

一句“加达车”撬动千万流量

“灵桥牌普通话”当红不让



“一休歌”接受采访。记者 周星宇 摄

“大家好，我是你们的‘加达车’，刚从香港回来！感谢你们的喜欢。”最近，宁波本土博主“一休歌”的短视频刷屏网络，“加达车”（脚踏车）、“交关巨”（非常贵）、“第一达”（第一次）等金句火速出圈，系列短视频累计播放量突破千万。

一口辨识度极高的“灵桥牌普通话”，让藏身市井的宁波方言跨越地域，从浙江走向全国。这波爆款流量从何而来？方言热梗又能为城市传播带来什么新思路？近日，记者专访了这位博主。

1 一条短视频，粉丝增5万

“这条爆款视频，前后只拍了半小时。”采访中，“一休歌”一句话就打破了大众对“流量爆款必靠精雕细琢”的刻板印象。他回忆，当时正在香港旅行，“第一次来，到处都想逛逛，偶然发现街上没有‘加达车’，由感而发就随手拍了”。

数据显示，这条香港旅行短视频抖音播放量逼近600万，系列内容累计播放超千万，全网粉丝短期内增长近5万，“增量直接赶上了前四五年的积累”。

看似轻松的走红，背后是多年的深耕。作为宁波首批本土自媒体创作者，“一休歌”在短视频领域已经摸索了约5年。从纯粹热爱生活入行，到专注方言歌曲创作，再到为本地实体赋能……他始终扎根宁波本土市场。

在他看来，短视频行业仍有巨大空间，普通人最难的是“从零到一”的突破。只要敢于迈出第一步、坚持沉淀，平凡的真实表达，同样能收获时代的流量红利。

2 “灵桥牌普通话”刷屏全网

不难发现，这轮出圈的核心亮点，正是独属于宁波的“灵桥牌普通话”。

与传统老派宁波方言的地域性壁垒不同，博主的语言风格更具包容性。采访中记者得知，“一休歌”祖籍余姚，定居北仑，口音融合了宁波多地特色。日常对话和镜头表达随性自然，自带市井烟火气，适配各类传播场景。

深耕方言创作5年，“一休歌”始终坚持本土赛道，以经典老歌改词、生活随拍、旅行纪实等形式创作，不设固定取景地，不拘泥于形式，用最朴素的镜头记录生活、传递乡音。随着视频走红，“加达车”、“交关巨”、“第一达”等金句快速出圈，成为全网热梗。

记者梳理评论区发现，这股方言热潮突破了地域圈层。江浙沪吴语片区网友直呼“亲切十足、一秒共情”，广东、香港等粤语区网友也因方言文化相通纷纷点赞。相比小众晦涩的传统方言，这种通俗质朴的“灵桥牌普通话”恰好解决了方言传播的最大痛点——让宁波乡音走出浙东、亮相港澳，使全国观众都能轻松听懂，沉浸式感受甬城语言的独特韵味。

3 一方乡音，助力城市传播

这次千万级流量的出圈，不仅是个账号的走红，更是民间力量助力城市文化传播的生动实践。

方言是一座城市的文化根脉，承载着地域民俗、人文气质与城市记忆。在普通话全面普及、年轻群体方言使用频次下降的当下，本土博主持续的方言内容创作，让宁波话跳出日常对话，成为可视化、可传播、可共鸣的城市文化IP。

博主用生活化视角，通过日常语态、旅行纪实和趣味金句，潜移默化地传递着宁波的城市气质：低调务实、温和包容、烟火气浓郁。千万次的网络传播，拉近了全国网友与宁波的距离，让更多人认识宁波、了解宁波。

在博主看来，方言短视频的价值不止于娱乐。它既能传承老祖宗留下的地域文化，唤醒本地人的乡愁记忆，也能搭建外地人与宁波沟通的桥梁，吸引人才、游客和资源汇聚，为城市建设和文旅发展赋能。作为土生土长的宁波深耕者，“一休歌”坦言会继续坚持本土方言创作风格，根据受众需求不断优化内容，持续讲好宁波的民间故事。

采访最后，“一休歌”还主动推荐外地游客骑行漫游东钱湖，去亲身感受宁波的山水风光与宜居底色。 记者 谢舒奕

“文明健康·绿色环保”公益广告

社会主义核心价值观：富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善



让绿色 走进生活



宁波市文明办