有趣的创意在这里相遇

本报记者　**苗　春**

郎园Vintage入口　　苗　春摄

迎着春风，从北京市朝阳区大望桥沿着建国路南侧往西步行不远，就来到写着“郎园Vintage（复古）”的红墙下，扫健康码、测体温、登记姓名后，便可以进园畅游。

这一天是4月20日。园区新换的广告牌艳丽夺目，翠绿的爬墙虎铺满墙壁。园区游人不多，但停车位被占用了3/4，书店的窗下有姑娘在安静地读书，开张的饭馆门上，“营业中”的木牌饶有情调。还有店铺在做小的修缮，工人们拿着工具进进出出，力争用更好的面貌迎客。郎园的工作人员介绍说，早在2月底，郎园就实现了复工率100%。

CBD的世外桃源

郎园Vintage占地2.3万平方米，并不算大，但它因低密度办公的特点和文化传播平台的属性，在寸土寸金的CBD（中央商务区）被视为世外桃源。2019年1月，郎园被首批认定为北京市级文创园。

据郎园助理总经理丁明志、品牌负责人宋秀平介绍，郎园隶属国企首创置业，前身是万东医疗器械厂，园区有建于上世纪50年代的老式厂房18栋，现有61家企业进驻。首创朗园在北京有3个园区，郎园Vintage是最早的一个，已经运营10年，此外还有石景山的郎园Park（公园）和朝阳东坝的郎园Station（车站）两个园区，在杭州和厦门的项目也正在设计改造、运营中。

10年来，郎园的主导产业一直在不断升级：2011、2012年，进驻的是凤凰网、央视记者站等传统媒体；2013、2014年，互联网企业罗辑思维、穷游网等进驻；2016年开始第三轮产业升级，以腾讯影业为代表的影视企业数量增加。“目前我们正在进行第四轮产业升级，制造文化内容的头部企业入驻较多，比如索尼音乐、啊哈娱乐等。”

园区的办公企业目前已全部复工。“在郎园工作的企业员工共有将近2000人，各个企业用小程序每天填报大家的健康情况。”宋秀平说。除了执行14天隔离，园区还每天在微信群里发园区疫情防控日报，告知每天进出园区有多少人，哪家企业要复工，园区也会入室消毒，公共区域每天4次消毒，“到目前为止，园区零感染。”

打造一个线上郎园

去年，郎园组织的线下文化活动，有约1200场之多。他们的文化活动内容有几条线，比如郎园大师课、郎园电影自习室和讲解音乐会等。许多文艺界名人都曾来过朗园，还有艺术家的工作室落户这里。

今年的疫情让朗园的线下文化活动停滞，但也提供了线上发展的新契机。

最近，郎园主办的两项线上文化活动开展得如火如荼，一是联合全民K歌举办的“玉声如乐·昆曲battle（比拼）大赛”，二是他们与著名话剧导演艺术家王晓鹰的鹰剧坊以及大麦网联合出品的线上话剧课。

刚刚结束的昆曲K歌大赛，冠军选手郝屿以一曲《玉簪记·琴挑》里的《懒画眉》，收获了2.33万票。全民K歌有关负责人告诉记者，此次大赛运用了全民K歌的“在线歌房”功能，让全国甚至世界各地的戏迷通过线上平台切磋技艺。之所以携手郎园举办活动，是因为郎园多年的昆曲文化资源积累和优质的昆曲粉丝社群运营。昆曲比较小众，而且演唱难度较高，但参与活动的人数超出预期，开赛不到5天就收到了400余首参赛作品，而且戏迷整体演唱水平非常不错。他表示，“希望通过年轻人容易参与的方式，更好地传播昆曲这一世界非物质文化遗产，而且从我们的传统艺术瑰宝中汲取力量，帮助大家减压。”

王晓鹰的鹰剧坊就落户在郎园，录课和后期都在这里的虞社进行。他介绍，4月20日的《推开戏剧之门》第一季线上点映会，原本计划招募50人，最后扩大到钉钉社群上限1000人，还不能全部容纳希望参与的人。

