

初旭：从乌蒙山深处走出来的品牌策划人

■ 曾志远 陈锡烈

20世纪80年代初，地处乌蒙山深处的川南古蔺，有一位小青年，沐浴着浓厚的红色文化，仰望着大师们的背影，怀揣着自己的梦想，从老家龙厂沟出发，一步一步向我们走来……他就是四川省作家协会会员、四川省传统文化保护协会会员、品牌策划人初旭先生。

老家住在龙厂沟

乌蒙山横卧在云贵高原之上，山峦起伏，沟壑纵横，跨越千里，绵延至古蔺县境内。初旭的老家就在古蔺县境内丹桂镇一个叫龙厂沟的地方。初旭就如同同一粒高粱籽儿，在大山沟里慢慢成长起来。

初旭原名王先军，多年来，他以“初旭”的笔名创作多部作品。

那年，初旭考入古蔺皇华四中高中部，一场学校的“撤并”，使他无法继续读书，只得回到老家龙厂沟，青春年少的初旭陷入了迷茫。

初旭的父亲是当地有文化的“明白人”。迷茫的初旭在父亲的耐心引导下，内心慢慢亮堂起来，两眼也渐渐放出了光彩。既然无法再跨进校园，不如“就地取材”，研究民间文学。从此，父亲成为初旭的老师。他喜欢父亲唱的山歌，更喜欢农闲时与父亲摆“龙门阵”，并详尽地整理记录下来，从民间文学中汲取营养。

渐渐初旭在家乡的山水间找到感觉，笔下的文字也散发出泥土的芬芳：“小河两岸的水稻，在农人的精心呵护下，长势越来越妩媚动人，在绿意中漫步，令我遐想无边。它们就像丰盈的女子，在灿灿的阳光下，恣意舒展，扬花抽穗。乳白色的花粉，就像一只只秀珍的蝴蝶，在稻尖上闪耀。”——《龙厂沟的水稻》一百四十余封退稿信，并没有让初旭



从乌蒙山深处走来的品牌策划人初旭

旭失去信心。在农村艰苦的创作，没有眼泪，没有泄气。初旭坚持爬格子，一篇民间故事《大脚神》终于登上了四川人民出版社的《龙门阵》杂志，并在当地引起了巨大反响。

走出大山天地宽

希望总是留给有准备的人，一篇《大脚神》改变了初旭的命运。20世纪80年代中期，古蔺县文教局面向社会招聘一批文化干部。他在家人的鼓励下，打点行囊进城参加文化干部招聘考试。县文化局赵德明局长亲自监考：“你不会唱歌跳舞，凭什么来考文化干部？”

面对主考官的询问，初旭递上自己的“大作”《大脚神》：“我会文学创作，稿件还登上《龙门阵》。”当年，能上四川省级刊物的青年作者，古蔺县境内凤毛麟角，赵德明一锤定音：“你被录取了！”

风华正茂的初旭就这样成为一名为地方服务的乡镇干部，浑身有使不完的劲，先后担任党政办公室副主任，宣传

干事、司法所所长、法律服务所所长、建管所所长、调解中心主任等职务。初露才华，古蔺县文化馆多次借调他到县城，主持编纂《古蔺县民间文学三套集成》。从此，他跑遍了古蔺的山山水水。

1998年，初旭的首部散文集《山地风流》由贵州人民出版社出版发行，洋洋洒洒75篇文章，一字一句充满乡土气息。在乌蒙山深处，他用笔记录着家乡的人和事、山与水、亲人和朋友、悲伤与快乐。

“最贫瘠的土地养最芬芳的花朵！”四川省文化产业商会执行会长、诗人、作家达夫为《山地风流》作序：“初旭是从大山深处向我们走来的，他带来的既不是纯粹的阳春白雪，也不是纯粹的下里巴人。他带来一种原生状态的山野之气，带来绿色田园的牧歌。这是一种可遇而不可求的东西，所以我十分喜爱。”

《中国作家》杂志副主编、著名作家俞胜这样评价初旭的第一本散文集《山地风流》：“这本处女作，除抒发人生感悟外，还在委婉多姿、生动细腻

的描述中，展现川南古蔺山区的风土人情，以及当代山区农民的情趣和追求，具有浓郁的地方特色和鲜明的时代气息。”

