

120部中外大戏齐聚北京国际戏剧展演季

120部剧目扩容供给

这是“大戏看北京”展演季连续举办的第五个年头，也是首次冠以“国际”之名。本届展演季以“幕启世界，戏聚北京”为口号，发出“秋天，来北京看世界最好的戏剧”的邀约。北京市委宣传部副部长谭一鸣介绍，2025年，全市举办营业性演出超6万场，吸引观众超1400万人次，票房收入突破50亿元。

本届展演季将汇聚120部中外大戏，其中国际剧目38部、国内剧目82部，涵盖话剧、舞剧、音乐剧、歌剧、戏曲、儿童剧等十余个艺术门类。展演剧目来自俄罗斯、英国、德国及中国港澳台等20余个国家和地区，18部剧目为全国首演，12部剧目首次来华，24部剧目首次在京演出。主办方还整合联动国家大剧院国际戏剧季、北京人艺国际戏剧邀请展、北京国际影偶艺术周等国际艺术交流品牌。

首演首秀是本届展演季的突出看点。国家大剧院原创话剧《元大都》、北京京剧院新编京剧《一仆二主》、北方昆曲剧院《愿起·梦华录》、舞剧《锦鲤》等本土新创剧目将首度登台；波兰话剧《我去往何处》、哈萨克斯坦木偶剧《罗密欧与朱丽叶》等海外佳作迎来中国首演。北京市文化和旅游局二级巡视员郭竹青表示，中外名团名剧将轮番登台，舞蹈诗剧《只此青绿》将在“水立方”迎来第1000场纪念演出，新版经典民族舞剧《铁道游击队》将上演，《睡美人》《魔笛》《芝加哥》等海外精品大戏接连亮相。指挥大师捷杰耶夫将执棒马林斯基乐团与国家大剧院联袂演绎普契尼歌剧《托斯卡》，斩获6项托尼奖的音乐剧《芝加哥》重磅亮相。白俄罗斯共和国戏剧院《向晚》、斯洛文尼亚马里博尔国家剧院《体面的婚礼》将

10月7日，“大戏看北京·2026北京国际戏剧展演季”将正式启幕。本届展演季由北京市委宣传部、北京市文化和旅游局、北京市文学艺术界联合会共同主办，将持续至年底，历时近3个月，包括国际剧目展演、城市戏剧嘉年华、首钢园戏剧艺术汇、秋季惠民观演活动等板块。

2026北京国际戏剧展演季核心信息一览

□ 举办时间	2026年 10月7日 启幕，持续至年底
□ 剧目规模	120 部中外大戏（国际剧目 38 部、国内剧目 82 部）
□ 首演矩阵	18 部全国首演、 12 部首次来华、 24 部首次在京演出，另集结戏曲剧目 29 部
□ 城市戏剧嘉年华	东城、西城、海淀、丰台、石景山、门头沟六区打造“ 一区一品 ”，全市配套戏剧活动 500 场

在北京人艺演出。

展演季集结29部戏曲剧目，覆盖京剧、昆曲、越剧、婺剧等十余个剧种，京剧《四郎探母》、昆曲《红楼梦》、北京曲剧《正红旗下》等传统经典与新编力作同台呈现。

在剧目形态上，展演季兼顾多元与创新。北京影偶艺术周是“剧荟北京”板块的特色内容，保加利亚肢体偶剧《我，西西弗斯》、哈萨克斯坦当代偶剧《罗密欧与朱丽叶》、格鲁吉亚铁枝木偶剧《查理·卓别林》等影偶作品将相继上演。国产剧目方面，既有《牡丹亭》的音乐剧改编探索，也有当代影偶剧《铸剑》的先锋表达，还有杂技与儿童剧跨界融合的《嘎嘎冲锋鸭》。北京市文学艺术界联合会副主席白靖毅介绍，本次展演季也十分注重剧目形态

