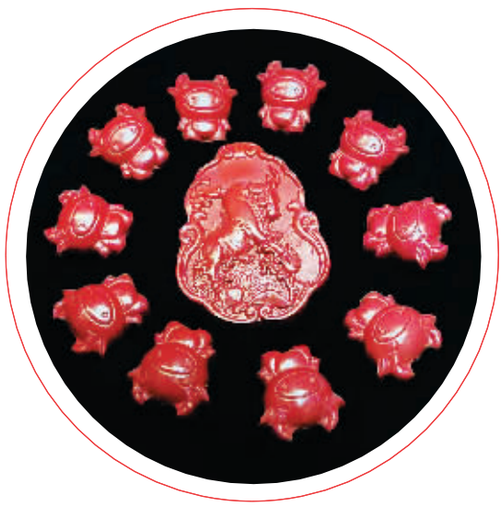
主管总编辑助理 齐琳 主编 隋永刚 美编 代小杰 责校 李爽 E-mail:iris812@163.com

潘家园文玩年货怎么淘



春节临近，黄金消费热起，而一些具有收藏价值的珠宝、文玩也成为充满文化味的抢手年货，寄托着传承与纪念的寓意。据了解，“民间宝藏”潘家园市场里也呈现出别样的春节效应——朱砂系列制品、桃木工艺品等十分畅销，“出圈文玩”成为不少普通消费者节前必淘款。在疫情防控常态化的背景下，潘家园多个平台通过直播、网拍的形式将淘年货、赶庙会的习俗搬到线上。有消费者表示，今年赶上特殊的“就地过年”，而潘家园市场的文玩年货与线上集市，用传统文化与工艺匠心为特殊的春节增添了浓郁的年味。

抢手的“红色”文玩

每年1、2月春节前后，文玩艺术品交易整体进入淡季。但在潘家园市场，部分文玩品类因其独特的属性而成为备受追捧的文玩年货。

红颜色的朱砂制品成为文玩圈冬季里的暖色。北京潘家园旧货市场有限公司总经理卢长海告诉北京商报记者：“近两年，朱砂越来越被大家认可和喜欢，成为比较流行的文玩品类。朱砂的用途和款式也在不断更新迭代，选择性更多，也更注重结合文化元素”。据卢长海介绍，潘家园市场商户经营有诸多朱砂工艺品，包括摆件、念珠、手串、佛牌，还有设计新潮的手机链、十二生肖吊坠等等。

春节前夕，在潘家园市场的朱砂店铺中，常常可以看到来购买本命年饰品的顾客：“依照传统，老人小孩本命年、过生日，会用红布和朱砂香料缝制一个小布包，来祈求平安吉祥。朱砂还是制作国画颜料的原料，传统文化也赋予了它驱邪保平安的寓意。”来潘家园选购朱砂手串的收藏爱好者李军告诉北京商报记者，现在市面上的朱砂挂件和配饰大多是用95%的朱砂加5%的天然大漆黏合而成，在把玩过程中也会变得越红越亮。

有商户表示，红宝石、红珊瑚以及碧玺也是春节期间相对畅销的文玩品类，从价位上看，比朱砂和南红制品要高。

“居不可无桃”是中国独具特色的文化，表达了人们对吉祥、平安、长寿的向往和追求。据了解，桃木工艺品类也是潘家园市场里的热门文玩年货。可以看到，市场上的桃木工艺品题材众多，狮子抱球寓意有求必应，文昌塔代表着读书、功名及事业……“小件桃木饰品价位不高，近期有许多直播平台的年轻人拿货，在直播间或卖或赠。”有摊主表示。

线上“淘宝”成新民俗

春节不休市，在市场内引入民俗表演活动原本是潘家园一直以来的传统。今年春节，在疫情防控常态化的背景下，各类传统文化活动不再延续，但是市场在做好防疫工作的前提下持续不间断营业，更多丰富的展销活动还被提前搬到了线上。

“从去年开始，很多人已经养成了线上淘文玩的习惯。线下市场固然不可替代，但在出行不方便的时候，通过直播间也能感受节日氛围，认识新藏友。”在李军看来，线上“淘宝”或正在成为一种新民俗。

据潘家园方面介绍，1月19日-24日期间，“潘家匠”微博带来4场和田玉年货专场直播，推出了200余款高性价比的白玉、碧玉等文玩品类。1月20日-31日期间，潘家园直播团队持续开启“焕新年货节”直播专场活动，包含珠宝玉石、文玩杂项类直播共7场。除了秒杀、团购玉石、朱砂、菩提子、铜器、瓷器等特价工艺品之外，还准备了网友互动等环节，增添年味的同时又交流了文玩知识，增加了文化属性。

在网络拍卖板块，潘家园携手京东拍卖平台，共同打造京东年货节，开启“潘家园新年新品抢先拍”“臻选杂项1元起拍专场”等专场拍卖，每日有珠宝玉石、文玩杂项、铜器、字画、紫砂等千余款拍品上拍。同时，“潘家园官方”淘宝店铺也将开启年货特价活动。福鼎白茶白琳寒露古法制作白茶、朱砂山鬼珠、印度小叶紫檀满金星单圈手串等数百种特色工艺品、文创产品、工艺师作品将亮相活动专场。

