

电影《奥德赛》中国宣传期间，诺兰导演做客主播仲树的播客《独树不成林》，深谈电影背后的文化意涵，这番对话引发了广泛关注和讨论，播客这一传播方式也再次破圈。

今年以来，罗永浩、鲁豫、Papi酱等创立的音视频播客相继推出了重量级访谈，尤其视频长播客屡屡被剪成短视频流传，将众多观众变成听众。从喜马拉雅、网易云、B站等老牌平台到小宇宙等新兴势力，播客频道的影响力逐渐扩大，包括财经金融、女性成长、罪案回顾、严肃文学、科幻文化、国际政治、音乐剧、脱口秀、交响乐等在内的细分赛道也逐次展开，“万物可播客”的态势已然形成。

在短视频时代，观众习惯于15秒、30秒看完一段内容，而主流播客一集时长一小时左右，罗永浩的播客甚至长达5小时，这种完整且高密度的思想对话，让年轻受众感受到思想的深度滋养，拿回了注意力主动权，也为传统媒体转型、自媒体升级提供了新思路。

今年8月份，著名主播关雅荻创立的“狂喜播客节”走出上海，在北京举办“狂喜城市”活动，后续将探索深圳、西安、成都等站，让“播客巡演”成为现实。谁在做播客、谁来听播客、播客如何成为长青品牌，如何与城市文化深度链接，这些反身性问题将随着播客行业的发展成为持续的追问。



◀ 青岛播客“大话辩护团”以喜剧风格探讨热点话题。
▼ 青岛籍著名播客主理人关雅荻。

播客：耳朵里的精神大餐

小众品类提供深度人文滋养 “万物可播客”展现多元魅力

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉

下沉，谁在做播客？

“每一年都是播客元年。”在播客行业，这句话堪称最广泛的自我调侃：2020年至今，播客的“元年概念”不断出现，行业却始终没有完成真正意义的规模化爆发。然而今年好像格外不一样：诺兰、仲树对话之前，罗永浩、鲁豫、章泽天、杨天真等创立的播客节目已经产生了密集的轰动效应。罗永浩与导演毕赣的访谈思维密度极高，与编剧宋方金的访谈里更是爆出了“张艺谋看见UFO”等重量级大料。Papi酱访谈颖让“反内卷老艺人”爆红，而易立竞的访谈对向佐的演艺形象有着颠覆性反转。长期困扰播客的受众圈层闭环、商业化困境，有望在今年全面打破。

除了拥有优质访谈资源的头部主播，还有谁在做播客？8月16日，青岛首个脱口秀播客《大话辩护团》在阳光百货亮相，这档节目由脱口秀演员“何老师”、小美与动漫播客《菠萝油子》主播BIG联手创立，节目打通了线上线下渠道，邀请观众围绕主题进行探讨，台上喜剧人与台下观众在互动过程中分享故事，为城市文化话题赋予脱口秀的喜悦。

事实上，喜剧播客近年人气急升，演员刘旸、六兽创办的《无聊斋》去年拿到了小宇宙播客大赏“热门播客”“听众喜爱播客”等三项大奖。BIG是国内最早一批做视频播客的主播，去年视频播客开始火时，《菠萝油子》已经做了三四年。随着国内动画电影的快速发展，主攻动漫文化的“菠萝油子”迅速成长为头部播客，推出了多档深度动漫解析类节目，进军脱口秀播客，也是拓展节目业态的重要步骤。

头部主播往往也是播客领域的“连续创业者”。“狂喜播客节”创始人关雅荻原本是资深电影人、专业跑者、克利伯环球帆船赛“青岛号”船员，他先后创立了访谈播客《开放对话》、电影播客《吾爱西尼马》、航海播客《关雅荻的大航海日记》，连续五届的“狂喜播客节”已成为播客领域最具影响力的盛会，他在影院录制的电影观后播客将鲜活的感受展现给广大影迷。《姐姐说》创始人王美丽原本是青岛媒体人，在担任艺人经纪期间接触到播客行业，受著名的播客《日坛公园》启发进入播客。创立六年来，《姐姐说》已经成为女性主题播客的头部。青岛主播还创立了《电影最TOP》《迷影派》等独立电影播客，而人文播客《星空漫谈》《循环往复》等也积累了一批稳定订阅者。

