

加强诚信体系建设 促进文旅演艺升级

——访华谊启明东方文旅商演产业集群总裁马克

□ 本报记者 王 志

在刚刚落幕的第十六届中国诚信企业家大会暨2019中国营商环境大会上,华谊启明东方文旅商演产业集群(以下简称华谊启明东方)荣获“中国文化企业诚信示范单位”奖项;华谊兄弟星剧场荣获“中国文化产业诚信品牌”奖项;而华谊启明东方的领军人马克更是荣获“中国诚信企业家功勋奖”。在这届以“迎接新中国成立70周年 致敬诚信企业家群体”为主题的中国诚信企业家大会上,记者专访了马克。

文化牵手诚信 迎来美好春天

据了解,中国诚信企业家大会创办于2004年,10余年来一直致力于树立标杆和典范,打造全国企业诚信体系平台,推动中国产品向中国品牌转化,推进诚信强国建设,助推实现中华民族伟大复兴的中国梦。作为本次大会的获奖单位代表,马克和记者饶有兴致地聊起了“文化产业加强诚信体系建设、打造文化自信”的话题。

据马克介绍,华谊启明东方作为一家成立于1993年的文化企业,一直秉承“与发展中的中国共同成长”这一理念,推进企业全面发展。在20多年的发展历程中,华谊启明东方深刻感受到了诚信在文化企业发展中的重要作用,并且真正地开展了在文化企业中打造诚信体系的实际工作,这些工作也让华谊启明东方由一家名不见经传的公司,发展成为中国文化界、演出界的领军企业。

马克笑着说:“在很多人的心目中,文化产业虚得多实得少。”因此,在华谊启明东方发展进程中,他们特别重视“企业诚信进化、产品诚信进阶、产业诚信进阶”三大课题。在企业诚信进化部分,马克率领华谊启明东方团队经过20多年来不懈的科技创新和文化升级,已建立了180万余字的华谊兄弟星剧场、1100项的工作节点与标准化流程,真正打造了演艺创作及制作、新商业及新零售孵化及制作、规划建设及工程管理、综合运营四大体系产业支撑。

同时,华谊启明东方全方位联合国家发改委城市与小城镇改革发展中心、中国文化管理协会、民盟中

央文化委员会、中国人民大学、中国传媒大学、北京第二外国语学院旅游管理学院、中国管理科学研究院七家单位,共同完成了50余万字的《星剧场中国文化旅游休闲商业演艺产业报告》,真正使行业发展进入现象级研究阶段;华谊启明东方还联手全球最具影响力的规划设计团队AECOM,推出了《华谊兄弟星剧场文化旅游休闲商业演艺综合体项目市场需求及经济可行性研究报告》,进一步对文旅演艺行业的未来进行深入研究与分析。

20多年的发展历程中,华谊启明东方凭借让文化产业与诚信牵手这一利器,真正通过产品诚信进阶开启了华谊启明东方的第二个维度。众所周知,当下,文旅产业迎来了史无前例的春天,文化和旅游部的设立更让文化与旅游深度牵手。中国旅游业迎来了由“过境游”向“过夜游”转化、“组团游”向“目的地游”升级、“观光游”向“休闲度假游”递进的三大历史时刻。

正是在这样的大环境下,华谊启明东方打造的华谊兄弟星剧场文化旅游休闲商业演艺综合体应运而生。据马克介绍,华谊兄弟星剧场在产品诚信进阶上更是围绕诚信这一准则,真正打造了一套以“满足人民美好生活”为主旨的产品模型。他介绍说,华谊兄弟星剧场由星剧场戏剧演艺公园、星遇见戏剧潮玩公园和星聚会戏剧聚会公园三大部分组成,分别以新演艺、新商业、新聚会为主题,真正体现了“文旅演艺+”这一中心思想,真正满足了各城市新城市会客厅、新文旅演艺、新主题公园、新休闲度假、新商业及新零售及新娱乐的需求。

