

“第二届上海文化企业十强十佳十人十大品牌活动”揭晓,为全力打响“上海文化”品牌提供有力支撑

在这片文创沃土上,他们正“开花结果”

■本报记者 郭超豪

文化创意产业是创新驱动发展的重要载体,也是综合文化实力的重要标志。今年上半年,全市文创产业总产值比去年同期增长11.5%,占全市GDP比重12.4%。在这片文创沃土上,一大批企业正“开花结果”,驶上了发展“快车道”。

日前,“第二届上海文化企业十强十佳十人十大品牌活动”在上海世博会博物馆揭晓。阅文集团等10家企业获“上海文化企业十强”称号,上海米哈游网络科技有限公司等10家企业获“上海文化企业十佳”称号,哔哩哔哩董事长陈睿等10人获“上海文化十大创新创业人物”称号,上海国际电影节等10大活动获“上海文化十大品牌活动”称号。

根据“‘上海文化’品牌三年行动计划”和“上海文创50条”任务要求,本次活动在市委宣传部、市文广影视局、市新闻出版局等指导下开展,旨在借此大力培育一批骨干文化企业、深度发掘一批创新文化企业、宣扬表彰一批创业领军文化人物、全面推介一批知名品牌活动,为全力打响“上海文化”品牌提供有力支撑。

作为获得上海文化企业十强十佳十人十大品牌的代表,六位来自不同领域不同行业的文创工作者,在活动现场作了发言。如何将上海的故事讲遍全中国,把中国的故事讲好给全世界?该如何利用园区构建创意产业的优质生态,营造既吸引人才能培养和留住人才的环境?传统行业如何升级、新兴产业如何落地生根?他们的发言不仅在现场反响强烈,更激发了人们对上海文化品牌构建更多思考。

文创不是空穴来风,仰望天空放飞创意的同时,需要扎实的生活为创造提供源头。“以这座城市为背景,以上海文化为基础,以上海百姓生活为题材。”上海剧酷文化传播有限公司总经理房迎在发言中说,生活是创作灵感的源泉,观众的反馈会让你看到脚踏实地扎根生活对艺术创作有多重要。

上海开心麻花文化传媒有限公司总经理汪海刚表示:“让普通百姓特别是都市年轻白领感同身受,是开心麻花的成功秘诀。”作品有生活,产品才能有大市场,才能让更多人走进剧场,逐渐变身成话剧、舞台剧观赏的常客。

内容创新的方向在于找准产品和社会的价值共有区间。量子体育VSPN首席执行官应书岭认为,新兴行业电竞本质上是一个内容产业,内容是根本,是电竞产业价值的集中表现形式;产业生态是内核,是维系这个价值系统正常运转的血脉。内容的升级将带动产业生态的完善,完善的产业生态将激活内容的创造力,形成价值共振,就像人体的新陈代谢一样,从此进入一个正向运转的、健康的体系之中。



- ① 开心麻花正在加快喜剧领域的原创开发脚步。
- ② 阅文传媒推出的《三生三世十里桃花》。
- ③ 德必WE国际文化创意中心(外滩)。

着力打造“轻公司生态圈”

贾波

上海,为文创企业发展提供了良好的沃土。“上海文化”这张名片正不断吸引着全国乃至世界各地的优秀文创人才济济一堂,实现上海文化发展的良性循环。

从成立伊始,我们就专业致力于为文创、科创企业发展提供最好的服务。今日的德必,已经具备全方位服务于不同发展阶段企业的专业能力,我们开发了多形态的产品,从为中小企业提供带有定制特色的“德必空间系列”,到与共创伙伴共同研发订制的“德必WE”系列,再到集聚了众多运动企业的“德必运动LOFT系列”,2018年我们又新推出了联合办公创新产品“DoBe Space”。德必不断探索从企业生态到鼎盛发展的全过程服务解决方案,打造轻公司生态圈,助力产业发展。

