主管副总编辑 刘佳 主编 马嘉会 美编 高蕾 责校 杨志强 E-mail:iris812@163.com

春节假期 文玩市场拿什么引流

往年的全国文物艺术品交易指数显示，每年1、2月春节假期期间，由于拍卖场次减少、市场歇业等因素，文玩交易进入淡季。北京商报记者看到，北京古玩城、华夏古玩城等文玩集散地都于春节法定节假日期间闭市。另一方面，一些有文玩交易内容的文化庙会却在春节迎来热闹的人流。作为文化地标的潘家园市场，因其春节无休的传统在古玩市场中独树一帜，同时还将在春节期间引入民俗表演活动。由此，“庙会加文玩展售”的潘家园第十二届春节交易会即将开启，为文玩圈的冬季带来迎春暖意。

“蛰伏”中的生意

距离2020年春节还有十余天时间。在秋拍完全结束、即将迎来长假的阶段，文物艺术品市场迎来了常规性的淡季。去年春节期间的数据显示，2019年2月中国文物艺术品交易量环比下降83.91%，交易额环比下降99.59%。

拍卖活动临近春节时均已停办，古玩城、古玩市场整体上也进入歇业状态。据北京商报记者了解，北京古玩城在过去两年中，基本为大年二十九下午2点起清场休市，正月初六开始营业，相关工作人员表示今年的安排暂未公布，但应与往年一致。此外，弘钰博古玩城与法定节假日休息同步；天雅古玩城市场部相关工作人员告诉记者，将于腊月二十七至正月初九期间休息，歇业13天。

前段时间官宣将于2020年5月正式闭市的报国寺收藏市场，今年春节期间也是一派“风平浪静”。尚未搬离的钱币商户龙泉堂于先生告诉北京商报记者：“市场从大年三十休到正月初六，初七照常营业。”

虽然拍卖与古玩城普遍在春节期间进入“蛰伏”，但北京商报记者注意到，也有不少文玩交易活跃在春节庙会中。从去年开始，有400年历史的厂甸庙会不设小吃摊位和娱乐项目，主打文房古籍文玩的“文市”牌。包括中国最大的古旧书店中国书店在内，琉璃厂的诸多老店都迎来了热闹的人流。有经营文玩的店主告诉记者：“虽然庙会头几天许多人都只看不买，但是初五左右生意还是不错的，有时能到往常营业额的两倍。”

与传统春节庙会引入文玩交易相得益彰的是文玩市场也将庙会形式融入到市场交易之中。潘家园自2009年举办春节交易会，就在开市交易的基础上引入了庙会形式，营造春节气氛，聚人气，带动市场交易。

不打烊的潘家园

据潘家园旧货市场副总经理王丽梅介绍，今年从除夕至大年初六春节法定假日期间，潘家园市场每日都从上午9点左右开业至下午4点。从大年初二开始至初六5天时间，将开启庙会的展演模式——舞狮、踩高跷、中幡、魔术戏法、独轮小丑等节目都将在特定的时间段逐一登场。

与往年相比，今年潘家园的春节交易“庙会”也将更加年轻向。为了更凸显文化地标的网红基因，潘家园市场内增设了多处卡通鼠、潘爷等原创形象的合影墙。每天也有小猪佩奇、财神爷、灰太狼、高飞、布鲁诺等卡通秀在场内与游人互动。

潘家园商户谢玉告诉北京商报记者，由于本身是老北京人，每年过年基本上都不会错过潘家园春季交易会：“潘家园的庙会活动活跃了冬季冷清的文玩市场，吸引了本地市民，近年来也有不少外地游客前来。”谈及春节生意，谢玉表示其实一些老客户在年前就来挑选文玩礼品送人，春节交易会期间，也能接触到不少新客源。

在谢玉等文玩商家看来，文玩也是一种“特色年货”。潘家园的商户们对于春节市场的配货有独特考量。据介绍，花卉纹样、做工繁复的茶具在节日期间较受欢迎，带有吉祥符号的摆件在市场中更为常见；与鼠年相关，招财鼠菩提子手串也频频亮相。

