苏 群

篮球评论员、篮球解说员,“一部手机游云南”宣传大使。深耕体育媒体30多年,是国内首位实地采访NBA比赛的文字记者,采访过多届NBA总决赛、全明星赛及奥运会等大赛,解说专业风趣。全网粉丝超千万。

云南小花

“三农”带货头部达人,全国青联委员,CCTV乡村振兴观察员,云南好物推荐官,电商助农标杆人物。全网粉丝超1600万,累计助农销售农产品超5000吨,多款云南好物经她推广登顶抖音热销榜TOP1。

樾 月

主持人、短视频内容创作者,曾任中央媒体记者,拥有深厚的媒体功底和丰富的一线从业经验。全网粉丝突破800万,专注诗词名篇诵读,深耕历史文化旅游传播,现任河北、湖北等多地文旅推荐官,用专业与温暖传承中华优秀传统文化。

周小冰

金牌讲解员,全国文博推介官,央广新时代文明传播使者,抖音知名文博短视频博主。全网粉丝超400万,擅长用趣味讲解让历史文博生动易懂,传播力十足,短视频累计获赞近千万,单条作品最高点赞达88万。

顾 峰

云南昭通籍彝族音乐人、歌手、演员、音乐制作人,兼任多项公益宣传大使。斩获百度音乐年度最佳金曲、华语音乐流行榜年度最佳作曲等奖项,创作并演唱的《犯错》连续两年霸榜各大音乐平台,发行10多张全创作专辑,一直用心打造昭通音乐名片。

智媒破圈·流量赋能

——数字时代的昭通文旅声量

4月14日,“磅礴乌蒙·文脉昭通——昭通文旅强市‘大家谈’(智媒传播篇)”第五场专题访谈在昭通广电中心演播大厅举行。本期以“智媒破圈”为主题,特邀知名篮球评论员苏群、“三农”带货头部达人云南小花、短视频内容创作者樾月、文博短视频博主周小冰、昭通籍音乐人顾峰5位网络大咖,携手抖音生活服务云南文旅负责人、昭通本土自媒体代表齐聚现场,共话昭通文旅传播新路径,探索城市流量破圈密码。

主持人:说到破圈,首先请教苏群老师,您从业30多年,见证了中国媒体行业多次变革,但您每一次都能站稳脚跟、成功破圈。您为什么每一次都能勇立潮头?

苏群:其实算不上破圈,我的主业还是篮球。我只是喜欢摄影,中国名山大川众多,昭通亦是如此,比如大山包。跟大家分享一下,昨天我去了永善县伍寨彝族苗族乡,那里的大断崖地势险峻、很难攀越,但我不仅爬上去了,还邂逅了此生所见最为壮观的云海。

我因为这种爱好,时常受邀参与各地文旅推广。现在我还是“一部手机游云南”10位推荐官中的一员,小花也是,借助这个平台,吸引全国各地的朋友来到云南。而昭通,正是我要竭力推广的一个地方。

主持人:说到破圈、跨界,不得不提樾月老师。樾月老师通过她的声音和镜头让大家了解了很多城市,也有越来越多的朋友走进这座城市,您是怎么做到的?

樾月:作为短视频内容创作者,我去过很多城市,也讲述了很多城市的历史文化故事。有时候真的觉得互联网很神奇,不知道哪一天、哪座城市会因为什么而走红,比如哈尔滨的冰雪、淄博的烧烤、天水的麻辣烫等。反观这些文旅出圈现象,底层逻辑没有变,就是为大众提供情绪共鸣,这也是我创作作品一直坚守的原则:真诚永远是必杀技,温情永远直抵人心。所以我力求在作品里能够用深情的讲述、走心的文案去读懂一座城市。昭通古称“乌蒙”,提到乌蒙,就会想到诗句“乌蒙磅礴走泥丸”。我时常畅想着站在乌蒙山巅朗诵诗词,怀揣着对革命先辈的敬意去朗诵,以此唤起共鸣,让受众理解昭通、走进昭通、爱上昭通。

