

以人才创新推动行业高质量发展成为各行业共识。记者看到,当下在加速推进高端人才建设上,各行业都在纷纷发力——构建行业人才培养体系、全面落实人才激励政策、充分激发各类人才创新创造活力已成为推进行业高质量发展的重要驱动力。

技术赋能加速专业人才培养 助力行业发展

再造更多“李佳琦” 电商直播行业高端人才成“刚需”

□ 本报记者 卢岳

作为数字经济新业态的“爆款”,电商直播行业背后,对高端人才的需求也水涨船高。随着近日人力资源社会保障部、中央网信办、国家广播电视总局共同颁布施行《互联网营销师国家职业技能标准》,将直播带货中的选品员、直播销售员、视频创作员三个工种设五个等级,直播领域的不少岗位成为了“正式工种”。

记者看到,如今无论是直播带货平台还是社会职业教育机构,都在围绕行业人才建设持续发力创新,“台上一分钟,台下十年功”在直播从业者的身上得到了生动的体现。

人才建设构建信任桥梁

业内人士指出,随着直播电商行业规范发展,从业者的水平直接决定着行业的发展速度和发展质量,而当前行业中存在的不少问题和痛点,专业岗位人员素养及专业性缺乏等成为主要原因。该人士表示,例如主播,不仅要懂产品、懂消费者需求,也要不断学习吸收行业新规和政策,在售前、售中、售后各个环节做到专业化、精细化、规范化,否则会容易引发消费纠纷或其他风险。在职业素养方面,主播面对镜头应该注意自身语言和德行规范,对社会和公众负责。他坦言:“发力直播行业的人才建设,可以吸引各方人才加入,在提高包括选品、直播和运营等各个方面在内的行业整体水平同时,提高直播间的选品质量,保护消费者权益,促进直播经济规范健康发展,最终实现‘主播良心卖,消费者放心买’。”

“在日常直播购物中心,我主要考虑的是主播的选品、售后等方面能不能满足我的购买需求,是不是可以相互陪伴、长远地走下去。”热衷于直播购物的消费者陈曼在接受记者采访时说,“作为李佳琦的‘铁粉’,我觉得他就像自己身边的朋友,他站在‘所有女生’前面,替我们考虑。比如,我经常看‘李佳琦小课堂’和《所



有女生的OFFER》等栏目,一方面他将消费者的需求反馈给品牌方,另一方面也将品牌心声和理念传递给消费者,这种信息的传递是非常有意义的。”

实现内部人才能力多维度提升

作为直播行业头部企业,“再造无数个李佳琦”成为美腕在直播人才培养和建设方面的目标。据悉,美腕是最早将直播运营团队细致划分为招商、选品、合规、质检、售后等不同工种的公司,同时也是最早把产品各类检测报告进行展示的企业和行业内部最早发布企业标准的企业,而其内部的企业标准甚至远超通用的行业标准。

记者了解到,2020年美腕作为起草单位参编中国商业联合会发布的《直播营销服务规范》团体标准。2021年5月,发布了直播电商行业首个企业标准(《直播电商商品质量与合规管理规范》),对内控人员的专业性提出了要求,也为直播电商行业的人才标准提供了参考。在团队人才建设方面,来自涵盖化妆品、食品、时尚用品、服饰鞋包、运动类产品等多个领域的直播运营团队成员在选

品时,能基于自身专业素质提供多维度的意见。例如时尚、生活、美妆和食品等品类的招商,具备行业经验的人才能够更顺畅与不同品牌方进行对接,并完成对商家经营资质、商品品类、产品特点和亮点作初步判断。而选品人员则会对产品进行试用,从成分、配方、商家资质、卖点等各个维度对产品做出判断。品控人员则需要查看产品资质,考察产品是否存在舆论风险和法律责任,也会和第三方专业机构联合验厂。