除了造型、题材的应景，具有浓厚节日色彩的红色文玩备受市场关注。潘家园总鉴定师、资深珠宝玉石鉴定师师俊超表示，红色文玩是许多人本命年礼物的首选，比如南红玛瑙，十分适合过年的时候和本命年佩戴。除了朱砂和南红，红色文玩还可以选择红色的碧玺、红宝石、红珊瑚等品类，具有保值、增值属性。

文创里的新商机

文玩交易为春节平添了文化气息，而在近两年的春节文化庙会中，文创产品扮演着日渐重要的角色。

据北京商报记者了解，去年故宫庙会引入百余家老字号进宫，经营文化创意类工艺品、非物质文化遗产工艺品等10余类产品；地坛庙会也增设80个展位的文创年货市集和展览；厂甸庙会的天桥分会场，举办了“非遗”文创年货市集，同时邀请了艺术文创品牌、时尚工坊商户入驻。

作为北京独一处的春节开张并引进庙会的文玩市场，潘家园的文创经营同样不打烊，成为文玩之外的第二市场。除了潘家园市场内的潘家园礼物文创自营店，位于秀水街5层、面向国际旅游市场的潘家园礼物都将于春节期间照常营业。据潘家园礼物负责人陈文龙介绍，潘家园文创在春节期间主打的商品包括年货礼包、台历、暖手筒等多个品类。得益于古装剧热播效应，“小主们”冬季手揣的暖手筒被复原为潘家园新文创，已成为颇受欢迎的复古配饰，受众多为古风服饰爱好者。值得一提的是，2020年潘家园台历在潘家园礼物三里屯快闪店上架没多久，就多次断货。

对于潘家园跻身文创赛道的考量，潘家园相关负责人指出，文创是延续、活化传统的一条新路；将时尚元素融入传统手工技艺，将古玩文化注入年轻市场与国际旅游市场，能够让潘家园多年的文化积淀得以外延。

这一处27年历史的老文玩市场，正在通过新方式寻找文玩淡季里的商机。

北京商报记者 胡晓钰/文 贾丛丛/漫画

毛玲健：小众银壶收藏里的大学问

喜欢在潘家园把玩银壶的藏友很多都熟悉毛玲健。潘家园市场创立的时候，毛玲健的父母就在此经营红木、银壶等生意。毛玲健可谓一名“潘二代”，眼下居住在潘家园，且在潘家园旧货市场丙排38号和丁排2号两个商铺“以壶会友”。从百余元到万余元，不同品类的银壶都是毛玲健的店中所藏。

在银壶玩家们看来，造型精美的银器自古便是一种身份的象征，历代均“煮水以银壶为贵，泡茶以银壶为尊”。据毛玲健介绍，银价本身不高，银壶贵在工艺：“银壶价格通常以克计算。其中‘一张打’的价格相对较高，一般在八、九元钱一克左右。此外，鎏金、镶嵌宝石等工艺也会带来附加值。”所谓的“一张打”，即除了把手与壶盖，壶体部分只用一块银片成型，不用熔接、灌模，纯粹用敲打来完成制作。与一般银壶不同：“‘一张打’银壶壶嘴是从里往外慢慢打出，壶底也靠敲打成型，而非焊接，所以‘一张打’的银壶含银量最高。

北京商报记者了解到，由于银质地柔软，无法刻模批量生产，银壶多数为手工制作。受工序繁琐、成型及錾刻技艺难度极高等因素的影响，长期以来，银壶发展受限，日渐式微，还曾一度濒临失传。据毛玲健介绍，现在一把普通的手工壶的制作在15-20天左右，“一张打”的用时大致在一个月以上。与铜壶相比，打制银壶的技术要求更高。

谈及银壶收藏的入门，毛玲健更强调银壶本身的实用性：“一把普通壶的价格大致在数千元，不算很贵重的收藏品。银壶重要作用是在于它可以净化水质，煮出来的水较软，可以提升茶汤品质。银还被称为天然的消炎药，对身体有好处。”对于影视作品里银针试毒的桥段，毛玲健笑言“过于夸张”：“除了鹤顶红那种烈毒，银器对于普通毒性的检测并没有奇效”。

