

女性迷戀鑽石的原因探析

王中南

摘要

西方素有「鑽石是女性最好的朋友」的說法。鑽石堅硬、璀璨，在歷史上是地位、權力、財富、愛情和神奇力量的象徵，在現代社會被賦予永恆愛情的意義，並和婚姻進行捆綁，受到幾乎全世界女性喜愛和追捧，成為結婚的必需品。針對女性如此迷戀鑽石的現象，本文從女性對奢侈品的需求動機、鑽石的愛情象徵意義、鑽石在婚姻中扮演的角色三個方面，探求女性迷戀鑽石的原因。研究發現，女性迷戀鑽石不一定是因為貪慕虛榮或崇尚奢侈品，更多是出於對愛情和婚姻的傳統認識和重視。

關鍵字：鑽石 女性 奢侈品 愛情 婚姻

引言

從古至今，鑽石一直被人們所迷戀，西方素有「鑽石是女性最好的朋友」的說法。從印度到埃及，從法國到英國，都曾因鑽石發生爭奪，鑽石也多被鑲嵌在王冠上或皇室收藏。古代西方女性同樣迷戀鑽石，她們將鑽石鑲嵌在胸針上、項鍊上、戒指上。在現代女性心中，鑽石也一直也是愛情、地位、財富的象徵，加之賦予鑽石永恆愛情意義廣告的宣傳，和婚姻進行捆綁，鑽石首飾，特

別是鑽戒，受到幾乎全世界女性追捧，既是奢侈品，又幾乎成為結婚的必需品。本文首先簡要介紹了鑽石的歷史，接著分析了女性對奢侈品的需求動機，然後闡述了鑽石的愛情象徵意義，探索鑽石在女性心目中的地位，並從鑽石在婚姻中扮演的角色出發，探尋女性迷戀鑽石的原因，最後，對女性迷戀鑽石的原因做出總結，得出女性迷戀鑽石不一定是貪慕虛榮或崇尚奢侈品，更多是出於對愛情和婚姻的認識和重視。

鑽石簡史

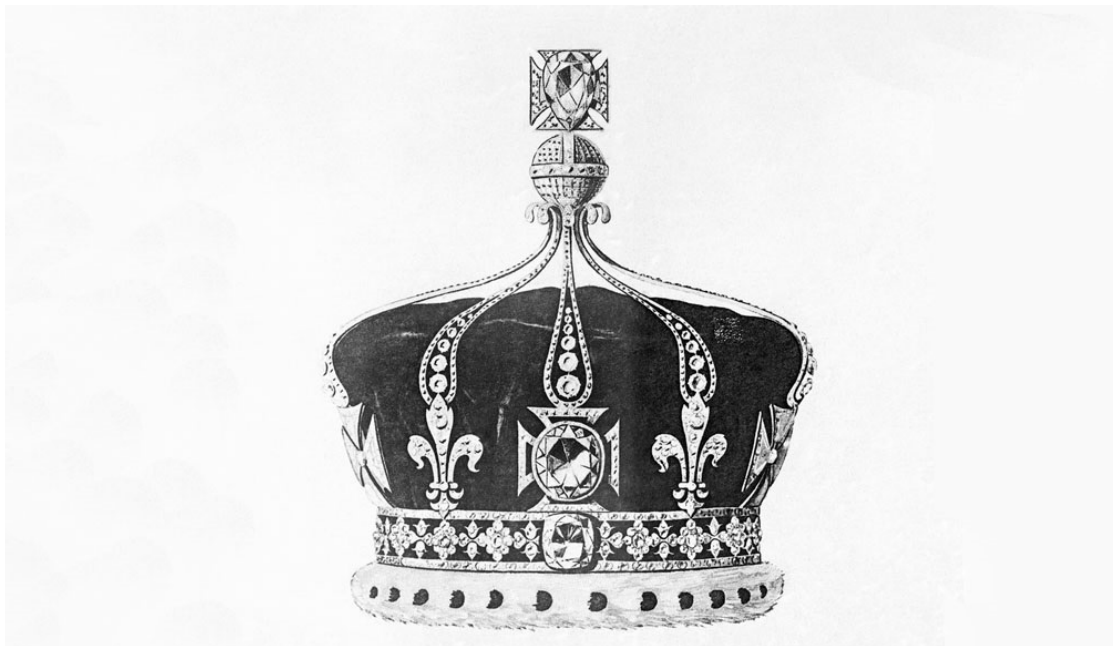
「鑽石」的英文“diamond”一詞源自希臘語“adamas”，意思是不可征服、堅不可摧的。幾個世紀以來，人們一直迷戀鑽石，鑽石是所有寶石中最堅硬、最璀璨的，在歷史上一直是地位、權力、財富、愛情精神和神奇力量的象徵。

