

从商业媒体报道中成长，晚点团队的崛起

作者：影子

记者像是一个明星

「我希望在我的团队里，记者更像一个明星。」宋玮在招聘初期团队时对其成员的要求。

团队成员应该具备足够的影响力和广为人所知的品牌，而这品牌建立在他/她的勤奋、专业、天分及作品基础上。

每个成员都应该有至少一个自己非常擅长的领域和题材，在这个领域中有广泛的人脉，其作品一旦发出，应该成为这个行业中多数人必阅读、必谈论和必转发的话题。

光是打造这样的团队价值体系，宋玮就花了两年的时间。2019 年年初，宋玮在其公众号向读者们告知，未来不久将会有「新品牌」出现，此时的「新品牌」名称还没有对外公布。

2020 年，随着晚点团队之间的磨合，其运作流程也逐渐变得有框架起来。根据其联合创始人黄俊杰的介绍，「晚点 LatePost」的所有报道从选题确定，到编辑、发布都有编辑参与，不会有追逐最大阅读量的内容。

如果你是「晚点 LatePost」的忠实读者，也不难发现团队中的几位记者通常轮流互当编辑。

黄俊杰还表示在保证不会追逐最大阅读量的内容的前提下，微信阅读量是个有意义的衡量指标，比网站或者一些聚合平台的点击量更能反映内容质量。

因为微信阅读更多来自用户转发而非订阅，用户更愿意转发自己觉得有价值的新闻。

所以团队成员认为「晚点 LatePost」成立以来微信阅读量最高的一篇报道也是公共价值最大的一篇。



晚点团队成员照片/小晚

目前「晚点 LatePost」的团队规模除开创始人宋玮、联合创始人黄俊杰外，超过 20 位记者编辑（含实习生），其中大部分记者是出身《财经》班底的。

仅有小部分记者是其它知名媒体过来的，像 36 氪的程潇熠、腾讯谷雨的姚胤米、好奇心日报的龚方毅等人，每位记者都有自己的关注或擅长的领域。

实力派的美女记者

2012 年，在《北京晚报》待了四年零八个月的宋玮加入到了《财经》杂志报社，起初，宋玮只是《财经》杂志产业组的记者。这位女性记者在她还没成名之前，仅有的头衔是「美女记者」。

生活中的宋玮，其同事们形容很可爱，她喜欢在社交平台上更新自己的社交动态，社交动态主要以晒健身、晒猫狗、晒旅游，还有就是晒团队为内容；在工作上，则表现得很严肃，但总是能写出扎实且精彩的报道，成为圈内媒体人的「标杆」。



宋玮和她的狗狗勺子/小晚

宋玮没有易立竞那种言辞犀利，也没有胡舒立那样的性情强势，她依靠的是恰到好处的方式将（新闻报道）的专业呈现出来。

在入职《财经》后，便一路升迁，从记者到高级记者，再到主笔，2017 年的时候，晋升为《财经》的副主编。宋玮的升迁与其初始团队在过去一年的报道表现有关，早在 2016 年的时候，宋玮便被媒体行内评价为「实力派的美女记者」。

2018 年，宋玮及其团队陆陆续续的发布对话体形式的文章，并在圈内受到关注，也是在此期间，这位「实力派的美女记者」采访了不少的科技大佬，这其中就包含我们熟知的王兴、李彦宏、罗永浩、雷军、程维、张一鸣、黄峥等人。

事实上，宋玮之所以能够得到这些科技大佬的采访接受，大部分因素也是因为当时《财经》在商业媒体的地位。除此之外，宋玮本身就采访内容写出的文章也给《财经》增光了不少，以至于有段时间，宋玮本人几乎成为了《财经》杂志的招牌记者。

除了在《财经》本身有报道文章外，宋玮名下也有自己的公众号，叫「LateNews by 小晚」，根据宋玮自己的介绍，「LateNews by 小晚」的「小晚」这个昵称是朋友们取的，至于为何叫「小晚」并没有提及缘由。

这个昵称最后转变成了「晚点 LatePost」的名称。

做最好的商业报道

「晚点 LatePost」是由「晚点团队」和财经媒体《财经》杂志联合创办，内容方向侧重于互联网领域，团队愿景是希望为读者提供最好的商业报道。

「晚点 LatePost」于 2019 年 4 月 1 日正式创立，团队雏形源自 2016 年宋玮的一文《招一名好记者世界上最难的事情，其次是拯救世界》。

文章发布的两年后，宋玮正式招聘团队成员，在此前的两年期间，初期团队（此时叫小晚团队）取得良好效果，分别获得第十三、第十六、第十七、第十九期金字节科技报道奖，这为「晚点团队」的出现埋下了重要的根基。

