

电商直播人才培养专业化 “薇娅”“李佳琦”能否批量复制

当直播间明晃晃的灯光打在身上,进行过30多次直播的主播宋一楠已不再会像首次直播那样紧张到手心冒汗。在这直播的两个小时左右,她会灵活调整事先写好的脚本,自然地与陌生的网友开玩笑,也能自如地推荐某护肤品牌。

但主播现在并非宋一楠的职业。21岁的她目前还是江苏省扬州工业职业技术学院创新创业学院下属学院——电商直播学院电子商务专业(直播电商方向)的大二学生。进行直播“带货”属于她专业实践的一部分,也是她从直播“小白”到真正主播的必经之路。未来,在电商直播领域就业或创业,是宋一楠的梦想,也是很多人正在努力抓住的“风口”。

如果说电商直播在2019年迎来了爆发式增长,那2020年新冠肺炎疫情催生的“宅经济”则让直播带货彻底火了,直播人才也变得更为“抢手”。而这,也催化了部分高校相关人才的培养。

据记者了解,有的高职院校专门组建了电商直播学院,如扬州工业职业技术学院;有的选择成立电商直播相关导师工作室,如浙江义乌工商职业技术学院;还有一些学校尝试在某些专业增加电商直播课程。

想必不少人会有这样的疑问:这是要把学生都培养为“带货”主播吗?“薇娅”“李佳琦”能否被批量培养?电商直播需要怎样的人才?带着这些问题,记者进行了采访。

A “我们不是专门培养‘网红’”

以往提起电商直播,很多人的脑海中会浮现出李佳琦、薇娅等网红“带货”主播的形象。现在,县长、老师、企业CEO等越来越多的人也加入到直播队伍中,他们所开的直播间像一扇扇窗,有的通往田间地头,有的推开是樱花胜景,有的则是博物馆、售楼处、服装店、美妆护肤店等,所带的“货”可以说琳琅满目。

“电商直播今年彻底‘出圈’了!”扬州工业职业技术学院创新创业学院院长颜正英感慨,电商直播在之前3年一直不温不火,直到2019年迎来了爆发式增长。艾媒咨询的数据显示,2019年中国直播电商行业的总规模达到4338亿元。预计今年中国在线直播的用户规模将达5.24亿人,市场规模将突破9000亿元。

“受疫情影响,直播电商随着很多企业‘云开业’‘云复工’也迎来了新的发展契机。今年突破万亿都是保守的,未来几年直播电商行业缺人会成为常态。”颜正英推测。

义乌工商职业技术学院创业学院院长陈旭华也认为,直播电商是当下新兴的电商业态,尤其受新冠疫情的影响,很多实体经济遭受了不同程度的影响,而直播电商对实体经济有着很大的推动作用,直播带货模式也逐渐被众多企业认可,直播人才稀缺成为普遍现象。

据智联招聘、淘榜单共同发布的《2020年春季直播产业人才报告》,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。

远的不说,近几日,扬州工业职业技术学院副校长傅伟就接到不少企业来电咨询,“向学校要我们电商直播方向的学生去给他们做主播、策划等”。也有企业直接跟傅伟说:“你们这个专业多少学生?我都要了!”

但在颜正英看来,电商直播行业缺人才,不仅是缺带货主播和达人,而是缺专业人才,包括策划文案人才、直播运营人才和直播运营人才等。以一场直播活动为例,不仅有主播,还有团队为直播服务,如负责统筹的项目负责人,负责文案写作的策划,直播运营、场控、副播等。“直播电商整个链条都缺人,目前这样的人才可以说‘奇货可居’”。

正是瞄准了这一行业的人才需求和前景,扬州工业职业技术学院2019年12月在创新创业学院下组建了电商直播学院,下设电子商务专业(直播电商方向)。傅伟介绍,这也是全国第一家正式落地高校的电商直播学院,成立这一学院既是对人才



5月2日,扬州工业职业技术学院近千名学生同时开启网络直播,为湖北“带货”。

培养模式的一种探索,也是产教深度融合的一次大胆尝试,旨在紧抓时代的风口,培养能够服务于直播电商全链条的人才。

“我们不是专门培养‘网红’,不是每个人都能有成为‘网红’的潜力,但每个人都可能在网红产业链上找到适合自己的岗位。”颜正英强调,“我们的目标是培养网红产业链上的中高端从业者。在人才培养的前期,我们采用标准化人才培养体系,培养一批直播电商管理者和短视频创作者,其中也包括带货达人。到后期,如果

B 直播“带货”成了学生的日常

作为扬州工业职业技术学院电商直播学院电子商务专业(直播电商方向)首批学生之一,大二学生陈忠强便是冲着电商直播行业的前景从机械制造专业转专业而来。据了解,该专业既有精英班,即电子商务专业(直播电商方向),目前30人;也有面向所有专业学生的兴趣班,即“第二课堂”,现有学生约300人;目前还在筹划在该专业再组建“就业创业班”。

