

技工院校直播电商人才培养模式探究

——以湖南湘江工贸技工学校为例

刘建云

(湖南湘江工贸技工学校 湖南长沙 410100)

摘要: 随着移动互联技术的迅猛发展,网络直播作为一种新的媒介形式,汇集了巨大的移动用户群体,实现了新媒体的狂欢。各大电商平台的参与,加速了客流线上化,电商直播人才需求也迅速猛增,尤其是新冠疫情催生的“宅经济”,直播带货彻底出圈,直播人才也变得异常“抢手”,尤其是高素质直播人才的短缺,催化了部分高校、职校、技校人才培养模式的探究。希望本文的研究能为技工院校电商直播人才培养模式提供一定的参考。

关键词: 直播电商 技工院校 人才培养

中图分类号: G710 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.52.110

一场新冠疫情突如其来,很多实体行业遭遇重创,而直播电商却迅速崛起,火得一塌糊涂。实体行业纷纷加速转型,走到镜头前寻找新机遇,直播电商已成为各行业发展的平台。直播平台赋予的多元化内容,让各行各业有着无限的可能,尤其是直播带货的异军突起,消费市场显示出巨大的潜力和活力,加快了实体向数字化转型的步伐。随着直播电商的火热,网络市场的竞争也日趋白热化,各大主播、直播间不断加码流量的争夺,直播电商也赋予了很多新的形式,有脱颖而出的,譬如东方甄选,定位于文化传播,其主播董宇辉一夜之间火爆出圈,其他主播也是紧随其后,流量瞬间爆棚;也有些直播,因为定位不清,或者定位低俗、主播素质能力有限、运营跟不上等原因,流量逐渐流失,于是,数据造假、内容同质化、品牌商与主播双方博弈、主播频频“翻车”、商品品质参差不齐等问题频频出现。直播工作看似门槛不高,但实际在策划、控场、互动、表达、招商、运营等多个方面都有较高的能力要求,优胜劣汰,历来都是市场规律,这样的直播行业现状,加速了对高素质直播人才的需求,通过专业途径培养出具有良好职业素养的直播从业人员更是迫在眉睫。

一、直播电商人才需求现状

作为数字经济的新业态形式,直播电商俨然已成为最火的赛道之一。直播带货已常态化。“3分钟卖空11万份鲜花饼”“一个多小时卖光13.5万册书”,这样的现象在头部主播的直播间里随时上演,同时在线几十万人,这在以前想不敢想的

现象,今天直播平台比比皆是。在此大环境下,不仅各大网红活跃在直播平台,很多明星也纷纷加入直播的队伍中,譬如刘涛、贾乃亮等;同时为带动企业的发展以及当地经济的发展,很多企业CEO、县长、镇长等均加入直播队伍中。当然,成功的直播绝非靠一个网红、一个明星、一个CEO、一个县长或者一个主播就能实现,而是从选品、宣传、运营、复盘、文案、短视频制作等各个环节都需要相关人员各司其职、完美配合,可以说每一个环节都不可或缺,这也对直播各环节的人才配备提出了更高的要求。

据艾媒咨询数据显示,截至2021年6月,我国网络直播用户规模达6.38亿,与2020年同期相比增长47.2%,预计2022年MCN市场规模达432亿元,到2025年中国直播电商行业的总规模将达到21373亿元,且未来将持续增长。智联招聘数据显示,2021年第三季度直播行业招聘职位数同比增加11.72%,大于全平台岗位增幅的6.82%。据测算,仅淘宝直播一年就带动就业超过173万人,MCN机构负责人都到院校里提前挖人培养。虽然受疫情的影响,这几年被称为真正的“史上最难就业季”,许多毕业生都找不到工作,但据《中国青年报》报道,云南一所中职院校直播专业的优秀毕业生却“一个人可以在好几个企业里挑工作”。可见,直播人才的需求空间还很大。

直播电商在推动消费、促进经济发展中的作用日益凸显,但相关高素质人才的短板亟须补齐,直播电商专业的学生会成为人才市场的“香饽饽”,这是毋庸置疑的事实。

二、直播电商人才培养发展前景

直播市场人才的需求现状已经很明显，所以很多地方将培养和孵化直播人才纳入相关规划。希望通过专业化、系统化的培养，输出高质量的直播人才，助力主播行业健康有序地发展。直播人才培养当然不单单是培养主播，还包括培养策划、文案、运营、产品等全链条的人才，虽然不是每个人都有成为网红的潜质，但每个人都可能在网红产业链上找到适合自己的岗位。教育是解决直播电商人才培养的最优途径，以“硬件+软件+服务”为基础的人才输出模式，打开学校大门，即打开了人才的大门。通过多元化的资源合作和一整套人才培养模式的输出，形成学校、人才以及企业（品牌方）三方的精准联动，共同助推直播电商人才培养转型。