“成为一个主播,不仅仅需要带货能力,也需要懂产品,懂消费者的需求,更需要对政策法规了解,不断提升自身专业能力,这就要求主播在职业生涯内保持极强的自驱力和学习能力。”12月7日,美腕相关负责人在接受记者采访时表示,“我们和上海市质监局、SGS通标标准技术服务有限公司、上海市毒理学会等专业质检机构展开合作,提高选品门槛,对于新的知识、法律法规,公司也会定期邀请外部专家对公司进行内部培训。”

他坦言,人才的专业性优势需要体现在各个链路的协作配合上,“每天晚上直播时,直播间还有负责运营、摄像、风控的多位同事,监播的同事在主播口

课时会及时提醒、纠正;而直播结束后,负责售后的同事将为消费者及时处理售后问题。”他指出,直播是一个庞大而精细的工作,围绕着一场直播的整个链路,把各个环节切分成了不同的岗位,并邀请来自各行各业的专业人员加入或合作。“我们相信,只要把直播工作做得足够精细化、规范化,保证各个环节上的人员都足够专业,就可以把直播工作做到最好。”

职业教育平台为行业人才“充电”

值得注意的是,除了直播行业头部企业的首当其冲外,职业教育平台也在不断通过各色课程,为直播行业人才“充电”提供多维度支持。

记者看到,中国在线职业教育独角兽企业“开课吧”在培养符合新时代发展趋势的复合型和应用型人才上持续发力。在深入洞察到直播市场端需求后,陆续开设了“声音师训练营”“短视频+直播”等专业课程,为直播行业的相关从业人员提供专业的技能培训,让学习者在了解“短视频+直播”行业的现状同时,学会短视频、视频直播数据分析工具使用以及掌握短视频、直播账号定位的方法。

“在‘声音师训练营’课程中,通过对标准发音的培训,让学习者表述的话语充满感染力,继而提升个人的人格魅力,具备从事主播、主持等工作的终身技能;‘短视频+直播’课程则帮助从业者对行业趋势进行解读,并帮助其选择适合的赛道,继而为其搭建直播、视频生态矩阵。”“开课吧”相关负责人在接受记者采访时表示,除了相关课程外,“开课吧”基于对成人素质教育市场需求的洞察,在2020年推出了个人及家庭成长学习平台——“米堆学堂”,致力于成人素质教育,构建了涵盖兼职副业、个人成长等领域在内的四大课程板块,包括配音、短视频、超级沟通力、决策思维等课程,更通过大量专业“大咖”入驻,让学习者对于直播行业的多维度技巧、专业素养,包括行业规范化管理要求有了明确的认知和决策能力。

“米堆学堂”,致力于成人素质教育,构建了涵盖兼职副业、个人成长等领域在内的四大课程板块,包括配音、短视频、超级沟通力、决策思维等课程,更通过大量专业“大咖”入驻,让学习者对于直播行业的多维度技巧、专业素养,包括行业规范化管理要求有了明确的认知和决策能力。



□ 本报记者 卢岳

各行各业的发展离不开人才的培养与教育,建筑装饰行业也不例外。国家各项政策一直以来不断地在支持人才队伍的发展与深化,积极地推动了行业的进步与前行。中国建筑装饰协会副秘书长刘原指出,建筑装饰行业面临市场转型、管理转型和技术转型,对高技能人才需求非常迫切。记者看到,随着市场需求的不断凸显,家装行业的人才建设步伐也在不断加快并呈现分化趋势。其中,3D云设计等新技术正成为行业人才培训内容的重头戏。

数字化设计成行业新需求

前瞻产业研究院《2018-2023年中国家装(家庭装饰)行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》初步统计,2017年中国住宅装饰装修产值达到1.9万亿元,同比增长6.3%。按照目前住宅装修的发展速度和龙头公司的布局,预计到2023年家装行业市场规模将达到3.2万亿元。

据2020年7月人社部中国就业培训技术指导中心联合阿里钉钉发布的《新职业在线学习的平台发展报告》显示,未来5年,预计需数字化设计中的建筑信息模型技术员近130万人,建筑装饰行业的数字化设计人才正是行业转型升级的重中之重。业内人士指出,数字化设计是建筑装饰装修全产业链的人口和源头,也是新时期新环境下市场的必然需求。在数字化不断深入的时代,对设计的要求除了亘古不变的创意,更需要依托时代背景的技术支撑,因此数字化设计是技术与设计的共同要求。

