羊城晚报报业集团深入推进主流媒体系统性变革，初步走出一条文化特色鲜明的羊晚新路

四大板块融合改革 五大变化实实在在

羊城晚报记者 罗仕

年轻优秀人才脱颖而出，融媒体“三量”齐升，视觉传播力显著增强，微博排名跻身全国省级媒体前列，新媒体收入逆势增长……

主流媒体系统性变革以来，在省委特别是省委宣传部坚强领导下，羊城晚报报业集团（以下简称“羊晚集团”）立足“文化大报”鲜明定位，锚定“打造国内一流新型文化传播媒体集团”目标，系统实施18项63条改革举措，扎实推动媒体、文化、数据、产业“四位一体”深度融合发展，发生实实在在五大变化：年轻人上来了、产能上来了、视频和视觉上来了、影响力上来了、“媒体+”上来了，初步走出一条文化特色鲜明的羊晚新路。

“四位一体”推动变革走深走实

变革以来，羊晚集团以媒体是根基、文化是灵魂、数据是平台、产业是载体的战略图谱，推动变革走深走实、见行见效。

羊晚集团以媒体立根基。全新组建七大业务集群，将11个部门的编辑业务整合到1个报纸编辑中心，归并6家公司，一体运行；建强视频工场与AI制作矩阵，全面优化全媒体产品视觉体系；成立21个融媒体工作室，实施7项配套制度，改革薪酬制度，优化绩效考核办法，设“羊晚变革奖”每日评优，激励精品生产；设立专业技术职级评聘制度。

羊晚集团以文化树灵魂。锚定“岭南文化第一端”，羊城派上新“博物天下”“上场”“名家说名作”三大文化IP，升级运维花地文学榜、《岭南大讲堂》、《文史哲》周刊等文化品牌项目；复办《街谈巷议》，做强《羊晚快评》《粤派评论》；上线PEARL国际传播平台，提升国际传播效能。

羊晚集团以数据搭平台。建设岭南文化大模型，通过国家双备案，完成岭南文化基因库、粤语语料库10亿词元建设；打造“文化通”智能体；制定统一的数据标准和接口，建设全媒体管理平台。

羊晚集团以产业铸载体。迭代羊城创意产业园业态，加快岭南数字创意大厦“竖起来”的产业园建设；发力人工智能、游戏电竞等新赛道，搭建游戏产业服务中心；探索租金置换股权、产业孵化等新经营模式；探索出一条将新闻事业与文化产业系统集成、协同发展、双向赋能的路子。

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师卢家银表示，羊晚集团系统性变革一大突出特点就是推动媒体、文化、数据、产业深度融合、协同发展，“尤其是作为‘文化大报’，羊晚发挥深耕岭南文化所积淀的独特优势，进而将其确立为变革的灵魂，以此来贯通媒体、数据、产业三大板块，探索出一条差异化发展的新路”。

年轻人上来了 挑大梁唱主角打头阵

媒体竞争关键是人才竞争。变革以来，羊晚集团唯才是举，以“聚英才”驱动“重塑之力”，深入实施“英才计划”，树立重用年轻全媒体复合人才的导向，营造年轻人挑大梁、干事者放光彩的人才生态。

集团打破“大锅饭”，调整固定薪酬与浮动薪酬比例，配套制定绩效考核实施细则，实现多劳多得、优劳优得；搭建“练兵场”，跨媒体、跨部门、跨条线组建21个融媒体工作室，施行“一室一策”培养政策，让优秀年轻人勇挑大梁；校准“新方向”，树立“躺平”无路、实干有位的价值导向，一批年轻优秀人才在变革中冲锋在前。

变革以来，21个融媒体工作室主理人各显神通。“95后”记者郭思琦等一批“文章高手”“视频好手”“传播能手”脱颖而出，年轻人已在改革中挑大梁、唱主角、打头阵。郭思琦4篇报道入选中国记协“我的代表作”、1篇入选中宣部“三好作品”。她表示，变革后，年轻人有了更多的机会、更足的鼓励和更积极的反馈。如今，越来越多的羊晚年轻记者得以挺进重大报道“主战场”，在实践中淬炼成长，在实战中绽放光彩。

