

基于直播电商人才需求的高职电子商务直播人才培养策略研究

仇国英

(东营科技职业学院, 山东 东营 257335)

摘要: 2020年人社部发布《关于对拟发布新职业信息进行公示的公告》, 拟新增10个新职业, 在“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”工种。高职院校电子商务专业应顺应时代潮流, 紧跟时代步伐, 积极探索构建直播电商专业的培养模式, 搭建“直播销售员”人才培养体系和课程体系。

关键词: 直播电商; 电子商务; 专业课程

一、电商直播行业及人才需求现状

(一) 电商直播行业现状

随着移动网络发展和智能手机的发展, “机不离手”已然成为人类生活的常态。近年来, 直播软件的开发和应用持续创新发展, 直播行业规模和应用领域不断扩大, 各行各业都可以看见直播的“身影”。据国家交互网络信息中心(CNNIC)公布第47次《国家交互网络发展状况统计分析报告》的数据, 截至2020年12月, 我国的互联网直播活动使用者数量已达到了6.17亿, 比去年3月份增加了5703万, 占网民总和的62.4%。电子商务直播活动用户数量达到3.88亿, 占网民总和的39.2%; 网游直播活动的用户数量达到1.91亿, 占网民总和的19.3%; 真人秀视频的用户规模达到2.39亿, 占网民总和的24.2%; 演唱会视频的用户规模为1.90亿, 占网民总和的19.2%; 体育直播的用户规模达到1.38亿, 占网民整体的13.9%。由于线上消费行为习惯的加快形成, 直播电子商务已经成为使用者青睐的新型购物方式。统计表明, 在电子商务直播间中购物过商品的用户已占到整个电子商务直播用户的66.2%, 而其中17.8%用户的直播消费总额已占据了其整个在线商品消费额的30%以上。

在决战决胜脱贫攻坚战的背景之下, 互联网在线直播产业已形成“线上引流+实物消费行为”的数字经营新模式, 并形成增长新焦点。据《2020年我国网络直播视频电商产业报告》的有关数据统计, 截至2020年底, 我国网络直播视频电子商务市场规模已突破了1.2万亿, 年均增长率已达197.0%。目前店铺在线直播产业已作为国内大部分品牌的重点营销场景之一, 店铺在线直播产业的成交量已达到了整个国内网络直播视频电子商务的32.1%。2020年直播电商公司从业数量快速上升, 全国直播电子商务相关公司中已累计登记的企业有8862家, 相较2019年上升了360.8%。直播电商产业网站主播的从业者数量也在持续上升, 目前产业内网站主播的从业者数量已达到了123.4万人。

(二) 电商直播人才的需求现状

2020年5月, 人社部国家职业教育考试体系公布了拟新增网络营销员等共十个职位的公示通知, 新增了“直播销售员”职位, 明确传达了电商直播培训将进入发展快车道的重要信息。这也无疑从国家角度, 对当下热捧的互联网主播职业人才市场进行了正名。高职学校是培育应用型、技术技能型人才培养的重要战场, 而如何踩准时代“节拍”, 为人才市场创造稳定且高效的直播类人才, 成为当下又一个需要积极探索的人才培养方向。

从直播电商行业“井喷”式爆发开始, 主播职业也日趋成为当下年轻人的热门选择, 整个直播产业对直播人才及相关岗位的需求火速增加, 越来越多的人选择踏入直播行业, 直播对应届毕

业生的吸引力也直线上升。据《2020年度我国电子商务人才状况调查报告》结果显示, 近两年来, 主持人(助理)、电商达人需求数量迅速上升, 与2019年比较, 该比率增加了11.94%。通过调查研究还发现, 复合型人才需求比例仍有一定增长态势, 这应该与我国电商业务的发展速度快, 需求更多学科知识与高技能结构相关。而根据智联招聘的统计表明, 仅2020年春节后的前一个月里, 招聘岗位数就同比增长83.95%, 同时招聘数量增长也达到了132.55%。直播行业迸发出的蓬勃生命力及相关市场展现的商业价值都在吸引着人们竞相上岗。报告还认为, 目前直播电子商务仍然是岗位需求最大的细分产业, 应聘者求职的工作岗位不再只局限于“娱乐”与“带货”, “培训师”“策划”“场控”“测评师”等新型的岗位催生了新的就业机会, 对于直播人才的专业技能要求也越来越高。综合来看, 直播电子商务行业发展态势平稳, 高素质人才需求将会是未来发展的趋势。

