

而立之年 向新而生

潘家园成立30周年纪念特刊



三十而“力” 聚势谋远 合力创赢

保持原生生态,顺势而为,市场、传媒、拍卖、文创四大业务板块相互联动,潘家园文化生态体系初步达成。



·北京潘家园旧货市场有限公司·

北京潘家园旧货市场有限公司作为北京潘家园国际民间文化发展有限公司的下属公司,主要负责市场的经营管理。1992年10月24日,“潘家园民间工艺品市场”正式开业。在市、区政府的支持下,经历了艰苦创业期(1992-2002)、快速发展期(2003-2012)和跨越发展期(2013至今)。

由于中国传统文化、民间、民俗、民族特色文化浓郁,产品丰富,品类齐全,价格亲民,市场一直深受广大中外宾客喜爱。如今,潘家园旧货市场已成为一个集鉴赏、收藏、购物、旅游、娱乐、休闲为一体的文化市场。同时也为不同肤色、语言、信仰的游客提供了近距离接触中国传统文化、走向世界的渠道。

市场全年365天开市,设有地摊区、古建筑区、古典家具区、现代收藏品区、石雕石刻区、餐饮服务区等六个经营区,主营古旧

物品、工艺品、收藏品、装饰品的3300余家经营商户,年成交额可达数亿元。

潘家园作为国内具有代表性的文化艺术品市场,每年都会组织承办近百场展览展示活动。其中既有红色收藏、陶瓷博览会、核雕艺术展、连环画交易会等传统文化展览、展销活动,也有宝石鉴定培训班、潘家园大师课、特色体验课等传统文化类培训课程。

中国驰名商标、北京市著名商标、全国十大古玩市场……一个又一个荣誉并没有让潘家园停下脚步,市场始终坚持以保护、传承和发扬民间、民俗、民族文化为己任,以推进“特色文旅消费街区”建设为目标,以古玩文化艺术品交易市场运营为基础,积极推动文化传播,为广大消费者提供面对面接触传统文化的机会,让传统文化回归百姓生活,将潘家园打造成为“可触摸的博物馆”。

·北京潘家园古玩艺术品文化传媒有限公司·

北京潘家园古玩艺术品文化传媒有限公司(以下简称“传媒公司”)作为北京潘家园国际民间文化发展有限公司全资子公司成立于2010年,依托潘家园品牌背书,传媒公司致力于打造涵盖新媒体、电商平台、实体广告、行业培训、线上课堂、直播基地为一体的综合平台。

传媒公司旗下新浪微博矩阵(潘家园、潘家园网)、今日头条、抖音等自媒体平台通过知识内容的分享,为广大收藏爱好者“保驾护航”。

传媒公司运营的淘宝店铺“潘家园官方”、京东店铺“潘家园旗舰店”、京东“潘

家园线上古玩城”,打造“潘家园”定制,通过团购、定制、拍卖等形式,为广大收藏爱好者提供了质优、高性价比、放心的古玩艺术品。

近年来,传媒公司借力互联网新玩法,逐步建立了“内容营销+直播电商”模式,实现了产品、内容、平台终端的共融互通,成为线下实体市场的有力补充。

传媒公司新媒体运营团队深耕古玩艺术品线上交流平台,持续打造潘家园品牌线上宣传影响力。2022年1月,潘家园官方微博账号“潘家园”荣获微博平台2021年“微博年度影响力电商号”“微博直播十大影响力电商博主”称号。

30年与改革创新同频、30年与时代发展同行、30年与文化艺术品行业趋势同步。2022年12月,潘家园将迎来30岁生日,而立之年,作为国内知名文化艺术品市场,潘家园正在用老传统、新模式不断拓宽着行业赛道,完成了从传统线下文化市场到线上线下融合的全新产品布局。“旧货市场”的标签早已不能概括它的全貌,电商、直播、拍卖、文创,潘家园正在创造性地通过更多元化的商业形态、功能、模式,向新而生。

