



短视频主播背后的“流量生意”

超女、快男的时代，艺人走红需要一个夏天；如今，一条短则十几秒，长则几分钟的视频，就可能让素人一播而红。短视频主播的日常生活怎样？近日，记者探访了两位太原本土当红的短视频主播。

让山西文旅“抖出圈”

马敏：26岁
昵称：马敏 Daisy
粉丝：20.5万
获赞：177.9万

11月28日清晨6时许，睡了5个多小时的马敏就被嗡鸣的信息提示音吵醒，她在前日发布的“太原版《你好，李焕英》的同款体育场”短视频，已有百余条粉丝私信留言，“主播，这个兴安体育场在哪儿？”“上世纪80年代的风格，勾起了我满满的回忆……”看着这些温暖的留言，马敏睡意全无。做短视频不到半年，从默默无闻的幕后运营蹿升到拥有20多万粉丝的主播，马敏最重视和自己粉丝的互动，因为他们是她“开疆扩土闯江湖”的底气。

马敏是山西整点娱乐文化有限公司旗下的新晋女主播，90后，出生在晋城，相貌甜美、身材高挑，毕业于大同大学美术学院，目前主要从事旅游类短视频主播，“‘锦绣太原’短视频发布后，才发现山西不是没好玩的，只是缺乏有创意的宣传。”马敏说。

“第一次来太原怎么玩儿？这份三天两夜的保姆级攻略送给第一次来太原的你……”这条1分31秒的“锦绣太原”短视频7月1日抖音发布，播放量很快破百万，获点赞2.9万次，这让马敏分外惊喜，也坚定了她继续做旅游类短视频的信心。“相比剧情、探店类短视频，文旅类短视频创作更有难度。首先，手机拍摄很难达到效果，需有专业设备支持；其次，拍摄需要技巧；第三，脚本编排靠模仿行不通，黄金前三秒没有引起共鸣，等于失败。”

经过反复论证，马敏与公司商议确定，每周发布2条短视频。

一条优质短视频是怎么做出来的？在马敏这儿能找到答案。有一次，朋友向她推荐兴安体育场，说这里保留着上世纪80年代体育场的形制和特点，容易让人想起童年时光。11月25日，马敏去新兰路兴安体育场拍摄实景。当日凌晨1时许，马敏还在磨脚本。“提前踩过点儿，想了几个切入点，感觉用《你好，李焕英》同款体育场这样表述，可能比较好。”上午9时整，马敏赶到公司，她觉得语言不



接地气，脚本还得再改。10时30分，与摄影师沟通拍摄流程和细节。对于拍摄体育场，摄影师给出建议，马敏又一次修改了脚本。11时20分，按照拍摄要展现岁月质感和怀旧情绪的设定，马敏戴上粉色发卡，换了身贴近年代的素色服装，再加上淡淡的妆容，一股上世纪80年代“厂矿子弟风”立马回潮。13时30分出发，到达拍摄地，团队操控航拍无人机、近距离跟拍、同期录音、采访周边居民……近3个小时，素材收集才算完毕。

拍摄结束，马敏赶回公司为晚间直播带货做准备。“我主做文旅，带货内容多是山西特色农产品和文旅衍生品。”熟悉了产品，19时整，直播带货以唠家常方式切入开始。直播间里粉丝不多，但一小时时间，马敏都在卖力推介。“直播带货变现很难，公司一直坚持做山西特产，主要是想为宣传山西文化尽一份力。”马敏说。次日的工作内容是剪辑视频，以确保11月27日发布。

在短视频领域，主播分两类，一类是马敏这样，由公司孵化，提供资源和技术支持；另一类是个人短视频创作者。“干这一行不容易，与上班族一样，也就挣着几千元的月薪。”马敏感慨地说，“我就是想通过自己的努力和坚持，让山西文旅‘抖出圈’。”

太原职工可抢免费观演票

本报讯（记者 李晓并）12月5日消息，为了进一步做好普惠服务工作，丰富我市职工文化生活，市总工会联合山西·恒爱文化残疾人艺术团将于12月8日下午4时在市工人文化宫举办一场《不忘初心·励志前行》爱党爱国为主题的专题残疾人文艺演出，演出券原价380元/张，市总工会将通过在“太原工会”APP抢券的形式免费向职工朋友们发放。

山西·恒爱文化残疾人艺术团成立于1996年，是集音乐、舞蹈、杂技、器乐演奏等于一体的综合文艺表演团体，演员由来自全国各地的残疾人文艺汇演获奖演员、残奥会世界冠军、特教学院毕业生等组成。建团以来，每年演出300场左右，足迹遍布全国，荣获文化部“全国优秀演

出艺术团体”称号，荣获中宣部、文化部“全国服务百姓基层文化先进演出群体”奖，被全国政协、文化部、全国工商联授予“中国改革开放30年和谐文化建设示范单位”称号。

《不忘初心·励志前行》专题演出以舞蹈、杂技、歌唱、书法等节目展示残疾人精彩的人生梦想，传达自强不息的正能量。舞者虽然听不到旋律，但凭借对于舞蹈的热爱和坚持，在场上与舞台一角的指挥者完美配合。“身体的缺陷没有阻挡他们对生命的热爱，这场演出更像是灵魂的演绎。”

观看本场演出可通过“太原工会”APP抢券，每人限抢2张，观演核销地址在太原市工人文化宫剧场。因疫情防控，观看人数限制在400人以内。

太原普通话真“拧”