在谈到第三个维度“产业诚信进阶”时,马克坦言:“中国文化企业应该借力诚信的春风,真正实现文化产业一次新的飞跃。”正如中国旅游协会休闲度假分会会长魏小安指出的,“华谊兄弟星剧场是个过得硬的产品,是个有创新意义的产品”,而国家发改委城市与小城镇改革发展中心学术委秘书长冯奎则指出,“文化与旅游牵手之后,打造的文化旅游+现象,华谊兄弟星剧场是极具代表性的作品,它的沉浸式体验式场景式互动式产品模式,将受到百姓的欢迎。”



山东潍坊华谊兄弟星剧场文化旅游休闲商业演艺综合体 (华谊启明东方文旅商演产业集群供图)

以诚信促发展 用文化赢未来

马克手里举着江苏华谊兄弟星剧场的设计图向记者介绍道:“这是一座以玫瑰花为设计元素的文化综合体,它充分发挥了当地五段胶东人的爱情故事基因,将爱情形成永恒不变的主题,真正打造以爱为铭的爱情主题文化综合体;而山西华谊兄弟星剧场则依存于老工业基地煤炭企业的改造升级,以煤炭的黑色和煤炭燃烧所产生的金色为元素,进入剧场后更以煤炭大院上世纪70年代场景为演出首场的入口;而山东华谊兄弟星剧场因滨海而建,设计成一座漂浮在海上的海市蜃楼和时光飞行器,所有的故事将由这座时空穿梭机延展而来。”“发现中国之美”成为每一座华谊兄弟星剧场贯穿的主题,全心全意打造每一座城市的历史、人文、传说、故事……成为星剧场发展的动因。

在产品创新方面,马克介绍说,华谊兄弟星剧场三大公园亮点各不相同。据了解,在星剧场戏剧演艺公园中,华谊启明东方的国家级各专业团队在总制作人马克、张纪中、赵安等人的带领下深耕创新,打造了独具特色的“重逢”主题沉浸式体验式互动式文旅演艺作品,在“重逢故事区”“重逢惊艳区”“重逢电梯区”“重逢体验区”“重逢主演区”

“重逢未来区”六大不同寻常的演艺场景中,观众在70分钟左右的时间内,尽享与这座城市重逢的美好时光,既可以乘上重逢电梯穿越千年,体会城市的历史、今天与未来;也可以在此照一张永生难忘的照片、品一种永生难忘的美食、逛一个永生难忘的景点、看一场永生难忘的演出、留一份永生难忘的回忆,体会“五个一”的真挚情怀;同时还可以沉浸于“视觉、味觉、听觉、嗅觉、触觉”的五觉剧场,真正感受高科技的音、舞、美、效、服、化、道带来的视听享受;而在星遇见戏剧潮玩公园中,华谊启明东方更汇集了众多艺术家、文化家、餐饮家等力量,打造了以“六大星光地标+五大星光剧院+四大星光影视拍摄片场+五条星光璀璨大街+百余种星光爆品商业矩阵+四大星光重逢节日”所组成的中国第一沉浸式体验式场景式商业潮玩公园;在星聚会游憩公园中,可以穿越时空带着你的心去寻找久别重逢的老同学、老战友、老邻居、老朋友,让你内心最柔软的地方被触动。凭借“文旅演艺+”的概念,真正为城市带来“新城市会客厅、新文旅演艺、新休闲度假、新主题公园、新商业及新零售及新娱乐”的落地抓手。

华谊兄弟星剧场和它所带动的文化消费现象,正把文化企业与诚信牵手做强做实这一课题引向深化。

担当行业责任 满足百姓所需

文旅演艺行业随着时代的变化已走下神坛,离消费者已不再隐秘而遥远。马克和华谊启明东方团队正以“文旅演艺+”的概念在祖国广袤无垠的大地上深耕文化市场,用诚信之手让众多沉睡的非物质文化遗产项目活起来,让众多不为人知的大美中国的城市璀璨亮相。马克经常说,“文化产业从来不是尘封的古董,更不是高高在上的艺术殿堂,要让文旅演艺充分发挥服务于人民的价值,才是这个时代文旅演艺行业最大的担当,也希望华谊兄弟星剧场模式能够给文旅演艺行业的健康发展和转型升级带来一种参考、一个希望、一次飞跃。”

