

网络主播新职业发展报告

中国演出行业协会网络表演（直播）分会 | 快手



目录 CONTENTS

01 网络主播定义 和职业发展脉络 03

- 全国职业主播超1500万人，网络主播为普通人提供规模化的就业机会

02 网络主播 20 年， 继“网”而来，乘“数”而上 07

- 普通人的时代画卷
 - 网络主播的发展历程
 - 网络主播的三个发展阶段
- 

03 网络主播成为就业的新增长渠道 11

- 网络主播职业化

04 网络主播分类 20

- 网络主播点亮演艺梦想，小屏幕成就大舞台
- 网络主播推动非遗传播，让老手艺焕发新生机
- 网络主播带火城市文旅，持续助力地方文旅出圈
- 网络主播推动全民健身热潮，打开群众体育新窗口
- 网络主播拉动消费效应明显，七成以上用户因看短视频/直播购买商品
- 网络主播推进乡村振兴战略走好“最后一公里”，助农主播成为乡村振兴的特色力量
- 网络主播推动招聘行业数字化转型，成为2.5亿蓝领就业的指南针
- 网络主播升级生活服务，服务消费线上化加速
- 网络主播推动泛知识多维发散，推动全民学习热潮
- 网络主播激活产业带发展，传统产业焕发新活力

05 网络主播的政策引领 40

06 专家观点 46

引言 INTRODUCTION



随着数字经济成为我国高质量发展的强劲引擎，无数新的就业机会接连涌现。数字职业正深入千行百业，抵达千家万户。

7月31日，人力资源和社会保障部发布公告，增加包括网络主播、生成式人工智能系统应用员在内的19个新职业，增加直播招聘师、生活服务体验员等29个新工种。自2019年以来，人力资源和社会保障部会同有关部门发布了六批共93个新职业。这些新职业都与新的产业发展和新的就业方向紧密相关，具有明显的时代特点。

持续扩大就业“蓄水池”，拓宽就业岗位和增长点是推动规模化就业的关键。网络主播等新职业，吸纳了不可小觑的就业规模，其价值更体现在进一步丰富了社会就业蓄水池的形态，增强了全社会应对就业压力的弹性。就业蓄水池不单单是“蓄”，同时也有着“调剂”劳动力分配，增强劳动力流动性的重要功能。而就业蓄水池能够有越来越多新职业的支撑，本身也是中国经济活力和社会活力的底盘之一，能为经济社会发展提供更多的可能性。

当越来越多的新职业能够实现个体选择与国家认可的“双向奔赴”，这不仅是利好相关行业的发展，也将整体上增强就业蓄水池的深度与广度，为个人、社会增强抵御风险的能力。

本研究由中国演出行业协会网络表演（直播）分会和快手平台，基于实地调研、问卷调查、座谈访谈和专家咨询等方法，聚焦新职业网络主播的职业特征和发展，以促进高质量充分就业。

中国演出行业协会发布的《中国网络表演（直播与短视频）行业发展报告》显示，截至2024年5月末，我国网络表演（直播）行业主播账号累计开通超1.8亿个（多平台非去重数据）；2023年全年新增开播账号1240.9万个。

《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示，截至2023年12月，职业主播数量已达1508万人。

课题组调研显示，历经20年的发展，网络主播经历了萌芽期的快速发展、成长期的有序发展和稳定期的高质量发展三个阶段，从最初的内容分享到文化、娱乐、体育、泛知识、母婴、美妆、时尚等内容创作，后衍生出直播电商、本地生活、房产、三农、招聘等产业主播，如今，成为全国千千万万的普通人从事的普通职业。

从地域分布来看，网络主播不仅为一、二线城市带来更多的就业机会，也为新一线和三、四、五线城市提供了规模化的就业机会；从收入水平看，八成以上职业网络主播平均月收入在8000元以下；从工作频率和工作时长看，六成以上的职业网络主播每周工作四天以上；从工作意愿来看，近九成职业网络主播愿意长期从事网络主播这一职业。网络主播为越来越多的普通人提供了规模化的就业机会和职业选择，整体呈现出多元化、专业化、垂直化的特征。

随着短视频直播平台与实体经济的不断融合，职业主播的发展空间越来越广阔，他们除了实现个人职业成长价值外，也为各行各业的发展注入了新的活力。

01

网络主播定义 和职业发展脉络

- 全国职业主播超1500万人，网络主播为普通人提供规模化的就业机会



根据人力资源和社会保障部发布的新职业定义,网络主播属于数字职业,职业编码为 4-13-01-10。

定义:基于互联网,以直播、实时交流互动、上传音视频节目等形式发声、出镜,提供网络表演、视听信息服务的人员。

主要工作任务:

1. 进行网络表演、视听需求分析,协助确定直播或拍摄脚本内容;
2. 编写网络表演、视听内容发播稿或直播脚本文案,并进行备稿;
3. 设计基于节目定位、直播主题和主播个人特点的出镜、声音、妆造形象;
4. 制作传播符合社会主义核心价值观的内容,控制网络表演、交流互动、视听节目等制作进程,引导话题方向和内容;
5. 有序组织实施线上互动活动等,管理连麦、弹幕、评论等互动内容,处置同步或异步传播中用户互动突发情况;
6. 参与网络表演、视听内容等传播中的数据统计、分析和优化等。

从网络主播的定义和工作任务可以看出,网络主播的工作贯穿了直播前的需求分析、内容策划、备稿脚本准备,直播中的 IP 形象塑造、价值内容呈现、组织互动活动,直播后的数据统计、分析优化等全链路。

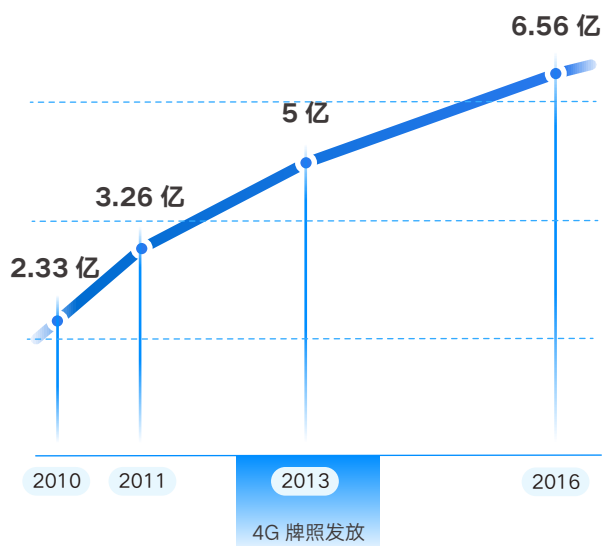
当前,网络主播有一套相对标准化的系统工作流程。在直播前,他们需要深入分析市场需求,明确个人风格定位,并据此进行脚本策划与文案撰写,然后精心设计出镜形象。直播准备是成功吸引观众关注、奠定直播基础的关键所在。在直播过程中,网络主播需与其协同团队密切配合,如技术支持人员确保直播信号的稳定与流畅,社交媒体运营人员需通过多渠道推广,扩大直播曝光度,而网络主播则是直播互动的中心,需具备高度的灵活性与应变能力,迅速捕捉观众的兴趣点,引导话题方向,共同营造既活跃又温馨的交流空间。直播结束后,主播需对直播数据进行全面分析,深入挖掘观众反馈,不断迭代优化直播内容与形式,紧跟市场脉搏,满足观众日益增长的期待。

随着网络主播正式成为国家新职业,网络主播也将可以享受国家职业技能培训补贴和职业技能鉴定补贴等有关政策待遇,以及高技能人才与专业技术人才职业发展相关政策。

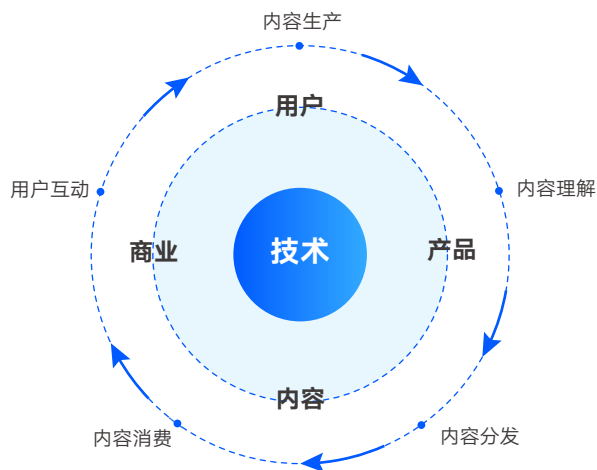
全国职业主播超1500万人， 网络主播为普通人提供规模化的就业机会

《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示，截至 2023 年 12 月，职业主播数量已达 1508 万人。网络主播为越来越多的普通人提供了规模化的就业机会和职业选择。规模化的从业者体量、可观的市场规模，也推动网络主播成为数字经济新质生产力的重要力量。与此同时，直播行业对人才的需求也在快速增长。据公开报道数据显示，预计到 2025 年我国直播行业的人才缺口为 1941.5 万人。

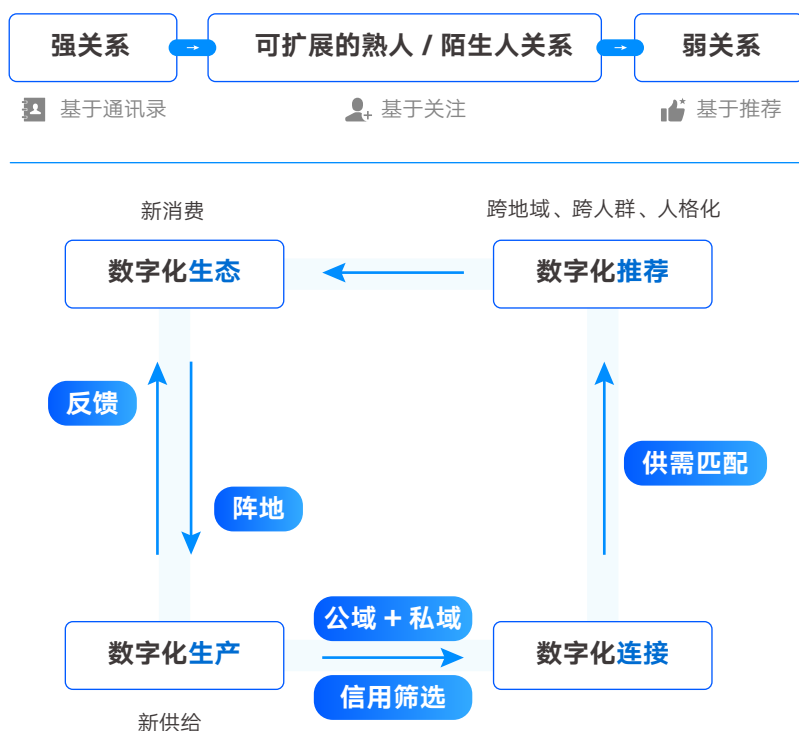
网络主播的快速发展，得益于国家网络基础设施建设的推进，为数字经济发展提供了肥沃“土壤”。2013年12月4日，中华人民共和国工业和信息化部正式向三大运营商发布4G（第四代移动通信技术）牌照，标志着中国移动互联网正式迈入4G高速时代。一方面，智能手机大规模在市场上出现，普通老百姓有了智能手机；另一方面，以快手为代表的短视频直播平台通过AI技术驱动，建立了从用户的内容生产、内容理解、内容分发、内容消费、用户互动的全链路，给普通人提供一个可以记录和分享自己生活的方式。



