

《再唱刘三姐》登上狮城舞台

多彩山歌跨越山海

庞革平 黎寒池

“我是布依刘三姐，来找南洋阿牛哥。”近日，新加坡新传媒剧院，一曲即兴山歌响起。台上，90后“山歌王”韦忠秀纵情放歌；台下，3000余名观众屏息聆听，一位90多岁的华侨老人眼含泪光。

上世纪60年代初，电影《刘三姐》曾在新加坡连映186天，创造东南亚影史传奇；60多年后，全新广西民族舞台秀《再唱刘三姐》登上狮城舞台，新一代山歌传人带着八桂大地的歌声，一嗓山歌跨越万里山海，完成一场跨越岁月的文化重逢。

狮城回响

8月12日晚，新加坡新传媒剧院灯火璀璨。《山歌好比春江水》熟悉的旋律缓缓流淌，《再唱刘三姐》海外首演拉开帷幕。当天连演两场，剧场座无虚席，线上直播累计观看超10万人次。

当经典旋律响起，台下不少观众情不自禁轻声跟唱，掌声伴着歌声此起彼伏。舞台之上，资深艺术家与青年歌者同台演绎；观众席里，一位90多岁的新加坡华侨在互动环节难掩激动，对他而言，台上流淌的不是陌生曲调，而是童年外婆口中哼唱的歌谣，是年少时跟着电影字幕一遍遍学唱的歌词。

新加坡慈善家卓顺发说：“我很小就知道刘三姐，看到现场长者不停鼓掌，足以说明他们发自内心喜爱这场演出。”

《再唱刘三姐》并非对老电影的简单复刻。这部由广西壮族自治区山歌学会联合新加坡莱佛士音乐学院共同策划编排的作品，今年6月在广西南宁完成国内首演，经多轮打磨修改方才踏上新加坡舞台。作品跳出传统线性叙事，采用乐章式散文诗结构，集合广西多民族歌舞、器乐元素，依托现代多媒体舞美技术，在90分钟时长里铺展一幅鲜活灵动的广西山水人文画卷——从简单的旋律“传唱”走向精神内核的“传魂”。

歌圩追梦

新加坡舞台上，韦忠秀格外引人注目。这位1994年出生的贵州姑娘，是贵州民族大学音乐学硕士，主攻民间山歌艺术。

与山歌结缘，早已写进她的童年记忆。父亲是戏曲演员，戏台就在家旁，戏曲的悲欢、民间曲调的韵律从小浸润着她。两年前，韦忠秀告别贵州故土，奔赴广西柳州，一头扎进鱼峰山下烟火缭绕的歌圩。“这里有活态的歌圩，有真心热爱唱歌的普通人。”初到鱼峰山，她开口唱罢一曲，周围便围拢过来听歌的百姓，被歌声簇拥的瞬间，她笃定自己“来对了地方”。

鱼峰歌圩，是刘三姐文化活态传承的土壤。每日午后对



《再唱刘三姐》新加坡巡演剧照。

节目组供图

歌成圩，各族民众汇聚于此即兴对歌。韦忠秀沉心研习本土山歌，吸纳壮、瑶、苗、布依等多民族民歌养分，用质朴真挚的唱腔打动线下听众，也在网络收获百万粉丝。

今年广西“三月三”，在广西·柳州首届“黄三弟杯”桂黔滇湘粤网络主播山歌擂台赛上，她一举拿下“山歌王”称号。短短两年，这名异乡寻歌的年轻人成长为广受大众喜爱的新一代山歌传承人。

山歌歌迷王秋冬说：“她唱得很接地气，一天不听，总觉得少点什么。”

同源共唱

《再唱刘三姐》海外巡演前一日，“同源·传唱·共潮生”新中多元文化交流暨国际文化交流论坛在新加坡大会堂举办。来自中国、新加坡及东盟多国的艺术教育、民族文化领域专家学者齐聚一堂，围绕民间文艺传承、跨文化交流展开研讨。

韦忠秀作为柳州鱼峰歌圩代表发言，分享自己从贵州奔赴广西、从鱼峰歌圩走向海外舞台的亲身经历，向各国嘉宾展示广西少数民族民间文艺的独特魅力。

广西柳州，是传说中歌仙刘三姐的故



▲歌迷在鱼峰公园里观看2026中国·柳州「鱼峰歌圩」全国山歌邀请赛。▲年轻山歌手在鱼峰公园直播唱山歌。黎寒池摄

事发生地。鱼峰公园小龙潭边，百姓自发对歌的场景日复一日上演。这里的山歌，早已跳出民间自发的娱乐形态，逐步建立起系统化的传承链条，把目光投向更广阔的国际传播。

演出结束后，韦忠秀应邀到访新加坡一位山歌爱好者家中。88岁的曾阿婆开口唱起电影《刘三姐》经典唱段：“不是仙家不是神，我是山中砍柴人。”熟悉的乡音脱口而出，那一刻，韦忠秀真切体会到山歌跨越地域、连接人心的力量。一曲山歌，牵起海外同胞浓浓的故土情怀。

