原创音乐剧舞台头部作品频出，引发新一轮创作热潮，业内人士指出——

国风音乐剧亟待跳出符号化创作

国风音乐剧市场热度持续走高，头部作品市场表现亮眼：《锦衣卫之刀与花》正在上海文化广场热演，创下132场售罄的新纪录；《大状王》8月将二度来沪，连演20场，依旧一票难求；打磨升级后的《长安十二时辰》开启全国多城巡演，持续深耕盛唐舞台叙事……跨城追剧已成常态，观众凭一张票根解锁一座城的“吃住行游购娱”，“演出+文旅”的联动效应正在释放。

《2025中国音乐剧市场年度报告》数据显示，全年中文原创音乐剧票房8.79亿元，以传统文化为题材，在叙事、音乐与舞台呈现上凸显中华美学精神的国风音乐剧成市场黑马。热潮之下，行业仍有隐忧。“别把‘国风’当作掩盖创作短板的护身符！”有观众直言：某些剧目堆砌古风视听元素，文本立意空洞、人物塑造扁平、配乐功能缺失。如何跳出符号化创作，让国风音乐剧扎根内容、长效出圈，成为行业亟待回应的考题。

锚定内核，差异化破局

当下，国风音乐剧选材初现同质化趋势，探案、仙侠赛道流水线快餐剧目扎堆量产。部分作品一味依托古风妆造、古风配乐包装外壳，剧情悬浮空洞，人设模板雷同，重氛围感营销、轻剧本内核打磨，创作套路化饱受观众诟病。身处跟风创作的行业浪潮中，国风创作该如何跳出模板化困局？

剧伙音乐打造《悟空》《杨戬》《南唐后主》《锦衣卫之刀与花》系列国风作品，走出差异化选材路径。“我们的团队以年轻人为主，比较偏爱有反叛感的人物和故事。”《锦衣卫之刀与花》制作人和晓维透露，剧伙判断选题的标准，首先是否契合品牌的国风调性，其次能否激发主创的表达冲动和情感共鸣。

创作团队不能盲从低俗市场趣味，也要读懂观众的诉求：年轻人奔赴国风剧场，追求的不只是古风视觉，更是文化认同带来的自我情感代偿。“大家非常渴望在舞台上看到属于我们中国人的故事。当我们在剧场里探讨东方伦理，在歌词里引用古典诗词，在音乐里融合传统器乐和宫商角徵羽，在舞美上运用写意元素……这些诗意的瞬间，会激发观众血液里的基因，那是一种超越故事之外的文化认同。”和晓维说。

然而，光有“国风”是不够的，高质量呈现才是关键。《锦衣卫之刀与花》最初定名《锦衣卫》，但主创发现主角并非制式化朝堂锦衣卫，人物设定更贴合普通乱世行者。同时，该剧弱化专业历史门槛，聚焦小人物对抗宿命的情绪，适配多元圈层的观众审美，最终拿下巡演票全部售罄的佳绩。粤语音乐剧《大状王》虽取材“广东四大状师”的民间故事，主创从“讼棍方唐镜”自我救赎的角度切入，让一个善恶模糊的复杂人物承担叙事核心。“有点儿像新酒装旧瓶，故事底色是传统的，但视角完全变了。”编剧张飞帆说。正是这种“先立意、再落笔”的创作次序，让它被不少剧迷视作华语音乐剧的“标杆之作”。

前置孵化，深耕内容创作

多数国风音乐剧饱受诟病，陷入“歌好听、戏难看”的元素堆砌困境，根源在于创作流程倒置，剧本、音乐、舞美创作不同步，临近演出才整改内容。

前置孵化工作坊，成为优质国风剧目规避创作风险的路径之一。《锦衣卫之刀与花》耗时两年完成五轮孵化工作坊，以长线试错守住品质。和晓维详解工坊价值：“孵化工作坊核心功能，是敲定文本结构、统一音乐风格、核验商业落地可行性。编剧、制作、作曲、舞美全部门同步校准方向，同步打磨剧本与音乐样片，吸纳业内与观众意见，先做加法再做减法，从源头避免演出前夕推翻重来。”



《锦衣卫之刀与花》



《大状王》

国风音乐剧要求演员唱、演、武、舞全能，行业演员断层问题凸显：头部卡司一票难求，适配国风身段、武打表演的中腰部演员稀缺，拉低剧目的舞台质感。

针对高强度武打、群舞戏份，《锦衣卫之刀与花》剧组制定了标准化的集训考核机制：特邀武术指导郑思文教授舞刀基本功，每日固定安排全员体能训练，每周开展单人全舞段考核，不合格演员定点加练，历经两月封闭式集训后方可登台。

国风改编剧目打磨，则考验文本取舍与视听适配能力。《长安十二时辰》原著体量庞大、人物支线繁杂，落地音乐剧舞台改编难度极高。首轮巡演结束后，制作方结合观众反馈全方位复排优化，删减原著细碎支线、增补原创唱段、理顺人物动线，贴合音乐剧舞台叙事规律。

国风音乐剧之所以区别于“古装+流行歌”的拼盘，核心在于音乐能否真正承担叙事功能。《锦衣卫之刀与花》将戏曲唱腔、电子脉冲、嘻哈节奏与美声咏叹调熔于一炉，为每个角色量身打造专属音乐主题；唱段《升天》的唢呐声倏然穿透剧场，直接助推剧情奔向高潮。《大状王》根植粤地戏曲文脉，融合粤剧、南音、童谣、摇滚、嘻哈等近30种曲风，始终以音乐服务叙事表达。

