

贵州黎平盖宝村的网红脱贫路

本报记者 苏丹丹

近两年,随着网络直播、短视频的兴起,一批“网红城市”“网红村镇”涌现了出来,位于贵州省黔东南苗族侗族自治州黎平县尚重镇的盖宝村就是其中之一。这个传统侗族村落的村民借助网络直播平台向外界介绍当地的美景和特色民俗文化,在网络上收获了大量粉丝,使村寨受到了前所未有的关注,成了名副其实的“网红村”。

盖宝村是如何走上网红这条路?还得从扶贫工作说起。

改变从直播开始

黎平县是我国侗族人口最多的一个县,而盖宝村是黎平县的乡村旅游扶贫重点村,这里交通十分不便,距县城100多公里,开车前往需要4个小时。虽然交通不便、经济落后,但在盖宝村扶贫第一书记吴玉圣眼里,这个贫困村是一个真正的宝贝——不仅风景秀丽,犹如世外桃源,而且文化底蕴也非常深厚,有音韵独特的侗话、精美的民族服饰、极具地方特色的风俗习惯……他说,这不就是很多人眼中的“诗与远方”吗?如果能把这些资源挖掘出来、传播出去,让更多人知晓,或许就能转化成经济效益,带领村民脱贫致富。

但在信息爆炸的当下,一个偏远山村要想引来外界关注并非易事。同很多贫困地区一样,盖宝村至今还没有铺设有线电视网,网络是村民了

解外面世界的主要媒介。“80后”吴玉圣深知互联网对经济发展的重要影响,如果利用好了,村子的扶贫工作可能就有了转机。作为一名资深网络直播用户,他想到了一个好点子:“盖宝村一直流传着七仙女的美丽传说,何不在直播平台上打造一个现实版的‘浪漫侗家七仙女’,让她们当盖宝村的形象大使。”

吴玉圣最初的想法是通过直播让外界知道这个地方不仅有美景,还有别样的民族风情。但是,在一个老年人居多、智能手机并未完全普及、很多人都不知道直播为何物的村庄开展这项工作,难度可想而知。“村子脱贫离不开年轻人的参与,所以,我们的第一工作是成立盖宝青年协会,把村里的年轻人团结起来;然后筹集资金,改善村容村貌,采购拍摄设备,请人教授拍摄技巧,给参与拍视频的村民发工资。”吴玉圣说,一开始很多村民不支持、不理解,连计划用于购买设备和运营账户的20万元都筹集不到,后来只能从村委会借了5万元。

可喜的是,改变正在发生。“浪漫侗家七仙女”发布的侗族婚礼、斗牛、长桌宴等短视频迅速引来网友围观。随着粉丝的增加,直播收入也在逐渐增加,“七仙女”成员每月平均收入能达到四五千元,而以前在县城上班每月工资只有1500元左右。不仅如此,村民自家种的农产品和制作的手工艺品也通过直播打开了销路,卖到了全国各地。

“七仙女”效应显现

在不到一年的时间里,“浪漫侗家七仙女”发布了200多个短视频,账号粉丝达到15.4万人。如今,7位小“仙女”已经成了黎平县的网红,成员之一吴梦霞因为长相清秀,被称为“侗族迪丽热巴”,在网上的知名度很高。吴玉圣说:“很多村民的观念逐渐发生了变化,玩起了直播和短视频,许多年轻人也开始回村里寻找创业机会,扶贫局面慢慢打开了。去年底,盖宝村实现了全村脱贫。”

“浪漫侗家七仙女”火了,这让盖宝村和整个黎平县都看到了直播的力量。在“七仙女”的带动下,越来越多的人加入直播行列。据统计,黎平县现在有20余人专业做主播,兼职的有几百人之多,他们都想借助直播平台宣传当地的民族文化、非物质文化遗产,推广农产品,走向致富之路。有鉴于此,去年10月,以“七仙女”团队为牵头人,黎平县组建了网红助力脱贫攻坚协会,现有47名会员。协会不仅给会员提供直播、拍摄等方面的培训,提高他们的综合素质,还在线下积极与黎平县当地的文化企业、贫困户进行沟通,希望能帮助网红直播打通线下生产、包装、物流等环节,建立起一个完整的网红扶贫产业链条。

“这条脱贫之路没有走错,我们会继续走下去,相信侗族文化会得到更大程度的宣传和保护。目前,村里已经开始筹备‘网红书院’,培育更多的短视频、直播人才,另外还会深挖

文化资源,吸引更多游客,寻求更大的发展空间。”吴玉圣说。

直播平台在行动

借助直播平台脱贫,盖宝村并不是一个特例。内蒙古的太平、四川甘孜藏族自治州的格绒卓姆……这些“乡村网红”不仅改变了自己的命运,还带动家乡村民一同致富。在他们走红的背后有广大网友的支持,更有直播平台的推动。

