

2024年8月至今，刀郎「山歌響起的地方」巡演如一股文化旋風，席捲北京、上海、廣州、澳門、武漢、成都、烏魯木齊等全國逾20座城市，覆蓋華北、華東、華南、華中、西南、西北六大區域，在華夏大地上繪就一條「山歌環中國」高熱走廊。刀郎長期在新疆生活、創作，新疆的風土人情、文化等對他的音樂創作產生了極其重要的影響，昨晚刀郎將巡演最終章帶回新疆，他一度眼濕濕跟「刀迷」暫別。

●香港文匯報記者
應江洪 新疆報道

●「山歌」巡演在烏魯木齊收官。
香港文匯報
新疆傳真



●刀郎唱出多首經典曲目。網上圖片

「山歌」環大江南北 現象級巡演收官 刀郎「回鄉」情濃 感性以曲明心



●演唱會開始前，各地刀迷聚集在外場歡樂互動。

香港文匯報記者應江洪 攝



●刀迷遊客在烏魯木齊的八樓主題車站打卡留念。
香港文匯報記者應江洪 攝

昨晚9時，演唱會正式拉開帷幕。晚上7時許，記者在外場區域看到，來自全國各地的刀迷們早已蜂擁而至，他們或聚在一起打卡拍照、或盡情放歌，或對着手機鏡頭現場直播，把奧體中心變成了歡樂的海洋。

新疆舊友演出「含疆量」最足

與2024年以來在內地二十餘座城市的近50場演出不同，新疆作為刀郎生活了近20年的第二故鄉，烏魯木齊作為刀郎成名發跡的福地，以人品著稱於世的刀郎回報家鄉的心意也是內地其他演出場所無法比擬的。四場演出數量的規格比肩在首都北京的演出；曲目方面更是「含疆量」最足。除了《2002年的第一場雪》《關於二道橋》等經典，反映烏魯木齊和新疆生活的《五一夜市的兄弟》《新疆好》《去伊犁的路上》《天山青松根連根》等也首次列入演出名單。

此外，不僅刀郎現場打起手鼓唱起《最美的還是我們新疆》、演繹具有濃郁「世界級非遺」新疆維吾爾族十二木卡姆風格的歌曲《命運的賽勒克》；徐子堯也獨唱新疆哈薩克族民歌《燕子》，並與刀郎合唱由維吾爾族經典愛情故事改編的《艾里甫和賽乃姆》；團隊「大管家」張旖旎更首次獻聲，以獨唱形式帶來維吾爾族民歌《阿爾頓江》。

刀郎並邀請昔日新疆舊友、80後小提琴演奏家薛嬌嬌，作為嘉賓演繹小提琴版的《手心裏的溫柔》。回到故鄉的刀郎，狀態明顯更為放鬆，跟現場刀迷互動時，熱情地與台下熟人約飯。

更為驚艷的場面是刀郎復刻了早年間在南北疆巡迴演出時的傳統，以自己回歸鍵盤手「老本行」伴奏的形式，邀請現場刀迷萬人合唱《我愛你，中國》。燈光下，觀眾揮舞手臂，淚光閃爍，深情而激昂的歌聲響徹奧體中心，那種澎湃而噴湧的熱愛，是對祖國最深情的告白。那一刻，音樂的力量將所有人的心緊密地連接在一起。

多情自古傷離別。對於以真性情而著稱的刀郎，曾無數次淚別刀迷。在這個離別的夜晚，年過五十的刀郎再次以曲明心：「從未想過千萬里，和你走得這麼近。被你需要如同我需要你，真情如花樣美麗。朋友請別流淚，微笑比哭更美。有你的人生路，再苦從不覺得苦，連苦都覺得幸福——你們一定要幸福……」

遊客憑刀郎演唱會憑證享福利

自2024年啟動「山歌響起的地方」全國巡演以來，刀郎旋風可謂席捲大江南北，屢屢上演「一個人帶火一座城」的現代神話。此番在新疆的收官演出，恰逢自治區成立70周年及國慶中秋8天長假，一波又一波的刀迷包專機、坐專列湧至烏魯木齊。四場演唱會，在大麥網、攜程等平台上五萬張門票秒光。在「八樓」（昆侖賓館）的2路汽車主題打卡區，在民族民俗風情濃郁的國際大巴扎景區，在刀郎曾經生活工作過的地方，在充滿煙火氣的夜市、美食街……隨處可見來自全國各地的刀迷們頭攢動的身影。

新疆也是拿出了所有的熱情，迎接這一波

「潑天的富貴」。文旅部門推出一系列惠及全國遊客的優惠措施。憑刀郎演唱會憑證，遊客就能享受全疆45個景區景點免門票或折扣，77家酒店民宿房價5至9折，263家餐飲企業消費5至9.5折。全疆博物館、美術館、文化館等公共文化場館持續免費開放、延時開放。這波操作背後，是超過5億元（人民幣，下同）的旅遊促銷資金和行銷資源投入，還包括中石油、中石化的加油打折，南方航空「境內涉疆航線」專享機票福利折上折。

