



口红引发宫斗 “故宫淘宝”和“故宫文创”怒上了

快报揭秘:故宫是个文化大IP,持股多家公司,一年卖出10个亿

“故宫文创馆”卖口红 “故宫淘宝”推出彩妆

在“故宫口红”推出之前,心灵手巧的“宫粉”们,早就开始用“故宫淘宝”售卖的胶带纸“改造”口红外壳。

“我贴过好几支口红,用的是最爱的仙鹤纹胶带,还用海水纹胶带贴了充电器。”南京的超级“宫粉”张女士,热衷于DIY“故宫款”爱物。

看到“宫粉”们这么热爱故宫彩妆,2017年4月,“故宫淘宝”发布一篇脑洞文章《假如故宫进军彩妆界》,构想出取翠蓝之色缀以浅金的点翠眼影、宫墙色、郎窑红、雍正霸道祭红色、乾隆妩媚胭脂色的口红系列,还有取色自《千里江山图》的指甲油……

如今,故宫真的进军彩妆界。12月9日,“故宫文创馆”推出微信《故宫口红,真的真的来了!》,发布了6款口红:枫叶红、郎窑红、豆沙红、变色人鱼姬、碧玺色、玫紫色,口红灵感均来自故宫国宝器物,外观设计灵感则源自清宫后妃服饰与绣品,预售价199元。

故宫口红的横空出世,让“宫粉”们雀跃。上架两天后,现代快报记者发现,口红发货日期已经

排到明年3月1日了。

9日在“故宫文创馆”推出故宫口红后,“故宫淘宝”在微博上表示:目前市面上见到的所有彩妆并非我们所涉及。来自故宫淘宝的原创彩妆,我们周二见。

“故宫文创馆”则在12月10日下午又发了一条,正式宣布与华熙生物合作推出故宫口红。同时附上了11月份参加“第八届中国博物馆及相关产品与技术博览会”的新闻图,隔空回应“非官方”的质疑。

12月11日上午,“故宫淘宝”果然官宣发布彩妆新品,包括口红、眼影、高光、腮红四个品类,分“浮天沧海·故宫仙鹤”和“暗夜流光·故宫螺钿”两个系列,《假如故宫进军彩妆界》中提到的眼影和口红一一实现。这立刻引起了宫粉们的热烈回应:“已经全入了。”“就问你们做成这样,有几个舍得用的!”……

“故宫淘宝”推出的口红价格更具亲和力,120元。故宫口红卖到“飞”起,其中,到当天17:35,仙鹤口红已售出超过1.18万支。

故宫文创多多 “宫粉”傻傻分不清

在故宫博物院官网首页上,能看到一则“故宫博物院品牌合作产品的公告”。公告显示,“故宫

文创馆”微店推出的口红,由故宫博物院文化创意馆和北京华熙海御科技有限公司负责设计研发及发售。品牌合作期限:3年(2018年11月10日至2021年11月9日),故宫口红总数量为20万支。

“故宫淘宝”“故宫博物院文创旗舰店”“故宫文创馆”……都有“故宫”二字,它们是什么关系?

现代快报记者在中国店铺类搜“故宫”,排在第一是“故宫博物院文创旗舰店”。天猫网店经营者的营业执照信息显示:“故宫文创旗舰店”企业全名为北京故宫文化传播有限公司,注册资本为200万人民币。该公司由故宫出版社100%持股。

“故宫淘宝”排在第二位。经营者营业执照信息则是:北京尚潮创意纪念品开发有限公司,注册于2008年,注册资本100万人人民币。在微博上,“故宫淘宝”的微博认证是北京故宫文化服务中心官方微博,据工商资料显示,北京故宫文化服务中心,由故宫博物院100%出资成立。也就是说,“故宫淘宝”由北京尚潮创意纪念品开发有限公司运营,隶属于故宫博物院的故宫文化服务中心授权开发文创产品,同时进行利润分成。

而“故宫文创馆”营业执照上的企业名称为北京诺信畅享科技

有限公司,注册资本1000万元,成立于2011年6月30日。

故宫文创一年卖出10个亿 旗下有多家子公司

“故宫有多个部门做文创产品,他们和厂商合作,提出思路,把好审核关。”一位对故宫文创熟悉的人士告诉现代快报记者。

故宫文化是个超级大的IP,曾有报道显示,故宫的文创产品年收入达10亿元。故宫博物院常务副院长王亚民曾透露,故宫博物院专门成立了公共文化服务中心、经营管理处、故宫出版社和故宫文化传播公司等,专门从事文创工作的工作人员达到了150多人,分布在文化创意产品策划、设计、生产、销售各个环节。

而记者通过“天眼查”查询,工商资料显示,故宫博物院对外投资家企业,分别为北京故宫文化服务中心、北京紫禁城窑厂、故宫博物院餐饮服务部,出资均为100%。天眼查显示后两家为注销。

记者注意到,北京故宫文化服务中心对外投资了12家企业。这12家子公司中,故宫博物院拥有对北京故宫文化产品开发有限公司、北京故宫华韵文化发展有限公司、北京故宫文化创意有限公司等5家企业的控制权。

全新2.0T可变缸发动机+10AT 凯迪拉克CT6智享上市

“所有的伟大,源于一个勇敢的开始”,贯穿凯迪拉克一百多年的发展历史。每一次勇敢的开始,凯迪拉克都在突破关于伟大的界定!而全新一代凯迪拉克CT6的耀目登场,将以“科技突破想象”!



