



TONGZHAN 统战周刊

贵州民族报



B1

2026年8月28日 星期五 第43期

■总策划:蒙 珏 ■统 筹:潘 艳 ■执行主编:李林怡
责 编:王宇迪 一 审:李林怡 二 审:龙翔云 美 编:王 瑶



梯田音乐会现场。彭佑林/摄



2024年10月24日,由中国地市新闻网联盟和贵州省网络人士联谊会主办的2024年(第十五届)全国地市新媒体创新发展峰会暨百名新媒体总编辑“寻美黔东南”大型采访活动启动仪式在黔东南州凯里市举行。(资料图片)



2026年第二届村超全国总决赛赛季争夺战。韦贵金/摄

外交部发言人全球推介,黔山秀水再度出圈——

贵州网络人士“建设力”三部曲

近日,外交部发言人官方账号在海外社交平台向全球网友推介贵州毕节大方梯田音乐会,“乌蒙深处·音乐盛典”惊艳国际视野。这已不是贵州第一次凭“网”出圈——从全网浏览量累计破千亿次的榕江“村超”,到曝光量达48.53亿次的民族团结大巡游,再到此番被外交部发言人“点名”推介的梯田音乐会,每一次出圈背后,都有着无数网络人士的守候、坚持和创新……

目前,贵州已实现网络人士联谊组织省、市、县三级覆盖,团结凝聚网络人士将线上“流量”转化为发展“增量”,释放澎湃的“建设力”。

□ 张醒非 苏翔

把流量“种进”土里,“村超”背后有“新农人军团”

2023年,黔东南苗族侗族自治州榕江县“村超”爆火出圈,是贵州组织网络人士传播赋能的一张“高分答卷”。贵州省网络人士联谊会(网联会)通过搭建规模化的本土自媒体传播矩阵,推动榕江县培育出2.28万个新农人自媒体账号,让一场黔东南州大山深处的县级足球赛火遍全网。紧接着,省网联会迅速构建省、州、县三级联动机制,把“线上活跃、线下分散”的网络力量拧成一股绳,持续推动传播热度转化为发展动能——2025年10月,“村超”升级为省市县三级体育赛事,2026年覆盖贵州88个县(市、区)。

2024年,全国地市新媒体创新发展峰会暨百名新媒体总编辑“寻美黔东南”采访活动走进榕江,为当地注入强劲的传播势能。以此为契机,榕江县持续推出“节庆活动+短视频+带货大赛”融合活动,仅县网联会主导的融合活动当年就实现了全网曝光超2亿次,带动群众增收919.2万余元;线上村集助农直播累计开播近800场,销售额达1511.69万元。

今年7月,“青耘中国·青耘贵州·品牌助农”暨“抖音丰收市集”村超专场落地榕江,贵州省网联会会长温升作为代表参会,联系多名网络代表人士参与活动,千万级三农网红驻场直播,电商公益课堂同步开讲,多名网络达人被授予“贵州好物推荐官”证书,共同推动“村超”流量转化为贵州农特产品的影响力。

从绿茵场到直播间,从“看热闹”到“种财富”,网络人士把流量种进土地,让收获装进乡亲们的口袋里。

让流量行走街头,大巡游铺展民族文化长卷

如果说“村超”检验网络人士的扎根能力,那么贵阳民族团结大巡游则见证了贵州庞大



2025年5月18日,贵阳民族团结大巡游现场。本报特约记者 吴常琛/摄

网络人士的叙事张力。

2025年5月18日,3600余名各族群众身着盛装,组成26个特色方阵,在2.3公里的贵阳街头踏歌而行——土家族傩戏磅礴、苗绣银饰夺目、彝族古剧“撮泰吉”穿越千年,十里长街铺展成一幅流动的民族文化长卷。

这场“行走的文旅画卷”,把“中华民族一家亲”的故事写进2.3公里的街巷中,也写进了万千观众的心里。通过无数网络人士持续关注和推介,全国百余家媒体、300余个平台全程直播,全网曝光量达48.53亿次。

当流量行走街头,“民族团结”最生动的模样便走进了人们心里。

用流量对话世界,在梯田上奏响“国际化表达”

今年8月1日晚,毕节市大方县奢香古镇,“乌蒙深处·音乐盛典”梯田音乐会如约奏响。

全国独有的城中古彝梯田化身天然舞台,贵州省民族乐团的演奏者置身层叠花海之间,古筝、二胡、笛子的旋律与风声、虫鸣交织共

鸣。贵州省民族乐团倾情演绎,经典民乐与新民乐交织,传统与现代在此对话。上万名观众沿梯田天然阶梯席地而坐,旋律与晚风、虫鸣融为一体。

这场被外交部发言人向全球推介的“大地艺术”,是贵州组织网络人士以流量赋能文旅的又一次生动实践。贵州省网联会副会长、毕节市网联会会长邹雄波组织本地网络达人全程拍摄传播,让梯田上的音符跨越群山,走向世界——那一刻的田间地头,便是世间至美的舞台。

