

如何用3分钟向“歪果仁”讲好中国脱贫故事？

记者探访创作团队，为你揭秘短视频《一杯咖啡里的脱贫故事》是如何炼成“爆款”的



本报记者王若辰、赵允智、韩晶晶

如何用3分钟，向五洲四海、背景各异的人们，讲清中国扶贫的案例？怎样的短视频，能在全球获得超4亿点击量，连续两天“霸屏”纽约时代广场巨幕？团队的作品，被中联部、外交部发言人以及10余位外交官接连点赞，是种怎样的感受？《一杯咖啡里的脱贫故事》这部“圈粉”无数、尤其在海外社交媒体广泛传播的短视频，是如何炼成的？中国脱贫故事“出海”，又经历了哪些“乘风破浪”？新华每日电讯记者探访创作团队，为您讲述“好故事”背后的故事。

舍弃“完美素材”，不讲“大道理”
大数据帮助咖啡“战胜”枸杞？

《一杯咖啡里的脱贫故事》是一部用动漫形式讲述中国脱贫故事的外宣作品。视频以咖啡为媒，从人们手中常见的这杯饮品出发，用蒙太奇式镜头，将观众带到全球阿拉比卡咖啡豆十大种植基地之一——云南普洱。有点惊讶？普洱不只有茶？接着看视频：仅仅在云南普洱，2020年就有约60万人脱贫，这相当于卢森堡全国的人口总数，普洱咖啡功不可没。“有了配套的智能自助咖啡机，确保每杯咖啡收入的五分之一直接打入云南咖农账户。”“每销售1600—3300杯咖啡，就能帮助一名咖农脱贫。”……

删繁就简的案例，迅速勾勒出中国产业扶贫、消费助农等一系列减贫措施。

“其实在案例选择上，我们舍弃了好几个很好的素材。”创作团队介绍，忍痛舍弃的素材包括云南帮助老挝通过咖啡豆种植取代罂粟种植，使人民脱贫致富；来自美国、活跃于B站的“网红”美食博主郭杰瑞，将普洱咖啡卖到了美国，还创立了品牌；星巴克也使用普洱的咖啡豆……

为什么要舍弃这些“完美素材”？只因创作



团队想更贴近普通人的视角，让每一位作为“普通人”的受众感受到一杯“平平无奇”的咖啡，如何与远方一位咖农产生奇妙的联系。“虽为外宣，但我们不讲‘大道理’，也不讲国与国之间的宏大课题，通过动漫‘趣说’‘数说’脱贫故事，植入式地为全球减贫事业提供中国智慧和中国方案。”这是团队的共识。

这样的视频，可以说是“柔性外宣”佳作，将中国共产党关于脱贫攻坚的重要论述和“中国减贫学”的重大成就，不露痕迹地融入国外受众熟悉的一粒粒咖啡豆中。新华社研究员评价：“小切口，大主题。不着一字，却处处传递着‘以人民为中心’的发展思想。”

以咖啡为切入口，是大家“拍脑袋”想出来的，还是因为团队里有咖啡爱好者？“咖啡这个点子，是大数据告诉我们的。”团队成员笑着说。

这部短视频是新华社中国搜索“中国好故事”数据库与“复兴路上工作室”联合制作出品的。“中国好故事”数据库通过对国外搜索引擎反向爬取，同时借助大数据、云计算技术进行数据分析，运用知识图谱技术深挖数据间的关联，筛选出了几个海内外受众搜索量大、关注度高，又和扶贫事业息息相关的词，除了“咖啡”，还有“枸

杞”。

经过进一步数据分析，海外社交平台与“枸杞”相关联的，多偏向于“美容面膜”“神秘浆果”“营养早餐”等网红领域，垂直度较高，不如咖啡那么高频消费，中外普及。大数据就这么帮咖啡占据了“C位”。

左手梵高，右手水墨
用视频讲故事和火箭升空有什么共通之处？

出色的视觉效果，让这部短视频深受网友喜爱，那么“高颜值”是如何炼成的？“用视频讲脱贫，本质是数据可视化。一来生动形象，易于大众接受和理解；二来有数据支撑，可信性强。”创作团队说：“把这两方面‘发扬光大’，就是我们要做的。”

