

是不能更改的。后来有一次听到秋秋在解读‘适老改造政策’，我们听完就去跟街道说，这是新民晚报晏秋秋讲的——结果很快这个事情就申请下来了。现在我们把浴缸改造成了淋浴房，地面完全是平的，以后洗澡再也不怕摔跤了。”彭叔叔对改造非常满意，“一边是灰色地砖，一边是黄色地砖，开玩笑说，就像苏州河和黄浦江的交界”。

这样的故事，在晏秋秋的粉丝群里，每天都在发生。他总在亲切的话家常中，把政策的阳光雨露，精准地洒向最需要的人。

从2024年初至今的650余天里，他每天晚上坚持直播100分钟——每晚直播间都有上千万个点赞，上万条评论；累计点赞量和评论数更是达到了惊人的70亿次、737万条——这个粉丝们眼中的邻家大男孩，已经成了一个不折不扣的现象级人物。他用自己的探索证明了一件事：传统媒体人只要敢于转型，善于视频化表达、直播式互动，勇于在互联网平台发声，坚持主流价值观和正能量，用老百姓的话说老百姓的事，同样能赢得大流量。

做“新”闻也要做“心”闻

晏秋秋的记者转型之路，可以追溯到2020年。那年7月，

做了20年文字记者的他，决定一头扎进短视频的陌生海域。他还记得自己拍的第一个视频，是对着手机镜头吃洋葱；第二个，是唱Rap。

一开始发视频，他只是抱着记录美好生活的用意。但不久之后，他对比了自己写文章与拍短视频的“流量”：“同一件事情，如果我写文章的影响力是1的话，图文的影响力就是5.8，而视频的影响力是97.3——既然同样是要表达给老百姓听，我何必去拘泥于那些华丽的词藻呢？老百姓在哪里，哪里就应该是我们媒体人的现场和战场。”

于是他毫不犹豫地把自己那个十几万粉丝的同名微信公众号舍弃，一头扎进了短视频的海洋。

秋秋总是说，自己很幸运，赶上了时代的风口和集团的赋能。2022年6月，上海报业集团的“融媒工作室赋能计划”启动，计划在集团内重点培育一批IP和主流舆论的“金字招牌”——“晏秋秋工作室”幸运地入选了首批名单。

后来他在2025中国新媒体大会上，用一个很妙的比喻来形容集团的这次赋能：“好的赋能，不是给你钱，不是给你人，不是给你一幅地图，冲你喊‘给我上’，而是帮你擦亮看清自己的镜子。”

这面“镜子”，首先是一份详尽的调研报告。集团通过大数

据分析，帮他精准地找到了自己的定位：聚焦中老年，聚焦民生。硬件上的支持同样给力：专业的IP创作室、绿幕直播间，还有代表着未来的XR演播室，集团都为他准备好了。由此，在上海报业集团和新民晚报的支持下，“晏秋秋工作室”进入发展快车道——3年多来，晏秋秋已经累计发布2500个视频，总流量超50亿。最多的一天，他发布了十多个视频。

每一个短视频，晏秋秋都会追求“爆款”。他说：“我们生活在一个流量的世界，没有质量的流量不是真正的流量，没有流量的质量也不是最好的质量。我所有的爆款视频，都是能够给老百姓带去好处的，不管是情绪价值也好，还是实实在在的民生建议也好。”

有时候，他一条视频就能涨粉数万，这是许多媒体人梦寐以求的流量，但实现它，秋秋用的却是传统媒体“蹲点”的“笨办法”。

“春节前，上海会给老人发一些过节补贴——很多老年人会来问：今年过节的补贴什么时候发呀？标准是什么啊？我前年经历过了，所以去年到了节点，我们先去和上海的相关部门沟通——但信息没有正式出台前，别人也不好说。我就用了一个笨办法，每过一个小时打12345和12333热线电话，询问这个政策