入迷，谁在听播客？

资料显示，中文播客早在2003年就已经出现，2020年播客节目迎来爆发期，长节目迅速突破了一万档；在2021年“百播大战”期间涌现了“小宇宙”“皮艇”“汽水”“随音”等多个播客平台，争当“耳朵里的B站”。作为平台大战的赢家，“小宇宙”2025年新增6.4万余个播客节目，近70万个单集，其中自我成长类播客累计播放时长超80亿分钟，位列所有品类第一名；紧随其后的则是罪案、财经、历史等大类。

数十亿分钟的播客内容，到底是谁在听？听众安润把自己界定为一个“重度播客爱好者”。平台数据显示，她四年来在3983个单集上收听了3660个小时。安润的收听集中在女性主题话题和头部主播，罗永浩《罗永浩的十

字路口》、鲁豫《岩中花述》等是她通勤路上的常听节目；刘先生则是喜剧类播客的爱好者，他的播客收听以“助眠”为主。从早期的德云社相声专场到如今的脱口秀播客，播客助眠已经成为一个颇为明确的需求。

播客聚拢一大批具有订制文化需求的听众，以高知专业人士为主，年龄群集中在25—35岁。这批受众对算法投喂的视频娱乐保持警惕，更倾向于接受深度的、高设定的内容。媒体人既是播客听众也是播客创作者，前电影记者小端长期关注播客赛道，去年她和两个记者同行创立了一档电影播客，从拍电影、聊电影到电影人互相串台，播客打开了一个面向行业真实观点的窗口。青岛诗人桂鱼则是《理想国》播客的长期听众，桂鱼同时担任作家交流活动策划人角色，她把播客界定为“碎片化学习”；桂鱼和同事们也创立了一个小小的阅读群，以音频的方式做文学图书导读。

《菠萝油子》创始人BIG在播客平台大战时期入行，凭借一档音频获奖节目受邀入驻B站，成为最早期的视频播客主播。“其实我们大部分人缺乏播客基因、广播情结。社会发展太快了，从广播时代迅速跳到了电视时代、网络时代，年轻一代听播客要从零开始培养习惯。”今年，BIG在青岛创立了山东首个播客制作平台“播可梦”，为视频播客提供专业录制空间，同时也持续发掘新兴播客，在专精赛道上提供深度垂类内容。

变现，播客怎么挣钱？

播客集中了一批优质的内容创作者，然而行业的发展长期受困于经济回报。一档订阅

数6万的头部文化类播客，每个月收入在七千元左右，这显然难以维持采访、录制到后期制作的成本，更难以覆盖嘉宾差旅、音乐衬底、场地费等支出。部分主播选择在书店、影城录制节目，一方面跟节目主题相匹配，同时带动观影、购书消费，缓解成本压力。以关雅荻的电影现场播客为例，他只身背负一个巨大的箱子穿梭在上海影城，里面包含了全套的录音设备。映后两小时内，关雅荻可以完成与两位特邀嘉宾的观影分享，将低成本高效录制做到了极致。

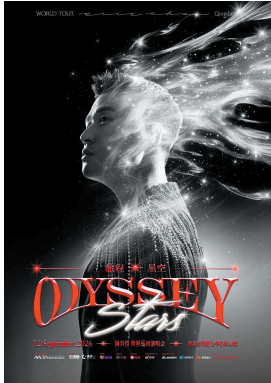
随着播客内容垂类快速发展，主播也在深入开发播客商业化的路径。文化播客《忽左忽右》推出了图书业务，为听众提供节目提及的图书订购服务。节目还推出了“忽左忽右旅行团”，结合高加索历史节目推出格鲁吉亚之旅、结合东南亚社会研究推出印尼之旅，实现了播客节目的文旅延伸。奢侈品牌、汽车品牌也注意到了播客在垂类人群的影响力，鲁豫《岩中花述》直接与品牌深度结合，展现了播客在商业开发领域的潜力。

对照国内外播客行业的现状，国际主流媒体将播客视作一条常态渠道，基于新闻内容推出资讯播报、专家访谈、政经解析等多种节目，产生了广泛的影响力。而国内播客以自媒体为主，尽管可以对电影宣发、严肃文学推广、科幻文创形成一定程度的商业转化，但“带货”能力远不如视频直播类主播。

