

传承千年和韵 绽放青城光彩

——第二十六届呼和浩特昭君文化节精彩收官

●本报记者 王璐/文 王劭凯/图



情景剧《敕勒长歌·昭君》演出现场



游客在塞上老街旅游休闲街区游玩



游客在昭君博物院与NPC互动

8月30日,随着“会聚良缘——敖包相会 青城有约”2026年敕勒川草原集体婚礼暨青年职工交友联谊活动的举行,以“千年昭君和韵·共赴青城华章”为主题的第二十六届呼和浩特昭君文化节落下帷幕。自8月15日开幕以来,这场全城文旅盛会,将整座城市化为没有围墙的沉浸式舞台,为广大市民和游客奉上一场兼具思想性、艺术性与群众性的文化盛宴。

本届文化节统筹整合昭君博物院、敕勒川草原、塞上老街和各大商圈等文旅资源,构建起集文艺展演、夜间游览、特色市集、草原节庆、消费嘉年华于一体的文旅活动矩阵。自1999年创办至今,昭君文化节历经二十多年深耕打磨、迭代升级,已从地方民俗节庆成长为厚植民族团结根基、深化跨区域文旅协作的重要平台,也是拉动暑期文旅消费、展示城市对外开放形象的窗口。

本届文化节期间,全城各项活动亮点纷呈。8月21日晚,开幕式演出《青城明月照古今》在昭君博物院精彩上演,依托青冢、汉阙等原生实景舞台,将呼和浩特历史文脉、光影数字科技与舞台艺术深度融合。演出以昭君出塞为叙事主线,设置《鼓鸣千年》《月照香溪》《君出关山》《青城守望》《和合共生》五大篇章,以虚实交融的沉浸式艺术表达搭建古今对话的时空桥梁,生动诠释昭君文化的和合内核。

作为本届文化节跨省联动的重要互动,8月28日至30日,来自昭君故里湖北兴山的昭君艺术团在塞上老街带来《昭君出塞》沉浸式实景巡游。每日两场、连续三天的表演让古街巷化身流动剧场,带市民、游客在行走中沉浸式感受昭君文化的独特魅力。此次跨省联动打通了昭君出生地与和亲传播地的文化纽带,实现了南北昭君文化的交融,成为以文化促进各民族交往交流交融、铸牢中华民族共同体意识的生动实践。

最暖心的诚意在于“免费敞开”。本届文化节开幕系列演出全部免费开放,市民、游客来了皆是座上宾。8月22日至23日,昭君博物院推出惠民演出,复现开幕式大戏,激光、全息投影、水雾成像等数字技术搭建的实景舞台,让千年故事在夜色里“活”过来。市民张有龙告诉记者:“我们一家通过官方公布的预约方式,免费入场观看了开幕式,节目特别精彩。我们感觉咱呼和浩特越来越好了。”节庆期间,快闪演出随时出现在街头巷尾,草原主题活动在敕勒川草原随风而起,商圈里的潮流文旅活动将节庆氛围拉满——文化红利就这样渗入日常,让市民、游客出门散步、逛街及游览都能与精彩不期而遇。

8月30日,敕勒川草原,30对来自呼和浩特各行各业的新人以蓝天碧草为背景许下相守一生的诺言,200名单身青年职工化身“幸福见证官”,在甜蜜氛围中寻找缘分。此前,大黑河军事文化乐园的城市那达慕、非遗技艺展演、潮流音乐夜等活动,将传统民俗文化与现代潮流玩法有机融合;万象城、万达广场等各大商业综合体同步开启“昭君风尚”消费嘉年华,推出多款昭君主题文创与专属优惠。本届文化节还上线了呼和浩特农牧文旅体商一卡通,串联优质文旅资源,持续放大自治区首府25℃清凉避暑城市IP效应,助力暑期文旅经济持续升温。