视频使用了分屏互动的视觉语言，左侧用梵高变体画风，代表咖啡遍布全球的饮用者；右侧则用水墨淡彩画风，次第展现颇具少数民族特色的梯田、篝火，背着背扇式婴儿襁褓、穿着民族服饰的云南咖农，润物无声地“植入”中国文化符号。“马卡龙配色”和“中国风韵味”碰撞出既冲突又和谐的美。

视频中，淡棕色的咖啡和乳白色的奶泡

还幻化成了阴阳鱼图，通过“黑夜是阴，白昼是阳，彼此存在差异，却又和谐共生”的旁白，加之“梵高风”的金发女郎与“水墨风”的云南咖农同屏举起咖啡“干杯”，将全世界的咖啡爱好者和中国的减贫事业联系在一起——为你我的生活增添味道的咖啡，也能让远方咖农的生活更美好。

“咖啡”这个中外“通吃”的生活化元素，既是小切口，又是穿针线，时空随着咖啡豆流转，连接起咖农和消费者，脱贫和“造血”。

团队的编剧、原画师、执行导演、制片前后共迭代制作了3版分镜头脚本、4版美术文稿、3版动画成片，以及8个多语种的版本，近50张逐帧手绘图。在视觉创作过程中，小切口代入、强文化吸引、注意力聚焦、人格化共情“四大法则”成了团队的法宝。

“咖啡扶贫”成了“爆款”，依葫芦画瓢再做个“红茶致富”，是否也能火呢？

团队对此很清醒——就好比军事演习，安装自动控制装置的火箭升空后，能实时监测数据、调整参数，直至命中目标。实战中的经验是必备的“作战工具”，但也需不断通过大数据挖掘、分析等进一步升级“武器装备”，不断从创意到策划找到更精准、更能引发共鸣的故事点、故事线和叙述方式。

视频做好后，团队还邀请了不同国家的人参加观片会，实时记录他们观片过程中的表情、反应、评论等，以“路人甲”“如初见”的反馈与意见，完善这部视频。“其实不管东方还是西方，不管来自印度洋还是地中海，人心都是相通的，能让人哭、让人笑的，都是一样的东西。”团队成员说：“能抓住这个内核，故事怎么讲都是好故事。”

海内外阅读量超4亿，视频出道即“带货”
被一众“大V”点赞好评，团队为何直呼“遗憾”？

2020年11月23日，我国832个贫困县全部脱贫。四天后的27日，《一杯咖啡里的脱贫故事》正式推出，为中国打赢脱贫攻坚战献礼。在新华社海外社交媒体首发后，这部视频的国内外阅看和互动量达4.13亿次，其中国外主流社交平台自然浏览量超1亿；在国内更是横扫各大平台的头条、热榜，“霸屏”了大家的朋友圈。

不少海外网友在评论区表达对“阴阳鱼

图”的强烈兴趣，还有来自东南亚国家的网友自发做起“科普”。国内也有很多网友感觉“被科普”了：原来只知普洱茶，不知普洱好咖啡！

从后台数据看，视频播发后，“云南咖啡”“普洱”“咖啡扶贫”等词的搜索量都出现了大幅上升。

还有非洲等地区的网友像是找到了“他山之石”：“这种扶贫模式我们也可以借鉴！”“建议推广！”“我要转发到朋友圈，让更多人看到！”

评论区还“炸”出不少茶和咖啡的“铁粉”，大家热烈讨论自己爱茶多一点还是爱咖啡多一点。也有人团队打Call：这个视频好好看呀，点赞！

影响还在继续。当地时间今年1月15日，15秒精剪版的《一杯咖啡里的脱贫故事》在美国纽约时代广场巨幕播放，相关报道在美国、英国、日本以英语、日语同时发布，被170多家海外主流媒体、门户网站等转载落地。