张云飞：27岁
昵称：zyf张云飞
粉丝：78.6万
获赞：1923.3万

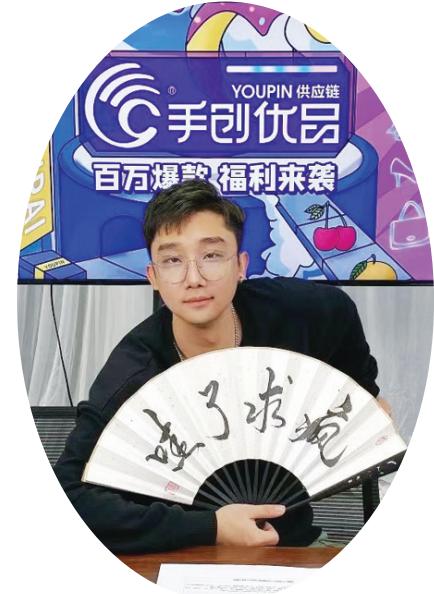
一口地道的太原普通话，一脸眉飞色舞的表情，一本正经地说着流行段子，此人正是张云飞。2019年，张云飞开始接触短视频，起初只是随手拍一拍趣事段子，没想到，一播火了。

“那些被家长误解的专业：心理学——算命的？物流——送快递的？”“当年你打开书准备学习时”“每当考试的时候，我就上头”3条不到1分钟的太原普通话短视频段子，点赞量都过百万，让他一下拥有了20多万粉丝，这也让张云飞看出了道道：“短视频可以引流，肯定能带来商机。但是得稳扎稳打，不能随便发。”近一年时间，通过向其他抖音达人交流学习，张云飞确定了自己的路线：用太原普通话，表情尽量生动，通过生活趣事吸引眼球。

到目前，张云飞的360多条短视频作品，大多以太原普通话讲述搞笑段子。张云飞说：“太原普通话有特点，拥有丰富的语气助词，特别有劲儿！”一名叫“月上海”的网友给张云飞的段子留言：“喜欢你说的太原普通话！你的话，让我喜欢上太原。”

为了保持账号热度，张云飞坚持日更。手机就是工作台，写脚本、拍摄、剪辑全部由他一人独立完成。“只要有灵感，立马记下来。手机的备忘录里，存着近千条脚本。熬夜工作是家常便饭。”没有团队，一个人在流量的海洋里打拼，他停不下来。

“在寒冷的冬天，没有什么比吃一顿砂锅更治愈的了。砂锅臭豆腐，你吃过？”在最新一期短视频中，太原后生张云飞又开始了美食探店之旅。“这个砂锅里有鸡爪和猪蹄，炖得软烂，吃得过瘾。”视频中，他一边吃着砂锅，一边对着手机镜头解说：“这里的砂锅有很多是老太原必点，烧肉炖土豆、小酥肉……”然后他拿起支架手机转向桌面上的各种砂



锅，细细展现。张云飞在镜头前大快朵颐，满脸通红，夸张的表情下，自带太原人的实诚。吃完后，张云飞一句“城市烟火气，这就是我想要的幸福”，让人不由心动。果然，短视频一出，众多网友纷纷点赞和留言。

短视频领域的变现渠道主要有三种，接广告、直播打赏和直播带货。张云飞介绍，他做直播带货效果平平，直播打赏虽能快速变现，但不长久，所以他把更多精力放在了探店接广告上。“探店要用心，要有创意。如果没有突破和改变，商家不会买单的。”拥有了流量，来找张云飞洽谈广告业务的商家接连不断。现在，他的日程排得满满当当，有时一天要到三四家探店。张云飞说，他的粉丝忠诚度很高，很少掉粉。商家也认可，每条广告的报价多在6000元至15000元之间。

张云飞不喜欢被称作网红，他更愿意被称作短视频创作者。“生活就要赚钱，但赚钱不是唯一。因为太原普通话，外地朋友了解了太原，让我很有成就感。未来，希望拍出更多有创意的作品，不断累积粉丝，让他们喜欢我的同时，更爱上太原这座城。”

记者 梁丹 文/摄

短评

不做“一锤子买卖”

作为新兴媒体，短视频领域发展迅猛，也为行业带来了巨大红利。从本质上来说，短视频的基础是“流量红利”。对主播而言，一部手机可以轻松打开入口，但要在这些路上行稳致远并不容易。面对镜头侃侃而谈或许不难，但要聊得既有意思又有意义并不简单。不仅如此，主播还需要持续投入、积累经验和教训、不断分析粉丝心理……毕竟，这不是“一锤子买卖”。

流量固然重要，但新兴媒体要想长久，还需要了解背后的“流量逻辑”。浏览量、点赞量貌似壮观却易碎，内容承载量、含金量才是立身之本。事实上，时至今日，无论直播还是短视频，“唯流量论”的野蛮生长时代早已过去。从业者必须清醒地认识到，那些敢创新、有品位、正能量的作品才能收获掌声和市场。如果不在制作上下功夫，不在内容上做文章，其结果只能是昙花一现、潦草收场。

好消息 藏红花泡脚粉 来电申领

500份藏红花泡脚粉送给真正有需要的人

俗话说：“养树要护根，养人先护足。”每天若泡脚15分钟对人体有较大的好处！

四季常泡脚，健康生活好

此次免费赠送的泡脚粉是由红花、艾叶、苦参川穹、乳香等配制而成，淡淡的清香，遇水速溶且不留渣。脚是人体的缩影，有60多个穴位汇集在脚上。

为推广产品藏红花泡脚粉厂



免费领
取热线:400-614-1819