数据来源：中国互联网络信息中心



2013 年至 2018 年，网络主播实现跨越式发展，越来越多的人共享数字技术发展成果，直播 + 千行百业、千行百业 + 直播，让生活与生意无界连接，新业态、新模式不断涌现。数字化就业、数字商业生态、数字产业生态形成良性循环，推动数字经济的全面发展。



在数字技术的支持下，越来越多的普通人加入网络主播的行列，助力各行各业焕发新的生命力。据中国人民大学中国就业与民生研究院测算，以快手平台为例，截至 2023 年底，平台共带动 4022 万个就业机会，短视频直播就业呈现出数字职业化、直播产业化、从业大众化和就业规模化四个特点。数字技术正在公平地惠及各行各业与每一个人，助力每一个普通人有所作为。据人社部中国人事科学研究院统计，快手平台为超 7 成之前无正式全职工作的用户创造了新机遇，很多来自三四五线和新一线城市。

如今，一个人、一部手机，呈现出一幅幅具有活力的新就业图景。他们热爱生活，充满普通人肆意的生命力，让平凡的生活不再平凡；他们活跃到田间地头，让数字技术成为新农具，筑就起农产品的高速公路；他们深入产业带，为各行各业注入新活力，让数字经济与实体经济连接。

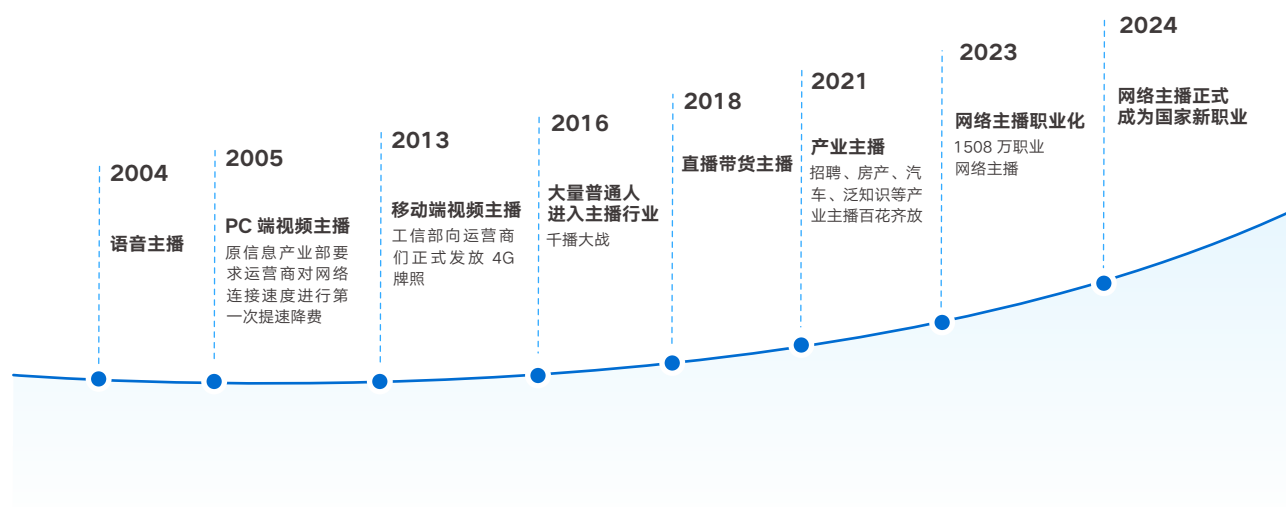
02

网络主播 20 年， 继“网”而来，乘“数”而上

- 普通人的时代画卷
- 网络主播的发展历程
- 网络主播的三个发展阶段



普通人的时代画卷



网络主播的发展历程

2004 年，语音主播开始出现，主要为专业的游戏主播；

2005 年，原信息产业部要求运营商对网络连接速度进行第一次提速降费，这意味更多的用户有了通往网络世界的高速高速公路。这一年，国内互联网行业快速成长，视频网站开启流量大战。专注于陌生人视频社交的 9158 异军突起，从网络视频聊天室逐步发展为秀场网络表演直播；

2013 年 12 月，工信部向运营商们正式发放 4G 牌照，给短视频和直播的发展提供了基础设施。这一年，快手推出短视频社交平台，给普通人提供一个可以记录自己生活的方式；

2016 年，斗鱼、虎牙、花椒 短短一年内，上千家直播平台涌现出来，吸引了超过 3.5 亿的用户，业内称之为“千播时代”，也被称为直播行业的“大浪淘沙”，经历了“千播大战”，整个直播产业的格局也逐渐清晰。2016 年，快手平台推出直播功能作为平台的自然延伸，

更多普通人加入移动互联网用户大军，成为网络主播；



（快手主播：迷藏卓玛）

2018 年，直播电商主播兴起，直播行业开始爆发出难以想象的带货力；

2021 年，“直播+”渐有变成一种基础性的功能或服务的趋势，招聘主播、房产主播、汽车主播、泛知识主播、探店主播、户外主播……“直播+”各行各业的网络主播呈现百花齐放；

2023 年 12 月，网络主播呈现职业化，有 1508 万人把直播当成主业。（《中国网络视听发展研究报告（2024）》）；

2024 年 7 月 31 日，人力资源和社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局正式增设网络主播为国家新职业。

网络主播的三个发展阶段

网络主播1.0 (2004年-2013年)：PC端的主播

网络主播诞生于 PC 时代，依托于特定领域进行内容生产，处于早期的探索阶段。

网络主播2.0 (2013年-2018年)：手机里的主播

得益于移动互联网的发展，手机直播正式诞生。这个阶段网络主播是去中心化的状态，每个人都能创造出属于自己的独特内容，每个人都可以是网络主播。

网络主播3.0 (2018年至今)：直播+各行各业

随着直播技术的应用逐渐加深，渐有变成一种基础性的功能或服务的趋势。直播电商主播、招聘主播、房产主播、汽车主播、泛知识主播、探店主播、户外主播 “直播 +”时代的网络主播呈现百花齐放。

03

网络主播成为 就业的新增长渠道

- 网络主播职业化



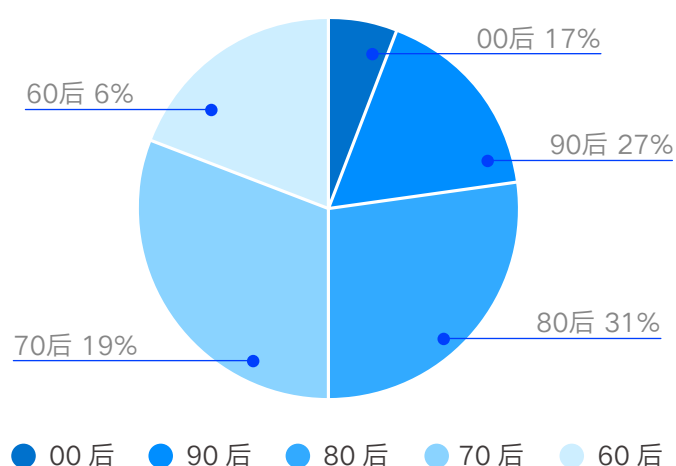
我国数字经济的蓬勃发展不仅推动了新职业的开发，发掘出新的就业增长点，还帮助劳动者提升工作技能，促进人才队伍高质量发展，为新产业、新业态、新模式的发展壮大提供支撑。基于数字经济而生的网络直播开辟了一个全新的赛道，网络直播以其独具的实时性、互动性和广泛连接性改变着多个行业的业态，为稳就业、惠民生提供更多助力，为经济社会高质量发展注入更多新动能。

本次调研课题组面向有固定开播频率、有固定收入、有一定粉丝积累的网络主播发放超 10 万份调研问卷，最终回收有效问卷超过 1 万份。通过数据分析、实地调研、座谈访谈和专家咨询的方式，深入研究网络主播的职业特征和职业发展。

课题组调研显示，网络主播成为吸纳规模化就业的重要渠道，不仅为一、二线城市带来更多的就业机会，也为新一线和三、四、五线城市提供了规模化的就业机会。调研数据显示，六成以上的职业网络主播每周工作四天以上，八成以上职业网络主播平均月收入在 8000 元以下，近九成职业网络主播愿意长期从事网络主播这一职业。

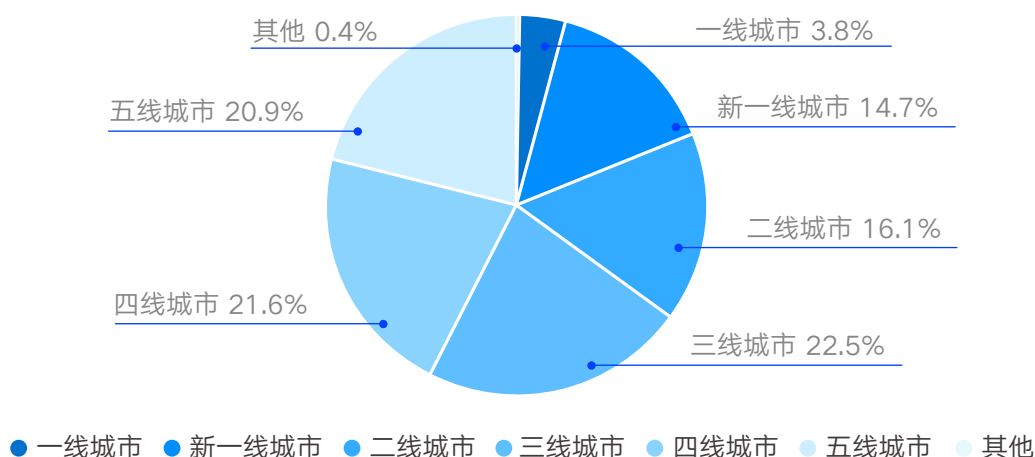
职业网络主播年龄分布：80 后、90 后成为网络主播的从业主力军。其中，80 后占比 31%，90 后占比 27%，70 后占比 19%，00 后占比 17%，60 后占比 6%。

