

编者按

4期短视频,全网累计播放量超1000万次,互动留言近万条……今年4月以来,由长沙市政协指导,望城区鼎力出品,长沙政协同心园联手“青年YOUNG范”团队共同打造《铜官不止窑》系列短视频,不仅让“我有方寸心,铜官不止窑”IP迅速出圈,也带火了视频中坛子菜、打铁花等一众当地美食和文旅特色,带动铜官窑人流量持续攀升,成为长沙本土文化传播的现象级案例。

《铜官不止窑》系列创作是深入贯彻落实习近平文化思想的生动实践,也是新时代加强和改进人民政协工作、更好联系服务界别群众的务实之举。

如何让生动实践走向深刻诠释,实现内容创作、经验提炼再深化?怎样让“流量”变“留量”,做好助推铜官窑文旅医融合发展的后半篇文章?……近日,《铜官不止窑》创作交流会在长沙政协同心园举行,主创人员、出境嘉宾揭秘背后的创作故事,与职能部门、文旅企业、媒体专家代表一道,深入挖掘创作背后的精神与文化价值,围绕助力片区发展充分对话交流。

● 长沙晚报全媒体记者 唐朝昭 通讯员 苏炆 陈婉依

望城区常委、区委宣传部部长 陈旷：用共情凝聚共识，让流量变成销量

“铜官是个窑,铜官不止窑。”这一质朴而深邃的开篇,不仅是《铜官不止窑》系列视频的创作原点,更是对铜官千年文脉生生不息、不断焕新的生动诠释。系列视频自推出四期以来,从同心园走向地球村,用共情凝聚共识,让流量变成销量,已经成为望城塑造城市形象、赋能文旅产业发展的金字招牌,也为我们探索“文化+科技”“文化+旅游”融合之路奠定了坚实基础。

《铜官不止窑》的热度,有效催化了“铜官窑”品牌价值的跃升,并迅速转化为惠及民生的丰硕果实。“跟着视

频游铜官”成为新潮流,文旅消费的热潮持续涌动。“五一”假期,铜官窑景区游客接待量突破20.3万人次,铜官街道文旅项目也乘势而起,千年窑火积聚的流量,奔涌成滋养一方水土的销量与生生不息的能量。

接下来,我们将继续答好“两个融合”命题,不断丰富《铜官不止窑》的精神内涵与表现形式,力争将其打造为长沙乃至全省文旅医融合发展的标杆性IP,让这源自铜官窑火的方寸匠心,持续为望城、为长沙的高质量发展注入不竭的文化动能与创新活力。

长沙市政协办公室宣教处处长 曹茜：用“笨”办法做“真”内容

“铜官不止窑”这个名称,不是一句口号、一个灵感或一个纯粹的文学表达,而是在我们深入调研后发现的事实,也是发现问题后试图提出的解法。

在确定《铜官不止窑》系列的内容方向时,我们坚持要真实、真诚、真心,不要虚假、矫情、自我感动。希望通过作品让大家感受到铜官的热气腾腾与发展变化,让本地人代言本地,让外地人找到归属。

世间百态,唯真不破。至今为止,我们依旧坚持用“笨”办法做

《铜官不止窑》主创人员、“青年YOUNG范”创始人 范意： “快流量”时代,真实是最好的内容

《铜官不止窑》系列的拍摄创作中,我们希望让铜官的普通人有机会为家乡代言,进而把人物分成了三类:一是传承千年文化的匠人,传统技艺的新表达;二是弘扬雷锋精神的本地人,在平凡的日子里写诗;三是来铜官打拼的外地人,共创铜官未来。

这四期视频里,“老彭小彭”代表的是手艺人,坛子菜代表了劳动人民,“妈妈的味道”讲述平凡母亲的故事,“铜官窑的‘顶流’”则是异乡打拼人。

怎么讲好这些普通人的故事?真实才是最好内容,最动人,也往往是朴实真挚的情感。

《铜官不止窑》出境嘉宾、望城区政协委员、湖南陶蔬恋农业科技开发有限公司总经理 曹刚：铜官的泥土孕育陶瓷更成就美食

铜官因陶瓷而闻名,兴盛之时曾有“十里陶城、百座龙窑、万名窑工”。其中,代表性的产品就包括陶窑坛子。后来,陶瓷厂停产了,很多下岗工人和库存产品面临安置问题。作为一名政协委员,我也关注到了这个情况。

