

催生新职业撬动经济转型,直播带货“潜力”无限

青岛财经日报/首页新闻讯 近年来,我国电商直播行业迎来蓬勃发展的黄金期。商务部数据显示,2023年前11个月,全国网上零售额14万亿元,同比增长11%,实物网零对社零增长贡献率达31.4%,占社零比重达27.5%,创历史新高。

随着短视频、直播带货等网络营销行业的兴起,覆盖用户规模达到8亿以上,互联网营销从业人员数量快速增长,包括互联网营销师在内,一批又一批新职业获得国家“认证”。如今,越来越多的城市,努力抓住直播带货这一风口,通过运营、培训、流量等系列扶持,助力更多商家、主播快速发展,为促进经济和地区发展、刺激消费、推动就业等方面发挥积极作用的同时,催生出更多新职业。

各地出台政策支持直播带货

近些年,为促进直播带货行业规范健康发展,促进产销衔接,我国各部门纷纷出台了一系列政策,如2023年国务院发布的《关于组织开展全国文化和旅游消费季活动的通知》提到,支持地方和有关机构举办线上直播、沉浸式演出、艺术展览、红色旅游、非遗体验、直播带货、国风国潮、温泉冰雪、互动体验等专题活动。

记者注意到,在刚刚过去的2023年,北京、苏州、深圳、广州等城市积极响应号召,陆续发布了一系列政策以推动直播带货行业的发展。如北京发布《关于印发北京市数字消费能级提升工作方案的通知》提到,支持老字号品牌、新消费品牌开展直播带货、新品首发、首店入驻等特色直播活动,借助直播经济推广“北京品牌IP”,打造“人、货、场”全要素直播电商产业集聚生态。

在近日召开的青岛市直播电商行业协会年度庆典暨青岛市直播电商行业协会第一届第三次会员大会上,根据山东省商务厅开展省级电商主体认定工作,青岛市17家电商直播基地、电商供应链基地、直播电商企业等入选2023年度第二批省级六类电商主体。为推动行业规范和自律,青岛市直播电



商行业协会成立了六个推进直播电商发展的专业委员会,并与山东外贸职业学院、青岛市技师学院、青岛恒星科技学院商学院共同成立了青岛市直播电商行业产教联盟,为青岛市直播电商行业发展做好人才支撑储备。据介绍,随着抖音、淘宝、快手、视频号等网络平台作为国内主流电商平台地迅猛发展,直播电商迎来新机遇。截至目前,青岛直播的场次和销售额均列全省第一名,特别是即墨卫衣产品,在抖音直播电商平台的同类产品中排名第一,平度美妆睫毛产业带一大批特色产业链年产值均超数十亿。抖音山东产业带负责人陈慕表示,越来越多的产业带的优价好物通过抖音短视频直播电商,从原产地走向了全国各地。未来希望能够继续与青岛市直播电商行业更加深入合作,帮助企业走进抖音平台,打开企业数字经济销售模式,推动产业带更快更好地发展。

再如,广州,一座被赋予“贸易之都”称号的城市,正在逐步展现其直播电商发展的独特优势和迫切需求。自2020年起,广州开始持续发力直播带货行业,现已呈现出了“直播带货促就业、促增长”这一欣欣向荣的局面,被视为直播带货领域的“广州样本”。

业界人士分析称,拆解“广州样本”,会发现这是

一个“稳固的三角形”。一边是广州市政府通过政策、活动、直播基地等方式鼓励直播带货;另一边,广州的商家们积极拥抱直播带货,利用直播带货讲好广州品牌故事;还有一边则是短视频直播平台汇聚大量广州商家和主播,通过运营、培训、流量等系列扶持,沉淀出商家确定性成长方法论。三者的稳固结合,使直播带货成为了广州新的城市名片。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示,直播带货在促进经济和地区发展、刺激消费、推动就业等方面起到了积极作用。从地方层面来看,直播带货与诸多关键词紧密相连,这也是各地对“直播带货”支持态度的主要原因。

催生新职业促进多元化发展

一部手机、一台支架、一盏环形灯,琳琅满目的商品,构成了直播间的全部。镜头前,带货主播熟练地讲解商品的细节。镜头的背后,助播、选品师、运营、客服、仓储等团队成员各司其职,忙得热火朝天。一块大屏幕内,能够直观反映成交金额、流量变化、用户画像等信息的“直播作战系统”也实时更新着数据。

