



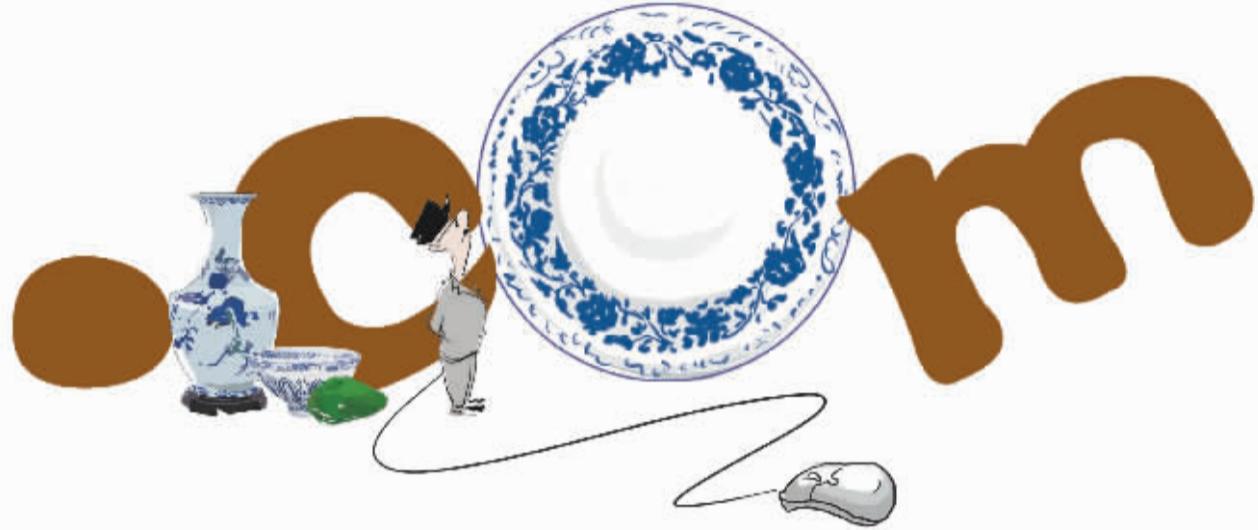
最收藏订阅号

C1-C4

2019.7.12

“平台经济”助攻古玩市场

随着社会环境和消费需求的变化，今年2月商务部等12部委联合印发了《关于推进商品交易市场发展平台经济的指导意见》，发展“平台经济”也成为传统企业转型升级的重要路径。作为国内知名古玩市场的潘家园，正在努力摸索一条适合自身发展的“平台经济”模式，除了为商户搭建引进来、走出去的参展平台外，还与知名电商平台合作，为商户搭建了“线上潘家园”交易平台。发挥了“以大带小”的作用，逐步形成了集成服务、协同产业的平台经济生态。同时，也为传统古玩市场探索“平台经济”提供了新的样本。



转变思维 发力“平台经济”

随着电子商务的迅速崛起，传统商品市场格局不断变化，商务部等12个部门联合发布的《关于推进商品交易市场发展平台经济的指导意见》中提到的“平台经济”模式无疑成为传统商品交易市场转型升级的重要指引。这些市场正在寻求转型，“平台经济”正是一个重要的发展方向。中国物流与采购联合会大宗商品交易市场流通分会秘书长周旭曾在接受采访时指出：“平台经济模式具有高端化、服务化、融合化的特征，将重塑商品交易市场核心竞争力。”

古玩市场与其他传统线下商品交易市场一样受到经济大形势的影响。对于这样的现状，北京市工商联收藏品行业商会秘书长陈鹏分析道：“市场环境不好，古玩市场也受到影响，这是肯定的，在这种大形势下，古玩市场必须转变思维，才能不被经济大潮淹没。”对此，全联民间文物艺术品商会特邀会长宋建文认为：“古玩市场的转型势在必行，未来的发展需要借助新科技、新思维进行有创意性的新探索”。

古玩行业该如何应对经济形势下探，互联网交易模式的冲击？对此，北京潘家园国际民间发展有限公司规划运营部相关负责人表示：“潘家园作为国内知名的古玩市场，正在努力转变身份，主动作为，变之前单一物业管理方身份为现在的平台资源整合方，深度参与对文化、商户、展会、线上资源等平台资源的整合工作，让平台上各类优质资源都能够发挥更大的价值。同时，利用开放包容、资源共享、合作共赢的平台思维，开展模式及渠道创新”。

渠道创新 打造线上平台

在“平台经济”的大背景下，古玩市场该如何开辟出不一样的发展之路，在不断提升人气的基础上，保持健康有序的市场秩序，平衡好传统文化消费习惯与现代文化消费趋势的冲突，也成为需要思考权衡的问题。与此同时，人们的生活方式和思维习惯也在潜移默化地改变，针对这样的变化，潘家园在去年11月与京东平台正式开启了战略合作，打造了“线上潘家园”平台。