的多元探索，兼顾传统表达与先锋创新。

六区联动500场活动

展演季期间，主办方同步打造城市戏剧嘉年华，突出大众参与。东城、西城、海淀、丰台、石景山、门头沟六区将配套举办大众戏剧活动，推出“一区一品”戏剧品牌：东城区在隆福寺举办户外戏剧汇，西城区举办“我在天桥露一手”等活动，丰台区在宛平城展示互动体验式京剧，石景山区依托永定河集开展展演互动，门头沟区在京西古道推出行进式戏曲演出。全市配套戏剧活动将达到500场。

国际戏剧艺术汇将在石景山首钢园区推出。10月17日和24日两个周末，首钢园将以



滑雪大跳台为枢纽，串联北广场、落地区、冷却塔、高线公园四大点位，推出70场艺术沙龙、创作工作坊、街头快闪、戏剧巡游和光影秀等活动。石景山区委副书记张利军表示，在首钢园，展演季沿“高线公园—冷却塔—大跳台落地区—北广场”构建约2.2公里的环形观演动线；高线公园承担环境戏剧与巡游，冷却塔承担沉浸实验戏剧，大跳台落地区承担剧目展演及大咖面对面，北广场承担市集与互动。围绕西山永定河历史文脉，石景山区今年继续作为北京西山永定河文化节主会场，推出四大板块15项系列活动，并在模式口历史文化街区等点位推出国际戏剧“北京范儿”系列活动，同时强化“戏聚石景山”品牌，邀请北京京剧院等8家知名艺术院团带来近20场驻场演出。

惠民观演撬动金秋演艺消费

专业力量加盟是本届展演季的一大创新设计。著名表演艺术家濮存昕将出任艺术总监；展演季秉持“一区一品、全城有戏”理念，创新推出六位领衔艺术家分区域带动模式：东城区由北京人艺院长冯远征领衔，西城区由国家大剧院副院长王斑领衔，海淀区由北京舞蹈学院教授高度领衔，丰台区由北京曲剧梅花奖得主许娣领衔，石景山区由梅派京剧传承人胡文阁领衔，门头沟区由昆曲名家袁国良领衔。阿云嘎、王可然、丁一滕、赵森、黄盈、邵泽辉等9位戏剧召集人将参与青年戏剧展示指导、艺术沙龙、戏剧工作坊等活动。

惠民观演是本届展演季的重要安排。主办方联合大麦、猫眼、抖音等票务平台推出金秋惠民观演季，设立普惠、国际戏剧、传统戏曲、错峰优享四个优惠专区，覆盖全市50多家剧场、500多部剧目；国际艺术汇推出纪念戏票，凭票根可享受园区餐饮、文创、酒店等优惠；票务平台还推出“演出+”权益包，并联动体育赛事推出跨界联票产品。

金秋时节，北京各类文化活动还将陆续展开。郭竹青介绍，为迎接中秋、国庆双节，全市将推出400余场重点群众文化活动。9月14日启幕的2026中关村舞剧展演季以“山河舞韵·科创潮起”为主题；9月24日—27日，第四届北京国际运河艺术周将汇聚14个国家的艺术团组带来22场演出；9月25日，北京交响乐团第三届太湖古典音乐季启幕；9月29日，第十届中国戏曲文化周在园博园开幕，推出“戏脉”戏曲AI智能体；10月9日—20日，第二十九届北京国际音乐节以“京华·协奏”为主题举办。北京商报记者 刘洋 沈心语 图片来源：视觉中国

iPhone 18的分期大战

每年秋季的iPhone新品发布会，向来是数码圈的年度盛宴，如今也成了银行信用卡业务的营销战场。随着iPhone 18 Pro系列与首款折叠屏iPhone Duo正式面世，一场围绕高端3C消费的分期争夺战再度打响。多家国有大行、股份制银行齐齐下场，24期免息、分期立减、积分奖励轮番登场，把购机分期“卷”到了新高度。热闹的营销背后，是整个信用卡行业正在经历的存量收缩阵痛。行业发卡量持续缩水、透支余额掉头向下，粗放式“跑马圈地”的时代彻底落幕。短期来看，3C数码这类优质场景，确实能够为银行带来稳定的低风险分期资产，但长期来看，依靠新机促销、费率让利，无法彻底化解转型难题，信用卡业务如何真正完成从“规模为王”到“质量为王”的转型还有待观察。

iPhone成信用卡分期必争高地

iPhone新机开售，信用卡分期营销战进入“白热化”。9月17日，北京商报记者梳理发现，多家国有大行、股份制银行纷纷入局，把iPhone购机分期做成了“王牌”活动，优惠力度层层加码，将分期成本压缩到最低，以此揽客。