编按：金字节科技报道奖是由今日头条发起，旨在评选并奖励最优秀科技报道的行业奖项。

当时的团队给「晚点 LatePost」的定位是「做你最信任的商业新闻媒体」，Slogan「晚一点，好一点」，在之后，随着团队的成熟，野心也日趋壮大，定位也变成了现今的「做中国最好的商业媒体，提供深度报道和独家新闻」。



早期品牌介绍/小晚

2018 年，有了初期团队（小晚团队）的（经验）加持，宋玮准备着手扩张她的正式团队（内部创业），相对初期团队而言，正式团队成员不在是供职于《财经》旗下，而是属于宋玮自己名下的团队，团队主体为「北京晚达科技有限公司」，该主体由财讯传媒集团执行董事、副总裁李世杰作为法人代表。

另一边，在此时间点上，同样位于北京的「好奇心日报」因一年内接连三次被约谈，其广告业务受到重创，之后不久，内部业务也开始调整。根据官方动作可知有几位好奇心日报记者分别前往「全现在」（隶属完美世界旗下媒体）和「晚点团队」。

而（好奇心日报）三位联合创始人也选择了不同的走向，伊险峰和杨樱继续在好奇心日报担总编辑，并开始着手新的运营方向（即后来的严肃文学「小鸟 Aves」，该项目于 2021 年年初上线），黄俊杰则是选择加入「晚点 LatePost」团队成为联合创始人，并在「晚点团队」担任主编一职。

2019 年 4 月 1 日，记者高洪浩一文《谁来拯救阿里的大文娱》在宋玮的公众号「LateNews by 小晚」发布，标志着「晚点团队」成员已经确立，同时，宋玮也在文章底部宣布「新品牌」成立，品牌名称为「晚点 LatePost」。

从慢工出细活伊始

根据「晚点 LatePost」官网的介绍，目前「晚点团队」运营两个主体项目，一个是「晚点 LatePost」，另一个是「晚点早知道」。「晚点 LatePost」（微信号：LatePost）会持续推进长报道和重要公司的独家新闻。

「晚点早知道」（微信号：FinPost），会从每日 IPO 的快速报道开始，让读者一眼了解当天上市募股的大小公司。之后会拓展到提供更多类型的信息、尝试更多发布渠道，提供更易读、更轻便、更可信的资本市场报道，帮助读者从噪音中抓住重点。

在西方新闻学的理论中，媒体素充当第四权的角色之说，而「晚点 LatePost」似乎没有这个倾向，晚点更注重挖掘商业公司的幕后故事及真相，这也许是受大环境影响所导致。

其实只要有关注晚点的，也不难发现官方似乎已经晦涩般回答了这个问题，2020 年 8 月，晚点团队上线了官方网站 latepost.com，在其后的「读者问答」中，团队成员回应网站是为了保障文章在微信公众号被删后能够继续阅读。

「晚点 LatePost」是否会像「好奇心日报」那样在中后期发生转型，以现有的品牌调性来看，可能性不大。「晚点 LatePost」的品牌调性与中国大陆其它媒体大有不同，成立的第一个周年，团队共发布了 119 篇原创文章，这种发稿的频率更接近于「慢工出细活」模式，虽然团队承认这属于拖稿行为，但不可否认每篇文章都有较高的价值，也总能应时的推送。

上一家符合「慢工出细活」调性的中文媒体是来自台湾（地区）的非营利网络媒体「TwReporter 报导者」。「TwReporter 报导者」的运营宗旨是改变台湾（地区）的新闻环境和公共领域，其中宗旨包含改变「新闻必须靠点阅读量存活」这个现象，在这点上，对比黄俊杰所述，「晚点 LatePost」和「TwReporter」无疑是相通的。

当然，两者也存在着本质上的不同，区别在于「晚点 LatePost」是走商业科技报道体裁，而「TwReporter」是走深度调查报道体裁，前者更多做独家新闻和对话体，后者更多做调查报导，「晚点 LatePost」更像是简中版的 The Information。



新版品牌介绍/晚点 LatePost

晚点团队成立至今已有两年多，两年的时间对于任何一家媒体机构而言是短暂的，但对于一家新生媒体机构而言，意味着有更多的时间可以去摸索和思考，进而打磨作品、建立更完善的团队体系，读者们也能从中看到晚点团队的成长。

晚点团队的成员在「读者问答」中，强调「信任」一词，记者与商业公司之间的信任，媒体机构与读者之间的信任，它可以确保新闻的准确、真实与独立性，这也是晚点团队一直以来所遵循的原则。

参考资料

- 新青年阵地：宋玮，漂亮得不像实力派的美女记者
- 与特伦对话：晚点 LatePost 主编兼合伙人
- 刺猬公社：科技记者们的门派
- 晚点：对话读者 — 晚点的一周年，他们的留言让我们热泪盈眶
- 周末播客 | 晚点记者是怎样做商业新闻的？