为助力乡村振兴,去年,快手直播平台发起了“快手幸福乡村带头人计划”,在全国发掘有能力的乡村创业者,为他们提供线上、线下的商业和管理教育资源、品牌资源等,促进带头人在乡村发展产业,增加在地就业机会,吴玉圣、太平等人入选了这一计划,并获得了到北京学习交流的机会。

此外,为了助力精准扶贫,去年1月,中国演出行业协会网络表演(直播)分会发起了青禾计划,欢聚时代、虎牙、六间房等5家直播平台分别与山西吕梁地区的贫困州县结成了一帮一的对口帮扶关系。临县是吕梁最大的贫困县,贫困人口有4.8万人,去年,在与其结成帮扶对子的六间房直播的全面支持下,临县农产品加工销售额相比往年有了大幅提升,达到了4亿元,这让临县副县长周峰高兴不已:“今年,我们将与直播平台深入合作,安排专项资金培养‘乡村网红’,用科学手段提升品牌价值,带动更多贫困户脱贫。”

“文明旅游为文化陕西加分”在西安启动 2019版实景历史舞剧《长恨歌》首演



2019版实景历史舞剧《长恨歌》首演现场 秦毅 摄

本报讯 (驻陕西记者秦毅)为全面落实文化和旅游部开展的“文明旅游为中国加分”宣传行动,3月24日,由陕西省委文明办、陕西省文化和旅游厅、陕西旅游集团主办的“文明旅游为文化陕西加分”启动仪式暨《长恨歌》首演活动在西安举行。

启动仪式上,来自陕西省A级景区、百强旅行社、宾馆饭店的旅游从业人员代表及游客代表共同宣读了《中国公民国内旅游文明行为公约倡议书》,呼吁每一位游客从现在做起,让游客的文明举止成为最美丽的风景。陕西省委文明办副主任胡纪美在致辞时表示,文明旅游,对外事关国家形象,对内体现文明程度。要携起手来,以深厚的文化内涵为陕西旅游插上腾飞的翅

膀,以旅游新形象开创文化陕西新的辉煌。

当日,经5个多月打磨提升的2019版实景历史舞剧《长恨歌》在历史故事发生地——临潼区华清宫内首演,开启该剧今年的常态化演出。

新版《长恨歌》演出舞台进行了全面改造升级,舞台画面更清晰,色彩更饱满、立体感更突出;在音乐方面,为最后一幕新创了一首叙事性歌曲,在歌词和舞蹈的配合中呈现天上人间相见的一幕,表现帝妃二人经历生死离别后再相见的绵绵爱意。据悉,借山造势、借势造景、借景造情、借情造境的历史舞剧《长恨歌》,正式公演13年来经过数次改版和不断锤炼,已成为陕西文化旅游的“金字招牌”。

青海召开全省文化和旅游资源普查座谈会

本报讯 为深入了解青海省文化和旅游资源现状,3月22日,青海省文化和旅游厅组织相关部门召开了全省文化和旅游资源普查(文化部分)座谈会。

座谈会指出,普查青海省文化和旅游资源特别是文化资源的现状,是为了摸清家底,明确资源界限、厘清资源类型、夯实资源管理,辩证看待青海文化和旅游业的优势、潜力和不足,为政府的开发、利用、保护文化和旅游资源工作提供重要决策依据。会议就资源普查

工作的类别与资源划分、普查的深度与广度、如何处理普查与调查的关系等问题展开交流,并对普查大纲中的非物质文化遗产、历史文化、红色文化、产业文化、公共文化场馆等八大类别进行了讨论,对大纲中分类不明、分工不细的地方进行了调整。

据悉,青海省文化和旅游厅将汇总与会代表的意见、建议,制定工作方案,整合现有资源,调查新增资源,为建立健全全省文化和旅游资源数据库夯实基础。(蔡文武)

安徽分析研判文化市场安全生产

本报讯 (驻安徽记者郝磊)近日,安徽省文化和旅游厅召开文化市场安全生产分析研判专题会。

会上通报了今年1月至3月安徽省文化市场安全生产工作情况,梳理了文化市场在消防安全方面存在的问题,按照安徽省消防安全委员会办公室《典型燃烧爆炸事故提示函》的要求,结合正在开展的文化市场冬春季消防安全检查和整治,分析研判了全省文化市场消防安全形势,特别对燃气、煤气使用安全方面存在的风险和隐患进行了分析研判,强调要组织力量对提供“简餐”的歌舞娱乐场所等文化经营单

位开展有针对性的摸排检查,以落实责任、强化宣传、提升能力为重点,进一步强化风险意识和担当意识,指导督促各地文化市场综合执法机构推动各项工作措施的落实。

会议特别要求厅文化市场局结合3月开展的督导暗访,深入基层直接摸排,对发现的重大隐患和问题及时分析研判,督促整改落实;对不作为、慢作为和乱作为的执法机构和人员,要按照相关规定进行约谈警示;要加强工作调度和指导监督,切实把各项安全专项提示工作要求落细落实,确保全省文化市场安全稳定。

