



2020新鮮人求職記 之五 全系列完

國家統計局統計數據顯示，今年1月至7月，全國商品網上零售同比增長15.7%，增幅比前6月擴大。電商直播銷售在其中貢獻較大，帶動直播崗位需求直線上升。在高校畢業生就業形勢趨緊的大環境下，直播卻成為少數幾個供需矛盾異常緊張的行業。只

要肯吃苦，善於鑽研，即便剛畢業的大學生亦能有較好收入。業界指，一個主播往往需要配備選品、文案、包裝等三四個以上輔助崗位，而間接帶動的工作機會則更多。傳統商貿城市廣州，各行各業線上營銷需求大，電商人才需求在一線城市居首。

■香港文匯報記者 敖敏輝 廣州報道

電商直播缺口大 肯鑽研回報佳

「寶兒們，咱好好看看，我們這個鞋子是全牛皮的，性價比是沒得說的。」成都妹子劉佳站在廣州大源電商直播基地一個直播間內，正在為一雙鞋子做推介。

劉佳剛剛從西華師範大學畢業，原本專業為學前教育，但她覺得自己不是很適合需要耐性的幼兒教育。和很多同屆畢業生一樣，劉佳感受到就業壓力。因開淘寶店的姐姐說看好直播，劉佳隨即在網上「海投」，最終被廣州大源直播基地「相中」，經過篩選和面試順利入職，並很快進入工作狀態。對於這份工作，劉佳坦言「蠻累」，但正好適合多話的個性，她很喜歡。

工作時間長 線下需準備

和劉佳不同，在大源基地都瑞淘寶直播MCN (Multi-Channel Network, 多頻道網絡) 機構上班的主播小魚，在大學期間就很關注直播銷售，喜歡在直播間買衣服，甚至面膜、牙膏等日用品。畢業前夕，她曾多次嘗試在銀行、保險、基金行業找工作，但都無功而返。「金融行業從業門檻越來越高，和一些名校、高學歷的畢業生相比，我們沒有多少競爭優勢可言。」

抱着嘗試心態，小魚向都瑞淘寶直播公司自薦。「她對美妝、護膚等領域消費行為有一定了解，試播上手也較快，所以我們很快和她簽約。」都瑞淘寶直播運營負責人董海濤告訴香港文匯報記者。

小魚的工作和電視主播有些類似，但工時長，更辛苦。在直播前，她會提前兩天熟悉產品，也要在網上看很多行業相關知識。直播當天再複習一下產品內容，在家吃過飯後化完妝就到公司等，往往從下午三四點工作到晚上九點以後，有些品類還可能直播至凌晨之後，中間只有短暫的歇息時間。

顏值略高 思維要活躍

成立兩年的都瑞淘寶直播從事電商直播運用、主播人才培訓和輸出，在全國各地有十多個基地，廣州市是其中之一。董海濤說，廣州基地今年招聘了近20個電商直播崗位，其中，主播約佔一半。「電商直播吸納就業的面是很寬的，很有彈性，基本對專業沒有特別的要求，只要具備一定的素質就行。比如主播，只要思維活躍、顏值略高一些，就可以入門。」

董海濤表示，都瑞淘寶直播目前在全國簽約孵化主播150多人，為社會企業和機構培訓主播人才接近2,000人，按計劃，未來一年各基地孵化、培訓的電商人才將達到10,000人。「而這僅僅是都瑞淘寶直播一家所帶來的就業機會，這個行業推動大學生就業可以起到很大作用。」

跨地域攬才 培訓入課堂

企業、機構對直播人才十分渴求，讓不少單位打破地域界限攬動畢業生資源。MCN機構廣州橘子文化傳媒企業負責人李帥介紹，公司今年安排7位面試官專門負責直播人才招聘和培訓，目前共約有40餘位畢業生入職。

「為了更精準地輸送垂直品類的人才，我們也在全國尋找匹配的人才，並嘗試將直播體系化培訓帶入課堂。」李帥已與武漢等地方的學院達成意向合作，未來會在人才孵化和定向輸送上達成精準的「訂單專業」模式。



■即便是新人，電商直播工作也較容易月入過萬元。香港文匯報記者敖敏輝攝



■廣州都瑞淘寶直播機構內，主播小魚正在做直播。香港文匯報記者敖敏輝攝

大學生捨主修轉當主播 邊學邊做盼闖新天

業界語新人：找準領域 持續深耕

在很多人看來，直播帶貨被認為是「靠顏值吃飯」的行業，然而，香港文匯報記者走訪中發現，除了極少數行業的主播對顏值有一定的要求外，絕大多數機構和企業認為相關崗位人員的刻苦耐勞以及入行後的專業度比顏值更重要。業界建議，如果在這個行業要有長遠的發展，要找準一個自己感興趣並且能夠持續提升專業素養的領域。

廣州橘子文化傳媒公司兩年前還是一家只有幾十人的活動策劃機構，從事電商直播運營後，公司規模迅速壯大，擁有員工超過700人（其中主播約100人），並成為字節跳動官方指定廣州抖音直播基地運營方，成立了電商直播學院。

