樂而不為？