主持人:说得特别好,这也是本场访谈的初衷,让更多人了解昭通、记住昭通,多来昭通走一走、看一看。那怎样才能吸引更多人来昭通?请苏群老师建言献策。

苏群:近两年,许多拥有文旅资源的城市都想打造文旅出圈爆点,“体育+文旅”已然成为主流推广模式。首先是大家熟悉的贵州台盘村“村BA”。民间篮球积淀数十年,借助互联网一下子爆火,相关运营模式已推广到全国。第二个是江苏的“苏超”。“苏超”爆火实属意外,赛事最初由江苏省人民政府牵头举办,一开始只是2个城市之间的对抗赛,赛事效果广受好评。随后赛事规模不断扩大,江苏13个城市联动参赛。“独特地域属性+全民参与热潮”的模式迅速走红全网,如今各地纷纷效仿,催生出众多以“超”命名的足球联赛,比如云南的“滇超”。第三个是马拉松比赛。2025年全国共举办马拉松赛事594场,平均每天有两场在全国各地同步开赛。

举办马拉松赛事看似轻松实现“体育+文旅”融合,但普通城市的赛事很难出圈。所以我认为昭通发展“体育+文旅”大有可为,关键是要打造差异化特色。一是突出差异,不能单纯为办赛而办赛,要借赛事让更多的人知道昭通不只有赛事,还有秀美的自然风光和舒适清凉的气候。二是要因地制宜,翼装飞行危险性高,马拉松门槛低但同质化严重,昭通山地广袤、坡度平缓,适合发展长距离山地越野。三是注重可持续性,马拉松赛事之所以被很多城市选用,就是因为它能常态化举办。我们也要找一个可以年年举办、每年都能吸引游客的项目。

主持人:小花和昭通很有渊源,对昭通非常了解,同时也为昭通做过许多实事,带动了很多“三农”好物销售,比如苹果、天麻等,甚至有的网友因为买了她的苹果,萌生了来昭通走一走的想法。那我很好奇,您是怎么做到既能卖货,又能赚钱,还能吸引游客的?

云南小花:2018年,我开始售卖农产品,第一个产品就是昭通苹果。那时候抖音直播还没有兴起,就靠短视频引流到微信售卖。有一条视频爆火后,直接加满了两个微信号的好友,每天回复信息回复到手软,产品卖得特别好,还有网友因此特地来昭通旅游。我觉得助农和文旅不是割裂的,而是相辅相成。

我做了这么多年电商,仅苹果就卖出20余万单,让更多的人尝到了昭通的这份甘甜。我觉得就像樾月老师说的那样,真诚很重要。拍摄苹果不能只聚焦苹果,还要记录苹果种植的故事、果农的笑容、丰收的喜悦,用真实打动网友,不夸大宣传、守住本心。

接下来,我计划进一步深耕文旅产业,具体方案还在构思,比如邀请粉丝前来举办采摘节,或者撸串比拼、挖天麻比赛等。这样既能销售农产品,又能把客流引到当地,带动农户增收,实现双向共赢。

苏群:刚才听完小花和顾峰老师唱歌,我由此想到了昭通可以举办山歌大赛,设置丰厚奖项,吸引全国各地的游客来昭通对歌。此外,还可以打造泥巴狂欢节,大人、小孩都能到泥地里嬉戏,每年定期举办,相信很容易破圈走红。

主持人:樾月老师第一次现场聆听云南山歌有什么感受?

樾月:云南特色歌舞很有感染力,尤其是打跳,一听到旋律就会不由自主地跟着节拍跳起来。一座城市有代表性歌曲很重要,要让人一听到音乐就想到昭通,这项工作交给顾峰老师再合适不过。

主持人:樾月老师的作品经常会引用古诗词,如果用诗词来表达您对昭通的第一印象,您会选取哪几句?

