

解锁传播新方式 推介家乡“新流量”

策划/社会新闻部

编者按

故土有温度，宣传有力量。在家乡出圈的路上，总有一群追光者，以热爱为笔、以光影为媒，用各自的方式，把家乡的美好娓娓道来。

本组四篇人物通讯，便聚焦这样四位家乡“代言人”：扎根田间地头，以直播为桥，助力农产品走出乡村的年轻干部；操控航拍镜头，定格景区盛景、吸引八方游客的景区从业人员；深耕烟火日常，用视频号留存乡音、传递乡情的村民；坚守传播初心，以直播为窗、全方位展现家乡风貌的媒体人。

他们身份各异、方式不同，却怀揣着同样的赤诚与热爱——深耕家乡、宣传家乡。没有华丽的修饰，唯有最真挚的行动，让家乡的特产被看见、美景被熟知、乡音被铭记。让我们一起感受他们对家乡的深情，也读懂我们家乡的烟火与美好。



张丹玉在直播介绍农产品 资料图



曹卫娟在黄河之畔宣传推介三门峡城市风光



杨洁向奶奶了解灵宝方言 资料图



地坑院成了何东阁镜头中常驻的风景

杨洁：以短视频守护千年乡音

本报记者 卢姣姣

黄河之畔，一方乡音承载千年民俗记忆。当下，越来越多的三门峡青年，在新媒体浪潮中，以短视频、直播等为载体，解锁黄河文旅传播新方式，成为推介家乡的“新流量担当”。从小在灵宝长大的杨洁，便是其中亮眼的一位。

杨洁是三门峡市城乡一体化示范区阳店镇中河村人，这里原属灵宝市，她平日里经营着自家的烤面筋小摊，同时经营着抖音等多平台账号“奶奶和浩浩（灵宝方言民谣）”。作为一名年轻的崤函文旅传播者，她立足豫陕晋交界的独特地域特色，聚焦灵宝方言、民俗民谣、乡土烟火等本土文化内核，用短视频记录岁月乡音，深情讲述黄河岸边的灵宝故事。

杨洁最动人的坚持，是陪伴高龄的奶奶李育草，抢救性搜集、整理濒临流失的灵宝方言与民间民谣。自2018年起，她从零开始，自学拍摄剪辑，用农家小院、日常闲谈等生活化镜头，捕捉老人随口吟唱的歌谣和地道方言日常。灵宝方言隶属中原官话汾河片，是黄河流域珍贵的语言活化石。年逾九旬的李育草老人虽不识字，却熟记近百首童谣、节气谣与生活小调，每一段曲调、每一句方言，都镌刻着黄河儿女的生活印记。凭借独特的素材和走心的创作，杨洁在新媒体赛道成功破圈。

2020年9月，李育草老人成功入选中国语言资源保护工程灵宝官方发言人，有4首经典民谣被永久收录进国家语言资源库。2025年，杨洁带着奶奶受邀登上央视《开门大吉》栏目，将崤函乡音、黄河民俗带上国家级舞台。

截至2026年5月17日，“奶奶和浩浩（灵宝方言民谣）”抖音账号已有粉丝2.7万，发布作品499条，累计获赞56.7万余次，多条作品获数百万播放量。2026年2月，奶奶李育草四首民谣被收录进中国语言资源保护工程展示平台的视频，获得6.6万余次点赞，引发广泛关注。杨洁表示，方言是黄河文化的根，也是刻在每个人心底的乡愁，她希望借助短视频的力量，让更多人认识她的家乡，听懂那些被岁月掩盖的黄河乡音。

如今的杨洁，一边忙于生计，一边坚持创作，并不断创新，丰富作品内涵。目前，她的作品已经跳出单纯的方言记录，融入灵宝乡土人文、非遗底蕴与市井烟火，以年轻化视角展示三门峡文旅魅力，吸引越来越多目光关注三门峡，了解黄河文化，为地方非遗传承和乡村文旅宣传注入了青春力量。

何东阁：用镜头为地坑院代言

文图 本报记者 胡晓萍

一场大雪，曾让陕西地坑院“飞”上了千万人的屏幕。至今不少三门峡人仍记忆犹新：这个雪景视频，出自何东阁之手——陕西地坑院运营管理部副经理，同时担任陕州区摄影协会副会长。

8年前，他对摄影还一窍不通。

当时，何东阁的工作与外宣并无直接关联，但他始终认为，地坑院要扩大影响力，必须依靠外宣。2018年，时任景区总经理的张春红是一位摄影爱好者，常在景区举办摄影展，职工的摄影作品也时有展出。受其影响，何东阁开始学习摄影。

