



陈洋（右）向来宾介绍影视园



参加交流座谈



影视园室内

## 团队成员从60后到90后

陈洋自幼生长在一个富有创新精神和勤奋家风的创业家庭，耳濡目染的是父辈企业家从改革开放以来一步一步由一个土生土长的乡镇企业，通过艰苦创业、技术创新、招贤纳士、勇于变革，成长为行业的领军企业。2002年，陈洋从美国圣约瑟夫大学计算机专业毕业后，他并没有选择去由其父陈瑞福任董事长的国内广电设备最大供应商——星光影视设备科技股份有限公司“接班”，而是认真地研究产业、研究市场、研究行业，准备站在父辈建立的平台上，打造属于自己的“梦想王国”。

长期向电视台销售灯光、视音频设备、转播车，建演播室、新大楼，同时提供技术服务的星光影视设备科技股份有限公司，与各大电视台有着密切的业务联系。2000年左右，星光生产厂搭建了三间展厅，用于展示其制造的所有演播室设备。不承想很快便有电视台租用，湖南电视台的《真情》节目组成了第一个客户。敏感的陈洋嗅到了制播分离的可能性——只要制度放开一点点，电视台设备的投资速度必然赶上频道的的发展和节目的增长。这样一来，市场的空间就出来了。

而且通过与电视从业者的一次次碰撞，陈洋意识到，演播室是传媒产业链里至关重要但入门门槛甚高且技术人才稀缺的一个环节，而这些，正是星光影视园的强项。但刚开始，演播室租赁应该如何定价，按小时计算还是按天？双方责任、义务如何划分，附加服务在既有价位上提供到什么程度？没有任何经验可供借鉴，只能双方协商、磨合、修改，来回往复若干轮次，自己逐渐建立了模式。当2005年政府大规模倡导文创产业时，将这一业务扩展成星光影视园的想法，已经从图纸落到了地基上。这一年，在陈洋的牵头和主持下，星光影视园开始建设。2006年10月，园区一期演播室竣工，随之而来的客户预约既证明了陈洋的市场眼光，也让他感觉到了无比巨大的压力，首先一个问题就是缺人才。

直到现在电视台的工作也算得上是金饭碗，更何况是十多年前，谁会冒险上来到一个刚刚起步小公司

2005年，在大兴区一条满是泥泞的土路旁边，挖掘机、推土机的轰鸣声震耳欲聋、重型卡车来回穿梭荡起滚滚烟尘，26岁的陈洋站在嘈杂的工地中，仰望天空，他的脸上分明写着坚毅与希望。不过那时的他野心再大，也不敢想象自己正在建设的星光影视园在十余年后，将成为大兴区的地标以及国内大型的影视节目制作基地。



# 星光影视园总经理陈洋： 把想象变成现实的人

□本报记者 张晶

里干？找不到在职人员，他灵机一动，找到了电视台的退休专家，就这样，在他创业初期，核心技术骨干的平均年龄都在60岁以上，50多岁在团队里面就算是“年轻人”了。

2006年11月，带着仅十几人的团队，陈洋承接了重庆卫视一档选秀节目的现场直播任务，并取得了成功。运营初期的日子里，陈洋带领他的团队每天工作到深夜，直到节目录制完成、技术收尾，勤奋细致的工作使团队用最短的时间建立了一套完整的服务体系，并得到了客户的认可，运营首年即2007年，园区录制节目800多场，服务电视台客户包括中央电视台、北京卫视、重庆卫视、浙江卫视、上海卫视、新疆卫视等近十家。此后，以建立一站式节目制作公共服务平台为目标，陈洋不断地完善节目制作业务的相关软硬件平台，包括增加小型演播室、虚拟演播室、增加导控中心数量、配置卫星车和电视转播车、增加各类高端视音频及特种录制设备、完善卫星直播机房、编撰标准流程手册、建设分工更为明确的人才团队等。2008年，星光影视园承接了北京奥运会、残奥会两个赛事的转播任务，并获得奥委会颁发的先进服务团体、先进个人奖励，2009年，园区被广电总局批复为中国星光电视节目制作基地，这是广电总局批复的唯一的国家级电视节目制作基地。

正是因为经历过创业初期的人才匮乏，所以陈洋始终看重人才的引进和培养。这些年来，通过招聘、培训，星光影视园培养了一大批自己的人才，当初的新人又在带新人，让陈洋自豪的是，现在星光已经有了比电视台更多的专业人才。他认为，在吸引人才方面，星光影视园相较于电视台的一大优势是，他们招人并不是看编制，而是看需求，只要有需求就招人，所以有越来越多的人才汇入了星光影视园。“现在我们的主力军集中在85后至95前，平均年龄在30岁左右。”陈洋说道。