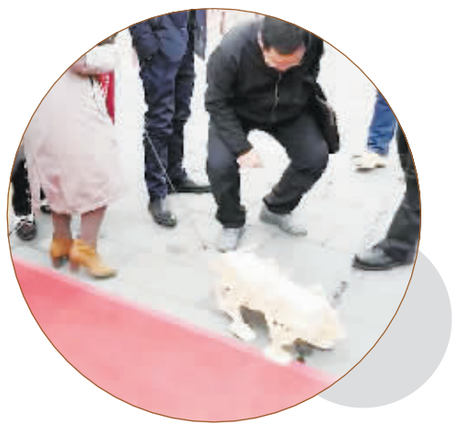
近年来的银壶市场正在由极小众的圈子开始逐步走向大众：“银壶是小众市场，大家当工艺品来买，玩家们买回家很多就是束之高阁，当做装饰用以欣赏。现在人们越来越注重实用性。”毛玲健在向顾客介绍一把壶的时候，常常强调“壶摘由蜜蜡或宝石镶嵌，不烫手；出水利落，断水干净”，均为实用性考量。

银壶的玩家身份也与从前不同：“现在一些年纪大的顾客并不计较价格，喜欢工艺复杂的，制作精良、实用的。同时，也有很多年轻人开始买入银壶——‘养生青年’越来越多了，对水容器要求也不只限于普通保温杯了。”据毛玲健介绍，许多年轻人喜欢体型较小、造型古拙简约的银壶。

谈及“镇店之宝”，毛玲健也有自己的喜好。在众多藏品中，他认为一只鎏金的花开富贵壶与一只通体刻有心经的银壶最为精美：“两个壶代表两种风格，体量较轻，价格也并不是店中最高的，但算是我心中的极品了。”收藏把玩也好，饮茶也好，每一只壶都代表着属于一个人自己的乐事。

北京商报记者 胡晓钰

潘家园文创 还原古代“黑科技”木牛流马



北京商报讯（记者 胡晓钰）临近春节，一款“宠物版”木牛流马入驻潘家园礼物店。与潘家园礼物面向春节推出的台历、年货礼包、暖手筒等文创产品不同，木牛流马为一款动态模型。在潘家园市场中有人牵引宠物版木牛流马遛弯的视频已经堪称网红，在线上线下吸引众多人的热议和围观。

据了解，木牛流马为三国时期蜀汉丞相诸葛亮发明的运输工具，分为木牛与流马。史载为建兴九年至十二年（231-234年）诸葛亮在北伐时所使用，其载重量为“一岁粮”，大约400斤以上，每日行程为“特行者数十里，群行三十里”，为蜀汉十万大军提供粮食。对于木牛流马确实的制作方式、样貌，史上有多重说法，至今亦不明确。

潘家园文创版本的木牛流马是对古代“黑科技”的一次还原，一经推出便受到广泛关注。北京商报记者看到，新的文创尝试满足了不少年轻消费者的猎奇心。来逛潘家园礼物秀水街自营店的小张为一名“00后”，她表示：“近年来文创商品的品类过于单调，摆件、胶带、书签，都是各个文化机构开发的‘老三样’了。潘家园新出的这款木牛流马很别致、拉风，作为年轻人很喜欢。”

这款年轻人眼中“思路清奇”的文创产品，并非一款简单的玩具：“宠物版木牛流马的工艺较为复杂，凝结了传统文化和古代智慧。”一位设计师买家谈道。

据北京商报记者了解，潘家园礼物从塑造潘家园吉祥物“潘爷”的形象开始，先后试水了“老北京风情系列”“青瓷茶具系列”等多种产品的设计和研发。潘家园礼物负责人陈文龙表示：“有别于电子玩具，通过‘木牛流马’人们看到的是传统手工技艺，并获悉一段有趣的历史故事。潘家园文创致力于将传统的文化创新演绎为现代人生活中的日常用品，从而达成对不仅限于旅游人群的更广范围群体的消费。”