真正点燃他热情的，是一次偶然。看到同事操作无人机航拍，俯瞰地坑院的视角让他深受震撼。他当即决定学习无人机技术，用航拍为家乡“代言”。

从此，何东阁开启了“白天上班，夜晚剪辑”的工作模式。设备、课程、剪辑软件，全部自费，且坚持使用顶级配置。有人问他值不值得，他的回答很干脆：“热爱比啥都重要。”

坚持带来了回报。何东阁拍摄的地坑院航拍视频在抖音发布后，迅速引发关注。这种前所未有的航拍视角，将地坑院的全貌与震撼展现得淋漓尽致，此前还没有人这样拍过。2021年，何东阁有一条关于地坑院的视频获赞近50万，总播放量超过2000万。他趁热打铁，尝试直播，单场观看人数最高突破100万，同时在线达1.4万人。他的摄影作品《甘山红叶》《十里桃花》等，先后被央视客户端、人民日报客户端、河南日报客户端采用。他的代表作还曾入围“国字号”三门峡摄影艺术展，获得专业认可。我国知名旅游博主“航拍中国”看到何东阁的作品后，先后于2019年、2020年专程来到地坑院拍摄，进一步提升了三门峡的知名度。正是这些持续输出的影像，让地坑院从一个偏于一隅的传统民居，一跃成为全网瞩目的文化地标。

为了拍到理想画面，何东阁付出不少努力。一次，天气预报三门峡将有降雪。为捕捉雪后天坑院的独特景观，他连夜住进景区。次日清晨，他踏雪寻找最佳拍摄位置。最终拍到的雪景视频被央视客户端推送，让更多观众领略到地坑院之美。

从摄影门外汉到“网红”宣推者，何东阁用镜头为地坑院打开了新的窗口。他说：“不管做什么，都要坚持。”正是这份坚持，让平凡的日子，发出了光。

张丹玉：用『新农具』唤醒黄土地

本报记者 刘玮

“大棚闷热，弯腰辛苦，汗水浇灌每一颗辣椒。辛苦耕耘，终赢丰收，愿所有劳作都不负付出！”5月16日，在湖滨区交口乡富村党总支委员张丹玉的抖音账号上，她刚更新了一则视频，画面中，她咬着一颗饱满的辣椒，笑容灿烂，身后几位村民正将一袋袋辣椒搬出大棚，脸上挂满丰收的喜悦。这位29岁的年轻村干部，正用手机为黄土地注入一股“新流量”。

“我父母以前也种菜，深知其中的不容易。”张丹玉说。正是这份朴素的共情，让她决心帮乡亲们把农产品卖出乡村。“家乡需要年轻人，妇女姐妹、乡亲们需要有人带头干事。”作为新时代青年和基层妇联工作者，她希望扎根基层，带动村里妇女增收致富。

作为一名“95后”，张丹玉展现出了在助农方面的优势：熟悉互联网传播逻辑，敢尝试、敢创新，能用年轻化、接地气的方式讲述乡村故事。她懂当下消费者的喜好，把乡村美景、乡土情怀和农产品品质融合起来传播。更重要的是，她愿意沉到田间地头，拉近与网友、村民的距离。

新媒体助农给富村带来实实在在的的改变。张丹玉细数：一是拓宽了销路，打破地域限制；二是带动村民思想转变，从传统种地到懂得品牌、电商；三是带动村里妇女增收，很多姐妹参与直播辅助工作；四是提升了富村知名度，让更多人知道富村，间接带动村容村貌提升。

如今，张丹玉正依托妇联工作，稳步推进直播团队建设。她优先吸纳村里有空闲时间、想增收的妇女姐妹，已开展短视频和直播基础培训。“大家亲眼看到直播能实实在在在赚钱，参与意愿很强，很多姐妹主动来咨询学习。”她计划持续培训，打造一支本土“巾帼直播小分队”。

黄河岸边纯朴勤劳的乡亲、脚踏实地的三农人，以及乡村独有的烟火气与乡土情怀，这些都为张丹玉的创作提供源源不断的灵感，与此同时，流量也“反哺”家乡，在她看来，流量能为家乡带来三重价值：首先是销量，让土特产走出去；其次是人流量，吸引更多人关注三门峡、关注黄河乡村；最终是发展力量，用流量带动产业、带动妇女就业、带动乡村文旅，把线上流量转化为乡村振兴的生产力。

从大棚头的第一次尝试，到如今带动一群农村姐妹拿起手机“新农具”，张丹玉用实际行动证明，黄河上的“新流量”，不仅能卖出农产品，更能点燃乡村振兴的希望。

曹卫娟：让更多人爱上三门峡

文图 本报记者 王丹丹

在豫西黄河之畔，有这样一位新媒体人，她长期深耕短视频与直播领域，全方位宣传三门峡的山光水色、人文底蕴与特色好物，让这座“天鹅之城”被更多人看见。她就是被网友亲切称为“三门峡城市宣传员”的曹卫娟。

