香港钻石 MaBelle 玛贝尔
——钻石世家的先驱！

■编 辑 Sasha ■图 片 观盛文化

于 1993 年创立的珠宝零售品牌玛贝尔，正正道出一个钻石世家创新精神的故事。

时至今日，MaBelle 玛贝尔仍不断发掘新机遇，向不同行业借镜，也会从中寻找合作机会。

利兴钻石公司从事入口及批发钻石业务至今 65 年，经验丰富而且集团实力雄厚，创立 MaBelle 钻饰品牌后，分别在香港和内地开设了近百家门店。集团于全世界搜购优质钻石，再结合设计、生产及销售等一条龙的经营方式，凭借产业链整合的成本优势，以公平合理的价格、优良的质量、多样的款式为顾客提供最方便的购物体验。

而利兴钻石集团首席执行官——马墉宜先生（Lawrence Ma）更是在钻石行业内极具影响力。

马先生（毕业于加拿大麦克马斯特大学（McMaster University），从事钻石行业四十多年，生于钻石世家，自小耳濡目染，奠下对钻石行业的热忱，被誉为钻石行业的领导者。

马先生现时亦担任香港钻石总会创会会长及主席。与此同时，马先生亦积极投身社会服务，如担任中国珠宝玉石首饰行业协会荣誉副会长及上海钻石交易所副理事长、香港检测和认证局推动珠宝行业检测和认证服务小组成员、香港中华总商会会董等，对中港两地的珠宝行业及社会发展作出重大贡献。

马先生对推动珠宝行业发展不遗余力，自 1999 年起，被邀加入香港贸易发展局珠宝业咨询委员会及珠宝展览筹委会，出任筹委会主席达 8 年，致力将香港珠宝展览会和珠宝贸易市场推向国际舞台，成绩有目共睹。

今天我们有幸在香港为大家来见证一个钻石世家的建立和成长！

记者：马先生，你好！请问那您在创立 MaBelle 玛贝尔品牌的初衷是什么呢？

马先生：其实我最早从事的是钻石批发的行业，当时市场上钻饰售价动不动就上数千元，不是普罗大众能负担的商品。我记得有一天，我的二哥（马墉杰主席）到我这里来，正好看到桌上有一批钻石。于是他随手拼了一个蝴蝶的形状，问我这些钻多少钱。我眼见一颗 0.1 克拉的钻石，当年成本只需约 400 港元，即使制作一件 1,000 港元的钻饰仍有利可图，灵光一闪便是大众化售价的时尚钻饰。没有了中间环节，大大节约了成本，可以轻轻松松让消费者用 1000 元左右的价格买到称心如意的饰品。也是这个机缘巧合之下，我们创办了现在的 MaBelle 玛贝尔。

加上 MaBelle 玛贝尔实行明码实价及轻松的店铺陈设为经营策略，令传统运作模式随之而改变，更是成就了现在的 MaBelle 玛贝尔。

记者：现在市场竞争那么激烈，品牌又有什么致胜法宝呢？

马先生：除了我们的服务，在货品上我们也是独树一帜的。MaBelle 玛贝尔独家代理了品牌钻石“Leo Diamond”。该钻石是“世界上首颗经独立量度和验证其火数与光芒的钻石”，独特专利的 82 瓣琢面，拥有光凭肉眼就可以分辨出的耀眼闪烁。

记者：那作为品牌，在 2015 年中又有怎样的发展方向呢？

马先生：其实从前几年开始，品牌就开始贯彻一个行业新风向——“专业、安全、卫生”的「专业穿耳新体验」，该服务更荣获 ISO9001 国际认证。

记者：「专业穿耳新体验」？这真的是一个很新的话题，那 MaBelle 玛贝尔将怎么做这个穿耳体验呢？

马先生：MaBelle 玛贝尔使用的穿耳系统来自美国著名专业穿耳品牌 Inverness。Inverness 荣获世界卫生组织及 46 个国家医疗机构认可，安全、可靠。耳针材料采用的也是符合欧盟的无镍 (Nickel–Free) 标准，大大减少过敏的现象。

而且店内的穿耳师均持有专业资格证书。可以为顾客量身定做耳洞的位置并且还会提供6次免费护理的服务，加上佩戴我们的耳环，展现出最迷人最有魅力的一面。

时至今日，香港及大陆已有超过 70 家店铺提供专业穿耳服务。大家都可以到各大门店去体验。

记者：感谢马先生今天的分享。我们的采访也要告一段落了，希望下次有机会可以和您一同到店里去感受「专业穿耳新体验」的魅力，谢谢。

简短的采访，告一段落。但是一个品牌背后的文化和内涵深深的震撼了小编的心。无论是品牌钻石的引进又或是全新穿耳服务的体验，无不体现出品牌心系消费者的初衷。品牌的光芒如同钻石一般闪耀，不愧为行业的标榜和领袖。