北京潘家园国际民间文化发展有限公司是在北京市朝阳区委、区政府直接领导下,为实现潘家园旧货市场企业化管理而改制设立的区属国有企业。公司以文化艺术品市场经营为主要业务,负责企业整体的战略规划、资本运作、项目拓展和品牌管理,下设四家全资子公司,分别为“北京潘家园旧货市场有限公司”“北京潘家园古玩艺术品文化传媒有限公司”“北京潘家园文化创意有限公司”及“北京潘家园拍卖有限公司”,确立了“一点中心、多点支撑”的发展模式,衍生了一系列子品牌,使潘家园品牌体系更加完善,品牌内涵更加丰富多元,品牌价值不断提升,独有的文化生态体系也在逐步建立。

30年来,作为国有企业的潘家园始终秉承“诚信天下 大成于德”的企业文化理念,保证各项决策部署落地见效,实现了企业效益逐年提高,品牌影响力持续增强,国有资产保值增值,探索形成具有潘家园特色的经营模式,为企业高质量发展提供了坚强的政治保证。

经营管理日益规范,品牌知名度与影响力也在不断提升,而立之年的“潘家园”,如今已经成为北京乃至中国文化艺术品交易的代名词;成为享誉海内外的知名文化地标;成为蕴含民族品牌、特色品牌、知名品牌的中国新字号。未来,潘家园还将继续坚持转型升级的道路,将文商旅融合发展工作向纵深开展,发挥收藏行业风向标与晴雨表的作用,带动全行业健康发展。

而立之年,向新而生。不论市场如何变化,潘家园的品牌初心不会改变,将用自身不断的实践,为文玩艺术品行业开辟出一条良性发展之路。下一个30年,期待潘家园继续以成就中国最好的文化传播者为己任,源源不断地为北京乃至全国文化产业发展贡献新生力量。

三十而立,潘家园立足时代,历经发展,合力创赢,励精图治,利商惠民,瑰丽未来。本期北京商报·潘家园周刊,将用文字、图片、历程,重温潘家园30年的汗水、成长与梦想,诉说潘家园过去、现在、将来的成就与风雨兼程。

·北京潘家园拍卖有限公司·

2020年6月24日,北京潘家园拍卖有限公司正式揭牌成立。由实体市场涵养的潘家园拍卖,在传统与现代的碰撞融合中,成为潘家园文化艺术品生态系统及产业链条中的重要一环。

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、小规模日常生活拍,客群以新一代年轻消费群体和普通消费者为主,是对目前拍卖行业薄弱环节的

有力补充。目前,潘家园拍卖通过各类线上、线下拍卖活动,逐渐在业内形成了品牌影响力。

与此同时,借助潘家园旧货市场知名度高、品牌效应大、流量高等优势,潘家园拍卖持续运营自建场地、拍卖小程序、抖音拍卖平台,逐步搭建起了“线下+线上”拍卖平台。

经过两年多的探索创新,潘家园拍卖在全品类的基础上初步形成了以

古籍、杂项为特色,以书画、当代艺术为亮点的拍卖体系。尝试推出包括二手名品、潮流玩具、文玩器具、当代艺术等新兴拍卖。发展出“盲拍”“夜拍”“鉴宝+征集”“讲座+拍卖”等多种拍卖新玩法。

未来,潘家园拍卖将确立平台发展模式,以日常生活拍为定位,采取“线上+线下”联动策略,打造独具潘家园特色的拍卖新风尚。

·北京潘家园文化创意有限公司·

交流、互动体验为一体的综合文化服务平台。

现阶段文创公司主要进行文创品牌“潘家园礼物”的研发、生产和销售,在文创产品、工艺品和艺术衍生品领域内进行产品体系的搭建和运营,产品SKU已达1000多种,自主研发产品多次荣获各类文创大赛奖项,并多次入选“北京礼物”“朝阳礼物”。

未来,文创公司将持续立足于文

化产业,致力于在传承基础上逐步形成“文化+旅游”“文化+生活方式”“文化+生活用品”“文化+餐饮”等各类“文化+”融合发展的运营模式,吸引更多的年轻客群体验、消费,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展;着力挖掘数据价值,达到个性化生产与供给;还将吸引外部资金,推进品牌授权,实现真正的管理输出和规模化“拓店”发展。