“我们拓展整合了潘家园的线下商户资源与京东线上的客户资源。因为古玩艺术品多为非标产品，所以我们利用了京东拍卖这一平台。非标品利用线上拍卖平台能够发挥更好的效果。截止到目前，已经有80余家商户入驻了‘线上潘家园’平台。”北京潘家园古玩艺术品文化传媒有限公司总经理刘杉补充道：“因为市场的商户大多比较传统很少接触线上，所以我们还为市场商户提供了手把手的线上开店指导、产品拍摄及上传指导及线上产品运营指导等服务，希望帮他们走出线上交易拓展的第一步。”

北京商报记者了解到，其实在“线上潘家园”平台建立之初的几个月里，潘家园自己先在京东拍卖中开设了自营店，对于开设自营店的初衷，刘杉表示：“开自营店的意义就是我们要先自己趟水，然后把流程、销售模式、流量、售后服务等问题摸清楚，然后才能将经验、技巧、方法分享给商户”。潘家园通过平台业务的延伸，帮助商户将他们从线下单一渠道，拓展为线上线下相结合的模式，线上线下可以互相引流，客户不仅可以线上平台购物，还可以到线下平台体验。而对于线上销售的效果，刘杉表示：“截止到目前‘线上潘家园’平

台的月平均销售额在40万元左右，目前平台做得最好的商户，已经达到月销售额50万元左右”。

“未来，在京东平台运营成熟的基础上，我们还会继续拓展与其他电商平台的合作。”刘杉表示。从潘家园的线上平台拓展不难看出古玩市场中“平台经济”的建设，需要通过渠道拓展连接多方资源，以共赢的方式，发挥各方所长，最终达到1+1>2的效果。

多元平台 激发市场活力

除了线上平台的拓展，“平台经济”应当更加多元，古玩市场要搭建时尚的“舞台”，与商户共同唱好每一台戏。潘家园一直在尝试利用平台资源优势，组织自主创新型展会，进行不同地域间特色的文化交流，激发市场活力。

展会作为潘家园市场“平台经济”发展的重要组成部分，除了连续多年举办的连环画展、红藏展等传统型展会外，潘家园还引入了景德镇国际陶瓷博览会、全国核雕名家作品展、国石·赏石艺术博览会等创新型展会。潘家园为古玩市场举办创新型展会提供了诸多样本，它既是市场多元平台发展的新尝试，同时也促进了文化的交流互动，增强了用户黏性，聚拢了更多人气，同时也为市场储备了更多优质的商户资源。

值得一提的是，今年的6-10月潘家园将一改27年来5点闭市的老传统，紧随夜经济风潮，将营业时间延长至19点30分。7月和8月还会分别举办为期一周的美食文化节活动，并同期举办开原石、开青皮等淘文化的活动，在此期间，潘家园的营业时间将延长至21点30分。在潘家园的商户看来，此次营业时间的延长是一次难得的尝试，消夏期间组织的系列活动也将有效地带动人气，增

加营业收入。此外，还为周边社区居民提供了文化交流互动的平台，华威里社区服务站站长安艳在接受北京商报记者记者采访时表示：“潘家园旧货市场隶属于华威里社区，跟社区一直保持着共建共筑的关系，我们希望通过潘家园这一文化平台，携手打造一系列能够满足居民文化需求的活动和传统文化课程，即即将举办的儿童淘宝集市、收藏知识讲座、文艺表演等活动都是双方利用各自平台合作的成果”。

除了在潘家园举办的各类特色展会外，潘家园还打破地域的限制，搭建平台积极组织市场商户“走出去”，其中，许多商户都通过这些展会实现了品牌的推广和宣传。7月12日-16日，潘家园将携市场内玉石、朱砂、核雕、紫砂、建盏等14家优质商户组团参展第三届中国(五台山)国际佛事用品博览会。北京潘家园旧货市场有限公司副总经理王丽梅表示：“这是市场第二次组织商户参与五台山佛博会，我们会提前与展会方对接，挑选品类契合展会文化的商户参展，通过搭建活动平台的方式，在为商户提供的增值服务的同时，促进文化交流和传播”。

平台其实有很多种解析，它可以是一种机会、一种环境、一个载体、一个舞台、一种模式或是一套系统。而平台的好坏也将直接影响市场的发展和商户的收益。潘家园作为传统的古玩市场，正在努力尝试利用平台思维整合自有和外部资源搭建平台。”上述相关负责人认为：“搭建平台只是形式，只有留住老客户、吸引新客户，培育、满足客户的消费习惯，才能真正拥有市场，唤醒古玩市场活力，形成一套适合自身发展的‘平台经济’模式样本”。

北京商报记者 马嘉会/文 贾丛丛/漫画