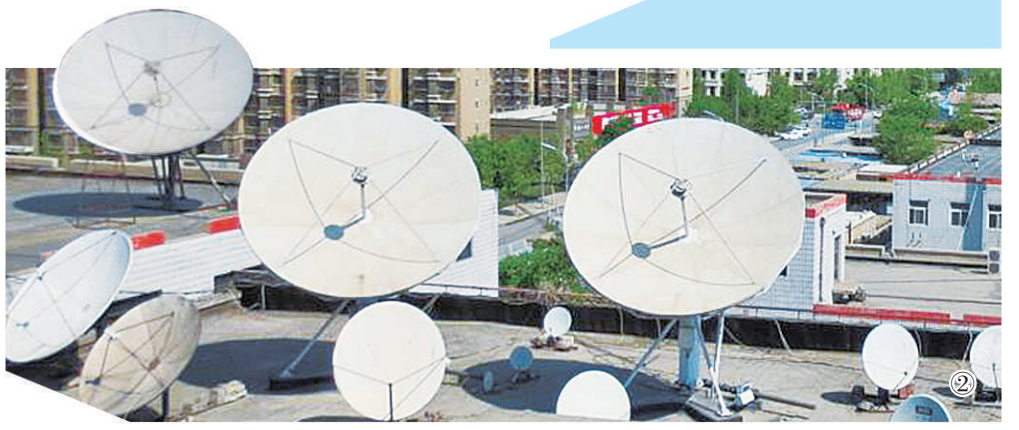
“星光”熠熠40年

经济日报·中国经济网记者 李 丹 敖 蓉

还记得10年前北京奥运会开闭幕式上那绚烂的灯光吗？还记得北京APEC会议迎宾晚会前靓丽的“灯光红毯”吗？这些呈现在全世界面前的灯光艺术，都出自北京市大兴区一家民营企业——北京星光影视设备科技股份有限公司（以下简称“星光”）之手。

从一家生产照相器材的“作坊式”小企业到可提供文化产业装备系统集成与文化产业综合配套服务的“一站式”综合提供商，星光用了40年。



图① 星光影视园外景。
图② 星光主站天线群。
图③ 星光南区内的工作场景。
图④ 上世纪80年代末拍摄的星光第三代厂房。 （资料图片）

从副业到主业

在北京星光影视设备科技股份有限公司创始人、董事长陈瑞福看来，星光今天拥有的一切都源自一个梦想——“让家家户户丰衣足食，过上好日子”。

改革开放前，陈瑞福所在的西红门九队一直顶着贫穷的“帽子”。为让大家过上好日子，当时还不到30岁的陈瑞福在生产队长的支持下，领着几位村民搞副业——编大筐。陈瑞福回忆说，材料问题最好解决，马路边有那么多槐树，简单处理成条状就能用；场地问题也难不倒他，挖个地窖子在里面干就行了。至于其他材料，就只能靠自己的好人缘赊欠了。就这样，没用队里1分钱，陈瑞福愣是领着大伙把副业干起来了。

除了编大筐，陈瑞福还带领副业组尝试生产保温瓦。年底结算时，编筐和保温瓦加起来的收入竟高达七八万元，这在上世纪70年代末绝对算得上天文数字了。九队的村民第一次拿到了“分红”。

改革开放的春风吹来，通过搞副业尝到甜头的陈瑞福异常兴奋。“那时，我对照相产生了兴趣。相机是高科技，咱搞不了，但照相灯具可以搞呀！”陈瑞福说，当他发现许多照相馆都缺少灯具时便立即决定，创办西红门九队照相器材厂。

资金、厂房、设备、人才……几乎什么都缺，陈瑞福就沉下心来一项项解决。没有厂房，就向生产队托儿所借了两间房；最初的“创业团队”包括一位磨官、一位电工、一位拖拉机手，还有一位是赶马车的，加上他一共5个人；工具奇缺，谁家有什么用得上的就先拿来，大型设备再想办法；没有技术，就“泡”在国营工厂里“偷师”，学多少算多少……