1月15日，潘家园拍卖还推出了2021北京潘家园“潮牛迎新”二手名品直播拍卖会专场，将直播与拍卖相结合，为春节购物增添新选项。

谈及线上线下的双线经营，多位潘家园商户告诉北京商报记者，目前线上销售已经与市场内形成了互补，对抗着疫情带来的变数。据“灵丹真朱砂”店铺负责人贾文生介绍：“眼下，两个渠道的显著区别是，实体店各类销量比较均匀，而线上常有集中一个爆款出现。”

据了解，从去年10月起成立至今3个月的时间，潘家园电商直播基地累计订单量已突破30万单，日均成交额突破90万元。在直播基地近期举办的“年货节”活动中主推大众接受度高的品类，王牌商户“德巧好物推荐官”表现突出，上榜抖音平台珠宝类新秀带货力排行榜。

文化味添彩“就地过年”

适逢各地倡导“就地过年”，面对这样一个留在北京的特殊春节，山东人杨先生表示潘家园市场及文玩年货带来了不一样的年味：“各地都有各地的春节风俗和氛围。今年首次过年不回家留在北京，虽然少了团圆，但也有机会体会潘家园的京味年。”

潘家园作为北京知名的文化地标，此前曾接连十余年在过年期间举办春节交易会，受疫情影响，今年市场内取消了聚集性的线下活动，但在消费者看来，文玩的文化属性依然能为“就地过年”添彩。

“与普通的酒水、食品等年货相比，文玩年货更有纪念意义。不论是看线上的直播，还是逛市场，虽然少了节庆的热闹，但是传统文化的内容让‘异乡人’更有归属感。文玩物件中蕴含的是一份留得住、值得回味的情意。”杨先生表示，在潘家园市场购买了玉石饰品与北京特色的工艺品，寄给老家的家人朋友以传达情谊。

为了让文化味更贴近大众生活，潘家园礼物店今年也上新了广受年轻人喜爱的文创年货。据潘家园礼物店相关负责人介绍，2021年的潘家园日历不再是简单记录日期的工具，新版日历以“故事开始的地方”为主题，变身记录潘家园往事、记录老北京文化休闲打卡必经之处的“故事书”。像往年一样，是文创伴手礼的畅销款。

潘家园礼物店也将热门影视剧中的实用品还原成新文创——暖手筒“汤婆子”、朱砂摸金符饰品成为网红款：“朱砂摸金符饰品在产品研发设计中保留了原有穿山甲爪子‘锥状’代表元素，融入狮子和九宫八卦牌作为产品正反面，选用朱砂作为产品材质，年轻人多当作吊坠、包挂、车挂进行搭配装点。”潘家园礼物店相关负责人介绍道。

谈及即将到来的春节，卢长海表示：“在全民共抗疫情这样一个特殊的春节假期，少了聚餐、团圆热闹非凡的烟火味，希望大家能从文玩中体会到传承不息的文化味。”

北京商报记者 胡晓钰/文 图片来源：企业供图

我和潘家园的故事

贾文生：“走红”的朱砂市场

在潘家园市场内，主营朱砂制品的“灵丹真朱砂”店铺开有3家。店主贾文生已入行十余年，眼下，全国各地的“灵丹真朱砂”分店已超过60家。

这十几年时间，贾文生见证了朱砂制品市场的兴起。“之前也产生过怀疑，是不是做着做着市场就饱和了?但就近五年来看，尤其是每年临近春节卖断货的现象越来越常见，通常年前两个月和年后一个月都是朱砂销售的最旺季。”据贾文生介绍，现在会让工厂增产，库存量较以往扩大了3倍，依然供不应求。

人们对朱砂制品的喜爱由来已久。皇帝用的朱泥、画家们用的颜料都是朱砂的红色，在宗教及风水学中，传统文化将朱砂赋予了驱邪保平安的寓意。从质地来看，朱砂是硫化汞的天然矿石。通常产状为细粒的块状体，产地多在南方地区。跟南红相比，朱砂的硬度较低，易碎、易裂，胜在颜色鲜红、光泽感强。目前已知的朱砂的蕴藏量很多，却由于开采难度高，纯度高的朱砂极少，而导致朱砂的部分价格亲民，部分昂贵。

谈及朱砂生意的起步，贾文生表示最开始是试着从广州朱砂厂商处进货，由于市场鱼龙混杂、难保质量，最终他选择深入云南矿区，从矿区购买原矿在自己当地的厂子里加工，从零开始，一点点积攒起珠子、挂饰的图样和设计。

在贾文生看来，作为近两年走热的文玩品类，朱砂制品在工艺、文化寓意的呈现上都在不断进步，题材与选择性也非常丰富：“通常家长偏爱给孩子购买小吊坠；年轻人则喜爱手机吊坠、包挂和手串；最受中老年人欢迎的有毛衣链、手把件等等。”多年的经验也让贾文生有着不少设计心得：“面对不同人群，朱砂有不同产品设计风格可以选择，如新颖和文艺范儿的，造型稳重寓意平安的等等。”

