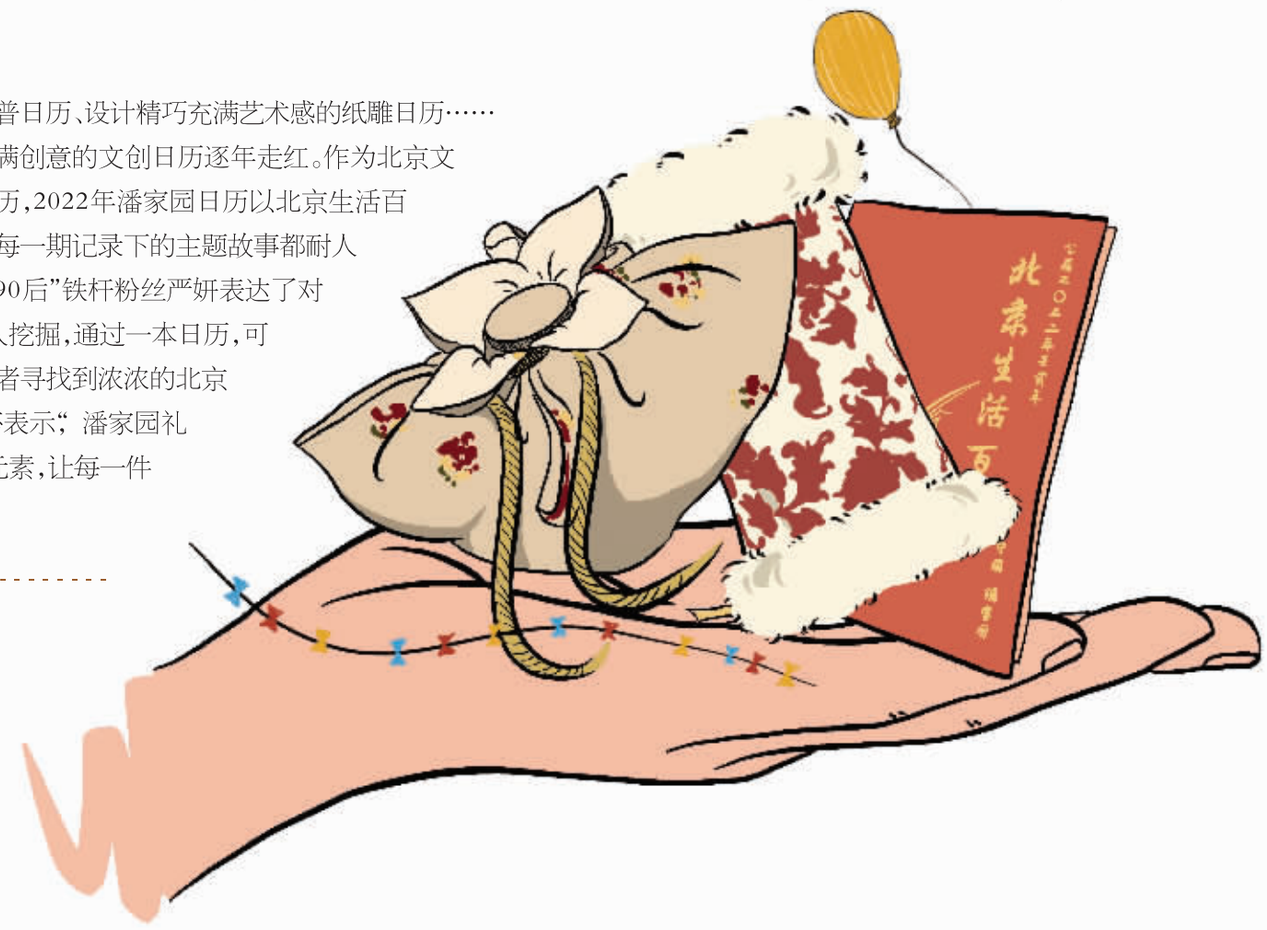
值班总编辑助理 吴文治 美编 白杨 责校 李爽 E-mail:iris812@163.com