产品生产出来了，销售又成了问题。陈瑞福的儿子、星光影视园总经理陈洋说，那时候印象最深的事情就是父亲常常扛着器材，坐着公共汽车去城里推销产品。“当年的交通可不像今天这么便利，动不动就要转好几次车，单程花2个多小时是常事。”

在外出推销的过程中，陈瑞福逐渐意识到品牌的重要性。“北京大兴西红门九队照相器材厂不好记，得想个响亮的名字。”陈瑞福说，“大家集思广益的结果就是‘星光’。虽然星光的光芒比不上日月，但再微弱的光也是我们自己发出来的。”自此，西红门九队照相器材厂正式更名为“星光照相器材厂”。

几年过去了，星光的产品销路迅速打开，产品供不应求，并在与国营大厂的竞争中脱颖而出。但是，星光人并没有就此止步。在他们看来，企业要想持续健康发展必须有长远的目标，是时候向更精细、更专业、更高端的领域迈进了。

从外行到内行

从照相灯具到影视行业专用的灯光照明设备，星光实现了第一次“质的飞跃”。引领它实现这次飞跃的除了陈瑞福，还有一个人——赵铭。

上世纪80年代，随着照相技术的进步，相纸逐渐由黑白变为彩色，彩色电视机也慢慢走进了大众视野。无论是摄影还是摄像都对灯光提出了更高的要求——显色性要好、色温要正确。

陈瑞福坦言，这些知识对于当时的自己来说太专业了。为此，他专门跑到光学仪器厂，凭着“软磨硬泡”的本事打动了好几位专业工程师，向他们学习请教。

也是在这个过程中，他偶然了解到，中国照相馆已经用上了一款名为“650高色温灯”的彩色照明灯具，其研发者是就职于北京电光源研究所的赵铭。

“当时《北京晚报》上发表了一篇文章专门介绍这一研究成果，标题是《赵铭与照明》。”陈瑞福至今依然记忆犹新。

陈瑞福决定拜访赵铭。他四处打听，找到了赵铭的家。前两次拜访，赵铭拒而不见。第三次倒是见到本人了，不过对方直接以“没时间”为理由拒绝了。当陈瑞福第四次找到赵铭时，赵铭真的惊讶了，“看来得想个办法让他知难而退”。于是，赵铭拿了一台进口灯问陈瑞福：“这个灯你能做吗？需要多长时间？”陈瑞福思考了一会儿，然后说，“3个月”。

回到星光后，陈瑞福拿着借来的灯具左思右想，怎么能给赵铭交出一份满意的答卷？他深知，自己没掌握核心技术，想在短时间内将其攻克是天方夜谭。不过，他也有自己的“小技巧”，那就是请一位铁匠，照着原产品做了一个一模一样的灯壳，罩在核心部件外面，来了个“偷梁换柱”。

当陈瑞福拿着自己“加工”好的灯具来到电光源研究所，赵铭惊呆了。尽管赵铭很快就发现了这个“小技巧”，但也不得不承认，自己被这家乡镇企业的决心与韧性打动了。就这样，抱着试试看的心理，赵铭成了星光的“星期日工程师”。

陈瑞福清楚，星光要想发展，必须要集聚人才。赵铭的加盟让星光的业务能力发生了翻天覆地的变化，新产品很快研发出来，并受到业内好评。赵铭还利用自己在业界的影响，将星光生产的灯具逐渐推广到影视行业。

正是这种求贤若渴的态度让星光迅速网罗了一大批能人，其中不仅有工程师，还有专业管理者。

在采访中，记者惊奇地发现，星光在不到40年的时间里，光厂长就换了11任，基本三四年就一换。这是出于什么样的考虑呢？

“这说明星光随着时代发展不断进步。”陈瑞福寥寥数语就回答了记者的疑问，“星光第一任生产厂长是西红门当地的农民。当时的员工也都是农民，农民管农民好沟通。不过，当企业发展壮大，继续这样就不行了”。

