

# 深圳以市场化运作探索「文化出海」新路子 口碑票房双丰收 文化「双创」结硕果

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尔斯基剧院共完成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;市文化广电旅游体育局升级“海外演出服务平台”,实现外事、海关、税务、保险、物流“一网通办”;深圳报业集团、深圳广电集团打造跨语种融媒体矩阵,为舞剧持续引流。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》。观众直呼:“太精彩了,希望这样的音乐盛宴多来几场。”

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。截至2024年,这一音乐盛事已成功举办五届,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。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。”法国钢琴家埃莱娜·格里莫在社交平台写道:“深圳观众年轻、热情,这里正在成为亚洲的音乐客厅。”

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。对艺术家而言,地铁钢琴角、街角咖啡香、凌晨两点仍灯火通明的华强北,成为他们回国后反复提及的“深圳印象”。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;Pyros(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。

当来自世界各个地区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。这些平台不仅展示“深圳设计”“深圳创意”的活力,更推动中国文化与全球对话,使深圳逐步成为全球创意资源的汇聚地。

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。

## 数说文化出圈出海

深圳原创舞剧《咏春》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刷新纪录。

(据深圳特区报)