## 周边餐饮从驴肉火烧到星巴克

创业的过程是一个不断面临挑战、不断做出选择的过程，陈洋所坚持的信念是根植传媒节目制作领域

的沃土，时刻保持发展的危机感，踏实、勤奋地走好每一步，在关于公司战略和未来的抉择中，陈洋面临的问题是：是拓展服务项目，将报道美编、发行、版权等产业链上相关环节都纳入自营服务内容，参考国外的大型传媒服务公司模式做中国最大的传媒服务企业；还是引入产业链上的各类服务企业，共同服务于产业链价值实现，做一个公共服务平台？对此，陈洋的思路是：产业链上的相关环节都已经有许多成功的、成熟的专业企业在运作，而服务全产业链的公共平台却是稀缺的。由此，应果断地选择建设服务全产业链的公共平台，引入产业链各环节的成熟服务公司，共同服务于产业链价值实现。

去年，全国大型综艺节目50%以上出自星光，这一数据足以证明陈洋搭建公共服务平台的选择是正确的。如今，星光影视园已经成为产业和人才聚集的平台，为了将这个平台做精做好，在限制企业入驻园区方面，陈洋显得十分挑剔，“星光影视园作为媒体聚集平台，以打造纯粹的全媒体生态产业园区为目标，我们吸引和引入的全部是传媒产业链上各类配套服务公司，比如舞美公司、文化公司、化妆品公司、经纪公司、礼仪公司、后期制作公司、音乐公司、发行公司等，至于那些不相关的甚至是有些牵强的企业我们都没吸纳，因为我希望能在园区形成一个生态产业链。”目前，园区已成功引入各类传媒企业200余家，重点企业包括新华网、中国搜索、央广购物、江西卫视陶瓷频道、甘肃卫视家政频道、黑龙江台龙视传媒、中视前卫等，2016年度园区产值约100亿元人民币。陈洋特别提到，合作关系和竞争关系都是“生态产业链”的一部分，他希望园区内的企业“楼上的能跟楼下的做生意”或者是“一起组团去拉个活儿”。与此同时，陈洋还十分重视为入驻企业提供的各项服务，包括工商代办、金融推介、政策培训，甚至不惜花费大量资金完善绿化、补贴餐饮、租赁并开通免费班车、组织有奖赛事等。

这些年，园区公共服务平台的发展可以用“滚雪球”来形容，随着产业链的不断完善，企业自动聚集到这里。“不用说来园区有什么优惠的房租，政府有

什么优惠的税收，企业也会过来，来了本身就是一种符号一个标签。”陈洋自信地说道。曾经，他希望星光影视园能够成为一个地标，大家一提到“星光”二字，不用多说就知道这里是干什么的，如今，星光影视园已是目前国内最大的综合电视节目制作中心，大兴文化产业园的地标和辐射中心。

去采访陈洋那天，记者在南二环拦了一辆出租车，报出“星光影视园”的名字后，不必多言，司机准确地将记者带到了目的地。换做十年前，可能连很多大兴当地人都不能准确指出星光影视园的位置。用陈洋自己的话说，他当初是把星光影视园建在了一个“根本不适合做文创产业的地方”。早前，星光影视园到最近的公交车站是2公里，门口全是土路，连柏油路都没有，周围的环境简直可以用“脏乱差”来形容。可以想见，拍板拿出6亿元在这里建一个园区需要多么大的决心和勇气。陈洋解释道，位置选在大兴，一方面是考虑了土地成本问题，那时候谁也不知道文创产业将来的发展趋势如何，一切都是摸着石头过河；另一方面则是他心中的大兴情结，作为一个土生土长的大兴人，他的根就在这里，希望这里发展得越来越好。

“当时我们门口的饭馆就是牛肉拉面、驴肉火烧这

## ●陈洋对年轻从业者说

在这一切成绩的背后，是陈洋和团队工作人员夜以继日的付出。现在星光影视园共有200多名员工，外行人乍一听可能会觉得这个数字并不算太多，毕竟他们要承担的是超过50%的全国大型综艺节目制作。在内行人看来，这个数字可以用庞大来形容了，要知道一家电视台的节目制作部，工作人员其实只有二三十人而已。陈洋说，“现在我们的员工平均年龄在30岁上下，他们很辛苦，录起节目来，前半夜就别想睡觉了，同时他们的收入也颇为可观，比如一个刚毕业的大学生，来这里工作不了多久，月薪上万基本是不成问题的。”