文化赠礼环节，广西山歌学会向新加坡莱佛士音乐学院赠送一面镌刻“山海和鸣”的壮族铜鼓。代表团还走进新加坡士林中学开展交流，为当地青少年讲述刘三姐的民间传说，现场演绎八桂歌谣，在年轻一代心中播下中新文化相知相通的种子。

青春接力

从柳州鱼峰山脚到新加坡剧院，从市井歌圩到国际舞台，《再唱刘三姐》海外首演不是一次偶然的亮相，而是中国传统文海外传播结出的果实。

多年来，柳州持续深耕“鱼峰歌圩”文化品牌。中国·柳州“鱼峰歌圩”全国山歌邀请赛暨“歌仙刘三姐”广西山歌王争霸赛已连续举办十三届。今年赛事吸引全国16个省区市、15个民族，以及越南、老挝、比利时、阿富汗、印度尼西亚五国山歌手同台竞技。

线下歌圩火热，“云上歌圩”同步蓬勃生长。韦忠秀、山三妹、“广西老青年”等一批本土网红主播扎根鱼峰山下，借助短视频、直播搭建线上歌圩，触达东盟网友与海外华人社群。如今，鱼峰歌圩相关抖音账号中，百万粉丝账号3个，十万粉丝账号20余个，网络成为山歌传承出海的重要阵地。

目前，柳州已建成5个“鱼峰歌圩”示范学校、1个研究开发中心，依托各级非遗传承人建立常态化带徒授艺机制。围绕刘三姐文化开设主题研学，邀请东盟、“一带一路”共建国家留学生走进歌圩，体验山歌学唱、绣球手工等沉浸式课程，让传统民歌在交流互鉴中生生不息。

柳州市文化广电和旅游局局长贾丽表示：“从当年电影《刘三姐》风靡东南亚，到如今《再唱刘三姐》唱响狮城，一嗓山歌乘着时代新风跨越时空山海，搭建起民心相通的文化桥梁，成为广西文化出海一张亮眼名片。”

“以前唱歌鱼峰脚，今天唱到新加坡……”韦忠秀即兴唱出的山歌，正是刘三姐文化当代传承的生动注脚。从线下歌圩到云上直播间，从本土传唱到国际同欢，年轻一代传承人接过山歌接力棒，让古老歌谣跨越山海，把中华文化的共鸣唱向更远的远方。

当地时间9月3日20时，“文明互鉴 携行致远——国家大剧院管弦乐团2026年赴巴西演出暨中巴文化年交流活动”联合专场音乐会在巴西圣保罗音乐厅上演。作为2026“中巴文化年”官方项目，国家大剧院管弦乐团与圣保罗交响乐团跨越洲际，携手登台，以乐为媒搭建文明互鉴桥梁。

音乐会以“穆索尔斯基的声音与色彩盛宴”为主题，曲目编排兼顾东方情韵与西方经典。

上半场，选自鲍元恺《炎黄风情》的《紫竹调》率先响起，温婉灵动、明快鲜活的民族韵律扑面而来，让当地听众直观感受中国传统民间音乐的雅致意境。随后，小提琴家泰·默里登台演绎普罗科菲耶夫《G小调第二小提琴协奏曲》，张弛有度的演奏、富有张力的音色、与乐团之间的应答交织，传递出作品复杂的情感层次。

下半场，穆索尔斯基原作、拉威尔配器的交响名篇《图画展览会》重磅上演。两国音乐家默契配合，以层次丰富、色彩多变的管弦音色，演绎11段风格迥异的音乐画面，将诡谲的侏儒、沧桑的古堡、厚重的牛车、活泼的雏鸟等形象依次勾勒出来。乐曲终篇气势磅礴，将整场演出推向高潮。

乐曲落下尾声，观众纷纷起立长时间致意，欢呼声与喝彩声此起彼伏。一位对中国音乐有所了解的巴西观众表示：“中国音乐家对乐器的演奏方式让人印象深刻，这次演出也拓宽了我对音乐的认识。”

“非常高兴能迎来中国国家大剧院管弦乐团的音乐家们，此次联合音乐会也是两国艺术家深化交流、增进相互了解的美好实践。”巴西圣保罗交响乐团基金会主席兼首席执行官马塞洛·洛佩斯表示，通过音乐这一语言，中巴两国乐团建立了更加紧密的联系，也为未来开展更多艺术合作创造了良好基础。