曹卫娟有着专业的播音主持功底，曾在河南电视台担任外景主持人，这段经历为她日后的新媒体创作打下了坚实基础。在传媒行业深耕多年，“用镜头讲好三门峡故事，让更多人爱上这座城”，是她一直以来的初心与追求。2024年起，她正式聚焦家乡宣传，以“三门峡曹老师”为账号名，在抖音等平台开启新媒体宣传之路。

每年天鹅季，曹卫娟都会准时出现在三门峡天鹅湖国家城市湿地公园青龙湖畔，一个支架、一部手机、一个收音话筒，便是她的全部装备。为了捕捉白天鹅最灵动的姿态，她常常天不亮就抵达现场，从天鹅栖息、觅食到起飞嬉戏，全程跟进直播。不同于生硬的科普介绍，她将天鹅的生活习性融入温情故事，用细腻的语言讲述天鹅与三门峡的双向奔赴。整个天鹅季，她的直播从未间断，高峰时直播间2000余人同时在线，有时还有国外的观众观看直播。许多在外的三门峡人通过她的直播望见家乡，触动乡愁；不少外地游客因她的镜头心生向往，专程奔赴三门峡赴一场天鹅之约。

从自然风光到人文底蕴，从非遗技艺到特色物产，曹卫娟的镜头始终聚焦三门峡的每一处美好。她踏遍家乡的山山水水，深入陕州地坑院、崤函古道等文化地标，拍摄多条精品短视频，将三门峡的厚重历史和独特魅力娓娓道来。她走进乡村大集、田间地头，镜头里既有烟火升腾的市井气息，也有陕西苹果等特色农产品的丰收喜悦。特色商品博览交易会上，她一边免费发放陕西面点，一边热情推介三门峡好物，让家乡特产走出河南、走向全国。浆板超级联赛三门峡站、黄河文化旅游节等重大活动现场，也总能看到她忙碌的身影，实时直播赛事盛况与节会精彩，让全网感受三门峡的活力与魅力。

从专业主持人到家乡推荐官，曹卫娟的身份在变，但热爱家乡、宣传家乡的初心从未改变。她用实际行动诠释着新时代青年的责任与担当，让更多人透过屏幕爱上三门峡、奔赴三门峡，为家乡的文旅发展与城市宣传注入源源不断的青春力量。

记者手记

“新技术”激活文旅“新流量”

宣传推介黄河明珠三门峡，我们缺的到底是什么？是资金？是设备？还是人才？跟着记者的笔触走近湖滨区富村大棚、陕州地坑院景区、三门峡天鹅湖畔、灵宝农家小院，答案渐渐明晰——缺的是一双会“讲故事”的眼睛和一颗长期热爱爱讲故事的心。

这四个人，都处于人生中最有冲劲的年龄。他们拿起的不是传统的农具，而是手机、无人机、剪辑软件这些“新技术”。

张丹玉咬了一口辣椒，笑容灿烂。那个瞬间，手机屏幕对面的万千网友看到的是一颗普通的辣椒，而是一个年轻干部对土地的热望。她带着村民搞直播，把富村的辣椒卖到了千里之外，更把“富村”这个名字种进了网友心里。

8年前，何东阁对摄影一窍不通，因为一次航拍视角的震撼，他自费买设备、熬夜学剪辑。为了拍雪后的地坑院，他连夜住进景区，踏雪寻找最佳机位。有人问他值不值得，他说：“热爱比啥都重要。”正是这份热爱，让陕州地坑院“飞”上了央视，飞进了千万人的屏幕，也让这座地下古村落真正成为三门峡文旅的亮丽名片。

曹卫娟则是另一种“专业派”。她有电视台主持人的功底，却甘愿清晨五点守在天鹅湖畔，一个支架、一部手机、一支话筒，把乡愁传递给远在他乡的三门峡人。她牵头成立传媒公司，带动更多年轻人加入家乡宣传队伍。她说，要让更多人透过屏幕爱上这座城。

最让人动容的，是杨洁和她的奶

奶。九旬的李育草老人不识字，却能哼唱近百首灵宝民谣。那些即将被岁月掩埋的乡音，被孙女用镜头一点点记录下来，最终被收入国家语言资源库，她们因此登上了央视。杨洁一边摆摊烤面筋谋生，一边剪辑视频到深夜。她说：“方言是黄河文化的根。”这句话从一个年轻女孩口中说出，格外有分量。

四位采访对象，四段人生轨迹，却指向同一个方向：他们都在用新媒体为家乡“造血”。在新媒体时代，他们主动学习新技术，积极为家乡代言。他们用实际行动证明了一个道理：流量从来不是虚拟的数字，而是一股实实在在的“新流量”——它能卖出农产品，能带火文旅景点，能唤醒沉睡的乡音，更能点燃乡村振兴的希望。（本报记者）



城市风光 本报记者 孙猛 摄