职业网络主播年龄分布



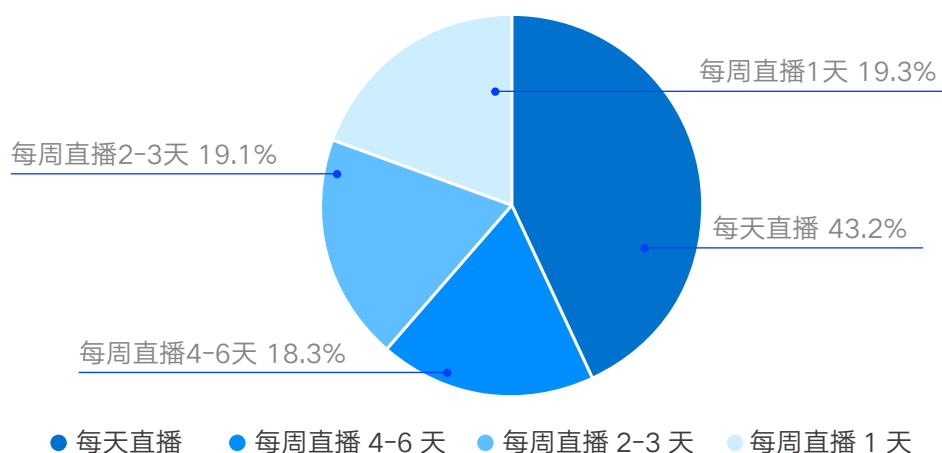
职业网络主播地域分布：网络主播成为大众化的职业，不仅为一、二线城市带来规模化的就业机会，也为新一线和三、四、五线城市带来普惠的就业机会。其中，一线城市占比 3.80%，新一线城市占比 14.70%，二线城市占比 16.10%，三线城市占比 22.50%，四线城市占比 21.60%，五线城市占比 20.90%，其他占比 0.40%。

职业网络主播地域分布



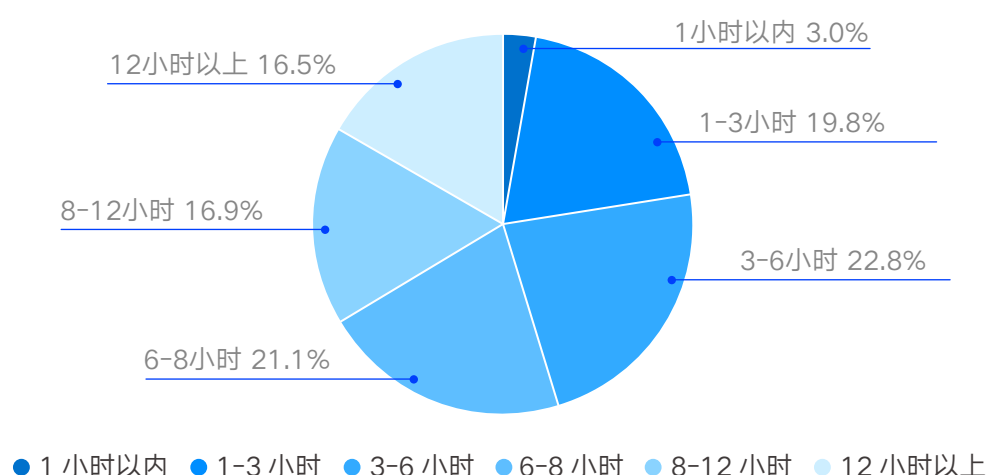
职业网络主播的开播频率：职业网络主播每天直播占比43.2%，每周直播4-6天占比18.3%，每周直播2-3天占比19.1%，每周直播1天占比19.3%。

职业网络主播的开播频率



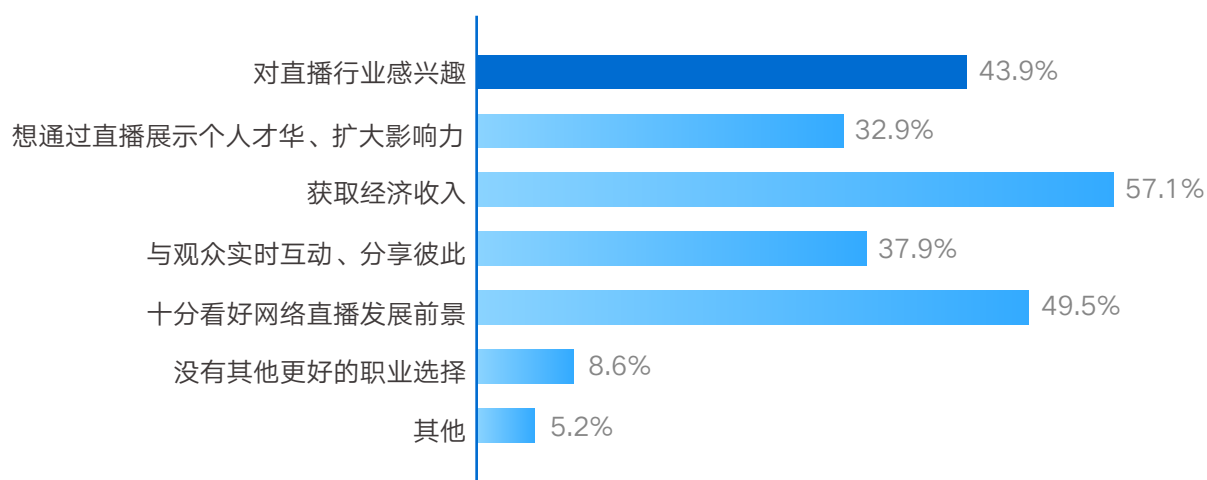
每日开播的职业网络主播的工作时长：每日开播的职业网络主播平均每天工作时长 3-6 小时占比 22.8%，6-8 小时占比 21.1%，1-3 小时占比 19.8%，8-12 小时占比 16.9%，12 小时以上占比 16.5%，1 小时以内占比 3%。

每日开播的职业网络主播的工作时长



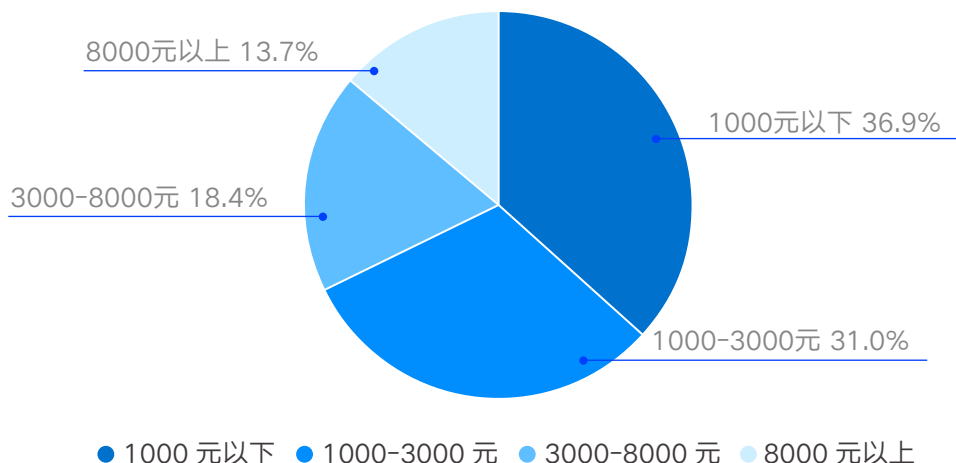
选择当职业网络主播的原因：获得经济收入成为大家选择当网络主播的主要原因。其中，获得经济收入、看好网络直播发展前景、对直播行业感兴趣成为大家选择当网络主播前三位的选择。

选择当职业网络主播的原因



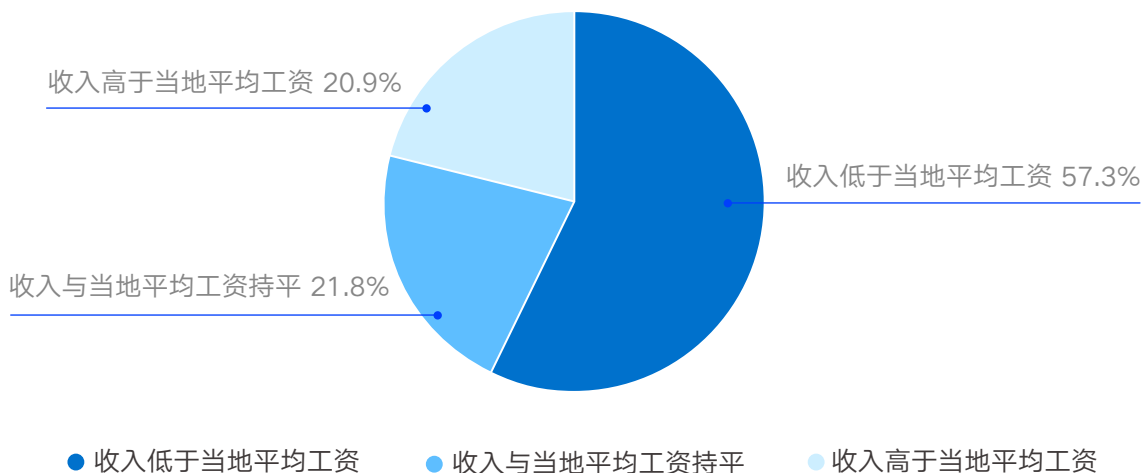
职业网络主播的平均月收入：在填写调查问卷的主播中，八成以上职业网络主播平均月收入在 8000 元以下。其中，1000 元以下占比 36.90%，1000 元 -3000 元占比 31.0%，3000 元 -8000 元占比 18.4%，8000 元以上占比 13.7%。

