

一部手机一群村民,拍出3亿播放量微短剧

小村庄火出圈,带动乡村旅游发展还带来真金白银的投资

“俺就是个农民,别人这个年纪都是在家里带孩子,我就想闯一闯,跟着年轻人一起演戏,感觉很好。”青岛西海岸新区珠海街道北梁家庄的夜晚格外安静,64岁的赵美霞在屋子里翻阅着剧本,这是她第五次出演北梁家庄自编自导自演的微短剧。而像赵美霞这样的“非主流”村民还有一群人。

当网络助农的春风吹遍乡野,这群从未接触过演戏的村民,竟以“入股”微短剧的方式闯进了新天地,用一部手机拍出了破3亿流量的“爆款”作品。



北梁家庄村民拍摄微短剧时的场景。

杨雪 徐润杰 青岛报道

一部手机带来3.7亿流量

2025年8月,青岛西海岸新区珠海街道北梁家庄首部微短剧《花开石上》正式开拍,一群从来没有接触过演戏的村民,在专业传媒公司导演丁召廷的带领下,15天时间用一部手机,拍出118集的微短剧故事。作品上线短视频平台后,迅速拿下3.7亿播放量,出圈走红。随后,北梁家庄“趁热打铁”,又相继拍摄了《风雨暖春》《山坳里的暖阳》等微短剧,每部播放量均过亿。至此,这个看似普通的小村庄彻底出圈。

2020年,丁召廷还在建材行业摸爬滚打,因为公司的原因,他第一次接触到互联网营销。“最开始学的其实是自媒体,怎么拍怎么剪。后来这个行业没去做,反而跨界到了微短剧行业。”丁召廷说,一开始他在自己老家的村子试水微短剧,但由于村里缺乏一个可以推广的农产品,后续考察北梁家庄时,和村党支部书记张伟一拍即合。“当时考察过后,我和张书记就达成了统一想法,要通过微短剧打造IP,把村里的特产卖出去。”

随后,丁召廷和村民们一起开启了探索之路。演员没有拍摄经验,就一遍一遍拍摄尝试;没有拍摄场景,就把村里20世纪70年代的老房子简单修缮后搭建场景;没有道具,就亲自采购年代戏服装。

走进北梁家庄的拍摄小屋,怀旧年代感扑面而来。老式双卡录音机、军绿色暖壶、黑白电视机,仿佛带人穿越回几十年前的农村时光。而在演员选拔上,丁召廷并没有选择能加快拍摄进度的专业演员。在他看来,这些从田野里走出来的农村演员更加“接地气”。

村子火了,游客投资都来了

当下,网络助农成为新媒体迅速发展的新趋势。村民们从田间走向直播间,各村党支部书记也纷纷化身主播直播带货。北梁家庄物产丰富,樱桃、红薯等农产品都是当地特产。“就是为了带动村里发

展。”谈起拍摄农村微短剧的初心,张伟说,他希望通过网络把村里的农产品特产销售出去,带动乡村振兴,带领村民致富。他并没有选择直接直播带货,而是选择“流量先行”。“微短剧火了,带火了村民演员的个人IP,也把北梁家庄带火了,流量有了,我们直播带货就事半功倍了。”张伟说。

而正如张伟和丁召廷设想的,微短剧爆火后,不仅带动了乡村旅游的发展,“最多的时候一天来了200名游客”。大流量也让投资商注意到这样一个小村庄,并为村子带来了真金白银的投资。

一次偶然的机,丁新强在网上刷到了北梁家庄拍摄的微短剧。丁新强从胶南农村走出去,历经数十载商海沉浮,始终心系家乡,渴望为故土贡献一份力量。“当时看微短剧,感受到这里的经商环境很不错,加上国家推广乡村振兴,就过来和张书记谈了谈看有没有合作空间。”

就是这次交谈,为北梁家庄带来了出圈后的首笔投资。不到一周的时间,丁新强就与张伟敲定了首个合作项目——红薯粉条加工厂。而在持续的交流中,丁新强发现小村庄蕴含着“大能量”,陆续敲定了红薯茶、地瓜干、宠物食品、文旅项目等共5个合作项目,投资金额也从最初的200万元加码至1000万元。

乡村发展“连招”安排上

微短剧引流,不仅带来了小村

庄的走红,更为其带来了实实在在的红利。

爆火不是终点,北梁家庄的微短剧拍摄仍在继续。随着国家以及平台对微短剧质量要求的提升,农村微短剧拍摄也迎来“大洗牌”。对于丁召廷而言,这是机遇也是挑战。“我们和平台沟通过,后续在拍摄质量上会不断提升,目前拍摄工具已经从手机升级为相机。拍摄工具的升级,也对分镜拍摄有了更高的要求。”

