

融媒时代区域主流媒体与主持人社媒 IP 的互利效应研究

王嘉煜

泰国格乐大学 曼谷市邦肯区 10220

【摘要】融媒时代，传播格局深度重构。区域主流媒体及其主持人社媒账号（IP）既面临全新发展契机，也遭遇诸多挑战。本研究聚焦区域主流媒体与主持人社媒账号（IP）的互利机制，从传播效能、品牌构建、内容生产等层面，深入剖析二者相互促进的内在逻辑，进而提出互利共赢策略，为两者在融媒环境中的协同发展提供兼具可操作性的理论与实践指引。

【关键词】融媒时代；区域主流媒体；主持人社媒IP；互利效应；

A Study on the Mutual Benefit Effects Between Regional Mainstream Media and Social Media IPs of Hosts in the Era of Media

Convergence

Wang Jiayu

Gelug University in Thailand Bangkok Bonken 10220

【Abstract】In the era of converged media, the communication landscape has undergone profound restructuring. Regional mainstream media and their anchors' social media accounts (IPs) are confronted with both brand-new development opportunities and numerous challenges. This study focuses on the mutual benefit mechanism between regional mainstream media and anchors' social media accounts (IPs), delving into the internal logic of their mutual promotion from the perspectives of communication efficacy, brand building, and content production. Subsequently, it proposes mutually beneficial and win-win strategies, providing both theoretically and practically actionable guidance for the collaborative development of the two in the converged media environment.

【Key words】Era of Media Convergence; Regional Mainstream Media; Hosts' Social Media IPs; Mutual Benefit Effects;

1 引言

在融媒时代下，信息传播渠道呈现多元化发展态势，社交媒体已成为关键的信息传播载体。区域主流媒体在地方信

息传播及文化传承领域扮演着重要角色，然而当下正面临传播渠道拓展、受众吸引力提升等多重挑战。同时主持人依托社交媒体塑造的社媒 IP，凭借其个人魅力与专业素养，积累一定规模的粉丝群体并形成相应影响力。深入探究区域主

流媒体与主持人社媒 IP 之间的互利效应,对于优化媒体传播策略、提升媒体影响力具有重要的现实意义。

2 融媒时代区域主流媒体与主持人社媒 IP 的发展现状

2.1 区域主流媒体面临的困境

融媒体时代,受众信息获取渠道多元,社交媒体、资讯类 APP 及短视频平台聚拢大量用户,区域主流媒体受众被分流,年轻受众尤爱新媒体。受众不再被动接受同质化新闻,追求个性化信息,但区域主流媒体“一对多”传播难满足需求,内容以文字、电视及广播为主,形式单一^[1]。部分媒体创新不足,仍循传统模式致内容同质,且受采编、审核等影响,时效性差,报道需经多流程,信息传播滞后。

2.2 主持人社媒 IP 的兴起与发展

主持人作为媒体内容传播的关键角色,传播平台不再局限于电视、广播等传统媒介,社交媒体成为其提升传播效能、扩大影响力的重要阵地。主持人凭借个性魅力、专业功底与亲和力,可精准满足受众对内容多元化、定制化的需求。对主持人群体而言,打造社媒 IP 是提升个人价值、拓展职业发展空间的关键。借助社交媒体平台的传播优势,主持人能有计划地展现个人特质,吸引目标受众,获取更多商业合作机会与职业发展资源。社交媒体的普及使主持人职业生态发生结构性转变。部分主持人已形成具有辨识度的社媒 IP 风格,拥有稳定受众群体,在社交媒体领域有较高话题性与影响力^[2]。

3 区域主流媒体与主持人社媒 IP 的互利效应

3.1 传播层面的互利

主持人社媒 IP 可以成为区域主流媒体在社交媒体上的重要传播节点。主持人将媒体的内容通过自己的社媒账号进行分享和推广,可吸纳非既有受众,拓展传播范围;相较于其他传播主体,主持人与粉丝互动紧密,能及时获受众反馈与需求,依此优化内容,提升适配性与吸引力,强化传播效果。