BIG表示：“从宏观层面上来看，播客不是一个好的商业化产品，然而它在未来依旧有很大的价值。有了足够的订阅者基础和丰富的文化生态，播客会探索出更合适的商业化之路。”

以文塑旅 以旅彰文 @ 悦赏分享

周兴哲开启青岛“旅程”



分享理由：

9月12日，青岛市民健身中心体育馆将迎来一个新名字：周兴哲。这位“95后”音乐人属于当下歌坛少有的抒情流行路线歌手，主打充满遗憾感的都市情歌。在当下以魔幻托邦戏剧、奇幻

叙事、国风跨界为主流的演唱会市场，周兴哲“旅程·星空”演唱会主打沉浸式情歌现场，快慢交织的曲目节奏、私人化的情感治愈配合精湛的唱功，带给歌迷清爽的感觉。

2014年出道的周兴哲有着深厚的古典钢琴基础，创作能力出色。从影视主题曲入手，周兴哲先后推出了《以后别做朋友》《你，好不好？》《怎么了》等单曲，一步步被歌迷熟知。单依纯在《中国好声音》翻唱了他的代表作《永不失联的爱》，以极具爆发力的表现展现了这首歌的情感内质，调转视角后展现了周兴哲作品的阐释空间。在先后登上《声生不息·宝岛季》《歌手2026》舞台后，周兴哲的歌迷群迅速扩大，音乐风格得到了广泛认可。

拥有多首点击量破亿单曲的周兴哲也是演唱会市场的新贵，此次青岛演唱会为四面台星空主题，舞美荣获国际设计奖项，开票前就引发全国歌迷的关注。“旅程·星空”演唱会包含精彩的钢琴弹唱曲目和交流互动环节，高密度的万人合唱将让歌迷在情歌里找到情感投射。

米荆玉

八大关里“老房有喜”



分享理由：在八大关的红瓦绿树与太平角的碧海潮声之间，一处沉淀百年时光的1919德式老洋房，在近日以“海月里”的名义焕然一新。老房的建筑美学与高级烟火气相映成辉，让山海景致、百年建筑与胶东本味生动相逢。

这栋位于太平角一路17号的建筑建于1919年，是整个八大关太平角区域遗留下来的年岁最久的一栋别墅建筑。

海月里根植太平角百年文脉，老洋房设计尊重老城文脉，摒弃繁复奢华。大面积落地窗揽尽天光海色，庭院百年老树婆婆掩映，海风穿庭而过，四季景致随窗更迭。一楼庭院清雅松弛，适合亲友小聚闲谈；二楼凭海临风，可俯瞰湾海落日，视野开阔悠远。多元元素组合的这片绝版海岸，成为城市难得的雅地，甚至让等待亦成风景，温柔治愈每一位来客。高级不疏离，烟火亦有精致，它以山海为幕、以匠心为底，让每一场相聚既有体面质感，更有温暖人情。

崔燕文/图

赴一场山海萌趣之约



分享理由：汇泉乐屿萌宠世界坐落于汇泉湾滨海一隅，依托得天独厚的海岸风光，在城市核心地段开辟出一方治愈天地，实现了滨海景致与萌趣生灵的温柔相融。

不同于常规的观赏型乐园，这里是一处安放心绪的自然疗愈空间。园区秉持“亲近自然，温柔共生”的理念，弱化围栏隔离，搭建开阔舒展的互动场地，让人与小动物自在相伴，成为市民游客逃离喧嚣、舒缓身心的休憩之所。羊驼、水豚、梅花鹿、环尾狐猴在此悠然生活，游人可以放慢脚步，近距离温柔互动，在与生灵的相处中卸下日常疲惫，收获内心平和。

对于到访游客，这里藏着多层次的松弛体验。面朝碧海的观景区域、林间步道、滨海露营地错落分布，观海咖啡、特色简餐、文创小店配套完善，满足小憩、野餐、漫步等多样需求。海风轻拂，小动物悠然踱步，山海风光与软萌生灵相映成趣，独属于这里的温柔氛围感，为忙碌的都市生活留存了一处可以静心感受美好的疗愈港湾。刘 硕 文/图