采访结束的时候,已是繁星满天。仰望星空,记者特别想说,这样一座沉浸式体验式场景式的文化综合体,将在满足百姓“游、购、娱、养、学、思、商、养、学、闲、情、奇”的感受中发挥巨大作用。而“重逢”系列演出更把大美中国版图上一座城市市与历史、现在、未来的重逢全面展示。耳畔响起马克说的一句话,“我和我的团队基本上都没有休息日,一年飞几十个城市,一天走上万步考察,就是为了心中一个美丽的重逢梦。”

世间每一次相遇,都是久别重逢。让我们期待华谊启明东方、华谊兄弟星剧场与美好生活重逢。

重点推荐

推进文化创新 打造创意之都

去年,习近平总书记对深圳工作作出重要批示,要求深圳“朝着建设中国特色社会主义先行示范区的方向前行,努力创建社会主义现代化强国的城市范例”。深圳市委紧紧围绕这一崇高使命,把在践行社会主义核心价值观体系上先行示范作为重要战略路径,把文化强市建设作为重点任务,以高度的文化自信和文化自觉,统筹协调推进物质文明和精神文明建设,大力推进文化创新发展,加快打造全球区域文化中心城市和国际文化创新创业先锋城市。

文化时评

博物馆拥抱互联网 更好普及传统文化

□ 冯海宁

北京93家博物馆免费对公众开放、广东各博物馆共举办展览416场……今年国际博物馆日,全国各地博物馆活动精彩纷呈。尤其值得关注的是北京上线“博物馆大数据平台”,因为该平台整合了政务、业务与公共服务三大模块,打破了区域、馆际、行业限制,将成为不闭馆的博物馆。公众登录该平台可随时免费欣赏文物藏品。

目前,大多数博物馆已经免费对外开放,但公众要欣赏这些博物馆的文物藏品,必须亲临一家家博物馆去看,要花费不少时间和精力。另外,还有一部分博物馆收取门票,公众必须付费进入。而北京上线的“博物馆大数据平台”,公众既不用耗费时间精力也不用购买门票就能在家欣赏文物藏品,显然这是一项实在的便民惠民之举。

博物馆的重要使命之一就是传播、传承传统优秀文化。虽然传统博物馆仍是弘扬传统文化的主要渠道,但相比而言,线上平台具有便捷、免费、互动等多种优势,传播范围更广。所以,在互联网、大数据时代,传统博物馆也要与时俱进,应该主动拥抱互联网、大数据,以便向更多公众普及传统文化,让文物藏品释放出更大的价值。

很多博物馆基于安保等方面考虑,只公开展示一部分馆藏文物,还有一部分文物藏品处于“沉睡”状态。如果博物馆借助大数据平台展览展示文物藏品,就可以消除安保之忧,降低管理成本。目前还没有一家传统博物馆实现每天24小时开放,而博物馆大数据平台则可以做到这一点,既节省管理成本又方便公众欣赏。

打造“不闭馆”的线上博物馆是博物馆行业的发展趋势,而北京此次上线“博物馆大数据平台”则引领了这种趋势。从国家层面到各地政府,要想让更多公众欣赏博物馆文物藏品,要想更好地传承传统优秀文化,各级政府有必要整合当地的博物馆资源,利用互联网和大数据,打造“不闭馆”的线上“大博物馆”。

一旦“不闭馆”博物馆在全国四面开花,其积极价值不亚于传统博物馆免费对外开放。从这个角度来说,打造线上博物馆平台,无论是打破传统博物馆之间壁垒,还是为此增加财政投入,都是非常值得的。主要问题在于,各级政府是否有主动拥抱互联网、大数据的意识,是不是想更广泛地弘扬传统文化,是否愿意为此增加投入?