（G. Smith, 2003, p.529）羅馬人相信，戰士在戰場上佩戴鑽石會變得更強壯，在印度神話中，佩戴鑽石可免受火、毒、賊、水蛇、邪等的傷害。因此，鑽石被用作避邪的護身符，保護在戰鬥中免於傷害。（Vinit Mehta, 2016）

西元前三到四世紀，印度梵文文獻中出現了關於鑽石的描述和記載。當時的鑽石當作貨幣、用於交易，鑽石在《聖經》也有提到被用作工具。（Vinit Mehta, 2016）

直到十五世紀，只有國王才能佩戴鑽石，因為鑽石被認為是力量、勇氣和無敵的象徵。（G. Smith, 2003, p.529）鑽石非常稀有，價值連城，君主之間常常為

了擁有著名的鑽石發生爭奪，鑽石經常作為外交工具。鑽石之所以稀有，由其產生的原因造成，鑽石屬於變質岩（Metamorphic rock），變質岩是由於地球內力的高溫高壓造成岩石中的化學成分改變或重結晶形成的，需由火山爆發將鑽石帶到地表，而帶出巨大鑽石更為少見。十三世紀初，印度的戈爾康達（Golconda）礦山發現了第一顆著名的鑽石光明之山（Koh-i-Noor），幾經周折，在無數次血腥戰鬥中易手，最後落入英國女王維多利亞（Queen Victoria）手中，成為英國皇室珠寶的一部分，後鑲嵌在伊莉莎白·鮑斯·萊昂（Elizabeth Angela Marguerite Bowes-Lyon）王后的王冠上。此外，一六三八年發現的希望鑽石（Tavernier Blue）、一七零一年的攝政王鑽石（The Regent Diamond）等，都曾被互相爭奪，幾經轉手。

