

上海战疫

演出取消之后，剧场的忙碌才刚刚开始

■本报首席记者 王彦 黄启哲
记者 吴钰

在上海各大医院各个社区抗击疫情的“战役”打响后，对于排满演出的剧场来说，毫无疑问，必须取消或延期观众期待的演出！

观众或许不会想到，这样一种“撤退”，其实是把幕后艺人一出一出感人的服务故事，完整地放在了幕后上演，它们依然感动了观众——从及时出台票务调整方案到落实退票事宜，为了不让服务留下一处死角，一场“精细化服务的进击”正在上海各大剧场和演出机构上演。

时间紧、任务重，是剧场和演出机构共同面临的难题。就拿人民大舞台来说，从正月初一到元宵，这里原计划举行21场演出。而当剧场根据上海重大突发公共卫生事件一级响应机制发布演出取消或延期公告时，距离原计划的正月初一第一场演出开锣，只剩25小时。怎样及时将演出调整的消息广而告之，怎样服务好如期而至的不知情观众，怎样制订最方便观众的退票方案，都是剧场和院团的重头工作。上海大剧院于24日一早选择发布取消演出的公告，而在那之前，工作人员一晚没睡，为的就是赶在公告前制定详细的退票事宜。

退票方案里，最引人关注的是退票窗口期。东方艺术中心总经理雷雯说，东方艺术中心取消的十场演出里，波士顿交响乐团的巡演上海站是唯一一个由东艺主办的项目，没有了演出经纪等中间环节，东艺为这场演出留足了整整150天的退票期限。原本在30日迎来“告别季”最后一场演出的《时空之旅》，因为疫情只能遗憾收尾。时空之旅公司副总经理陈涛说，从24日起至今，公司已经陆续完成了相关退票工作，经过排摸还剩两位观众无法联系告知退

票：“如果他们看到消息，也不必着急，只要保留有效凭证，退票大门始终敞开。”上海评弹团更是支持全年退票，美琪大戏院的退票方案里也没有截止时间。所有努力都为了一个目标：等待每一位观众健康安全地来退票。

到目前为止，东方艺术中心线上退票登记近千张，上汽·上海文化广场已经完成了所有线上购票的退票工作。数字背后，是无数工作人员的加班加点。在这场突如其来的考验面前，上海的剧场和院团书写着自己的答卷，用暖心和贴心，诠释了“上海服务”和“亚洲演艺之都”的内涵。

尽自己所能负责到底！为了通知“全覆盖”，他们打了一千多个电话

如何让观众获知演出取消的消息以及退票的服务信息，成为摆在所有剧场面前的第一道关卡。记者在采访中发现，给每一位购票观众电话，成了许多剧场的共同选择。

信息时代，“打电话”这个动作在很多人看来有些“原始”。群发短信、微信公告就能解决的事情，何必动用电话这种“低效”的工具？可对于长期服务于观众的剧场人眼里，“低效”反而是“高效”。隶属于上海京剧院的天蟾逸夫舞台总经理潘熠文的回答或许能让我们找到答案：一来戏曲观众年龄偏大，不常上网，有可能错过网络发布的公告。二来一些观众对于线上退票操作不放心，总想到现场跑一趟。疫情当前，为了减少观众“多跑一趟”的风险，打电话一个个通知到，剧场人也才放心。

所以，上海京剧院天蟾逸夫舞台公布演出取消的第二天一早，工作人员便开始了“打电话工程”。说是工程并不夸张。由于春节外出本就人手紧张，为获得观众信任还需要通过固定的热线电话拨打。所以一共三台电话座机，四个工作人员轮番上阵，加之大年初一的演出迫在眉睫，年三十这一天至少要完成第一场演出观众的“通知全覆盖”。粗粗算来，四个人在年三十和初一两天总共拨打了1000多个电话！

可别以为这电话打过去，就是机械

地通知观众演出取消、如何退票这么简单。简单的问候，对观众的情绪安抚，适当的防疫知识普及，都有可能出现在他们的对话里。有的电话拨过去，竟然是酒店前台。原来很多外地或者海外来的观众，原本将观看京剧演出作为自己旅行的一项“节目”，请酒店代订。还有的“老外”自行订票，一个电话拨过去，英文口语并不精通的工作人员黄文飞，也只得硬着头皮与对方沟通。面对一时联系不上的观众，几个小伙子也没放弃，第一天拨打两遍，标选出来再交由第二天的同事继续拨打。既然决定要无死角覆盖，就尽自己所能负责到底。

信任与感动是相互的，黄文飞感慨，对于疫情影响下的演出取消，绝大多数观众不仅表示理解，还会叮嘱身在一线的他们当心身体。而在京剧院的微信公号下，有观众留言“有两张1月26日（初二）的戏票不用退了，我想用这份小心意支持上海，共渡难关”。还有观众提醒：“我是以优惠价八折买的票，退票时记得不要多退钱。”潘熠文感慨：“我们的观众太可爱了，其实我们后台都看得到售价金额。”

