

中国上海国际艺术节去年拉动综合消费44.25亿元

爱艺之城，如何不爱

青年报记者 陈宏

本报讯 全球80余个国家和地区的近2万名艺术家来沪，国际项目中名家名团占比达96%；共吸引14.09万人次走进剧场，其中境外观众占比12.6%，外省市观众占比31.8%，来沪观众人均停留达4.56天；整体拉动综合消费44.25亿元，可转化为GDP约11亿元，可转化财政收入约2.5亿元……1月20日，《第二十四届中国上海国际艺术节综合评估报告》（以下简称《蓝皮书》）正式发布，诠释了何为“世界一流艺术节展”。中国上海国际艺术节中心总裁李明表示，这份报告不仅是一份成绩单，更是一份宣言，“第二十四届艺术节在首演规模、国际化水平、观众体验、经济带动、产业平台效能等核心维度已与国际一流节展并驾齐驱”。

近年来，中国上海国际艺术节的文化辐射力、艺术凝聚力与日俱增，并在全球演艺格局中承担着日益重要的角色。为科学评估成效、明晰发展坐标，艺术节连续第二年与国内权威调研数据分析机构“零点有数”合作，运用案头研究、定量问卷、深度访谈以及上百万条大数据分析，围绕4大维度、12种类别、20余项指标，与爱丁堡国际艺术节、阿维尼翁戏剧节、香港

艺术节、琉森音乐节及萨尔茨堡音乐节等全球一流艺术节展进行系统对标分析，最终形成了这份报告。

根据《蓝皮书》的综合分析，中国上海国际艺术节在首演规模、国际化水平、观众体验、经济带动、产业平台效能等多个核心指标上跻身全球艺术节第一梯队。全球资源配置力方面，艺术机构的数量和质量都相当“强劲”，规模超越了爱丁堡、阿维尼翁等国际知名节展。艺术家和广大观众的热情参与，让艺术节全渠道曝光量近8.06亿次，艺术节品牌价值达到23.45亿元~24.52亿元，实现了规模与品质、票房与口碑、品牌与传播的齐头并进。

作为上海文化的一块金字招牌，艺术节的国际影响力也在稳步提升。国际演艺大会及国际对话达成近600项合作意向，97.3%与会机构对资源对接效果表示满意，“上海方案”助力行业迭代升级；“艺术天空”惠民活动以超百场活动实现全方位、定制化的艺术渗透，“扶持青年艺术家计划”“ARTRA自定义”板块中19~34岁青年观众占比均超五成，在科技融合程度、市民美育、惠民活动等核心维度已与国际一流节展并驾齐驱。

艺术节展对城市的经济带动作用也不容小觑。第二十四

届中国上海国际艺术节文旅消费带动作用显著，来沪观众过夜率达88.4%，62.3%的观众除了观看艺术节演出外，还“观文博，看美展”，超三成观众“海考”城市景点。重点剧场周边的夜间消费、外卡消费均呈现倍数级增长，环比8—9月增幅均超过150%，特别是东方艺术中心在马勒全集观演前后周边外卡消费金额环比增长295.69%，体现优质演出对国际客群的高吸引力与消费带动力。对城市经济的贡献，呈现了“投入产出比高”的特点，成为大型活动机制创新的“上海样本”。“相比于往年，这些体现办节成效的数据，都在稳步增长。”中国上海国际艺术节中心党总支书记、副总裁杨佳露介绍说。

2026年是“十五五”规划开局之年，艺术节也迎来了重要的第二十五届历史节点。当天，第二十五届中国上海国际艺术节项目征集工作全面启动，涵盖参演剧（节）目、委约作品、“艺术天空”惠民演出、“扶持青年艺术家计划”、“国际演艺大会与国际对话”视频推介会和现场推介演出以及“聚焦中国”项目。“站在‘世界一流’的坐标上，中国上海国际艺术节将始终与国家发展、城市脉动、人民期盼同频共振。”李明说。



大型户外交响合唱音乐会《布兰诗歌》。

受访者供图



青年报·青春上海 × 随申办

