

傳統媒體人互聯網「破題」

深耕細作「靜等風來」

文良談行業風口：「風從我身邊吹過 蹭到了我的肩膀」



從傳統媒體編輯到千萬粉絲自媒體大咖，從複製黏貼的單一模式到多媒體融合的創意表達。在信息爆炸的時代洪流中，有人隨波逐流，有人逆流而上；在媒體迭代的浪潮之下，有人黯然離場，有人華麗轉身；在內容創業的征途上，有人淺嘗輒止，有人深耕細作。

正是在這樣的背景下，文良（網名「文小略」）用創意和堅持在數字化浪潮中乘風破浪，實現了個人職業生涯的華麗蛻變，從《小略周一賤》到全平台破千萬粉絲，他的轉型之路不僅是時代的縮影，更是深耕內容創作領域「等風來」的生動詮釋。

●香港文匯報記者 盧冶、林凱 長春報道

文良，全平台網名「文小略」，1988年出生，2011年入職於吉林省某都市報。2011年並不是一個好的時間節點，隨着2010年「微博元年」的到來，數字化技術的不斷發展和智能手機的普及，自媒體開啟了蓬勃發展之路，傳統媒體達到頂峰後，其優勢逐漸下滑。轉型，是文良剛入職後就要面臨的第一個難題。

從圖文到視頻 向獨一無二轉型

從傳統媒體向互聯網轉型這條路，文良走得並不困難，跟大多數年輕人一樣，在自媒體剛興起時，他就玩得非常熟練，從2014年，創辦網絡視頻欄目《小略周一賤》，到如今個人賬號在抖音、快手、視頻號等平台粉絲突破1,000萬，文良一直處在風口。

「這些年出現很多風口，錯過很多風口，也抓住了一些風口。與其說是趕上了風口，不如說一直在這個領域等風來。」對於身邊人評價他趕上了風口這種說法，文良多是不以為意的。

2011年文良進入傳統媒體工作，職位是網絡編輯。「當年鍵盤『Ctrl鍵』『C鍵』『V鍵』上面的字母都磨沒了，給文章起個網絡化的標題，然後複製粘貼，這就是每天的工作了。」文良表示，「做的時間長了之後，就感覺特別枯燥。當時年輕也想讓領導看見自己，就想了個辦法，把漫畫和新聞整合到了一起。出現一個新聞點，就用一些小人的頭像，給他們套上人設，然後以對話框的形式來討論這個新聞點。雖然很簡單，但當時的效果確實還不錯。」

後來，隨着報社編輯都能做類似的內容，文良便將目光投向了視頻方向。「我2008年在學校的時候就已經開始接觸視頻

製作了，本身就有基礎，當時就想着做視頻這個東西其他人是模仿不了的。」文良的第一個視頻節目起步，是從傳統媒體開始的，「當時公司的網絡直播間已經閑置了很久了，我就把綠幕架上，然後把大學時候的機器拿了過來。」

2011年起，文良在傳統媒體的平台上創立了《1+1新青年》節目，身兼編導、攝像、主持、包裝、後期等工作；2014年開始，文良導演並主持的《小略周一賤》欄目開播；到了2015年，文良離開傳統媒體後開始創辦自己的工作室，持續在各大平台製作發布視頻欄目至今，這些節目雖然後續因為各種原因停播，但多年來的視頻創作經歷為他今後成為「網絡紅人」打下了基礎。

「有人說我趕上了風口，也有人說我錯過了直播的風口等等。但實際上，對我來說就是風從我身邊吹過，蹭到了我的肩膀。」文良表示，自己一直在內容領域深耕，無論平台如何更迭變化，抑或風口吹到了哪裏，我一直都是在自己的領域進行創作。

「質量差的短視頻是沒有顧客的」

文良2015年創立文小略工作室後，便在視頻領域深耕，經歷了門戶網站、愛優騰等時代後，自2018年正式入局短視頻。憑藉着3年創業以來積累下來的粉絲基礎，初入短視頻行業便有着不錯的粉絲量。

與如今追趕風口的創業者不同，歷經多個傳媒介質變革的文良對流量有了新的理解。「只要是做內容，就餓不死，這是我總結下來的經驗。」文良向記者表示，「最初做內容靠各平台的採購，只要有製作優質內容的能力，平台就會來採購你的內容。後來平台的採購逐漸沒了，我當時也挺迷茫，不知道該如何賺錢。但還好後來一直堅持做了下來，隨着時代轉變大家生存的方式也變了，現在賬號也有了變現的能力。」

將精力投入到內容製作上來，是文良總結下來的生存之道。「相比初代的視頻內容製作，如今我們需要投入更多的精力在創作方面。」文良給記者打了個比方，「視頻也是一種商品，但與其他商品不同的是，它一視同仁。可能條件好一些會買貴一點的衣服，條件不好的去買性價比高一點的衣服，但短視頻是免費的，質量差的短視頻是沒有顧客的。」