记者看到,从政策文件对建设建筑装饰装修工程的数字化交付的要求,倒推到每一个环节,其中设计环节作为整个家装服务流程的重要一环,同样面临着数字化升级的巨大需求。对此,中国建筑装饰行业首席经济学家、中国建筑装饰协会学术教育委员会秘书长朱时均对媒体表示,建筑装饰装修数字化设计技术的广泛应用一定会给建筑工程行业带来革命性变化,数字化设计已经是行业当下正在经历的变革,未来只会更加深化和升级。

头部平台引领家装设计人才建设

在政策导向和市场需求的驱动下,互联网家装行业也在设计环节的人才培养上持续发力,以3D云设计为代表的新兴技术正带来一场家装革命——多元化、个性化和定制化的趋势越来越明显,设计服务的创新与转变带动了整体家装情景展示模式的兴起,产品展示与用户体验因此成为家居企业关注的焦点。

“三天的集中培训既可以快速掌握工具应用方法,同时通过与授课老师的交流,让大家对当前家装设计行业发展有了更新认识。”近日,土巴兔家居生态研究院与西海基石教育集团共同发起的“图创校园”首期课程结束,来自全国各地近500名学员通过参加职业技能培训的方式,围绕3D云设计技术展开培训,为未来的设计之路提前做好学应用。据了解,该首期课程为期三天,授课内容涵盖装修行业发展史、满意户型搭建、硬装设计与软装搭配、灯光渲染与投稿分技巧等诸多方面,课程通过提供“手把手”“面对面”的就业辅导,帮助学生掌握3D云设计从入门到高阶的知识。课程结束后,学生需要在线上作业,通过考核的学生将获得专属的结业证书。

“家装行业长期存在信息不对称、沟通效率低、设计不精细等诸多痛点,而3D云设计技术的应用可有效降低双方沟通成本,提高行业效率,实现设计环节开放、透明,同时将设计师从复杂、重复的工作中解放出来。”据土巴兔相关负责人介绍,目前图满意系列课程已纳入西海基石教育集团选修课程中,希望能够帮助广大学子提前积累实战经验,快速接轨市场。

近年来,随着用户对家装设计关注度的逐步提升,行业对设计人才的需求也在与日俱增。当下我国高素质的室内设计师人才极为稀缺,行业的高速发展需要专业技能人才与其匹配,而一般大学和培训机构课程未覆盖3D云设计应用,新工具内容呈现缺口。此课程集合了校企双方优势资源,通过校企融合建立合作桥梁,为企业、行业、社会培养与输送学以致用的专业设计人才、技能精英,推动人才与企业、高校优质生态循环。据悉,西海基石教育集团全力打造以中专、大专、本科学历教育为基础,以家居行业一线实用技能人才培养为核心的应用型教育培训机构,致力于为广大家居行业培养学以致用的专业设计人才、技能精英,目前已与全国多所院校、近千家家居企业建立广泛的合作关系。

值得一提的是,作为产业互联网代表平台,土巴兔已将产业人才帮扶定为重要战略,其家居生态研究院5年间累计为数万家传统装修公司开展线上或线下培训,让家装企业从相关培训课程中获取“互联网基因”,从而迈上转型之路。此次的“图创校园”将作为产业人才帮扶的重要一环,让互联网家装平台携手装修公司共同打造实训基地,多措并举,融合校企优势资源,通过资深的设计师团队、领先行业的技术应用和规范系统的课程体系,扩大产业专业技能人才供给。

整体家装情景展示模式兴起

记者看到,近年来,家装市场围绕设计人才水平提升持续发力。除头部企业纷纷加强布局外,由中国室内装饰协会支持,全国30余家地方协会见证的河南建筑室内设计研究院和居然之家联合建立的室内设计人才培养(河南)基地顺利落地,各类云设计展览、大赛纷纷出现,让室内装饰行业的设计人才水平不断提升。