“拥抱年轻人就是拥抱未来。”中央民族大学新闻与传播学院教授郭全中表示，羊城晚报作为一家知名老牌报纸，在互联网时代，亟需年轻活力注入，“在变革中，我欣喜地在羊晚看到了这一深刻变化，一批优秀年轻人脱颖而出，成为改革的主力军”。

产能上来了 融媒体“三量”齐升

实践是检验变革成效的试金石。变革以来，羊晚集团因地制宜，以“新标尺”激活“全员之志”，坚持流量和效果说话，塑造移动视频为主流传播方式的媒体新型战法，人才创新创造活力极大释放。

羊晚集团树立“新标尺”，通过架构调整、流程再造，重塑新闻生产方式，引导全员主动拥抱短视频、IP化、AI赋能等融媒新趋势，提高流量在绩效考核中的权重，形成“流量和效果说话”的良性循环。

集团注重实战落地，在十五运会、全国两会、“百千万工程”“广货行天下”等重大新闻战役中将“指挥部”前置一线，策、采、编、发无缝衔接，新闻现场话音刚落，视频第一时间发出。

变革以来，羊晚集团塑造了“清单式生产、中台化调度、梯度式传播”的羊晚战法。融媒体“三量”齐升，核心端口月均发布量增长114.3%，流量增幅139.0%。2025年微博热搜话题、微信“10万+”文章数量分别是2024年的10倍多、7倍多。

视频和视觉上来了 视觉传播力显著增强

视频化是媒体变革的大势所趋。变革以来，羊晚集团因时而变，以“可视化”直抵“用户之需”，把视频作为转型发展的核心产品，突出年轻化表达、可视化呈现、互动化传播。

羊晚集团建设视频工场，大幅提升采编人员视频生产比例并全新组建视频业务集群，实现多品类视频策划、制作、设计、直播、经营的全链条覆盖。

集团成立产品设计中心，组建视觉设计团队，延揽年轻优秀设计人才，制定视觉统一标准，改版迭代客户端羊城派、改版《羊城晚报》。

变革以来，羊城派客户端月均原创视频从920条增至2294条，月均发布量增幅高达149.35%，视频化战略成效显著。九三阅兵“观礼包”单个视频流量超1亿，2026年全国两会期间外交部副部长华春莹点赞化橘红视频成现象级爆款。视觉设计水平有力提升，“行天下看广货”海报、《10张海报读懂“十五五”发展新蓝图》分别获中宣部表扬。

影响力上来了 精品力作不断涌现

好的内容永远是媒体发展的根本。变革以来，羊晚集团坚守初心，以“好内容”筑牢“传播之基”，不断提升主流舆论引领塑造能力，让“正能量”与“大流量”双向奔赴、相互激荡。

羊晚集团设立“羊晚变革奖”，每日一评，建立立体覆盖、鼓励拔尖的考核评价体系，激励精品力作不断涌现。

与此同时，集团建设评论栏目矩阵，恢复《街谈巷议》，协同《羊晚快评》《粤派评论》等重点评论IP实现“时时评”“事事评”。

此外，集团扩展传播新版图，建立以自主平台羊城派为核心，以微信、微博、抖音等第三方平台为环绕的全媒体矩阵，做大做强头部第三方平台账号。

变革以来，羊城晚报微博排名跻身全国省级媒体前列。1件作品获中国新闻奖一等奖，3件入选中宣部“三好作品”，21件入选中国记协“我的代表作”，1件入选中国记协今年6月公布的首批“我的视频号”。“阅台海”境内外账号矩阵总粉丝突破百万、境外浏览量八成来自台湾地区，获中宣部表扬。“小羊拍客”入选中国报业创新发展案例。“大美岭南”成为“百千万工程”宣传知名IP。

“生产‘好内容’是一代代羊晚人不变的追求。系统性变革变的是媒介传播方式，变的是思维和节奏，不变的是深耕内容创作的初心。”入职羊城晚报十年的记者符畅表示，羊晚集团推进系统性变革，解放了新闻生产力，激发了创造活力，让精品力作“冒”上来。

“媒体+”上来了 新媒体收入逆势增长

“媒体+”关乎媒体生存发展。变革以来，羊晚集团跨界融合，以“媒体+”拓宽“发展之路”，主动赋能千行百业，合并6家公司、实施一体化运营，在影响力新跃升中实现媒体价值的新提升。