昭君文化节二十余载如约而至,早已超越单一节庆活动的内涵,成为呼和浩特传承文脉、交融互通、激活消费、赋能发展的重要城市名片,持续书写文旅融合、和美共生的崭新篇章。



《昭君出塞》沉浸式实景巡游惊艳亮相



昭君市集人流如织

呼和浩特:以文聚人气 融合增动能

●本报记者 杨彩霞 文/图

演出不断、赛事密集、夜市烟火升腾……今年暑期,呼和浩特深入推进农牧文旅体商五业联动,全力打响“呼和浩特”文旅品牌,城市持续聚拢人气、撬动全域消费潜力。如何把短时流量沉淀为实打实的产业融合动能?满城烟火给出了生动实践。

第二十六届昭君文化节系列活动丰富多元,市文化旅游广电局对外联络协调办公室负责人肖霄介绍说:“昭君文化节涵盖消费嘉年华、昭君全城有戏、半马等,就是给大家增添一个个农牧文旅体商融合的体验场景。”

与文化节同样“出圈”的是潮流演艺和体育赛事——草莓音乐节第一次落地敕勒川草原,两天涌进9.56万名乐迷;周深、任贤齐的万人演唱会一场接一场;足球场边,观赛的呐喊声此起彼伏。据统计,7月演出、赛事集中落地期间,呼和浩特外地游客占比达78.7%。

人来了,还得留得住。呼和浩特创新推出赛事演艺票根联动惠民政策,凭票根逛景区、住酒店、下馆子、买文创均有优惠,全市200余家商户捧出50余项惠民举措,带动二次消费同比增长10%以上。内蒙古老绥元餐饮管理有限公司副总经理任乐感触很深:“暑期的球赛和演唱会对商家带动很大,票根优惠带来很多客人,尤其是旅游区的门店,客流量提升特别明显。”8月8日、9日两天,塞上老街接待游客超20万人次,宽巷子超15万人次。第一次来呼和浩特和浙江游客王雪在宽巷子吃得满心满意:“羊肉很嫩,这是个很棒的城市,有机会一定再来。”

热闹的街市之外,另一条“文化线”也在升温。呼和浩特博物馆里,《河山辉映 奕奕青城——呼和浩特历史文化陈列》专题展览

奕奕青城——呼和浩特历史文化陈列》专题展览开展3个月热度不减。展厅中央,1897年出土于托克托县云中郡古城遗址的汉代日晷前,总有人久久驻足——这件全国唯一完整的汉代日晷实物是从中国国家博物馆“回家省亲”。记者了解到,今年上半年,全市文博场馆累计开展文博研学、非遗普及、文化惠民活动超600场,接待观众超75万人次;30家重点博物馆、4.2万件(套)馆藏文物是呼和浩特最厚的家底。

文物被看见,还得“被带走”。本土原创品牌“牛马来信”的店里,会摇晃的烧麦解压玩偶、城市美食徽章、种子纸明信片……摆得满满当当。品牌负责人杨蒙说,他们的文创已有100多个品种。市民张春峰举着烧麦玩偶说:“非常有地方特色,外地人通过它能认识呼和浩特文化。”

从一间小店到百余种自研产品,“牛马来信”正是本土文创突围的缩影。塞上老街的“青城礼物”集合店、宽巷子美食主题文创,以昭君文化为灵感的“青堰”手作、融合岩画元素的皮雕,一个个带着青城烙印的文化IP正在成长。

8月底,第十届内蒙古自治区文化产业博览交易会在内蒙古国际会展中心落下帷幕,呼和浩特馆以“阅见敕勒川”为主题,用五条交织的彩色光带串起农牧、文化、旅游、体育、商业五大板块,AI交互、数字长卷、“青城礼物”集中亮相。这场展会像一面镜子,照见一座城市文化产业的积累,也为“呼和浩特”写下注脚。文博馆闭幕当天,塞上老街、宽巷子依旧人声鼎沸——一户一天卖了二三百斤牛肉干。“文旅产业带动了咱们本地奶制品、肉制品的销量。”他自信满满地坦言。