当然,线上博物馆平台不是文物藏品上线这么简单,首先,在文物藏品图像拍摄、制作等方面要有严格的专业标准,最好让公众在手机上欣赏文物藏品与现场欣赏视觉差别不大。其次,要有详细的多种方式的相关文物藏品的介绍,包括语音、文字等。再次,尽量多地把传统博物馆馆藏文物在线上平台展示出来,避免文物“沉睡”。

文化一线

第十二届中国艺术节“慧”民更惠民

“智慧办节”服务理念进一步辐射至公共文化服务和艺术创作领域

□ 王 彬

10万人同时在线抢票,1050张观摩票7分钟内订完,单场决赛票46秒空仓,直播访问量达276万人次,云平台总访问量超3300万人次……5月19日~22日在上海展览中心举办的第十二届中国艺术节(以下简称艺术节)开幕首日,国家公共文化云和文化上海云的数据报告反映出这场文化艺术盛会的热度。本届艺术节提出“十万观众进剧场、百万观众在现场、千万观众在线上”的目标,活动覆盖面和影响力借助互联网,智慧办节理念贯彻不断深入、效果不断显现。

作为本届艺术节的重头戏,两大国家级奖项——第十六届文华奖、第十八届群星奖的评选,共聚集来自全国51台优秀剧目的102场展演、84部群众文艺作品的7场决赛。其中,部分艺术节演出院团、文

华表演奖获奖艺术家和所有群星奖参赛队伍将深入基层,开展近60场公益性演出。除展演和评奖外,艺术节还于5月21日~8月14日,推出全国优秀美术作品、书法篆刻作品、摄影作品展览3个国家级专业展览,展出作品超千件,在同一场馆同时亮相。

这些内容丰富、体量较大的活动正是艺术节的惠民“主菜”,也是“智慧办节”的重要载体。

“智慧办节”首先体现在对“互联网+”的应用上。本届艺术节专门构建票务系统,实现“网络购票,线下取票”。观众可使用艺术节官方微信内嵌的购票系统,也可通过承接演出、拥有票务系统的剧场网站以及大麦网购票,艺术节期间举办的展览展会也在艺术节官网与相应网站开设网络预约平台。

值得一提的还有以“云上群星

奖”为代表的互联网分会场的打造。今年4月底,群星奖内容专题即在国家公共文化云和上海文化云同步上线,专栏推广群星奖决赛作品,艺术节期间对群星奖7场决赛、1场获奖作品展演和12场基层惠民演出进行网络直播。截至5月20日8时,国家公共文化云、文化上海云、圆点直播3个平台的总访问量为3385.1万,“云上群星奖”直播总访问量1477.5万。于5月18日、19日率先进行的8场惠民演出中,有4场通过国家文化云和文化上海云平台直播,总访问量破百万。

办节智慧更融汇于独特的“设计中”。 “云上群星奖”精心设置内容和形式,如在国家公共文化云专题页中,丰富内容以综艺式节目编排形式呈现,专题推出了动态宣传海报、各地链接、最新动态、群星奖简介、入围作品、往届回顾、历史沿

革等内容,分类别、分板块、分主题进行立体化循环呈现。它还增加了“我与群星奖”“答题闯关”等互动板块,以及“群星奖主创说”“群星奖背后的故事”,进一步发掘背后的故事,提升了可看度,拓展了线上空间。多个平台开辟群众评价和反馈通道,通过微视频展示花絮等互动方式,进一步提升了群众的参与度。文化上海云特设“群星之旅”,集纳市民拍摄的精彩瞬间,并通过积分制吸引参与者邀请亲朋好友为照片“打榜”。用户所获积分,可在文化上海云的活动福利页面参与展览演出的票务兑换、抽奖,将艺术节与当地文化消费有机结合,产生了刺激文化消费、丰富文化生活的倍增效应。

此外,构建立体推广模式,国家文化云、上海文化云联手140多家地方文化云,从中央到省市层层推广,使群星奖的传播效应向更深、更