

《时空之旅》20岁了！这台杂技秀开启新旅程

廿年不忘 秀一个上海给世界看

青年报记者 郦亮

本报讯 诞生于2005年9月的《时空之旅》20岁了。在过去的20年中，这台杂技秀正在将他们当初喊出的“秀一个上海给世界看”的口号一步步变成现实。它不仅是一场杂技表演，更是一场艺术盛宴、一场文化体验。它让我们感受到了上海的魅力与精神，成为演绎上海故事、传播上海精彩、镌刻上海印记的文化“爆款”。

《时空之旅》受外国游客追捧

现在到一座城市旅游，“看一场秀”是标配。而在过去20年中，《时空之旅》某种意义上扮演了这个角色。不仅中国人喜欢看，外国人也都很追捧，很多外国游客将此作为上海的打卡之地。

海外游客为什么这么热衷于《时空之旅》？有专家将其归因于“无语言障碍的视觉震撼”和“中国元素、世界表达”的独特魅力两方面。在诸多中国艺术之中，杂技可能是最没有“国界感”的一个门类，一个高超的技巧动作，中国青年会欢呼，外国青年也会惊叫，大家都可以感受到其中的技巧之美、力量之美。

当然，这与中国入境免签政策持续放宽、上海逐步成为“入境旅游第一站”有很大关系。据演出方透露，《时空之旅》的境外观众占比显著提升。目前他们已与

全球100多家旅行社建立合作，许多海外游客将其列为“认识上海的第一站”。

中国最早的文旅品牌之一

其实，《时空之旅》能如此受游客欢迎，一点都不让人感到意外，因为这台杂技秀一开始就被定位为一个文旅项目。当时《时空之旅》可谓一票难求，就连好莱坞影星汤姆·克鲁斯也是《时空之旅》的初代粉丝。

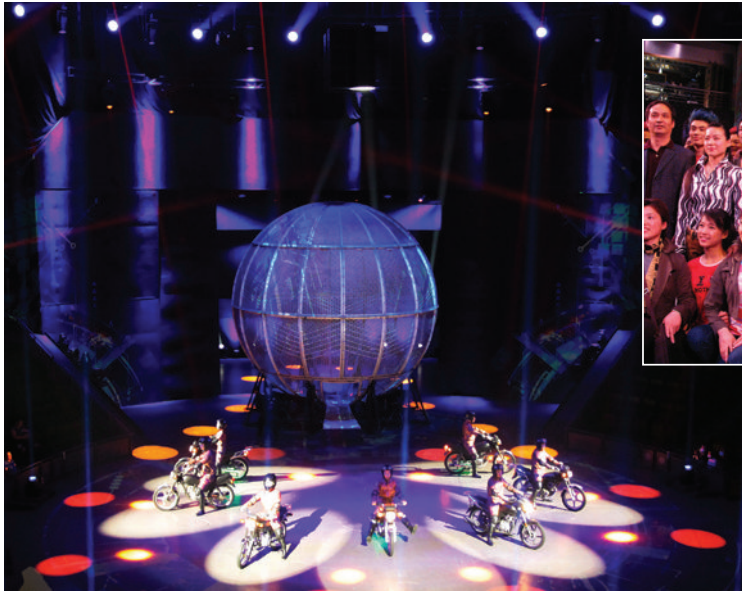
2005年，《时空之旅》刚上演的那个夏天，汤姆·克鲁斯正在西塘拍《碟中谍3》，听朋友说《时空之旅》特别绝，立刻动了心。他悄悄派人去上海马戏城订了20张580元的VIP票，后来觉得不够，又追加10张，妥妥的“真爱粉”。

演出当晚，汤姆·克鲁斯完全沉浸在剧中。当8个骑手骑着摩托车冲进直径6.5米的大钢球里，引擎轰鸣着，摩托车在球里交叉穿梭、上下翻飞时，汤姆·克鲁斯直接坐不住了，起身鼓掌欢呼起来。

汤姆·克鲁斯的到来，为《时空之旅》带来了泼天的“流量”，不过，《时空之旅》终究还是凭实力说话的，这才使其得以一演就是20年，并且常演不衰，常演常新。

未来要年轻态青春化

截至2025年7月31日，《时空之旅》系列在上海马戏城驻场演出共计6400余场，接待中外观



▲汤姆·克鲁斯与《时空之旅》主创合影。
◀演出剧照。
本版均为受访者供图

众600余万人次，观众来自全世界73个国家和地区，票房收入达到8.03亿元。《时空之旅》系列曾先后荣获国家舞台艺术精品工程、文化部创新奖、国家文化产业示范基地、文化部优秀保留剧目大奖、上海十大文化品牌、上海名牌等奖项。有人评价，上海之所以能够诞生《时空之旅》，就是因为上海有着开放、创新、包容的城市品格，在这样的品格的滋养下诞生了《时空之旅》。“秀一个上海给世界看”真正变成了现实。

上海杂技团团长梁弘钧透

露，既然《时空之旅》的初衷是“秀一个上海给世界看”，那这台剧目一定会随着时代的变迁，将代表上海的最精彩的内容即时呈现给广大观众。他告诉记者，未来要以剧场为“支点”，撬动周边整个区域的发展。“比如在我们的商业体里，打造新的演绎空间，设置二次元潮玩、新兴演艺类项目。”梁弘钧说，通过区域联动，让“走进《时空之旅》演出”成为年轻态生活方式的一部分。

同时，《时空之旅》还会在“延展”方面下功夫。“接下来我

们将跟广东、福建、浙江等地文旅合作，这些都是《时空之旅》的延展。以后年轻人可能会跟着《时空之旅》去浙江旅游、去广东旅游，选择一种‘演艺旅游’的方式。”梁弘钧说。

据悉，《时空之旅》团队目前已经收到泰国方面的邀请，希望团队前往泰国进行驻场演出。演出方还在全力拓展越南和澳大利亚市场，让《时空之旅》这个IP走出上海、走出国门，落地生根、开花结果，进一步提升中国文化在国际舞台上的影响力。

青年驿站

青年夜校

青小聊

开学季

青春

服务

随申办

服务指尖轻行触

随申办

青年报 · 青春上海 × 随申办