职业网络主播的平均月收入



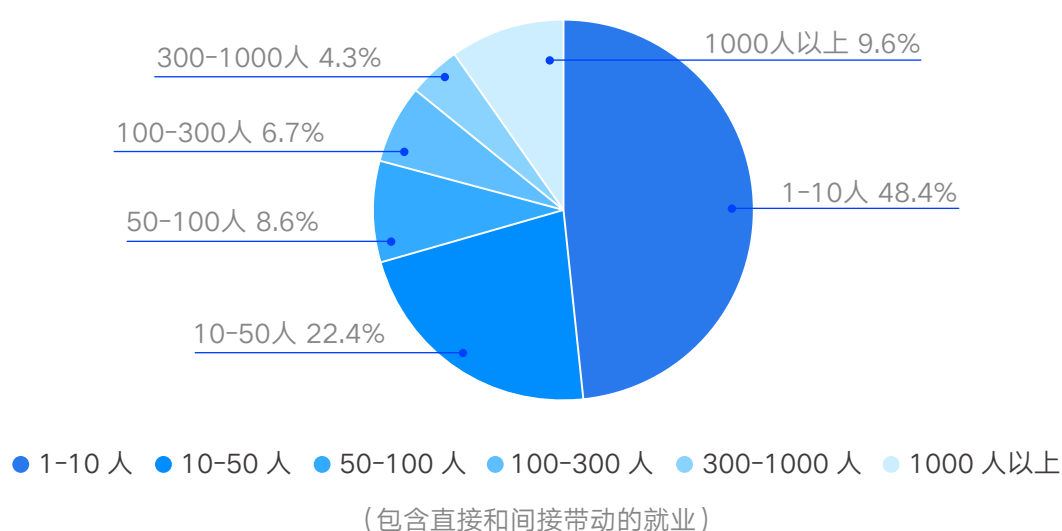
职业网络主播的收入较当地平均工资水平对比情况：在填写调查问卷的主播中，收入低于当地平均工资的占比 57.3%，收入与当地平均工资持平的占比 21.8%，收入高于当地平均工资的占比 20.9%。

职业网络主播的收入较当地平均工资水平对比情况



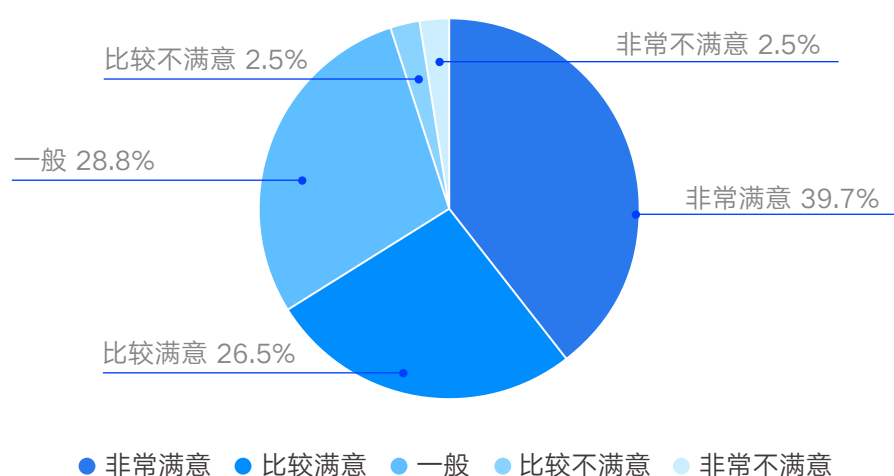
职业网络主播就业带动情况：48.4% 职业网络主播带动 1-10 人就业，22.4% 职业网络主播带动 10-50 人就业，8.6% 职业网络主播带动 50-100 人就业，6.7% 职业网络主播带动 100-300 人就业，4.3% 职业网络主播带动 300-1000 人就业，9.6% 职业网络主播带动 1000 人以上就业。

职业网络主播就业带动情况



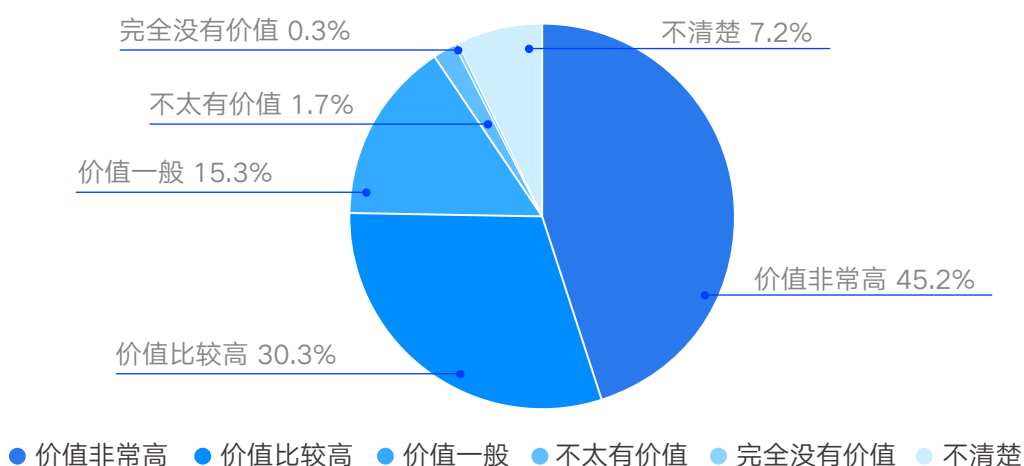
职业网络主播的从业满意度调查：近七成职业网络主播对从业满意度较高。其中 39.7% 非常满意，26.5% 比较满意，28.8% 一般，2.5% 比较不满意，2.5% 非常不满意。

职业网络主播的从业满意度调查



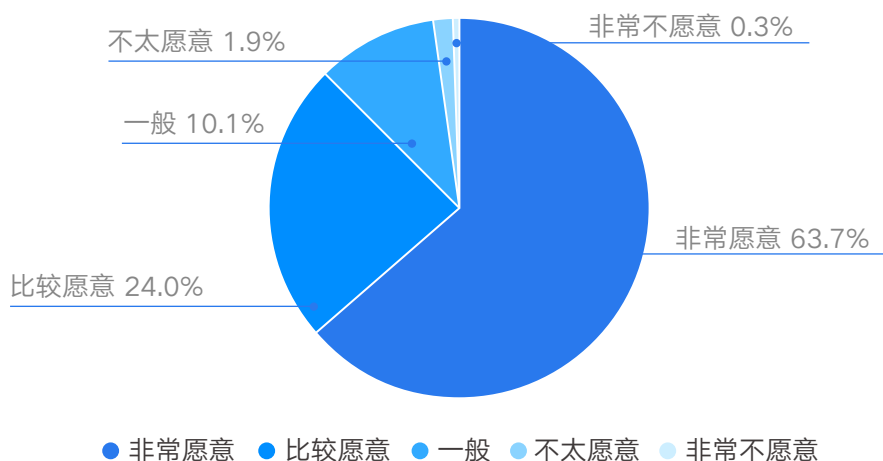
职业网络主播对社会就业发展的整体价值：近八成受访者认为网络主播的职业认定会带动直播行业和上下游产业链的就业,对社会就业发展产生带动价值。其中,45.2%认为价值非常高,30.3%认为价值比较高,15.3%认为价值一般,1.7%认为不太有价值,7.2%认为不清楚带动就业情况,0.3%认为没有价值。

职业网络主播对社会就业发展的整体价值

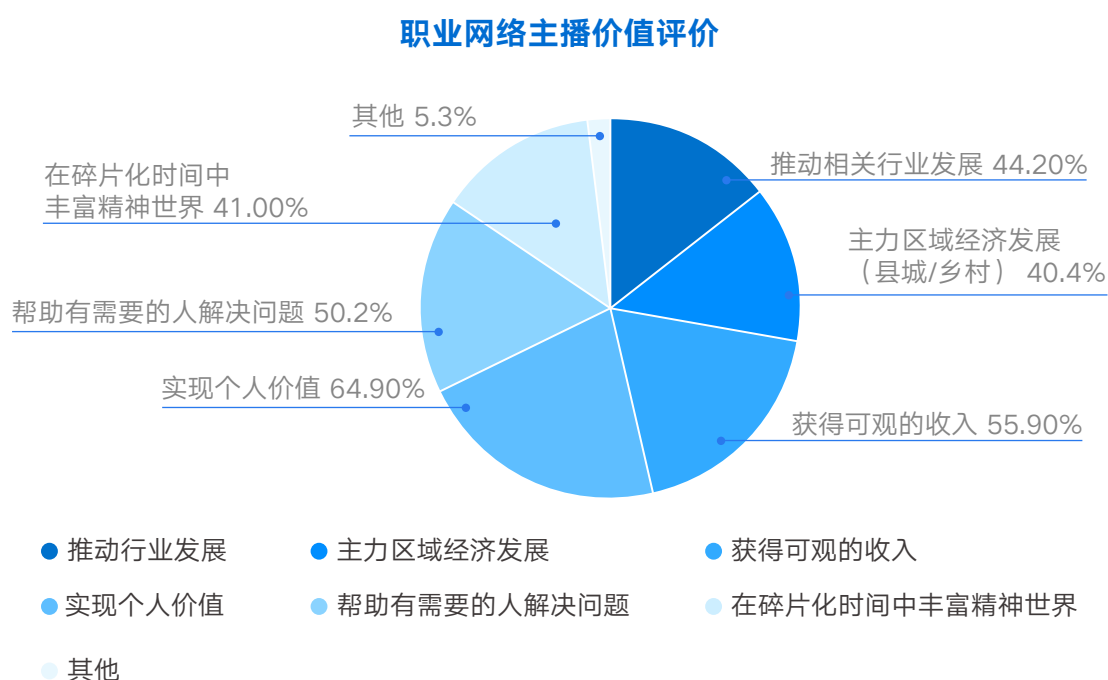


职业网络主播长期从业意愿度：近九成职业网络主播愿意长期从事网络主播这一职业。其中,非常愿意占比63.7%,比较愿意占比24.0%,一般占比10.1%,不太愿意占比1.9%,非常不愿意占比0.3%。

职业网络主播长期从业意愿度

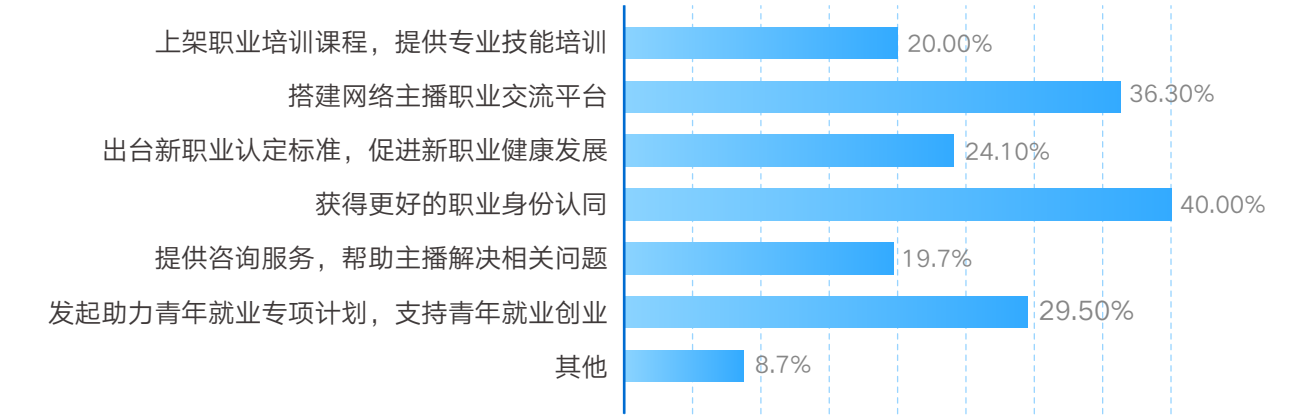


职业网络主播价值评价：职业网络主播认为网络主播的职业价值主要是实现个人价值、获得可观的收入和帮助有需要的人解决问题。其中，实现个人价值占比 64.9%，获得可观的收入占比 55.9%，帮助有需要的人解决问题占比 50.2%，推动相关行业发展占比 44.2%，在碎片化时间中丰富精神世界占比 41.0%，助力区域经济发展（县域 / 乡村）占比 40.4%，其他占比 5.3%。