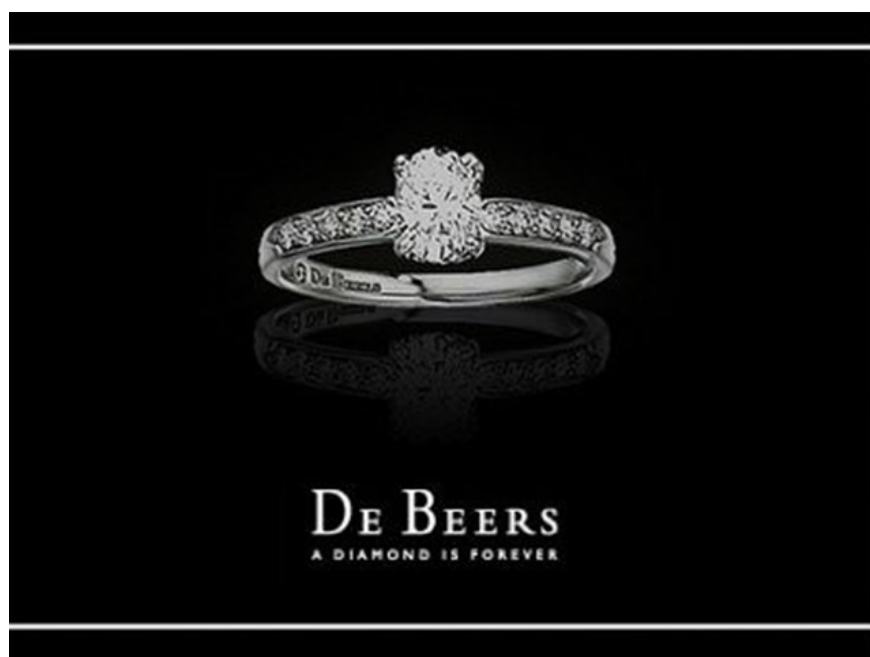


（ 圖片擷取自：<https://www.mplus.com.tw/article/958?ref=960> ）

一零七四年，匈牙利女王將未經切割的鑽石鑲嵌在皇冠上，這可能是歷史上首次將鑽石作為珠寶首飾。（G.Smith, 2003, p.529）隨著鑽石切割拋光技術的進

步，鑽石的美麗得以更好地展現，女性開始將鑽石視為珠寶首飾。一四七七
年，奧地利大公馬克西米利安一世（Archduke Maximilian Francis of Austria）將
一枚鑽石戒指送給勃艮第的瑪麗（Mary of Burgundy），鑽石訂婚戒指問世，當
時鑽石被認為是護身符或護身符，可以增進丈夫對妻子的愛，由此，贈送鑽石
訂婚戒指的傳統開始逐漸成為一種潮流。（G.Smith, 2003, p.529）

隨著印度鑽石礦逐漸耗盡，巴西、俄羅斯、澳大利亞相繼發現鑽石礦。一八六
六年左右的南非興起鑽石熱潮，越來越多鑽石礦山被發現，特別是「戴比爾
斯」和「金伯利」礦山發現後，南非的鑽石供應量急劇增加。一八八八年，戴
比爾斯綜合礦業有限公司在南非成立，並開始控制全球鑽石貿易。（Vinit
Mehta, 2016）戴比爾斯（De Beers）的繼承人哈裡·奧本海默（Harry
Oppenheimer）看到商機，與紐約艾耶（Ayer）廣告公司進行合作，創作了「鑽
石恒久遠，一顆永流傳」（A Diamond Is Forever）等一系列著名廣告，鑽石逐漸
成為女性青睞的珠寶首飾。



(圖片擷取自：<https://kainoto.com/change-your-mind/diamond-is-forever.aspx>)

直到二十一世紀的今天，鑽石依舊是眾多女性鍾愛的珠寶首飾，佔據了巨大的消費市場。鑽石作為一種奢侈品，不僅僅象徵身份、地位和財富，被廣告商賦予了愛情意義的鑽石還和婚姻進行捆綁，逐漸成為現代女性結婚的必需品。

女性對奢侈品的需求動機

鑽石，因其稀缺性和價值連城，從古至今都是一種奢侈品，無論是印度還是西方國家，曾經一度只有國王才能佩戴，而著名的鑽石多鑲嵌在象徵著權力地位的王冠或者權杖上，之後，也只有王室成員、歐洲貴族階級和富商階級才能佩戴鑽石。隨著切割工藝不斷進步，鑽石逐步因其美麗成為首飾，得到女性青睞，通過戒指、胸針和項圈，女性逐漸開始壟斷鑽石。在現代社會中，雖然鑽石成為女性結婚的必需品，但此「必需」也並非「剛需」，想要買一顆鑽石也必須具有一定財力，對收入不多的普通人來說，鑽石依舊是奢侈品。

女性對奢侈品的需求，主要受到身份地位、炫耀攀比、從眾心理、生活品質、自我贈禮等動機驅使。（鐘艾靈，2014，pp.15-23）其一，女性通過奢侈品來體現自己的身份、地位和財富，希望贏得尊重和讚賞。鑽石從古至今一直是身份地位的象徵，畢竟最初也只有國王才可以佩戴鑽石，而將鑽石鑲嵌在王冠上更彰顯了皇室的地位。女性對鑽石的迷戀和其作為曾經皇室特權階級才能擁有