# 传统文化新表达 潘家园礼物上新

“日读国宝”的博物馆日历、一天一个知识的科普日历、设计精巧充满艺术感的纸雕日历……近年来，随着消费升级和文创产业的快速发展，充满创意的文创日历逐年走红。作为北京文化地标之一的潘家园已连续第五年推出了主题日历，2022年潘家园日历以北京生活百态为题材。“我已经连续收藏了三年的潘家园日历，每一期记录下的主题故事都耐人寻味，2022年的潘家园日历必须安排。”潘家园的“90后”铁杆粉丝严妍表达了对该款日历的期待。“潘家园日历是对北京文化的深入挖掘，通过一本日历，可以让老北京的生活百态在日历中‘活起来’，让消费者寻找到浓浓的北京味儿。”北京潘家园文化创意有限公司总经理谢莎表示，“潘家园礼物既延续了传统文化内涵，又融入了时尚、创新的元素，让每一件原创作品焕发了新生活力。”



## 深读北京生活百态

从传统老黄历，到一卷卷明星挂历，再到如今植入文化、艺术、科普、民俗等各类知识的文创日历……日历的演变也见证了时代的发展。如今的文创日历不单具有日历功能，更像是一个标签、一种纪念。

日历在一翻一撕间，将满满的岁月变成记忆。经过多年的沉淀，文创日历市场已逐渐趋于成熟，它正在不断被赋予新的功能或内涵，它们背后的用户群体也正日益细分化。作为老北京文化的重要组成部分，潘家园礼物研发印制的文创日历中充满了浓浓的北京味道。

据了解，2022年是潘家园日历连续出版的第五年，从2018年的老北京话主题，2019年的古玩珍宝主题，2020年的老北京胡同主题，再到记录潘家园往事的2021怀旧主题日历，都充满着浓浓的北京风情。2022年的潘家园日历以北京生活百态为主题，用365张不同时间、不同季节、不同场景、不同风貌的照片，记录了人们在北京的生活点滴。在文字内容上，保留了传统黄历的标注，日期、星期、农历日月、节气以及每日宜忌等。

“这里面有我小时候的记忆。”一位上了年纪的老者拿着刚刚买到的潘家园日历说道。“潘家园日历作为礼物，好看又独具北京韵味，就算自己用，每天翻开新的一页都会有‘开盲盒’的期待。”严妍表示。与其他文创日历不同，潘家园日历的受众年龄跨度更大，北京商报记者在走访潘家园礼物店时看到，现场购买潘家园日历的不仅有寻找新意的年轻群体，也有上了年纪寻找情怀的游客。潘家园日历以独特且专属于北京的民间、民俗文化特色，吸引了对新老北京文化情有独钟的大众客群。

## 有颜值 有内涵 有创新

作为首个推出文创产品的文玩艺术品市场，潘家园始终将文化创新放在发展的首位。经过长时间的调研，潘家园深挖自身属性，2017年底开设了第一家文创自营店“潘家园礼物”。

过去的几年“潘家园礼物”秉承“好东西不贵”的理念，立足潘家园市场15大类55小类的文玩品类，推出很多原创作品、工艺品及工艺衍生品，将有质量、有颜值、有内涵的潘家园礼物呈现给广大游客。其中既有兼具观赏价值与收藏价值的“2022年潘家园日历”，也有寓有完美吉祥、前途光明之意的《丹凤朝阳》摆件，还有古建筑群与现代建筑的完美结合的“北京风光手绘插画办公垫”，以及凝聚匠心气韵生动的“釉下五彩青牛杯”，这些文创产品将传统工艺、传统文化、传统节日、潘家园文化等元素融合到日常生活用品上，是兼具实用性与艺术性的高水准文创产品，是北京礼物、朝阳礼物代表性作品，也逐步成为把握未来浪潮年轻一代的消费新势力。

在谢莎看来，创新是进步的灵魂所在，是企业不断发展向上的动力，通过不断的创新，增强品牌的活力及生命力，不断拉近与消费者之间的距离。同时，可突破企业自身局限，提高市场竞争力。

随着越来越多“90后”“95后”开始关注中国元素，“国潮”俨然成为年轻人眼中的时尚，也日益成为文化创意板块的热宠。为了进一步增强潘家园文创品牌亲和力、打造“国潮”影响力，丰富潘家园文创产品品类、激活网红经济，2021年9月3日潘家园礼物店以时尚前卫、沉浸式体验的形式在潘家园旧货市场重装亮相，为新老文玩爱好者开启全新的游逛模式。同期引入的饮品业态，也使门店客流较装修前有明显提升，逐渐摸索出一条适合自己的文创道路。