二、高职院校直播电子商务人才培养的发展现状

据《2020年度我国电子商务人才状况调查报告》报告显示, 企业最看重毕业生的5项素质: 工作执行能力占比73.47%; 持续学习能力占比66.33%; 责任心和敬业度占44.9%; 积极主动有目标感占40.82%; 专业知识和技能占46.94%。在这5项素质能力需求中, 企业最看重的是工作执行和持续学习能力这两项。而目前高职院校直播电子商务人才培养的要求还达不到电商行业人才的高质量要求, 为了解决电商行业人才的高质量要求与高校教育缺失之间的矛盾, 各高职院校开始积极探索相应的人才培养体系, 但还面临不少困难。

(一) 在师资方面, 教师缺乏电商直播相应的技能, 专业化水平不高

一方面, 由于电子商务直播专业人才培养还是比较新的课题, 虽然行业发展得非常快, 但是缺乏规范的课程体系, 所以学校的大部分老师们并未进行过系统的有针对性的电子商务直播训练, 所授课的教学内容也只是在原来的电子商务课程基础上增加的少量直播运营内容, 从而造成了教学内容的不体系、碎片化等问题。另一方面, 直播电商是一个新行业, 一种新业态, 成功的企业和电商直播主播数量不足, 理论体系还未成熟, 实践性又很强, 教师无法通过自学来进行提高。所以, 当下的高职学校在电商直播师资方面整体呈现了比较薄弱的状况。

(二) 电商直播实训室建设投入资金不足, 实践技能教学效果不佳

现阶段, 电子商务直播虚拟实践教学软件的建设费用也越来越高昂, 且不少高职学校对电子商务直播实践课程在平台上的建设力度不大, 学习实训条件也不够完善, 无法适应实际操作课程

的需要。近几年来,各大高职院校电商专业的在校生规模不断递增,但是由于校内校外实践场所总量不够,实习实训的工作总量也受限,实习实训教学内容并没有满足专业课程的质量标准。尽管不少大高职院校都设立了校企合作培训基地,但由于相应的软硬件设备不够,以及校企合作程度不够深入,使学生的实践学习相对较差。

(三) 课程体系不完善,教学资源更新较慢

因为电商是一个正在飞速发展的新专业,同时电商直播也是电商的新经营模式,所以对于电子商务直播的人才需求将会十分庞大,而目前市面上专注于电子商务直播的高职高专类及专业课程数量也较少,所以根据电商专业的培养特点,开发一本适合电商专业课程的教材是非常必需的。许多职业院校关于移动电子商务课程体系的研究,多立足于将传统的电商教学转换至移动商业环境下进行,将传统电商教学移动化,但在理论课程教学与研究方面,却缺少了关于移动电子商务深层次的认知和理解,更缺少了关于移动电子商务实训教学体系的建设。目前,不少职业院校已经开始意识到了这一点,并组织专业人士编制了不少关于移动电子商务的课程。不过在教育领域,由于专业课程的创新发展需要一定周期,因此调整教学大纲、人才培养方法等也需要一定时间。另外,由于移动电子商务本来是一种高速发展的学科,涵盖的知识面也特别宽,所以教育资源建设速度必然赶不上移动电子商务的发展速度,这也导致了教育资源的更新速度赶不上行业发展的现象。

1. 从学校层面上,给学生进行系统的直播及带货等技能培训工作不足

受制于中国高职教育专业目录没有设置直播带货的专业或技术方向,一般高职学校只能在现有的相应专业中,设立网上直播营销的必修课。受总学时数的约束,网上直播营销专业课时通常较小,且大多以涉猎居多,缺乏对学生直播岗位能力的全面训练。目前,一些高职学校对开展电子商务直播培训的主要方法,只是采用了建立兴趣小组、电商协会和进行创业孵化等手段进行一定的活动场地和辅导,并不能建立比较系统的直播间带货培训制度,而更多的是给有开展直播间带货兴趣爱好的学生创造了一种创新平台或兴趣爱好平台,而学生基于自己对直播间带货的兴趣爱好,通过自己摸索或去专业直播间经营公司学习掌握有关的专业知识。其中,电子商务直播培养学生普遍没有规范的课程体系,而目前开设电子商务专业的院校也多数缺乏规范的课程与教材,因此标准化体系也急需建立。而有丰富经历的管理人才则可能在教学环节上出现了欠缺,而有丰富教学经历的管理导师则可能对新兴业务掌握并不丰沛,这也就是当下存在的问题。因此面对这一类人才比较薄弱的情况,将采取有效合理的商业经验迅速地汇总成教学理论传授,就显得十分必要。