3.2 内容层面的互利

在社交媒体语境中,主持人通过与粉丝展开直接互动,能够高效获取受众的兴趣倾向与需求信息。基于此类互动所收集的信息反馈至区域主流媒体,可为其内容创新提供策略指引^[3]。区域主流媒体具备显著优势,涵盖丰富的新闻资源储备、先进的制作技术装备以及专业的媒体人才队伍。主持人可充分借助这些资源优势,创新社媒 IP 的内容呈现形式。

3.3 品牌层面的互利

主持人个人品牌塑造与区域主流媒体品牌形象建构存在紧密关联,二者呈现相互促进的态势。当主持人的社媒 IP 获得受众认可时,区域主流媒体的知名度与美誉度将得到相应提升。区域主流媒体凭借其专业性与权威性,能够为主持人社媒 IP 提供坚实的品牌支撑。受众往往认为与主流媒体存在合作关系的主持人具备较高的专业可信度,进而强化对其社媒 IP 的信任与认同。

4 实现互利效应的策略

4.1 区域主流媒体策略

区域主流媒体应构建系统、精准的主持人社交媒体 IP 协同合作制度与规范,清晰界定合作各方的权益与义务^[4]。

组建专项项目工作组，专职负责与主持人的沟通协调事务，协同开展社交媒体传播项目的策划与执行工作。同时，将主持人社交媒体 IP 纳入媒体整体传播战略布局，推动传统媒体与社交媒体资源实现深度融合与优化配置。此外，还需为主持人提供社交媒体运营技能、内容创作等方面的专业培训与资源保障，以提升其社交媒体 IP 的运营效率与专业水准。

4.2 主持人社媒 IP 策略

在社交媒体 IP 构建过程中，主持人须确保所塑造的品牌形象与价值观契合区域主流媒体的定位，避免发布与媒体形象相冲突的内容。在内容发布环节，应严格恪守媒体宣传导向及职业道德规范，积极传播正向价值。同时，需依托社交媒体特性深化与受众的互动机制，精准研判其需求与反馈。可通过定期策划线上问答竞赛、抽奖福利等互动活动，提升受众的参与黏性与品牌忠诚度。在内容生产层面，主持人应注重内容品质与创新性，将专业优势与受

众需求有机融合，打造具有竞争力的优质内容^[5]。此外，可探索直播互动、短视频情景化演绎等创新形式，持续激发社交媒体 IP 的活力。

5 结语

融媒时代下，区域主流媒体与主持人社媒 IP 构建起深度互利、协同共生的关系。双方在传播效能提升、品牌形象塑造以及内容生产创新等维度相互赋能，达成资源与优势的整合优化。区域主流媒体需突破传统思维定式，强化与主持人社媒 IP 的战略协同，借助资源配置优化与模式创新驱动发展进程；主持人社媒 IP 亦应充分发挥自身特色优势，与媒体形成高效互动机制，以提升运营效率与传播效能。展望未来，伴随融媒技术的迭代升级，区域主流媒体与主持人社媒 IP 的互利价值链条将呈现纵向深化、横向延展的发展态势，对双方持续探索创新路径提出更高要求。

参考文献

- [1]郭全中,李黎.主流媒体系统性变革的实践模式、问题清单与优化对策[J].新闻记者,2025,(04):10-17+34.
- [2]谢斯旒.主流媒体主持人的IP塑造与话语创新融合研究[J].卫星电视与宽带多媒体,2024,21(23):106-108.
- [3]谢斯旒.主流媒体主持人的IP塑造与话语创新融合研究[J].卫星电视与宽带多媒体,2024,21(23):106-108.
- [4]龚红柳,柳长盛.广电主持人IP化的发展之困与进路[J].新闻前哨,2024,(20):13-14.
- [5]陶淳,陆趣.全媒体时代下主流媒体主持人的角色变化与思考[J].记者摇篮,2023,(07):123-125.