

青年人物

在流量逻辑瞬息万变的短视频时代，李晨阳(ID: -LKs-) 像是一个“异类”。这名1994年出生的年轻人戴着标志性的墨镜，以香港科技大学社会科学专业的背景为底色，把视频剪辑做成“田野调查”。

从2015年开启UP主生涯至今，这名“元老级”创作者在十年间完成了从校园试水到“超级个体”的进化，成为横跨生活记录、行业调查、综艺创作等多领域的全能创作者。他用定量分析和真实体验告诉行业：好奇心是最好的引擎，而正向价值才是流量的终点。

青年报首席记者 范彦萍



工作时的李晨阳。

不做流量附庸 十年“向上”生长

百大UP主李晨阳：用好奇心解锁生活真相

从校园“试水”到职业深耕 一个UP主的十年轨迹

2015年八九月份，彼时还在香港科技大学就读的李晨阳，正面临着一段略显枯燥的校园时光。不会说粤语又性格内向的他，下课后常觉得无所事事。作为B站多年的老用户，看着平台上的各类视频，一个念头在他心中萌生：“不如我自己也拍点视频吧？”

李晨阳发布的第一条视频是英雄联盟游戏实况。“当时平台整体的播放量都没有今天这么高，所以第一条视频能有几千条反馈，已经远超我的预期了。”这份意外的认可，给了他持续创作的最初动力。那时的B站，内容仍以二次元为主，他的游戏实况视频虽不算爆款，却让他找到了乐趣，也逐渐积累了第一批粉丝。

毕业后，李晨阳进入上海的一家游戏公司工作。这一做，便是三年。“当时觉得应该先有一份稳定的工作，创作就当兼职来做。”三年的职场经历让他积累了行业经验，也让他对内容创作有了更成熟的认知。

后来，他从上海回到北京老家，转型成为一名全职UP主。“这不是我主观上规划好的，更多是场外因素导致的。”李晨阳回忆道。彼时，他的视频创作已能带来稳定收入，于是便自然而然地走上了全职UP主的道路。“做视频本身很有意思，还能养活自己，何乐而不为？”

把社会科学方法带入创作 用真实感打造内容护城河

在竞争激烈的UP主中，想要脱颖而出并非易事，而李晨阳的秘诀，在于将小众题材与专业方法相结合，用极致的真实感构建起独特的内容护城河。“我对很多小众冷门的东西都抱有强烈的好奇心，虽然这些题材离大多数人的日常生活比较远，但只要找到大家都感兴趣的好奇点，再把它真实地呈现出来，就会获得认可。”这是他多年创作总结出的秘诀。

他的视频内容包罗万象，既有买卖



“墨镜一戴，灵感自来。拉导的视频选题就像拆盲盒——你永远猜不到，下一期会是深度人生体验、硬核行业洞察，还是图一乐的轻松开箱，他不急于追逐热点，主动探寻人生不同阶段的可能。今年，拉导又踏上了数字游民之路，一路上的所见所思、所感所悟，都值得期待。”

——2025年度百大UP主颁奖词

◀百大UP主颁奖典礼。
本版均为受访者供图

车辆这样的生活经历分享，也有3D打印床、古书开箱、行业调查等小众题材探索。“比如我做过的一款家居，无论是设计、价格还是成本，都很少有自媒体拆解，大家看到图会觉得好奇，这就是创作的切入点。”除了小众题材，他也会关注大众感兴趣的话题，买车、买黄金等内容，都因真实体验和独特视角而收获了大量关注。

而支撑这些内容的，是他香港科技大学社会科学专业的学术背景。“表面上看，我研究生时就读的专业和创作关系不大，但却提供了很多思路。”李晨阳认为，社会科学本质上是教大家用系统视角研究社会的学科，而他的很多视频内容，本质上也是在研究社会。在创作中，他会灵活运用定量(问卷调查)、定性(采访个体)、田野调查(实拍)等社会科学常用方法，让内容更具深度和说服力。

“我做过不下10期问卷调查，问卷量一般都在几千到几万份。”他举例说，在做《统计2700位头部UP主的数据，我发现了什么秘密？》视频时，他征集了2万份问卷，用数据来说话。通过视频征集问卷，再结合B站系统数据，他能轻松

获取大量样本，这也成为他内容创作的独特优势。

2025年，李晨阳在创作上有了新的突破——涉足综艺类内容。他推出的“谁是猜价王”栏目，灵感源自一段比尔·盖茨猜沃尔玛商品价格的切片。“人类对价格的博弈本身就很有看点，再加上一些大家从没见过的小众物品，既能带来乐趣，又能让大家大开眼界。”这档栏目一经推出就广受好评，单期播放量接近400万。

在内容呈现上，李晨阳始终坚守“真实体验”的原则。“我的所有内容主打的都是我体验到的东西。”他拒绝单纯依靠AI生成内容，在他看来，很多产品需要探究真实的手感、音质和使用感受。从耗时最长的漂流相机项目，到花费五六十万、耗时一年的热像机视频，每一部作品都凝聚着他对真实感的追求。

对抗焦虑与流量 他的答案是“正向创作”

“对于自媒体从业者来说，我始终保持的是达尔文心态：做得不好就没人看，做得好才有人关注，我从不把数据好坏归咎于外部因素，而是从自己身上

找原因。”这是李晨阳十年创作生涯中坚守的核心信条。在流量焦虑成为行业常态的当下，他的这份心态显得尤为难得。

作为没有团队、没有助理的“超级个体”，李晨阳始终保持着高效的创作节奏，一周更新一次，日常就是“起来干活、玩游戏、睡觉”。他认为，创作本身就需要抢夺观众的注意力，几乎所有百大UP主的工作强度都很高，没有焦虑感的人做不了这一行。但这种焦虑不应转化为抱怨，而应成为提升自己的动力。

面对AI技术的冲击，李晨阳没有抗拒，而是保持开放态度。他期待未来AI能实现直接剪视频的功能，帮自己节省时间，但同时也明确，AI无法替代他的核心竞争力。“我的内容需要真实体验，这是AI做不到的，所以我并不担心被替代。”

在流量认知上，李晨阳有着自己的坚守。“对创作者而言，要清楚什么是应该做的，什么是不该做的。很多人被封号，就是因为不清楚什么是好的流量。”他明显感受到，近年来行业正在走向规范。“UP主千万不要去攻击某个企业或某个产业，不能用黑别人的手段博流量。”他认为，真正的好流量，应该基于正向的内容价值，能为观众带来收获。

上海这座城市，也为他的创作提供了重要支撑。2022年，早在“沪九条”政策出台前，李晨阳就已经在上海注册了公司。去年，他又入驻了“V聚场”。“‘V聚场’对我最大的帮助不是经济支持或租金减免，而是创作思路、资源和氛围上的支持。”他告诉记者，自己看重的是创作者之间的交流渠道，以及更高维度的创作指导资源。“V聚场”频繁的线下创作者沙龙，让他有机会与同行交流互动。“UP主绝非自己憋在家里就能迸发灵感的，也需要交流，这种精神维度的放松才是创作的助力。”

对于想要进入这个行业的年轻人，李晨阳给出了实在的建议：“如果已经毕业了，就先找工作，业余时间再做创作；还没毕业的，就赶紧抓住学生身份的优势大胆尝试。他强调，不要一开始就把创作当成职业，更不能做了五六级就放弃。”