羊晚集团集聚产业动能，以羊城创意产业园为载体，主园区集聚数字文化企业190家，形成全媒体、游戏、动漫、音乐直播、创意设计、跨境电商等数字文化产业集群。

集团拓展发展空间，目前正朝着打造“主流媒体系统性变革的试验田”等4个核心定位，全力推进岭南数字创意大厦工程建设。大厦将重点布局人工智能、机器人、大数据、微短剧等八大核心产业，计划今年10月大厦竣工交付使用。

集团还开辟全新赛道，探索租金置换股权模式引入肯德基快餐车项目等，进行营收分成。与广州市、天河区有关单位共建“天河区游戏产业服务中心”并配套孵化基地，致力在游戏产业长远发力。

变革以来，羊晚集团实施经营一体化后，2025年新媒体收入逆势同比增长29%，2026年1月到5月同比增长15%。羊城创意产业园今年上半年引入23家数字文化企业。参与举办电竞粤超，至今举办53场比赛，线上线下超过10万人参赛。

复旦大学特聘教授、复旦大学新闻学院广东媒体观察站牵头人张志安教授表示，羊晚集团系统性变革取得积极进展，难能可贵的是在提升新闻影响力、舆论引导力的同时，羊晚集团凭借羊城创意产业园的运营，对数字文化企业的孵化和服务，以及园区生态的打造，提升了多元业务收入和市场竞争力，逐渐打开了未来发展空间。

乘势而上 将全力实现五大突破

变革引领，破局成势。春山可望，乘势而上。

下一步，羊晚集团将用更大的魄力、更实的作风，推动变革走向深入，全力实现五大突破。

——做深改革。继续完善薪酬制度、评价体系和组织架构，实施专业技术职称评聘制度，巩固被改革实践证明是正确的举措成果。

——做强阵地。聚焦党的创新理论宣传阐释，加强IP打造。迭代羊城派11.0版本，上线羊城派微短剧频道。

——做优文化。深耕“博物天下”等垂类文化IP，新增8个融媒体工作室，加快培育全国一流的文化记者与评论员队伍。建成视频工场和视觉设计体系，推出更多精品力作。

——做活数据。以岭南文化大模型为基座，搭建线上岭南文化数据服务平台、线下岭南数字文化体验馆，并使“文化通”智能体应用平台完成数据“要素化、资产化、场景化、经营化”的全面升级。

——做大产业。以岭南数字创意大厦10月启用为契机，以“游戏+”牵引电竞、设计产业，建设二次元主题公园等沉浸式空间，办好电竞粤超；紧扣“百千万工程”“广货行天下”“粤菜师傅”及广东全民终身学习平台等深化“媒体+”赋能。

新增8个！羊晚集团融媒体工作室达21个

在深化主流媒体系统性变革之际，6月24日，羊城晚报报业集团发布8个新增的融媒体工作室。加上延续的13个融媒体工作室，羊晚集团目前共有21个融媒体工作室。

做优融媒体工作室，是羊晚集团推进系统性变革的重要举措之一。作为改革尖兵，融媒体工作室将推出拳头产品，培育精品栏目，强化优质内容供给。融媒体工作室施行“一室一策”培养政策，主理人具有独立的人权、事权、财权。

地标说：一枚地标，一方好物。读透产品，聊清产业，让品质说话，让标准扎根。保持好奇，客观求真，和你一起打开不一样的湾区好物。

粤来粤美：聚焦美丽湾区人与自然和谐共生，穿行南粤大地，用镜头对准一线，用脚步丈量山河——让看得见的山、望得见的水、留得住的乡愁，化为千万人可感可知的日常。

还能这样“疗”：致力于打造具有鲜明羊晚特色和社会影响力的健康传播品牌，以创新表达推动健康知识的普及，助力提升公众健康素养。

大家艺述：打造一款平台式美术艺术垂类融媒体标杆账号，探索传播媒介和业态拓新，彰显羊城晚报在文化传播领域的引领作用，助力中华优秀传统文化的传承与传播。

农文旅：看见广东乡村的无限可能，做“广东乡村振兴的首席视觉内容官”，不只推荐打卡点，更做“政策成效的翻译者”与“乡村价值的连接器”。

上场：做有温度的体育故事记录者、有深度的湾区生活观察者、有力量的全民健身推动者，以岭南烟火气中的体育叙事，服务区域文化认同与全民健康事业。

博物天下：聚焦广东省内外文博领域，打造集内容传播、场馆服务、文创消费、互动体验于一体的数字化平台，为用户提供专业、便捷的文博服务，推动广东文博文化传播与普及。

文化数智：聚焦岭南文化大模型落地应用与数智产品研发，打通大模型技术与文化场景的壁垒，开发适配文旅、文博、文创等细分领域的数智产品，打造兼具技术实力与产业价值的文化AI创新平台。