的屬性具有一定關係。如果不能戴上鑲有鑽石的王冠，佩戴一枚鑽石胸針、一條鑽石項鍊、一枚鑽石戒指也仿佛超越了階級，在特定的場合顯示自己的當身份地位，在金錢至上的社會中受人尊重；其二，女性奢侈品消費多源於虛榮心，具有明顯的攀比炫耀心理。在生活中，有很多女性喜歡在消費上與人攀比，不論是皇室貴族還是普通百姓，總有人希望自己比身邊的人生活得更好，能夠擁有更有價值的東西，比如鑽石這種奢侈品，具有可遇不可求的特徵，更加可以滿足女性攀比炫耀心理。其三，從眾心理也是女性追求奢侈品的重要動機之一，受到社會群體的影響，個人的行為也會和大多數人保持一致，當身邊的女性都在消費奢侈品時，比如結婚購買鑽戒已經成為一種社會共識，女性難免從眾消費。其四，女性追求品質生活，衣食住行，方方面面，鑽石作為奢侈品，本身質地堅硬，晶瑩剔透，經過設計師精心設計，切割、打磨，到最後作為商品呈現，必然是品質卓越，而佩戴具有品質的首飾，也是女性追求高品質生活的象徵；其五，女性在遇到喜事心情好的時候，會希望獲得奢侈品作為犒賞自己的禮物，或者作為紀念，這屬一種自我饋贈行為。此外，奢侈品的獨特性也能給女性一種優越感。還有研究表明，奢侈品可以表明在兩性關係中，自己的伴侶特別捨得為自己投資，很受重視，感情穩固，還能阻止威脅其戀愛關係的女性搶走自己的伴侶。（Yajin Wang and Vladas Griskevicius, 2014, p.4）

總之，女性對奢侈品的需求，很大程度受到女性心理因素的影響，而這些影響因素，並不是單一的愛美之心，它糅合了女性對身份地位的追求，反應了女性的虛榮心和炫耀心理，社會群體間的攀比、從眾心理，以及女性對品質生活的嚮往，對自我的犒賞和對兩性關係的維護。

鑽石的愛情象徵意義

從古至今，只要有愛情就會有定情信物，而定情信物一般和珠寶相關。古代東方國家常以玉石、金銀作為珠寶首飾，而西方國家則多用五光十色的寶石。鑽石被發現後，由於質地堅硬，打磨後晶瑩剔透，折射率高，逐步成為寶石之王。無可否認，在西方古代，鑽石也曾被當作愛情的象徵贈送心愛之人，只是由於其稀缺貴重，多發生在皇室貴族。一四七七年，奧地利馬克西米利安一世贈予勃艮第的瑪麗鑽石戒指便是很好的例證，而且，皇室貴族之間也不乏將鑲嵌鑽石的胸針、項鍊等首飾贈予愛人的例子，但當時並不是所有人都會選擇送鑽石表達愛意，畢竟鑽石非常稀有，不是普通人所能得到的，況且還有其它珠寶可替代。

鑽石和愛情緊緊綁定，還要始於曾經的鑽石壟斷集團——戴比爾斯。「鑽石恒久遠，一顆永流傳」（A Diamond is Forever）是戴比爾斯最經典的廣告詞。自一八八八年創立以來，戴比爾斯不斷挖掘，尋求市場定位，通過與艾耶廣告公司合作，賦予鑽石愛的情感內涵。鑽石質地堅硬、純淨無瑕、永不變質，完全吻合人們對堅貞不渝、恒久不變愛情的嚮往。在廣告的烘托下，昂貴的鑽石成了浪漫的定情之物，鑽石被賦予的象徵著永恆、堅不可摧的愛情意義，而這些正是女性所追尋的，鑽石成為幾乎所有女性所嚮往的東西。戴比爾斯不僅對鑽石與愛情關係進行鼓吹和放大，並讓廣大男性女性都認同這一說法，並由此產生強烈的購買欲望。借助電影明星、動人的愛情故事，鼓吹男性花幾個月工資

為女性買鑽戒，同時讓女性相信只有願意花這筆錢買鑽戒的男人才是真愛。從鑽石到鑽戒，提升了鑽石愛情象徵的身份，一直延續至今。

雖然如今戴比爾斯已經不再是鑽石壟斷集團，鑽石首飾的市場定位也不僅限於愛情，還涉及到尊貴、時尚、品質等領域，但是它所創立的鑽石永恆的愛情意義已經深入人心。各品牌的鑽石銷售公司，特別是鑽戒，都無一例外地將鑽石與愛情相聯繫，比如戴瑞（Darry Ring），「一生僅一枚」的獨特理念，詮釋「一生·唯一·真愛」的愛情誓言，鑽石已經成為婚姻市場的必需品，已經成為廣大女性結婚所需的重要首飾之一，自然為女性所青睞。