此次交流活动，是中国与巴西两国艺术机构的一次双向互动交流。时间回溯至8月22日，巴西圣保罗交响乐团多位演奏家到访北京，与中国国家大剧院管弦乐团联袂上演“亚马孙雨林视听交响”音乐会，将亚马孙雨林纪实影像与交响乐相融合，为中国观众带来沉浸式视听体验。当场音乐会的返场曲为鲍元恺《太阳出来喜洋洋》，本次音乐会则以鲍元恺《紫竹调》开场，首尾相衔的曲目寓意“来华、赴外”的双向互动。

参与两次联合音乐会的巴西双簧管演奏家阿卡迪奥感慨道：“中国与巴西虽然地理相隔遥远，音乐体系各具特色，但通过互访交流，双方更加深入地认识彼此的文化财富。”国家大剧院管弦乐团副团长、小号首席王与兵表示：“国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。我们虽然相隔万里，但音乐让我们走到了一起，也让彼此的心更加贴近。”



联合专场音乐会现场。

国家大剧院供图

文化只眼

音乐节，不止于音乐

郑 娜

当下，作为潮流文化的聚合载体，音乐节承载着年轻人的休闲诉求与情感释放需求，逐渐成为节假日和寒暑假期间的重要文化消费。奔赴一场线下音乐节，已然演变为当代年轻人的一种生活方式表达。

在这个暑假的尾声，落地渤海海岸的阿那亚·虾米音乐节再度启幕。5年来，依托得天独厚的滨海场地禀赋，阿那亚·虾米音乐节跳出一舞台演出的局限，以多元内容与丰富场景不断打破传统音乐节的运营边界，成为观察国内音乐节业态演变、理解青年文化消费趋势的一个样本。

国际化是阿那亚·虾米音乐节的鲜明特色。本届音乐节集结了15组华语音乐人与9组海外艺人，中国、瑞典、美国、英国、澳大利亚等多国音乐人齐聚一堂。过去5年，已有33组海外音乐人通过该音乐节登上中国舞台，音乐节搭建起跨文化音乐交

流的窗口，为年轻乐迷提供多元域外风格的音乐供给，同时也为海外音乐人打开了解中国市场的通道，实现不同文化之间的音乐对话。

国际阵容的加入，让音乐表演更为多样化，但这仅仅是音乐节内容供给的其中一环。如今，音乐节业态早已跳出音乐表演的单一维度，越来越多音乐节不再只是比拼演出阵容，转而在多元场景上寻找突破口，拓展内容体验边界。比如草莓音乐节打造集美食、文创、手作于一体的主题市集，联动城市商圈推出票根消费权益，把现场延伸为城市青年社交消费场域；太湖湾音乐节依托湖畔场地，串联周边文旅资源，以音乐节流量带动本地乡村旅游、民宿消费升温；迷笛音乐节则依托多年IP积淀，拓展青年文化市集、本土乐队孵化单元，构建起音乐之外的文化表达空间。阿那亚·虾米音乐节则打通影视IP、潮玩潮品、艺术装置等内容赛道，完成向

沉浸式生活方式体验场域的迭代升级。

体验纬度的不断扩容，为商业共创孕育出新的空间。商业品牌跳出传统生硬的广告植入逻辑，转向深度的场景化内容共建，或打造专属艺术展，或定制专属演出单元。音乐节独有的场域氛围，为品牌提供更有温度的表达载体，形成“商业丰富内容、内容反哺商业”的双向赋能。在阿那亚·虾米音乐节，商业不再是附加的营销环节，而是被纳入整体文化体验设计之中，成为丰富现场内容的有效助力。

健康的商业逻辑是文化产品长久运转的现实支撑。音乐节要打造具有生命力的文化IP，优质内容打磨、场景搭建、艺人邀约等环节都离不开资金投入。以往部分音乐节商业布局失度，过度偏重品牌展位与营销装置，挤压音乐本身的表达空间；或是仅做简单的物料投放，内容与场景彼此割裂，既无法带来良好体验，也难以实现品牌价值落地。只有把握好商业与文化的平衡，音乐节才能摆脱短期流量狂欢，走上可持续发展道路。

从单纯的音乐演出，到文旅商深度交织的复合消费场景，阿那亚·虾米音乐节5年的演进，既折射出青年文化消费需求的转变，也为行业处理好内容品质与商业共创的关系，带来启发。

德令哈举办山野读书分享会

近日，为推进“文化润市”建设，擦亮德令哈“现代诗城·浪漫之都”文旅名片，青海德令哈市文旅旅游广电局围绕“山河知我·读懂中国行”主题，组织开展沉浸式户外读书分享会。活动在风景胜地柏树山下举行，将阅读、音乐、手作、行走有机结合。当地文学爱好者与青年学子欢聚山野，以天为幕、以地为席，围读经典。伴随悠扬乐声，大家分享读书与生活感悟，采摘山间花草枝叶制作手工书签，在品读文字、亲近自然中，完成一场阅读与山野的双向对话。图为读书分享会现场。

田 林摄