2014年,我在中国农业大学培训时,决心和同学一起创业。当时我还是望城的一名村干部,便带领当地农民成立了“蔬菜种植合作社”。

铜官窑的坛子是粗陶所制,能“呼吸”不渗透,最适合做发酵坛,铜官人更是“会做坛子也会用坛子做菜”。此外,我们也想帮助陶瓷厂下岗工人实现再就业,可谓“天时地利人

《铜官不止窑》出境嘉宾、十二届长沙政协委员、铜官窑第18代传承人 彭望球：铜官窑装着烟火气与精气神

铜官窑不是一堆冷冰冰的旧砖瓦,它是一千多年前就在湘江边上点起的窑火,是中国陶瓷史上响当当的“活化石”。在自媒体时代,《铜官不止窑》用短视频这种新形式,让更多人看到、了解我们铜官窑普通人的故事。

铜官窑“釉下多彩”的手艺能传承到今天,靠的就是一代代匠人的手和心。我们手里的泥巴看着普通,但经过选泥、练泥、拉坯、上釉、画花,再送进窑里经受烈火的考验,才能成就一件器物。

铜官窑的“窑火”从来就不只是

和”,于是有了“陶蔬恋”蔬菜加工厂。

《铜官不止窑》推出后,我们一下就“火”了,全国各地网友纷纷跟帖问购买链接,坛子菜的线上销量上涨80%。长沙柏曼酒店直接来签订合同,华天酒店、文和友等品牌也前来洽谈合作。目前,我们销售额已经超过30万元,大家都在学着做线上销售,也让我们有能力吸纳更多下岗职工再就业。

酒香真怕巷子深。尽管对品质很有信心,但销售一直是我们的短板。通过《铜官不止窑》的推广,我们看到了新的发展方向。未来,我们将坚守初心,朝着“叫得响、销得旺、创品牌”的目标加油干!

烧砖烧瓦的炉火,更是生活的温度、艺术的表达、文化的根脉、创新的活力。铜官窑烧制的器物,装的是老百姓的柴米油盐,是生活的烟火气,也藏着这片土地的精气神。现在,越来越多的年轻人走进窑场,他们用新眼光、新想法,给老手艺注入了新生命。

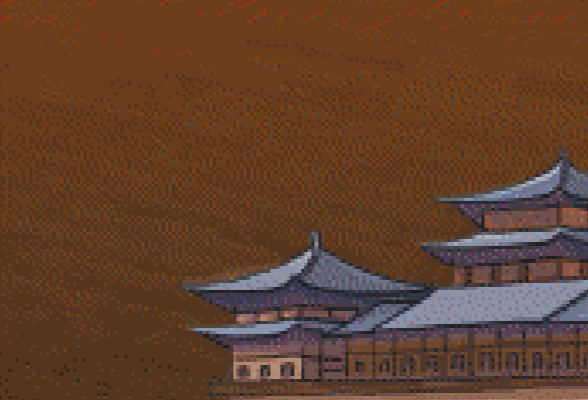
《铜官不止窑》用最直接、最生动的方式,把铜官窑的千年故事和这份泥土的温度、窑火的神奇、匠心的坚守,以及生生不息的创新活力,传递给天南地北的朋友们,让铜官的古老窑火,燃得更旺,照得更远。

我有方寸心

铜官不止窑



近日,《铜官不止窑》创作交流会在长沙政协同心园举行,主创人员与职能部门、文旅企业、媒体专家等围绕助推铜官窑文旅医融合发展对话交流



望城区文创协会会长 吴琪：创造现象级的铜官文旅消费趋势

《铜官不止窑》系列短视频见人见物见生活,通过挖掘梳理铜官有代表性的在地文化、民俗风情,关注铜官新生长的力量,有乡愁、有烟火气,又能触达、能参与,让观众感受到来铜官不是常规旅游,而是一种长期主义的生活方式。下一步,建议可以对题材进行包装策划与再造,让视频呈现的内容更好地转化落地为文旅项目,创造现象级的铜官文旅消费趋势。

人才是铜官的核心创造力。可以集合铜官本地“土著”、外来主理人、小镇新青年三者力量,体现铜官文化传承与融合的多面性。将视频对文化、艺术、生产、生活的演绎,转化为铜官创新创业基因,形成一个具有生命力的商业产业微生态,在品牌概念、产品塑造与新媒体表达上与受众共情。

《铜官不止窑》展现的是铜官多元的文化产业格局,以现代文旅的差异化特色,聚合成为“铜官蛮好玩”的休闲度假、美学生活格局,真正呈现“多彩”文化、“多彩”生活、“多彩”产业。

望城区铜官街道党工委书记 杜江军：唤起新老铜官人的文化自信与归属感

《铜官不止窑》系列作品不仅是对铜官深厚底蕴的精彩呈现,更是对铜官未来发展的有力鞭策。片中酱菜工人的匠心、儿时妈妈拿手菜的味道、打铁花艺人的传承、新老陶艺创客的探索,生动诠释了铜官以千年陶都底蕴为根基,多元产业协同发展的蓬勃生机。这些鲜活故事,既是传统技艺与现代创新交融共生的城市魅力写照,更是“文化+科技”“文化+旅游”两个融合命题在铜官的生动实践。