羊晚三大文化垂类IP 深耕岭南沃土再出新

“广东国宝地图”智能体应用（测试版）上线

立足“文化大报”鲜明定位，羊晚集团于2026年3月28日重磅发布“博物天下”“上场”“名家说名作”三大文化垂类IP。全省博物馆一键直达、体育叙事记录城市烟火、顶流名家解读艺术经典……三大IP共享“内容立身、服务用户、技术赋能”发展逻辑，各展所长、持续发力，以创新表达与业态破局，着力强化主流媒体传播力、引导力、影响力。

博物天下：“媒体+”文博平台见万象

6月24日，由广东省文旅厅与羊城晚报“博物天下”联合出品的“广东国宝地图”智能体应用（测试版）上线羊城派“文化通”。该应用突破静态呈现，落地文旅智能交互功能，将全省131处全国重点文物保护单位通过空间数据可视化、智能信息架构和交互式体验设计，让文化遗产实现掌上可触、一键可达。

这是“博物天下”与岭南文化大模型的创新联动，更是羊城晚报文化垂类IP在岭南文化遗产数字化领域作出的一次突破。作为广东唯一聚合全省文博资源的“内容+服务”一站式主流媒体平台，“博物天下”是集团深化系统性变革中，行业链融合最深、服务场景最丰富的垂类IP。从2026年1月羊城派博物馆频道上线、3月IP正式发布，到5月亮相深圳文博会、6月推出“广东国保地图”智能体，四大关键节点勾勒出IP成长轨迹——“博物天下”正在完成从单一内容频道到“内容+票务+文创+活动”综合服务平台的持续迭代。

上场：记录大湾区体育脉动

3月21日，2026粤BA揭幕战在广州打响，羊城晚报全新IP“上场”借广东群众体育赛事的东风应运而生。“上场”是羊城晚报深耕体育垂类赛道、推进主流媒体系统性变革的全新IP，定位“不止胜负，以城之名”，立足粤港澳大湾区建设和体育强国战略，将体育报道与城市活力、百姓生活深度绑定，以第一视角VLOG、热点辣评等年轻化语态，推动“体育+”破圈传播，展现广东城市精神与体育基因的共振，助力主流价值在新媒体语境中的引导力建设。

3个多月来，“上场”IP系列产品全网收获流量超百万，获广东省人民政府官网、广东足协、广东篮协等多个官方账号转载。未来，“上场”将继续深耕大湾区的体育产业及赛事，讲好湾区体育故事，让更多人看到大湾区体育的热血和感动。

名家说名作：大家荟萃美育润人心

6月24日，羊城晚报艺术美育垂类IP“名家说名作”推出《中国美术史独一份：抒伟人诗词，为山河立传》特别节目，邀请中国美协副主席、广东省美协主席林蓝与江苏省国画院院长徐钢隔空对话，联袂解读傅抱石、关山月的国画巨制《江山如此多娇》。在权威赏析、珍稀档案、AICG特效等多元表达中，岭南画派、新金陵画派后学与观众用户重温前贤大家共力创作的不朽经典。

IP焕新以来，“名家说名作”致力于赋能跨区域文化交流，以荟萃全国名家、走近艺术经典为核心，致力打破高端艺术资源与普通大众的传播壁垒，为观众诠释解读名家名作中的时代精神。深度解读“请进来”的大家大展，独家对话韩天衡、许江等全国顶尖艺术大家；助力广东文化“走出去”，先后邀约尚辉、李劲堃、林蓝、吴洪亮、于洋等全国美术名家，系统解读岭南画派传世名作，挖掘岭南美术文脉。