梯队培育，夯实舞台质感

区别于行业重度依赖流量外聘演员的模式，剧伙音乐自建演员培育体系，适配国风剧目长期演出需求。公司签约演员从歌队、配角起步，长期跟随剧目打磨演技，能力达标后再承接主角戏份。排戏就是最好的国风专项训练，稳步搭建梯队化演员阵容，保障剧目长期巡演品质稳定。

“在国风音乐剧的制作过程中，我们一直在摸着石头过河，即便现在依然如此。因为市场变化太快，我们既要坚守本心，又要不断去适应市场。”对于民营制作公司与青年创作者，和晓维给出提醒：耐心孵化作品、耐心培育演员、耐心静待市场成熟，同时量力而行，切勿被行业短期内卷带偏创作节奏。

（文汇报 宣 晶）

2025年我国文化产业营收规模突破20万亿元

国家统计局6月29日发布的2025年全国文化及相关产业发展情况报告显示，2025年，我国文化及相关产业（以下简称“文化产业”）实现营业收入208254亿元，再创历史新高，比上年增长8.8%。

数据显示，文化产业九大行业营业收入全面增长。其中，创意设计服务、内容创作生产、新闻信息服务、文化娱乐休闲服务4个行业营业收入实现两位数增长，比上年分别增长13.2%、12.4%、12.3%和10.7%；文化装备生产、文化传播渠道、文化投资运营、文化辅助生产和中介服务、文化消费终端生产5个行业营业收入比上年分别增长8.0%、7.7%、3.1%、2.7%和2.5%。

文化产业盈利能力稳步提升。2025年，我国文化产业实现利润总额19034亿元，比上年增长7.3%。文化产业营业收入利润率为9.1%；人均营业收入、人均利润总额分别为96.3万元和8.8万元，比上年分别增加9.4万元和0.7万元。

文化新业态行业发挥引领作用。2025年，文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入76651亿元，比上年增长15.1%，增速快于全部文化产业6.3个百分点。

此外，文化产业研发投入较快增长。2025年，规模以上文化企业投入研究与试验发展（R&D）经费1820亿元，比上年增长12.1%。

（新华社 王雨萧）

新编京剧《红笺》首演

近日，国家艺术基金2026年度大型舞台剧和作品创作资助项目——新编京剧《红笺》在北京梅兰芳大剧院首演。

该剧由王勇（咏之）编剧，袁慧琴担任艺术指导，徐春兰执导，以明传奇《牡丹亭》为戏剧背景，将金凤钿与汤显祖、杜丽娘与柳梦梅等人物关系交织呈现，在现实与戏梦之间展开叙事。剧中既保留京剧表演特色，也融入昆曲元素，以双重视角展现“至情”主题。

演员郭霄在剧中分饰金凤钿与杜丽娘两个角色，杜喆饰演汤显祖。谭小令、王珺、马磊、杨杨、周天一等演员参与演出。

舞台呈现方面，主创团队以“亭”为核心意象，通过多媒体影像、灯光变化和空间转换构建叙事环境。舞台上悬置的《牡丹亭》文本与若隐若现的亭台造型，共同营造出戏中戏、梦中梦的艺术氛围。

该剧音乐设计在保留传统戏曲音乐特色的基础上，融合京剧唱腔、昆曲旋律以及民族管弦乐等元素，丰富舞台听觉层次，推动两种戏曲艺术形式在同一作品中的融合表达。

据介绍，《红笺》是国家京剧院近年来推进经典名著、经典名剧改编创作探索的新作之一。首演结束后，主创团队将根据专家和观众反馈进一步修改打磨，并在后续演出中继续完善提升。

（人民日报海外版 郑 娜）

“运动之美”交融“文化之韵”

中华体育精神颂“运动之美 文化之韵”运动项目文化展演展示系列活动日前在浙江丽水举行。活动围绕“演、展、赛、会”四大板块，通过多种形式展现体育与自然、传统与现代、竞技与大众相互交融的图景，集中呈现运动项目的文化内涵、精神品格和时代风采。

展演中，奥运冠军郭崎琪、巩立姣、韩聪、阎森、谌龙、昌雅妮、刘洋、侯志慧、盛李豪，亚冬会冠军刘梦婷，世运会冠军卢卓灵等运动员先后登台，结合各自项目特点和运动生涯，讲述拼搏奋斗、突破自我、为国争光的故事，诠释中华体育精神在一代代体育人身上的传承与发展。

艺术体操奥运冠军郭崎琪说：“我们艺术体操队一直尝试把中华文化融入我们的比赛节目里面，让世界看到我们的中国之美。”北京冬奥会花样滑冰冠军韩聪说，花样滑冰项目是技术和艺术的融合，能够把自己的故事通过技术和艺术向世界展示，正是文化自信的体现。

另外，“浙BA”和“吴越杯”队员代表、中国足球发展基金会“雏凤计划”集训队队员、校园排球小队员等，也在展演中分享了自己的运动故事。独竹漂、武术等传统项目以及畲族彩带编织、龙泉宝剑锻造等非遗元素融入舞台，展现中华优秀传统文化与运动项目文化的交融。

带队闯入上赛季“浙BA”决赛的丽水队队长徐敏伟说：“参加‘浙BA’，让我知道普通人也可以拥有自己的体育舞台。有热爱，不放弃，每个人都能找到属于自己的光。”

同期举办的展览中，200多件实物和千余幅照片系统呈现了各个运动项目文化的发展脉络与精神内核，让体育精神成为可以触摸的历史、可以感知的力量。

2023年，国家体育总局启动“中华体育精神颂”系列活动，进一步丰富和扩大体育文化品牌效应，助力体育强国建设。

本次活动由国家体育总局、中国奥委会主办，国家体育总局宣传司、中国奥委会新闻宣传与文化遗产部、浙江省体育局、丽水市人民政府、浙江广播电视集团承办。

（新华社 林德韧 夏亮）