



入局直播 老牌古玩市场的模式探索

在互联网高速发展变革的时代,伴随着直播的推进,整个文玩行业的格局也在渐渐变化。“市场不可能重回以前,如果只按照之前坐店的模式,生意只会越来越差,只有搭上直播的快车才可能有出路。”一位商户告诉北京商报记者。但面对直播平台中的种种乱象,产品问题、运营问题、主播问题、服务问题等方面都成为古玩艺术品市场中普通商户入局的掣肘。针对古玩艺术品市场的这一现状,潘家园旧货市场适时入驻艺术品直播平台,以品牌做背书,以品质和信誉为保障,在引导网上艺术品交易良性发展的同时,为潘家园的商户和消费者提供了全新而可靠的线上买售平台。在转型升级大背景下,也为老牌古玩市场提供了一种全新的模式探索。

顺应潮流 打造新零售平台

据相关数据显示,2018年淘宝直播中最大的商品类目已经从服饰转变为珠宝文玩,而且还在保持高速增长。从这一数据不难看出,本来一个门槛比较高的品类,通过直播这种全新的展示形式真正带动了销售,线上新零售的兴起正在不断影响着线下实体市场。

面对线下销量减少,市场商户仅仅通过传统渠道已经不足以支撑店铺的发展,商户们也希望通过其他渠道扩大自己的用户群和影响力。直播火爆,但不会选货、不懂运营、口才不佳等问题也让不少商户有心无力。

面对消费模式的变化,知名古玩市场潘家园同样面临着诸多机遇和挑战。在转型升级的过程中,潘家园一直积极求变,从开设文创店到试水品牌外拓,从与景德镇的跨界融合再到去年打通线上在一直播开设潘家园官方直播间,潘家园已经成为古玩市场转型升级中众多第一次的尝试者。但由于直播进入门槛越来越低,现在的直播市场已经是一片红海,竞争激烈,乱象丛生,淘汰率非常高。对此,潘家园总鉴定师师俊超表示:“现在网购已经成为一种消费习惯,潘家园作为实体市场拥有众多优质商户,商户所售品类包含15大类41小类,随着整体市场环境和消费需求的改变,潘家园作为市场管理方应该为商户提供更多的服务,潘家园入驻直播平台就是希望能够借助品牌背书,利用新方式,帮助商户推介商品,获取转型红利”。

此外,潘家园搭建直播平台对于消费者来说,有效地减少了中间环节,对此师俊超表示:“首先潘家园直播中的货品一定要保真,第二个就是它的价格要相对低于市面上的价格,第三就是会择优选一些流量大信用好的直播平台进行合作”。“现在尽管有些专业类的直播平台会作为第三方对商品的质量和售后进行把关,但因为直播平台还没有统一的行业规范和标准,所以不少平台只开直播账号不做监管,这也让不法商家有了可乘之机,消费者还需擦亮眼,尽量选择信誉口碑好的商家进行购买。”师俊超补充道。

特色直播 老物件成抢手货

目前直播的模式已经相对成熟,从硬件到软件,从团队到流程,从货品到形象,未来的直播将会变得越来越专业,需要参与者具有更高的战略思考和统筹执行能力。从目前进行直播的大部分文玩珠宝商家来看,直播的模式和货品大多千篇一律,随着消费者新鲜感的逐渐消散,如何进行内容创新也成为摆在各直播间面前最大的问题。有业内专家指出,未来直播间如何吸引粉丝,如何增加客户黏性和回购率,拼的就是差异性,不管是专业性上的差异,还是内容形式上的差异建设,打造人设也好,打造店铺品牌也好,趣味内容、售后体验都将直接影响一个直播间的人气和销量。

文玩珠宝直播正从过去的拼时长、抢流量,过渡到现在需要精细化做内容运营的时代,之前那种直播间中疯狂推销卖货的方式正在逐渐失效。去年入局直播的潘家园首战告捷,推出了定制款白茶,一场700多饼的销量,售后零投诉率,也有效地印证了潘家园推出的特色直播的良好市场反馈。有了白茶定制特色直播的良好开端,今年又先后推出了多期不同大师定制款的紫砂壶,师俊超介绍:“每一批直播的定制紫砂壶,都是大师纯手工制作,此外在紫砂泥料的选择上,潘家园作为第三方机构对各个环节都会严格把关保证品质,让每一个消费者能够买得放心”。

值得一提的是,今年潘家园官方直播更多地融入了老物件的内容,老物件系列中既有清代和计划经济时期的景泰蓝,也有一些极具时代特征的五六七瓷和极具异域风情的克什米尔手工艺绣品。“在直播中这些老物件十分抢手,有些老物件一出现就会被粉丝秒购。”师俊超表示:“现在潘家园推出的老物件直播是与市场的商户合作,这些老物件更加具有年代感,同时也符合潘家园民族、民俗、民间的市场定位,与很多文玩珠宝类直播直接推销商品不同,我们的直播更多

融入了产品文化背景介绍和相关收藏知识的普及。”

“如今各大平台艺术品直播数不胜数,但对品质严格把关的平台和直播间却屈指可数,知名的古玩市场具有良好的品牌信誉、庞大的消费基数、特色品类的商户资源、专业的主播讲解,这些都是老牌古玩市场入局直播展示的优势。”业内专家表示。

文化引领 组建买手团队

直播发展到今天,早已经不是当初一个手机一个人就能打天下的时代了,对直播团队的专业性也提出了更高的要求,产品、运营、主播都能各司其职,才是成功的基础,主播也成为了文玩艺术品直播行业的新网红。“珠宝主播是有从业门槛的,他们需要有丰富的从业经验和专业资质来把控货品的质量,同时他们还需要拥有一双会发现的眼睛。”师俊超表示:“未来应该对文玩艺术品类主播增设准入门槛,同时应当逐渐实现专业买手模式。”

如何才能买到优质称心又有特色的文玩艺术品?就像跨境代购的专业买手一样,文玩艺术品直播领域也需要专业买手来解决这一痛点。现在的直播市场中不断涌现出一些个人或者团队,他们了解消费者的需求,通过自己的生产或资源整合能力,将优势货源集中,供直播间销售,有效地解决了直播间的货源问题。不仅如此,在对货品质量把关的同时,专业买手们还能满足消费者对个性化的新要求。“目前,潘家园已经培养了十几位买手,他们除了会在市场商户手中选货外,还会深入文玩艺术品的原产地购买符合潘家园直播特色的优质货品回馈消费者。”师俊超表示。

在网购成为潮流的今天,直播拼的是信誉,讲的是口才,靠的是知识。潘家园作为老牌的古玩市场,利用自身的优势适时入局直播,对于行业来说是一次有益的模式探索。

北京商报记者 马嘉会