

一半是梦想 一半是生活

——数字经济下短视频直播业态的就业探索

本报记者 吴华

作为数字时代的主流载体之一,越来越普及的短视频直播生态不仅引领产业变革趋势,也在推动职业分类演变,催生数字经济下职业新形态和就业新方式产生。人社部中国人事科学研究院最近发布的《短视频直播生态催生新职业促进高质量充分就业报告》称,以快手平台为分析样本的研究表明,8成以上的传统职业在快手开启视频化转型,快手孕育了174个新职业,带动产生3621万个就业岗位。在我市,越来越多的市民特别是80后、90后投身于这片“蓝海”,或创业或就业,在看似没有“门槛”的新媒体赛道,编织着梦想,承载着生活。

2023年岁末,记者在采访中发现,短视频和直播已经不再是“时髦”的传播形式,几乎在生产生活的每一个角落,都有普通百姓通过“直播+”“短视频+”展示自己展示行业,并通过短视频直播生态与生产生活的各个方面深度融合,催生出多元发展的新模式新业态,在推动传统职业视频化升级的同时,也推动了数字生态下新的就业需求和新职业的诞生。



@晋北糖三角团队



农民“网红”学军(前)

照片由受访者提供

12月15日晚8时,像每个周五的夜晚一样,@晋北糖三角团队又进行了新一轮聚会、创意和拍摄。

@晋北糖三角目前共有四人,分别是龙哥、洋仔、娜娜和小助理,他们把自己定义为内容创作方面的影视综达人,短视频内容是用第一人称视角记录生活。从年龄结构来看,1982年出生的龙哥、1988年出生的洋仔是四人团队中出镜的演员,演绎他们有点油腻有点搞笑的日常;1995年出生的娜娜是团队里唯一的女性,负责拍摄与运营,偶尔也出镜;不出镜的小助理今年25岁,负责后期剪辑。

龙哥是团队的发起人。“大学学的专业就是影视表演,毕业后跑过剧场、干过播音主持,心里一直有个表演梦。所以拉起了这支小队伍,就想试一试,即使不成功也圆了自己的表演梦。”目前经营一家小传媒公司的龙哥说,为了

梦想去做短剧拍摄,压力其实很大,2022年9月开始短视频制作,在抖音和哔哩哔哩发布,到目前共发布短剧18部,拥有粉丝1000多个,最火的一个视频有1.9万次播放,远远达不到流量变现的条件。所以现在的想法是给自己两年时间,认真做短剧拍摄,未来也许会在某一天成为网红。

娜娜同样是影视表演专业毕业,同样怀揣表演梦。“我们选择了一个最冷的赛道,虽然短剧拍摄要求高一些,不太好做,但只要做好内容,成功的几率相对要大一些。”具有短视频账号运营经验的娜娜,是团队里唯一专职做短剧拍摄的,对短剧创作也很有信心:“前期一直处于摸索和调整阶段,现在进入起号期,尽管粉丝增长缓慢,但是黏度不错,特别是在做直播的时候,粉丝都会全程在线,而且主动要求开播。我觉得@晋北糖三角这个账号肯定能做起来。”

@晋北糖三角团队四人大学专业都与影视、新媒体相关,并且都有传媒工作经历,目前不论是专职做短视频拍摄还是业余兼职,他们都将短剧创作视为自己的一次创业,并且更多的是为了圆自己的导演梦、表演梦,所以都觉得是网络平台给了他们一个圆梦的舞台。

记者在采访中了解到,短剧创作正被业内人士视为新的风口,统计显示,目前在快手平台,短剧每天都有超过2.6亿人观看,一年播放量超过420亿次。因为有平台政策与流量的扶持,很多小型影视公司也纷纷入局微短剧。相较长剧或精品短剧,微短剧的进入门槛很低、制作成本很低、周期很短、周转很快,同时有流量分成、广告植入、直播带货、小程序付费观看等多种赢利形式。所以,想在这个赛道有所作为,难度显而易见。

网络平台提供了新“舞台”

孕育无限可能的职业“蓝海”

云州区西坪镇下高庄村的吴学军是一位农民“网红”“村播”。他初中毕业就进入社会,修过大车,开过煤车,经营过土产门市和驾校,还在黄河新闻网和山西都市报工作过。5年前,他又盯上短视频,在古村古院和爬山探洞的题材上快速圈粉,他的账号@学军的农村生活在抖音上拥有131.9万粉丝,在头条上有117万粉丝,其中在头条的平台收益达50万元。

