

# 月评抽查连中三元 “报花名男孩”意外走红

川影每学期举行两次月评,主要检验学生阶段性学习成果

近日,一段发生在四川电影电视学院月评现场的视频在网络上迅速走红。视频中,一名男生在同一场考核中连续三次被随机抽中上台展示,搞怪的表情和略显慌张的回答让网友忍俊不禁,纷纷调侃他是“月评倒霉蛋”“运气差到极点”。

因第一次抽中的题目是“报花名”,他也被网友亲切地称为“报花名男孩”。12月23日,当事学生兰兆祥在接受华西都市报、封面新闻记者采访时回应了这次意外走红,并介绍了学院独特的月评制度。

## 出乎意料 “水灵灵地被抽中三次”

兰兆祥是四川电影电视学院播音主持学院的大一新生,谈及这次“倒霉三连抽”,他至今仍觉得不可思议。

回忆三次被抽中的经历,兰兆祥说,第一次是通过照片滚动的方式抽取,题目正是让他“出圈”的报花名。“我一上台就慌了,太紧张



“报花名男孩”兰兆祥。受访者供图

了,脑子里一万个花名乱闪,顺序完全记不住,最后一朵小花都没拿到,被扣了50分。”第二次是从班级花名册中随机抽取学号,题目与王昭君相关,他拿到三朵小花,加了5分;第三次是刮卡片猜成语,题目相对简单,他顺利完成。

让他哭笑不得的是,上一次月评自己一次都没被抽到,这次却“连中三元”。他解释,月评并非每个人都会被抽到,大部分同学其实不会被点名。当时他还担任现场“保安”维持秩序,原本以

为被抽中的几率会特别低,“没想到不仅被抽中,而且水灵灵地连中了三次。”

## 月评抽查 一学期两次检验学习成果

随着视频走红,不少网友对川影的月评制度产生好奇。兰兆祥介绍,月评并非像字面理解的一个月一次,而是一学期举行两次,主要用于检验学生阶段性的专业学习情况。

考核内容会随学期推进逐步增加难度,比如大一上学期,一般以古诗词、绕口令

和贯口为主,下学期则可能涉及更长、更复杂的内容,并加入物品介绍、即兴评述等题目。“其实月评就是检查我们这一阶段学得怎么样,越到后面越难。”

在抽取方式上,除了通过花名册或学号随机抽取外,每完成两个班级的考核后,还会进行一次“全场大点杀”——照片滚动定格或摄像头随机捕捉,被画面锁定的学生将被临时抽中。“有时候你以为轮不到自己,结果镜头一停,你又被点中。”

学院还实行严格的“小花积分制”:老师通过“给花”判定学生表现,少于三朵小花扣50分,三朵加5分,四朵加10分,五朵加15分。兰兆祥透露,经过这次月评,自己的积分达到了65分。

视频走红后,不少网友留言称其“紧张又可爱”“真实展现了播音生的日常”。对此,兰兆祥表示,感谢大家的关注,也希望通过这次经历,让更多人了解川影丰富多彩的校园生活。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝 罗田怡 实习生 龚善美



何建东请人把酒坛埋入地下。受访者供图

## 二十九岁父亲封藏五百斤 “女儿红”等女儿十八岁时开坛

“一上午挖了个大坑,把500斤酒坛抬进去,用水泥和胶纸严严实实封好,就等18年后女儿成年那天打开!”近日,自贡市荣县29岁男子何建东(网名何咚咚)给周岁女儿封藏“女儿红”的视频在网络上引发热议,既有人羡慕这份深沉的父爱,也有人质疑“地里埋18年的酒能不能喝”。

何建东是土生土长的荣县人,2020年9月退伍返乡后,受做自媒体朋友启发,他开始拍摄奶奶的真实农村生活,没想到视频一下就火了。如今的何建东,不仅是粉丝喜爱的“新农人博主”,更是深耕家乡的创业者。“妈妈以前在外打工,现在也回来帮我拍视频,亲戚们也来帮忙,我们卖家乡的菜籽油、大米,今年光叶儿耙就卖了5万单。”何建东说。

而这次封藏500斤“女儿红”,源于他对女儿的一份特殊期许。“女儿刚满周岁,想给她留点有意义的东西,买黄金太贵,不如酿点酒存着。”何建东说,这些酒都是用自家种的高粱酿的,清香纯正,总共酿了493斤,“不够500斤的寓意,又专门买了点酒补够数。”装酒的坛子更是有故事——那是奶奶当年的陪嫁,以前用来装粮食,现在装满沉甸甸的酒,承载着两代人的牵挂。