国有大行直接拉满免息期限，工商银行、建设银行等银行针对iPhone新产品均推出最高24期分期0利息活动。股份制银行则是打出差异化组合拳，在免息之外叠加积分权益玩法。平安银行在9月7日至12月31日活动期内，面向客户开放多渠道分期优惠。持卡人在淘宝Apple官方旗舰店、京东Apple自营旗舰店、Apple官网及零售店等渠道办理该行信用卡分期，可享至高24期免息分期，还可领取100元还款券包及2倍积分。

除了推出新品享24期免息之外，针对参与iPhone活动的主卡持卡人，浦发银行信用卡叠加境外消费福利，譬如，将该行信用卡绑定至Apple钱包后，在9月16日—12月31日，于境外（含中国港澳台地区）首次使用Apple Pay的交易当月，可享单笔消费返1%刷卡金，每月最高返还100元等活动。

此外，北京商报记者注意到，iPhone官网的分期服务体系已接入交通银行、中国银行、招商银行、中信银行、浦发银行、江苏银行、南

京银行等多家银行。据iPhone官方介绍，所有合作银行均提供3期、6期、12期分期方案，部分银行还支持最长24期分期。

谈及银行加码营销高端3C场景，一位银行信用卡中心人士介绍，当前信用卡行业告别高速增长阶段，整体迈入存量深耕、提质增效的发展周期，增量获客与用户留存难度持续提升。而以iPhone新机为核心的3C高端消费场景，客群质量优、消费意愿强、交易规模稳定，是信用卡分期业务的优质场景。

苏商银行特约研究员高政扬指出，银行集中布局iPhone等高端3C消费场景，核心考量在于这类场景消费金额较高、产品标准化程度高、购买节点集中，较适合开展信用卡分期业务。同时，iPhone新品等产品自带顶流话题效应，银行借势营销可高效触达年轻群体，提升活卡与交易；银行还可借助新品发布形成短期流量入口，并可能进一步带动积分、支付及其他零售金融服务。

博通咨询金融资深分析师王蓬博也持有同样看法，他指出，3C客群比较优质，当前信用卡整体规模承压，而iPhone购机用户资质普遍较好，逾期风险偏低，客单价高，分期意愿强，属于行业稀缺客群。通过新机分期活动，一方面可以拉动消费分期手续费收入，稳住分期业务基本盘；另一方面能够激活存量持卡人，提升卡片活跃度，同时借助热点场景低成本获客，守住线上大额消费金融的市场份额。

多家银行透支余额收缩

信用卡争夺，究其根本是存量客户价值的争夺战。中国人民银行发布的《2026年第二季度支付体系运行总体情况》显示，截至二季度末，全国信用卡和借贷合一卡6.77亿张，较一季度末减少1000万张，继续呈现缩减态势。卡量收缩之下，再叠加居民消费习惯变迁，持卡人对刷卡的依赖度走低。翻开2026年上市银行半年报也可以发现，主流发卡银行信用卡业务呈现同一特征：贷款余额全线收缩。

从国有六大行数据来看，2026年上半年各大行信用卡贷款余额均出现不同程度下滑。其中，工商银行截至6月末，信用卡贷款余额达5971.57亿元，较2025年末回落14.39%。邮储银行虽然规模最小，贷款余额为1894.15亿元，但半年缩水幅度达9.56%；交通银行、建设银行、中国银行对应的贷款余额分别为4853.19亿元、9347.14亿元、4491.95亿元，降幅均在7%以上。农业银行信用卡贷款余额为8158.49亿元，较上年末下降4.03%，为大行中降幅最小的机构。