(圖片擷取自：<https://m.darryring.com/news/11811.html>)

鑽石在婚姻中扮演的角色

早在古埃及時期，就出現了戒指，古羅馬人在教堂舉辦訂婚儀式需男方贈送婚戒給女方，而鑽石作為婚戒的歷史始於一四七七年，奧地利馬克西米利安一世接到法國公主勃艮第的瑪麗的來信，定親之日公主必須佩戴鑲有鑽石的指環，馬克西米利安一世委託製造了第一枚鑽石訂婚戒指，這可能是能將鑽石和戒指聯繫起來最早的歷史。然而鑽石在婚姻中扮演的角色，絕不僅僅是戒指所承載的意義那麼簡單，畢竟不鑲嵌鑽石的戒指也是戒指，當然，也並不僅僅是因為鑽石是堅不可摧、忠貞不渝的愛情象徵。筆者認為，女性真正迷戀的並不是鑽石本身，更重要的是將其作為婚前愛情測試以及婚後維護婚姻關係的載體。

在兩性婚姻關係中，由於女性在婚後將花費更多時間和精力孕育後代，一旦婚姻關係破裂，女性損失更大，雖然現代女性經濟更加獨立，但是傳統的觀念似乎並沒有大的改變。而且，女性普遍認為男性在婚姻生活中更容易出軌，因此，對女性特別注重穩固婚姻關係。此外，在前文分析女性奢侈品需求動機中已經提到，購買奢侈品具有維護兩性關係的作用。

在婚前，女性往往會引導男性對其投資，一方面測試男性願意對其做出的奉獻程度，證明男性對她的愛有多深，更重要的是增加男性反悔的成本，降低其出軌或離婚概率。因此，往往越昂貴的鑽石，越能讓女性獲得安全感。但是，為什麼一定是鑽石，而不是其它東西，比如房子，車子。筆者認為，房子車子都是具有實際用途和價值的東西，男性往往願意花錢購買進行投資或使用，而且

這種東西是可以共用的。但是鑽石在男性看來是昂貴卻不實用的東西，鑽石除了漂亮以外，很明顯男性不能佩戴，可以說，在很多男性看來，鑽石是毫無用處的東西，但是，在女性的邏輯裡，男性越願意在沒有用的東西上為女性花錢，越能表面男性對女性的愛，這種投資被女性視為完全投資給自己的，男性願意買鑽石給她，完全是因為她。在戀愛關係中，有些男性往往更願意為女生買實用的禮物而不是同樣價位的首飾，也說明男性更注重實用價值，而有些男性很好地掌握了女性心理，送禮首選鮮花、首飾等，往往被女性認為是真愛。

在婚後，女性更會注重維護兩性婚姻關係。在鐘艾靈（2014）碩士論文的研究中，女性被問到是否認為某些女性可能會因為看到對方穿著設計師設計的更貴的衣服和珠寶，判斷其伴侶對其更忠誠，結果顯示，超過一半的女性表示她們相信其他女性會根據自己的穿著或珠寶，推斷出自己的伴侶更專注於她們。百分之六十一點八的女性認為其他女性會推斷出較昂貴的衣服和珠寶表明他們的伴侶更在乎他們，百分之五十三點九認為這表明其伴侶更加堅定。也就是說，超過半數的受訪女性認為，她們自己佩戴的奢侈品可以用來向其他女性發出訊號，表明她們的伴侶對她們有多忠誠。無論這些女性目前是單身、約會中還是已婚，她們都持有同樣的信念。因此，相當一部分女性認為奢侈品可以表明伴侶對自己的忠誠度。據此，筆者認為，女性迷戀鑽石並希望男性為其購買鑽石，正是女性想要通過鑽石向威脅其婚姻關係的女性傳遞訊號，阻止其他女性偷走自己的伴侶，導致婚姻關係破裂。這也正是為什麼，除了鑽石戒指，其它鑽石首飾依然具有無限消費市場的原因之一。

