



潘家园周刊 Panjiayuan Weekly

总第89期 今日4版 周五出版(双周刊)
新闻热线 64101837
主编 马嘉会



最收藏订阅号

A1-A4

2017.4.21



潘家园出招应对转型升级 推自营品牌

为了配合非首都功能疏解的要求,京城低端古玩市场的转型升级势在必行。作为一张颇具文化味北京名片的潘家园旧货市场,在去年底完成1009个商户的疏解后,今年全面启动转型升级工作。今年初潘家园首先推出了私人定制的手作平台,近日又本着“不再吃药”和“叫板假货”的原则推出了“潘家督造”文创自营品牌,并将沉香作为首批产品。



潘家园推“督造”

近日,潘家园旧货市场管理方北京潘家园国际民间文化发展有限公司推出了首批自营品牌——“潘家督造”,经过两年时间的市场调研,“潘家督造”的首批产品“沉香”已经在潘家园市场内试水售卖,未来还将在线上销售。

北京商报记者看到,“潘家督造”的售卖现场聚集了大量的消费者驻足,主办方采用“售卖+科普”的形式为消费者进行沉香知识讲解,让消费者切身感受来自不同产地沉香味道的差异,消费者王女士告诉记者,自己常在潘家园“淘宝”,这次潘家园推出的“潘家督造”是市场的自有品牌,品牌就是质量和信誉的保障,这些由“潘家督造”生产的线香应该不会错,而且价格也比较亲民,很适合百姓消费。

众所周知,由于沉香的生长周期长达几十年,这使得沉香的产量往往无法满足市场的需求,因此市面上出现沉香赝假以及人工合成材质的现象层出不穷。据现场工作人员介绍,“潘家督造”所出售的线香是由车完珠子的边角料制成,没有任何人工香料的合成。

作为以“不再让小白吃药”为原则的“潘家督造”不仅在线下获得了良好的反响,不少消费者也在线上咨询购买方式。据潘家园市场相关负责人表示,此次“潘家督造”首批沉香产品选择了多家具有雄厚实力的沉香供应商。

之所以选择沉香作为“潘家督造”的首批产品,一方面是因为沉香市场水深不透明,消费者难以鉴别所购买的线香是否为人工合成,而“潘家督造”的推出让消费者在购买时不必再担心假货,且所有产品均为出厂价格,一旦出现任何质量问题,潘家园将提供售后服务。另一方面,线香产品的开发相对简单,只要有香料,调香师傅就能够直接进行调制,开发周期也相对较短。“我们希望在销售的同时能够更加直观地让现场的消费者感受产品、了解知识和用法,其实最重要的还是希望通过试水销售了解消费者对‘潘家督造’这一品牌产品的市场反馈”。

自营品牌之路势在必行

谈及推出自营品牌的原因,潘家园相关负责人告诉北京商报记者,近年来,文创产品的开发成了各大旅游景点以及博物馆的热门项目。潘家园作为全国最大的文玩交易市场,在消费者心中一直都扮演着经营场所的角色,其实大家都没有意识到潘家园这三个字本身就是一个享誉海内外的品牌,一个文化地标和旅游景点,所以在潘家园转型升级的路上开发自营品牌势在必行,通过自营品牌产品的开发把更多优质的项目和商户引进来,同时也要通过潘家园的自营品牌“潘家督造”让潘家园走出去。

北京大学文创产业研究院副院长陈少峰表示,“故宫淘宝”的模式火爆之后,许多机构争相效仿,但故宫所具备的天然优势以及在产品时尚性上的创意是无法比

拟的。对于潘家园来说,在产品开发的过程中,找到消费者的兴趣点,加之创造性的设计才是自营文创品牌开发的重心”。

自营产品的开发离不开IP资源的发掘,潘家园相关负责人表示,潘家园目前的定位是“三民主义”也就是民间、民俗、民族,与这些相关的内容都可以作为未来自营产品的IP资源进行开发。作为古玩市场,潘家园聚集了众多国家级、省市级的非遗传承人和手工艺者,这都成为潘家园自营产品的IP资源优势。在沉香试水之后,“潘家督造”还将推出龙泉青瓷以及景德镇陶瓷等一些列产品,并将这些传统艺术作品生活化。除了传统手工艺以外,未来还会将民间特色与潘家园元素相结合,开发出真正具有潘家园特色的文创产品。

多元发展成古玩市场转型之道

据潘家园相关负责人介绍,潘家园一直在为转型升级做着努力,今年2月,潘家园大同文化商业项目正式奠基,这一项目将结合大同本土的文化特色,构建文化艺术品的交流交易平台,这也是潘家园品牌输出的关键一步。“在未来,除了‘潘家督造’自营品牌的建立外,我们还将提供更加完善的展会服务,带领商户‘走出去’,并融入展览、拍卖、艺术品典当等多元化内容逐渐形成一条具有自身特色的组合产业链”。

北京商报记者 马嘉会 宗泳杉