## “文化+”赋能文创IP迭代升级

经过四年多的不断摸索和经验积累，“潘家园礼物”依托自身显著的文化属性和深厚的文化底蕴，借助独有的专家、商户、产品资源，进行文创产品、工艺品和艺术衍生品的不断迭代研发，潘家园文创产品作为传统文化特有的传播载体，已经被越来越多的消费者所喜爱。

店面的升级和饮品业态的引入，也让门店客流较装修前有了明显的提升。“从目前数据来看，重装开业后日均进店人数为装修前每日平均进店人数的1.6倍。门店装修前一般进店客群中男性明显多于女性，男性顾客占比一般在60%以上，女性顾客一般占比30%左右，装修后进店客群中女性顾客占比有明显提升，目前男女比例呈持平状态。”

饮品业态的引入，使潘家园礼物店实现了“文化+餐饮”的经营模式落地，门店新增了饮品售卖区及小型休息区，让来市场游览的顾客在传统氛围内享受到新潮的体验。潘家园礼物的饮品业态为门店吸引了更多的年轻时尚客群，与之前客群结构实现了一定的客群互补。同时潘家园礼物文创产品经营与饮品业态的深入融合，增加了彼此的附加价值，使顾客在品味茶香余味间可以穿梭在琳琅满目的文创产品中，感受不一样的文化体验。

此外，店内继奶茶之后，还会推出体现潘家园文化特色的文创食品。潘家园礼物店不仅有好物可玩，有饮品可尝，还有好吃的“礼物”让游客通过味蕾来感受潘家园文创。

“未来潘家园礼物在产品研发上，将延续以中国优秀传统文化元素潘家园文化元素为基础核心，并结合当代的时尚潮玩、Z世代年轻人青睐的关注点，设计研发具有当代符号的新国潮文创产品，以及潘家园新IP形象周边衍生文创产品。”谢莎表示。潘家园不断丰富传统与时尚相结合的文创产品体系，逐步形成“文化+旅游”“文化+生活方式”“文化+生活用品”“文化+餐饮”的融合发展实体店连锁运营模式，吸引更多年轻客群体验、消费，推动中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。

北京商报记者 马嘉会/文 贾丛丛/漫画

## 潘家园礼物一隅

作为潘家园文创产品的主要出口之一，潘家园礼物店以东方美学生活家的风格定位，形成“潘一念”“潘家园督造”“潘家园造办”三大子品牌体系，目前保有的产品名单已达500多种。本期就为您介绍几款潘家园礼物特色新品。

### 2022年潘家园日历

2022年潘家园台历，既延续了潘家园日历往年的外观设计风格，以正红色为封底，又融合时尚元素，将主题“北京生活百态”等字样以烫金形式生动的呈现出来。2022年潘家园日历通过诗词、摄影作品、手工艺品等内容，展现了不同季节、不同场景下的北京人文、风光。兼具观赏价值与收藏价值。

### 北京风光手绘插画办公垫

“北京风光手绘插画办公垫”作品设计涵盖了众多北京知名地标建筑，是古建筑群与现代建筑的完美结合，运用通州大运河的水系与景山作为点缀，穿插其中，营造出山水环绕的意境。

这款作品所展现的地标建筑以北京中轴线申遗建筑为主线，整体构图采用远景、中景、近景排列建筑，突出层次感与空间感。由近及远分别有：国家会议中心、天安门、午门、正阳门、金融街、大兴机场、通州大运河、中关村、中和殿、鼓楼、首钢大跳台、景山、中央电视台、中国尊。

### 《丹凤朝阳》摆件

《丹凤朝阳》摆件创意来源于中国传统吉祥图案“鸾”，首翼赤曰丹凤。丹凤朝阳寓意完美吉祥、前途光明之意。它不仅是中国传统吉祥图案之一，更是北京市朝阳区的代表标识。整体外观采用镂空设计，由北京风光，丹凤朝阳图案分上下两部分组成一个完整的太阳。展现出齿轮间层次分明的空间感，体现出激发内生动力的特点，寓意朝阳的未来发展潜力无限。

### 釉下五彩青牛杯

“釉下五彩青牛杯”由潘家园总鉴定师师俊超督造，青年书画家康峰担纲绘制，在原稿基础上素胎勾线，填五彩临摹，接着施釉、入窑烧制而成。杯身外部为釉下五彩，内壁勾青花。线条细致，凝聚匠心。大青牛形象气韵生动，画师康峰以其独特的艺术风格和中国画的创作技法，立足传统，营造出属于自己的艺术语言。