東道主烏魯木齊也以一座城的溫度，回應來自全國歌迷的熾熱奔赴：交警柔性執法、7條免費擺渡車接駁、美食巴扎與文創市集同步開張，演唱會門票變身「城市通行證」，解鎖景區免票、住宿折扣、報團立減等「寵客」福利。商務部門也聯動各區縣推出了60項、100餘場次的特色活動。吸引全國歌迷從「看演唱會」變為「深度遊烏市」，以文化為紐帶啟動文旅新動能。最新權威統計數據顯示：今年國慶中秋長假，有717.08萬人次遊覽烏魯木齊，其中，到新疆國際大巴扎景區近136萬人次，15萬人次打卡和田二街（網紅美食街）。全疆接待遊客1,863.84萬人次，按可比口徑同比增長11.26%，遊客花費250.96億元，按可比口徑同比增長11.71%。

特寫

一年多來刀郎的足跡像一條浪漫的結他弦，從四川資中一路彈到烏魯木齊，每一下都撥出新的數字火花。2024年8月30日線上直播超5,300萬人次觀看、點讚破6億，打破了周杰倫此前創下的視頻號直播紀錄；武漢站門票2秒售罄；澳門站1.6萬張門票9秒清空，澳門特區政府旅遊局見狀也乘勝追擊發片宣傳，引內地刀迷激動不已。深圳站首日吸引38.6萬人，兩天演出帶動地鐵加開4條夜行專列，周邊餐飲營業額增長280%，官方估算直接消費超2億元；臨沂站兩場演出吸引12萬歌迷，拉動直接消費3.2億元。廈門站兩天吸引15萬觀眾，周邊酒店預訂量同比激增超10倍，出現「一房難求」的盛況。廣州站現場觀眾超2.4萬，拉動文旅消費的槓桿率高達1:11.6，刀郎用數據重新定義了華語樂壇的市場號召力。

北京站四場演出場場爆滿，門票供不應求，1,280元內場票被黃牛炒至4.4萬元，溢價率高達30倍，甚至起出周杰倫的9倍，年輕人更是把刀郎演唱會門票當成向家長盡孝的硬通貨，這場巡演已成為現象級文化盛事。

西北漢子刀郎，將鐵漢柔情寫進歌中，亦將對家鄉的眷戀寫進現場。在上海他首唱新作《鴻雁于飛》，將西域豪情融入江南韻味；在濟南他面向蒲松齡故居深深鞠躬，藉《羅利海市》與《花妖》完成跨越300年的聊齋夜話。

刀郎不僅唱熱城市，也唱暖人心。刀郎將線上演唱會所得打賞全數捐給中國兒童少年基金會，用於「守護新疆兒童成長」項目，而這一舉措也帶動粉絲積極響應。廣州站近20位搶到門票的刀迷在現場全程直播，並將自己的直播收入捐贈給了韓紅慈善基金，完成了一場愛的接力。音樂與善意交織，情義於曲中流轉，人間煙火，最撫凡心。二十餘城數十億元消費，刀郎用一場場巡演寫下中國演出市場新的註腳：好故事加上真情懷，就是最強的「行走的GDP」。

山歌響起的地方，就是人間最美的煙火



與善意交織，情義於曲中流轉，人間煙火，最撫凡心。二十餘城數十億元消費，刀郎用一場場巡演寫下中國演出市場新的註腳：好故事加上真情懷，就是最強的「行走的GDP」。

●文：安夏

●刀郎不僅唱熱城市，也唱暖人心。
資料圖片

「刀迷」聽歌走出車禍陰霾

「終於盼到了這一天，圓了自己的心願！開心到爆棚！」家住新疆生產建設兵團第六師五家渠市的刀迷路華（網名薄荷）激動地說。她在9月初搶到刀郎演唱會前排的票，就感覺被幸運之星籠罩，她說：「刀哥太火了！每次開票都是秒光，這幾天880元的票都被炒到了一萬二！我們能搶上1,280元的原價票，簡直不要太幸運！」

作為「愛刀」二十多年的資深鐵粉，路華在早年間刀迷聚會活動時就見過刀郎並留下合影，甚至在其果蔬店牆壁上都留有刀郎專區，貼着刀郎各種演出和專輯照片。「他就是歌壇的一股清流，讓我們刀迷無怨無悔深愛着。」路華說，一路陪伴走來，

讓她記憶最深的是三年前自己在疫情時遇車禍後的那段艱難日子，上有老人、下有三個小孩，又趕上特殊時期。她幾次都感覺自己撐不下去了，是刀郎的歌聲、正能量陪伴她一步步走出車禍的陰霾。

「一開始最想去的是6月22日刀郎生日重慶場的演出，但是6月5號我還在做事後後續的腳部手術。錯過了最經典的現場版《圓滿》。這次刀哥回到新疆，無論如何我都要來現場，不然真的會後悔一輩子。」路華說，丈夫從最初不理解她對刀郎的迷戀到現在也變成了刀迷。這次兩人都搶上了前排相鄰座位，她表示：「圓滿了！滿滿的幸福……」

