

北京演艺集团

北京演艺集团 2024 年度社会责任报告

2024 年，北京演艺集团以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神，落实好中央和全市有关宣传思想文化工作部署要求，聚焦主责主业，坚持首善标准，全面履行国有文化企业社会责任，有力服务首都经济社会发展。全年，集团共完成原创复排剧节目 86 个，演出 5000 余场（含木偶剧院），其中公益演出 685 场，纳税总额 2935.81 万元，员工 1900 余人。

一、企业简介

北京演艺集团组建于 2009 年 5 月，是一家集演出、电影、体育等三大板块于一体的大型国有综合性文化企业集团。旗下拥有中国杂技团、中国评剧院、中国木偶艺术剧院、北京歌舞剧院、北京儿童艺术剧院、北京曲艺团、北京民族乐团、北京市河北梆子剧团、北京市曲剧团等 9 家院团，所属国家体育馆是 2008 年北京夏奥会和 2022 年北京冬奥会双奥场馆，所属北京市电影公司作为第一大股东的新影联院线年度票房收入连续数年保持北京电影市场份额第一名。先后组

织推出一批精品剧节目分别荣获中宣部“五个一工程”奖、文旅部文华大奖、蒙特卡洛国际马戏节金小丑奖等国内国际大奖，先后7次荣获“全国文化企业30强”及提名奖，是全国文化体制改革的一面旗帜。

二、企业文化

企业使命：坚持把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一，以文化人、以文惠民、以文兴业。

企业愿景：打造国内一流、国际知名的综合性演艺集团。

企业发展理念：围绕“文化影响你我”理念，打响“北京演艺”品牌，不断提高集团艺术生产力、市场竞争力、行业影响力和改革发展活力。

三、企业坚持正确导向，履行社会责任情况

（一）加强党的领导，坚持正确政治方向

始终牢记党领导下国有文化企业初心使命，坚持把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务，深刻把握习近平文化思想的核心要义，认真学习领会习近平总书记关于国有企业党建的重要论述，将两个“一以贯之”的要求，贯穿到企业改革发展的各方面、全过程。全面贯彻落实从严治党要求，不折不扣落实巡视巡察要求，以党纪学习教育促进基层党建强基赋能，深入推进党风廉政建设，坚决守牢意识形态阵地，严格加强艺术生产把关定向，引导演职人员崇德尚艺。

（二）聚焦主责主业，用精品创作演出服务大众

1. 新作佳作讲好新时代首都发展的实践故事。牢牢把握以人民为中心的创作导向，强化精品意识，用文艺精神食粮奉献观众。2024 年，加强与北京援青、援疆、援藏指挥部合作，儿童剧《高原上的黑眼睛》成功首演，话剧《远方的拉萨河》等前期创排工作有序推进，发挥文艺浸润人心的作用，铸牢中华民族共同体意识。此外，民族管弦乐组曲《长城四季》、音乐剧《扬名立万》、儿童剧《甲骨文学校》《封神之哪吒大战海龙王》、相声评剧《杨三姐》、北京曲剧《文天祥与忽必烈》、木偶剧《我爱北京天安门》等多部作品成功推出，通过优秀文艺作品弘扬社会主义核心价值观，增强人民精神力量。

2. 高质高效完成国家和全市重大文化活动服务保障。认真贯彻落实习近平总书记给八达岭长城脚下的乡亲们回信精神，圆满完成 2024 北京长城文化节开幕式文艺演出承办工作。文艺演出以“群众性、文化性、时代性”为原则，汇集集团旗下九大文艺院团以及京津冀 8 区的艺术文化团体，邀请北京长城沿线 6 区群众、天津市及河北省观众参演，集中展现长城文化带建设成果，激发广大群众关注长城、保护长城、传播长城文化的热情，生动展现长城文化带建设成果，讲好新时代长城故事。此外，积极做好服贸会、北京文化论坛、中非合作论坛北京峰会、市退役军人事务局、市侨联等

国家和全市重大文化活动服务保障工作。

（三）聚焦文商旅体融合发展，发挥演艺拉动消费作用

1. **大型演唱会等文体活动贯穿全年。**所属国家体育馆全年共举办大型演唱会 26 场，累计观众超 20 万人次，实现票房收入超 2 亿元，拉动各类消费超 8 亿元。继续突出场馆体育功能，举办 CBA 联赛北控男篮主场赛事、北京国标舞世界公开赛、北京冰球公开赛以及网球、羽毛球等各类大众健身项目，全年共开展大中小各类体育赛事超 500 场、服务接待观众 25 万人次。圆满承办梦幻马戏嘉年华、华为联合北汽等四家车企新车发布会等各类文化演出和商业活动近 20 场，场馆聚人气、引流量、促消费作用不断发挥。

2. **“演艺+文旅”赋能区域新兴文旅消费。**发挥演艺资源优势，加大“演艺+”创新融合发展力度。升级八达岭夜长城特色演出项目，由每周五、六和法定节假日演出改为每天常态化演出，观众超 25 万人次。拓展推出特色文旅和驻演项目《梦华长城》《妫河夜画》、欢乐谷华侨城国际马戏金牌秀等项目。在潭柘寺开展沉浸式导览剧《梦回潭柘》，探索景区文物资源活化利用。围绕京张体育文化带建设，在张家口国家跳台滑雪中心创新推出童声艺术节项目，崇礼国际大马戏、木偶剧院西双版纳《新傣秀》继续驻演。全年集团共开展多个大中小文旅项目，在培育新体验新场景新业态方面，积累了有益经验。