同样，采用电话一一告知这种“原始”手段的还有人民大舞台。作为市中心城区最高频次举办演出的剧场之一，告知观众取消演出的工作量十分巨大。总经理周明航告诉记者，为及时将演出

调整的消息广而告之，仅大年夜那天，从中午12点到晚上8点，拨打电话的工作人员几乎一刻不得闲，拨出近百通电话，有根据观众联系方式挨个通知的，有与第三方购票平台沟通退票事宜的，也有和演出团队商讨疫情结束后择日再来的；接听电话更难计其数，几百位观众来电，咨询的问题大同小异，但电话这头的服务人员不厌其烦，所求无非是让观众得到安心、顺心的解答。

上汽·上海文化广场延期的演出是包含在春节大礼包里通过其天猫旗舰店出售的。因此，工作人员给通过天猫旗舰店购买演出票的观众一个个打电话，告知他们可以就相关演出申请退款。而对于其他通过剧场官方渠道线上购买了这几场演出票的观众，工作人员则以发短信的方式做了细致的通知。上海美琪大戏院则对门店售出和线上售出的演出票进行汇总梳理，按演出项目先后，陆续与观众一一进行电话联系沟通，告知取消延期事宜和退票政策，并明确告知对方退票不设截止时间，避免观众近期来现场退票。

就这样，春节里的“打电话工程”，也成了上海剧场人与观众联系情感的纽带。

就在记者发稿前，上海京剧院2月又有四场演出宣告取消。剧场人陈璐和她的同事们又开始了新一轮的“打电话”。有观众向她抱怨“这次剧目好，演员也好，我不怕疫情，实在太想看了。”陈璐安抚观众情绪：“您喜欢哪出戏，哪个演员，我记下来，等到下一次有相关演出，我再打电话通知您。”

到时候真的会打电话吗？记者忍不住问道。“这是一定的！”陈璐和她的团队过往服务于上海天蟾逸夫舞台，这支团队在戏迷中口碑没得说。“有的老观众不会操作网络订票，动作慢了我们担心他们抢不到低价票。所以都是靠电话帮忙提前预订，谁爱看哪出戏哪个演员，我们心里大概有本账。”

在突如其来的考验面前，上海剧场和院团用暖心和贴心，诠释了“上海服务”和“亚洲演艺之都”的内涵



上海大世界。资料照片 上海大剧院。齐琦摄
制图：冯晓瑜

一天只等到三个观众，但“只要有一位观众需要，那就是我们工作的方向”

虽然有了“打电话工程”的全覆盖，但是剧场也为这几天赶到剧场退票的观众设计了预案，那就是最简单的在票房值守。相比打电话的忙碌，在这个春节值守票房或许会有些“无所事事”，但是只要有一位观众需要，就是剧场服务工作的方向，口罩背后依旧是剧场人面对观众的微笑。

为防观众扑空吃到“闭门羹”，同时也为让一部分观众先行线下退票，人民大舞台在剧场票房开辟专门窗口，从大年夜至今，每天守候上门的观众。结果，初一当天来了三人，之后几天也都是个位数。“虽然从上午10点到晚上8点，守候显得有些漫长，但只要有一位观众需要，那就是我们工作的方向。”东方艺术中心大堂，这样的场景在春节假期里循环——“一人一桌”等候那些选择线下退票的观众，“一天不落”对场馆各角落进行防疫消毒，这些都是东艺为乐迷提供的周到保障。

截至目前，美琪大戏院涉及延期和取消的共有七个项目。总经理林振豪介绍说，在取消和延期项目的当

日，都安排了剧场主要领导、值班经理、业务主管、票务、礼宾和安保等骨干在现场值守，确保一旦有观众来现场，做好解释、退票等工作。比如年初五这天，就有九人在剧场值守。票务中心则从年初三至年初六上午九点至下午五点都有员工上班，接听观众电话、办理现场退票。从年初七开始，票务电话将24小时接听。

上汽·上海文化广场共有三个项目六场演出延期，副总经理费元洪告诉记者，这些取消的演出涉及的工作人员，都被安排到了其他岗位来为退票工作服务。据介绍，1月23日发布演出延期的公告后，因为担心有观众在原定演出的时候来到现场，所以安排了人手每天值班。从年初二至年初六原定演出时间内，共有八位观众前来现场，文化广场都进行了退票并安抚。场地工作人员还在主要人口张贴了现场告示，值班经理则按照演出时间的工作要求对剧场入口及票务中心进行巡视。在他们给出的退票方案中，线下购票的观众可以致电票务中心，提供当时购票的手机号、演出、