在服装行业摸爬滚打了12年的李福佳见证了

广州服装产业的发展,她坦言,直播间给线下档口带来了意想不到的新活力。她成立了自己的直播团队,并与多家服饰工厂建立紧密合作关系,实现了从设计到生产的快速响应和定制化服务。

“老板生意好,我们就有事做。”今年54岁的吴辉蓝是李福佳合作工厂的工人,这个十几平方米的直播间带动了3个大型工厂、10余个小工厂上千人的就业。

而在离该服装小镇超过35公里的直播间内,直播选品师、复购转化师、直播氛围师、店铺运营师、品牌矩阵运维师、直播电商操盘手等30余个工种几百个工人们正在为“年货节”做准备。

2020年,人社部等部门发布了互联网营销师新职业信息,其中,在“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”工种,带货主播成为正式工种,宣告“转正”。2021年年底,这一新职业的国家职业技能标准出炉。

广东省就业服务管理局汪萍华表示,“直播带货创造了大量的就业岗位,催生了互联网营销师、主播、助播、操盘手、短视频切片师等几十种新职业,带动上下游产业链大量新增就业机会,如生产岗位、运营、产品研发、仓储、打包等,促进多元化职业发展,为广东省新增就业作出了积极贡献。”

商务部中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛表示,直播电商持续赋能实体经济发展。2023年前三季度,直播电商拉动网络零售增速7.7个百分点,促进创业就业成效显著,活跃电商主播数337.4万人,增长164.3%。

据人社部中国人力资源科学研究院发布的《短视频直播生态催生新职业促进高质量充分就业报告》显示,短视频直播生态推动传统职业视频化转型及数字类新职业发展,带动普惠型就业创业。以快手为代表的短视频直播生态孕育和催生了174个新职业,在直播电商、商业广告、本地生活、内容创作、直播产业、技术服务等领域,创造了“互联网营销师”“信息流广告营销专家”“探店达人”“互联网招聘师”“房产主播经纪人”等诸多就业机会。

在李鸣涛看来,直播电商未来可以朝向几个方面发展,例如直播场景可以结合瑜伽、Cosplay、潮玩等消费热点进行优化,从消费者需求中寻找新机遇。与此同时,跨境电商也是未来的趋势,如何把国内直播电商的能力和优势向全球市场进行拓展,这内含大机遇。此外,建议每条产业带孵化出一批新的直播电商品牌,通过数字化供应链的能力,更好地赋能国内的产业带。

网游之后,未成年人又对短视频“上头”了?

短视频低质内容泛滥

寒假到来,未成年人安全触网问题再次成为社会关注的焦点。近日,共青团中央维护青少年权益部发布的《第5次全国未成年人互联网使用情况调查报告》(以下简称《报告》)显示,我国未成年短视频用户规模超1亿,其中11.9%的未成年用户在工作日平均每天观看短视频超过2小时,7.2%的未成年用户在节假日每天观看短视频超过5小时;77.5%的家长表示担心孩子看短视频上瘾。家长和社会刚从未成年人沉迷网络游戏的焦虑中走出来,又陷入了他们可能会沉迷短视频的忧虑中。

未成年人存在看短视频成瘾倾向

如今,短视频越来越受到未成年人的欢迎,这不禁让家长有些担忧,但有些短视频涵盖了学习资料、科普知识、时事新闻等内容,因此不能武断地阻止未成年人观看短视频。就在家长们陷入纠结时,未成年人对短视频开始“上头”,花在观看短视频上的时间逐渐增多。多个调查报告显示,未成年人观看短视频的时间在增加,尤其是在节假日。2019年中国青少年研究中心全国调查结果显示,未成年人短视频接触率为65.6%。2023年共青团中央中国特色社会主义理论体系研究中心重大课题“新时代少年儿童政治引领机理与方法研究”课题组完成的阶段性成果《未成年人短视频使用与学习研究报告》(简称《报告》)显示,82.9%的受访未成年人使用过短视频平台。由此可见,随着短视频的快速发展,近年来未成年人短视频接触率显著上升。

清华大学教育研究院张羽团队发布的针对某中学12岁至13岁、15岁至16岁青少年短视频使用情况的调查结果显示,短视频在青少年抽样群体中普及率高达90%,高于成年人群体73%的用户比例。从使用量来看,大部分青少年能将短视频使用量控制在合理范围内,只有近二成表现出较严重的短视频成瘾倾向。

