

口碑票房双丰收 文化“双创”结硕果

深圳探索“文化出海”新路

数说文化出圈出海

- 自2022年12月22日首演至今，已在全球**51**座城市、**62**家剧院完成**265**场演出，票房与口碑持续攀升
- 截至2024年，“一带一路”国际音乐季已成功举办**5**届，吸引了来自全球**60**多个国家和地区的数千名艺术家参与，累计奉献**200**余场精彩演出
- 文博会累计成交突破**3**万亿元。第二十一届文博会以**65**个国家和地区参展，线上线下**220**万观众、**28**亿元数字内容出口意向额刷新纪录

从伦敦西区的掌声到莫斯科大剧院的惊叹，以深圳原创舞剧《咏春》为代表的文艺精品在全球舞台大放异彩；从“一带一路”国际音乐季的多元交响到文博会的全球订单，深圳向全世界绽放着国际化创新型城市的文化魅力。

近年来，“深圳出品”频频出圈出海，实现口碑票房双丰收，取得令人瞩目的成果。这是深圳践行习近平文化思想，勇担新的文化使命，实现中华优秀传统文化“双创”的精彩实践，也是发挥深圳的特点和优势，以市场化运作对“文化出海”新路的成功探索，让世界重新认识这座“创新之城”的文化爆发力。

构建“文化出海”新范式

2025年4月26日，莫斯科气温骤降，众多俄罗斯观众顶着寒风，早早来到莫斯科大剧院外，排队入场观看深圳原创舞剧《咏春》。凭借精湛细腻的表演、丰沛真挚的情感、酣畅淋漓的动作以及天衣无缝的配合，来自深圳的文艺精品征服了“挑剔”的莫斯科观众，再一次印证了中国文化的强大吸引力。

自2022年12月22日深圳首演至今，深圳

原创舞剧《咏春》已在全球51座城市、62家剧院完成265场演出，票房与口碑持续攀升。

2024年8月30日至9月7日，该剧在伦敦沙德勒之井剧院连演12场，刷新中国舞剧欧洲商演纪录；10月4日至6日，在巴黎会议宫演出4场，谢幕掌声持续不断，有时长达十几分钟。

2025年，《咏春》的“出海”步伐进一步加速：1月，选段《咏春拳与八卦掌》亮相埃及“欢乐春节”演出，成为中埃文化交流的桥梁；春夏之交，剧组远赴俄罗斯，在莫斯科大剧院和马林斯基剧院共完成6场爆满演出，成为首部登陆俄罗斯“双一流”艺术殿堂的中国原创舞剧；5月，又作为2025大阪世博会中国馆深圳活动周的“文化使者”，以《香云咏春》雅集表演向世界展示岭南非遗与现代艺术的融合。

在法国巡演时恰逢中法建交60周年，到英国演出后激发观众“到深圳看看”的向往，《咏春》已超越艺术本身，成为深圳面向全球的“城市营销官”。正如观众所言：“透过《咏春》，我们看到了一个传统与未来交织的深圳。”

“用舞蹈叩问传统，用创新回应时代，这就是深圳文艺的答案。”总编导韩真道出《咏春》的成功内核。如韩真所言，《咏春》持续出圈的背后正是深圳文艺体制的创新实践，构建出“文化出海”的新范式。

依托“政府保障+社会资本+文化企业”协同机制，深圳市委宣传部将其列为“文化走出去”重点项目。市场化运作下，深圳原创舞剧《咏春》在新加坡、英国、法国、俄罗斯实现“票房与口碑双丰收”，在世界舞台塑造可信、可爱、可敬的中国形象，成为文明交流互鉴的鲜活范例。

以开放姿态搭建国际文化交流平台

2024年9月19日晚，深圳音乐厅传出了阵阵迷人的歌声和经久不息的掌声。当晚，世界著名女高音歌唱家奥尔加·佩列佳特科在此举行了一场独唱音乐会。音乐会结束后，现场叫好声、欢呼声、鼓掌声此起彼伏，让奥尔加和谢苗·斯基金深深感受到了深圳观众的热情，几度返

场谢幕行抚台礼并献唱《燕子》。

在文艺精品“走出去”的同时，深圳以开放姿态大力搭建国际文化交流平台。音乐丝路，不断延伸。自2017年由深圳市政府、中国音乐家协会联合创办以来，“一带一路”国际音乐季已成为粤港澳大湾区最具国际影响力的文化品牌之一。音乐季不仅促进了国际文化交流，更成为深圳乃至大湾区对外展示文化软实力的重要窗口。

音乐季名家云集：俄罗斯女高音奥尔加·佩列佳特科、法国钢琴家埃莱娜·格里莫、小提琴巨匠瓦汀·列宾、捷克首席约瑟夫·什帕切克、格莱美获奖者吴蛮等相继登台；瑞士洛桑贝嘉芭蕾舞团、维也纳童声合唱团、柴可夫斯基交响乐团等名团轮番献艺。2024年，叶小纲《湾区鹤鸣》、金平《三首中国舞曲》、郑阳《马兰花幻想曲》三部新作世界首演，让“深圳首演”为国际乐坛所瞩目。

