

三十而“励” 励精图治 守正创新

30年改革探索,30年创新驱动,30年从小变大,30年从自发到规范,潘家园破圈探索传统文化创新发展新思路。

尽管时代在不断改变,但潘家园从未忽略对传统文化的传承与保护,一直以“做中国最好的文化传播者”为企业使命,通过文化内涵丰富的展览展示、交流体验、论坛培训等活动,为广大消费者特别是年轻客群提供面对面接触古玩、非遗等传统文化的机会,让传统文化能够回归百姓生活,将潘家园打造成为“可触摸的民俗博物馆”。

一面保持着传统文化的原生业态,一面顺势而为,破圈探索传统文化创新发展新思路。在传统与现代的碰撞融合中,潘家园正在一步步形成并完善新型产业链条,并通过产业链条中的多种形式、多种载体、多种渠道,实现传统文化在更大范围、更多维度的传播传承与创新发展。

潘家园市场于2021年3月26日启动“文化夜市”项目运营。市场环境根据夜市主题进行了全面升级改造,增添丰富夜间活动效果的灯光装饰及烘托环境氛围的美陈装饰等,还把更多体验式、沉浸式的场景融入其中。打卡潘家园“文化夜市”也成为了自媒体网红的必到之处,成为了消费者热议的文化话题。

瓷器墙、文化夜市、非遗文化街、山行市集……潘家园先后推出了一系列网红打卡点,从潘家园北门影壁墙为起始点,途经香潘潘美食街区、非遗文化街、潘家园故事墙、胡同印象、密室寻宝、山行市集、瓷器墙等地,最终到达潘家园礼物店。全程下来,既能感受到潘家园的新业态,品味美食、体验传统文化与新潮文化,还能打卡特色区域,感受专属于潘家园的魅力。

为加强非遗传统工艺振兴,潘家园打造了非遗手工艺文化街。同时开展了多元化的展会活动,为入驻的非遗手艺人搭建展示和创收平台。此外,潘家园每年都会组织各类非遗文化活动,助力非遗文化传播,2021年举办的第一届非遗文化节,与以往的非遗活动相比,在规格、内容、形式上都进行了全面升级,让非遗在潘家园大放异彩。

2020年,基于自营电商的经验积累,基于潘家园市场具有区域特色的产业集群,打造了潘家园抖音电商直播基地。作为华北地区首家综合型的文化艺术品直播基地,为商户连通广大消费者提供专业细分的直播平台,有效助推了区域特色经济发展和北京市文化中心建设。



2017年,潘家园借力大数据构建了国内首个文化艺术品一级市场指数——潘家园文化艺术品指数,实现了国内一级市场指数零的突破。从2018年潘家园指数的首次发布到2022年,潘家园指数向社会连续发布了五年,已经成为指导商户合理经营的“风向标”、规范市场运行的“指南针”和反映文化艺术品市场行情的“晴雨表”。

潘家园拍卖与大众印象中传统的高端拍卖、文物拍卖不同,这里的拍品定位为大众中小拍、生活拍,结算与交割率高,周期短。从成立两年来举办的多场拍卖会成交结果来看,红色收藏、古籍善本等特色门类已初显优势,受到业内关注。

潘家园借助阿里、京东等知名电商平台,探索平台型运营模式,在全民直播风口到来之前,抢先探索出具有潘家园特色的直播电商成熟模式。带动商户共同参与新的电商模式中,潘家园在成为行业实体市场标杆的同时,也成为行业线上交易平台的标杆。

潘家园自2017年启动文创业务以来,依托自身显著的文化属性和深厚的文化底蕴,推出了潘家园礼物店及众多特色自营文创产品,开拓出文化+生活、文化+餐饮等一系列“文化+”经营模式,通过新业态融合,激活了潘家园潜在的网红经济,让更多的年轻人驻足。

“红藏展”“连环画交易会”“瓷博会”“书博会”……潘家园正在通过举办一系列具有行业影响力的大型文化活动和展会来丰富自身品牌的文化内涵。在丰富市民文化生活的同时,起到繁荣文化市场、促进文化消费的积极作用。



三十而“立” 立足时代 传承文化

30年大事记,抚脉发展历程,以事件看发展,以发展看品牌,30年信念与执着,30年责任与梦想,30年大事记,记录潘家园发展足迹。

- 1992年 “潘家园民间工艺品市场”正式开业,短短半年,市场摊位从几十个增加到上千个,成为全北京当时最大、最火的跳蚤市场。
- 1994年 市场管理的初步规范,更名为“潘家园市场”,实现了真正意义的“退街入场、封闭管理”。
- 1997年 标志性的门墩、狮子、影壁墙建立,新市场正式开门迎客,共有摊位3000余个,房屋店面224间。
- 2002年 潘家园市场成为许多外国贵宾和游客们的必经之地,2002年希腊总理西米蒂斯来市场游览购物。
- 2004年 潘家园旧货市场被评为全国十大古玩市场。
- 2005年 越来越多的各国政要名人喜欢到旧货市场淘宝,2005年斯里兰卡总统库马拉通加夫人来市场游览购物。
- 2006年 举办了“潘家园首届连环画交易会”,首日交易额超过百万元,截至2022年已经成功举办了29届。
- 潘家园旧货市场在世界十大“跳蚤”市场的评比中成功当选,作为我国唯一入选的市场,排名第六。
- 2007年 5月17日潘家园被北京市工商行政管理局认定为“北京市著名商标”。
- 2008年 北京奥运会期间,潘家园旧货市场作为市商务局推荐的重点接待购物场所,圆满完成了“奥运宾客”接待任务。
- 2010年 5月31日,潘家园传媒公司成立,有效实现了产品、内容、平台终端的融合互通。