作为“村播”,吴学军白天全家五口人出镜,晚上两口子剪辑,有时剪完已是次日凌晨五六点了。靠着勤奋和悟性,吴学军抓住短视频的风口,实现了自身的蜕变,并手把手带出了@山西吴三、@山西永平等同村小伙伴,还带出了@山野逛夫老安、@山西小元等老友故交,教出了@乡村燕子、@小丽等徒弟。他还担任云州区青年志愿者协会

会长,为家乡农产品带货全面开花,实现了一个80后的社会价值,成长为用短视频助力乡村经济发展、宣传大同的新媒体人才。

大同市电商协会会长崔转正表示,从2013年短视频行业起步之初,乡村中一批嗅觉灵敏、敢于尝试新事物的年轻人,就开始通过短视频记录生活。经历了十年进化,如今“村播”正向着多元化、年轻化方向发展,为数字乡村建设注入源源不断的活力。据快手发布的《村播助燃乡村经济价值发展报告》显示,2023年1月至6月,快手线上线下培训“村播”达10万,带动25万人就业,快手村播覆盖25864个乡镇,涉及新农人、非遗匠人、村BA记录者、民宿推广师、乡村园艺师等16个新职业。

11月16日,人社部中国人事科学研究院在2023新职业与高质量充分就

业研讨会上发布的《短视频直播生态催生新职业促进高质量充分就业报告》指出,以快手为代表的短视频直播生态推动传统职业视频化转型及数字类新职业发展,带动普惠型就业创业。中国劳动学会会长杨志明在会上表示,新技术革命推动新业态“无中生有、层出不穷”和传统产业“有中出新、日新月异”交织演进,短视频直播生态等助推着新职业发展。

据中国人事科学研究院测算,每1个新职业可带来30万—50万个就业岗位。数字平台正在成为解决当下就业难就业质量不高等问题的“新蓝海”。记者在采访中了解到,越来越多的年轻人选择短视频直播新职业的主要原因,首先是为了实现个人价值,其次是获得可观收入,大部分接受采访的年轻人对数字生态新职业持看好态度。

短视频直播的尽头是电商

短视频直播生态下的创业、就业,突破了时间、空间等条件的限制,加之对从业人员的年龄、学历、身体状况等没什么要求,大部分普通人都能通过短视频创作、直播实现就业,获得收入。正是因为短视频直播“不设限”,让很多年轻人特别是刚毕业的大学生将其作为创业的第一选择。

2021年毕业于天津一家大专院校的小张放弃了所学的机械专业,选择跟同学做短视频电商,辛苦一年多,花光了3万元创业经费,去年又到一家工厂打工。小张表示,自己还会去做短视频电商,计划打工攒点钱再试试。他认为短视频电商虽然不如以前来钱,但比起实体经济还是相对好做。

据《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2023年6月,网络视频(含短视频)用户规模达到10.44亿人,用户规模达到10.26亿人,休闲时间刷

刷短视频已成为不少人的一种生活方式,通过短视频平台购物成为许多人的主要消费方式。数据显示,2022年中国短视频行业市场规模增至2928.3亿元,成为拉动视听新媒体行业增长的强劲引擎。但是,短视频行业在经历了多年的爆发式增长后,市场规模的增速已有放缓迹象,开始走入下半场竞争。

记者在采访中了解到,进入2023年下半年,几乎每个短视频制作者都面临着赚钱难的问题。一位在北京从事新媒体行业的大同人坦言,竞争太激烈了,市场价格一再刷新下限,之前业内普遍认为50元一条的短视频广告是价格最低的电子传单,现在已经有公司推出9.9元一条的推广视频。

据了解,目前短视频变现模式主要有广告、电商导流和用户付费三种,其中广告是最主要的变现模式,用户付费主

要包括用户打赏、平台会员制付费和垂直内容付费。

“现在谈收入为时尚早,我们还不具备条件。”娜娜对@晋北糖三角这个账号有非常清晰的认知和规划,我们还处于起号阶段,现在的任务是通过发布短视频涨粉,再通过直播增强与粉丝的互动。“双11”期间,有人通过抖音私信娜娜,问她有没有兴趣接推广,娜娜没有犹豫就拒绝了。

@晋北糖三角发起人龙哥坦言,短视频与直播生态给人们的学习、工作、娱乐、生活、社交乃至思维方式等带来巨大转变,作为从业者,这种转变最终的落脚点在于流量变现。说白了,短视频直播的尽头是电商,无论什么形式的新媒体,只要是以创业或提供就业岗位的模式存在,首先要解决的就是生存和变现的问题,“为爱坚持并不持久”。