



北京味儿的 潘家园里的

北京



12月22日,潘家园自营店“潘家园礼物”正式开业,潘家园作为独具北京特色的文化市场,是享誉海内外的知名品牌,是北京乃至全国的文化地标,更是国际知名的文旅景点。区位优势、品牌价值和文化内涵成为潘家园做自营店的重要因素。也是基于文化品牌内涵,“潘家园礼物”首推的五大系列产品多以传统文化为特色,以“老北京系列”衍生品为主打。

在“老北京系列”衍生品中,既有充满着北京风情的《潘家园日历》,也有以北京话为主题的“局器”、“发小儿”书签,还有从传统服饰、冰糖葫芦、风车脱胎而来的金属书签。此外,还推出了“燕京八景”书签和杯垫,这套产品以张若澄的燕京八景绢本为基本理念,结合中国传统纹样并配以文字描述,图文并茂地详细诠释了“燕京八景”文化。而在其他产品方面,潘家园还在生活用品中融入了青瓷、青花等传统元素,旨在为生活中增添古朴气息和文化元素。

谈及推出“老北京系列”的初衷,潘家园自营店相关负责人王晶节表示,“潘家园自营店在开设的过程中一直根植于潘家园‘民族、民俗、民间’的三民主义,因为潘家园是老北京文化的重要组成部分,经过对老北京文化的深入挖掘,我们认为具有北京特色的产品是与潘家园自营店定位相符的。希望借此能够让消费者更多回忆起老北京民间文化,寻找北京味儿”。

值得一提的是,潘家园系列产品还将围绕“潘一念”、“潘家园督造”、“潘家园造办”三个子品牌展开运营,其中“潘一念”产品定位为文创产品,将以传统工艺、传统文化、传统节日、潘家园文化及元素、时尚元素等嫁接到日常生活用品上,注重文化快消品的开发。“潘家园督造”产品主要定位为工艺品,将精选原创、大师作品,经营中将配以工艺展示、交流、体验、教学等活动,提升消费者的体验感。“潘家园造办”系列主要包含艺术品及艺术衍生品,将在馆藏品和著名艺术家作品授权基础上展开,采用与大师合作的模式共同开发产品。

北京商报记者 马嘉会 宗泳杉