“我知道电商直播行业发展得很快,但是如果没这方面的专业指导带你‘入门’,就不知道怎么进入这个行业。”在转专业之前,陈忠强已经想好,将来要围绕直播行业进行创业。他告诉记者,目前自己所学的课程主要为理论课程和直播实践。

据记者了解,目前理论课程主要包括商业素养、新媒体素养、综合素养等方面,既有市场分析、营销策划、短视频制作、新媒体运营与数据分析、企业管理等课程,也有琴棋书画、唱歌跳舞、插花养生等课程。

“我们不仅局限于教会学生如何介绍一款产品、如何化妆上镜,而是重点培养学生市场洞察能力、创意文案写作与营销策划能力、新媒体内容生产能力、全媒体营销能力以及新媒体运营与数据分析能力等职业素养。”颜正英说,对于自然地面对镜头的适应能力、口语表达能力、临场应变能力以及才艺能力等综合素质,也都安排在教学和训练范围内。这样学生

学生确实有成为‘李佳琦’的潜力,我们对其进行开放式培养,根据其特点、特长,将其培养成‘王佳琦’,等等,但绝不是李佳琦的复制。”

义乌工商学院职业技术学院也抓住直播电商新业态,在2017年便开设了系列直播课程,并于2018年正式将其列入教学计划,随后成立了3个直播导师工作室。陈旭华告诉记者,这些工作室其实是校企合作的平台,从产品设计规划、短视频拍摄、视频剧本制作、直播技巧,以及直播效果监控等方面提升学生电商技能。

未来就可以胜任更多种类的工作。

在2019年成立了“淘宝直播工作室”的义乌工商学院职业技术学院教师郭刚志也采取了同样的办法——实践教学。他认为,学生不敢表达、表现自己是常见的问题。通过这样的实践教学让学生直接面对镜头讲,一般一个月之后情况便会逐渐转好。

出于同样的考虑,扬州工业职业技术学院特意打造了47间直播间,引进了10多家知名品牌,学生在校内就可以进行电商直播实战训练。目前,学校尚未复学,为提升实战能力,宋一楠、陈忠强等同学主动到南京相关企业实习,每天4个小时的直播“带货”成了他们的日常。

但相对于企业实习,陈忠强对自主创业这样实打实的直播更感兴趣。在他到南京实习之前,就已开始尝试在京东、淘宝等平台上直播带货,推销他哥哥网店的产品。他还记得第一次直播“实战”,单价59元的健身产品,他卖出了20多件。

虽说都是电商直播相关人才培养,但每人的兴趣点和发展方向都有所不同。比如与陈忠强、宋一楠不同,来自义乌工商学院职业技术学院直播导师工作室的大一学生王文凡的兴趣不在于直播,而在于短视频的创作。通过学习拍摄、剪辑视频,如今他已在抖音上吸粉100余万,最快时一晚涨粉13万。

C “只有做得专业才有出路”

记者采访时发现,对于电商直播这一新兴行业的人才培养,还有不少待解的难点。

“电商直播作为电子商务的一个专业方向,不同于培训机构的速成班,课程体系如何打造?”颜正英认为,对于学校来说,电商直播专业人才培养是比较新的课题,产业发展比较快,所以没有标准化的课程体系,即便是电商直播机构其实也在摸索和修正的过程中。

据了解,目前义乌工商职业技术学院共有三类直播课程,分别针对本校学生、社会人士和“结对”学校。“但目前高校还没有标准化的直播教学,教案都需要自己编写,给学生授课的同时自己也在同步学习,但学院也在做标准化的建设。”郭刚志说。

“目前对于电商直播,大众中存在跟风现象,但只有做得专业才会有出路,比如一名好主播也应有硬性的标准:每天能坚持直播4个小时,对产品卖点敏感,熟练销售技巧,有较强互动能力,善于数据分析总结,有营销和活动策划能力等。”要想做到这些,郭刚志认为,应与有经验的直播企业合作培养人才。

这也是颜正英所认为的,电商直播人才的培养离不开校企深度融合和协同育人。目前,学院通过校企合作帮助学校引入丰富的行业资源和品牌资源,给学生提供实践机会。但他认为,校企可以有更深入的协作,除了人才培养,在产业服务方面也可以有所作为。

而在义乌工商职业技术学院,已经开始让学生进行商业化直播操作,组建师生团队承担义乌本土电商运营,引进阿里巴巴、京东、淘宝直播、拼多多等电商平台让学生进行实战。同时为鼓励学生在直播领域进行创业,学校还专门设立了同创基金、创业奖、小额贷款等金融服务,以及成立创业园形成了教学、孵化、仓储、物流、金融服务和企业注册等一站式服务体系,提供从课程到平台、项目的各类资源服务。

据中青网