所以，在婚姻中，鑽石不僅因其愛情意義而存在，更重要的是作為愛情測試和維護婚姻關係的載體。女性這種將婚前購買鑽石作為增加男性反悔成本，或是進行愛情測試的心理，或是婚後通過鑽石向外人展示婚姻關係的穩固，才是真正將鑽石推向婚姻珠寶市場的元兇。勃艮第的瑪麗提出的鑽石戒指要求，也未嘗不是對馬克西米利安一世的愛情測試或出於她對這場婚姻的重視。奧地利的馬克西米利安和勃艮第的瑪麗的婚姻，其實是女方自己選擇的。勃艮第位處今日法國東南，更重要的是勃艮第公爵 (Duke of Burgundy) 同時是全歐洲最富庶的荷蘭的領主，因此法國一直對其東南部的小國虎視眈眈。勃艮第的瑪麗是勃艮第公爵的唯一繼承人，法國王帝積極爭取娶得她。勃艮第的瑪麗清楚知道法國王帝的野心，她不能下嫁法國王帝之餘，又要揀選一位有能力對抗法國的夫婿。馬克西米利安一世除了是奧地利大公爵，更擁有神聖羅馬帝國皇帝(Emperor of the Holy Roman Empire) 的榮銜。勃艮第的瑪麗因而選了他。二人的婚禮十分隆重，因為要警告歐洲各王侯休想染指。西米利安一世贈鑽石戒指給勃艮第的瑪麗也是表達同樣訊息。這段婚姻對歐洲前現代歷史影響極大，因為這段婚姻，奧地利的赫斯堡皇朝的成員一度分別統治西班牙、荷蘭和匈牙利，加上神聖羅馬帝國皇帝的銜頭早已是赫斯堡家的私產，赫斯堡皇朝似乎足以一統歐洲。從這點來看，鑽石和女性對婚姻的重視的確具有重要關係。



(圖片擷取自：<https://rulescreative.medium.com/%E6%95%85%E4%BA%8B-%E9%91%BD%E7%9F%B3%E6%81%86%E4%B9%85%E9%81%A0-%E8%B2%B4%E7%9A%84%E6%B0%B8%E6%B5%81%E5%82%B3-%E7%B6%93%E5%85%B8%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E6%A1%88%E4%BE%8B-%E9%91%BD%E7%9F%B3-%E8%83%8C%E5%BE%8C%E7%9A%84%E6%95%85%E4%BA%8B-rules-creative-bff1fef14682>)

結語

「鑽石是女性最好的朋友」，不論是鑽石戒指，還是鑽石項鍊，女性都不會拒之門外。通過分析，本文發現，女性迷戀鑽石，原因複雜，並不能單一地以因鑽石是奢侈品的屬性，反映女性追求身份地位、品質生活，或者用虛榮、炫耀、攀比、

從眾心理或者自我贈禮來解釋，也並不完全是因為資本主義鑽石商和資本控制的廣告媒體對鑽石愛情象徵意義的塑造和宣傳，畢竟，戴比爾斯的廣告也是抓住了女性的心理才被設計出來，鑽石珠寶首飾市場同樣也須要挖掘女性心理不斷開拓。所以，女性迷戀鑽石，不一定是貪慕虛榮或崇尚奢侈品，更重要的原因在於女性對男女兩性關係、愛情、婚姻關係的傳統認識和重視。由於女性對男性的依附思想以及男性在婚姻中更容易出軌的觀念，相比男性，女性對愛情婚姻更加重視，因而希望通過昂貴的鑽石來測試愛情、維護婚姻。

參考文獻

- [1] G. Smith (2003) 'The allure, magic and mystery—A brief history of diamonds', *The Journal of The South African Institute of Mining and Metallurgy*, p.529.
- [2] Vinit Mehta (2016) 'A Brief History of Diamonds',
<<https://medium.com/@golkondadiamonds/a-brief-history-of-diamonds-3fae49dc1327>>, accessed 4 December, 2020.
- [3] Wang, Yajin & Griskevicius, Vladas (2014) 'Conspicuous Consumption, Relationships, and Rivals: Women's Luxury Products as Signals to Other Women', *Journal of Consumer Research*, 40 (5): 834–854.
- [4] 鐘艾靈(2014)女性奢侈品消費動機實證研究，西南財經大學碩士論文.