创作团队一直希望这部视频能赢得“Z世代”用户，没想到还“俘获”了一众“大V”：中联部发言人胡光明，外交部发言人华春莹、赵立坚，中国驻南非大使陈晓东等10余位外交官接连“转赞评”；卢旺达驻华大使、巴西驻华使馆参赞等外国驻华使节表达高度评价；中国驻美国、肯尼亚、南非等多个使领馆的脸书、推特官方账号转发。

被一众“大V”点赞好评，团队成员有何感受？

“说实话，我们有些遗憾！”团队成员说：“原因不在‘大V’，而在我们没有将商务团队前置。”

原来，出于对“单纯讲好一个故事”的执着，团队没有设置“带货”环节，结果视频火了，好多网友在评论区“求购买链接”。“如果真能把视频传播的‘转赞评’转化成消费扶贫的‘买买买’，那是结结实实的助农惠农啊！”团队复盘时反思，由于经验、预估不足，没能“破壁”商务圈，是一大遗憾。

不过，这部视频也完成了自己的核心使命。新冠疫情在海外肆虐，国际舆论场上有着不友好的微妙氛围。《一杯咖啡里的脱贫故事》有效对冲了部分西方媒体对中国扶贫政策的歪曲和质疑，得到了绝大部分国外网民的正面反馈。

“我们要继续把中国好故事，讲到国内外网友的心里。”这是团队共同的心声。

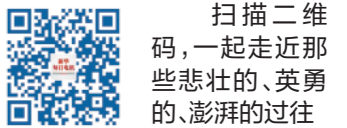
融媒选粹

国家相册：风正一帆悬



近代中国第一只股票，为何规定不能售予洋人？一种现在很少见的五分钱币上的客轮，有什么来头？这艘名叫“海上世界”的客轮，又是如何见证历史？

这些故事背后，是一家跨越三个世纪的民族企业。时代浪潮奔涌，它一次次奋力突围，百余年兴衰荣辱，折射国运跌宕起伏。



高光时刻：冲刺，中国！



2022年冬奥会越来越近了，以往的这些高光时刻，你一定记得。



“中国速度”，让记者采访两三个小时后就“迷路”

我用镜头记录石家庄建设隔离房的“倍速播放”



短短一周内，我亲眼见证了黄庄公寓隔离场所从无到有、从粗陋到初具规模，再到首批606套隔离房和配套设施交付的完整过程

新华社记者杨世尧

“送我走吗？现在走还来得及……”元旦小长假后，石家庄出现疫情的第二天，我爱人问是否送她回秦皇岛，她开始担心了。我跟她说，等等，再等等看……

我一边安抚她，一边整理自己的思绪。这次疫情会像武汉时那般严重吗？如果真的在石家庄蔓延开来，我该怎么办？

随后的两天，形势急转而下。1月6日凌晨，石家庄被按下了“暂停键”，采取闭环管控措施，街道变得宁静起来，全市居民被要求居家。

怎样在第一时间报道石家庄的情况，是当务之急。大量的“重磅”新闻随时都在发生、发展，然而，分社人员有限，多数记者被封闭在家中。

我们报道什么？报道的重点又是什么？这些都考验着我对新闻的把握能力。同时，作为分社摄影负责人的我，还必须统筹协调其他同事的分工，让大家团结协作共同面对这次疫情报道的“大考”。

人虽然暂时不能外出采访，但信息是畅通的。于是，我便开始积极联系各新闻口线，询问是否有能出去的同事，了解最新动态，并组织能外出的签约摄影师积极投稿，对传回来的稿件进行统筹整理。



石家庄黄庄公寓集中隔离场所工地现场，13日还是一片荒地，19日已准备交付房屋地面。
新华社记者杨世尧摄

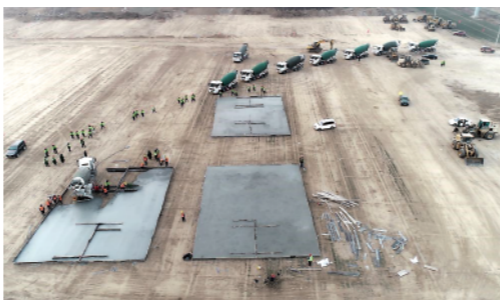
随着疫情越来越严重，看到同事们奋战在一线，各尽所能发回最新动态，我越来越按捺不住内心的冲动。