股份制银行同样呈现收缩态势，以“零售之王”为例，截至上半年末，招商银行信用卡贷款余额8909.08亿元，较上年末下降5.13%；华夏银行信用卡贷款余额1373.91亿元，比上年末下降9.06%。兴业银行、民生银行、光大银行、浦发银行、中信银行信用卡贷款余额较上年末降幅在2%—6.5%。中报数据同时显示，

浙商银行信用卡（消费金融）贷款余额322.75亿元，较年初减少14.02亿元。平安银行信用卡应收账款余额较上年末微降0.7%。

相较于统一的贷款余额收缩趋势，信用卡资产质量呈现出两极分化格局，国有大行风险上行压力集中凸显。交通银行、工商银行信用卡不良率均在5%以上，分别为5.68%、5.37%，较上年末分别上涨0.59个百分点、0.76个百分点。建设银行、中国银行、农业银行不良率小幅上行，分别提升0.18个百分点、0.19个百分点、0.17个百分点，只有邮储银行信用卡不良率较上年末持平，为1.45%。股份制银行中，从已公布数据的银行来看，中信银行、平安银行成为少数实现信用卡资产质量改善的机构，兴业银行、民生银行、招商银行、浦发银行信用卡不良率指标均较上年末有所上升。

“整体来说，行业重心不再追求规模扩张，而是转向客户质量、资产质量与单客收益的提升”，王蓬博称，未来银行会持续清理睡眠卡、多头授信账户等，新增发卡审核标准也会保持严格，整体卡量很难重回高增长通道。此外，信用卡业务规模也会呈现总量承压、结构优化的特征，整体透支余额小幅回落。银行资源会持续向低风险的实体消费分期倾斜，减少高风险的现金类分期投放。

高政扬指出，从趋势来看，未来一段时间信用卡发卡总量仍可能处于收缩状态。后续，银行会更加主动地清理低活跃、低贡献客户，把资源集中到高频消费、优质客群和核心场

景。因此，未来行业会更加关注活跃客户数量、有效交易量以及单户收入贡献。

应发力大额刚需场景

iPhone新机分期大战，只是信用卡行业转型的一个缩影。

在发卡量见顶、资产质量承压的存量时代，银行不得不彻底告别“以卡量论英雄”的旧模式，转向精细化场景经营，而如今，摆在所有银行面前的核心命题是：如何真正完成存量业务的价值重塑。

在上述银行信用卡中心人士看来，过去银行靠新增发卡拉动增长，如今存量客户经营成为主线。应深耕垂直优质场景，把分期服务嵌入真实消费链条，避免单纯打费率价格战。高端3C、大家电、汽车以旧换新这类大额耐用消费品，天然具备分期属性，客群质量稳定；此外还应把一次性分期交易，转化为长期客户经营，一些银行推出各类权益活动，正是在分期交易之外，带动持卡人日常用卡行为，提高客户黏性。正如高政扬所言，未来，银行或许可以围绕大额刚需与高频升级深耕场景。大额场景端，可重点布局汽车及汽车后市场、家居家装、高端医疗等赛道。这类场景客单价高、分期需求明确，客群资质与3C高端客群较为一致，能够承接优质分期需求。高频场景端，可深耕精品文旅出行、运动健康、品质餐饮等赛道，通过场景嵌入实现活客与黏客。未来信用卡经营需要围绕客户真实消费需求建立场景生态，通过商户、平台和权益体系提高客户活跃度，再结合客户画像进行精准授信和差异化运营。这样或许能够拓展分期业务，也有助于提升存量客户的综合价值。

王蓬博也同时提到，除高端3C之外，银行可以重点挖掘几类实体消费场景。第一是汽车相关场景，覆盖购车、维保、充电等配套消费，因为车主客群稳定性也较强。第二是家装、家电以旧换新这类大额耐用消费品类场景，单笔额度高，分期周期长。第三是文旅、康养、品质服务类消费场景，用来提升存量客户的交易频次，盘活沉睡卡片，形成多层次的场景布局。

北京商报记者 宋亦桐 图片来源：视觉中国