未成年人观看短视频成瘾的比例并不高,但随着浏览短视频的频率与时长的增加,《报告》显示,77.5%的家长表示担心孩子看短视频上瘾。北京一位高一学生家长对记者说:“有了防沉迷系统,孩子玩网络游戏的时间减少了,但新的苗头又出现了,对看短视频有些上瘾,吃饭、去卫生间,就连洗澡都拿着手机看短视频。现在学校作业多,我盯得也紧,看短视频的时间不多。但是寒暑假我不在家时,孩子很容易就会刷几个小时的短视频,这很影响学习、影响身心健康。”

家长的担忧不无道理。张羽团队调查发现,青少年每天花在观看短视频上的时间越多,相应地在打游戏、看电视上花的时间也越多,而在睡眠和课后学习上投入的时间就会越短,说明短视频的使用可能在一定程度上影响青少年的健康作息与学业投入。

短视频能够满足未成年人在娱乐、社交、信息获取等方面的需求,同时这些内容也在潜移默化地影响着未成年人的的人生观、世界观、价值观。令人有些不安的是,有些短视频内容并不适合未成年人观看,随着未成年人刷短视频的时长日益增加,其难免会受到不良信息的影响。

记者在一些短视频平台上看到,曾经的经典动画片被重新恶剪剪辑,利用托马斯小火车、海绵宝宝、米老鼠等未成年人熟知的动漫形象,传播血腥、暴力、低俗等不良内容,散布不良价值观。

今年上海两会期间,上海市政协委员、上海市文化创意产业促进会秘书长陶寅琰调研提出,一些短视频创作者利用教室或模拟教室场景拍摄,发表猎奇观点,混淆视听,有的编造调侃戏谑性故事,包括早恋、霸凌、非正向师生关系等,破坏学校风气,导致部分学生模仿跟拍;有的年轻教师利用职务之便在教室拍摄短视频,暴露未成年人隐私;还有一些自媒体利用民营、公立医院场景摆拍,甚至在病人手术的过程中跟风拍摄网络“热梗”。

北京红山网络安全科技公司负责人曹博对记者说:“短视频内容创作竞争日益激烈,部分创作者盲目追求吸睛吸金、出名爆红,为此不惜打‘擦边球’。这些违规做法隐蔽性强、引流力度大,对青少年等群体的价值观产生严重的负面影响,甚至有些短视频诱导用户在信息流视频或评论区留言,并设置账号主页跳转到私域社群,实施诈骗。”

曹博表示,短视频推荐机制是基于算法驱动的信息筛选与决策模式,用户在刷到感兴趣的视频后停留观看,后续平台就会不断自动推荐该类视频。也就是说,当未成年人刷到不适合其年龄观看的视频内容并停留,后续平台就会继续推荐。

国家二级心理咨询师吴靖对记者表示,青少年阶段正处于认知发展的关键期,往往表现出不成熟的认知控制、高度冲动性以及对于刺激的追求,难以充分意识到短视频使用的潜在风险。

碎片化浏览影响认知功能

未成年人大脑可塑性强,相比于成人,对于外界的变化更为敏感。如果沉迷于刷短视频,可能会对未成年人认知功能发展、学习能力提高造成负面影响。

吴靖分析指出,目前已有的心理学研究成果显示,人的前额叶皮质到25岁左右才发育完整,在此之前仍具有高度可塑性。如果未成年人沉迷于刷短视频,会对其认知发育造成影响。

首先,当大脑长时间处在刷短视频的状态下,就会习惯快速变化的内容,从而很难适应变化相对较慢的活动。所以,一些青少年难以坚持看完40分钟一集的动画片,就更别说长时间阅读或专心写作业了。

其次,阅读一本书是大脑在主动建构故事逻

辑、人物关系的过程,而短视频是碎片化信息,由大脑被动接受,不需要过多思考。长此以往,青少年大脑中主管高级思维的前额叶功能就会退化,认知能力和记忆力可能随之受损。

最后,青少年花在手机屏幕前的时间越多,与他人的互动就越少,识别他人情绪、体验他人情感的机会也就越少,这在一定程度上会阻碍未成年人情绪调节能力的发展。

相关链接

寻找观看短视频的“最优解”

短视频包含的内容丰富,有利于未成年人学习知识、认识世界。作为家长,不应该也不可能让青少年与短视频隔绝。因此,要在加强监管的同时,培养未成年人在数字世界健康生存的能力,引导其善用短视频,预防因沉迷短视频而带来的危害。