职业网络主播需要各方提供的服务支持：职业网络主播更需要得到的服务支持为获得更好的身份认同、搭建职业交流平台、发起助力青年就业专项计划。其中，获得更好的职业身份认同占比 40.0%，搭建网络主播职业交流平台占比 36.3%，发起助力青年就业专项计划，支持青年就业创业占比 29.5%，出台新职业认定标准，促进新职业健康发展占比 24.1%，上架职业培训课程，提供专业技能培训占比 20.0%，提供咨询服务，帮助主播解决相关问题占比 19.7%，其他占比 8.7%。

职业网络主播需要各方提供哪些服务支持



对应网络主播的职业教育专业

所属专业 大类（代码）	所属专业类 （代码）	专业代码 和专业名称	学历等级	对应职业名称	职业证书
33 财经商贸大类	3307 电子商务类	330703 全媒体电商运营	本科	全媒体运营师	岗位合格证书 职业技能等级证书
36 新闻传播大类	3602 广播影视类	360205 全媒体新闻采编与制作	本科	全媒体运营师	岗位合格证书 职业技能等级证书
56 新闻传播大类	5602 广播影视类	560216 全媒体广告策划与营销	专科	全媒体运营师	岗位合格证书 职业技能等级证书
56 新闻传播大类	5602 广播影视类	560214 网络直播与运营	专科	全媒体运营师	岗位合格证书 职业技能等级证书
				网络主播	岗位合格证书
53 财经商贸大类	5307 电子商务类	530704 网络营销与直播电商	专科	全媒体运营师	岗位合格证书 职业技能等级证书
				网络主播	岗位合格证书
				互联网运营师	职业技能等级证书
73 财经商贸大类	7307 电子商务类	730705 直播电商服务	中专	全媒体运营师	岗位合格证书 职业技能等级证书
				网络主播	岗位合格证书
				互联网运营师	职业技能等级证书

04

网络主播分类



网络主播这个职业从诞生到现在已经发展了 20 年，从最初的内容分享到文化、娱乐、体育、游戏、知识、母婴、美妆、时尚等垂类主播，到电商、本地生活、房产、三农、招聘等行业及产业主播，网络主播的发展路径越来越多元化、专业化、垂直化。



图：网络主播职业图景

领域分类	主播类别	主播名称
网络表演	网络表演主播	舞蹈主播、音乐主播、游戏主播
电商	直播电商主播	生鲜食品主播、消电家居主播、美妆主播等
三农	助农主播	农技主播、农产品带货主播、乡村田园主播
生活服务	生活服务体验员	探店达人、美食主播
招聘	直播招聘师	直播招聘主播、探厂主播
知识分享	知识分享主播	科学主播、文化主播、历史主播、生活技巧主播、教育培训主播
泛时尚	泛时尚主播	时尚主播、美妆主播、穿搭主题
体育	体育主播	健身主播、村 BA 记录者
房产家居	房产家居主播	房产主播、家居主播、装修主播
旅游	旅游主播	城市旅游主播、户外旅游主播、旅游知识产品主播
汽车	汽车主播	汽车知识分享、汽车经纪主播
房产	房产主播	房产知识分享、房产经纪主播
.....		

随着我国网络技术的发展，短视频和直播平台作为普通人数字生活和工作的入口，在促进就业、引领数字经济发展、加速文化艺传播、扩大网络文艺生态、繁荣本地生活等多方面做出应有的贡献。一个个热火朝天的直播间，不仅见证着传统行业迈向数字化转型的历程，更是数字平台催生的新职业价值延伸到更多领域、服务于新产业的真实写照。

产业价值：网络主播是数字经济新质生产力的重要力量

○ 网络主播点亮演艺梦想， 小屏幕成就大舞台

直播平台通过建构“直播+”的新传播生态和商业模式，开辟了线上演出和文化遗产的新路径，为演艺人员提供了新舞台。直播间已然成为越来越多的文艺工作者进行才艺展示和线上演出的重要舞台，其中不仅有大量的民间艺人、演艺爱好者，还包括了众多艺术家、专业演员和文艺表演团体。

越来越多才艺主播和相关机构等在平台蓬勃发展，让传统文化艺术焕发全新的生命力，让民间文化登上大众舞台，让越来越多演艺从业者拥有了更广阔的舞台和向上的发展空间。

👤 琵琶叠叠：小众赛道里遇到“更大的舞台”

毕业于音乐院校的“琵琶叠叠”，自小对于琵琶有着浓厚的兴趣，然而由于琵琶这类乐器偏小众，在接触快手之前，她始终没有找到合适的定位。直到朋友推荐，琵琶叠叠开始尝试在快手直播弹琴，出乎意料的是，她在没有任何流量加持的情况下，首次直播便涨粉超过5千。随着获得越来越多人的喜爱和关注，琵琶叠叠也找到了自己人生的努力方向，她希望能够一直在快手将传统乐器之美分享给更多人。



图：网络主播“琵琶叠叠”

来自四川的彝族少年乐队“拾光者计划”通过直播带领彝歌走出大凉山，研究生就读于中国音乐学院美声专业的音乐主播“大师姐”通过直播追逐音乐梦想……越来越多年轻人在直播平台找到就业方向的同时，人生价值得到了升华。

此外，国家大剧院、北京演艺集团、中国交响乐团、北京交响乐团、北京京剧院等文艺院团均与直播平台达成深度合作，共同打造文艺演出直播新生态。



图：“拾光者计划”乐队在唱彝族民歌

除了专业的演艺从业者，越来越多的普通人在短视频直播平台成就职业梦想。

刀妹和她的起舞人生

“00 后”的四川女孩张敏（网名：刀妹）11 岁时被确诊为系统性红斑狼疮，长年服用激素导致刀妹的体型变胖，少时的梦想，也在变胖的人生中远去。但是她从未放弃自己对舞蹈的热爱，经常在快手平台分享舞蹈视频和生活动态。2021 年 6 月，刀妹穿上古装，跳了一曲“霍元甲”。视频很快有一千多万的播放，自信的网友纷纷点赞。之后，她又尝试唐舞“丽人行”。陋室里，一个圆润的姑娘，身着唐装起舞，一招一式，流畅美好。刀妹的这段舞，到目前在快手有 2600 多万的播放。她的粉丝也到了 85 万多。



图：网络主播“胖刀刀妹要快乐”在直播间跳舞

○ 网络主播推动非遗传播， 让老手艺焕发新生机

在短视频和直播平台上，众多网络主播用炭花舞、独竹漂、打铁花等非遗技艺，向世界展示中华民族的创造力。短视频直播平台既为非遗技艺的传播提供了肥沃的土壤，也在不断激活传统文化蕴含的创新创造基因。

《2024 快手非遗生态报告》显示，2023 年，快手非遗相关视频播放量同比增长 40%，超过 1100 万位非遗万粉创作者在快手传承非遗，快手非遗深度兴趣用户数量也在 2023 年 12 月超过 9500 万。在快手非遗生态，各类国家级非遗项目被记录、被传承。其中传统戏剧类项目覆盖率达 97.4%，传统曲艺类项目覆盖率达 93.1%。

黄河泥变“金疙瘩”，“中国泥塑第一村”焕新颜

在河南省鹤壁市浚县伾山街道西杨坨屯村，绝大多数村民都会捏泥咕咕。古黄河曾流经西杨坨屯村，厚厚的泥沙在古道上沉积下来，泥咕咕便是由黄河沉积泥制成，是一种具有地方特色的民间工艺美术品。

2006年5月20日，第一批国家级非物质文化遗产名录公布，泥咕咕位列其中。泥咕咕的制作，距今已有2000多年历史。

上世纪90年代开始，西杨坨屯村很多村民加入“打工大军”，坚持做泥咕咕的，只剩老人和妇女。1989年出生的朱付军，也曾是“打工大军”中的一员。2017年，他腿部意外骨折，回到西杨坨屯村发展。他翻看手机的时候，一则新闻吸引了他：快手与鹤壁市就非物质文化遗产的传承和保护达成战略合作。

直播平台要助力非遗的传承与发展，泥咕咕就是非遗，为何不把泥咕咕搬到平台上去呢？心中有了想法的朱付军说干就干。2018年9月，他在快手上发布了第一条视频作品“泥塑拖拉机”，这一条视频播放量达到了千万。20多天里，他涨粉数十万。2018年11月，他第一次带货直播，不到两分钟，村里艺人制作的200多件泥咕咕销售一空。第一个作品，第一次直播，这两次经历让朱付军深受震撼，他从此笃定短视频直播平台成就了非遗的另一番事业。



图：非遗主播“泥巴哥”正在快手直播介绍泥咕咕

6年下来，“泥巴哥”朱付军在快手平台上发布了1000多个视频，粉丝已超613万，累计帮助130多名艺人销售泥咕咕。

如今，越来越多的年轻人回村从事泥咕咕产业，“中国泥塑第一村”正在焕新颜。红砖盖的

平房没了，一栋栋楼房矗立起来；晴天一身灰雨天一身泥的土路没了，取而代之双向四车道的公路；留在村里发展的年轻人越来越多，外出打工的人陆陆续续回村了。

在短视频和直播平台的推动下，西杨坨屯村黄金泥现在成了“金疙瘩”。

90后传统文化主播，让戏曲焕发新活力

90后传统文化主播果小菁用她的热情和才华，让戏曲这一传统艺术形式焕发出了新的活力。专业京剧演员出身的她依靠20年的苦练也未曾在线下舞台换来满意的上座率，如今在快手，她找到了新的舞台，凭借着精湛的演技和独特的表演风格，吸引了超过347万的戏迷，其中不乏原本对戏曲并不了解的年轻人。果小菁用自己的方式，让戏曲这个小圈子走出了传统的框架，获得了更广泛的关注和喜爱。