IP以短视频为核心载体，精准沉淀高粘性艺术受众，让名作浸润大众日常。作品持续入选“广东全民终身教育平台”课程，为“学习型社会”提供文化养分、优质美育资源。

统筹/邓琼 朱帆

文/羊城晚报记者 朱绍杰 梁善茵 何文涛 郝浩宇 苏荇

挺进重大报道“主战场”，当好融媒传播“轻骑兵”。
——郭思琦（时政新闻部）

到现场去，在真实中发现，在创新中表达。
——蔡嘉鸿（视频业务集群）

镜头之外的看见，时间线里的抵达。
——方浩（视频业务集群）

深耕内容创作，掷地终有回响。
——符畅（视频业务集群）

深耕“医”线，让医疗故事可感可触。
——朱嘉乐（教育健康部）

从“跟跑”到“领跑”，探寻流量背后的方法论。
——郑宗敏（羊城派编辑部）

扎根创作一线，以视觉赋能传播。
——邢越（技术业务集群）

学会讲故事，也要让故事抵达该去的地方。
——李国辉（对外传播部）

人文底色，数智驱动，深耕垂类，服务用户。
——朱绍杰（文化副刊部）

跳出“说教框”，闯进“新赛道”。
——李妹妍（理论评论部）

当一群年轻人站上C位，羊晚这一年发生了什么？

羊城晚报记者 符畅

“拥抱年轻人就是拥抱未来。在变革中，我欣喜地在羊晚看到了这一深刻变化，一批优秀年轻人挑大梁、唱主角、打头阵、站C位。”中央民族大学新闻与传播学院教授郭全中在观察羊城晚报报业集团的系统性变革后如是表示。

主流媒体系统性变革以来，羊城晚报报业集团（以下简称“羊晚集团”）24件作品入选中宣部“三好作品”、中国记协“我的代表作”；月均原创视频增长149.35%；官方微博跻身全国省级媒体前列；九三阅兵“观礼包”报道单篇流量超1亿；十五运会报道超1万条、流量近7亿……

这背后，一个变化显而易见：越来越多年轻人走到了台前，一批年轻人在改革中挑大梁、唱主角、打头阵。

他们的成长，成为观察系统性变革成效的一个窗口。

从“跟着干”到“挑大梁”

系统性变革以来，羊晚集团塑造“清单式生产、中台化调度、梯度式传播”的“羊晚战法”，推动融媒体实现流量、数量、质量“三量”齐升，核心端口月均发布量增长114.3%，流量增长139%。

与数据变化同步发生的，是重大报道一线的人员变化。

“95后”记者郭思琦对此感受很深。去年台风“蝴蝶”过境期间，信宜市贵子镇中和村村干部刘名芳雨夜发现山体滑坡险情，成功转移57名群众。获取线索后，郭思琦和团队第一时间赶赴现场，重走救援路线，逐一核实关键细节，同步推出图文和短视频报道。相关作品获中宣部“三好作品”、中国记协“我的代表作”、2025中国正能量网络精品等荣誉。“不到100斤的体重，硬扛17级台风。”这是她挂在嘴边的一句玩笑。

出生于1999年的摄影记者蔡嘉鸿坚持“到现场去”。香港大埔火灾现场，他把镜头对准市民自发运送物资、守望相助的场景；贵州榕江洪灾期间，他拍摄微纪录片《王岭村的临时厨房》，记录普通人在灾难中的坚守与互助。系统性变革以来，他有两件作品入选中宣部“三好作品”，三件作品入选中国记协“我的代表作”。

“95后”记者朱嘉乐把目光投向基层和海外。为了完成乡镇卫生院系列报道，她在粤东粤西粤北多个乡镇驻点采访；中斐建交50周年之际，她随团队赴斐济采访广东援外医疗队，推出30余条双语报道，两篇报道入选中国记协“我的代表作”。

他们的故事在羊城晚报并非个例。在重大报道现场，年轻记者打头阵、站C位、独立承担重要选题成为常态。

从“会生产”到“会创新”

当下，短视频已然成为主流“阅读”方式之一。系统性变革以来，羊晚集团建设“视频工场”，优化视觉传播体系，鼓励年轻团队尝试新技术、新形式和新表达。

一组数据可以说明变化：变革以来，羊城派客户端月均原创视频从920条增长到2294条，增幅达149.35%。

1999年出生的剪辑师方浩，是这一变化的见证者。他参与制作《青妹，来啦！》《不负青山》《穿着高跟鞋的女孩》《天光趁墟》等优秀视频产品。与过去坐在电脑前处理素材不同，现在的他越来越多走到采访现场，把对内容的理解提前到拍摄阶段。