關於未來，路華表示，既希望刀郎能永遠這樣陪伴歌迷左右，又內心糾結，不希望他太累。「他寫的歌曲、帶給我們的幸福和感動，已經夠我們受用一輩子的了。還是希望他為了歌迷保重自己的身體。未來無論做出什麼決定和選擇，我們都會愛『刀』天長地久……」



●新疆刀迷路華在內場區域留影。
受訪者供圖

央媒力挺刀郎音樂



●今年，蒲松齡第十一世孫蒲章俊受到刀郎邀請參加濟南演唱會。

自2024年刀郎啟動「山歌響起的地方」全國巡演以來，不但成為各類社交自媒體蹭流量的熱點，更吸引了包括新華社、人民日報在內的中央和國家級媒體高度關注和力挺。

記者梳理發現，央媒多聚焦刀郎及其作品和演唱會為彰顯民族文化自信、夯實文化強國根基、建設社會主義文化強國帶來的價值和影響。其中，新華社史無前例地對刀郎演唱會進行高清直播，稱其「用音樂傳遞人間真情」。該社並發文表示，刀郎將《聊齋志異》文學意象轉化為音樂敘事，通過《羅利海市》《花妖》等作品引發全民文化共鳴，是「文化自信的具象表達」。

人民日報亦曾發文表示，刀郎的音樂將民間文化與現代審美深度融合，其演唱會以《沂蒙山小調》《繡紅旗》等地域特色曲目喚醒集體記憶，是「扎根勞動人民、在民間放歌的典範」，實現了「雅俗共賞」的藝術高度。求是網更是刊發署名文章，將刀郎與李白、蘇軾等歷史文豪對比，稱其「以現代音樂重構傳統文化基因」。《山歌寥哉》系列作品被視為「新時代文化自覺的標誌性創作」，展現「民間智慧與知識分子精神的融合」。

光明日報光明網評論指出，刀郎的音樂打破流行樂壇同質化困局，以新疆維吾爾族十二木卡姆、川江號子等民族元素重構現代音樂美學。其演唱會「讓山歌從廟堂回歸民間」，成為連接傳統與當代的文化橋樑。中國文化報以《刀郎現

夯實文化強國根基

象：文化復興的人格典範》為題，評價其巡演「將民族音樂推向主流視野」。文章特別提到，刀郎在演唱會中堅持「去商業化包裝」，專注音樂本身，是「回歸藝術本質的標杆」。

央視節目《文化十分》報道稱，刀郎演唱會創造「現象級文旅聯動」，如濟南站帶動當地酒店入住率提升30%，合肥站拉動消費1.6億元。節目強調其「以音樂為媒促進地域文化傳播」的社會價值。經濟日報也從文化消費角度分析，刀郎演唱會門票成為「銀髮經濟」新熱點，90後、00後購票陪父母觀演現象凸顯代際文化認同。評論高度肯定刀郎「以音樂凝聚家庭情感紐帶」的社會功能。

中國青年網認為，刀郎的音樂跨越年齡鴻溝，從《西海情歌》的深情到《衝動的懲罰》的激情，既承載中老年群體的情感記憶，又通過《羅利海市》的批判性引發青年思考，展現「音樂作為公共文化資源的普世性」。環球網評論指出，刀郎演唱會不僅在國內引發熱潮，其《羅利海市》更通過文化輸出引發國際討論。文章認為，這種「傳統故事的現代解構」為中國流行音樂走向世界提供了新範式。



●去年，一位打扮酷似刀郎的樂迷在北京場外動情歌唱。
資料圖片



●刀郎澳門演出場地銀河綜藝館內座無虛席。資料圖片

愛國、真誠與對青年音樂人的扶持

刀郎「山歌響起的地方」巡演儘管為時僅一年多，作為全社會火爆的文化現象，無疑也刻錄着時代的文化印記。記者在烏魯木齊隨機走訪多位民眾，了解民眾眼裏，刀郎「山歌」演唱會向社會傳遞了哪些積極資訊。

市民艾思克爾·艾克拜爾認為，排在首位的肯定是刀郎團隊的愛國情懷。「在他之前，我沒見過商業巡演有誰唱紅歌、緬懷先烈、歌唱祖國的。」他並表示，能夠跟刀郎這樣的藝術大師生活在同一個時代是自己的幸運。

既是媒體人，也是主持人和歌手的王錫強稱「刀郎讓我們再次思考做音樂的初心」。王錫強特別認同刀郎說的「做音樂的最好狀態就是我面對面給你唱歌，你被我感染。」王錫強說：「所有音樂人的初心都是出於對音樂本身的熱愛，而不是僅為了製造炫目的舞台效果，不停換服裝、好像T台秀，更不是為圈錢假唱。」

企業職員趙偉則認為，刀郎演唱會最積極的資訊是向全社會傳遞「對年輕人遺餘力的扶持」。他說：「像徐子堯、周煜琪這樣的優秀青年學生，能夠在這麼大影響力的舞台把聚光燈讓給她們，自己（刀郎）甘做綠葉，這既是刀郎的人品、胸懷，也真正有利於音樂事業的傳承發展。」