在未来十年里,德必还将在全国一线及准一线城市中开设500至1000个园区,提供连锁化、平台化的整合服务。同时,德必正积极进行全球化布局,真正实现扎根上海,放眼全球,为中国文创产业国际化发展贡献一份力量。

今后,德必将继续在“上海文创50条”的指导下,竭尽所能为推动文创行业发展贡献力量,利用内外部资源,更好地为文创公司和企业服务,助推其发展。我们也将以打造“轻公司生态圈”为己任,承担起促进行业健康发展的责任,充分利用并发挥“国际社群”的影响力,携手同行,让“上海文化”成为全球文化创意行业不容小觑的一股力量。

(作者为上海德必文化创意产业发展(集团)股份有限公司董事长)

传统出版走上转型升级之路

王焰

“上海文创50条”为传统出版转型升级创造了更好的条件。在上海市新闻出版局的指导下,我社打造了上海网络游戏出版管理申报服务平台,这是上海“文创50条”重点工作项目。2017年,国家新闻出版署出版融合发展(华东师大社)重点实验室挂牌成立,一年后发布“大夏悦读——教师教育云平台”,该平台与此前开发的“智慧树”学前教育平台和“智慧树”基础教育项目一起,形成了教育出版融合发展的立体化布局。线上线下,书刊并举,教育出版生态圈雏形已现。

上海要建设成更加开放包容、更具时代魅力的国际文化大都市,努力使“上海文化”品牌成为上海的金字招牌。这为我们文化企业指明了方向。《一课一练·数学》11册成功输出英国著名教育出版集团哈珀·柯林斯,成为英国学生的数学用书,并远销五大洲,是2017年海外热议的中国五本书之一。2018年,《三招过关》24册再次与哈珀·柯林斯签约。今年4月,由华东师大出版社出版的ECNU Review of Education(《华东师大教育评论》英文刊)在美国纽约全球首发。该刊遵循国际一流的学术标准和规范,扩大了中国教育研究的国际话语权和影响力。

今年秋天,华东师范大学出版社24小时阅读空间和大夏书店连续开张,24小时阅读空间2000多种精品书籍提供无限次免费阅读,大夏书店也向公众开放探店。这些书店和阅读空间,辐射社区和社会,为广大读者带来良好的文化体验。

(作者为华东师范大学出版社董事长、社长)

扎根上海讲好中国故事

房迎

克顿传媒2003年在上海成立,是上海市电视剧制作龙头企业之一。2015年成为中国最大的电视剧制作发行公司,当年出品电视剧部数、集数约占上海市三分之一;累计拥有电视剧版权156部4860集,连续多年荣获“国家重点文化出口企业”称号;近两年来有18部775集克顿出品的电视剧在全球范围内发行播出。克顿传媒众多电视剧在上海取材、拍摄制作完成。上海这座城市悠久的历史、深厚的影视工业基础、有力的文化产业扶持政策,成就了现在的克顿传媒。

在上海这片沃土上,向全国展示上海的美——我们克顿传媒的大量电视剧在上海市外拍、棚拍和后期制作;把上海的故事讲述给大家听——以这座城市为背景,以上海文化为基础,以上海百姓生活为题材,拍摄了多部现实题材电视剧。

《何以笙箫默》中赵默笙的家,取景自陕西南路167号,一处极具海派文化韵味的小弄堂,随着剧集的播出,直至今在还时常会有粉丝前去合影留念。从上海的自然风景到具有百年历史的人文建筑,从学校、医院、公共单位到旅游产业,克顿传媒拍摄了上海的每一个角落,向全国观众展现了上海这座城市悠久的历史海派文化。

不光把上海的故事讲遍全中国,更要把中国的故事推向全世界。2016年至今我们连续三年在上海承办国际艾美奖最佳电视剧半决赛评选,促进中外电视界的交流。同时向海外的输出不断丰富,获得好评。《锦绣未央》获得2017年中美电影节组委会金天使奖;《三生三世十里桃花》发行至88个国家和地区,2017年4月夏纳电影节MIPTV论坛上成功入选“全球最受欢迎电视剧”榜单,这也是中国电视剧第一次被列入全球最流行电视剧“榜单”。

