



“自媒体创业不只是风口”

搜狐创始人张朝阳:做IP不能靠糊弄,唯有热爱和专长能支撑竞争力

本报记者郝咏琪 乌镇报道

11月7日,乌镇。细雨落在石桥与白墙之间,江南的秋意被冲淡了几分,2025年世界互联网大会在这里开幕。人群簇拥间,搜狐创始人、董事局主席兼首席执行官张朝阳步入会场。

当天下午,张朝阳接受了潇湘晨报·辣辣财经等媒体采访,分享了关于人工智能未来路径、搜狐战略重心,以及互联网创业机遇的见解。

AI正在重塑信息组织方式

作为本届乌镇峰会的核心议题之一,AI成关注焦点。在张朝阳看来,AI正在重塑信息组织方式。

“传统搜索引擎提供的是一栋栋房子,而AI是用‘砖块’直接组合出精准答案。”张朝阳表示,在实践层面,搜狐视频已经利用了AI工具来丰富了用户的体验。“比如利用AI,为《张朝阳的物理课》生成‘连公式都不会出错’的字幕。另外,我们还用AI为长视频生成智能摘要,这些都极大地优化了用户体验。”

张朝阳认为,AI在数据模拟上有优势,可以弥补人脑处理信息的局限,与人类的理解和灵感形成互补,共同推动科学探索。他表示:“AI可以成为辅助工具,但核心永远是人。”

不过,张朝阳还提醒:“人类不能因此放弃独立思考与记忆的能力。脑中储存知识,是深度思考的基础。过度依赖AI,会让逻辑思维的肌肉退化。”

搜狐视频聚焦于“人与人的关系”

AI浪潮下,传统互联网的终点会是什么形态?张朝阳表示,未来的一切不可预测,但传统互联网依旧拥有无限可能。“例如在电商领域和社交领域,这些方面仍可大有作为。”

张朝阳介绍,目前搜狐视频的核心就是聚焦于“人与人的关系”,而不是单纯的内容消费。

张朝阳说:“搜狐视频的‘关注流’,实际上就是一种社交分发,不是算法决定你看什么,而是你关注的人和身边的人在替你筛选世界。”

谈及内容布局,张朝阳还透露,搜狐视频将丰富“关注流”生态。同时平台还将“长短结合”,既运营竖屏短剧,也会自制横屏短剧。



张朝阳接受记者采访。图/受访者提供

坚持“折腾”与长期主义

谈到年轻人的自媒体创业热潮,他的建议也很直接:“在做视频自媒体,是一个低成本获得影响力的机会。这不只是风口,更是一个自我成长的过程。”

他不主张速成,更相信长期积累的力量。“做IP不能靠糊弄,唯有热爱和专长能支撑竞争力。天生我材必有用,只是看你是否愿意坚持到那一天。”

对于年轻人常有的“时间焦虑”,张朝阳也有自己的解法。“人生一定要折腾。去做自己真正喜欢的事,才能看到复利积累的价值。”

至于企业如何才能实现长远的经营,他总结出了“三段论”:第一,保持现金流安全;第二,短期看数据;第三,长期看理论。张朝阳说:“创业要相信自己的理论体系,把它当作自己的一种人生信仰,一步一个脚印坚持走下去。”

让时间检验真正的好作品

哔哩哔哩董事长兼CEO陈睿:
创作的核心,是热爱与长期主义

本报记者郝咏琪 刘锦程 乌镇报道

11月8日,在2025年世界互联网大会互联网企业家论坛上,哔哩哔哩董事长兼CEO陈睿以《视频时代的优质内容》为题发表演讲。

“据AI的估算,中国的年视频产量已经超过500亿条,但用户仍觉得优质内容很少。”陈睿指出,优质内容并非工业标准化的产品,不能简单用分辨率、镜头、拍摄设备来衡量。“它是一种文化与工业结合的产物,更多体现的是创作者的精神表达。”