2. 由于学院经费限制,直播带货培训没有相应的经费保证

高职院校的资金扶持能力也决定着教学工作开展的结果。很多高职学校,对于一些教学改革项目和教学实验都是有资金大力支持的,直播带货人员的培训,从场所、设施、制定训练课程和外聘请专家等方面都需要学校投入必要的资金保障,使得直播带货人才培养顺利开展。

3. 在学生层次中对直播有爱好的,学生的所在专业比较分散

由于直播带货的主播工种属于新兴职业,因此社会各界对于这一职位的态度褒贬不一。社会普遍观点对这一职业接受程度并不高,学历门槛低、主播专业水平有待提升、直播间货品良莠不齐等看法始终存在。正是如前所说的状况,才成为了学生从事直播带货的最大影响原因。所以,有意成为主播,或者想要得到

相应专业知识训练的学员往往来源于不同的专业,而学生的知识水平和实力也是参差不齐,整体呈现专业分散和技术力量欠缺的现象。这使得学院组织部分学生以“直播兴趣班”的形式予以具体的辅导,而并非从一个学科上整体予以相应的培养。

三、促进高职院校直播电商人才培养的措施

(一) 建立灵活的专业设置制度

为加速推进高职院校培育直播带货人员的步伐,高职院校要准确面对直播营销人员这一新岗位并积极回应社会需要,在专业设置方面要勇于大胆革新,形成更加灵活的专业设置机制,积极引导专业设置人员与市场经济接轨,逐步确立直播营销方向;以主播及销售岗位核心能力为中心,按照 OBE 的教育理念构建直播及带货人才培养方法与课程体系,以保证最后的“产出”为社会所需求的合格人才。同时依据试点结果,各高职院校也可联合面向教育主管部门通过申报并设置直播电商学科,从根本上解决培养直播带货“科班”人员的问题。

(二) 构建直播带货人才的多元化培训体系

直播带货人员的培养完全只靠高职学校自己的教学能力,明显势单力薄。高校应该依靠社会各界的力量,采取多元化合作培养的模式,引入直播经营公司、直播人才培育培训基地和电商直播人才创新培育培训基地等社会资源,以此来克服普通高职学校教师队伍力量相对欠缺的问题。可采取“3+2”的教学模式,即三天在校教学,两天在企业岗位实战,给学习者们创造从理论一实践一理论一实践中不断练习与检验的平台,并通过在真实主播岗位实战中让学生了解自身的缺点,根据自己的缺点加以学习,并在实际工作中加以训练。同时,也要吸纳企业直播精英,以师徒带徒弟的模式带给学员更接“地气”的专业辅导。

(三) 建立主播相关岗位的人才培养方案

培养实施方案是培训人员的纲领性文档,对直播带货人员的培训实施方案应针对学员的自身要求和职业规划,将其分类为创业型网络主播和职业型网络主播,以适应学员不同的个人发展需要。不同类别网络主播的培训需要存在区别,比如,创业类网站主播,除主播需要掌握的专业知识,还需掌握企业运营、直播推广和平台运营等相关专业知识。

参考文献:

- [1] 中国互联网信息中心(CNNIC). 第45次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 北京, 2020.
- [2] 饶志平. 高职院校直播带货人才的培养对策研究产业升级[J]. 九江职业技术学院学报, 2021(3).
- [3] 张航郭, 少聪耿, 宝玥. 电子商务专业建设新风口——直播电商专业课程体系的建设和思考[J]. 商情, 2021(21).
- [4] 王莉薛, 清华. 电子商务直播人才培养策略初探[J]. 职业技术, 2021(6).
- [5] 张珏, 李若峰. 基于协同理论的高职院校电商直播人才培养模式研究[J]. 商场现代化, 2021(20): 3.
- [6] 楼芸. 基于“政校行企”多元协同的直播电商人才培养问题与对策研究[J]. 科教导刊, 2021(19): 4.
- [7] 殷琴. 直播营销模式下高职电子商务专业人才培养的新探索[J]. 营销界, 2020(28): 161-162.

基金项目: 山东省教育科学“十四五”规划课题(2021ZC147); 山东省教育教学研究课题(2020JXY061)。

作者简介: 仇国英(1987-), 东营科技职业学院, 汉族, 青岛胶州人, 讲师。