铁笔人生绘锦绣

2002年初春，初旭接到《泸州晚报》领导的邀请，被聘请为报社记者。初旭迎来了更大的舞台，父亲将他送出村口。

《泸州晚报》云集着百余位热爱新闻事业的本土作家、诗人、摄影师，初旭的加盟，带来一股清新的乌蒙山风。初旭从乡村到都市，从业余到专业，实现了自己的华丽转身。

“笔在四季里耕耘，心在良知间守候！”初旭每天迎着朝霞出门，顶着满天繁星回家。他同其他记者一样，深入大街小巷、田间地头，用文字记录着偏远山区一个个感人的故事。他的作品，时常被收录进热点新闻，在社会上产生强烈反响。

2008年的冬天，《北京文学》编辑、“苦瓜诗人”白连春病倒在医院的病床上。初旭作为一名文学爱好者和记者，多次亲临医院采访，在新华网发表文艺通讯《拯救“苦瓜诗人”白连春》，各大网站论坛纷纷转载。初旭的大声呼吁，也引起了《十月》等刊物的关注，大家纷纷慷慨解囊，使得诗人白连春得到很好的救治。

十余年笔耕不辍，初旭有近百篇新闻和文艺作品获国家、省、市奖。其中散文《古蔺女人》获全国报纸副刊铜奖；文艺通讯《红色古镇太平渡》获四川省新闻一等奖。多篇通讯登上《人民日报》《法制日报》等全国报刊。先后出版了散文集《山地风流》、报告文学集《遍地英雄》、文史专著《泸州百业赋》、《最泸州》、《泸商记忆》、《天下泸商》、《古蔺共青团史》（与人合作）等。

初旭走到哪里，都不会忘记家乡。

2020年，他的一篇题为《泸州“悬崖下的村庄”村民盼望有条出行路》的文字见诸网络，引起当地党委、政府的高度重视。经过大家半年的艰苦努力，一条总投资480万、长达68公里的乡村公路全面贯通，也连接了川黔之间的两个村子。从此，两地村民出行不再难，结束了祖祖辈辈肩挑背磨的苦日子。村民为感激初旭的鼓与呼，专程为他送来“铁笔人生”的牌匾。

品牌人生新天地

2016年的春天，初旭离开耕耘多年的媒体，成为一名独立的品牌策划人，成立了自己的公司，运营着多家网站，主要关注川南及周边地区的经济文化建设，服务社会大众，传播有价值、有意义的经济文化资讯。

时下，初旭除了深耕企业品牌文化板块，还涉猎北斗导航数字服务、食品供应链管理。初旭的眼睛中，好的产品，就应该向大家推广，通过文化赋能，讲好产品故事，使之成为品牌，产品才能发挥更好的社会效益和经济效益。只有品牌这张有形名片，才会散发出永恒的光芒。经过在多个行业摸爬滚打之后，初旭开始“左手写文章，右手创品牌”的人生旅程。

初旭为古蔺黄荆风景区推出的文化品牌系列散文、纳溪茶叶文化品牌系列散文均被多家媒体连载，并对其品牌塑造起到了积极的推动作用。他创作了旅游歌曲《黄荆行》至今还在景区传唱。最近，他还与中央电视台联袂出任总撰稿、导演，拍摄大型纪录片《航拍赤水河》。他默默地为地方经济建设和文化发展奉献着力量。

初旭现正在整理即将出版的新作《乌蒙山纪事》和《泸商风采》。文化苦旅，春华秋实。祝愿初旭在文学创作和品牌塑造的道路上走得更远、更高。■

单武的创作之路：影视艺术与计算机技术的完美结合

■ 姜涛

城市宣传片是一种通过影像、音乐、文字等多种媒介手段，辅以前端网络传播平台，来展示城市形象的宣传形式。它通过对城市的历史、人文、旅游、产业等特色资源的展现，向外界展示城市的魅力和优势，从而提升城市的知名度和美誉度，促进城市的招商引资、文化旅游等方面的发展。

好的城市宣传片，离不开出色的策划人。单武作为一名资深的营销人，从小就喜欢影视艺术，对音乐、文学以及电影产生了浓厚的兴趣。1994年单武毕业于东北大学计算机应用专业，这为他之后从事的影视艺术创作带来了极大的帮助。毕业后，单武投身到影视广告行业当中，把自己擅长的计算机技术和爱好的影视艺术相结合，逐渐积累了丰富的创作经验。他可以熟练运用各种软件和工具，在影片制作的过程中进行高效的艺术创作和特效处理。