从纪录片到AI视频，从传统剪辑到创意策划，方浩和团队不断尝试新的表达方式。AI视频《广货行天下夏季行动》、全国两会策划《马说》等作品背后，都有年轻团队的探索。

入职仅一年的“00后”视觉设计师邢越，也在变革中迅速成长。从电竞粤超主视觉设计，到广货专属表情包、“粤菜师傅”系列海报，她逐渐完成从校园设计思维到媒体设计思维的转变。面对快节奏的融媒体生产需求，她总结出自己的工作心得：“先完成，再完美。”

过去，做视频、做视觉更多是专业岗位的分工；如今，这些已成为不少年轻采编人员的基本功。

从“发出去”到“传开来”

官方微博跻身全国省级媒体前六、多个第三方平台账号在省内位居前列……羊城派编辑部的郑宗敏是这些变化的参与者。

刚接手微博运营时，郑宗敏的工作很简单：把客户端稿件发到微博，然后等待数据反馈。后来他发现，微博不是一个单向发布新闻的平台，而是一个用户参与讨论、表达观点的公共空间。

同样一条新闻，不同的话题设置，效果可能天差地别。一条关于网约车司机后备箱装满柠檬的新闻，话题#女生打到放满柠檬的网约车#阅读量达到2757万，而#女生打网约车打到柠檬车#只有72万阅读量。

一次次复盘，让他开始研究平台规则、用户习惯和传播规律，“我开始像一个产品经理一样思考——用户想看什么、平台需要什么、我们还能做什么。”

2025年，羊城晚报官方微博全年流量突破30亿，2026年1月以来，单月流量突破12亿。对年轻的分发团队成员来说，最大的变化不是数据，而是开始习惯站在用户角度考虑传播。

从“做项目”到“做品牌”

系统性变革带来的另一个变化，是越来越多年轻人开始承担项目策划和品牌运营工作。融媒体工作室的成立，让一批年轻人有机会带团队、做品牌。

作为“羊晚V评”融媒体工作室主理人，李妹妍尝试把评论与短剧、AI、大众参与结合起来。让杨贵妃“穿越”岭南过大年，用动画解读两会政策，让快递小哥、运动员成为评论主角。

从“阅台海”融媒体工作室主理人李国辉的感受中，更能体现这种角色转变。过去，他更关心一篇稿子怎么写、一条视频怎么剪；如今，他开始考虑账号怎么运营、品牌怎么扩大影响力、怎样和受众建立联系。

在“做新文化IP”的过程中，朱绍杰带领团队打造“博物天下”“名家说名作”等文化垂类IP，精准服务核心用户。

作为“探宝girls”融媒体工作室的成员，符畅和小伙伴们不断探索记者出镜的新语态。从十五运会到全国两会，从“广货行天下”到文博会，重大现场几乎不缺席。

带团队、做品牌、跑合作……一批过去负责执行项目的年轻人，如今已成长为项目运营的中坚力量，他们主理的账号和产品，正在拓展新的传播阵地。

从“给机会”到“出人才”

系统性变革以来，羊晚集团组建七大业务集群，重构全媒体评价激励体系，设立“羊晚变革奖”，成立融媒体工作室，把更多机会交给年轻人。

变化首先体现在队伍上：一批年轻采编骨干、视频人才和传播运营人才加快成长。

变化也体现在内容生产上：融媒体“三量”齐升，核心端口月均发布量增长114.3%，流量增幅139%；24件作品入选中宣部“三好作品”、中国记协“我的代表作”。

变化还体现在文化和产业板块上：2025年新媒体收入同比增长29%；羊城创意产业园今年上半年引入23家数字文化企业；岭南文化大模型获国家双备案通过；电竞粤超等项目不断开拓“新蓝海”。

年轻人的成长并非偶然。

重大报道机制调整了，工作室建起来了，评价激励体系也变了。过去，一些年轻人需要等待机会，如今，越来越多年轻人走上重要岗位，在重大报道、内容创新、传播运营和品牌建设中承担更重要的角色。

系统性变革以来，羊晚集团交出的不仅是一份改革实践，也是一份人才答卷。一批年轻人加快成长，一批业务骨干脱颖而出，队伍结构更加优化，队伍活力进一步增强。

年轻人挑起大梁带来的变化，已经体现在一篇篇报道、一个个产品、一次次传播之中。这是这场变革最直观的注脚。