

本土网红成长记

——访网红抖音主播“舟山闲话”“海岛妞妞”

□记者 庄佳维



左一为“舟山闲话”，左二为“海岛妞妞”

随着互联网迅速发展以及各种视频软件的兴起，让越来越多的普通人成为了网络红人，他们有着较高的关注度，在社交平台上也有一定的影响力。近日，本报记者采访了2位舟山本土“网红”——“舟山闲话”和“海岛妞妞”，与市民一起分享他们的网红成长记。

问:不少市民曾在抖音上刷到过“舟山闲话”的短视频。您是何时经营抖音视频号的?

“舟山闲话”:“舟山闲话”抖音视频号是从去年7月份开始经营的,视频内容主要是介绍舟山吃喝玩乐,附带旅游推荐,目前有粉丝量18.7万人。其实2016年,我们成立了一家传媒公司,从事视频创作,还是比较稳定的。去年受疫情影响,公司一些项目暂停。

期间,有朋友建议,我们有那么多专业设备,也有短视频拍摄经验,可以尝试拍短视频来开拓公司业务。当时,我们觉得拍短视频不挣钱,所以比较排斥。这时,有客户单位找到我们,希望能将一些抗疫工作图片、视频剪辑成短视频,放到抖音等平台上做宣传,以此进一步号召更多志愿者、市民加入抗疫队伍。

公司几位摄影师、剪辑师因为疫情还滞留在老家,而我不太熟悉Pr等专业视频编辑软件,于是用手机下载了剪映,将内容配上音乐、字幕进行剪辑。客户单位看到成片后很满意。正是这次经历让我对短视频制作有了兴趣。后来,我注册了抖音视频号,公司也陆陆续续地拍摄制作了一些防疫等公益短视频,均收到较好效果。然后,一些公司开始找我们拍摄短视频。

问:抖音视频号运营成功的秘诀是什么?

“舟山闲话”:我总结为10个字——发现、气氛、传达、流量和热度。要学会发现,通过眼睛、耳朵去发现身边的美以及好事情;学会制造气氛,比方说在海边,那我该怎么走才会让受众感受到在海边的快乐,这个就需要营造;传达,即传达信息,如我们现在在拍的舟山吃喝玩乐短视频,其实就是在给外地游客推荐舟山旅游;流量、热度就更好理解了,普陀山、沈家门渔港、朱家尖等等,这些地方都自带流量、热度,都是我们制作短视频时可以倚靠的。

问:您的抖音短视频有一期内容是“500元如何在舟山住别墅吃海鲜”,标题非常吸引人。该短视频是如何策划的?

“舟山闲话”:那期短视频奠定了我之后拍旅游攻略短视频的基础。有次,我们几个朋友闲聊,一经营民宿的朋友开玩笑道:“你拍抖音拍得蛮好的,给我家别墅也来拍一个。”我说“好”,到他家一看,这家民宿位于半山腰,

视野一般,除了房价较便宜,其他没啥亮点。那我就想,游客来舟山,除了赏海景,最重要的是吃海鲜,加之当地海鲜新鲜,于是花了100多元买了海鲜,制作了一分钟的推荐短视频。视频推送后,短短一天,播放量达到100多万,该朋友也致电我,说效果非常好,民宿生意猛增。之后我们又拍了几个旅游推荐短视频,效果都非常好,公司也变得有活力起来。

问:您从何时开始经营抖音视频号,目前粉丝量有多少?

“海岛妞妞”:我也是从去年开始经营的,目前有17.4万的粉丝量,短视频内容主要是分享日常生活与才艺。我和大多数主播差不多,每天有几个小时在直播间直播,下播后日常也是围绕著工作,拍摄视频、剪辑制作、回复粉丝私信以及学习歌曲等等。

问:能聊聊第一次直播经历吗?

“海岛妞妞”:第一次直播是去年4月份。那天,直播间里在线观看的人数只有两三个人,也没有互动,但我还是一个人坚持唱了6个小时。可能因为是新主播,大家都比较陌生,所以留不住人。这种情况持续了一两个月之久。

问:直播人气什么时候开始明显提升?

“海岛妞妞”:应该是我将直播间从室内搬到户外开始。最开始,我是在接待禅寺对面一个草坪上,那天天很蓝,配上寺庙黄色外墙、绿色草坪,不远处是舟山国际水产城,还有影影绰绰的船舶,非常漂亮,粉丝们被美景吸引,直播间在线粉丝一下子增多了。我也开始尝试户外直播。

问:作为本土网红,2位主播推荐了舟山海洋文化。下步工作有何计划?

“舟山闲话”:之前已经做了10多个岛的吃喝玩乐旅游合集短视频,效果都不错。有时外出拍摄,有游客认出我,说是看了我的短视频才来的,挺开心的,我打算继续做下去,计划下步去花鸟岛等地,把舟山更多美丽的海岛宣传出去。

“海岛妞妞”:我也会继续将我的直播间搬到舟山更多的海岛、景点、网红打卡点,介绍更多舟山的风土人情,吸引更多网友来认识舟山、了解舟山、来舟山旅游,甚至留下来,为舟山旅游发展贡献自己的一份绵薄之力。

讲文明 树新风 公益广告

舟山有你,越来越好

文明
城市

一丝微笑，一份文明：一缕阳光，一片温馨。

舟山市自行设计作品