

文化引领 潘家园聚焦IP联动新路径

与景德镇联手打造陶瓷文化周、与孔夫子旧书网合力举办古旧书博览会、与“和平菓局”共创怀旧主题市集、与抖音合作潘家园直播基地，文化属性和品牌效应加持下，屡屡“上新”的潘家园借助国企优势，通过与政府机构、行业协会、知名IP强强联合，深度合作，有效促进自身业务发展，撬动行业发展新势能。据介绍，第二届“京潮·京品”朝阳礼物征选活动已于7月15日在潘家园正式启动，将有效激发朝阳区文旅消费新活力；即将于8月16日在潘家园启动的第十届北京惠民文化消费季“2022金秋文物艺术品拍卖月”，也将成为培养文化消费理念、引领文化消费意愿、激励文化消费行为、促进文化创新发展的重要平台。深耕文商旅融合新经济的潘家园，正在通过借力融合，逐步实现线下传统古玩市场的“出圈”。潘家园正在通过对民族、民俗、民间文化IP的不断深化，融合借力、持续跨界、跨地域，谋求更立体与多元的IP联动之路，塑造了文化引领下的全链条平台。



深度参与 跻身文创快车道

潘家园作为首个推出文创产品的古玩艺术品市场，高度重视传统文化创新发展的尝试和探索。从2017年底开设的第一家文创自营店“潘家园礼物”到成立文创公司，将“文化+旅游”“文化+生活方式”“文化+生活用品”“文化+餐饮”等融合发展模式的逐一实现，再到连续两届承接“京潮·京品”朝阳礼物征选活动，潘家园正逐渐跻身文创快车道，有效推动了文创产业内容形态的边界延展，不断创造文创领域新热点、形成文创消费增长新动力。

第二届“京潮·京品”朝阳礼物征选活动于7月15日在潘家园旧货市场正式启动后，得到了众多企业的报名与响应。为了让更多优秀作品参与其中，8月10日，成功举办第二届“京潮·京品”朝阳礼物征选活动推介会。本次活动由中共北京市朝阳区委宣传部指导、北京市朝阳区文化和旅游局主办、北京潘家园国际民间文化发展有限公司承办。朝阳礼物征选活动的开启也为中国传统文化的传承传播及转化利用注入了新鲜活力，同时也将孕育出一批独具朝阳特色的文创产品。

据介绍，本次征选活动正在紧锣密鼓

地开展，作品征集截止时间将持续到8月31日。本次征选活动将采取专家评审与公众投票相结合的方式，通过作品征集、作品初审、公众投票、决赛路演等环节，最终评选出的十个“朝阳礼物”及五个单项奖的获奖作品将在10月下旬正式发布。“京潮·京品”朝阳礼物征选活动致力于为好的文创项目搭建从创意衍生到产品孵化，从赛场亮相到市场爆款的转化平台。这一出发点与潘家园融合发展的经营理念高度契合，只有将区域丰富的文化资源、产业资源、专家资源和社会资本充分调动起来，才能让更多的优质文创项目脱颖而出，美美与共、和谐共生的良好生态才能形成。

作为本次大赛的承办方，潘家园深度参与、全程跟进活动的始终。政府主办和潘家园行业影响力的双重背书，能够调动和带动更多、更好的文创项目聚合在一起。不同文化创意和设计理念的充分碰撞，贯穿文创产品的挖掘、孵化直到产品转化的各个环节，切实拓宽文化创意新思路、新视角，提升文创产品如何更好迎合市场需求、消费者审美偏好的新认知。潘家园近几年的发展也一直秉承这样的思路，与全国各地知名IP合作，通过创新融合，共同进行更优质的品牌、模式、产品和服务的输出。这也是潘家园能够频频出新的力量源泉。

政府搭台 联动赋能促提升

8月16日，由北京市文物局、北京拍卖行业协会主办，北京潘家园拍卖有限公司承办的第十届北京惠民文化消费季“2022金秋文物艺术品拍卖月”即将启动。本次活动作为第十届北京惠民文化消费季的重要活动之一，将持续到10月下旬。

“拍卖不能曲高和寡，能让普通市民充分参与、分享成果才能惠及大众。”北京潘家园拍卖有限公司相关负责人表示，作为此次活动的承办机构，将积极响应北京市惠民文化消费季号召，结合“2022金秋文物艺术品拍卖月”活动，8-10月期间推出十几场惠民拍卖活动，每周五在潘家园旧货市场举办无底价、0佣金的夜拍活动，每天还将在潘家园拍卖小程序上举行一口价网拍活动等。为带动市民积极参与，打造丰富多样活动的同时，所有活动都给予市民力度不等的拍卖佣金优惠。

据了解，潘家园拍卖自成立以来，经过两年多发展，不断探索更适合自身发展的业务模式和发展路径。与艺术品拍卖市场一直“追光”高价拍品的策略不同，潘家园拍卖定位于中小拍卖市场，主打高频次、小规模的生活日常拍，客群以新一代年轻消费

群体和普通大众消费者为主。在大众拍卖领域潘家园正逐渐实现领跑，这也是潘家园文化亲民在不同业务领域的充分展现。

在持续定位大众市场的基础上，潘家园拍卖一直在不断探索新的策略与经营之道。上述负责人在接受采访时曾表示，联动与合作也是潘家园开展新业务的关键。首先，注重与市场公司、传媒公司等潘家园现有业务板块形成联动。其次，与其他拍卖公司的合作，也成为两年来开展业务的重要方式。合作双方可以参与到彼此的拍卖活动之中，不仅可以使拍品更为丰富，客户资源也能互通有无，通过携手联动盘活资源，实现共享。