除了拍摄工具的提升,丁召廷说,之后会在拍摄场景、服化道以及内容方面同样进行升级。首先是拍摄场景的丰富,由于前期场景有限,不少观众表示对剧集的呈现产生疲惫感,为此,北梁家庄在保留现有场景的基础上继续拓宽,在后山规划搭建一片新的影视场景。不仅可以用于拍摄,后续还会将直播基地与此结合起来,并发展乡村旅游。在内容方面,前几部戏主要聚焦农村,后续将会继续拓展内容,把场景从农村挪出来,聚焦城乡结合,并加入邻里关系、爱情、创业、乡村振兴等内容,更适合现代化表达。

再过几天,北梁家庄的红薯粉条加工厂就要正式运行,这是微短剧为村子带来的第一波“红利”,也是北梁家庄乘上网络助力农业发展快车的起点。

“未来我们将会继续拍摄微短剧,并在剧里合理植入我们当地的产品。后续还会规划乡村旅游,把饭店、民宿等配套同步做起来。”张伟说。



北梁家庄村民自编自导自演的首部微短剧《花开石上》播放量破3亿。

1月6日,贵州茅台2026年丙午马年生肖酒(以下简称:2026马年生肖茅台)正式开售,“i茅台”App显示,开售后不到一分钟即售罄。二级市场上也已出现显著溢价,1899元/瓶的马年生肖茅台经典款在得物、闲鱼等线上平台成交价上涨至1950元—2499元/瓶不等。

记者 管悦 济南报道

开售即热炒 一瓶涨超四百元

“新一批马年生肖茅台还没到货,得再等两天。”1月8日,济南历城区一家酒行柜台前,老板于先生一边整理货架,一边向几位顾客说道。

2026马年生肖茅台包含经典版、珍享版与礼盒装三款规格,官方零售价分别为1899元/瓶,2499元/瓶,3789元/盒,目前仅限线上渠道购买,线下经销商尚未开始铺货。

“我们自己在线上也没抢到。”于先生介绍,春节临近,白酒市场进入传统销售旺季,叠加生肖茅台一贯的市场热度与收藏属性,2026年马茅价格一路上涨,“以1899元/瓶的经典款为例,目前市场行情已经涨到每瓶2300元”。

“不少顾客是出于赠礼、收藏,或是订婚、新生儿等宴席需要。”历下区一家酒行老板夏女士表示,预订的消费者多为“硬需求”群体,“官方价1899元/瓶的经典款卖到2500元/瓶;定价2499元/瓶的另一版本,则已涨至3000元/瓶以上。”

与此同时,2026年马年生肖茅台在二级市场上也已出现显著溢价。1月8日,“得物”App显示,2026年马年生肖茅台经典版成交价涨至2499元/瓶,溢价600元;珍享版成交价涨至最高6899元/瓶,溢价4400元;礼盒装价格涨至5899元/盒。在闲鱼平台,不少消费者将自己在“i茅台”App购买的2026年马年生肖茅台加价出售,其1899元/瓶的经典版上涨至1950元—2299元/瓶不等。

不过,业内人士肖先生认为,在白酒市场整体行情下跌的当下,生肖茅台也正在脱离投资和金融属性,难

以产生持久热度,“预计春节过后,价格将进一步下调”。

飞天茅台 价格趋于理性

随着53度500毫升装飞天茅台在“i茅台”App上常态化开售,市场热度也持续高涨。

自1月1日起,贵州茅台通过“i茅台”App以1499元/瓶的指导价投放飞天茅台。1月3日,“i茅台”发布消息称,元旦假期,超10万名用户购买到自己心仪的产品,同时宣布调整购买政策,自1月4日至春节前,每人每日可购买的飞天茅台(2026)最大数量从12瓶下调为6瓶。

不过,与线上平台火爆销售形成对比的是,飞天茅台在二级市场的价格趋于理性。

根据“今日酒价”披露的批发参考价显示,1月8日,2025年飞天茅台原箱、散瓶价格分别为1535元/瓶、1530元/瓶,相比前一日均下跌10元。

“飞天茅台价格最近一直维持在1550元—1600元/瓶之间。”历下区一酒商王先生表示,“i茅台”刚开始放货的时候,飞天茅台单价降到了1500元/瓶,但随着抢购难度增加,不少有需求的消费者重新转为线下购买,价格也随之回弹。

在王先生印象中,去年同期,飞天茅台价格还稳定在2400元/瓶。其表示,在价格尚未完全企稳的情况下,酒商们目前仍以高频、小批量的滚动补货为主,“不少抢到货的消费者,加价三五十元就卖,价格短期不会有太大涨幅”。

当日,记者在济南市场了解到,当前飞天茅台原箱与散瓶售价均在1550元—1650元/瓶间。不少酒商表示,春节临近,价格可能小幅上涨,非急需的消费者可继续观望。

马年生肖茅台连日『上线即售罄』

济南市场价格一路上涨,溢价超两成