全新一代CT6内饰空间



全新一代凯迪拉克移动互联体验CUE



全新2.0T可变缸涡轮增压发动机

11月30日,新豪华科技旗舰全新一代凯迪拉克CT6在北京凯迪拉克中心CADILLAC ARENA智享上市。此次发布的全新一代凯迪拉克CT6共有六款车型,售价37.97-53.97万元。新车承袭了凯迪拉克概念车ESCALA的设计语言、搭载全新一代驱动系统技术和移动互联智能科技,并以豪华驾乘空间和全方位的主被动安全策略,为这个时代不守成规的创变者们带来全面革新的凯迪拉克新豪华体验。

绽放目光芒 突破经典与未来的想象

全新一代凯迪拉克CT6以旗舰姿态完美演绎“艺术与科技”设计哲学,延续凯迪拉克品牌双外观设计策略,为用户提供双重个性选择。新车车身加长至5,223(毫米),轴距达3,109(毫米)。内饰方面,全新一代CT6通过Cut-and-Sewn法式双缝线、凯迪拉克Chevron Perf盾型打孔等制作工艺,以及Bose®Panaray®音响系统,让不同用户都能奢享每一段旅程。

能效完美平衡 突破澎湃与细腻的梦想

全新一代凯迪拉克CT6搭载通用汽车第八代Ecotec发动机系列产品的全新2.0T可变缸涡

轮增压发动机,基于“单缸最优化理念”研发,集合高度智能电气化技术,不仅拥有高效率、低排放、低油耗等优势,而且全面满足国六B排放标准。最大额定功率177千瓦,并在1500~4000转/分钟的扭矩平台内,输出高达350牛·米的峰值扭矩。与之匹配的10速手自一体变速箱全系标配,使得CT6综合油耗降低超过10%,低至7.1升/百公里。除此之外,全新E-boost电子助力制动系统、ARS主动式后轮转向系统、Brembo定制刹车系统、高强度豪华悬挂系统等配置,令全新一代凯迪拉克CT6在各种路况下皆能精确保持优雅从容车身姿态。

智能互联体验 突破理性科技与人性关怀的梦想

依托以上汽通用汽车新一代车联网系统作为“第二引擎”的助力,全新一代CT6集成了最新一代凯迪拉克移动互联体验CUE,全面应用车联网创新“云”服务,实现OTA智能云更新功能,可在线更新OnStar安吉星模块和车机娱乐系统,更享每年24G“车联应用流量终身免费”。更精准的Hybrid混合语音识别可通过语音指令搜索播放天气、股票以及音乐。苹果CarPlay、百度CarLife以及不断丰富的专属凯迪拉克App应用商店,使车载互联体验更人性、更便捷、更智能。全新一代



新豪华科技旗舰全新一代凯迪拉克CT6智享上市

CT6还创新配备混合式实时互联导航、多账户个性化定制、全彩HUD飞航显示仪、5种HMI交互方式等诸多领先科技。其车载原装集成的4G LTE Wi-Fi(Car-Fi)热点功能,让车内用户时刻获悉前沿信息。

坚实安全科技 突破轻盈与坚固的梦想

集全球高端技术合力打造11种复合材料宇航级工艺轻量化车身,为CT6带来高抗扭车身,大大增加车辆的行驶操控精准性、稳定性及碰撞安全性。具备专利的凯迪拉克先进工艺,更使得全新一代CT6在车身的强度、轻量化、抗变形能力、精度等方面超越传

统豪华水准。新车还整合了ESS强化安全策略II、第二代高清流媒体后视镜、Night Vision鹰眼智能红外夜视系统、360°驻车监视安保以及独创的安防记录仪等功能,为用户带来全方位的主动安全预警与辅助功能。

自2016年突破10万辆,2017年突破17万辆,到今年成功踏上年销20万辆的新台阶,凯迪拉克品牌保持“稳中有进”的发展态势。新豪华科技旗舰——全新一代凯迪拉克CT6的上市,进一步增强了凯迪拉克产品矩阵的硬实力,再次刷新豪华车价值标杆,它将以旗舰姿态继续引领凯迪拉克品牌出击主流豪华轿车市场。

通讯员 杨婉宁