除了与其他拍卖行之间竞争为联动外，潘家园拍卖还将与文物商店达成合作，通过参与官办文博展、文物艺术品拍卖月等政府活动，有效扩大行业影响力与公信力。

IP联动 无界共生

在“万物皆可跨界”的当下，无界共生已经成为当下各业态基于强强联合或者抱团取暖达成共识、联结创意，通过讲述新故事、打造新活动，来拓宽边界、绽放全新活力。在消费需求更加多元化的时代，潘家园逐渐抛弃以往单打独斗的营销思路，不断

拓宽着自身在文化领域的边界，潘家园已经从一个地理名词逐渐衍生为一个行业的代名词。

除了原有的IP品牌合作外，潘家园一直在不断拓展跨界合作的外延。近期，与赛事品牌合作，成功举办了2022云裳华胄汉服模特大赛，传统服饰文化赛事的引入，将在助力弘扬传统服饰新魅力的同时让消费者感受潘家园传统文化的独特魅力；潘家园拍卖携手北京臻古文物商店共同举办的“稽古臻藏”文物艺术品交流会，帮助商户拓展销售渠道，促进不同地区间商户交流合作的同时，也为自身储备了大量鉴定专家资源；作为“双奥之城”“IN”朝阳系列活动“稽古臻藏”文物艺术品交流会，帮助商户拓展销售渠道，促进不同地区间商户交流合作的同时，也为自身储备了大量鉴定专家资源；作为“双奥之城”“IN”朝阳系列活动“稽古臻藏”文物艺术品交流会，帮助商户拓展销售渠道，促进不同地区间商户交流合作的同时，也为自身储备了大量鉴定专家资源；作为“双奥之城”“IN”朝阳系列活动“稽古臻藏”文物艺术品交流会，帮助商户拓展销售渠道，促进不同地区间商户交流合作的同时，也为自身储备了大量鉴定专家资源。

潘家园作为北京市大众文化消费品牌、北京市文化消费知名地标，一直秉承初心，联手行业协会、知名文化IP、专家大师资源等，用兼容并包、无界共生的格局推动文化艺术品行业资源充分盘活和深度整合，推动文化行业联动发展，促进文化产业创新升级，不断推陈出新，满足百姓多元化文化消费新需求。

传统+潮流 潘家园礼物上新

文创产品植根于传统文化，通过现代创意加工，让文化以一种有温度的方式融入大家的生活。大多文创产品都用其独特的方式表达着对人们的美好祝福。近日，“潘家园礼物”推出了多款文创新品。据了解，潘家园公司自营文创品牌“潘家园礼物”，立足潘家园优质传统文化资源，结合时下流行元素，不断精进产品研发和创新设计，真正将传统文化的魅力与灵感融入到现代生活之中，致力于打造传统与潮流完美融合的文创产品。下一步，潘家园礼物将不断丰富“文化+”的后续，精进产品研发，紧跟时尚潮流，融入传统文化精髓，打造网红产品、爆款产品，不断凸显潘家园文创IP文化特色，更好地推动中华优秀传统文化创新性发展。



△ 解谜拼图

解谜拼图《探宝秘事之古玉奇缘》是包含战国时期玉璜、玉佩、玉璧、玉勒等8块古玉形态的拼图。以战国时期的古玉作为设计灵感，巧妙地融入puzzle拼图中，是传统文化和现代潮流的一种奇妙融合。在中国传统文化中，玉有着特殊的地位和价值，战国时期，随着礼制的崩溃、思想观念的解放、“百家争鸣”的兴起，带来了艺术上的繁荣，玉器的生产也达到了一个新的高峰。

△ 潘家园-印象

《潘家园-印象》是为迎合广大游客打卡集章的需求，以潘家园地标文化元素结合印章设计的一款手账本，配有潘家园地标-影壁墙、华威里18号以及文玩潮词“捡漏”等印章，游客可自行盖章，记录下游玩的美好时光。



△ 解谜盒子

解谜盒子《探宝秘事之东方的密码》整体使用榫卯结构搭建而成，四周为中国传统四大神兽，分别是青龙、白虎、朱雀、玄武。盒子设置了连环谜题，谜题将传统文化元素作为线索，用户需与华容道等游戏形式巧妙融合，方可破解机关。在解谜的过程中，用户可深入了解传统文化的内涵。



△ 竹纤维奶茶杯

潘家园公司自主研发出的产品竹纤维奶茶杯于8月上市。竹纤维奶茶杯原料经特殊的高科技工艺处理，提取竹子中的纤维素，经制胶、纺丝等工序制成再生纤维。竹纤维奶茶杯推出两款设计，粉色款“麦妮”主打少女风格，颜色采用的是马卡龙糖果色系，体现满满的少女感，元素提取自潘家园市场北门影壁墙和市场内的传统文化形象，并在四周穿插了一些轻松愉快的词句，向年轻人传递一种轻松的心情。蓝色款“嗨杯”主打科技感，颜色上用了清爽且科技感浓厚的蓝青色，主体内容采用大量新潮词汇，拉近年轻人间的距离。