在吸引人才的同时，陈瑞福也抓住一切机会提升自己。1989年4月份，北京广播学院开办第一届“电视照明专业证书班”。由于当时国内没有灯光专业，教育经费也不足，举办者找到陈瑞福，希望他能给予支持。陈瑞福当场表示，经费不是问题，不过有一个条件，那就是允许他也参加培训。

灯光照明不仅是一门技术，更是一门艺术。系统学习让陈瑞福意识到，培养专业人才对行业的良性发展是多么重要。他与原北京广播学院（中国传媒大学前身）相关负责人商量，能否开办灯光专业。刚好对方也有这个想法，只是苦于资金无法落实。双方一拍即合，陈瑞福当即拍板出资100万元，为学校建起了演播室。

在双方的共同努力下，1994年北京广播学院创办了第一个面向全国招生的灯光专业大专班。1997年，大专班扩展为学制4年的光线造型专业本科班，培养了一大批行业急需的专门人才。不少学生甚至还未毕业就被相关企业、单位争抢一空。

一家企业催生出一个专业，这让陈瑞福尤感自豪。

从产品到服务

“如果说上世纪80年代是乡镇企业全面开花的时期，那么到了90年代，乡镇企业的日子就不那么好过了。”回顾历史，陈瑞福很是感慨：“情况好的时候，我们也没少铺摊子，结果就是负担越来越重，转企改制迫在眉睫。”

经过一系列改制，到1999年底，星光转变为股份制公司。更重要的是，以产权明晰为核心的改制工作为星光留住人才打下了坚实基础，能者多劳、多劳多得的制度得以固定下来。从那一刻起，轻装上阵的星光真正走上了发展“快车道”。

在陈瑞福看来，认真做产品、诚信做市场，把市场需要和企业发展结合起来是星光的成功之道。“我们始终围绕影视这一核心业务板块，心无旁骛。”陈瑞福自豪地说，这是他的情结所在。

从光电系统所需设备到转播车、卫星车、通讯车，再到提供完整的制播服务，星光的道路越走越宽广。

“新世纪之初，星光兴建第一座办公大楼时，设计了一个600平方米的演播室，准备作为‘样板间’，让客户了解演播室的整体设计和星光的产品。”陈瑞福介绍说，没想到“样板间”还未完工，湖南台就想租用其拍摄电视剧《还珠格格》，不过最终还是因为时间问题作罢了。

这次“不成功的合作”让陈瑞福看到了机会，“制播分离渐成趋势，电视制作市场也在发生变化，这正是拓展业务的好时机”。于是，星光立即新建了两个演播室，分别为1200平方米和550平方米。演播室刚刚建好，央视的《幸运52》《非常6+1》《开心辞典》《梦想中国》等栏目就相继落户。3个演播室长期处于饱和状态。

入驻的节目组多了，工作人员的食宿问题自然也提上了日程。于是，星光梅地亚酒店也顺理成章地开张了。“现在，来我们这儿录制节目也可以‘拎包入住’了。只要带着创意来，其他事情星光全都能解决。”陈洋说。

在星光上下，开拓精神体现得淋漓尽致。在北京奥运会期间，星光不仅拿下了开闭幕式灯光与吊挂、祥云剧场舞台、水立方灯光照明工程、鸟巢外景照明工程等近20项工程项目，而且还承接了开幕式活字模演出道具的设计生产。

北京星光影视设备科技股份有限公司总工程师甄何平说：“这个项目压力最大。导演组要求极高，每块活字模大小是0.75m×0.75m，每块之间间隙不超过5厘米，升降幅度要达到5米，每秒举4次还不能相互磕碰。”甄何平坦言，最困难时他们也曾萌生退意，但强烈的责任感还是让他们坚持了下来。“这不是一个普通的合作项目，而是一次历史性机遇，是科技人员用自己的技能诠释科技奥运的最好方式，是展示国家形象的机会，我们咬牙也要做下来。”

