

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



“报花名男孩”兰兆祥。受访者供图

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

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有趣的校园生活。

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



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榜。”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