



乡村美食短视频火遍全网

# 彭州“胖娃老四”孵出450万粉丝

“老四，水煮牛肉”“老四，沸腾鱼”……过去一年，“胖娃老四”在各大短视频平台“火”了。从去年1月19日发布首个作品收获80个粉丝，到今年2月2日，“老四”的全网粉丝数突破了450万，其中抖音平台超过300万。天南地北的粉丝看过他和师父共同出境拍摄的乡村美食短视频，却不一定知道师徒二人都是彭州人，他们的拍摄地就“藏”在彭州通济镇山清水秀的君山村。



拍摄美食短视频。

## 专做乡村美食 第一个作品拍了11小时

“老四”本命王旭宇，今年33岁，16岁开始跟着师父方华跃学厨艺，在老方所有徒弟中排行第四，学成后王旭宇一直在师父的餐饮店工作。生活中的师徒都爱刷抖音、快手，于是二人商量：做菜我们也会，何不自己拍一个呢？2022年1月14日，他们拍摄了第一个作品“手抓羊排”，从早上8点拍到晚上9点，1月19日发布首日收获了80个粉丝。“团队所有人都没有专业背景，拍得很生疏、很辛苦，但也很开心。”方华跃回忆说。

知易行难，头炮没有打响，但师徒二人和团队成员没有气馁。他们检视自己的不足：人设是不是不够精准？菜品是不是不合胃口？节奏是不是太冗长？他们一次次推翻自己，又一次次重建。最终打造了头戴礼帽，穿着马甲、衬衫，打着领结，戴着墨镜、手表做菜的“老四”形象。“这个形象是非传统的厨师形象，但很适合他（老四）的气质，再配上他潇洒的甩刀功夫，很容易给观众留下记忆点。”方华跃告诉记者。

主人公厨师出身，专做乡村美食，度过早期的“至暗时刻”很快便捕获了大批“铁粉”。但对创作而言难点也在于满足不同受众的“胃口”，他们的作品中总是有不常见的美味佳肴。如“叫花牛腿”“火焰牛肉”“金丝鱼”“雨花石毛肚”等等，听名字隔着屏幕也很有食欲。“食材还是那些大家经常用到的，只是我们在做法上进行了创新，在家也能做。希望大家不一样的味蕾体验。”王旭宇告诉记者。

翻看“胖娃老四”的作品，每期时长三至四分钟，背后的制作过程却非常受“煎熬”。“基本按照商量菜单—选购食材—拍摄—剪辑—发布这个流程走。每个作品剪辑大约四五个小时，拍摄时间就不一定了。最快的当天全



直播带货。



“胖娃老四”王旭宇。

部完成当天上线，慢一点的如风干鱼、风干鸡跟拍要一个多星期，还有更长的需要10多天。”王旭宇介绍说。

80个粉丝是“胖娃老四”的起点，但这个数字也只停留了一天，此后便进入了“稳涨”“暴涨”“疯涨”节奏，直至成为“网红”“大V”。“（去年）5月份粉丝突破了10万，6月份发布了‘水煮牛肉’，那以后的2个星期粉丝增长到了百万人。10月初突破了200万人。截至目前，我们共发布作品353个，其中千万播放以上的65个，百万播放以上的215个。累计播放量超过23亿次。播放量最多的‘水煮牛肉’达到了6926万次、获得166万点赞。”方华跃介绍道。

## 涉足带货领域 立足“三农”带动村民致富

随着粉丝越来越多，流量越来越盛，“胖娃老四”开始涉足带货领

域，去年8月7日开启第一次视频带货。“第一单产品是钵钵鸡调料，单个视频共销售2.8万单，成交77.5万元。去年11月又开始直播带货，第一单成交了66.5万元。截止今年1月，我们带货产品180多个，订单30多万件，成交近900万元。”方华跃表示。

身在彭州城、身为彭州人，“胖娃老四”身上的“彭州味”非常浓，那也是他们的“底味”。带货商品有天彭肥酒，也有磁峰麻饼，而拍摄地点除了君山村更是涉足龙门山、丹景山等多地。越来越多的观众通过他们的镜头知道了“宝山”“丹景山”“莲花湖”……领略到了“活色生香”的立体山水公园城市——彭州。

除了“热度”爆棚，“胖娃老四”也是“深度”满满。近日，记者来到其拍摄基地——通济镇君山村一处农家院子。“院子是我们一户村民的老宅子，当年我们动员青年返乡创业，经营餐饮和住宿，后来因为其经营方向调整便闲置下来了。去年‘胖娃老四

’团队经朋友推荐，一眼相中这里的绝佳环境，开始了创业之路。这属于闲置资源盘活。”君山村党总支书记卜方刚透露。

兔年伊始，“胖娃老四”团队围坐一起商量今年一定要在“网红”之路上越走越稳、越走越专业，立足“三农”赛道，把魅力彭州介绍给更多的观众。“全平台粉丝争取突破1500万人；带货成交量突破1.5亿元；牵头成立彭州电商联盟，孵化更多本土电商带货人。”方华跃表示。

近年来，通济镇坚持党建引领不断优化营商环境，紧紧抓住数字经济发展新机遇，打开乡村振兴新局面。据悉，今年“胖娃老四”团队还将与君山村集体经济组织深入合作，利用君山村闲置空间作为业务拓展新阵地，成立直播中心、仓储物流中心，并在当地建熟食品加工厂、腊制品加工厂，带动更多村民发家致富，将“网红”的流量转化为赋能乡村振兴的价值增量。

华西社区传媒记者 李玥林 摄影报道