



她是书店主理人  
是短视频博主  
是创意产业实践者



是一个讲述冰城故事的地道哈尔滨姑娘

# “冰姐”：与书为伴 与城共舞

□本报记者 杜菲菲 张寒冰/文  
王坤 石松鹤/摄

很多人认识“冰姐”，是通过“冰姐扒书”。镜头里，她温柔知性，才华横溢。镜头外，她是于冰，主理着道外区中华巴洛克历史文化街区的松光里书店，头衔众多，风风火火。

镜头内外，标签各异。最大公约数，是围绕“书”与“城”，以创意之力，为家乡“代言”，为老街赋能。这个哈尔滨姑娘的身上，始终浸润着深深的家乡情结和深沉的文化属性。

今年初，哈尔滨凭借冰雪旅游“火爆”出圈，“冰姐”一条“东北好了，就能回家了”的短视频被更多人刷到。没有妆造、红着鼻头、举着手机哽咽着，那一刻，在线上为哈尔滨发声的“冰姐”，和线下为历史街区创意想“辙”的于冰，重叠在镜头里，自豪地说“这个冬天，也许就是咱们家乡的春天了！”

## 拥抱这座城，才能找到千千万万同行者

10年前，当“冰姐”还只是于冰的时候，她已经在这座城市的文化圈里掀起一阵浪潮。

于冰研究生毕业后干图书编辑的第四年，特色书城正在全国兴起，一批哈市年轻人被选派“出海”。这股新鲜的力量，热火朝天，创意十足，在当时几乎是“横空出世”的果戈里书店尝试着各种有趣的经营玩法，卖咖啡、做婚礼，一年下来搞了300场活动，“战绩”上了央视新闻联播。每个人都像“被时代选中的”，热烈地活跃在这个新兴行业。

今天再说起从书店辞职创业的举动，于冰用了“年轻气盛”四个字。很快，她 and 一同辞职的小伙伴在中央大街开了间雪岛书店，并在“一周岁”时匆匆落幕。一场题为“不退·坚守·城市新生”的告别仪式，似乎为多年后的再创业留下注脚。

创业失败，连五险一金都交不上时，大家决定转向已经火起来的短视频赛道。“破釜沉舟。做线上，完全是因为没有成本，唯一的成本就是一部手机和一张脸。”于冰说。

整整一年，从对着镜头话都说不明白，到侃侃而谈；从文字表述，到短视频表达，所有人的脑子都被“洗”了一遍。与此同时，已经成为“冰姐”的于冰发现，他们被平台和流量裹挟：内容偏离了内心一直坚定的东西，同时也失去了生命力。

于冰是根植于这座城市成长起来的年轻人，她每一次的职业选择，始终受到这里独特文化的滋养。有人说，“冰姐”是东北文化扛旗者中的一员，这也是她始终留在家乡的原因，“离开这片土壤，就没了根”。

她意识到，必须回归到人文历史这条路，精准找到喜爱读书、热爱文化的那批人。

去年，一条《刀郎，什刹海市》全网播放量1.5亿次，这是“冰姐”的第二次回归：专注文字本身和它背后的历史。

“东北好了”视频之后，“冰姐”团队进行了第三次更加彻底的回归：拥抱这座城市，拥抱这里的文化，拥抱让他们曾经觉得“都走了，只有我还在东北”的孤独感。

这一次，在“人迹罕至”的路上，他们终于找到了千千万万的同行者。

## “这个账号长在哈尔滨，长在黑土地”

“有人问我，哈尔滨火了，东北人为什么会哭？可能只有东北人明白。”在“冰姐”那条“出圈”视频下面，热评皆如此，人们复杂的情感在获得共鸣后宣泄得淋漓尽致。

从那时起，于冰身上多了一种莫名的使命感，她带领团队开始不停琢磨，怎么将“东北”，将哈尔滨更好地表达和传播出去。

从果戈里书店到中央大街，再到中华巴洛克，于冰的职业“选址”都沉浸在哈尔滨最深厚的历史氛围里，很难说这是有意为之还是潜意识里的文化塑造。

在“松光里”主理人共创空间，以东北虎为原型的贴纸、以中华巴洛克为创意的雨伞、以“哈尔滨味道”为素材的明信片……一件件充满巧思与特色的产品，吸引游客与市民将“尔滨”带回家。

作为上个冬季的新晋打卡地，“松光里”做了一场“东北大花”装置展，吸引无数年轻人前往打卡。然而，撤展后，团队开始反思，大家想哈尔滨真的只是“东北大花”吗？为什么不是“东北振兴”！