座位号，登记之后可以退到购票人的借记卡，或者去票务中心现场现金退票。因此，票务中心春节期间每天都有两名工作人员值班，以保证电话和现场受理退票，年三十至大年初二都由早晨九点半一直工作到下午3点半。上海评弹团乡音书苑取消1月30号到4月7号的长篇演出。经理赵进告诉记者，30日原本是鼠年开业演出第一天，虽然停演，但书苑还是安排了书场服务员对书场进行全面清洁消毒，并接待到售票处退票的听众。

上海国际舞蹈中心的铁杆粉丝里有不少外国观众。因此，其延期公告、退票申请单等都准备了中英文双语版本。与此同时，舞蹈中心的微信客服号“顶棚”自发布公告那一刻起，三位后台小编就进入了全天应答模式。所有这些工作量的加倍，目的都是一致的——不留服务的死角。

而上海昆剧团、上海越剧院、上海沪剧院等几家院团，虽然将近期相关演出票务委托给剧场处理，但面对电话或上门询问退票事宜的观众，也积极协助办理。

生产市民所需的普通医用口罩。据了解，大胜公司今年返乡的163名员工中，除了一名湖北籍之外，其余人员将在未来几天陆续返岗。吴胜荣决定，再增加几条流水线，再招聘一批工人，用10到15天时间，把产能提高到每天20万个。冬日的阳光下，吴胜荣和太太胸前的党徽都闪闪发光。他告诉记者，唯一的女儿也早在初二入了党，迄今已有二十年党龄。谈及此刻的心情，吴胜荣说：“我们只是全国千千万万民营企业中的一滴水，但作为一名党员和退伍军人，请组织和领导放心，我有十足的信心和勇气，带领全厂员工，完成党和人民交给我的光荣任务，为打赢疫情防控阻击战作出应有的贡献。”就在记者结束采访时，又有两辆满载着原材料的卡车驶入厂区……

确保口罩生产：与时间赛跑与病毒斗争

前两天两夜的战果，吴胜荣很有底气地立下“军令状”，并且当天就把首批口罩投向市场，稳定了民心。

生产线重启后，另一大问题是老吴越来越揪心。此前，大胜是一家外贸企业，拥有230多张国际品质认证证书，生产的口罩100%提供出口。一旦过完年，如果海外催货，他该怎么面对？

吴胜荣深知，国际贸易中，最忌讳的就是失信；但他更明白，“自己家出了事，我必须挺身而出”。他决定让女儿按照出货顺序，第一时间一家家与国外客户沟通，请求对方谅解，获准延迟出货，把全部产能用于国内疫情防控急

需。收到的反馈信息令吴胜荣深感欣慰：“我们的客户都是非常素质的好朋友，都非常理解我们的请求。”

就这样，凭借一腔热血，靠着一批“救火队员”，大胜公司逐渐将口罩日产能从最初的两三个提升到目前的七八万个。记者昨天在现场看到，二楼生产车间机声隆隆，雪白的布料源源不断地被送入机器，转眼化为一个个簇新的口罩，跳下流水线；三楼包装车间则是忙碌而又安静，所有人都全神贯注于手头的工作。记者粗略估算，大胜公司目前大部分产能被投放于“战疫”急需的N95口罩，剩下的则用于

(上接第一版)

《求是》发表习近平总书记重要文章

(上接第一版)研究和弘扬敦煌文化，既要深入挖掘敦煌文化和历史遗存蕴含的哲学思想、人文精神、价值理念、道德规范等，更要揭示蕴含其中的中华民族的文化精神、文化胸怀和文化自信，为新时代坚持和发展中国特色社会主义提供精神支撑。

文章指出，要推动敦煌文化研究服务共建“一带一路”，积极传播中华文化，加强同沿线国家的文化交流，增进民心相通。要加强敦煌学研究，开展多种形式的国际性展示陈设活动和文化交流对话，展示我国敦煌文物保护和敦煌学研究的成果，努力掌握敦煌学研究的主动权。要关心爱护科研工作者，完善人才激励机制，为科研工作者开展研究、学习深造、研修交流搭建更好平台，提高科研队伍专业化水平。

1月21日，大胜公司刚放假，但吴胜荣在早新闻中听到湖北武汉的疫情报道，一下子就坐不住了。他喊来太太一商量，夫妻俩立即达成一致：应对疫情是第一任务，必须让机器尽快转动起来。

大胜公司创立于1997年，通过自主研发和引进设备，生产自动化水平不断提升，员工逐渐减少，但今年依然有163名外来务工人员返乡过年。吴胜荣算了算，当时他能够调遣的“兵力”只有十几位本地办公室职员和后勤人员。

在没有任何上级指令的情况下，吴胜荣带领这“十几条枪”，开足马力连续拼了两个通宵，一举在这场防疫战斗中“抢到了先手”——两天后，松江区领导到访大胜公司，既向他们通报最新疫情，更是下达了生产任务。基于之