连谏：当文学故事触达荧屏

□青岛日报/观海新闻记者 崔 燕



如同王安忆之于上海，池莉之于武汉，作家连谏的作品，则有着深度链接青岛的文学况味。近日，改编自连谏长篇小说《家有遗产》的现实题材剧集《人生赢家》正式释出片花，扎实的剧情质感，继续得到业内与读者的期待。剧集即将于8月28日登陆爱奇艺与广大观众见面。

从纸页上的文字，到镜头下的众生，这并不是连谏的作品第一次走向荧屏。长久以来，她的小说因为故事逻辑完整、人物鲜活、画面感充沛，备受影视行业关注，在不同艺术载体之中不断延续故事生命力，也让青岛这座城市一次次以文学的姿态抵达观众。

源于生活的凡人书写

“连作家，你写的就是我；连老师，你笔下的主人公特别像我的同学……”浏览自己的微博，连谏经常会收到这样的读者私信。“其实，我的作品很少来自真人真事，更多是源于生活的文学想象。”连谏说，从写作以来，多数素材是她平时观察与记录的积累。多年前，记者曾经见过连谏置于自家书桌上的记事本，上面密集而琐碎地记录着她突然而至的灵感。连谏告诉记者，现在她会在手机上随时记录自己的“一闪念”。这种记录有时会在连谏的微信和微博公开展示，“在大家不怎么发私人化微信的当下，我的朋友圈依旧‘百无禁忌’。”对此，连谏如同孩子般大笑，说自己就是那个朋友们口中“活人感”很强的“网友”。

在连谏的认知里，文学是体察生活、叩问人心的窗口。家庭矛盾的暗流涌动，亲情与利益的相互拉扯，困境之中人性的摇摆取舍，都被她以冷静而柔软的文字铺陈开来。她笔下的人物

没有完美的主角光环，身上兼有私心、纠结与软弱，亦不失善良、通透与韧性。这份回避避繁的真实，让人物挣脱模板化的桎梏，长篇小说《家有遗产》正是这一创作理念的体现。

“小说与剧集，本是两套完全不同的艺术语言。文字可以从容展人物内心世界，缓缓积蓄情绪，留给读者充足想象空间；影视剧则要适配镜头表达，兼顾叙事节奏与大众观赏习惯。”连谏这样“剧透”本次《家有遗产》的改编。她表示，此次网剧版的呈现，没有机械复刻原著情节，而是在牢牢守住原著精神内核的基调上，完成主题立意的时代升华。

于她而言，文字走出书本、经由影像被更多人看见，是一份莫大的欣慰。荧屏转化不是故事的终点，而是故事的另一次启程。

本土文人的光影译泽

连谏有着大量的文学和影视拥趸，她朋友圈的“活色生香”也被朋友们奉作可爱而有趣的“生活家”。作为山东极具代表性的现实题材作家，连谏的写作始终脚踏生活的实地。中山路、小港、城市角落的农贸市场……久居青岛，这座城市街巷的市井日常、普通家庭的离合悲欢，都成为她取之不尽的创作富矿。她把目光投向寻常百姓，聚焦集情羁绊、代际隔阂、利益抉择这些普通人都可能直面的现实命题。

十几年前，《家有遗产》出版之后收获大量读者共鸣。它与社会问题、家庭问题的紧密连接，以及环环相扣的遗产未解之谜，构造出一幅金钱如何撕裂亲情、最终又被亲情治愈的人性情态，让《家有遗产》成为连谏作品中最受影视界欢迎的长篇小说之一，也为本次影视化改编打下扎实的文本根基。其实，这部作品早在



■连谏

2017年就被青岛话剧院改编为同名话剧，自2018年首演以来，已经在全国各地演出几百场。该剧荣获国家艺术基金2019年度资助，同年2月进京演出于国家大剧院，同年11月获第八届“国际戏剧学院奖”优秀剧目奖。

文学的生命力，在于不断被重新解读，抵达更多受众。如今，《家有遗产》完成影视化蜕变，剧版定名《人生赢家》，即将和观众相见。看过对外放出的片花，连谏坦言成片质感超出自己预期。

本土故事的持续生长

“这里就是电视剧《门第》的取景地。”很多外地游客走进青岛八大关的时候，会被导游“安利”这一跟着影视剧游青岛的打卡地。提起大