“听卖酒的人说,酒埋在地下保存会越来越香。”何建东笑着说,他计划在女儿18岁成年礼那天,把这坛酒挖出来,和亲戚朋友一起分享,“这比任何礼物都有意义,是我们一家人对她的祝福。”

面对网友的热议,何建东显得很坦然:“不管最后酒怎么样,我都会好好保存这份念想。以后女儿长大了,知道爸爸为她做过这件事,就够了。”

华西都市报-封面新闻记者 陈静

## “川哥川嫂”的流量密码: 用短视频为乡村振兴赋能



又想跑

12月19日,巴中南江的大山深处,千万粉丝博主“川哥川嫂”赶着羊群穿梭于陡峭山坡,镜头前一如既往地轻松诙谐,让南江黄羊走到聚光灯下。

当晚,2025南江黄羊美食季正式启幕。这场活动通过千桌万人黄羊坝坝宴、全城派送200万元消费券等举措,为市民游客打造了一场冬季盛会。“川哥川嫂”的到场,让本届美食节增添了不少欢声笑语,也让网友看见了“锦绣天府·安逸四川”不一样的“切片”。

在视频中,“川哥”经常被“川嫂”揪耳朵。视频截图

## 入行 坚持轻松诙谐风格

“川哥”真名唐川。6年前,他与妻子回到宜宾老家,开始拍摄短视频。初期,视频以夫妻日常的搞笑片段为主,通过夸张的道具和幽默的互动,为粉丝提供轻松愉快的“情绪价值”。

“没想到效果很好,平均发布七八条就有一条冲上热门。”唐川笑着回忆道,他从此对短视频内容生产有了浓厚兴趣,慢慢地,他把家人也装进作品,坚持轻松诙谐的风格创作,视频账号迅速积累起不错的人气。

然而,唐川并未止步于单纯的娱乐。他告诉记者,在农村每天都能看到不同的风景和人物,这给了他无尽的灵感。于是,“川哥川嫂”

这对夫妻档又将镜头对准熟悉的土地,记录乡村生活的点滴美好,不少镜头成为被粉丝认可的“经典”。

## 提升 创新表达传播价值

随着作品的增加,唐川逐渐意识到,视频除了给大家带来欢笑,还应承载更深层的价值。于是,他们将目光投向了本地丰富的非物质文化遗产。

如何让古老的非遗技艺吸引当下年轻人的目光?“川哥川嫂”想到了巧妙的“嫁接”之法。他们凭借已有的搞笑人设,将非遗元素融入剧情。例如,他们拍摄的非遗棕编视频,以气势磅礴的视觉效果和生动的叙事,收获了全网超1.5亿的播放量。

这不仅坚定了他们传播非遗的信心,也证明了创新表达的巨大潜力。

对于“川哥川嫂”而言,短视频创作早已超越“挣钱养家”的范畴。作为从小在农村长大的“半留守儿童”,他们格外珍惜如今一家人团聚的时光,不希望下一代重复自己的经历。这份对家庭、对乡土深沉的爱,化为他们扎根农村、回报家乡的动力。

## 深耕 让流量惠及更多乡亲

随着影响力的不断扩大,“川哥川嫂”助农增收的想法愈发强烈。

他们看到,村里的老年人辛勤种植的农作物,常常因缺乏宣传而卖不出好价钱,于是将石榴、葡萄、土鸡

蛋、腊肉等农产品作为视频里的“常客”,用动态画面直观展示产品的优良品质,记录果农丰收的喜悦。

2023年以来,“川哥川嫂”积极参与会理石榴、雅安苹果、宜宾爱媛果冻橙等助农活动,累计销售农产品超百万斤。不仅如此,他们更计划推出“乡村大集市”,大力推销宜宾燃面等非遗美食,还鼓励农户走进直播间,亲自售卖自家种植的花生、大米等农产品。

让“流量”持续惠及更多乡亲,让家乡的“好物”和文化走得更远,是他们不变的初心与愿景。他们用镜头证明,乡村不仅是宁静的家园,更是充满希望与机遇的热土。

华西都市报-封面新闻记者 曾业