古法凝鲜美 匠心传百年

——清水河果丹皮制作技艺的传承之路

●本报记者 刘艳霞 文/图

清水河果丹皮制作技艺已有上百年历史,清水河果丹皮以当地野生的品质优良的海红果为原料,经过采摘、挑选、去核、蒸煮、平摊、晾晒精工制作而成。从清代民间家庭手工制作,到如今产业化发展,历经数代匠人改良,逐渐形成流程规范、风味独特的清水河果丹皮制作技艺。

清水河果丹皮营养丰富,不含添加剂,深受大家喜爱。纯手工技艺更凸显了传统技艺的温度,凝聚了清水河县劳动人民的勤劳和智慧。

记者近日走进位于清水河县喇嘛湾镇红旗村的内蒙古尚阳农林牧科技发展有限公司果品加工厂生产车间,看到工作人员正在切割、分装海红果。

内蒙古尚阳农林牧科技发展有限公司总经理刘勇秉持“古法为根、科技为翼”的发展理念,坚守非遗古法核心工艺不变,打破传统作坊式生产局限,引进现代化全自动标准化生产线,优化生产流程、升级卫生标准,还聘请非遗代表性传承人驻厂把控工艺,保留地道传统风味。

“清水河果丹皮制作工艺流程考究、工序严谨,我们坚守纯天然、手工化、原生态的制作精髓,全程遵循时令、匠心细作,整套工艺环环相扣,缺一不可。”刘勇平介绍说,首先在金秋时节精选树龄成熟、无虫害、自然熟透的优质海红果,人工精细采摘,从源头把控原料品质。然后将鲜果反复清洗除尘,剔除烂果、杂果,保证原料纯净完好。在手工剔除果核保留果肉肉后,进行高温蒸煮,使果肉软烂成浆,激发海红果天然果香与酸甜风味。再将煮好的果浆精细过滤,去除果渣粗纤维,保证果浆细腻绵密、口感醇厚。之后经过摊平晾晒,晾晒至干湿适宜后自然回软,由人工修整边角、平整压实,便可以裁切封装。

在“互联网+”的时代背景下,刘勇平积极拥抱电商平台,通过直播带货、短视频营销等方式拓宽销售渠道。他化身家乡特产代言人,宣传自身创业故事与清水河果丹皮制作技艺,先后收获粉丝20万,两年内线上销量突破50万单。他还在线下积极拓展全国经销渠道,先后走进重庆、上海、广州、海南等地,带产品亮相各大展会,以品牌化、标准化、市场化思维推广清水河特色非遗产品,让老手艺走向全国,实现了传统非遗技艺与现代产业的深度融合,真正让老手艺焕发新活力、让乡土好物带动乡村振兴。

多年来,刘勇平深耕海红果产业,坚守非遗古法工艺,坚持零添加、原生态生产标准,持续优化现代化加工工艺,打造本土特色品牌“尚亲河”。同时,他重视技术研发,累计取得十余项相关专利。为了丰富产品线,延伸产品价值,他还联合内蒙古科技大学共同研发,通过技术创新和产品升级来满足市场需求,推出黄芪、苁蓉、枸杞、蜂蜜等复合型果丹皮并已全部上市。

2023年,刘勇平在首届“内蒙古农推官”选拔大赛中获得优秀奖。2025年9月,在内蒙古自治区农牧厅主办的“蒙雁兴农,引领一方”乡村产业振兴创新创业大赛中荣获第一名。此外,他还获得清水河县“优秀领头雁”等荣誉。

清水河果丹皮制作技艺,是代代匠人的初心坚守,更是流淌在时光里的乡土烟火。“我会一直将这项非遗技艺传承下去,让古老技艺在新时代绽放光芒。”刘勇平说。



通过线上直播扩大清水河果丹皮销路



《河山辉映 奕奕青城——呼和浩特历史文化陈列》专题展览