图：传统文化主播果小菁在短视频直播平台表演戏曲

○ 网络主播带火城市文旅，持续助力地方文旅出圈

从“冰天雪地也是金山银山”的哈尔滨，到“一碗麻辣烫带火一座城”的甘肃天水；从“小城大流量”的贵州榕江，到“如画诗，醉美康巴”的四川甘孜……近年来，不少城市依靠各自特色资源通过短视频直播平台火爆“出圈”。

2023 年 5 月 19 日，快手发起“每座城都有一手”百城联动文旅项目，携手全国百家头部媒体和地方文旅，以百亿流量扶持区域文旅内容，以一个区域热点带火一座城，让每座城都能在快手展现出自己独一无二的城市名片。

持续发掘烟火小城的魅力，短视频成助推城市文旅发展的重要力量

前有“进淄赶考”，后有“勇闯尔滨”，在年轻人的带动下，一座座烟火小城相继“霸榜”快手热搜。作为十三朝古都，洛阳有着深厚的历史文化底蕴，每年 4-5 月的中国洛阳牡丹文化节更是入选国家级非物质文化遗产。



快手平台借牡丹节这一国民热点，发起“我的家乡很好玩洛阳站”活动，依托洛邑古城、九州池等热门打卡点，通过牡丹花神短视频征稿、线下集市、国风音乐会等创意活动，连接洛阳与年轻群体，掀起一场洛阳与全民共享的沉浸式体验，打造城市立体传播新范式。

当导游成为网络主播，万千风景被推荐

周天送是一名旅游主播，网名“张家界旅游接待周导”。做过多年的导游的他在快手上拍摄视频介绍张家界的自然风光，冬天的雪景、树上结的冰、清晨的云遮雾罩，大家非常喜欢，吸引了超过 300 万的用户关注。多年下来，他开通了近 3000 场直播，作品累计近 7000 条，获赞

通过短视频直播平台，周天送带大家云游张家界、分享自己的农村的生活以及带货当地农特产品，每场直播的观看人数基本都在 5 万人以上，累计观看超亿人次。如今，有越来越多像周天送一样的旅游主播，通过直播推介张家界的美景，让很多网友选择将张家界作为旅游目的地，从而带动了张家界旅游的热度，为宣传湖南文旅和乡村振兴做出了积极贡献。



图：张家界导游周天送带网友云游张家界

○ 网络主播推动全民健身热潮，打开群众体育新窗口

从“村 BA”到“村超”，再到“快手村奥会”，这些群众体育赛事不仅丰富了体育内容生态，为草根运动员提供了展示自我、实现梦想的舞台，更是中国体育事业国际化、多元化发展的生动实践。网络主播通过短视频直播平台，让体育与艺术、生活紧密相连，让每一个参与者都能在其中找到属于自己的快乐与激情。

👤 小“村赛”打开乡村振兴新引擎

2023 年 3 月，贵州「美丽乡村·村 BA」在快手掀起乡村篮球风暴，多家媒体实时直播在快手产生超过 1 亿次观看，相关话题也长期霸占快手热榜第一。这种充满活力、健康向上的乡村文化，在短视频与直播的加持下，也打通了一条文旅融合、以体带产的乡村振兴之路。



图：小寨村村BA现场

1993年3月3日，矣进宏出生在云南玉溪易门县铜厂乡西山村的一个彝族家庭。从小生活在大山里，直到小学三年级，矣进宏才第一次看到篮球赛。初中时，矣进宏来到了乡里的铜厂中学。“在学校小卖部电视里看到了NBA，”他说，那是2008年，科比、姚明同场竞技，他和同学们都爱看。不过最让他震撼的是扣篮。第一次看到迈克尔·乔丹扣篮画面，经典的罚球线起跳飞扣篮筐，矣进宏觉得很酷。“我也要扣篮！”他暗下决心。

2017年，矣进宏在快手开通了账号，记录自己的日常生活。意料之外的是，扣篮视频突然火了，罚球线一步起跳扣篮的视频，使得矣进宏粉丝量增加几十万，播放量过亿，甚至传到了国外。从此，“云南滑翔机”矣进宏成为球迷眼中的民间扣篮大神。

2023年，矣进宏作为嘉宾亮相“快手村BA”贵州站决赛赛场，在球迷欢呼声中完成了高能扣篮表演，也将村BA决赛现场气氛带向高潮。与他同场竞技表演扣篮有一位小伙子，名叫刘安鑫，是来自贵阳的知名“扣将”。见到传说中的“宏哥”，刘安鑫很兴奋。刘安鑫与矣进宏有着类似的经历，刘安鑫同样热爱篮球，擅长扣篮，快手账号也有众多粉丝儿。

如今，越来越多的“矣进宏和刘安鑫们”成为群众体育的网络主播，成就自己梦想的同时，也推动群众体育的发展。

快手“村奥会”推动全民运动热潮 全新村赛形式释放体育热爱

2024年7月，“快手村奥会”成为继村BA、村超之后的又一个火爆全网的群众体育赛事，迅速点燃群众体育激情。

为了让更多人参与到这场全民体育盛宴中，“快手村奥会”在赛事上，涵盖足球、篮球、乒乓球、田径四大传统竞技项目，以及高脚竞速、押加、旱地龙舟等特色民俗比赛；在嘉宾上，集结多位文体明星嘉宾，为网友们呈现一场有烟火气的体育与文化盛宴。



图：快手村奥会现场

火热的体育文化氛围燃爆线下线上，据统计，快手村奥会线下吸引了超 13.5 万人次到场观看，快手村奥会线上赛事相关直播总观看人次超 5 亿，相关话题视频播放量达 54 亿，带动群众体育的魅力进一步诠释和传递。

○ 网络主播拉动消费效应明显， 七成以上用户因看短视频/直播购买商品

71.2% 的用户因观看短视频 / 直播购买过商品，40.3% 的用户认同“短视频 / 直播已成为我的主要消费渠道”。（数据来源：《中国网络视听发展研究报告（2024）》）



👤 毕姐：遥不可及的梦也可以变得触手可及

每晚七点，毕姐会准时出现在快手直播间里，一晚上播 5 个小时，换三四十套衣服，卖五十多款货品，不论是介绍衣服材质，还是展示上身效果，毕姐都是一副精力充沛的样子。

在接触电商之前，毕姐和老公王陈在广州干了四五年档口。十几年前，毕姐老公王陈从四川老家来广州做生意，当时买不着票，王陈站了 20 多个小时。

一起创业的这十年，毕姐和王陈一路走来，两个人从档口做起，到有了自己的服装厂，再到有了自己的化妆品厂……从分销带货做起，到拥有自己的品牌。到了今天，毕姐在快手收获了 2000 多万粉丝。



图：电商主播毕姐正在直播间直播带货

“我们快手店铺订单量超过 1.2 亿，可以绕地球好几圈，1.2 亿的背后关联着上千家品牌方合作、几千万件服装和上万人的就业。”毕星集团董事长王陈介绍，直播间成为区域经济新的增长引擎。

直播电商新职业吸引越来越多的年轻人一展身手，一批又一批普通人在直播间成长蜕变，向着自己的职业理想努力前进。

○ 网络主播推进乡村振兴战略走好“最后一公里”，助农主播成为乡村振兴的特色力量

随着短视频直播平台的发展，直播电商成为推动农产品上行的重要抓手。从短视频行业起步之初，乡村中就有一些嗅觉灵敏、敢于尝试新鲜事物的青年们，他们用短视频的形式记

录自己的生活；2016年，直播功能为乡村用户带来了更强的互动体验和更深的连接；2018年，直播电商的出现打通了直播售卖农产品的全链路；2023年，超过13.6亿农产品订单经由快手发往全国各地，直播间为农产品打开新销路；2024年中央一号文件首次提出实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，鼓励各地因地制宜大力发展特色产业，支持打造乡土特色品牌。

返乡大学生晏林英通过直播间将家乡的紫皮独头蒜卖出知名度

在云南省大理白族自治州宾川县，紫皮独头蒜是当地特产，营养价值高、剥皮方便，但因知名度不高而“卖不出去、卖不上价”。97年的宾川姑娘晏林英大学毕业后返乡，开始研究如何将紫皮独头蒜卖出去。

“我们拍摄一些短视频在快手上分享，让更多人有一个认识、了解到下单、复购的过程。”晏林英介绍，2023年，公司的整体销售做到了将近1亿元，电商销售额占比达到70%。



图：助农产业型主播晏林英正在推荐紫皮独头蒜

一头头紫皮独头蒜通过直播间走向全国各地的餐桌，也带动整个产业链的发展。

北京大学社会学系教授、北京大学城乡发展研究中心主任卢晖临：通过助农产业型主播，

带动地方农业农村产业的青年回到乡村去，和家乡的一方水土联系起来，短视频直播平台带动的上千万就业的意义就不寻常。它有可能会让将近两百年现代化过程中的乡土侵蚀潮流得到扭转，使得我们有文化、有技术、有知识、有视野的青年人回到县域、回到乡土区域来发展自己，带动周边的农民发展，也使得流失的水土逐渐走向乡土复原。

乡村是一幅美丽的画卷

丽江市永胜县程海镇，这座静谧的小镇，虽然有美丽的风景，但是因为青壮年流失变成一座被遗忘的孤岛，只剩下空巢老人和留守儿童。

刘小备回家后看着被暮色笼罩的村落，想为家乡做点什么，“云南就是一幅美丽的画，有湛蓝的天、干净的云、青翠的山。”刘小备说，他要将云南的美放到视频里、放到作品中，通过短视频和直播分享给网友们，希望四海朋友都来云南，感受云南的热情和云南的美。

刘小备创作墙绘过程的视频上传网络后，获得千万网友的关注点赞，被网友们亲切称呼为“现代版神笔马良”。兴义村因为墙绘也吸引了外界众多目光，甚至火到了海外，很多人慕名前来打卡。曾经无人问津的小村庄，走上了乡村旅游的新路。

“短视频直播平台的出现，让墙绘创作不再小众，反而可以吸引大众。通过拍摄绘画作品，融合乡村生活的真实场景，能够让更多人看到艺术背后的生活。”刘小备说。



图：刘小备在创作墙绘

○ 网络主播推动招聘行业数字化转型， 成为2.5亿蓝领就业的指南针

2022年1月，快手平台推出直播招聘业务“快聘”。近年来，直播招聘作为一种近年来新兴的招聘形式，不仅打破了线下招聘的地域和时间限制，也为求职者提供了更多选择的方向和空间，因而得到快速发展。截至目前，快手平台已有超过40万名专职主播在从事直播带岗服务，吸引了月度达2.5亿人次的劳动者参与。

