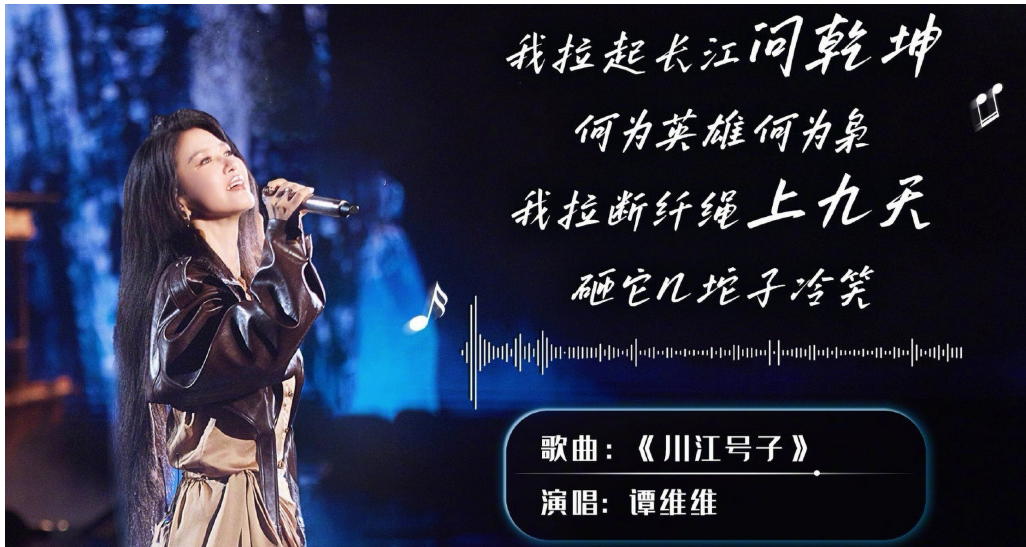


锦绣天府 安逸四川

总台中秋晚会
传递川情川韵
闪耀德阳

10月6日,正值中秋佳节,《中央广播电视总台2025年中秋晚会》如约而至。晚会主会场落地德阳玄珠湖,依托实景山水,以千年蜀道为引、皓月清辉为核,打造出“月从蜀道升,人向镜中圆”的沉浸式中秋幻境。

夜幕之下,晚会延续“唯美、真挚、抒情、浪漫”风格,在歌曲、舞蹈等艺术形式中融入丰富多彩的中国传统元素与中秋节日符号,以现代视听语言传承跨越千年的情感,向世界展现中华文化的独特魅力。



10月6日,央视总台2025年中秋晚会上,川籍歌手谭维维献唱《川江号子》。图据央视新闻客户端

谢娜四川话开场
川籍艺人闪耀“秋晚”

本次晚会汇聚了众多四川籍艺人,他们用精彩的节目为全球观众带来了一场充满川情川韵的视听盛宴。

来自德阳中江的谢娜,此次回到家乡,实现了身份的新突破,首次主持央视“秋晚”,与任鲁豫、孟盛楠、鲁健及侯佩岑共同主持晚会。一口熟悉亲切的四川话开场,瞬间拉近了与观众的距离。谢娜还与成都歌手李斯丹妮合作带来说唱节目《火辣的毛血旺》。从美食到生活的烟火气,都在她们的表演中生动呈现,勾起无数人的家乡记忆。

在晚会的开篇,来自成都的歌手王铮亮与韩雪联袂献唱《峨眉山月歌》,将李白笔下那轮灵动的峨眉山月,用悠扬的歌声带到观众眼前。成都知名的二十四伎乐国风乐团现场伴奏,乐手们演奏着传统乐器,与王铮亮和韩雪的歌声完美交融,重现了传统音乐的独特魅力,让观众仿佛穿越时空,置身于千年前的蜀地山水之间,共赏那轮高悬的明月。

同样来自四川的谭维维,在“是吾乡”篇章带来激昂的《川江号子》。谭维维极具穿透力的嗓音,完美诠释出川江号子的豪迈与力量,让观众深刻

感受到了四川独特的地域文化和坚韧的人文精神。“一轮秋”篇章中,德阳籍歌手张含韵回到家乡,献唱歌曲《五月的鲜花》。熟悉的旋律响起,张含韵用甜美又饱含深情的嗓音,将歌曲中蕴含的对祖国的热爱、对先辈的缅怀之情娓娓道来。成都歌手郁可唯与阿云嘎合作带来《任时光流逝》和《玫瑰人生》,在浪漫的灯光和优美的旋律中,他们用歌声讲述着时光的故事和美好的人生憧憬,为观众带来了一场充满浪漫风情和东方韵味的音乐之旅。

来自大凉山的歌手吉克隽逸携手美国三人时光乐队,带来《月亮代表我的心》和《与我同行》,四川交响乐团的精彩演奏为歌曲增色不少。在成都长大的歌手黄子弘凡与周笔畅共同演绎根据李白名篇改编的歌曲《将进酒》,节目创新融合外拍镜头与飒爽舞姿,呈现出强烈的力量感与视觉冲击。同样来自大凉山的歌手海来阿木则与演员闫妮跨界合作《只字不提》,全新的编曲设计碰撞出别样火花。四川歌唱艺术家廖昌永与沙宝亮合作《直下看山河》,用浑厚的歌声展现出山河的壮阔与豪迈。

