

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，成为全新的线上买卖平台。

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。”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的质量。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商品，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。甚至四大神兽的内含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