凭借在奥运舞台上留下的良好声誉，星光在随后举办的上海世博会上又承接了城市未来馆的所有声光电工程，还研制出北京APEC会议迎宾环节的“灯光红毯”。凭借这一惊艳的创意，星光在“APEC之夜”再一次大放异彩。

星光的脚步还不局限于此。结合国家大力发展文化旅游的时代背景，星光把业务拓展到了实景演出领域，先后打造出武夷山的《印象大红袍》、舟山的《印象普陀》、武隆的《印象武隆》、黄山的《宏村·阿菊》等项目。星光提供的声、光、电等多媒体技术以及多元化舞台效果，让各地的美景、文化更加亮丽多彩。

“星光能一直稳步向前，关键在于能够紧跟市场需求与趋势随时调整自己。做企业不能老想着‘今天干什么’，要时常想想‘明天干什么’。国家在发展，市场在变化，企业也要跟上时代的步伐。”陈瑞福说。

图为星光南区鸟瞰图。（资料图片）

记者手记

朝气来自哪里

本报记者 敖 蓉

走进星光影视基地，到处都充斥着青春的气息——演播厅里正在录制着广受年轻人喜爱的节目；面向中小型影视文化公司的星光影视园新区正在建设中；用于马拉松等热门体育赛事的专业转播车等一件又一件新技术产品均在这里诞生。

有朝气、有活力是北京星光影视设备科技股份有限公司留给记者的第一印象。

在企业青春洋溢的外表下，是星光人40年来敢于求变、敢于创新、敢于担当的初心。

“科学发展推动社会进步。如果星光只顾着研究黑白电视技术，早死了；如果一门心思研究高清电视，不关心目前最先进的4K技术，估计也已经被淘汰了。”北京星光影视设备科技股份有限公司董事长陈瑞福说。

多年来，星光一直以市场前沿为锚定，在产品依旧火爆时就考虑如何改进创新，在市场刚刚趋冷时就依靠迭代产品重新确立领先地位。正如中国传媒大学影视艺术学院院长李兴国所言：“老陈（陈瑞福）是一个在任何阶段都能根据市场变化很快调整自己的人。所以，星光才有今天。”

回顾企业历史，几乎每一次新技术的应用、新产品的推广，星光都站在市场前列。这不仅与管理层的眼光和视野有关，更与研发团队对新技术的热忱与坚持息息相关。他们勇于尝试各种最新工具，总是那么富有想象力，不少看似天马行空的设想最终都通过他们一步一个脚印的研发工作变成了现实。从最初进入照相灯具器材到后来涉足广电行业；从尝试生产影视演播设备到把专业转播车、卫星车开到全世界；从奥运会活字模技术到APEC会议上的“灯光红毯”、实景舞台项目……无一不是这种精神的体现。

星光40年来的持续健康发展，还在于其主动“拥抱”变革的能力。在技术方面，他们不仅低头做事，也不忘抬头看路；在经营上，他们不断调整思路，用来自市场的呼声、来自学界的趋势判断引领各项工作，使企业立于不败之地。可以说，他们就是“一群从来不想待在舒适区的人”，企业的每一次转型都是主动的、由内而外的。

从乡镇企业到民营企业，转型的阵痛可想而知；从企业自发成长到按照上市企业的要求规范自身，改革的艰辛可想而知；在本世纪初文化产业刚刚兴起的那一刻便“纵身一跃”，在这片未曾有人探索过的深海中搏浪前行，其中的不易可想而知。如今，他们的眼光又瞄向了更远的远方……

今天的星光依然在前进，依然在不断寻找更适合自己的道路。在这条路上，管理层是提出愿景的人，每一位员工都是勇敢的探路人。在一次次尝试中寻找突破口、在一次次失败中划掉错误选项，就在这不断跌倒又不断爬起的过程中，星光的路越走越宽、人越聚越多，奋斗的光芒如星光般灿烂，照亮了未来。

本版编辑 韩 叙
美 编 夏 一