2000年，单武创办了智为广告有限公司（后更名为沈阳智为传奇广告有限公司），担任总经理，主要承接影视宣传片及广告。单武对于计算机前沿技术的关注和学习，让他的影视艺术创作始终保持着与时俱进的态势，不断追求创新和卓越，使得他成功打造出许多具有艺术性和感染力的备受好评的作品。其中2005年为百利家居创作的影视广告《水果篇》、2007年为招商银行创作的广告《十年篇》、2008年为沈阳海洋世界创作的广告《探险篇》等，均被收录入广告营销领域中国风向标级奖单——IAI中国广告作品年鉴。

创业至今，单武为国内众多城市在招商、旅游及形象方面创作了大量的影视宣传片作品，并多次获得行业大奖。其中为湖北省襄阳市创作的城市形象宣传MTV《襄阳Image》，成功从几千件作品中脱颖而出，获得2019年第19届IAI国际广告奖金奖。这部金奖作品也是候选作品中唯一一部城市宣传片类作品。

在为家乡湖北省老河口市拍摄宣传片时，单武多次回到故里，沿着汉江漫步，感受着城市快速发展的同时，也想起了昔日的美好回忆。他记得童年时江畔美丽的柳树林，还有那些一起玩耍的伙伴。如今，老河口市繁荣发展，城市面貌焕然一新，但是，那份深厚的故乡情怀始终留存在他的心中。单武深知，故乡的繁荣需要每一个家乡儿女一起推动。他期待着能够为家乡的发展尽一份力。因此，单武希望能向更多的人展示家乡这片美丽的土地，让更多的人了解老河口，来发掘它的美好、品读它的历史、传承它的文化。他相信，在这片土地上，自己的梦想和家乡的未来一定会交相辉映。凭借这份赤诚之心，他为湖北省老河口市创作的形象宣传片获得了巨大的成功，提高了城市知名度，扩大了旅游收入，并斩获IAI鉴国际广告奖影视类铜奖。

今后，单武将继续不断学习和研究新的技术，以打造更加生动、有趣、代入感更强的宣传片；同时致力于影视广告创作和城市宣传片的推广。单武希望通过自己的努力，推动城市宣传片的发展与革新，为广告传媒行业的发展作出更大的贡献，也为城市的形象塑造和经济发展带来更大的帮助。■

中铁置业贵州公司荣获中国中铁青年设计师户型创意设计大赛第一名

■ 曹晓栋

3月28日，以“学习二十大 奋进新征程”“好房子·中铁造”为主题的“中国中铁青年设计师户型创意设计大赛”在贵阳中铁国际生态城圆满落幕，中铁置业贵州公司从24支参赛队伍中脱颖而出，荣获中国中铁青年设计师户型创意设计大赛第一名。

此次大赛得到了共青团贵州省委、中国中铁团委、中国中铁投资管理有限公司的悉心指导与大力支持。中国中铁将此次赛事作为全面扎实推进青年精神素养提升工程的重要举措，致力于搭建特色地产板块青年人才展示和学习交流的平台，进一步引导青年立足岗位、增强本领、建功立业。

赛事共24支参赛队伍，涉及股份公司特色地产业务的10家二级企业、22家三级企业。赛事充分展现了中国中铁青年设计师高效的专业水平和饱满的工作热情，进一步激发地产板块的设计活力和创新力，推动企业的高质量发展。贵州公司高度重视此次竞赛活动，经过精心



筛选以及专业搭配后，最终选送两支队伍参赛，经过紧张激烈的角逐，中铁置业贵州公司参赛队脱颖而出，获得大赛第一名。

近些年来，贵州公司以提升设计研发创新能力为目标，不断对组织体系迭代建设、技术提升、户型产品研发、设计赋能、产品系和标准化建设等多方面进行深化创新，设计研发综合实力得到大幅提升。中铁阅山湖·云著、中铁阅花溪、中铁云湾等多个项目荣获多项设计

大奖，得到行管部门与同行企业的高度认可。

贵州公司设计研发将以此次为新起点，逐步夯实设计体系化、创新化，坚持“以赛促学、赛训结合”，积极学习兄弟单位设计亮点，设计研发出更契合市场的户型产品，提升产品核心竞争力。用央企匠心打磨标杆作品，切实为企业的高质量发展添砖加瓦，贡献设计力量，致力于打造国内一流城市综合投资开发运营商。■