有了新的思考后，于冰团队里的“归来燕”和“00后”们相继出手，“东北振兴二厂”厂牌名、“东北振兴我会出手”等设计产品新鲜出炉，很快在各种社交平台成为爆款。

将宏大叙事创意化表达，让年轻人更容易理解和接受，让东北振兴在自媒体端广泛传播，“松光里”也收获了流量。“人生很神奇，当不功利地做事情时，反而成为了去功利化的受益者。”于冰说。

回想去新一线城市学短视频运营时，她得到的教导都是“从钱倒推”，而黑土地的叙事，是无法带来商业价值的。于冰说，“我很快就待不下去了”，那种只追求高效收益的商业逻辑令她心烦躁。相比而言，东北这片土地，是松弛和肥沃的，“它会给创作者一个宽松的土壤，

让你沉下心来写东西，这很重要。”

当她沉下来，专注于东北叙事时，同行者不断涌现。“冰姐扒书”为了更准确地讲好城市文化、历史，找到了社科院专家，晚上7点多请教老师一篇文稿时，快80岁的老人家二话不说，10点多就给出了一系列细致建议。“这给了我们极大的创作动力”。“我们越来越希望让更多人知道，这个账号长在哈尔滨，长在黑土地。”于冰说。

## 梦想与城市发展交融，有了确信也有了责任

于冰的职业生涯始终与书相伴，在她看来，书店，是一座城市的文化空间、精神居所。在她的打造下，线下书店与线上短视频逐渐交相呼应，殊途同归，他们的表达共同指向——家乡，哈尔滨。

“松光”，取名于松花江满语的音译，又与老道外著名的松光电影院同字。正如它的名字般，“松光里”的每一处，都突出本土味道，有着90%以上“关联”黑龙江的已出版书籍，设有“东北文学”“冰城故事”专区，透过一张张店员手写便签，期待读者与有关东北的故事相遇。

在短视频领域，冰姐策划推出“追故乡的人”系列，讲述东北风物、冰城往事。近16分钟的“共和国长子哈尔滨的历史”，讲述了索菲亚教堂是谁建的、马迭尔冰棍是谁发明的等一个个城史故事，成为“冰姐扒书”再次破圈的产品。此后，“北大荒历史”“哈工大”“哈尔滨丁香人才计划”等成为一扇扇小窗，让越来越多的人了解、走近哈尔滨，号召在哈学子留于斯，在外游子归于斯，共同建设家乡。

“人才密度决定了产业高度”，于冰认为文创领域最稀缺的就是人，她开始集聚来自不同领域、不同地域的“同道人”，孵化年轻设计力量，这也给了一群人实现梦想的舞台。

于冰说，一位本地插画师找到她，表示“尔滨”火了，也想为家乡贡献一份力量，于是碰撞开发出系列文创产品，备受游客认可。最近，主题展的爆款文案“摊牌了，我就是东北振兴背后的女人”出自从北京回哈工作的“家乡人”之手。还有在上海读书的学生与她对接，研究联合推出主题研学、City walk线路……

这个历史文化街区的文创空间里，一个个梦想与城市发展交融，不断汇聚着扎根“尔滨”的力量。

中华巴洛克创意设计中心至今已吸引12家文创领域公司落户，于冰仍在不断探索城市更新项目的商业模式。

全网粉丝量360万，发布600余条视频，播放量突破6.1亿次，“冰姐扒书”继续分享着读书与城市的故事。

于冰越来越意识到，东北、哈尔滨精神品质的表达，需要通过这些载体去与年轻人产生互动。“‘尔滨’爆火，给我带来了自信的‘加持’。”此前，在做内容还是要流量，走还是留的问题上，于冰始终选择忠于内心，也笃定信念。但是，在“选择大于努力”的说法面前，她还是一度怀疑自己的选择。现在，于冰常被各种论坛、会议邀请作与“尔滨”有关的价值分享。走到哪里，得知她从事文创产业，于冰总会收获一句“原来你是从哈尔滨来的”。

那是一种确信。“希望越来越多的孩子，生在东北，留在东北，让东北成为更好的东北”，一位读者留言给“松光里”。于冰将这视为对自己的要求，也是一种责任，“要做得更好”。同时，她也期待着，有越来越多的年轻人，共同扛起东北振兴的大旗，赓续这座城市的荣光。