这些川籍艺人在中秋晚会上的精彩表现,不仅展现了他们各自卓越的艺术才华,更将四川的文化魅力、家乡情怀传

递到了世界各地,成为本次中秋晚会中最温暖、最亮眼的文化符号之一。

川味烟火点亮舞台
德阳展现重装浪漫

德阳作为本届秋晚的举办地,其多元文化元素在晚会中得到全方位展示。主舞台坐落于德阳玄珠湖畔,依托真山真水营造出“月从蜀道升,人向镜中圆”的深远意境,为全球观众呈现了一场独具巴蜀风情的团圆盛宴。

开场节目《峨眉山月歌》串联起钟鼓楼、剑南老街、太平廊桥等德阳的地标性建筑。仔细观看节目还能够看出德阳多元化的场景转换,宋佳演唱的《不如一个你》取景地在中江挂面村,《热烈的少年》取景地则在德阳东方汽轮机厂和东方电机厂、中国第二重型机械集团公司,工业硬核风满满,共同构建了德阳作为重装之都的形象,其工业文化底蕴也通过艺术化的表现形式得以展现。

由尚雯婕表演的创意节目《青铜》,三星堆青铜器与AI机器人展开一场跨越数千年的文明对话,成为整场晚会科技与文化融合的一大亮点。

《火辣的毛血旺》在谢娜和李斯丹妮的演绎下,则如同一锅沸腾的四川美食,以毛血旺这道经典川菜为引,在极具感

染力的旋律中沸腾翻滚。歌曲巧妙融入了川剧变脸、掺茶技艺等底蕴深厚的非遗,不仅唱出了川渝地区的热辣性情与市井生活的烟火气,更生动展演了德阳广汉的地域特色。

当全球华人通过屏幕共赏这场“麻辣味”的中秋文化盛宴时,德阳的城市形象也随着月光照进千家万户。

AI创作缅怀英雄
团圆与家国情怀交融

2025年正值中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,晚会特别安排了家国情怀浓郁的节目。《五月的鲜花》《任时光流逝》《玫瑰人生》三首诞生于不同国家、承载反法西斯战争记忆的经典歌曲,唱出了各国人民对和平与幸福的向往。

值得一提的是,今年是中国人民志愿军抗美援朝出国作战75周年,晚会短片《守望》以黄继光亲属的独家视角,将“黄继光”这位特级英雄与“德阳中江”深度融合,在缅怀历史的同时,也着重展现了英雄精神在故乡的当代传承。

在第三篇章《一轮秋》中,短片《守望》与歌舞《回家》一前一后编排,晚会总撰稿杨启舫表示,是想通过“回家”这一主题,表达希望英雄们魂归故里的祈愿。黄继光在前往朝鲜战场时,曾经送给母亲一张手帕,上面写着“可爱中国”四个字,用这样的编排也是在告慰英灵,他守望着的这一片土地,如今已经是如此的可爱。

在韩红演唱的《回家》结尾处,屏幕上出现了黄继光与母亲和弟弟的合影,是由AI制作合成,这也是此次晚会动人之处。

杨启舫此前接受华西都市报、封面新闻记者采访时表示,在创作过程中,了解到黄继光牺牲时没留下一张照片,于是用AI制作出这一张合影。杨启舫说:“我们用AI还原出一个立体、有血有肉的英雄形象,既是完成母亲的愿望,也是后人英雄的敬仰。”

华西都市报-封面新闻记者 雷蕴含 伍勇

国庆中秋假期“成都礼物”成为文旅新引擎

今年国庆中秋假期,集合文博文创、非遗手作、潮玩以及特色美食的“成都礼物”在成都的热门历史景点,以全新的消费场景热情迎接国内外游客。

长假首日,成都宽窄巷子、锦里古街等重点文旅街区人气火爆,游人如织。备受瞩目的“成都礼物”文创也焕新登场,一系列融合了创意与在地文化的活动同步展开:琳琅满目的创意市集、可亲身体验的非遗手作、韵味十足的川剧快闪以及趣味盎然的主题打卡装置联袂上演,为市民和游客献上了一场沉浸式的文化盛宴。

武侯祠的三国文创展台前,结伴旅游的广州大学生对



国庆中秋假期“成都礼物”受欢迎。成都市对外文化交流中心供图

三国盲袋、收藏卡等爱不释手。市民刘先生一家对《前出师表》冰箱贴情有独钟:“孩子读了《出师表》,要来寻宝。没想到三国历史能变得这么时髦!”

这股热情被销售数据印证:“成都礼物”22家店铺国庆中秋假期共计销售16000件商品,主题盲袋与收藏卡最受欢迎,“三国系列蜀将吧唧盲

袋”售出1300件,文化热度转化为实实在在的消费。

“我们致力于构建独特的消费场景,并为产品植入深厚的文化内涵”,“成都礼物”相关负责人介绍:“目标是让每一份礼物都成为一张‘可带走的、流动的城市名片’,以此连接文化认同与消费行为,实现双重价值。”

据了解,双节期间,“成都礼物”22家店铺接待总人数高达88万人次,其中更吸引了1万余名外宾前来探访成都文化。

值得一提的是,“成都礼物”对非遗文博的活态传承,屡创文旅热度新高,打通了“产品创新+场景拓展+市场运作”的

发展路径。这一模式初见成效:崇州道明竹艺村依托非遗创建国家全域旅游示范区;文殊坊非遗街区汇聚蜀绣、漆器等“五朵金花”,深受海内外游客青睐,推动非遗从“活态传承”走向“可持续发展”。

热潮背后,是成都文旅从产品销售到场景体验的产业升级转型的深度实践。从武侯祠的“三国主题”文创店,再到锦里古街的非遗创新空间,“场景革命”正在重新定义成都的文旅消费。“成都礼物”这份IP在拉动消费的同时,还持续向世界传递着独具魅力的成都叙事。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