1月7日，我所住的九里庭院小区业主群里通知大家按照楼号开始有序做核酸检测。看到这个消息后，我戴上口罩，拿起相机和无人机就下楼了。

下楼后，我拍下了几张医护人员给居民做核酸检测的场景，随后又在小区里用无人机拍摄了石家庄空空荡荡的街道。稿件传回总社，心里总算有了些许安慰。

1月8日，我终于能够外出采访，得以重新审视生活了二十多年的城市。大街上空无一人，早已没了往日的喧嚣，我来不及过多感慨，继续前行，走在采访的路上。

期间，我探访过社区核酸检测，去过“火眼”实验室、制药企业，采访过警察、快递员……印象最深的还是对黄庄公寓隔离场所建设的采访。



1月13日，黄庄公寓隔离场所开工！用于安置新冠肺炎患者的密切接触者及次密切接触人员。

当天下午，我接到建设施工单位的电话：他们接到命令，要在正定建造隔离点，现在紧急组织300多名工人赶赴现场开工。

我当即奔赴现场。当时天已渐黑，五百多亩地，杂草丛生，大型挖掘机、推土机、铲车等数十台工程机械正在作业，施工场地内设备轰鸣，数百名建设者各司其职。建设者们彻夜施工，争分夺秒与病魔赛跑。

用一个字形容在这里给我留下的印象：快。

快，太快了！

我第二天早上五点多再次赶到现场的时候，昨天灌木丛生的荒地，已经成为一片平地。工人们操控设备继续进行硬化地面、吊卸板房、5G信号、配套设施同步搭建……

我跟同行的同事约定各自采访后回原位

集合，仅采访两三个小时后，有位同事便无法依据建筑物找回原位了：他几乎迷路了——这里的建设速度就是这样快得惊人。

接下来的几天，我持续关注着黄庄公寓隔离场所的建设动态。1月15日那天，我照例用无人机拍摄施工现场。无人机降落时，云台下面卡了一粒砂砾，找不到合适的工具将它拨出来。

后来，我在身后的物料堆里看到了一小盘细铁丝，便将铁丝拿到采访车前，准备抠掉云台上的砂砾。

“喂！干什么的！拿我们铁丝儿干吗？”一个大哥从旁边的车上蹦下来问道。

我急忙解释自己不是小偷，只是借用铁丝剥离卡在无人机云台上的砂砾，没想到被负责任的的工作人员当作小偷闹了一场乌龙。

一天采访下来，我全身沾满了土沙，口罩、衣服都是脏的。回家后，家人边给我拿毛巾掸土，边打趣说：当记者也不容易啊，在外采访回家还要受“鞭笞之刑”。

我往沙发上一靠，浑身酸痛，满身疲惫不想动。但是，一想到建设者们不分昼夜地奋战在工地，疲劳感立刻消失了。

这个世界哪有什么岁月静好，有的不过是一群凡胎肉体心中凝聚着的爱与责任，用血肉之躯筑起的“铜墙铁壁”。

为了更加生动地展现建设者们彻夜奋战抢工期的画面，我和同事相互配合，用图片和视频互补的镜头语言来宣传他们不分昼夜奋战的场景。

到19日，短短一周内，我亲眼见证了黄庄公寓隔离场所从无到有、从粗陋到初具规模，再到首批606套隔离房和配套设施交付的完整过程。

世上本无神笔马良，没有什么能够一笔即成。是建设者们每天休息不到3个小时，通宵达旦抢工期，挥洒汗水合力施工，让滹沱河岸边的这片空地变了模样。

他们也会疲惫、也会害怕，但不曾有半分退缩。时间不等人，病毒不等人，是这些“基建狂魔”们加班加点用“中国速度”不辞劳苦地“倍速播放”。