丁明志介绍，疫情发生后，郎园的经营活动和文化活动整体转到线上。从正月十二开始，公司员工每人一天轮值做“小主播”，带领园区企业做淘宝直播。经历了起初的拘谨，现在大家都很踊跃，公司的文创产品，比如昆曲口红、帆布袋曾经卖断货，企业的面包、咖啡、鲜花、洗面奶和东坡肘子销量也很好。公司联动线上平台组织的其他文化活动，比如和雅昌艺术网联合组织的昆曲知识直播，艺术爱好者和大师书来信往的“智美时刻”，微信公众号“郎园号外”的日签等，也吸引了很多关注。

郎园不仅自己举办文化活动，还担当文化创业团队的“创业导师”。海量大数据孵化器联合创始人、美连科技董事长沈立勤就是郎园的创业导师之一。她告诉记者，郎园孵化的几个项目，去年运行都非常好，今年因为疫情戛然而止。“原来我们在线下吸引忠诚度较高、落地体验要求也比较高的人群，提供好的内容，再给线上带来一定的流量，助力园区整体文化氛围的营造。现在因为疫情，这个逻辑就有了问题。”经过各方深入沟通，大家决定转做线上。沈立勤帮艺术家思考提供给顾客哪些价值，控制成本，建立长远规划，搭建线上传播平台。“大家有了群体感，互相帮助，抱团取暖。”她说。

郎园Vintage中的良阅城市书房　　**北京首创朗园文化发展有限公司**供图

欣欣向荣的创新空间

走访郎园Vintage，这里的“网红打卡地”IdeaPod会是令人感觉最有活力的空间。其海归创始人将纽约的创意家工作俱乐部模式搬到郎园，采取会员制。北欧风情的公共区域，设计独到的私人工作室，风格百变的会议室，室内栽培的高大玉兰树，甚至小小的电话间，都显得与众不同。

IdeaPod郎园空间主理人杨阳说，这里不同于传统的联合办公，“后疫情时代，可能会从传统的‘我需要一间办公室’，消解为‘我只要有一个工位’。”她说，他们提出“第四空间”的概念。第一空间、第二空间即家、公司，第三空间是星巴克那样约人谈事，以一杯咖啡吸引大家，事完则散的地方，“我们想做的‘第四空间’是复合型的，带有磁场效应，利用社群的粘性吸引资源和会员，不但可以办公、谈事，更注重社交属性和场域赋能。”

IdeaPod的创新追求、沙龙性质，与郎园有一致性，甚至是郎园的缩影。空间里大家从事不同行业，给彼此带来更多新鲜资讯，这正是创新产生的土壤。郎园文化生态建设和IdeaPod的社群，都能够激发更多更好的创意。

郎园的创新，还在于它具有了公共文化平台的属性：这里已经成为CBD的文化中心，受到政府部门的关注和肯定。宋秀平表示，郎园有专做社区文化服务的团队，“我们有策划经验、组织能力和资源，可以用文化搭建起政府和居民之间的桥梁。”

丁明志不讳言，受疫情的影响，园区第一季度收入指标只完成了40%。公司在全国只有72个员工，平均年龄31岁，工作量比疫情发生之前大得多。“我们要努力克服困难，往长远看。疫情总会过去，大家永远需要文化。”他说。

复工记

郎园Vintage的戏剧活动场所虞社　　**北京首创朗园文化发展有限公司**供图

墙内看花

「网红」呈现新气象

马立新

复工复产掀起高潮之际，“五一”小长假来临。由于目前电影院线和娱乐场所尚未开放，线上活动便成为小长假不可或缺的风景。这其中，新一轮“网红”值得关注。

“网红”由来已久。早期的“网红”主要是一些网络文学写手，2G、3G也曾孵化出众多博客“网红”和微博“网红”。在4G和当下的5G时代，直播“网红”独领风骚。每一代“网红”都是技术发展和时代精神的产物，都是网络流行文化走向的表征。一个值得注意的变化是，今年以来，随着疫情的发生，一方面“网红”经济大显神威，一枝独秀，另一方面，“网红”文化也呈现出新的气象。