👤 我在快手做直播招聘，一年帮10万人找到工作

“刚进直播间的朋友们，右下角是我们今天的招聘岗位，来自青岛的大龄工岗位。”闫伟是一位名副其实的直播招聘师，在2022年开始了她的第一场直播招聘，如今在快手平台建立起700多个直播招聘账号矩阵，培养了700多位直播招聘师，平台粉丝量超过2000万，一年帮10万人找到工作。



图：直播招聘师闫伟正在直播间进行招聘

“2022年刚过完年的时候，刷快手刷到闫伟的直播间，感觉这个人讲的挺真实，工作时间、环境，讲的非常细。抱着试试的目的报了名，第二天就接到电话了，2月22日被正式录取了。现在每个月能挣9000多块钱，8点上班，4点半就下班。”今年43岁的徐茂红是第一个在闫伟直播间找到工作的用户，他坦言没想到刷着短视频就能刷到以前都不敢想象的工作。

受到闫伟的影响，大学生顾文文从青岛科技大学毕业后，也干起了直播招聘师。目前在快手平台的粉丝量达到 20.8 万。“从 0 开始，到学习了设备调试、直播技巧、数据复盘、短视频拍摄、直播投流等直播全链路，自己得到了全面的锻炼。”说起自己的职业，顾文文表示通过线上直播招聘的方式，帮助很多人解决了就业问题，这份工作很有意义。

○ 网络主播升级生活服务，服务消费线上化加速

随着数字经济的蓬勃发展，短视频直播平台深度嵌入生活消费，高效且紧密连接着消费者和生活服务。探店达人等本地生活类主播成为连接商家和消费者的重要桥梁和纽带，为消费者带来更加优质、便捷的服务体验，为商家带来更多的商业机会和利润空间，为经济复苏和消费提振注入新的动力。

👤 退休职工吴姐转型探店达人，月入过万

50 多岁的退休职工吴姐，如今的职业身份是本地生活主播，通过直播和短视频，她意外收获了许多老年人的关注和喜欢。做探店达人半年，她的交易额从一两万到了 20 多万，拿到的佣金也从两三千涨到了一万元。



图：探店主播吴姐在跟粉丝们推荐美食

○ 网络主播推动泛知识多维发散，推动全民学习热潮

随着移动互联网的普及，手机网民阅读与学习习惯正在逐渐养成，数字文化产品的消费潜力和市场价值也逐渐成为网络消费的主流。短视频与直播的发展，让知识的生产、传播、接收以及互动交流变得愈加便捷。

学业教育、手工教程、看病治病、绘画教学 以“有用”为出发点，在短视频直播的泛知识生态，既有深耕特定领域的专家学者，也有洞察烟火人间的生活达人，共同为老铁们打造出一本极富智慧的“生活百科全书”。

网络主播“江苏小苹果”和他的100万职业果农计划

有着本科学历的陈厚武，是典型的农业经理人，也是一名网络主播（网名“江苏小苹果”）。他经营着 13 亩苹果园，给十几个小型农场做技术指导。同时，每天在快手给 60 万人讲果树种植技术。

55 岁的杨文卓，是甘肃定西通渭县的一名果农。她家里有 7 亩苹果，以前从来没正经经营过，一年收入加起来也就 2000、3000 元。

2019 年 7、8 月份，杨文卓刷快手，刷到了“江苏小苹果”。她觉得，这个老师讲得真好。波尔多液，就像女人的防晒霜，比喻真贴切。她就关注了这个账号。那年，她第一次给苹果套袋。陈老师在课上说，不要急着摘袋，不然可能返青。村里八十多户，几乎家家种苹果。大家都摘袋了，只有杨文卓还等着。等到了陈老师说的时机，她又根据刚学到的，注意昼夜温差等，用了 3 天才去完袋。

“结果村里很多人家的苹果都返青了，我家的苹果又红又大。”杨文卓笑着说，我就把陈老师的技术给服了。

这一年，杨文卓的苹果卖了八千元。第二年，卖到了一万八千多元；第三年，卖到了四万多元。现在的她，讲起苹果种植，滔滔不绝，打都打不断。土壤、浓度、湿度，全是技术词儿。

“用自己的技术照亮别人致富的道路”，陈厚武说，这是他的人生信条，他未来的目标是，帮助一百万果农实现增收致富。



图：果农杨文卓听着直播做笔记

直播为知识传承注入更多力量

在音乐会上，陈力宝是一名唢呐演奏者；在短视频直播平台，他则是一名唢呐文化的传播者。如今，在陈力宝身上的标签有很多，譬如电影《百鸟朝凤》的幕后唢呐演奏者、中央民族乐团青年吹管乐演奏家等。除了乐团演出，他参与了多部影视作品的幕后唢呐演出，还在近几年进入了短视频直播赛道，并研究出了一套专业的唢呐教学课程，日常会在直播间教导学员们吹奏唢呐，如今已经累计有 7 万多学员。他在快手开设“百鸟朝凤”的吹奏教学课程，上过这门课的用户已经超过 1000 人，年龄最大的学员 72 岁，最小的仅有 5 岁。短视频和直播平台提供了“授人以渔”的途径，让越来越多人能将自己的“一技之长”传授给更多人。



图：陈力宝正在吹唢呐

○ 网络主播激活产业带发展，传统产业焕发新活力

商务部印发了《数字商务三年行动计划(2024-2026年)》，旨在进一步加快培育新质生产力，赋能经济社会发展，服务构建新发展格局。其中提到“数商兴产”，旨在依托电子商务产业集聚区，打造一批特色数智化产业带，带动传统产业转型升级。为电商平台发展提供了行动指南。

👤 广州女装产业带：“动”起来的产业带，“活”起来的新经济

作为“千年商都”的广州，具有货源多、物流快、供应链完备等诸多优势，拥有大量线下商家和源头工厂，是服装的重要产地。2020年以来，广州持续发力直播电商，呈现出“万商开播、全城直播”的良好发展态势，形成直播带货促进就业、带动区域增长的“广州样本”。

调研发现，直播带货“广州样本”有三个驱动力：一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；二是广州商家积极拥抱直播带货，利用直播电商讲好广州品牌故事；三是以快手为代表的短视频直播平台，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。三者结合，让直播电商成为广州新的城市名片，带动多元职业发展的同时，促进产业链和区域经济增长。



图：带货主播李福佳和她的团队正在直播带货

05

网络主播的政策引领



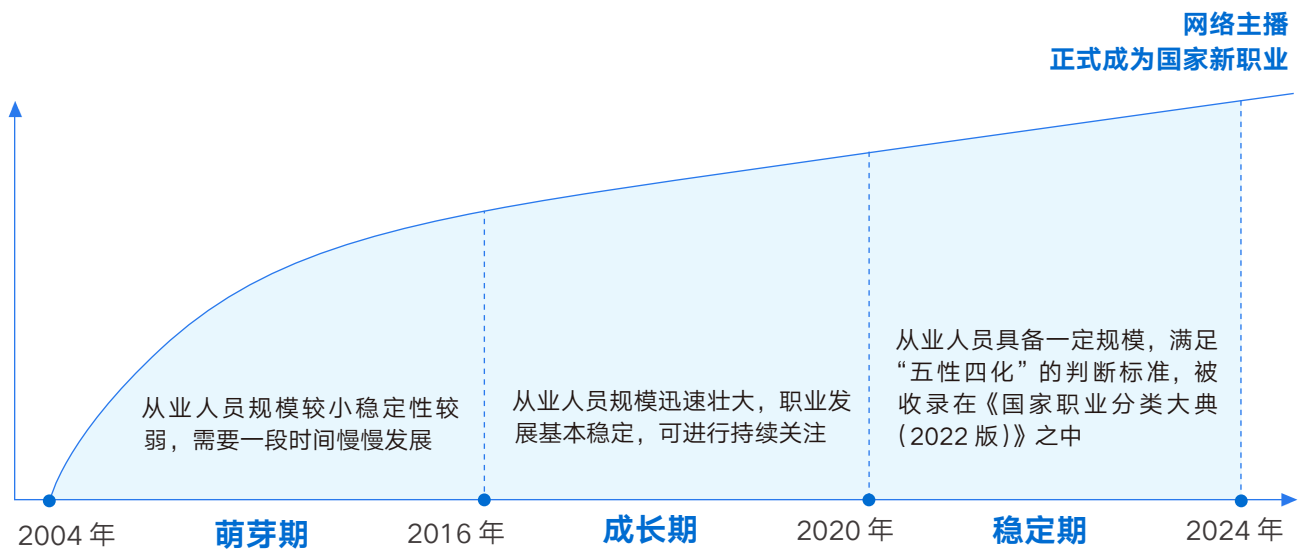
《中华人民共和国职业分类大典》将职业界定为从业者获取主要生活来源所从事的社会工作类别。随着社会的发展，新旧职业不断更替，不断涌现全新职业。这些新出现的职业是社会分工不断细化的结果，与经济社会发展、数字技术创新、产业结构升级、人民日益增长的美好生活需要密不可分。

新职业被纳入到《中华人民共和国职业分类大典》往往存在一定的滞后性，在此之前已经在数字生态中经历了若干个发展变化的过程。新职业的发展大致经历萌芽、成熟和稳定三个阶段。稳定期的新职业具有“五性四化”的特征。

特征	内涵	具体含义
“五性”	目的性	以获取现金或实物等报酬为目的
	社会性	职业活动与其他社会成员相互关联
	稳定性	在一定的历史时期内形成，具有较长生命周期
	规范性	符合国家法律和社会道德规范
	群体性	具有一定的从业人员数量
“四化”	专业化	具有独特的专业知识和专业技能
	社会化	职业活动的社会通用性和国家对该职业的呼应程度
	国际化	职业定义和活动描述具有国际可比性和等效性
	职业化	符合国家职业规制

表:新职业的特征

网络主播的大力发展离不开国家对行业的支持和规范。据不完全统计，9年间多部委出台了18条指导意见和规范，支持网络主播行业有序发展，鼓励网络主播在乡村振兴、推动传统工艺高质量传承发展、推动在线旅游市场高质量发展、推进直播带岗在就业公共服务领域应用、推动质量强国等领域发挥重要作用。



图：网络主播的三个发展阶段

成长期：制定网络主播行业规范，推动行业有序发展

文件	发布时间	发布单位
《互联网直播服务管理规定》	2016年11月4日	国家互联网信息办公室
《网络表演经营活动管理办法》	2016年12月2日	原文化部
《关于加强网络直播服务管理工作的通知》	2018年8月1日	全国“扫黄打非”办公室、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室