桂林“先游后付诚信联盟”为游客保驾护航

本报讯 (驻广西记者郭凯倩)3月24日,由广西壮族自治区桂林市文化广电和旅游局、驴妈妈旅游网共同发起的桂林旅游“先游后付诚信联盟”在桂林市阳朔县正式成立,漓江风景区、独秀峰·王城景区、两江四湖·象山景区、古东瀑布景区等桂林10家代表性景区成为联盟首批成员。

该联盟开创了“先出游、后付款”的创新旅游体验,游客只要预定该产品,可以先享受出游,归来满意后再付款,从而化解现有的游客、旅行社、目的地间的信任危机,助力桂林旅游建设,为游客品质出游桂林保驾护航。

据驴妈妈旅游网创始人、景区集团董事长洪清华介绍,桂林是当

下中国文化旅游最热、口碑最好的目的地之一。“先游后付”模式创建了一个旅游生态“命运共同体”,使成员在彼此信任、监督、协同发展的基础上,为游客提供更加优质的旅游服务。

桂林市委常委、宣传部长、副市长韦凤云表示,“先游后付诚信联盟”的成立是为了落实“桂林优质旅游”品牌战略,期待更多的旅游景区、酒店、旅行社等加入联盟,共同探索构建“一键游桂林”平台先游后付技术层面合作模式,推动桂林优质旅游品牌建设。

据悉,桂林旅游“先游后付”首批上线的多个优质产品,主要为游客关注度较高的桂林当地游,及周边省市出发的线路。



坐落于山东省烟台市核心城区的烟台大剧院,于2009年投入运营,每年有超120场演出上演,主要包括院线演出、公益演出、社会经营演出3种类型。近10年来,对推动当地文化消费升级、丰富群众的精神文化生活起到了四两拨千斤的作用。

图为3月24日在烟台大剧院上演的开心麻花舞台剧《二维码杀手》。

本报驻山东记者 苏锐 摄

从“买夸奖”到“代吃喝”

花式社交消费能走多远?

新华社记者 龚雯 吴振东

最近,一种无论你说什么都会被围起来夸奖一番的“夸夸群”走红网络,有人趁热打铁将其明码标价做成了一门生意。记者发现,不仅“夸奖”可以用钱买,一些网络平台上还有代喝奶茶、代吃火锅等服务在出售。为何会出现这类“脑洞大开”的花式消费,有多少人愿意为之“买单”,未来又能走多远?

明码标价的“夸夸群”,你尝鲜了吗?

打开淘宝搜索关键词“夸夸群”,经营此类产品的商家不在少数,产品介绍千篇一律:“一本高材生在线夸人”“送女友、家人、闺蜜超惊喜”……费用一般根据群的人数和时间而定,低至5元、高达100多元。“群友”越多,时间越长,价格也越高。从销量看,有的月销已超千笔,评价过百条。

记者挑选了一款夸人服务送给朋友,待下单后通过添加客服微信,记者和朋友都被拉入一个微信群。收到提示后,“群友”就会开启夸夸模式:“小姐姐的头像真好看”“您一进群让我们的群与众不同了”“千言万

语不及你之一”……

从用户评价看,给予“好评”大多是因为:很新奇的一次体验,给人惊喜和快乐。也有不少评论认为夸得有点尴尬,感觉就是拼手速,一下发太多,不走心、没互动等。

华东政法大学副教授马川认为,“夸夸群”的流行与当下年轻人群体的交往需求相关,“很多人在现实生活中难以做到面对面直白夸奖或者鼓励,这种需求可以在互联网上寻求表达、放大、满足。”

复旦大学心理健康教育中心专职心理咨询师周子涵表示,人们渴望被关注、被肯定的需求,与通过帮助他人实现自身价值的需求,在“夸夸群”里能得到一定满足。

代喝奶茶、代撸猫,这波操作你见过?

相比传播快乐的“夸夸群”,记者发现最近网上还出现不少“脑洞大开”的服务消费产品,包括代喝奶茶、代吃火锅、代撸猫,产品介绍例如“能拍图拍视频反馈,免去大家排队和长胖烦恼”“你下单,我撸猫给你看,可

以发照片和视频”……

以闲鱼APP为例,消费者可以在提供“代喝奶茶”的卖家中选一个,根据金额下单支付后,对方就会去买一杯指定口味的奶茶,然后录一段视频发给消费者。视频包括讲述奶茶的颜色、材料、甜度、香味等,并会显示当日时间,说明是一款“个性化定制”服务,而非拿录制好的“网红”视频进行“一对多”发送。

有网友留言表示,想喝最新口味的奶茶,又怕里面奶油太多会发胖,正好网上有花钱请人代喝的服务,所以下单买来尝尝鲜。

中国贸促会研究院国家贸易研究部主任赵萍说,上述消费尽管比较小众,但是折射出消费的个性化和多样化,这也是未来的趋势。人们得到的是一些精神方面的满足,更像是花钱买一份“体验报告”。

花式消费能走多远?

业内人士认为,在大众创业、万众创新的时代,互联网等科技革命越来越能激发出人们的灵感,服务创新业态将层出不穷。