

Brand

OSCAR HEYMANSM
Since 1912



Reprint from Jewelry & Gold Magazine
January 2012

Noble Jewelry 豪门珠宝 流转百年 Circulate for Centuries

文、图/李蔓 编辑/郅素琴

作为家族企业的第三代掌门人,汤姆·豪门希望表达的不仅是配饰本身,更是家族的荣誉感。在他的执管下,奥斯卡·豪门(Oscar Heyman)公司一直坚持着最初的设计风格——精湛、严谨、奢华。甚至,他有时会将几十年前的作品稍作修改,放到市场中销售。直到今天,这些经典的款式仍然令客人倾倒,光彩夺目。这既是汤姆·豪门本人的设计特点,也是品牌与众不同的特色。在豪门家族的眼中,奥斯卡·豪门是经得起时间检验、永不过时的首饰。某些时候,它还充当了教科书的角色——用首饰记录历史。



百年历史

汤姆·豪门 (Tom Heyman) 是奥斯卡·豪门第三代传人,他以家族为豪。对他而言,家族历史非常重要——就像一个烙印,刻在公司的发展史上,并决定了品牌百年来的设计风格和定位。“最初,奥斯卡·豪门由奥斯卡、雷迅和哈利三兄弟联合创立。奥斯卡和雷迅爷爷年轻的时候,曾在乌克兰学习手工,制作铂金首饰。这为他们日后的成功打下了基础。后来,爷爷们去了美国,在纽约寻找机会。1912年,在哈利爷爷的支持下,奥斯卡·豪门公司在纽约正式成立。”汤姆·豪门说。

当时,豪门兄弟拥有特定的渠道,获得优质的宝石,这使三兄弟确定了自己的设计风格——奢华、高品质。

汤姆·豪门说:“早期,爷爷们的客户包括梵克利·雅宝 (Van Cleef&Arpels)。爷爷们为这名法国珠宝商制作了很多‘隐形镶嵌’的首饰。这种风格一直延续至今,隐形镶嵌的作品仍然销往当代最顶级的珠宝店。”

目前,豪门家族有四名成员在公司工作,其中包括汤姆·豪门和他的弟弟。除这两名第三代传人外,还有两名第二代传人为家族服务。奥斯卡·豪门家族的设计方式是,家族成员制定大致的设计概念,下属设计师完成具体的细节。



汤姆·豪门的作品运用了大量的手工。这导致每一件首饰的制作周期都很长,但工艺精美。在一款同时拥有黄色和白色金属的首饰中,黄色部分由黄金制作,白色部分由铂金制作。

品质精湛

谈到自己作品最突出的特点,汤姆·豪门认为:“高品质是必须提到的一点。”

在限量生产、手工制作、宝石的挑选中,高品质都得到了充分的体现。在豪门,每一件首饰都拥有自己的编号。这个编号刻在了首饰背面或某个不起眼的地方。会不会成百上千编号不同的首饰,长着一模一样的面孔呢?答案是“否”。在汤姆·豪门手中,很多首饰仅此一件,不批量生产。另一些首饰,在销售一件后,可能应市场要求,多做几件。但因为它们不是同一批次,尺寸、细节也会略有不同。记者看到了2011年夏天推出的新品——一款钻石手表(见图1)它便是“多做了几件”的首饰。这款手表的第一只在工作室完成,并被客户买走。随后,公司又生产了一只。第二只手表直到9月香港珠宝首饰展览会的前一个星期才完成,成为了展会上的展品。

如果市场反馈很好,公司会多做几件款式相同,但尺寸不同的表。汤姆强调:“最多做到10只左右。做到第十只,我们便会停止,不再继续。”

汤姆·豪门的作品运用了大量的手工,这导致每一件首饰的制作周期很长,但工艺精美。在一款同时拥有黄色和白色金属的首饰中,黄色部分由黄金制作,白色部分由铂金制作。将首饰翻面,背面也经过了细致的打磨,并刻有编号。工匠并没有因为佩戴时看不到背面,而粗糙处理。

高品质的首饰从宝石开始。恪守这一点,豪门家族精心挑选宝石原料,并专门根据宝石的特点,制作一些特别的珠宝。展柜中,记者看到了一枚画家图案的胸针。从胸针上来看,一名画家手持油笔,正在工作。画家的主体是一块蓝绿色的欧泊。自然光下,欧泊的表面星星点点,折射出不同的光彩。公