创作的核心是热爱与长期主义

陈睿认为,优质内容背后有着三个特点,即创意独特、让人产生获得感、能触达到人的内心情感。

而在这些优质作品背后的创作者,也有着三个特点:第一是发自内心的热爱,二是拥有平台的支持,三是经受住了时间的考验。

陈睿进一步分享了他对优质创作者的观察。他表示,B站上有超过200万创作者坚持创作5年以上,而“百大UP主”中有九成都属于这一类,“他们的共同点,是对内容的热爱、对创作的坚持”。

陈睿认为,优质内容往往出自少数真心热爱创作的人,“他们可能不是为了赚钱,也不是为了出名,而是把创作当作一种内在需求”。

但光有热爱还不够。陈睿强调,平台的支持同样关键:“就像梵高如果没有传播平台,他的画作也可能湮没无闻。平台的意义,就是让这些作品被看见。”

他还提到,时间的检验是好内容的最后标准。真正优质的作品不是一夜爆红,而是在时间中被用户反复验证、被更多人理解与传递。

B站的使命是做优质内容的放大器

陈睿表示,B站始终致力于构建一个长期、健康、健康的创作生态。陈睿说:“优质创作者是稀缺的,是社会的财富。千里马常有,而伯乐不常有。B站希望成为发现千里马的伯乐。”

他形容,B站社区正是由无数热爱内容的人组成的,他们在UP主还不被广泛认识时,给予鼓励和反馈,让创作者度过最孤独的阶段。“很多UP主都说,正是社区里的鼓励让他们坚持了下来。”陈睿说道。

陈睿最后总结:“我们希望B站能成为优质创作者的发掘器,优质内容的放大器。让热爱被看到,让创意被尊重,让时间检验真正的好作品。”

六大新品首发首秀 澳优进博八载亮出“科创答卷”

近日,第八届中国国际进口博览会在国家会展中心(上海)开展。作为连续八年从未缺席的“全勤生”,澳优再度亮相进博舞台。

面对这份第八张“进博考卷”,澳优以实力作答、诚意满满。本次参展,澳优携旗下佳贝艾特、海普诺凯、Nutrition Care、CBM羊乳基粉等六大进口品牌、61款产品参展,覆盖生命全周期精准营养需求,其中有6款产品为进博会“首秀”。

与此同时,进博会期间,澳优举办多场发布会和展台活动,支持《喂养趋势早知道:2026 婴幼儿喂养趋势报告》发布,为破解行业增长密码提供关键洞察,以专业赋能行业共生发展。

澳优与进博八年同行,这已不是简单划下的时间符号,而是一场持续多年的创新长跑,一次“引进来”与“走出去”的双向奔赴,一张中国乳业面向世界交出的优答卷。



第八届进博会澳优展台。

六大新品首发首秀,科研底盘硬核支撑

近年来,进博会已成为企业新产品、新技术、新服务展示不容错过的大舞台。11月6日,澳优展台举办两场发布活动,集中呈现首发六大创新成果。这些成果基于对消费需求的精准洞察与扎实的科研支撑,覆盖不同年龄层及多样化生活场景下的营养健康需求。

其中,营养品品牌Nutrition Care推出3款系列化鼻敏益生菌新品,精准覆盖儿童和成人不同年龄段人群的特性需求。通过针对性配方设计,该系列实现了从提供单一产品到构建全人群鼻敏健康解决方案的重要升级。

同时,NC恬睡益生菌也正式亮相。该产品运用“内源性自产GABA”技术,从缓解压力、促进入眠到整夜安睡进行全面调理,推动助眠方式向“胃肠脑轴自然疗法”升级,为消费者带来更安全、可持续的情绪睡眠解决方案。值得关注的