扎根上海15年,我们共创近5000集国剧精品,发行至全球200多个国家和地区,把海派文化传递给观众,更把上海的故事讲给全国听,坚持把“创造和发行全世界喜欢的电视剧”作为行动指南。(作者为上海克顿文化传媒副总裁、上海剧酷文化传播有限公司总经理)

原创内容是王道也是索道

汪海刚

作为上海演艺行业中聚焦原创喜剧的一支年轻队伍,当下一日千里的飞速变化以及不断迭代提升的观众需求,让我们必须时刻面对挑战,时刻怀揣勇于创新、自我革新的初心。“想快乐,看开心麻花”,既是开心麻花的市场招牌,也是我们这支喜剧团队赖以生存和发展的价值所在,务必时时擦拭,精心打磨。

从诞生那天起,开心麻花就把舞台的聚光灯对准了普通百姓。都市小人物的惯常视角,反复打磨、紧贴社会热点的喜剧包袱,以及贯穿其中非说教的正能量情怀,这是观众眼中开心麻花擅长的“套路”。持续不断的优质喜剧是开心麻花持之以恒奋斗的方向,原创和原创精神则是推动我们前进的“引擎”。有人说,内容是王道。我们的体会,原创内容是王道也是一条索道,充满艰辛和冒险。2016年,上海开心麻花与腾讯影业合作,将热门国产动画《我叫小白》改编创作搬上舞台。该剧上演之后,不但在上海青年观众当中引起热烈反响,在北京、深圳连续多场巡演也获得当地观众好评。

上海开心麻花正在加快喜剧领域的原创开发脚步。历经14个月创作打磨的新剧《皇帝的新装》,从创意到剧本,从编剧、导演到主演,全部由上海开心麻花一手培养的本地青年团队独立负责完成,该剧今年9月至今演出36场,平均上座率超过80%,在国庆黄金周期间吸引了很多外地游客观看,一票难求。

(作者为上海开心麻花文化传媒有限公司总经理)

探索电竞内容品类无限可能

应书岭

电子竞技是一个新兴领域,是一种新体育、新娱乐和新文化。它本质上是一个基于电子出版物的内容产业,让人感受到青春、热血和团队精神,为社会创造经济和文化价值,向年轻一代输出正能量。

2017年“上海文创50条”明确提出要将上海打造为“全球电竞之都”。作为一家以电竞赛事和泛娱乐内容运营为核心业务的文化传媒及互联网体育企业,我们还涉及品牌营销、艺人经纪、电竞电视、场馆运营等业务范畴,目前已经成为国内数一数二、能够提供综合服务的电竞顶级运营商。在打造上海电竞文化方面,我们一直在努力探索。

我们在品类上继续创新,在单纯的竞技属性内容之外开辟一片新大陆。将来我们更应从娱乐、社会化的角度去打造电竞内容,我们可以结合电影、电视,让电竞带来更多欢笑,或者带来更多对社会的反思等等,探索内容品类的无限可能性。

当我们的内容成为强势产品之后,就可以向海外输出中国的电竞文化,去争取更大的市场。未来几年内,我们计划先在海外设小型的分支机构,在当地做比赛的策划和招商,当比赛实际落地时,再将国内的专业团队调过去,逐渐让全世界更多的人认识到中国电竞的能力。

VSPN力争成为上海这座电竞之都、文化之都的骄傲。做强领先的全球的电竞赛事品牌,并且推进源头的游戏产品更好发展。同时积极传递健康向上的电竞精神,努力让上海成为国际电竞之都贡献自己的一份力量。

(作者为量子体育VSPN CEO)

努力成为“上海文化”新名片

辛丽丽

作为打响“上海文化”品牌三年行动计划的重要内容之一,第六届上海国际芭蕾舞比赛以专业的赛制、权威的评选、完善的服务、公益的理念,通过聚集艺术资源,进一步充实“上海文化”品牌发展内涵,推进上海国际文化大都市建设。大赛计划,争取通过三届的精心打造,成为亚洲一流、国际领先的重要专业芭蕾舞赛事。

