



直播电商内涵与职业化教育模式分析

王凯 沈阳城市学院新闻与传播学院

摘要: 伴随线上直播的兴起,中国直播电商于2016年应运而生,历经4年时间,从初创期、快速发展期,过渡到成熟期。直播电商对于推动消费、促进经济发展的作用显著,直播电商人才的短板亟待解决,直播电商人才职业化培养势在必行。本文主要探讨直播电商的核心逻辑、产业链构成及可行的职业化人才模式。

关键词: 直播电商;职业化;教育模式

一、中国直播电商发展与人才需求现状

2019年中国直播电商行业的总规模达到4338亿元,2020年移动电商用户规模达8亿人,在线直播用户规模达到5.5亿人,而直播电商的市场规模将会增长到9610亿元。不同于传统交易型电商模式,直播电商给消费者带来更直观的购物体验,转化率相对较高,营销效果较好,逐渐成为传统电商平台、新媒体内容平台的新变现模式。以KOL带货为代表的直播电商模式,是当前直播电商的主流模式。

电商直播相关人才的缺口越来越大。智联招聘与淘榜单共同发布的《2020年春季直播产业人才报告》显示,2020年春节后复工1个月内,直播人才需求量逆势猛增,招聘人数增幅达132.55%。疫情下直播行业招聘需求同比逆势上涨1.3倍,平均招聘薪酬9845元/月。直播成为企业寻求转型的第一选择,线下零售企业将商家自播纳入发展计划,对直播人才的需求较为迫切。直播电商最急缺的岗位包括主播、选品、内容制作及运营。

二、直播电商的内涵分析

(一) 直播电商的核心逻辑

区别于传统电商的“人找货”,直播电商的核心逻辑为“货找人”。对于人、货、场三要素进行重构,品牌或商家选择具有一定影响力、号召力、专业力的主播,依托专业化的直播间环境和设备,生产具有互动性、趣味性、讨论性的直播内容,触达目标用户,进行线上商品功能讲解与促销推广,实现商品购买转化。以主播(KOL、网红、店铺销售顾问)为载体,以内容为介质,从而促成购买。

(二) 直播电商的差异化优势

传统电商平台,以商品为核心,注重“物以类聚”,侧重商品属性及利益,以搜索推荐及品类、单品介绍为主要展现方式,用

户处于联合评估状态,通过理性地对比分析,进行商品选择评价,达成购买。以直播、短视频、图文为代表的內容电商平台,以用户为核心,注重“人以群分”,挖掘用户需求,依托沉浸式体验场景,通过信任背书,以优质的内容展示个性化商品,用户进入单独评估状态,以情感影响用户决策,进而转化为有效的购买行为。与依托粉丝经济的网红电商不同,直播电商以优质的供应链驱动销售。

(三) 直播电商产业链构成

直播电商产业链主要包括商品供应链、平台渠道方、服务支持方、MCN机构、KOL群体、教育机构、内容生产者等。其中,商品供应链提供核心资源,解决货的问题,MCN机构提供主播资源,向以淘宝、天猫、快手、抖音为代表的直播平台输出KOL,教育机构进行专业化直播电商人才培养,共同解决人的问题。内容生产者制作优质的直播及短视频内容。平台渠道方、服务支持方提供直播平台及基础设施,解决场的问题。产业链各个主体分工明确,各司其职。电商直播产业链的持续完善,对消费市场的长远发展意义重大。

三、直播电商职业化教育模式

(一) 直播电商人才培养的路径

直播电商是直播+电商的融合性行业,具有高度的实践性和应用性。直播电商产业发展必然要求直播电商人才专业化、职业化、规范化。可通过职业教育、应用型本科教育、技能培训、企业转型线上培训、岗前培训等路径分层次分方向培养。

(二) 直播电商人才培养模式

职业院校、应用型本科高校,以培养中高层次直播电商人才为目标,进行直播电商人才培养。根据相关岗位需求,增设相关专业或方向,设置课程体系,与业内知名的直播电商运营机构合作,实施产教融合。培养

专业复合型人才,从事主播、助播、粉丝运营师、选品官、供应链管理、直播间布景、直播设备生产、直播运营、营销推广、直播编导、内容生产、技术与数据等工作。

直播电商培训机构、职业培训学校及直播平台,以培养基层从业者为目标,进行直播电商人才培养。根据基层岗位需求,开展主播、直播运营、短视频内容生产等方向的技能培训、岗前培训、提升培训,以集中速成的培训形式,以讲授加实战的方式,提升职业技能,满足现有从业者、转型人员及社会人员的培训需求。

(三) 直播电商产业发展及人才培养研究

应用型本科高校、直播平台及行业协会,应共同承担直播电商产业发展及人才培养研究。制定直播电商行业规范,包括电商主播的行为规范与业务标准、内容发布规范、直播场景软硬件标准、商品认证与准入标准、产业孵化机制、培训机构的认定与监管等,为直播电商产业发展提供制度保障。依托应用型本科高校的科研优势,洞察电商直播规律及发展趋势,优化行业标准与评价体系,研究直播电商人才培养模式,提出直播电商监管机制的建议,为直播电商的专业化发展提供智力支持和服务。直播平台加强顶层设计,依靠科学合理的标准和公平的监控体系,优化直播电商平台,促进产业发展。行业协会加强企业提升培训、政策解读及业务指导。

参考文献

[1] 钟涛.直播电商的发展要素、动力及成长持续性分析[J].商业经济研究,2020(18):85-88.

[2] 赵子忠,陈连子.直播电商的传播理论、发展现状、产业结构及反思[J].中国广播,2020(09):11-18.

项目:辽宁电商直播产业发展与规范性研究,辽宁省教育厅科学研究经费项目,SYCS202009

作者简介:王凯(1979—),女,汉族,辽宁沈阳人,副教授,沈阳城市学院新闻与传播学院广告学系主任,整合营销传播与内容电商。