从职业教育的优势来看，对于培养市场紧缺的人才是有优势的。一方面职业教育有科学的培养人才机制，另一方面职业教育有资源和条件培养市场紧缺人才。职业教育已经顶起半边天，理应充分发挥自身的优势，培养离市场最近的人才才是其最大的优势之一。当然，直播人才培养效果如何，这要经过市场检验，在这样的现实背景下，职业教育着手培养直播人才，是意料之中，是值得肯定的。培养离市场最近的人才才是职业教育的责任所在。但职业教育培养直播人才所需要的资源，职能部门应该给予支持，让职业教育放手培养，不过，培养直播人才也是摸着石头过河，并没有相关的经验，正因为如此，更需要职能部门给予支持和监督，根据市场变化随时调整培养方法，使培养出来的人才更适应市场，也更具竞争力。

技工院校的教育职能就是以立德树人为根本，坚持德技兼修，促进全面发展，培养高素质、创新型、复合型的技术技能人才。而直播电商人才的职业需求就是要突出实践性和专业技能，所以，我校作为技工院校，具有得天独厚的培养优势，相信经过专业、系统的研究和培养，我校定会沉淀出符合市场需求的技工院校特色的电商直播人才培养模式，也会为直播市场输送出高质量的直播人才。

三、直播电商人才培养路径

目前，整个教育领域都没有标准化的直播电商人才培养模式，整个市场上的直播人才培养都处于探索和起步阶段，没有可以借鉴的成功经验。可以说，直播人才的培养模式还是要不断探讨、研究、总结、提炼，未来我们会遇到不少的

问题和困难，但我们不怕，兵来将挡、水来土掩，实践出真知。同时为了保证直播电商人才培养的效果，我校拟成立直播名师工作室，专门研究建立一套系统的符合我校实际的直播电商人才培养体系。

（一）打造“一条龙”培养体系

因为直播电商人才培养普遍缺少标准化体系，没有标准化的教材，没有标准化的教学案例，没有标准化的教学资源。例如开设电商或直播专业的学校，用的教材大部分是网上推荐的速成教材，要么知识过于笼统，缺少细节处理，学生只能学会大体的内容，不能对细节的处理做到完美；要么知识过于陈旧，譬如千篇一律的“优惠价格只有多少单，马上下架”“刚才没抢到的扣几，再给大家向厂家申请加多少单”等话术，没什么新意，消费者对这些话术基本已经免疫。对此，我校将采取校企融合、协同育人的培养方式，与校企合作企业合作编制符合我校实际的校本教材，按照直播电商产业链所需要的技能进行体系化教学，开设12—15门直播专业课程，全方位提升学生的综合技能。通过系列培养和持续观察，建立科学的评价体系，让学生找好自己的定位，培养其擅长点，在直播产业链上拥有一席之地。我们会从专业建设、课程体系、实践资源、校企合作等方面打造一套完整的卓有成效的培养体系，并且在产业服务方面也将有所作为，打造“一条龙”的培养体系。

（二）打通课堂与实践，创建嵌入式教学模式

以当前行业热门岗位技能需求为出发点，采用课程和实操相结合的方式，培养学生的岗位技能，形成“课程—实训—实战”的直播人才培养思路。以直播系列课程为主阵地，改变原“讲授型”课堂为“实践探索型”课堂，并与市场需求有效衔接与嵌入，强化学生社会实践能力。譬如：直播电商基础、全媒体运营、直播销售员、互联网营销等课程的开设，我们会重点从实践角度对学生进行培养，注重提升学生的操作技能，培养符合时代发展的应用型的直播人才，让学生多积累实战经验，使其适应直播电商的快速发展，如与企业联合建立校企合作，探究产教融合的育人新模式。我校已开始尝试与多家文化传媒企业签订教学实践基地，为学生搭建更多实践平台，不仅如此，还积极举办直播电商大赛，找出具有直播带货潜力、热爱直播事业的学生，同时组织学生利用寒暑假实践活动开展直播实践调研并开展相关考核，进

