



潘家园周刊 Panjiayuan Weekly



最收藏订阅号

C1-C4

2018.4.27

总第106期 今日4版 周五出版
新闻热线 64101837
主编 马嘉会

如何打好古玩市场品牌外拓“组合拳”



5月中旬,经过一年多时间筹备建设的潘家园大同项目即将落成,该项目由大同市人民政府引进,由北京潘家园国际民间文化发展有限公司与大同叶茂传统文化有限公司共同开发,占地面积约2.6万平方米,总投资约3亿元人民币。一直以来,古玩市场都植根于本土的民间文化特色,几乎没有外拓品牌的先例。但如今,潘家园旧货市场却率先迈出了外拓品牌的第一步,那么作为古玩市场“第一个吃螃蟹的人”,潘家园进行品牌外拓是基于怎样的考虑?大同潘家园又该如何克服“水土不服”的情况呢?



从皇城根到华严寺

去年2月,潘家园大同项目正式奠基,该项目坐落于大同市清远街西北隅,作为大同古城核心地段,这里东临开化寺,南接华严寺、圆通寺,西望朝阳宫、西城墙,北扼大同府衙、云中书院。

据悉,潘家园大同项目大致分为书画区、玉器区、古玩区三个区域,在书画区,外围商铺为全国著名书画院以及杨柳青年画、湖州毛笔等文化名店,内部区域拟设古旧书籍、书画收藏、大同本土特色文化等;玉器区外围商铺初步设立国内知名大师玉雕工作室,内部陈设玉器、珠宝、文玩、旅游纪念品、现代工艺品等;古玩区外围商铺拟设国内知名人士的名人店,内部区域包括古玩、红木家具、钱币收藏、石雕石刻、木艺雕刻加工等。

对于此次潘家园落户大同的项目,潘家园国际民间文化发展有限公司副总经理陈杰表示:“在决定落户大同之前,我们走访了唐山、保定、石家庄等地,并聘请第三方专业咨询机构进行品牌外拓的市场调研,形成《产业拓展及空间布局规划》,为品牌外拓提供科学理论依据。大同古城有着雄厚的文化积淀和古玩藏家资源,这些都是大同建设潘家园外拓项目得天独厚的优势”。大同政府希望通过扶持文化产业,提升整体城市风貌,增强文化底蕴,通过文化繁荣带动其他产业发展。

在北京商业经济学会常务副会长赖阳看来,潘家园旧货市场有着较高的

知名度和影响力,加之二十多年来积累的古玩市场运营经验,是它能够进行品牌外拓的基础。作为首批历史文化名城,近年来大同一直在大力发掘文化旅游产业,但由于自身缺乏这类平台,因此希望通过与高知名度品牌合作授权的方式,借此获得商户资源和消费人群。他坦言,潘家园品牌的知名度毋庸置疑,大同所具备的文化氛围、历史底蕴、消费能力等也是古玩市场得以存活的本土优势。

从品牌授权到管理输出

对于古玩城来说,最难的莫过于招商,谈及大同潘家园的招商问题,中国·大同潘家园董事长董叶茂表示自己并不担心:“一期招商已经完成了59%,届时会先进入地摊和一部分的商户,还包括老字号餐饮以及非遗产业商户”。北京商报记者在大同古城走访发现,大同潘家园未来可以依靠周围华严寺、大同府衙的优质旅游资源优势互补大批的游客流量。得知大同潘家园项目即将开业后,游客王女士表示,以前只去过北京的潘家园旧货市场,十分期待大同潘家园的开业,走在这些明清建筑群之间会有如同穿越一般的体验。

然而,中国·大同潘家园项目落成之后,良性的市场运营和管理成为了大同潘家园团队的当务之急。据了解,为了保证大同潘家园能够持续稳定地运营,北京潘家园还为大同潘家园提供了

市场运营培训和安全管理等相关业务。陈杰表示:“我们考虑到品牌的输出和外拓不仅仅是挂牌,同时还是技术输出,文化内涵的深度和品牌质量都是需要担保的,从潘家园的角度来看,大同项目的文化属性、技术价值、管理属性和经营属性都需要北京潘家园的支持和保障”。未来潘家园的品牌输出也不再仅仅是冠名权的输出,而是全方位、系统性的输出。将来无论任何一个地方需要引进潘家园品牌,只要有这一体系,都能保证潘家园项目能够顺利落成。

“虽然这项工作有一定的难度,但无论是从保障外拓项目顺利进行还是从弘扬潘家园品牌的角度来说,我们都进行这项工作。”陈杰坦言。

其实,潘家园这种品牌与管理共同输出的模式早已被广泛地应用于其他产业,这种模式通过已经成熟的运营方式,不仅让落地的企业“少走弯路”,还为企业带来了长期合作的战略伙伴,两者之间相互借力,实现双赢。赖阳认为,很多餐饮和零售企业都是通过输出品牌和管理的方式进行品牌外拓,因为输出成型的企业运营模式也会获得相应的资金回报,同时企业能够获得整体收入的提升。

从珠宝城到本土特色化经营

多年来,北京潘家园旧货市场之所以能够依然保持生命力,根源在于植根于北京的民间文化,而大同潘家园似乎并不具备皇城根的文化底蕴和足够的消费能力。对于这样的疑问,陈杰表示,

大同有属于自己地区特色的数来宝、山西剪纸等非遗技艺,此外,大同的文化消费能力也并不弱,经常能够看到夜晚的小剧院内挤满了市民。而这一点也在董叶茂那里得到了证实,曾经从事珠宝城经营的他表示,地摊是古玩业的灵魂,近几年逛地摊成为了大同人时尚生活的一种方式,在大同潘家园落成后会首先引入地摊商户,采用三年免费使用,不收租金以及卫生费等优惠政策吸引商户入驻,希望通过规范化的市场管理推进大同古玩业态的良性发展,促进文化消费。

为了能够原汁原味地体现传统的大同民居特色,大同潘家园无论是从石材用料还是木刻彩绘,都近乎苛刻地按照明清时期大同民居进行了复原,从屋脊檐牙到雀替挂落都十分考究。未来大同潘家园还将邀请知名鉴定专家定期举办鉴定会、非遗技艺展示、文化沙龙等活动,搭建山西及周边省市古玩艺术品交流的平台。同时,作为大同潘家园的配套设施,一批老字号的餐饮企业也将入驻其中。

在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来,立足山西本土的风土人情进行特色化经营是大同潘家园的惟一路径,依靠周围旅游资源的优势,未来与旅游业的结合也是其发展的必然选择。而对游客来说,享受和体验当地的文化特色至关重要,也是大同潘家园未来竞争力的根本所在。

北京商报记者 马嘉会 宗泳杉