換個賽道「說新聞」見微知著深入淺出

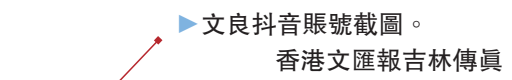
聊到「文小略」為什麼選擇新聞評論這個領域時，文良表示，「昨天永遠是歷史，明天永遠都是新聞。任何一個話題都有聊完的時候，但新聞不一樣，你不僅可以一直聊下去，還不斷地以一個事件為點，汲取更多的知識。」文良對視頻的文本有執念，一定要有角度、有態度、有深度，總會因為某個視頻間接地痴迷一部著作。他舉例子，比如說在韓國總統尹錫悅在白宮晚宴獻唱《美國派》時，評論區的一句「這不就是秦王擊缶的故事嗎」，觸動神經。「我當時就想用歷史人的眼光，去看今天世界格局應該會挺有意思。然後就開始去翻書，去看《春秋》，去惡補歷史，那段時間視頻也不拍了，也不剪了，就捧着《春秋》看。」



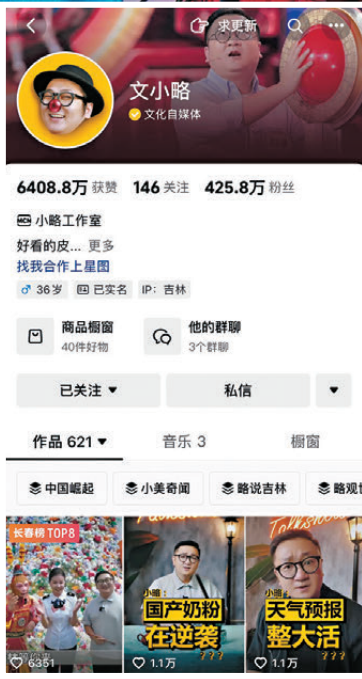
●文良正在拍攝「文小略」賬號的短視頻內容。香港文匯報記者盧冶攝



▲文良在跟進自己賬號的後期工作。香港文匯報記者盧冶攝



▶文良抖音賬號截圖。香港文匯報吉林傳真



短視頻紅利減退 優質內容變現能力增

特稿

短視頻行業經歷了快速發展，一度成為各大行業爭相入局的熱門領域。然而，隨着平台用戶增長放緩和市場趨於飽和，短視頻領域的紅利期正逐漸消退。與之相伴隨的是，眾多跨行業入局的團隊難以在激烈的競爭中獲取流量，低質量、重複的內容逐漸失去競爭力。但同時，隨着內容價值的重要性日益凸顯，優質內容正在成為新一輪競爭的焦點。

真正有能力的創作者迎來機會

文良認為，隨着短視頻用戶的日益成熟，用戶對內容的要求不僅限於情緒價值的提供，外在的展現形式以及內容的深度與價值都成為印象因素。如今的用户更願意為有價值的內容停留，並樂於分享和推薦這類視頻。這種現象雖然提高了內容創作者的門檻，但同時，也為真正有能力提供優質內容的創作者創造了機會。

從我們賬號的商業層面來看，優質內容的變現能力正在逐步變強。品牌方越來越傾向於將預算投入到內容質量高、受眾黏性強的短視頻上，以獲取更好的品牌傳播效果。」文良也表示，短視頻行業的紅利期雖然已過，但這並不意味着行業的衰退。相反，隨着內容價值的崛起，短視頻行業正在邁向一個更加成熟和可持續的發展階段。未來，能夠持續產出優質內容的創作者和平台將成為這個行業的新贏家。

你所站立的地方就是故事的起點

從出生到求學，直至後來的工作創業，文良將自己的根深深扎在了家鄉。「總有人問我後不後悔沒出去，直到現在，我都不覺得後悔。能夠在家鄉成家立業，通過自己的能力生存下去，是件很幸福的事。」文良曾有三次外出工作的機會，但都選擇了放棄。

「略說吉林」是文小略賬號當中的重要主題內容之一，從邊境旅遊線路推介到農業大摸底，文小略推薦的吉林地域特色視頻內容備受觀眾喜愛。

借自媒體流量 講述家鄉故事

「你所站立的地方，就是你的中國；你怎麼樣，中國便怎麼樣；你是什麼，中國便是什麼；你有光明，中國便不黑暗。」這是文良特別喜歡的一句話，採訪中脫口便能背出。「我覺得這句話很有道理，作為中國青年我要努力地去建設我的祖國，但我能力有限，我只能從建設我的家鄉做起。」