《铜官不止窑》系列短视频也激活了新老铜官人对铜官未来发展的自信和内在凝聚力。片中扎根乡土的人物故事,唤起了铜官人民的文化自信与归属感,干部群众反响热烈,进一步激发了大家干事创业的热情。下一步,建议可以通过挖掘铜官的红色文化、三国文化、陶瓷文化、诗词文化和青年创业等,继续讲好铜官老街故事。

新华联文旅副总裁兼铜官窑国风乐园总经理 刘春晖：打破审美疲劳,引爆景区流量

《铜官不止窑》系列视频拍摄讲述的非遗代表性项目创作故事,用细腻视角展现了铜官陶瓷匠人对技艺的执着与追求。在坚守传统的同时,也打破了审美疲劳,结合当下观众与市场需求创新突破。针对故事细节挖掘的重视,对于我们景区运营和宣传也很有借鉴意义。

第四期《铜官窑的“顶流”》聚焦了铜官窑景区打铁花的团队。他们从2019年到现在,一直在对节目进行优化与创新,先后增加了“风火轮”“火魔方”“火龙钢花”“非遗火壶”等。通过这期视频,他们收获了大家越来越多的关注和流量。

《铜官不止窑》系列短视频推出以后,铜官窑入园游客量迎来爆发式增长。今年端午假期,国风乐园更是创下开园以来端午节、“六一”儿童节及雨天入园客流最高纪录,在传统非大客流节假日实现了新的突破。在长沙市政协的精心指导与望城区的大力支持下,铜官窑实现了发展的新跨越。我们期待和铜官、望城一起,在未来共同创造文旅产业的新辉煌。

中央广播电视总台湖南总站副召集人 蒋琦：彰显政协履职精神,探索履职产品化道路

从本质上看,《铜官不止窑》是一种文化传播。区域性的传统文化烙印在当地居民的精神状态里,故地遗址延续在当地居民的日常生活场景中。前4期视频将铜官的历史拉回了当代,把文化拉回了民间,把传承拉回了居民。

从形式上看,《铜官不止窑》系列短视频有趣意、有新意、有创意。沉浸式的叙述方式,提供了短视频的情绪价值共鸣;连续性的呈现模式,避免了短视频的文化价值缺失;“不止”的题材选取范式,也保证了其品牌价值拓展。

长沙市政协在其中承担了资源整合者、平台搭建者、价值引领者的角色,彰显了服务大局、凝聚共识、传播文化的履职精神。我认为长沙市政协在探索一条履职产品化的道路,通过短视频制作,把政治协商的深度、民主监督的力度、参政议政的精度转化为文化传播的温度,从而引爆文旅融合的热度,形成“政协平台主动引领+短视频精心制播+IP品牌积累积淀+古镇文旅融合转化”的新模式。

希望《铜官不止窑》成为铜官文旅和长沙文旅的IP,探索线上线下集合互动的产品模式,同时展现更多“国际范”,让铜官的千年窑火,继续照耀千万手机屏幕。

省政协融媒体中心经营管理副总监、宣传策划部主任 吴刚：为新时代政协创新履职提供鲜活样本

《铜官不止窑》系列创作作为长沙市政协极具前瞻性与实践意义的文化创新项目,以多维价值突破传统边界,在创意表达、内容传播与政协履职领域实现了突破性探索。

从创意思路来说,系列视频突破传统宏大叙事框架,选取非遗代表性传承人父女、返乡创业企业家、下岗再就业群体等鲜活个体,通过普通人的奋斗轨迹,生动勾勒出非遗代表性项目的传承坚守、营商环境的持续优化、基层群众对美好生活的愿景。既彰显了创意策划的独特性,又赋予作品深刻的时代价值与人文温度。

从内容传播来看,作品以贴近生活的叙事方式,将平凡人物的日常故事娓娓道来,“春风化雨”式的内容编排引发浸润人心的情感共鸣。通过聚焦社会热点与民生关切,精准锚定大众情感共鸣点,让观众在烟火气息中感知文化传承的厚重力量与精神价值。

同时,《铜官不止窑》也开创了政协履职新范式,充分激活政协“智囊团”资源优势,推动协商民主向基层一线延伸。以文化传播为纽带,以建言资政为引擎,将政协工作深度融入区域发展实践,探索出一条促进文化、旅游、医疗产业融合发展,赋能经济社会高质量发展的特色路径,为新时代政协创新履职提供了鲜活样本。