最近，一个特别引人注目的网络文化现象是一些学者型“网红”的闪亮登场。3月份以来，哔哩哔哩有位“网红”特别吸睛，他就是中国政法大学教授罗翔。在不到两个月时间里，他开设的直播节目《罗翔讲刑法》和《圆圈正义》，粉丝量已经超过500万，目前列全站热门排行榜的次席。另一位同类“网红”医学博士“兔叭咯”，4月17日一期名为“传统手艺有害吗”的直播节目，播放量达到200万以上。对于一个长期以游戏、动漫、音乐主打的社交网络平台来说，此类节目能够获得如此之高的关注度，出人意料。

这类学者型“网红”崛起，表明他们所代表的文化类型正在受到网民青睐，甚至正在引领网络流行文化风潮。专家学者走出象牙塔，在线上登台亮相，将高深的学术思想与生动、复杂的社会生活实践结合起来，看似谈天说地，实则释疑解惑，有很强的现实针对性，对网民的心灵具有抚慰作用，彰显了鲜明的理性和人文特征。

此外，近期一些政府官员和商界精英也一改传统形象，变身带货直播的另类“网红”，成为线上文化的新看点。“皮皮虾，我们走，你下单，我包邮，大家一起拍拍手。”这句听上去极具网感的直播带货俏皮话，出自山东省海阳市一位31岁的副市长李磊之口。这是今年以来出现的又一个网络文化现象。类似的“网红”还有很多，董明珠、马云、梁建章、郭广昌等商界名人也都纷纷现身网络。但这些政界和商界“网红”不同于李佳琪、薇娅等标签式“网红”，他们的身份、阅历、表现，一方面消解了带货直播的强功利性，另一方面构建了以“专业、诚信、有料”为特征的新型线上商业文化。随着“五一”小长假的到来，可能会有更多政府官员和商界名人抓住机遇，走进直播间。这将为新一轮“网红”现象再添一把火，也会让节日的线上文化更加异彩纷呈。

（作者为山东师范大学教授）

“五一”音乐会致敬抗疫英雄

本报电（燕　宁）4月30日晚，中国煤矿文工团举办了以抗疫情为主题的第19届“五一”音乐会《致敬英雄》。

“五一音乐会”是中国煤矿文工团的品牌项目，迄今已经举办了18届。今年的音乐会采取小规模、更灵活的演出方式，以线上直播“云”音乐会的形式进行。舞台上演员和演奏员表演的大多是独唱重唱、独奏重奏和小合奏，互相保持一到两米的距离。音乐会现场不带观众，在保障演职人员健康安全的前提下，进行网络直播和录播。

音乐会节目选取格外用心，既有歌颂祖国的优秀曲目，也有中国煤矿文工团艺术家们在抗疫期间创作出的艺术作品。音乐会以观众十分熟悉、煤矿文工团老团长刘炽作曲的《英雄赞歌》开场，随后一首深沉悠远的打击乐《祈祷》表达了人们对英雄的感念。红色歌曲《映山红》改编的扬琴独奏，把人们带入了火红年代对英雄的礼赞。歌曲《宝贝等我回家》和《感谢》是煤矿文工团推出的原创抗疫作品，情真意切，感人至深。此外，音乐会上的节目还有小合奏《红色歌剧经典联奏》、二胡与大提琴合奏《好人一生平安》和胡琴独奏《愿亲人早日养好伤》等。朗诵艺术家徐涛和刘晓翠深情朗诵了词作家、诗人杨启舫新创作的诗篇《天空》，向抗疫中英勇牺牲的烈士致敬。