「像G331國道邊境遊、長白縣的千年崖城景區，我都是實際體驗

過，我真心覺得我的家鄉是非常不錯的地方，才會給大家推薦。雖然我是一個新聞方向的博主，但我也在盡我最大的努力宣傳我的家鄉。」在文良的視頻中，對自己的家鄉總是不吝讚美。雖然已經脫離了傳統媒體行業，但如今的文良依舊保留着採訪的習慣，走到吉林省的各個地域進行實地考察，然後生成視頻。

「做出高質量內容是理所應當的」

「最開始創業是在我50平方米的婚房中，我和3個合夥人一起創業，叫『文小略工作室』。後來，隨着一步一步地發展，變成了如今的這個公司，場地從50平方米到現在的100多平方米，員工最多的時候超30人。」文良表示，「但這些變化都不是翻天覆地的，我內心的變化其實是最大的。最開始我會覺得，我們就是個『草台班子』，竟然能做出來這麼好的內容，有這麼高的瀏覽量，我會很自豪。但後來有一次，我突然意識到，我已經做這個東西做10年了，出的內容必須好，高質量的內容是理所應當的。」



▲2015年文良第一次創業時期的節目置景圖。

香港文匯報吉林傳真



▲文良受邀分享國道G331旅行體驗。香港文匯報吉林傳真

香港文匯報吉林傳真

不斷「輸入」史書中見真章

目前，文良在抖音短視頻平台「文小略」賬號從最初的創號至今擁有425萬粉絲，用了5年的時間。

賬號達到如今的成就，也並非一帆風順。「我做過搞笑段子，也做過汽車測評，做了很多領域，最後還是回歸到自己最為擅長的領域，說新聞。」文良不謙虛地表示，「你可能對我這張臉沒有印象，但你一定刷到過我的視頻。可能就在芸芸的海量視頻當中一刷而過，不喜歡我這種形式，抑或不喜歡我這張臉。」

文良的賬號每天都有漲粉，每天也都有取關的粉絲，雖然與賬號巔峰時期的粉絲量差了40萬左右，但文良的心態放得很平。「我個人覺得目前我的賬號已經趨於穩定狀態了，不會有太大的漲幅，因為平台的用戶增長態勢已經趨於穩定態勢了，喜歡我的粉絲也就一直在關注

我，不喜歡我的粉絲也不會因為其他原因來關注我。」

在收益方面，文良的賬號在今年有着一定突破。「相比以往來看，今年的賬號才能算是真正地實現盈利。從整體的數量來看，品牌方的植入並沒有增多，但單值上升了不少。去年一單植入在1萬到2萬元間，今年要翻上2到3倍。」5年時間，文小略的賬號為文良帶來的流水超400萬元。文良表示，「今年大環境的整體轉暖，讓我的收益也增長不少。」

「賬號人設就是本色的我」

「1956年我國航天事業剛剛開啟，人才稀少、技術差，科學家們就算吃不飽飯，也靠着手中的算盤和筆，創造出東方紅一號的奇跡……」在144小時過境簽，大批外國友人遊中國時，他這樣

發聲「如此中國，他們怎能不愛，讓遠程養殖破防，外國媒體編造的謠言不攻自破，入關後，自有大儒為我辯經。」這樣朗朗上口的文案，在文小略賬號的視頻中總會出現。與傳統的新聞評述不同，在闡述觀點的過程當中，文良會雜糅押韻的語句，抑或是華麗的辭藻。讓觀眾喜愛的同时，使作品更具自己的風格。

無痕植入「小作文」式廣告

即便有着10餘年的工作經驗，想要在當下環境中創作出優質的內容，依舊要不斷「輸入」。在文小略的賬號中，文良要參與每期視頻從頭到尾的製作流程。「現在大家所看到的賬號人設，就是本色的我。每期視頻我都需要輸出我的觀點，在這背後，我要不斷地去汲取知識，不斷地去看書。其中很多的書籍都是史書，從歷史的起伏中

來窺探如今的事件。」

「小作文」式的廣告植入是文良賬號的一大亮點。「即使插入廣告也不引人反感。」這是很多觀眾對文良「小作文」式廣告植入的評價。還有觀眾在評論區表示，「看了兩遍才發現這是條廣告。」在植入廣告的過程中文良有一套嚴格的標準，「在接廣告時要有很多的考量，這是一個雙向的選擇，品牌方在找到你之後，你要深入去做這個品牌的功課。除了要考慮如何做內容，品牌的氣質是否符合賬號的風格也是很關鍵的。」

無論是廣告還是作品創作，割裂是文良最頭痛的事。「將書籍上的表述方式，或是觀點，轉換到大家津津樂道的視頻內容，這個轉換的過程很令人頭痛。」除了在史書當中尋找答案，為了更好地探尋視頻內容，文良還曾出國實地考察，挖掘更深層次的視頻內容。