

她是书店主理人,是短视频博主,是创意产业实践者,她在与城共舞中汇聚前行力量

讲好哈尔滨故事就是流量密码



市民游客到松光里书店阅读。



书店内设有“东北文学”“冰城故事”专区。

拥抱这座城,才能找到千千万万的同行者

十年前,当“冰姐”还只是于冰的时候,她已经在这座城市的文化圈里掀起一阵浪潮。

于冰研究生毕业后从事图书编辑的第四年,特色书城正在全国兴起,一批哈市年轻人被选派“出海”。这股新鲜的力量,热火朝天、创意十足,在当时几乎是“横空出世”的果戈里书店尝试各种有趣的经营方法,卖咖啡、做婚礼,一年下来搞了300场活动,最好“战绩”是上了央视新闻联播。每个人都像“被时代选中的”,热烈地活跃在这个新兴的行业里。

今天再说起从书店辞职创业的举动,于冰用了“年轻气盛”四

个字。很快,她和一同辞职的小伙伴在中央大街开了间雪岛书店,并在“一周岁”时匆匆落幕,一场题为“不退:坚守·城市新生”的告别仪式,似乎为多年后的再创业留下注脚。

创业失败,连“五险一金”都交不上时,大家决定转向已经火起来的短视频赛道。“破釜沉舟。做线上,完全是因为没有成本,唯一的成本就是一部手机和一张脸。”于冰说。

整整一年,从对着镜头话说不明白,到侃侃而谈;从文字表述,到短视频表达,所有人的脑子都被“洗”了一遍。与此同时,已经成为“冰姐”的于冰发现,他们被平台和流量裹挟;内容偏离了内心

一直坚守的东西,同时也失去了生命力。

于冰是根植于这座城市成长起来的年轻人,她每一次的职业选择,始终受到这里独特文化的滋养。无论成功失败,那是她的初心。有人说,“冰姐”是东北文化扛旗者中的一员,这也是她始终留在家乡的原因,“离开这片土地,就没了根”。她意识到,必须回归到人文历史这条路,精准找到喜爱读书、热爱文化的那批人。

去年,一条《刀郎,什刹海市》全网播放量1.5亿次,这是“冰姐”的第二次回归;专注文字本身和它背后的历史。

“东北好了”视频之后,“冰姐”团队进行了第三次更加彻底的回归:拥抱这座城市,拥抱这里的文化,拥抱让他们曾经觉得“都走了,只有我还在东北”的孤独感。

这一次,在“人迹罕至”的那条路上,他们终于找到了千千万万的同行者。

“这个账号长在哈尔滨,长在黑土地上”

“有人问我,哈尔滨火了,东北人为什么会哭?可能只有东北人明白。”在“冰姐”那条“出圈”视频下面,热评皆如此,人们复杂的情感在获得共鸣后宣泄得淋漓尽致。

从那时起,于冰身上多了一种莫名的使命感,她带领团队开始不停地琢磨,怎么将东北、将“尔滨”更好地表达和传播出去。

从果戈里书店到中央大街,再到中华巴洛克历史文化街区,于冰的职业“选址”都沉浸在哈尔滨最深厚的历史氛围里,很难说这是有意为之还是潜意识里的文化塑造。

在“松光里”主理人共创空间,以东北虎为原型的贴纸,以中华巴洛克为创意的雨伞,以“哈尔滨味道”为素材的明信片……一件件充满巧思与特色的文创产品,吸引游客与市民将“尔滨”带回家。

作为上个冬季的新晋打卡地,“松光里”做了一场“东北大花”装置展,吸引无数年轻人前往打卡。然而撤展后,团队开始反思:大家想到哈尔滨真的是东北大花吗?为什么不是“东北振兴”!

有了新的思考后,于冰团队里的“归来燕”和“00后”们相继出手,“东北振兴二厂”厂牌名、“东北振兴我会出手”等设计产品新鲜出炉,很快在各种社交平台成为爆款。

将宏大叙事创意化表达,让年轻人更容易理解和接受,让东北振兴在自媒体广泛传播,“松光里”也收获了流量。“人生很神奇,不功利地做事情,反而成为了去功利化的受益者。”于冰说。

回想去新一线城市学短视频运营时,她得到的教导都是“从钱倒推”,而黑土地的叙事,是无法带来商业价值的。于冰说:“我很快就待不下去了。”这种只追求高收益的商业逻辑令她心烦气躁。相比而言,东北这片土地,是松弛和肥沃的,“它会给创作者一个宽松的土壤,让你静下心来写东西,这很重要”。