《致敬英雄》音乐会排练现场　　**中国煤矿文工团**供图

《中国纪录片发展研究报告2020》表明

新媒体纪录片迅猛崛起

小　苗

日前，《中国纪录片发展研究报告2020》在线发布。发布会由北京师范大学纪录片研究中心、五洲传播中心和哔哩哔哩联合主办。

研究报告指出，中国新媒体纪录片迅猛崛起，既有高品质的蓝筹大片，又有轻盈灵巧的短视频。新媒体共投入约13亿元进行纪录片生产，同比增长18.2%。2019年最受欢迎的新媒体纪录片仍然是美食类节目。腾讯视频、优酷视频与哔哩哔哩不断推出重量级纪录片，正在重塑纪录片规则和版图。与此同时，纪录片的电视传播处于缓慢衰减状态，专业纪实频道格局发生了大规模调整转变。

课题组负责人、北京师范大学纪录片研究中心主任张同道介绍，据不完全统计，2019年中国纪录片生产总投入为50.36亿元，年生产总值约66.60亿元，均比上一年有所增长。纪录片产业仍处在良性上升通道，但增速较2016年之前有所放缓。其中，纪录电影票房出现滑坡，由2018年的5.34亿元降至2019年的1.49亿元。2019年，全球纪录电影波澜不惊，各国均没有现象级作品。中国上映国产纪录片19部，票房5319万元，冠军《四个春天》为1147万元。值得关注的是，中国纪录电影现实题材增多，呈现了当代社会文化的丰富性与复杂性。《四个春天》讲述一个家庭的悲欢离合；《零零后》彰显国际化语境里的中国教育现状；《大河唱》《尺八·一声一世》讲述民族音乐的故事；群像电影《变化中的中国·生活因你而火热》《燃点》展示了中国社会的凡人素描。

北京大学教授陆地在发布会现场指出，中国纪录片市场还没有实现真正的繁荣。如果希望取得更大的成就，还必须在以下几个方面寻求突破：进一步拓宽纪录片的投资渠道，完善产业链；进一步提高纪录片的市场化程度，减少对平台的依赖程度；进一步加大纪录片的国际化程度，进一步提高纪录片的质量。

《中国纪录片发展研究报告》于2009年开始发布，已经连续11年。哔哩哔哩纪录片高级顾问朱贤亮说，报告同时具有文献价值和美学价值，能从中看到中国纪录片走过的道路，又可以学习、交流，从中得到启示，助力纪录片创作。五洲传播中心副主任、副总编辑井水清表示，今年的新版蓝皮书有个新特点，即中英文合集出版。前面两年，五洲传播中心和北京师范大学纪录片中心合作推出了蓝皮书国际版，得到国际同行的欢迎和关注。相信新版蓝皮书更具国际化视野，将成为国际纪录片业界了解中国纪录片发展的窗口和中外合作的行动指南。

北影节在线影展将呈现32部佳片

本报电（刘　丹）日前，北京国际电影节组委会与官方网络展映平台爱奇艺宣布，联合主办春季在线影展。影展设“浪潮上岸”“热带季风”“女性瞬间”“光影书写”和“音浪狂想”5个展映单元，将展映32部影片。导演陈凯歌、演员佟大为、谭卓成为特邀策展人。

据悉，5月1日至5月5日，影展将每天展映一部新片。奥斯卡获奖影片《婚姻故事》将作为开幕影片，金球奖提名影片《爆炸新闻》将作为闭幕影片。《春潮》《一百零八》《朱迪》等新片也将播映。此外，《无痛侠》《幸福的拉扎罗》《午夜巴黎》《曾经》《罗莎妈妈》等来自印度、意大利、西班牙、法国、爱尔兰、菲律宾等国家的佳片也将上线。国产文艺片《日照重庆》《路边野餐》《送我上青云》等也将纳入此次影展。

影展还将每届北京国际电影节“北京展映”活动中影迷最关注的抢票环节保留下来。重磅展映的影片票量有限，影迷需要在线预约并抢观影名额。为了让影迷体验到观影仪式感，影展还增添了在线领取影展官方专属邀请函等新玩法。