第六届上海国际芭蕾舞比赛于2018年8月在上海国际舞蹈中心举行。本届大赛共获得国内外媒体报道超过500篇,还面向美国、英国、俄罗斯和日本四个芭蕾舞大国进行了三轮的媒体推广。观众方面,整个赛程七场比赛,现场观众超过6000人次,网络总观看人次突破200万。此届芭蕾舞比赛开幕演出为上海芭蕾舞团蒙华版《天鹅湖》。演出由上芭首席演员、国家一级演员吴虎生,主要演员戚冰雪领衔主演,得到了全体评委及嘉宾的高度肯定。在文艺会堂举办的国际芭蕾舞论坛邀请了本届比赛全体评委、嘉宾参与,与现场250名观众围绕“芭蕾舞的创作与探索”及“培养芭蕾舞编导的意义和途径”两项议题展开交流。

我们还邀请了长三角地区的芭蕾爱好者走进舞蹈中心、走进上芭专业排练厅,共同参与大师公开课等一系列活动,带领他们体验芭蕾之美,也让上海国际芭蕾舞比赛这张“上海文化”名片辐射到整个长三角地区。(作者为上海芭蕾舞团团、上海国际芭蕾舞比赛组委会主席)

第二届“上海文化企业十强”

- 1 上海阅文信息技术有限公司
- 2 上海新文化传媒集团股份有限公司
- 3 上海文广演艺(集团)有限公司
- 4 上海巨人网络科技有限公司
- 5 上海新华发行集团有限公司
- 6 上海朵云轩艺术发展有限公司
- 7 上海德必文化创意产业发展(集团)股份有限公司
- 8 上海灿星文化传媒股份有限公司
- 9 三七互娱(上海)科技有限公司
- 10 华东师范大学出版社有限公司

第二届“上海文化企业十佳”

- 1 上海米哈游网络科技股份有限公司
- 2 上海风语筑展示股份有限公司
- 3 上海开心麻花文化传媒有限公司
- 4 上海幻维数码创意科技有限公司
- 5 上海笑果文化传媒有限公司
- 6 上海看榜信息科技有限公司
- 7 上海大光明文化(集团)有限公司
- 8 上海五岸传播有限公司
- 9 上海恒润文化集团有限公司
- 10 上海音乐出版社有限公司

第二届“上海文化十大创新创业人物”

- | | |
|-----|----------------------------|
| 陈睿 | 上海哔哩哔哩科技有限公司董事长兼CEO |
| 陈永聪 | 上海恺英网络科技有限公司CEO |
| 程杭 | 虎扑(上海)文化传播股份有限公司董事长 |
| 房迎 | 上海剧酷文化传播有限公司总经理 |
| 顾黎明 | 完美世界游戏有限责任公司总经理兼高级副总裁 |
| 林奇 | 游族网络董事长兼CEO |
| 应书岭 | 量子体育VSPN董事长兼CEO |
| 于志庆 | 上海市广播影视制作行业行业协会副会长兼秘书长(专聘) |
| 余建军 | 喜马拉雅联合创始人、联席CEO |
| 张东 | 上海宽创国际文化科技股份有限公司董事长 |

*排名不分先后,按姓氏首字母拼音顺序

第二届“上海文化十大品牌活动”

- 1 上海国际电影节
- 2 上海书展暨“书香中国”上海周
- 3 中国上海国际艺术节
- 4 上海旅游节
- 5 中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)
- 6 上海双年展
- 7 上海之春国际音乐节
- 8 上海国际芭蕾舞比赛
- 9 上海市民文化节
- 10 上海·静安现代戏剧谷



- ① 量子体育承办的王者荣耀职业联赛春季赛。
- ② 华东师范大学出版社《一课一练·数学》成功输出海外。
- ③ 上海芭蕾舞团正努力打造国际领先的芭蕾舞赛事。