

而“人文”这一方向，与其说是自己找到，不如说是粉丝共同塑造的结果。“‘寻找大师’系列是典型代表，我们探访复旦上医图书馆，制作钱惠、胡懋廉等医学名家故事，用三分钟讲述他们的人生。钱惠那条视频是我们早期的‘10万+’作品，涨粉500，让小号逐渐冒尖。这是融媒体时代的特点——内容生产者与接收者通过点赞、转发、收藏等行为，共同塑造账号的内容与特色。”

经过一年多发展，除了在上观客户端开设“我不是唐亿森”专栏，唐闻佳还在抖音、视频号、小红书等平台运营4个账号：视频号“我不是唐亿森”“唐亿森健闻”，小红书“我不是唐亿森”，抖音号“我不是唐亿森”。她根据不同平台的“调性”推送差异化内容，总阅读量突破3000万。每周三，她还在上观新闻

App“上观健康说”栏目进行直播，邀请医疗界大咖作为嘉宾。

上海报业集团还有一位活跃在小红书上的媒体人——“知不同学”主理人胡钰沛。

2024年，适逢上报集团解放日报社《上海支部生活》创刊70周年。同年6月18日，小红书官方账号“知不同学”上线。胡钰沛介绍，取名“知不同学”，既因“知不”与“支部”谐音，又因“同学”带有少年感，符合小红书调性。上线一周年时，“知不同学”已拥有5.6万高黏度粉丝，约150条笔记共获31万点



扫码关注
“知不同学”



赞与收藏，24个粉丝群吸引全国逾万人。如今，诞生17个月的“知不同学”在小红书拥有近10万粉丝，成为党的诞生地的“有温度的党建IP”。

在“知不同学”上线一周年暨“Fans开放麦”活动上，小红书相关负责人介绍，平台高达70%的用户依赖搜索功能寻找答案。“知不同学”没有停留在宏大叙事，而是通过深耕细作，成为“线上工作助手”和“经验交流站”。

除上述四个记者IP外，上海报业集团已打造逾250个垂类工作室，重点赋能42个，大力培育品牌IP与特色内容。

“伴公汀”“冲呀花花采访团”“晏秋秋”“Andy外媒看中国”等一批自主培育的品牌工作室、“主流大V”和优质内容品牌快速崛起，成为提升主流媒体影响力的排头兵；“IP星链工场”集结集团旗下84个工作室，布局党建、民生、医疗、社区、文化、财经、国际等多个垂类领域，在微信视频号、抖音、小红书、B站等10余个平台开设250个账号，粉丝总数超4800万，月均总阅读（播放）量逾7亿。

主流媒体人是最宝贵的
信任资产

为何要培育记者个人IP？

左图：上报集团成功打造新闻历史文化街区，全案赋能外滩大会并创新打造“机器人小镇”。