行系列的专项实训,以期达到较好的实践效果。

(三) 加快推进课程改革,强化实践技能培养

加快推进课程改革,注重对其营销策划、短视频拍摄制作、运营实施等能力的培养。将电商直播作为专业人才培养的新起点,打造以课程体系的底层变革、专业教材开发和线上互动教学为基础的“三位一体”的培养方式。同时,创新课程教育方式,推动“课堂走进企业”,以业界实践代替课程教学的实践环节,联合多家自媒体平台,探索产教融合的人才培养新模式。将“直播+”人才课程模式融入直播电商专业人才培养,课程设置紧紧围绕传媒策划、思维训练、口语表达、视频剪辑四个方面有序展开。例如为适应电商直播运营要求,增加“演讲与口才”“即兴评述”“视频剪辑”等课程,锻炼学生的口语表达能力;在培养传媒类学生往“直播+真人秀”人才方向发展时,引入“新媒体运营”“新媒体剪辑”等课程。针对直播内容营销的需要,还将设置琴棋书画、插花养生等选修课程,使学生拥有更全面的知识积累。在教学中,教师积极探索新型教学方式,精准对接行业需求,探究有针对性和特色化的培养模式,增加行业电商等相关课程的应用性,注重学生实践能力的提升,培养新型应用型人才。

(四) 开展专业化培养,培养网红产业链上的中高端从业者

直播人才的高质量培养不是一朝之功,高素质的直播人才也不是一夕就能输出,所以,我们将不断探讨建立我校特色的标准化人才培养体系,培养一批直播全链条从业者。从课堂到直播模拟系统,再到直播实战,让每个学生都逐步参与到真正的直播过程中,从中找到适合自己的角色和岗位,发现自己的兴趣,挖掘自己的潜力。在此过程中,针对学生的特点我们会开展有针对性的教学,分层分级,逐步加强学生的擅长点,增强其实力,让其成为真正的符合岗位需求的直播人才。对表现突出的学生,我们会进行重点培养,譬如如果有学生确实有成为“董宇辉”的潜力,我们将对其进行开放式培养,根据其特点、特长,将其培养成“王宇辉”“李宇辉”等等,但绝不是董宇辉的复制。

(五) 建设直播电商人才培养实训设施

为了保证直播人才培养质量,我校已逐步建立相应的实训资源及实训设施,譬如,根据行业标准搭建专业直播间,配备相应的专业设备,可以进行高质量直播运营,组建师生团队承担长沙本土电商直播运营,引进抖音、快手等电商平

台让学生进行直播实战。同时,为了保证直播运营的效果,学校正在逐步完善其他直播实训资源,譬如为了保证宣传效果以及视频剪辑的要求,搭建专业的短视频创作实训室;又以真实工作环境设立直播策划实训室、拍摄一体化实训室等。通过这些实训资源设施的建设,让学生能够身临其境地将知识转化为技能,从模拟直播到实战直播,切实提高人才培养质量,保证高素质直播人才培养的效果和正常输出。

结语

一个专业的建设、一个行业的发展,不能只盯着流量,还是需要不断探索、不断实践、不断总结提炼,从市场中找规律,从实践中找经验。技工院校直播电商人才的培养,既需要建立符合时代潮流的多元化的课程体系,也需要针对市场变化建立切实可行的实践体系,让学生能够实现知识与实践的二合一,让每个学生都能在产业链上找到适合自己的岗位。作为电商行业的新风口,技工院校应不断结合市场需求,调整直播人才培养模式,形成标准化的人才培养体系,适应流量时代需求,通过多种方式,培养符合满足市场需求的高素质的直播人才,实现人才培养与企业岗位需求的无缝对接,助力直播行业的良性、健康、高质量发展。

参考文献

- [1] 江文. 高职院校电商直播发展现状与趋势浅析[J]. 科技与创新, 2022(4): 88.
- [2] 佚名. 2022年中国直播行业发展现状及市场调研分析报告[R]. 艾媒咨询, 2020.
- [3] 裴学亮, 邓辉梅. 基于淘宝直播的电子商务平台直播电商价值共创行为过程研究[J]. 管理学报, 2020(11): 1632-1641, 1696.
- [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): 25-29.
- [5] 管学理. 直播带货工匠型人才培养路径研究[J]. 新闻研究导刊, 2020(12): 7-8.
- [6] 曲霏, 张珏, 李隽波. 协同创新视角下电子商务专业人才培养研究[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(02): 83-84.
- [7] 张君浩. 大众媒介的消极文化倾向与媒介管理[J]. 内蒙古大学学报(人文社会科学版), 2007(02): 114-119.
- [8] 刘涛, 苏凡博, 曾岑. 直播电商人才培养: 传媒教育的机遇与挑战[J]. 青年记者, 2020(30): 94-95.