音乐季不仅是演出，更是城市人文磁场。罗马尼亚指挥大师西普里安·特奥多拉什库感叹：“深圳把音乐与科技、商贸、人文编织在一起，让我看到一座城市的未来。”

对市民而言，音乐季把“家门口”升级为“世界舞台”。8年来，深圳市民以百元公益票价走进音乐厅，与全球大师共享同一份乐谱；更多人通过线上直播，在地铁、写字楼同步聆听维也纳童声。大师、名团与城市的双向奔赴，让“深圳声音”被世界听见，也让深圳在全球文化版图中持续出圈。

助推中华文化走向世界

2025年5月24日，深圳国际会展中心人潮涌动。AI机器人与观众对打咏春拳，动作准确到寸劲；埃及国宝级文创品牌konouz（埃及复刻宝藏公司）携图坦卡蒙面具与罗塞塔石碑复刻品实现文博会首秀；Pyrus（派瑞斯）展位的机械臂灵巧地将观众姓名创作成为埃及象形文字；北欧瑞典高奢珠宝品牌展出白垩纪琥珀藏品；秘鲁羊驼手工艺品与中国非遗掐丝珐琅画形成跨越时空的文化对话……全球文

化产品在此同台竞秀，打造出一方“有温度的文化贸易”场域。

2025年5月22日至26日，第二十一届文博会以“文化新质生产力·开放共赢新丝路”为主题，65个国家和地区参展，线上线下220万观众、28亿元数字内容出口意向额刷新纪录。本届文博会首次设立文化出海、文化产品进出口贸易、世界与中国青年文创项目孵化等多个专题展区，并加大了与国际头部展览机构、高端文化产业资源的合作力度，助推更多文化产品及服务“走出去”，成为推动中国故事国际表达的核心阵地。

连续两年参加文博会的德国法兰克福书展主席岳根·博思表示：“深圳能够触达大湾区及周边地区。”俄罗斯美协副主席叶弗吉尼亚·罗马什科·维克多罗维奇也盛赞，“文博会已经成为全球艺术文化节日，让人惊喜。”

文博会不仅提供展位，更是“文化深水港”对接“经济新蓝海”的超级接口：累计成交突破3万亿元；参展国家和地区增至65个，其中超50个来自共建“一带一路”国家，让深圳成为全球文化资源配置枢纽。

当来自世界各地的海量文化馈赠与深圳湾创新浪潮在此交会，文博会推动中华文化从“本土符号”向“全球叙事”跨越。这场被誉为“中国文化产业第一展”的盛会正以更开放的姿态迈向“国际文化产业头部展”，成为全球文明互鉴的超级平台。

从文博会出发，“深圳出品”的IP、创意、演艺、非遗、游戏、短剧正以更高能级扬帆远航，持续放大中国故事的世界声量。

与此同时，深圳还通过承办深圳设计周暨环球设计大奖、深港城市\建筑双城双年展等国际活动，持续提升城市文化影响力。

当《咏春》在圣彼得堡掌声未息，当文博会数字订单一键出海，当“一带一路”音乐季的丝路交响在市民家门口奏响，深圳用真实可见的高光场景向世界递出闪亮名片。市场化商演、全链条服务、“敢闯敢试”的城市基因，将继续驱动更多“深圳出品”驶向五洲四海，让中国故事在世界久久回荡。（《深圳特区报》刘莎莎）



文明因交流而多彩
文明因互鉴而丰富

电影《南京照相馆》
扣动美国纽约观众心弦

电影《南京照相馆》近日开始在美国和加拿大主要城市的约250家影院正式上映。这部以1937年南京大屠杀为历史背景的电影凭借真实的情节和演员精湛的演技在美国纽约观众中引起强烈反响。

多名美国人士在观影后对新华社记者表示，这部电影感人至深，又具有现实意义，让他们更多地了解日本侵华战争历史中最黑暗的一部分，见证中国人民为了正义与和平而付出的牺牲与抗争。

18岁的美国女青年伊莎贝尔对记者说，影片反映的中国人民遭受的浩劫让她无比痛心。她认为所有人都应该看看这部影片并从中获得教益。南京大屠杀是实实在在发生的历史事实，但很多人却毫不知晓。在美国，许多像她这样的年轻人很少能了解到日本侵略中国的罪行，因为美国学校没有教授这方面的历史知识，教科书大量介绍的是二战期间纳粹德国在欧洲的暴行。针对一些人企图否认、抹杀南京大屠杀的历史，她说，历史不容篡改，希望这一悲剧永不再发生。

非洲裔观众托尼告诉记者，在世界其他地区也需要有更多这样的活动来陈述历史，而非只让人们听到一种声音。

美国华美协进社前社长、对华友好人士詹姆斯·B·海莫维茨说，我们所有人都需要铭记并了解这一历史。历史是相通的，具有共性。影片启示我们从人性和人类历史共有的角度对二战进行深刻反思。

（据新华社 记者 施春 刘亚南）



2022全国公益广告大赛获奖作品