樾月:昭通给我的感觉,充满了反差感。这里既有壮阔的大山大河大峡谷,又有甘甜的苹果、香喷喷的昭通小肉串。所以我在想,该怎样用我的风格去讲好昭通的故事。

刚才您问到用那些诗词去讲述昭通,我在想有没有一些诗词能够串联起昭通的文脉和城市的故事呢?我首先想到的还是先前提到的“乌蒙磅礴走泥丸”,我特别想在乌蒙山上诵读这首诗。刚接触这首诗时,我就感受到了它的磅礴大气,但当我们真正站到山顶的时候,真的能把乌蒙山看成一颗泥丸吗?答案显然是不能的,人类在大自然面前太渺小了,也正因如此,我们更要致敬革命先辈,致敬他们把苦难踩在脚下的精神。这种精神一定深藏在昭通的文脉里,等着我们去挖掘、去讲述。

第二句是“更立西江石壁,截断巫山云雨,高峡出平湖。神女应无恙,当惊世界殊”。毛泽东在写这首诗的时候,三峡工程还只是一张蓝图,如今3座水电站(白鹤滩、溪洛渡、向家坝)横跨在金沙江上,这不就是“当惊世界殊”吗?这既是昭通人的骄傲,也是大国工程铸就的民族底气。

第三句是“一夫当关,万夫莫开”。很遗憾这次没有时间前往盐津县,这座“一线城市”留存有秦朝的五尺道。当我们驻足豆沙关时,不难想象当时中原的货物就是通过这条路远销东南亚乃至世界各地的。脚下是古人走过的路,耳边是几千年来从未停歇的风,那一刻,我们仿佛穿越时空与古人重逢了。历史不仅是课本上的文字,还是我们脚下的路。

第四句我想用“此中有真意,欲辨已忘言”来概括昭通古城的烟火气。今天上午,我在昭通古城逛了一圈,我觉得昭通古城和其他古城很不一样,当地居民就生活在古城里,还能在街上买菜,烟火气十足。走进古城,你说不上具体喜欢什么,但走在古城里会觉得很踏实、很温暖,这不就是“此中有真意,欲辨已忘言”吗?我想,还有更多能够代表昭通的诗句,吸引大家走进昭通、爱上昭通。

主持人:如果说樾月老师是用诗词之美让我们爱上了昭通,那接下来周小冰老师会用厚重的历史带我们走进昭通。周老师是一个文博博主,昭通拥有丰富的历史文物资源,比如五尺道、朱提故城遗址、堂狼铜洗等。但是却陷入热度不够的困境,那我们要怎么做,才能走出这个怪圈呢?

周小冰:我去过中国很多城市,每一座城市都有自己的文化,最重要的是挖掘出文化后,能以大众喜闻乐见的方式,把历史讲得通俗易懂。

我想以我的视角,给大家讲一下我心目中的昭通。我先介绍一下,我叫周小冰,是一名文博工作者,同时也是一个旅行者。我一直在践行自己的理想,就是把自己读过的书变成自己走过的路。我的知识不只是在书本上学到的,还有我亲自去体验得来的,所以我每去一个地方,就一定会去当地的博物馆。我在昭通市博物馆里发现了一件东汉时期的青铜器,接下来我就借这件青铜器带大家看看昭通的历史。

这件青铜器铜洗,看似只是一个铜盆,实际却与古代生活礼仪密切相关。古时候大户人家吃饭前会行沃盥之礼,有人执壶倒水,有人捧盆接水,既讲究礼仪也不浪费水。这件铜洗内壁刻有汉章帝的年号“建初”,这证明了东汉时期昭通就已拥有高度文明。还有两个很多人都会读错的字——朱提。朱提是白银的意思,古代昭通盛产白银,朱提银是官方货币的重要原料。

博物馆里的文物不是高高在上的,而是古人日常衣食住行的用品。千百年后,也许我们现在用的电饭煲、平底锅也会变成文物。只有放下对博物馆的距离感,历史才会生活化、趣味化。

主持人:想要盘活昭通的历史文物资源,正需要像周老师这样有趣又学识渊博的文博达人。在听完各位老师的分享后,我对家乡昭通有了更加深刻的理解,不知道顾峰老师有没有同样的感受?

