

网红“山西于德水”：

以小见大 太原往事娓娓道来

7月28日，“锦绣太原正当红”第四季宣传活动启动仪式举行。作为本次活动的特邀嘉宾，网红“山西于德水”作了《用文化赋能锦绣太原》主题演讲，引起更多人关注。

这是怎么样的一位网红？近日，记者走近“山西于德水”，听听她的故事。

本是行内人

采访“山西于德水”之前，记者一直在判断，视频中的这位红衣“于德水”，可能是学历史出身，否则她哪里知道那么多太原的点滴往事；又可能是学播音出身，否则她怎么能在镜头前如此滔滔不绝。

“立秋”当天的细雨中，见到了“山西于德水”，红上衣，休闲裤，一双拖鞋，简单却也精致，随性而又慵懒。开口总是免不了自我介绍，30多岁的她，本名于雅琪，祖籍非太原，却是在太原长大的女子，学管理出身，从事自媒体行业已有几年时间，目前是山西不苦文化传媒有限公司总经理。

职场闯荡多年，正当抖音短视频方兴未艾之时，她2019年与几位志同道合的朋友，一起创办了文化传媒公司，尝试着进军抖音短视频领域。他们用4个月时间，大概摸清了其中的一些门道。

最早的客户，是省城一家久负盛名的饭店。于雅琪和她的伙伴们负责运营该饭店的抖音号。善于从管理中发现数据，从数据中分析答案的于雅琪，精准地摸到了该饭店的主要消费群体，发现了他们生活中的“共情点”。有的放矢，于雅琪和伙伴们以短剧的形式，连续推出相关作品，迅速抓住了这些消费者的心理，进而带动该饭店实现经营持续向好。“短短两个月时间，我们把他们的抖音粉丝做到了将近60万！可以吧？”于雅琪得意地问。

之后，于雅琪和她的伙伴们继续努力，把业务做过了黄河，为陕西省一家教育类企业作企划宣传，取得良好效果。再后来，他们把业务做过了长江，在上海生根发芽，取得长足进步。目前，于雅琪的公司在上海发展得非常顺利。

尽管从业只有5年时间，但于雅琪认为，自己已经是一名行内人。



网红达人于雅琪

瞄准跨界事

即便在新媒体运营上称自己为“行内人”，但在涉及历史文化领域时，于雅琪是个“行外人”，之前绝少涉足，更无钻研。所以，说起目前运营的“山西于德水”，她说这是一件跨界事。

为何跨界？于雅琪就是为了争口气，为山西，为太原，争口气，发回声。

大概是2023年五六月，于雅琪因为业务需要，在与其他省市同行交流过程中，不少人无法相信她的公司是一家太原的公司。“在他们看来，雾霾、煤炭、煤老板……这些才是山西的标签。”每每遇到这种状况，于雅琪总是在同行面前竭力地介绍山西，介绍太原。“我必须告诉他们，我生长的地方不是他们想的那样，他们一定要知道。”

随后，这种想法愈加强烈，她有了介绍山西，推广太原的想法。

视频质量高

在山西的自媒体圈，做历史文旅类的人不少，其中不乏一些大V，他们似乎已经把山西无比璀璨的历史、丰富的文物古迹讲了个遍。于雅琪将自己的个人标签设定在了“以小见大”，小到一处地名，一条街巷，再不断扩展，外延，找到这个地方与家、与国、与天下的关系。

最早的一条作品，创作于2023年11月。当时，于雅琪从太原自驾去武汉，10多个小时的长途跋涉，从“晋”地到了“楚”地。入住宾馆后，她突然联想到2600多年前晋文公流亡19年，在外颠沛流离，辗转包括楚国在内的8个诸侯国，直至重返晋国，成就霸业的事情。于是，“山西于德水”的第一条抖音作品，就在宾馆的床上，在武汉阴冷的天气下，裹着被子，支起手机，一气呵成。

终于迈开为山西发声的第一步，效果似乎还可以，但没有于雅琪自己设想得那么好。“毕竟我不是学历史的，之前的所有学习，与历史文化沾边的也不多，我弄起这个号来比较吃力，得大量学，广泛学。”

虽然是文化传媒公司的总经理，手中不乏精兵强将，但于雅琪将公与私区分得很清，她不占用公司任何一点资源，“山西于德水”完全是她一个人完成。

为了给观众呈现最真实、最全面的内容，于雅琪不辞辛劳。她曾在烈日下奔走于荒僻的街巷，只为捕捉那一瞬间被岁月侵蚀的痕迹；也曾在深夜翻阅大量的历史资料，只为给一个历史事件找到最准确的解读。

她的作品不仅仅是简单展示，更是深入地解读和挖掘。通过查阅大量历史资料，走访专家学者和居民，为观众呈现出历史事件背后的深刻内涵和文化价值。她的讲解生动有趣，引人入胜，让观众仿佛置身于历史的现场，亲身感受着岁月的变迁。

相比较其他自媒体同行的高产，于雅琪作品的“产量”不高，将近一年时间，出产31条，但她的作品“质量”较高。

一条关于太原人都熟悉的地名——“满洲坟”的作品，她通过深挖掘、广发现，将明末清初太原的历史来了一次梳理，并在满洲坟之前，带出了新旧满洲城，由此又带出了现在的旧城街和新城街的来历，最后才落脚在满洲坟。这条作品流量达120万多。

“从人们身边的老街巷说起，这是较少被人涉及的，我觉得是更容易吸引人的元素。”

关于柳巷，关于半坡街，关于上马街，条条街道有故事，个个故事都精彩。

往事不如烟

产量不高，质量不低，粉丝数也在不断攀升，目前已达5万余。于雅琪的影响力日益扩大，她的作品在各大自媒体平台获得了更多的点击量和点赞数。她不仅为本地历史文化的传承和发展作出了积极贡献，也为太原乃至山西旅游行业的推广和发展起到了促进作用。

于雅琪承担起了更多的社会责任。为推广太原北齐壁画博物馆，她足足潜心学习了20天，为此写出了近万字的文稿，然后再“瘦身”，提炼出15分钟左右的文字素材。从徐显秀入手，于雅琪广泛查阅资料，并将尔朱荣、高欢与徐显秀的故事进一步整理、丰富，形成关于徐显秀的故事，并延伸至关于生死的思考，引得人们关注。

一个人，一部手机，一袭红衣，不急不躁，把太原人身边尘封已久的往事娓娓道来，已经是于雅琪的风格，她很喜欢，她很享受。就像她在“锦绣太原正当红”第四季启动仪式上的主题演讲中所提及的：“用文化带动民族自信，我们全部生在福地”，这是她发自内心的感受。

期待于雅琪能够继续带着她的情感和专注，带来更多精彩的历史文旅作品，引领我们在历史的长河中畅游。

记者 申波
摄影 邓寅明



于雅琪通过手机向粉丝介绍太原历史文化。