当她沉下心来,专注于东北叙事时,同行者不断涌现。“冰姐扒书”为了更准确地讲好城市文化、历史,找到社科专家,晚上7点多请教老师一篇文稿,快80岁的老人家二话不说,10点多就给出了一系列细致的建议。“这给了我们极大的创作动力。我们越来越希望让更多人知道,这个账号长在哈尔滨,长在黑土地上。”她说。



于冰期待越来越多年轻人留在哈尔滨。

梦想与城市发展交融,有了确信,也有了责任

于冰的职业生涯始终与书相伴,在她看来,书店,是一座城市的文化空间、精神居所。在她的打造下,线下书店与线上短视频遥相呼应,殊途同归,他们的表达共同指向了——家乡,哈尔滨。

“松光”,取名满语松花江的音译,又与老道外著名的松光电影院同名。正如它的名字般,“松光里”的每一处,都突出本土味道,有着90%以上“关联”黑龙江的已出版书籍,设有“东北文学”“冰城故事”专区,透过一张张店员手写便签,期待读者与有关东北的故事相遇。

在短视频领域,“冰姐”策划推出“追故乡的人”系列,讲述东北风物、冰城往事。长近16分钟的“共和国长子哈尔滨的历史”讲述了索菲亚教堂是谁建的、马迭尔冰棍是谁发明的等一个个城史故事,成为“冰姐扒书”再次“破圈”的产品。此后,“北大荒历史”“哈工大”“哈尔滨丁香人才计划”等也成为一扇扇小窗,让越来越多的人

了解,走进哈尔滨,号召在哈学子留于斯,在外游子归于斯,共同建设家乡。

“人才密度决定了产业高度”,于冰认为文创领域最稀缺的就是人,她开始集聚来自不同领域、不同地域的“同道人”,孵化年轻设计力量,这也给了一群人实现梦想的舞台。

于冰说,一位本地插画师找到她,表示“尔滨”火了,也想为家乡贡献一份力量,于是碰撞开发出系列文创产品,备受游客认可。最近主题展的爆款文案“摊牌了,我就是东北振兴背后的女人”出自从北京回哈工作的“家乡人”之手;还有在上海读书的学生与她对接,研究联合推出主题研学、City walk 线路……

这个历史文化街区的文创空间里,一个个梦想与城市发展交融,不断汇聚扎根“尔滨”的力量。

中华巴洛克创意设计中心至今已吸引12家文创领域公司落户,于冰仍在不断探索城市更新项目的商业模式。

全网粉丝量360万,发布600余条视频,播放量突破6.1亿次,“冰姐扒书”继续分享着读书与城市的故事。

于冰越来越意识到,东北、哈尔滨精神品质的表达,需要通过这些载体去与年轻人产生互动。“‘尔滨’爆火,给我带来了自信的‘加持’”,她说。此前,在做内容还是要流量、走还是留等等问题上,于冰始终选择忠于内心,也笃定信念。但在“选择大于努力”的说法面前,她还是一度怀疑自己的选择。

现在,于冰常被邀请到各种论坛、会议作与“尔滨”有关的价值分享。走到哪里,得知从事文创产业,于冰总会收获一句“原来你是从哈尔滨来的”。

那是一种确信。“希望越来越多的孩子,生在东北,留在东北,让东北成为更好的东北”,一位读者留言给“松光里”。于冰将这视为对自己的要求,也是一种责任,“要做得更好”。同时她也期待着,有越来越多的年轻人,共同扛起东北振兴的大旗,赓续这座城市的荣光。



书店里摆放的文创产品。

■本报记者 杜菲菲 张寒冰文 王坤 石松鹤摄

很多人认识“冰姐”,是通过“冰姐扒书”,镜头里的她,温婉知性,才华横溢。镜头外,她是于冰,目前主理着道外区中华巴洛克历史文化街区的松光里书店,头衔众多,风风火火。

镜头内外,标签各异。最大公约数,是围绕“书”与“城”,以创意之力,为家乡“代言”,为老街赋能。这个哈尔滨姑娘的身上,始终浸润着深深的家乡情结和深沉的文化属性。

今年初,哈尔滨凭借冰雪旅游火爆“出圈”,“冰姐”一条“东北好了,就能回家了”的短视频被许多人刷到。没有妆造、红着鼻子、举着手机哽咽着,那一刻,在线上为“尔滨”发声的“冰姐”和线下为历史文化街区创意想“辙”的于冰,终于重叠在镜头里,自豪地说:“这个冬天,也许就是咱们家乡的春天了!”

多年来,“冰姐”于冰在与书为伴的探索中,不断找寻与她同频共振、作答时代的人。而这座城市赓续发展,不经意间回应着她的期许。



扫描二维码看视频
扫描冰城