梯田上的交响乐余音未了,武陵山深处又传来非遗的回响。贵州网络人士正以数智之笔,书写着山水人文。

据统计,“寻美·贵州”全网话题浏览量突破200亿次,“网联聚力·心动贵州”系列活动全网播放量超8亿次,抖音话题#贵州很值得#播放量超23.4亿次。

正如贵州省网联会会长温升所说:“网络人士不仅仅是网络空间的‘活跃因子’,更是经济社会发展的‘重要增量’。把他们有效组织起来,从‘自己玩’走向‘一起玩’,从‘各自为战’走向‘攥指成拳’,便能在黔山秀水间释放出助力高质量发展的澎湃动能!”

聚“网力”成合力

□ 本报评论员

从火爆全网的榕江“村超”、刷屏海内外的贵阳民族团结大巡游,到获外交部发言人全球推介的大方梯田音乐会,贵州一次次凭借特色文旅与乡土魅力“破圈”走红。接连不断的流量热潮背后,是贵州三级联动的网络人士队伍,以专业传播力量激活山水人文价值,将网络热度转化为发展实效,书写了数字时代西部省份高质量发展的崭新答卷。

流量的价值,在于落地生根、赋能民生。过去不少地方的网络热度往往转瞬即逝,流量来了、热度散了,难以形成长效发展动能。而贵州打破“网红即昙花一现”,核心在于盘活本土网络人才资源,让线上流量扎根乡土大地。依托省、市、县三级网络人士联谊组织,贵州凝聚起数万新农人自媒体账号与新媒体达人,构建起本土化、规模化的传播矩阵。“村超”的爆火并非偶然,网络人士通过短视频传播、助农直播、赛事策划等多元形式,让乡村赛事走出大山,更带动千万级农产品销售额和近千万群众增收,真正实现从“围观热度”到“民生财富”的蜕变。

“网力”的担当,在于讲好本土故事、传播民族魅力。如果说“村超”彰显了网络力量的民生赋能能力,那么民族团结大巡游和梯田音乐会,则展现出贵州网络人士深厚的文化叙事能力。在网络达人的镜头下,2.3公里的民族巡游长卷、千年非遗文化、乌蒙梯田的山野乐章突破地域局限,以年轻化、国际化的表达方式走向全国、链接世界。48.53亿次的巡游曝光、外交部的全球推介、数百亿次的全网话题浏览,一系列亮眼数据证明,本土网络人士最懂贵州山水人文,能够用大众喜闻乐见的语态,让民族文化活起来、贵州形象亮起来。

聚力的关键,在于抱团发展、久久为功,更在于思维破局、价值重塑。纵观各地网络

传播发展,多数地区的网络力量仍停留在“自发传播、热度造势”的浅层阶段,流量大多是一次性的传播红利,难以沉淀为长效发展优势。而贵州的核心突破,不止于搭建三级网联组织、凝聚网络人才,更在于重塑了网络人士的价值定位,彻底扭转了新媒体“重流量、轻价值,重传播、轻落地”的行业通病。从以往网民碎片化、娱乐化的自发声,到如今系统化、专业化、产业化的主动赋能,贵州让网络力量跳出了单纯的舆论传播维度,真正成为基层治理、文化传承、产业发展的新生力量。这种“从围观者到建设者”的身份转变,是贵州网络赋能模式最具借鉴意义的创新。通过制度化整合、场景化赋能、品牌化塑造,零散的网络声量转化为可落地、可增收、可出圈的发展势能,让新媒体力量深度嵌入乡村振兴、民族文化传播、对外开放的全过程,为地方文旅经济长效发展筑牢了根基。

数字时代,流量从来不是偶然的红利,而是一座城市软实力与发展智慧的集中体现。贵州网络人士“建设力”三部曲的成功,绝非简单的“网红出圈”,而是本土资源、网络人才、制度赋能三者深度融合的必然结果。它印证了一个重要趋势:县域发展不必一味追逐宏大叙事,深耕本土特色、激活民间力量、用好数字流量,就能走出一条差异化、可持续的高质量发展之路。当下,文旅竞争日趋激烈,同质化宣传极易陷入审美疲劳,而贵州以本土网络达人为核心,用接地气、有温度、具国际视野的内容,让山水风光、民族文化、乡土烟火真正深入人心。未来,唯有持续激活民间网络活力、坚守内容初心、深耕价值转化,方能令贵州热度不退、魅力不减,让黔山秀水的独特价值持续走向全国、享誉世界。

统战时评