伴随着线上文玩交易的日渐兴起，朱砂制品也越来越多地出现在电商平台：“灵丹真朱砂”也开启了多渠道的线上经营。贾文生坦言，在疫情防控常态化的背景下，线上经营已构成线下市场的重要补充；但他同时提示消费者，应该警惕朱砂市场以次充好的乱象：“现在随便用手机一搜，到处都能买到朱砂制品，但实际产品质量差距很大。”贾文生介绍，朱砂鉴别仍需仔细观察：“朱砂的颜色是‘一眼红、细品紫、微微黄’，不会是死板的单一颜色。”他指出，目前市面上共有4种假朱砂，一是纯树脂的“朱砂”，拿起来质地很轻并且很亮；二是树脂加了红颜色，有一定的重量且颜色鲜艳，但看起来更像是“泥巴”；三是内用树脂，外面包裹了一层朱砂，这类肉眼不易分辨但随着盘玩的时间越来越长，饰品会越盘越黑甚至挂泥；还有一种是石粉加铅加红色，这类假朱砂虽然重量很重，但用刀削下来的全是黑色粉末。

此外，对于朱砂制品的入门购藏者，贾文生建议：“尽量不要买原石手串挂件，价格高、易碎。原石颗粒压制品具有比原石还要软的质地，如果表面不做处理很快就会出现掉粉掉渣的现象，不管是帝王砂还是紫金砂，都有这个缺陷。”

据贾文生透露，“灵丹真朱砂”现在每个月设计打样的新品会多达20余种，其中部分是客户的定制款。面对日渐“走红”的朱砂市场，他认为还需要不断加强工艺，并加深与文化元素的结合。

北京商报记者 胡晓钰/文并摄

张伟：越传统越有新卖点

作为1999年就来到潘家园市场的老商户，文玩人张伟的摊位位于市场三区14排10号，逢周六日如约开摊，几乎风雨无阻。

20余年来，张伟有坚持，也有改变。据张伟介绍，最早她是在潘家园市场做面塑，手下活灵活现的面人儿成为许多人的童年回忆。随着时代与趣味的变迁，面塑与人们的生活渐行渐远。张伟开始做起桃木文玩及其他工艺品批发的生意。同时，她又操持起另一项传统手艺——手工绘制京剧脸谱。

去年起，疫情给线下市场包括很多张伟这样的手艺人带来了很大的影响，但是张伟并不是急于拥抱线上直播新业态的那一个。“市场不方便进出时，我多数精力是在家制作脸谱，暂时没有精力研究新的渠道。由于是手工制作，产出慢，价格也相较于批发品类高，但销量也不错。”据张伟介绍，自己绘制的方式常年如一日，从样式到工艺，几乎没有发生过改变。对于为何不寻求新题材和表达方式的问题，张伟表示：“首先是自己喜欢，且传统的手工艺也有新的市场需求。例如一些年轻客户新开的品牌店，或者酒店的最新装饰，需要的都是最传统的脸谱样式。”在张伟看来，最原汁原味的表达与当下语境的碰撞，更带有新意。

从面塑到脸谱绘制，快消时代的手工艺人以自己的节奏应对着变化：“在大的趋势下，可以看到一些技艺不得已退出了市场。捏面人儿的手艺封存了，但我还是想坚持能够延续下去的传统手工艺。只要有时间，就要创作。一些特定手艺会过时，但是手艺本身则会历久弥新。”张伟表示。

平日忙手艺，在周六日的潘家园市场，张伟还主要经营着桃木及工艺品的批发生意。随着春节的临近，桃木质地的文玩也越来越受欢迎。桃也是中国传统文化和神话故事中一个重要的符号，承载着许多吉祥寓意。谈及与春节传统相关的故事，张伟介绍，门神神荼、郁垒，相传就是用桃木剑治恶鬼，于是民间就用桃木刻成他们的模样，放在自家门口，以避邪防害。张伟已经数不清自己总共经营了多少种桃木质品，单单是居家摆放的就有20余种。据张伟介绍，桃木工艺品种类繁多，桃木剑、桃木如意、弥勒佛、寿星等都是被人们赋予了丰富文化内涵与意愿的吉祥产品。

在众多小件文玩工艺品中，一段时间内也有爆款与流行风向存在：“前段时间很流行的有葫芦饰品，还有一种附带转动铜钱、带有‘赚钱’之意的文玩把件。平日除了熟客生意，有不少直播经营者来线下拿货，通常他们会选择这些爆款饰品。”张伟表示自己的经营并不会特别在意短暂的风尚：“经历了十几二十年的市场之后，相比畅销品，其实更看重的是长销品。例如最普通的桃木梳或桃木剑等等。最经典传统的题材款式也许一时间赚不了很多钱，但总是有销路。

北京商报记者 胡晓钰/文并摄