平均月入逾萬 需提升專業性

他表示，電商直播行業目前人才緊缺比較常見，因此，從業人員薪資水平也

較高。以橘子文化傳媒為例，主播平均月收入超過1萬元，個別優秀主播甚至能衝到6位數。他認為，目前電商直播生態圈正逐步形成，未來，不管是在同一個公司，還是在行業內流動，直播及相關崗位，都會有不錯的發展，看好行業帶動就業的前景。

「我們這兒應屆大學生月薪過萬已不是新鮮事」。一家機構負責人對記者透露，做主播只要綜合能力強，能吃苦，底薪加提成的收入也很不錯的，在其機構入職兩位大學生才幹幾個月，收入已經打贏很多同齡人。」

李帥認為，從事電商直播行業，雖然顏值會有加分，但並不是主要影響因素，專業性才是最重要的。「如果想進入電商直播這個領域，我建議選擇一個擅長或者喜歡的行業，前期起步會更輕鬆，而且在深耕某些垂直領域後，會很有發展前景。」

穗直播需求量 一線城市居首



■廣州抖音直播基地。香港文匯報記者敖敏輝攝

綜合各大電商平台的直播人才需求，廣州亦僅次於杭州，在一線城市中居於首位。根據BOSS直聘研究院數據顯示，今年以來，企業電商直播人才需求最大的十大城市分別為：杭州、廣州、深圳、北京、上海、成都、廈門、鄭州、長沙、重慶。求職者最嚮往的前十個城市分別為杭州、廣州、深圳、北京、上海、成都、長沙、武漢、佛山、南京。

作為一線城市和全國商貿重鎮，廣州正吸納越來越多的電商直播人才。據智聯數據顯示，廣州直播人才招聘需求在春節後全國排名第一。香港文匯報記者在智聯等招聘平台輸入「淘寶直播」，看到廣東相關職位數量同樣位居全國第一；廣州的淘寶直播崗位招聘數量，遠遠領先杭州、深圳、上海和北京。據智聯相關負責人分析，巨大的商品市場和快速的直播發展下，淘寶直播需求指數，廣州沒有懸念成為第一。

中國電商直播市場規模

2017年：190億 2018年：1,330億
2019年：4,338億 2020年：9,610億

單位：元人民幣 整理：香港文匯報記者 敖敏輝
來源：艾媒諮詢(iimedia Research)



電商直播相關崗位需求佔比排名

1 運營經理/主管	13.02%
2 運營專員	9.84%
3 主持人/播音員	8.89%
4 產品經理	6.51%
5 運營總監	3.42%
6 新媒體運營	3.38%
7 電商運營	2.57%
8 事業部管理	2.28%
9 內容運營	1.97%
10 星探/經紀人	1.97%

整理：香港文匯報記者 敖敏輝 來源：獵聘



■主播之外，直播還需要多名運營、選品、文案等輔助崗位。香港文匯報記者敖敏輝攝

廠家組直播團隊 冀規範行業亂象

和絕大多數珠三角同行一樣，廣州市戈諾伊服飾有限公司是一家傳統服裝製造企業，長期以來按訂單生產，作為源頭廠家，「觸電」遠晚於零售領域。

疫境轉型電商 帶動同行效法

今年2月初疫情高峰時期，戈諾伊的倉庫堆積了百萬件春季新款服飾，2,600多名員工為生計而發愁。在友人的建議下，CEO應梅瓏嘗試做直播帶貨，在廠區搭起了上千平方米的直播間，開始每天長達6小時的直播。20天後，這批衣服在電商平台上銷售一空。在戈諾伊的啟發和帶動下，當地產業圈迅速改造了數萬平方米的直播基地，幾百家工廠開始直播銷售進行自救。

在此期間，戈諾伊除了聘請「網紅」，也招聘發掘自家直播人才。「我們目前組建了一支20多人的直播團隊，涵蓋主播、策劃、文案、短視頻等崗位，和我們公司其他工種一樣，成為我們穩定的員工。接下來，我們還要擴充隊伍，並在精細化方面多下功夫。」應梅瓏說。

杜絕薪酬虛高 建立培養機制

應梅瓏認為，電商直播作為一個新興的行業和職業，現在很火爆，導致行業出現不規範現象，比如員工穩定性不高、薪酬不規範，網紅主播報價虛高等，這給企業帶來很大的壓力。如果這種現象持續，行業必定受損。

香港文匯報記者走訪中發現，MCN機構之間互相挖人的現象亦時有出現。有機構負責人表示，有機構為了挖走同行的當紅主播，除了金錢籠絡，甚至採用灰色手法，把對方包括當紅主播在內的整個團隊挖走。

「我覺得政府部門和行業組織應予以重視，比如設立相關法律法規、與院校合作建立起人才培養機制、建立薪酬規範等。」應梅瓏說，這個行業規範了，壁壘消除了，受益的是整個行業和企業，最終也將是消費者。



■應梅瓏作為「廠長主播」展示生產環節。香港文匯報記者敖敏輝攝