



全体演员演唱《为内蒙古喝彩》

《草原的月亮》
云飞演唱

北疆文化 活动季 闭幕

300余项活动 点亮群众 多彩生活

9月26日，内蒙古体育馆内灯火璀璨，歌声飞扬，“歌游内蒙古”北疆文化季闭幕主题演出暨《歌从草原来》中秋欢乐夜群星演唱会在这里震撼上演。从6月草木繁盛的青城夏夜，到9月灯火璀璨的中秋良宵，历时数月的“歌游内蒙古”北疆文化季，以8大板块、超300项文化与文旅体验项目，将优质文化资源送到群众身边，不仅点亮各族群众“多彩”生活，更让北疆文化在传承中创新、在交融中绽放。

以“北疆文化季”为关键词，自6月6日到9月25日全网监测宣传数据的影响力值为62.1亿，这一亮眼成绩正是其思想高度与群众温度同频共振的生动见证。

一场“众乐乐”的文化盛宴 让群众共享惠民福利

主题演出以“凝心光影草原夜”为序章，串联“回响·歌游内蒙古”“万象·北疆文化热”“声汇·歌从草原来”三大篇章，通过17个浸润草原温度的节目，为“歌游内蒙古”北疆文化季画上了圆满句号。

这是一场明星云集的艺术狂欢，更是一次“全民共享”的文化福利。苏勒亚其其格、哈琳、呼斯楞、云飞、额尔古纳乐队等本土歌手同台献艺，让不同年龄、不同喜好的群众都能找到共鸣——《呼伦贝尔大草原》《天下最美》《苍天般的阿拉善》《圪梁梁》《各族人民心连心》等经典老歌串烧唤起青春记忆，带动三代人共情，让观众呼声阵阵。

更让群众暖心的是，这场跨越盛夏与金秋的文化盛会，把“文化惠民”从理念转化可感可及的实际福祉。内场49.9元、39.9元，看台29.9元、19.9元、9.9元的亲民票价，让“看明星演出”不再是遥不可及的奢望。

从山西专程来呼和浩特看演出的郝女士感慨：“这是一顿精彩的文艺大餐，见到了喜欢的明星，还和呼和浩特的朋友相聚，最值得点赞的是票价超值，才花了29.9元！”

演出现场，观众挥舞的荧光棒、如繁星般的手机灯光，以及自发的全场合唱，不仅是对演出的认可，更是对文化惠民政策的热烈回应。

一曲“心连心”的北疆赞歌 让民族团结具象化

当金马镫组合、阿古达木等本土歌手用熟悉的草原金曲传递对家乡的热爱，当哈琳与丈夫锡林宝力日合唱《爱的幸福》，暖光下的温情互动，让“民族团结”具象为情侣的依偎、老夫人的比心、孩童的鬼脸——这些平凡却真挚的瞬间，恰是北疆各族群众和睦相处的生动缩影。有奖互动环节中，来自全国各地的游客分享“在呼伦贝尔骑马、在呼和浩特品奶茶”“在阿拉善看胡杨林”的体验，一句“来了就不想走”，道出“歌游内蒙古”文旅品牌的吸引力，更彰显文化交融带来的情感共鸣。

创新演绎持续发力，更融入使命担当的深度。额尔古纳乐队不仅唱响《唱起草原的歌》，更带来新歌《野马的秋风》，主唱呼和接受采访时坦言，“作为本土乐队，能够全程参与非常骄傲，希望把北疆的歌声传递得更远。”呼斯楞倾情献唱《你是我的英雄》，让观众想起人民警察、医护人员等“凡人英雄”。观众王女士红着眼眶说：“歌声太有感染力了，让人忍不住热泪盈眶！”

内蒙古森林消防总队“火焰蓝轻骑兵”小分队演唱的原创歌曲《正北方》，以马头琴元素融合消防员的使命担当，“斗火魔、战火场后，品一碗奶茶香”的歌词，既展现北疆烟火气，更传递“上刀山、下火海”的卫士精神。队长卓娜告诉记者，希望通过这首歌让大家看到新时代消防员青春、阳光的一面——既有火场冲锋的果敢，也有对这片土地的柔情。

最令人动容的，是传承的力量。参加过“九三阅兵”的女民兵代表史艳坤一句“我面前是祖国心脏，身后是壮美北疆”，眼含热泪的真情流露，引得全场雷鸣般掌声；党史工作者杨治河哽咽讲述内蒙古抗战时期伤亡数据：“从1931年开始，内蒙古地区直接参加抗日战争的伤亡人数是24319人，平民伤亡57396人，间接伤亡至少437100人，每一个数字都是有铁证的……”让在场观众深刻铭记历史。这些片段不再是单纯的演出环节，而是将“爱祖国、爱家乡”的种子播撒进群众心中，让北疆文化在歌声与讲述中代代相传。

闭幕时，云飞压轴唱响《草原的月亮》《永远的赞歌》，全体演员身着各民族盛装手拉手合唱《为内蒙古喝彩》，五彩服饰与嘹亮歌声交织，将整场演出推向高潮。

演出结束后，云飞接受采访时表示：“希望能够做一名北疆文化的传播者，通过歌声让更多人认识内蒙古，了解内蒙古，走进内蒙古。”

一份“实打实”的文化答卷 让北疆文化焕新彩

从盛夏到金秋，“歌游内蒙古”北疆文化季不仅有启幕与闭幕的高光时刻，更以“节俭办活动”“开门办活动”的理念，构建了覆盖全季、惠及全民的文化生态。8大板块、37项自治区级文化活动、38项盟市联动活动、300余项文旅体验项目，涵盖精品展演、群众文化、文旅融合、展映展播等多个领域，实现“线上线下、剧场内外”的深度联动。

依托“歌游内蒙古”品牌，推出的“跟着赛事、阅读、非遗、展览、文博、演出、美食去旅行”7大主题活动，串联起黄河、草原、民俗等特色资源，让游客在旅行中深度感悟北疆文化魅力。这种沉浸式体验，让北疆文化不再是书本上的概念，而是可感、可触、可参与的“多彩”生活本身。

活动季的成功，更在于产业化运营路径的探索，以“产品跟着人群走”思路，设置创意产品营销线，绑定“产品”与“消费”，实现社会效益与经济效益相统一，真正做到“艺术的盛会，人民的节日”。

文·摄影/草原云·北方新报记者 张巧珍 马丽侠 张玲
首席记者 牛天甲 实习生 安格旭 王斯特