司工作人员说：“你看那块欧泊，就像画家的衣服上沾染了颜料，光彩斑驳。这是公司专门为了这块宝石，设计的作品。先有的欧泊，后有的创意。”

对自己最喜欢的宝石，汤姆·豪门给出的答案是蓝宝，尤其是星光蓝宝。所以，公司经常购买一些优质的蓝宝和星光宝石，把它们制作成成品。展会上，记者看到了一些蓝宝和星光蓝宝的作品（见图4、图5）。汤姆·豪门说：“每一颗星光蓝宝石都不一样，所以，针对它们，我们每一款只做一件。”

记录历史

除品质外，作品另一个显著的特点是历史。因此，汤姆·豪门总是强调，作品的艺术性和品牌的历史息息相关。

今天，公司的设计工作室和工厂都在纽约。公司有65名金匠，每天都有新品出炉，但公司的档案室藏有55000幅以往的设计图。直到今天，很多设计仍然历久弥新，受客人青睐。这就是公司几代人所传递的设计理念——作品的魅力不因岁月而流逝。

记者看到，一些设计即使跨越了八九十年的历史，仍然魅力无穷。展位上，品牌展出了一款以《飞翔》为名，艺术装饰风格明显的手镯。这款首饰原创于1925年，灵感来自于飞翔的小鸟。手镯上镶满了钻石、祖母绿、蓝宝石、红宝石。时隔多年，2002年，豪门兄弟们

找出了原来的设计图纸，制作了《飞翔2》。2009年，《飞翔3》也在工作室完成。作为一件纯手工制作的作品，这款手镯耗工巨大。每一件都需要花费整整一年的时间完成。

1935年，奥斯卡·豪门公司推出了一款用绿色的搪瓷和白色的钻石制作的栀子花型的胸针。这款胸针采用了公司擅长的隐形镶嵌技术，并参加了1939年的世界博览会。汤姆·豪门说：“1939年，这款胸针在美国获得了一个大奖。2010年，我们对这款栀子花进行改进，设计成戒指。事实上，多年以来，这款胸针有多个‘兄弟姐妹’。有的只用白色钻石，有的用到了绿色搪瓷，有的加入了黄色钻石。它们略有不同，但都是最初那款设计的变形。我们希望设计类似的作品，恒久流传，永不过时。”

在品牌那些最让人难忘的设计中，无疑包括“泰勒·波顿钻石”。好莱坞影星伊丽



莎白·泰勒因为美貌、财富、智慧、8次传奇色彩的婚姻，一直备受瞩目。1969年，她的丈夫之一查理·波顿为她在卡地亚(Cartier)购买了一颗69.42克拉的梨形钻石。泰勒希望设计一款吊坠。设计和制作由卡地亚和奥斯卡·豪门公司合作完成。奥斯卡本人曾是卡地亚工作室里首位非法国籍的工匠。最后，奥斯卡·豪门制作了一条由53颗锥形钻石组成的V型项链。最后的设计既平衡了硕大的吊坠，又留下了足够的空间，不抢夺泰勒·波顿钻石的光芒。

汤姆·豪门说：“据传，制作过程中，公司数度将项链带到卡地亚，套在一个领口与泰勒女士类似的员工脖颈，以确保项链的长度正确、角度合身。卡地亚和我们的合作进行了70年。最后，泰勒带着这款项链在葛丽丝王妃的40岁生日宴会上首次亮相。”2011年，伊丽莎白泰勒这位传奇女星离开了公众视野，长眠于地下。据悉，在近期举办的拍卖



会上，泰勒的美丽珠宝也在其中。

汤姆特别推介的另一款首饰是登月臂章。1976年，美国人再度登月成功。为纪念成功，登月飞船的制作商定制了3枚臂章，并分别送给了飞船的船长、他的妻子和美国政府，作为纪念。多年以后，豪门兄弟买回了其中的一件，永久

保存。汤姆说：“我们制作的精致的珠宝登上了月球。作为他们的制造商，我感到很自豪。”

他说：“现在，我们的经销商主要位于美国和欧洲。我们设计、制作首饰，供应给零售店。我们很乐意把这些产品带到香港展，并在展会中寻找来自亚洲的机会。事实上，我们正在与香港的珠宝连锁企业会谈，寻求合作。”