

专家做买手 主播进产地

潘家园刮起“直播风”

互联网时代,新玩法层出不穷,现在最火的当属直播。直播用亲民、直观、互动的方式,影响着越来越多人的生活方式、消费方式,构建着线上交易模式的新格局。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。作为全国最大、品类最全、人气最旺的潘家园旧货市场也敏锐捕捉到这一新变化,于2018年进入线上直播领域,以品牌做背书,聚拢一众文玩忠粉,近期又全新开发了“产地游直播”项目,潘家园直播团队首站入驻河南南阳珠宝玉石集散地,为消费者挑选价廉质优的货品,未来直播还将深入产地,成为全新的线上买货平台。

入局直播

去年以来,作为老牌古玩市场的潘家园开始试水直播,在货品选择上,做足功课。有着实体市场一线交易数据做参考,有着资深鉴定师、行业大咖亲自指导,挑选出来的产品,无论是品质高又价格亲民的白茶、乌龙茶还是老旧情怀的清代和计划经济时期的景泰蓝、五六七瓷以及极具异域风情的克什米尔手工艺绣品,直播时都非常受欢迎。潘家园总鉴定师师俊超表示:“首先潘家园直播中的货品可以说是优中取优,因为我们依靠的是潘家园市场二十几年来积累丰富的商品资源;第二个就是它的价格相对低于市面上的价格,这也是潘家园独有的优势;第三秉承诚信经营的原则,直播平台的合作也是择优选一些流量大信用好的”。

“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。”有业内专家表示。

深入产地

视频直播这种交易形式把实时交互性功能发挥到了极致,在直播的过程中,买家可以随时发消息与主播进行沟通,并且突破了以往电商平台平面的图文交易形式,无论是商品展示还是内容展示都更为立体。卖家可以全方位地展示艺术品,买家通过屏幕可以看到没有经过PS的艺术品实物展示。主播可以通过对艺术品进行讲解来树立个人形象,从而吸引更多的粉丝。在这种轻松的氛围中,艺术品交易被注入了娱乐化的元素,一改人们印象中紧张严肃的拍卖现

场,降低了买家参与的难度,也降低了商品交易的价格,更多地吸引了年轻人的目光。

但是万变不离其宗,内容、产品才是王道。没有叫好又卖座的产品,消费者总会有疲惫的一天。要想让消费者保持新鲜感,就要不断进行内容创新、产品上新。

为了让观众更为直观地感受“淘货”的乐趣,潘家园直播间的产品选择立足潘家园市场,又不局限于潘家园市场。市场商户很多都深入原产地进货,为了挑选更多质优价廉的产品,潘家园直播也开始走出潘家园,深入珠宝玉石产地或是集散地一线进行直播,推出产地游直播项目。潘家园的直播团队有专家、主播和售后人员组成,专家主要承

担买手的职责,通过边走边逛,边淘边讲,为观众淘一些品质上乘,价格又相对亲民的商品,主播也会把专业知识讲解融入到所售商品之中,让观众知其然还能知其所以然,淘宝的过程也长了不少知识。

北京潘家园古玩艺术品文化传媒有限公司总经理刘杉表示:“产地游直播第一期已经结束,第一期我们选择了和田玉的集散地河南南阳,直播团队在南阳的5天里共进行了三场直播,最高单场观看的人次达70万,三场直播共取得了18万元的销售额”。

实际上,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,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质量。我们的主播都是在潘家园工作多年的工作人员,且取得了鉴定师资格证书。他们本身就具备鉴定的能力和水平。”刘杉告诉北京商报记者。

打通线上线下

此次南阳产地游直播的活动只是潘家园产地游直播的开始,未来,广州的翡翠集散地、景德镇的瓷器以及宜兴的紫砂壶都将出现在潘家园产地游的直播中。刘杉表示:“我们计划接下来每个月都推出一期产地游直播活动,每个月的月初,我们将在微博向粉丝征集他们感兴趣的货品,并在月中时去到产地或是集散地进行直播”。

同时,潘家园的产地游直播项目也不仅仅局限于线上平台,而是将线上与线下平台打通,带领潘家园北大珠宝玉石鉴定培训班的学员们深入产地。刘杉指出:“我们正在筹备将产地游与北大珠宝玉石鉴定培训班结合在一起,直接带领学员们深入玉石产地的一线,以便学员们更加直观地感受珠宝玉石市场源头的交易情况”。

北京商报记者 宗泳杉

潘家园礼物:打造可穿戴的文化

近日,潘家园推出了“瑞兽来袭”系列文化衫,文化衫选用了青龙白虎朱雀玄武四种神兽为图案,采用插画的表现形式,将中国传统文化元素穿在了身上。

据了解,青龙、白虎、朱雀、玄武又称四象,是中国神话中的四方神灵,分别代表东、西、南、北四个方向,这源于中国远古的星宿信仰,并在两汉时期被道教吸收成为四灵神君。四大神兽是中国古代根据神话和天文学结合的产物,它融合了

中国传统学说中的五行和方位。东方的青龙为青色的木、西方的白虎为白色的金、南方的朱雀为红色的火、北方的玄武为黑色的水。

潘家园礼物负责人陈文龙介绍,大概自汉代以后,都城的建设都是按照四大神兽的位置进行设计,无论是南京还是北京都是如此。甚至四大神兽的内涵还体现在百姓生活的点点滴滴。按照以前老北京建四合院的习惯,主水的卫生间往往建在北边,而主火的厨房则建

在南边,也就是我们俗称的‘下厨房’和‘上厕所’。”

“中国传统文化的传承离不开年轻人的认同,潘家园作为一个有责任有担当的国企,应该自觉肩负起传承传统文化的责任。服装是每个人日常生活中的必需品,也可以是文化传承的载体,我们希望年轻人能够把文化穿在身上,让传统文化元素进入每个年轻人的日常生活中。”陈文龙表示。

北京商报记者 宗泳杉