- 2013年 1月4日,“潘家园旧货市场”被认定为“中国驰名商标”。
- 潘家园旧货市场当选“2012年度(第八届)北京十大商业品牌”。
- 2014年 8月29日,潘家园旧货市场被确定为APEC会议期间朝阳区重点接待购物场所并圆满完成了参观接待工作。
- 2016年 北京潘家园国际民间文化发展有限公司入选“首都文化企业30佳”名单。
- 2017年 潘家园首家文创店“潘家园礼物”在潘家园旧货市场内正式开业,迈出了激发传统手工艺品活力的重要一步。
- 2018年 “潘淘荟”周年庆首次亮相,除了拍卖会、展销会、鉴宝讲座等活动外,还首次对外发布了潘家园文化艺术品指数。
- 潘家园携“潘家园礼物”自营店文创产品,以全新形象亮相京交会,展示潘家园转型升级的最新成果。
- 通过跨界、跨地域,与其他品牌IP谋求立体与多元合作的“瓷博荟萃 名动京华——景德镇陶瓷博览会北京潘家园陶瓷文化周”在潘家园开幕。
- 与线上古旧书平台孔夫子旧书网联合打造的“万阅典藏”潘家园首届古旧书博览会成功举办。
- 2019年 潘家园文创品牌—潘家园礼物原创设计作品“青瓷品茗杯”入选2019年度“北京礼物”。
- 适时推出“夜游潘家园 悦享夏夜美”系列夜市活动,为潘家园旧货市场开启了全新的夜间经营模式。
- 面向中小拍市场,发展高频次、小规模日常拍卖的北京潘家园拍卖有限公司正式揭牌成立。
- 潘家园旧货市场被评为朝阳区首批特色文旅消费街区,为拉动文旅消费,提供了有力的支撑。
- 潘家园抖音电商直播基地投入运营,成为目前华北地区大型综合的“珠宝玉石文玩品类”直播基地。
- 2020年 潘家园旧货市场被评为朝阳区首批特色文旅消费街区,为拉动文旅消费,提供了有力的支撑。
- 2021年 作为首个推出文创产品的文玩艺术品市场,4月22日北京潘家园文化艺术创意有限公司获批成立。
- 潘家园获评2022年朝阳区“博物馆之城”建设示范项目“传统文化活态传承展示中心”奖项,扩展了博物馆体系边界。
- 2022年 首届“京潮·京品”朝阳礼物甄选活动在潘家园成功举办,成为表达朝阳文化内涵、彰显朝阳文化特色的文创载体。



三十而“丽” 塑造品牌 美丽未来

所梦所想,何止30年,站在30年的新起点上,回望而后前行,下一个30年,成就中国最好的文化传播者。

潘家园的30年,是传统文化、市井生活与北京胡同特色的体现;是行业大咖、北京玩主、各地游客的聚集之地;是中国民间、民族、民俗文化的集大成者;是新青年与传统文化连接的桥梁;是传统文化的继承者和传播者;是经济与文化共同前行的故事。

下一个30年,不论市场如何变化,潘家园的品牌初心不会改变。潘家园将以成为中国最好的文化传播者为己任,在立足旧货市场运营管理的基础上,持续在自媒体矩阵、直播、电商、文创、拍卖等多样化业务领域发力,用自身不断的实践,为文玩艺术品行业开辟一条良性发展之路。

“十四五”时期潘家园公司将按照北京市及朝阳区的战略部署,围绕服务全国文化中心建设、“两区”“三化”建设等重大战略任务,做好文化产业与文化事业相融合这篇文章。

潘家园将积极争取各方资源支持,筑牢自身发展基础。围绕“一个中心,多点支撑”的产业格局,立足文化艺术品交易的先发优势和引领优势,结合市场需求变动趋势,合理布局业务组合及发展战略,明确各个业务板块的发展定位和着力点,强化业务能力提升和业务协同联动,构建多元文化艺术生态。

不断优化提升文化艺术品交易交流功能以平台化发展模式提升主体业务发展能级,完善上下游产业链和业务生态,积极推进鉴定评估、文化金融、文化会展、文化教育等多业态的支撑。加强数字经济建设,充分挖掘各业务经营数据的价值,构建全业态的文旅商产业发展平台,形成完善的文化事业文化产业生态交流圈。力争在“十四五”期末,形成完善的文化艺术品业务生态格局,打造立足北京、引领全国、走向国际的文化产业地标。