引导未成年人合理使用短视频需要全社会形成合力,首先就是家庭和学校。《未成年人短视频使用与学习研究报告》(简称《报告》)显示,从学习负担很重到很轻,未成年人使用短视频的比例从86.0%下降到67.9%;与父母关系“很不好”“不太好”的未成年人,经常使用短视频的比例分别为39.6%和42.4%,比亲子关系“很好”的未成年人分别高出22个和25个百分点。

中国家庭教育学会宣传教育专业委员会副理事长成金鸿对记者表示:“家长和学校需要担负起监管、指导未成年人使用短视频的责任。鼓励未成年人使用短视频时主动获取有益的知识,并建立辩证思考的批判意识。引导未成年人控制短视频使用量,降低成瘾的可能性。有研究发现超半数的未成年人知道青少年模式,但并不主动使用这一模式,这就需要家长、教师引导未成年人主动使用这一模式。同时,家长、教师还要帮助未成年人找到线下的减压方法和途径,发现生活中的乐趣,才能使其更好地利用网络充实自身、健康成长。”

北京红山网络安全科技公司负责人曹博说:“防范未成年人受到不良短视频的影响就要斩断不良短视频的传播链,打破‘唯数据论’,调整优化算法推荐机制。平台要加强事前审核、事中监管,严厉事后处罚。”

据了解,一些平台已经开始整治不良短视频。抖音宣布寒假期间将对诱导未成年人实施不良行为的内容进行重点打击,包括但不限于发布未成年人抽烟、喝酒、文身、低龄恋爱、打架斗殴等内容。数据显示,2023年抖音日均处置危害未成年人身心健康的内容9000余条;日均拦截诈骗未成年人等高风险行为30000余次。抖音相关负责人表示,今年寒假还将继续联动权威科普机构、优质科普创作者,为青少年带来丰富的线上知识分享活动。

如今,不必要、也不可能让未成年人与短视频“绝缘”。对此,有关部门需不断加强监管引导,制

据了解,《报告》中提到,短视频中包含的“梗”、特效、声效等多模态表达形式,一方面能够激发未成年人接触新知识的兴趣,但另一方面可能会对未成年人读写能力的培养提出挑战。久而久之,青少年可能会对书面文化产生“疏离感”,在阅读、写作等需要集中注意力的学习活动中表现得力不从心。

据《中国消费者报》李燕京/文

定标准、严格执法;平台企业需加大审核力度,更新、优化算法推荐机制,及时处置不良信息,在多方协同下找到未成年人观看短视频趋利避害的“更优解”。

另外,《报告》显示,未成年人使用短视频的三大主要动机分别是减压放松(72.6%)、丰富知识(58.7%)、满足好奇心(32.9%)。超半数受访的未成年人认为短视频对学习帮助大。

由此可见,虽然减压放松始终是未成年人使用短视频的首要原因,但部分未成年人使用短视频的目的已经“从玩转变到学”。知识内容以视频化的形式展现,更加直观、形象,更贴合未成年人的认知特点。但是,要想真正实现有趣的知识吸引未成年人正确使用短视频,还需要平台与创作者形成合力。《报告》调查发现,部分未成年人认为通过短视频学习还存在一些弊端,超六成未成年人认为“知识的准确性没有保障”、超半数人认为“优质内容太少”。

成金鸿分析指出:“短视频用户几乎都能不受时空限制地进行学习、分享甚至生产知识,这在一定程度上改变了学习资源的生产与传播方式,提升了学习者的参与感与主体意识,使得人们获取信息和教育资源的机会更加均等。同时,未成年人更习惯于通过线上方式满足信息获取、娱乐消遣、人际交往等方面的需求,这也给短视频平台、创作者提出了更高的要求,以便输出更多更优质的内容。”

据了解,一些短视频平台已开始主动创造更多适合未成年人观看的短视频,受到了未成年人的喜爱。2023年9月,由60余位院士研究员、高校教授、文化学者推出的106场抖音直播公开课,累计吸引了超5700万人次观看;2023年,高校直播课累计观看超10亿次;快手邀请人文、艺术等相关创作者围绕二十四节气,通过知识科普、才艺展示、诗词鉴赏等方式进行内容创作分享,话题相关视频总播放量达24.8亿次。

短视频正在影响着未成年人的学习体验。短视频的互动、分享与创造能够激发未成年人的学习欲望,同时在这种非正式的学习过程中,“寓教于乐”让学习者感到更加轻松愉快。

据《中国消费者报》李燕京/文