创业之初，陈洋自己也是个二十六七岁的小伙子，

种小饭馆，我就想着什么时候能在家门口吃上肯德基、麦当劳，喝上星巴克。”陈洋说，当时那种情况下，想吸引那些在CBD办公的企业过来无疑是天方夜谭。随着这些年的发展，从最初企业不愿意来，到后来，来了就是做节目，做完节目马上走，再到这里成为产业聚集地，大家争着来，这个过程，星光影视园用了十多年的时间，这背后的艰辛只有一步一个脚印走过来的陈洋心里最清楚。

## 园区企业从低端到高端

截至2017年，围绕传媒节目制作产业链，星光影视园已形成传媒节目制作及卫星传输服务平台、媒体企业聚集和入驻服务平台、园区配套综合服务平台、大众媒体体验平台，已建及在建产业空间面积76万平方米，包括星光影视园东区、西区 and 北区，总投资规模100亿元人民币。其中东区占地220亩，已建设完成约36万平方米产业空间，包括公共节目制作区、独立节目制作区、新媒体大厦、传媒机构聚集区、综合配套服务区、云计算中心等。西区基于星光影视园在传媒文化创意和传媒节目制作领域的深厚产业基础，建

## 踏下心来秉持工匠精神去干

经历十多年的打拼，不到40岁的他绝对称得上是青年翘楚了，他说，自己的成功模式虽然不能够被模仿，但是一些心路历程，他很想与初出茅庐的年轻人分享。

“就影视制作领域的年轻人来说，最重要的是能踏下心来，一步一个脚印地干，因为这个行业中的年轻人有更多的机会接触到导演和名人，容易被他们风光的一面所迷惑，但其实我国缺少的是各领域的顶尖专业人才。”陈洋说，行业内的每一个领域都能成就人，并不分高低贵贱，“首先不要自己看轻自己。”

他坦言，中国人不缺创意，有很多好的创意，但是在把创意实现这方面与国际相比还差的多，很重要的一点

设了目前国内最先进的3600平方米演播室，两个1500平方米演播室，以及大型室外激光喷泉演出广场、媒体工作室办公楼等建筑，占地约100亩，建筑面积20万平方米，将建成以传媒文化地标、创意孵化地标、传媒商务地标为功能特性的传媒文化创意综合聚集区，形成以演出经济、颁奖经济、体验经济、商业媒体经济、新媒体经济为特色的京城传媒文化新地标。星光影视园北区占地150亩，建筑面积20万平方米，拟建设传媒总部集聚区，是北京市集体用地改革试点项目，目前正在建设中。

2017年度园区传媒节目制作业务实现大型节目录制超过3000天次，年增长率约20%，演播室平均占棚率近78%。截至2016年底，拍摄的品牌栏目达到800余个，累计录制大型节目28000余场，接待观众总量约320万人次。2016年园区成立赛事转播部，在国际马拉松赛事转播服务招标中击败包括多个卫视电视台在内的竞争者，获得了2016至2018年度国际马拉松赛事的转播服务订单，并赢得了高尔夫中国美巡赛在全国12站的全程赛事转播服务订单。此外，团队还承接了中国男篮2016—2017赛季CBA20场常规赛、世界小姐环球总决赛、游泳世界杯北京站、中国三对三篮球联赛、马术世界杯、拳星时代世界级格斗赛、乒乓球世界冠军挑战赛等众多国内外赛事转播服务订单。转播团队辗转中国南北包括北京、上海、广东、深圳、香港、江苏、浙江、江西、湖南、湖北、河南、河北、吉林、宁夏、四川、云南、福建在内的17省市20余地，总行程超过80000公里。

值得一提的是，随着品牌效应越来越强，聚集到星光的企业也越来越高端，从最初的服务型企业，转向了被服务型企业，这些企业的特点是占的面积越来越小，消耗的资源越来越少，但是产值越来越高。陈洋自豪地说，虽然星光影视园的管理公司星光拓诚年产值只有不到2个亿，园区内各个企业的总产值却达近百亿元。

星光影视园是做电视节目起家的，然而在新媒体时代，看电视的人越来越少了，这对星光影视园有没有影响呢？对此，陈洋大手一挥，自信地说：“几乎没有！”因为从制作流程来讲，电视节目和网络节目的差异虽然有，但是并不大。他说，最开始星光影视园的客户结构以中央电视台为主，以各地方电视为辅，现在的客户结构则有明显转变，包括中央电视台在内的所有电视台加起来只占不到50%，其余则是网络节目制作，包括知名度颇高的《奇葩说》《中国有嘻哈》等节目，都是在星光影视园制作的。“我们要改进的就是符合他们的技术手段，其他的服务内容基本没有什么差异，只不过是播出载体不一样罢了。”在陈洋看来，他们提供的是内容服务，客户提供一个创意，他们的工作是帮助客户把这个创意完美、高效、廉价地予以实现，实现得和客户所想象的一样好，甚至更好。