是,NC恬睡益生菌基于CCFM1025菌株研发而成。

在刚刚过去的十月,澳优与江南大学续签六年战略合作协议,共同成立益生菌协同创新中心,并获授包括CCFM1025在内的两株优质菌株。NC恬睡益生菌的推出,是双方“产学研用”全链路合作的里程碑,也是推动益生菌产业创新、惠及全球消费者的重要一步。

此外,发布会上,澳优旗下羊奶粉品牌佳贝艾特同步发布营养嘉高钙益生菌羊奶粉新品,配方以1500mg高钙+4重益生菌黄金组合,助力“强骨增肌”,特别添加CP-9及BL-99两大专利益生菌,科学养护肠胃;海普诺凯能立多升级版首秀,通过升级荷兰奶源与低敏配方,以双水解低敏小分子、母源氨基酸优化,进一步提升能立多低敏感、好吸收的优势。

佳贝艾特联合多方 发布喂养趋势报告

本届进博会期间,澳优积极加强与用户及合作伙伴的互动,使展台成为多方交流的重要枢纽。

同时,作为行业“领头羊”,佳贝艾特联合小红书、京东与凯度共同发布《喂养趋势早知道:2026 婴幼儿喂养趋势报告》。该报告整合了小红书社区内容、京东平台数据及凯度对上千名新生代妈妈喂养状况的调研结果,生动揭示了婴幼儿消费趋势,为行业破解增长密码提供了关键洞察。

《报告》显示,婴幼儿行业已迈入“高含金量”的精养时代。在消费升级驱动下,高端化、功能性成为核心需求,而羊奶粉正凭借其“好吸收、低敏感”的差异化优势不断深入人心,成为行业增长的价值新高地。

凯度集团全球核心客户部董事总经理谢宛玲表示:“我们的联合洞察显示,羊奶粉品类的增长动能非常强劲。佳贝艾特作为‘领头羊’,凭借在婴幼儿粉市场建立的信任度和好口碑,加码拓展‘全家营养’具有天然的优势。其新品战略与市场前景高度同频,我们对其未来的高质量增长充满信心。”

八载进博同行 国际化战略韧性结果

八届进博,澳优“全勤”,国际化战略铸就高质量发展成果。澳优乳业执行董事、总裁任志坚表示,进博会作为中国推进高水平对外开放的重要平台,是澳优谋合作、促发展的主要桥梁。借助进博会的开放势能,澳优深入洞察全球消费者对营养健康的升级需求,进一步加快科研创新与“引进来”“走出去”的步伐,不断拓展全球化创新发展新格局。

澳优锚定科技引领战略,目前构建了覆盖全球的“1+6+N”研发体系,组建起了一支包括200余名博士及乳制品专家在内的国际化联合研发团队,承担国家省市级研发项目近百项,累计申请国家专利540余项,申请商标4600余件,发表学术论文近400篇。

在创新驱动驱动下,澳优建立了含婴幼儿奶粉、保健食品在内的多元化产品矩阵,满足全生命周期、精准营养健康服务需求。2025年上半年,澳优在原料领域成功推出四大羊乳新原料,填补了羊奶“水解蛋白”与“乳铁蛋白”配套原料的市场空白,进一步拓展羊奶技术的应用边界。

依托扎实的研发基础与进博平台的溢出效应,澳优持续推进全球化产业布局。目前,澳优已在荷兰、澳大利亚等“黄金奶源地”完成供应链体系构建,在全球共设立11座工厂,产品覆盖60多个国家和地区。

市场表现方面,澳优在2024年及2025年上半年实现营收与利润持续双增长,海外业务尤为亮眼:2024年同比增长68.2%,2025年上半年再增65.7%。

展望未来,澳优将笃定践行“全球营养 呵护成长”的企业使命,主动拥抱新时代浪潮与行业新变化,持续整合全球优质资源与智慧,深耕全球市场,为全球消费者带来更高质量的营养解决方案,助力中国乳业在世界舞台上持续发声。

文/记者李轩子 通讯员朱建平