稳定期：引导并支持网络主播在多领域发挥积极作用，推动高质量发展

文件	发布时间	发布单位
《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》	2021 年 2 月 9 日	国家互联网信息办公室、全国“扫黄打非”工作小组办公室、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局
《“十四五”电子商务发展规划》	2021 年 10 月 9 日	商务部、中央网信办、国家发展改革委
《数字乡村发展行动计划（2022-2025 年）》	2022 年 1 月 26 日	中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、科技部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局、国家广播电视总局、原国家乡村振兴局
《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》	2022 年 03 月 25 日	国家互联网信息办公室、国家税务总局、国家市场监督管理总局
《网络主播行为规范》	2022 年 6 月 22 日	国家广播电视总局、文化和旅游部
《关于推动传统工艺高质量传承发展的通知》	2022 年 06 月 28 日	文化和旅游部、教育部、科技部、工业和信息化部、国家民委、财政部、人力资源社会保障部、商务部、国家知识产权局、原国家乡村振兴局
《“十四五”文化发展规划》	2022 年 8 月	中共中央办公厅、国务院办公厅
《全国广播电视和网络视听“十四五”人才发展规划》	2023 年 1 月 10 日	国家广播电视总局
《关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	2023 年 1 月	中共中央、国务院
《质量强国建设纲要》	2023 年 2 月	中共中央、国务院
《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》	2023 年 3 月	文化和旅游部
《2023 年数字乡村发展工作要点》	2023 年 4 月	中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、原国家乡村振兴局
《关于推进直播带岗在就业公共服务领域应用的通知》	2023 年 12 月 28 日	人力资源和社会保障部
《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》	2024 年 03 月 05 日	商务部、中央网信办、财政部、交通运输部、农业农村部、市场监管总局、国家邮政局、共青团中央、供销合作总社

除了国家对行业的支持和规范外，各平台也在不断推进网络主播管理规范、内容审核制度等，构建“清朗”基因，以及加强主播和商家赋能计划，促进网络主播高质量发展。

技术审核和管理规范多举措联动 为网络主播打造健康的网络生态环境

除了人工智能模型的大规模机器审核和精细化的人工审核双重审核外，各平台不断提升 AI、算法等技术赋能治理，打造健康的网络生态环境。例如，抖音极限词检测引入了 AI 智能识别技术，通过对大量数据的学习和分析，自动识别和过滤出违规内容；快手提升算法处置能力，全面加强违规内容识别和拦截；B 站持续加强对敏感用户、高危主播的研判，及时有效处置问题等。

此外，各平台还通过发布相关社区管理规定及规范等，为网络主播健康发展营造良好的环境。例如，快手发布《快手社区管理规定》和《快手直播规范》等各类平台规则以及平台相关协议；小红书上线了《社区公约》和《社区商业公约》；抖音发布《抖音社区自律公约》等。

加强主播和商家成长体系建设 打造网络主播高质量发展路径

各平台通过给予流量、现金等激励措施和加强主播线上、线下培训等方式，持续扶持网络主播成长，丰富网络主播变现路径。例如，2024 年，快手电商联合快手三农启动“兴农计划”，投入近百亿流量及亿元现金资源，持续扶持优质农产品主播及商家；在 2024 快手快聘年度峰会上，快手宣布为招聘主播提供从冷启、培训、流量的成长体系；2023 年，抖音通过开展乡村文旅产品助销活动、发掘乡村旅游路线、线上线下营销和流量扶持、商家培训、导游激励等五大举措，助力乡村文旅发展。

此外，各平台还致力于为网络主播变现和长远发展构建良好的交易秩序。2023 年，快手电商在商家达人管理、创新入驻流程标准、提升入驻效率和规则透明度等方面不断创新，持续构建良好交易秩序。快手针对商家和达人分别推出店铺体验分和带货口碑分，为消费者下单决策提供重要参考信息，也进一步牵引商家和达人持续改善优化自身短板；此外，快手电商推出“免保证金”开店权益，30% 新入驻商家受益，商家最快 1 小时可完成开店；在扶持中小商达成长方面，快手电商成立了中小商达服务专项，累计服务中小商达客户数逾 270 万人次，解决问题数近 900 万次。

抖音电商提升旗舰店入驻门槛、建立旗舰店考核机制、上线旗舰店黑标权益,激励商家重视消费者体验、提升服务质量。2023年,8万个商家因不达标被降级,消费者对平台旗舰店整体推荐度提升23%。

加强机构管理制度 助力直播生态良性发展

各平台通过规范条例等方式不断强化经纪机构管理,帮助直播生态良性发展。例如快手直播公会发布《关于进一步规范直播机构运营管理行为的公告》,抖音直播发布《2022 年抖音直播机构管理条例》,对直播机构的经营行为、违法违规红线等提出明确要求。在良性引导方面,YY 直播设立金牌公会称号,鼓励机构良性发展,保留主播与网络表演经纪机构的签约关系的记录与追踪,并引入公会星级段位体系,对机构发展进行更明确的成长指导。

《中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告(2023-2024)》显示,据不完全统计,目前主流内容平台,基本上均已建立符合本平台管理特质的针对主播、机构、商家的不同分类分级方法与推荐、限制措施。

引导机构和主播坚持正确导向,优化直播内容,成为了前置合规的主要自律模式,平台对机构、主播实行分级分类管理,并逐步树立优质合规与收益正相关意识。

06

专家观点





张成刚

首都经济贸易大学劳动经济学院副教授、中国新就业形态研究中心主任

随着互联网带宽的增加、智能手机的普及以及视频压缩技术的发展，视频内容的上传和播放变得更加流畅和方便，为直播平台的兴起提供了技术基础。直播提供了实时互动的体验，以快速、直观的特性满足了用户快速消费信息的需求，使观众能够即时参与和反馈。直播行业发展，催生了与之相关的各类新职业不断涌现。直播领域新职业作为就业蓄水池，孕育着新的就业增长点。

网络主播、直播招聘师、生活服务体验员，以及在此之前进入《职业分类大典》的互联网营销师等，都来自于“直播赛道”，是短视频直播产业发展到一定阶段的产物。直播领域涌现的新职业，已成为吸纳就业，特别是高校毕业生就业的渠道。

除了最为人们熟知的主播外，直播行业还产生了直播运营、助播、场控、拍摄剪辑、设计等多类专业性岗位。即使是主播这一岗位，也可以进一步细分为网络表演、卖货、助农、招聘等不同种类，每个岗位类别都有特定的专业性和知识结构，且随着直播行业发展不断深化。随着各类直播新职业的专业化程度不断加深，从内容创作到技术支持，再到市场营销和客户服务，直播领域新职业的路径更多元、技能更细分，这为从业者提供了更加广泛的就业选择。

当前，直播已经扩展到了招聘、助农、教育、健康等多个领域，改变了传统服务的提供方式。特别是直播招聘、直播助农等领域的社会价值日益凸显。直播招聘使招聘过程更加透明和高效，已经成为我国蓝领招聘的重要途径。直播助农帮助农产品直接触达市场，减少中间环节，提高了农民收入，促进了农业的现代化和市场化。这些新职业通过改变传统商业模式和服务方式，促进了社会和经济的多元化发展。

**范巍**

人社部中国人事科学研究院企业人力资源研究室主任、人社部国家职业分类大典修订工作专家委员会委员、新职业评审专家

网络主播是伴随着数字经济发展而诞生的典型职业，在促进就业创业方面的作用尤为凸显，已经成为新的就业“蓄水池”。主要表现为：

一是网络主播具有就业带动作用，能创造就业机会、提升求职与招聘体验、提高部分群体就业质量，使得求职者“能就业”“好就业”“就好业”。网络主播有“直播带货”“直播带岗”“直播助农”等超过 400 多个种类。“直播带货类”主播一头连着消费者，一头连着生产厂商，以主播为媒介，消费增长会撬动产能提升，而众多工厂的出现，会为制造工人创造更多就业机会；“直播带岗”则以其高互动性、高时效性的特点，使企业和应聘者可以在最短的时间内以更直观的方式互相了解彼此需求，提升招聘匹配效率；“直播助农类”主播帮助农民增加农产品销量的同时，也带动其收入的增加，一定程度上提升了就业质量。

二是网络主播带动直播间和上下游产业链诸多就业岗位，产生就业乘数效应。网络主播属于“主导类”职业。一个网络主播背后还有若干个其他的职业内容，比如直播销售员、直播选品员等，这些职业日后也有可能成为新的职业、新的工种，从而形成就业的乘数效应。中国人民大学发布《直播平台就业价值报告（2023）》显示，快手平台带动 4022 万个就业机会，数字平台成为吸纳就业的重要力量。

三是网络主播具有规模化、普惠化等特点，能满足重点就业群体从业需求。当下，高校毕业生是国家关注的重点就业群体之一，“九五后”已成为整个社会的主要从业人群。作为“互联网原住民”，“九五后”在选择工作时更注重自身兴趣点和职业匹配度，职业要能够更好地实现其个人价值，并具有长远发展的可能。而数字类新职业带来的就业往往具有劳动者工作自主性较强、职业技能提升机会较多等特点，能较好地满足青年人从业需求。以“网络主播”为代表的数字类职业和以“九五后”为代表的重点就业群体实现了“双向奔赴”。

潘燕 中国演出行业协会副会长兼秘书长

从十余年前少数先行者的尝试到不断拓展的全民皆可直播，再到如今，多样化直播成为行业发展基础，跨领域融合趋势逐渐体现，专业化主播变为行业主流。历经了多年的开拓发展，网络主播已经形成颇具规模、特点凸显、分类清晰、体系完整、专业度高的新从业群体和求职方向，网络主播成为正式职业可以说是从众望之所归，达行业之所盼。

如今我们在千万个主播的直播间中，既可以看到百花齐放的表演艺术、学到专业实用的技能知识，也可以购买山南海北的各色商品、发现本地生活里的实惠服务，还能够通过直播间获取到急群众所需的求职岗位信息。而千千万万个正在投身于直播事业的网络主播，也通过发挥自身的技能价值来服务于群众所需，并从中持续获得劳动回报。满足部分群体就业需求，促进关联行业效能提升，直播的经济价值与社会价值正渗透在千行百业中。

网络主播的职业化发展已经启程，包括职业标准化体系建设、职业技能提升培训、主播行为规范管理和职业相关政策引导等在内的多维从业支撑体系，正在各方努力下逐步完善中，为千万网络主播的未来发展扩大上升空间、指引合规方向、健全保障机制，让更多从业者能够在网络主播的职业之路上行稳致远、稳步向前。