顾峰:几位老师的分享都非常精彩,既有内涵又有深度,十分贴合昭通。作为一个音乐创作者,我希望通过词曲创作,把昭通的历史、人文故事和本土精神融入其中。近年来,昭通本土文艺创作氛围日益浓厚,不少创作者和文艺团体纷纷涌现出来,比如“蹦山咔拉咔”五兄弟。

正如樾月老师所说,昭通特色鲜明,不管是从历史还是人文角度来看,昭通和云南其他州市很不一样。昭通是中原文化和云南边疆文化的交融之地,地域文化独树一帜,本地人的秉性也极具特色,这些都是文艺创作非常需要的元素。

在我看来,文旅破圈离不开本土文艺创作者、主流媒体和有关部门携手协作。正是这些热爱生活、热爱家乡的普通人,借助短视频、歌曲、段子等把昭通的烟火气传播出去。主流平台多提供展示窗口,各方联动创作,破圈的概率就会大很多。

我会竭尽全力地助力家乡宣传,我计划制作昭通音乐名片专辑,为全市11个县(市、区)各创作一首歌。参考《成都》《可可托海的牧羊人》的出圈逻辑,相信地域标识鲜明、旋律悦耳的歌曲,一定能带火一座城。我会一直创作,也会邀约青年创作者一起交流,用音乐作品为家乡代言。

苏群:我十分认同顾峰老师的想法。可以创作老少皆宜、朗朗上口的通俗歌曲,融入昭通本土元素,实现广泛传播。作品不必苛求尽善尽美,批量创作、海量输出,总有作品能出圈,“蹦山咔拉咔”就是典型范例。依托官方扶持、流量推介,就能孵化更多本土网红和优质作品。

主持人:除了现场嘉宾,昭通还有很多本土自媒体从业者,粉丝体量虽不算大,却坚持每天用镜头记录日常、推介家乡。今天现场邀请到3位本土自媒体达人:“原作社”李锐、“苹果三娃哥”李杰、“快乐外卖员”陈文辉,请依次分享感言。

李锐:很多朋友都说我拍的昭通很美,其实不是拍得好,而是昭通本身自带独特气质。我想用镜头传播昭通的山水人文,让更多人了解昭通、喜欢昭通、爱上昭通。

苏群:首先,我由衷感谢各位本土创作者,如果没有你们,我可能还不知道大山包,也无法在来之前了解昭通的风土人情,是你们让更多的人来到这里。中国有很多名山大川,它们不像长城、故宫、黄山那样自带知名度,这些地方能出名,正是依靠像李锐这样的摄影人。

他们用双脚为这片原本没有路的地方踩出了一条路,给它命名,并一直坚守在这里拍摄。没有他们的拍摄宣传,我们或许不会知道这些地方。

李杰:我的镜头始终对准田间地头,记录挂满枝头的苹果和果农辛勤劳作的模样。我希望用真实的故事,传递昭通人的热情与纯朴。个人力量虽然微小,但坚持下去,就一定能让更多人看见昭通、吃到昭通苹果。

云南小花:同是“三农人”,更能共情彼此。祝所有热爱家乡、宣传家乡的人,脚下有泥、心里有梦、眼里有光,每一份付出都能被看见。

陈文辉:我每天骑车穿梭在昭通的大街小巷,镜头里有城市的风景、路人的笑脸,也有市井的温度。昭通很温暖,我想把这份温暖传递出去,让更多人看见昭通、爱上昭通。

樾月:人间烟火气,最抚凡人心。像外卖小哥陈文辉这样普通劳动者,自带乐观和温暖的能量,他们不社恐、接地气,记录的都是最真实的城市生活。这种真实极易引发大众共鸣,是昭通文旅破圈不可或缺的民间力量。

主持人:有请抖音生活服务云南文旅负责人刘微倩老师送上寄语。

刘微倩:非常荣幸能够参加此次访谈,愿昭通文旅能持续深耕优质文化内容,抖音将全力支持昭通文旅智媒推广,助力其实现流量破圈和长效经营。

(本版文字由记者田朝艳收集整理、图片由记者韩兴国拍摄)