（四）推动优质文化资源直达基层，公共文化服务和艺术教育普及深入开展

1. 基层公益性演出助力乡村振兴。全年共开展“百姓大舞台”“星火工程”“周末场演出”等基层公益性演出活动685场，涉及门头沟区、房山区、通州区、顺义区、昌平区、大兴区、怀柔区、密云区、延庆区等12个区。与密云区合作推出大型河北梆子现代戏《密云十姐妹》，反映密云水库成就和“绿水青山就是金山银山”发展理念；与溪翁庄镇联合开展四季“村晚”示范展示和乡村戏剧季，将优质演出从剧场带到田园、特色民宿、乡村小院、田野营地中。与延庆、昌平、门头沟等区合作推出延庆长城音乐节、“运河源 白浮韵”迎中秋国庆系列活动、门头沟小院有戏等演出项目，有力丰富了乡村文化生活，激发新时代乡村振兴文化活力。

2. “京彩文化青春绽放”进高校系列演出活动精彩纷呈。认真组织开展“戏聚高校 佳作有约——精品演出进高校”活动，中国杂技团、北京歌舞剧院、北京民族乐团等院团先后携杂技《杂技魅影》、舞剧《五星出东方》、民族管弦乐《胡同》等优秀作品走进清华大学、北京大学、中国人民大学等高校，全年开展进高校演出30余场，超万名高校学子观看演出。积极开展“大团小团手拉手——市属文艺院团与首都高校艺术社团结对共建”活动，各院团结对共建学校增加至20所，先后邀请北京师范大学、北京建筑大学、北京

第二外国语学院等高校学生通过观看演出、参观排练、座谈讲座等方式，为学生提供优质艺术培训指导，用文艺精粹滋养青年学生群体成长成才，弘扬中华美育精神。全年集团及旗下各院团共开展线上线下艺术普及活动 91 次，惠及人次近 100 万。

（五）加强文化交流，生动展示文化互促共融的演艺力量

1. 文化“走出去”有声有色。舞剧《五星出东方》作为开幕演出，精彩亮相香港首届“中华文化节”，《锦绣》《灯舞》等舞段走进城市广场，与香港广大市民近距离交流互动，京产佳作闪耀东方之珠。中国杂技团《青春 ing》赴日本商演，在为期两个月的时间里共巡演 32 个城市 51 场，《车技》等多个精品杂技节目分别赴德国、法国、秘鲁等地进行商演，让中华绝技炫动海外市场。北京曲剧《我这一辈子》赴韩国亮相第 28 届中韩日戏剧节，在国际舞台成功展示中华传统戏曲魅力。全年，集团共派出 31 个演出团组 330 人次，赴世界各地开展商业巡演和政府对外文化交流演出超 200 场，向世界展示了中华优秀传统文化的多元魅力与蓬勃生机。

2. 文化“引进来”项目创新开展。成功承接国际现象级、百老汇经典音乐剧《芝加哥》北京站 14 场演出，为首都观众呈现激情爵士盛宴。举办 2024 北京影偶艺术周开幕式，11 个国家 28 部偶剧作品亮相南锣鼓剧场等地。成功邀请俄、

英、法、美、德、日等 9 个国家近 20 个国际知名表演团体和代表，齐聚北京国际演艺博览会，国外原版音乐剧《剧院魅影》《六位皇后》《国王与我》《80 天环游世界》等 6 部国际精品剧目集中亮相推介，为北京全国文化中心建设有力营造了国际氛围。

（六）推动绿色发展，践行国有企业社会责任

围绕“双碳”目标绿色转型发展要求，重点聚焦在建三个剧场、剧院改造等项目，会同北京建工等建设单位，从规划设计和项目示范入手，积极推动“双碳”行动，建设低碳、零碳排放示范，提高企业绿色低碳发展质效。积极树立绿色低碳发展理念，加强“双碳”工作宣传，引导全员购买节能低碳产品，减少一次性物品使用，积极参与垃圾分类、“光盘行动”、义务植树和低碳出行，倡导推广简约适度、绿色低碳、文明健康的消费习惯和生活方式，努力以自觉行动落实绿色低碳要求。

四、关于本报告

本报告是北京演艺集团拟正式发布的第六份社会责任报告，涵盖了北京演艺集团 2024 年度精品文艺创作演出、重大文化活动服务保障、推动文旅融合发展、开展公共文化服务、加强国际文化交流、推动绿色发展等内容，展现了北京演艺集团深化改革、聚焦主责主业、服务全国文化中心建设、推动企业高质量发展的成效。

时间范围：报告周期为年度，本报告时间范围为 2024 年度。部分内容往前后年度适度延伸。

报告范围：以北京演艺集团为主体，包括所属子公司。

编制依据：中共中央宣传部等《关于文化企业坚持正确导向履行社会责任的指导意见》（中宣发〔2021〕4 号）；《关于促进北京市文化企业坚持正确导向履行社会责任的实施方案》（京文领办发〔2021〕2 号）；《关于市属国企履行社会责任的指导意见》（市国资发〔2016〕15 号）

数据来源：本报告引用的数据均来源于公司正式文件、统计报告等。

可靠性保证：北京演艺集团保证本报告内容真实、有效、无重大遗漏。

称谓说明：为了便于表述和阅读，在本报告中“北京演艺集团”、“集团”等均指北京演艺集团有限责任公司。

北京演艺集团有限责任公司

2025 年 5 月