相关专家指出,在线设计、在线渲染、3D云设计等技术在家居行业已凸显强大优势,操作简便、实用的3D数字化展示系统正逐步成为家装设计服务的利器。通过在线的方式展示更多的产品和风格,扩大了操作空间,实现有限空间、无限展示,满足用户各种不同需求。随着家装需求的多元化、个性化和定制化的趋势越来越明显,设计服务的创新与转变带动了整体家装情景展示模式的兴起,未来产品展示与用户体验将成为家居企业和消费者关注的焦点。

3D云设计成新利器 家装设计培育专业人才助力产业升级

二手奢侈品行业多渠道发力推进鉴定人才培养



伴随着循环经济理念的不断加深,我国二手奢侈品细分市场迎来增量时代。放弃柜台,选择到实体二手奢侈品店、中古店“淘货”或在闲置奢侈品电商平台选购产品,已成为当下年轻人购买奢侈品的消费方式。但与此同时,“鉴定”却成为掣肘消费者体验和行业发展的关键难题——如何获得靠谱的鉴定、如何打造更加专业的鉴定人才,成为行业平台想要不断探索的重要方向。

高端人才匮乏掣肘行业发展

据艾瑞咨询测算,2020年中国闲置高端消费品存量规模为2.87万亿元,到2025年该规模将达到3.89万亿元。记者看到,2016年以前,二手奢侈品市场一直处于区域性线下回收、

线下交易的状态,随着红布林、妃鱼、胖虎等“二奢”交易平台成立,“二奢”行业正式进入了线上电商时代。业内人士指出,相较于国外更成熟的消费环境和经验积累,国内的二手奢侈品商业模式和行业规范仍处于探索之中,还存在诸多亟待解决的行业规范

问题,例如正品鉴定标准执行缺失、高端人才严重不足等,而这些问题则成为导致行业痛点的最大原因。妃鱼创始人兼CEO黄世昌表示,二手奢侈品鉴定存在较大的行业壁垒以及不可替代性,二手奢侈品鉴定服务不仅是交易中重要的决定性因素,更是整个二手奢侈品行业繁荣的决定性因素。行业在主播及直播运营人才方面高端人才相对匮乏,一定程度上也阻碍了二手奢侈品市场的发展。他指出:“除了鉴定人才外,二手奢侈品直播作为行业新爆发点,对于主播的专业性素质要求更高,因此具备行业经验和直播能力的复合人才需求及大。行业亟需构建一个鉴定、评估和培训体系相对完善的模型,能够通过更多有效的方式培

养出更多的行业人才。”

企业发力推进行业人才培养

在巨大的人才需求下,行业也在围绕人才建设持续发力。11月17日,在上海举办的首届闲置奢侈品行业论坛上,中检集团奢侈品鉴定中心主任曹锐表示,长期以来国内闲置奢侈品行业面临着假货横行、从业者鱼龙混杂的窘境,让消费者购买信心不足,很大程度上已成为限制行业发展的最大瓶颈。为了引领奢侈品市场进一步正向、健康发展,中检集团奢侈品鉴定中心除长期为海关、工商、公检法等政府监管部门及国内各大电商平台、奢侈品垂直电商平台提供专业的鉴定服务外,更于2020年4月正式推出了奢侈品鉴定溯源防伪系统,同时与行业头部商家合作,打造中检集团奢侈品鉴定溯源示范基地。针对二手奢侈品行业人才,尤其是高水平鉴定人才的匮乏,中检集团奢侈品鉴定中心向社会推出专业奢侈品鉴定培训课程,为奢侈品鉴定行业选拔优秀的鉴定师人才。

黄世昌同时提出,行业高速发展过程中存在供应链分散、正品鉴定标准执行不统一、市场监管待完善、高端人才不足等痛点,针对人才不足痛点,妃鱼也在积极探索解决办法。“‘二奢’属于新兴行业且从业门槛高,导致高端人才匮乏。对于直播人才,妃鱼内部的系统人才培养方式具备成熟的主播选拔培训体系,大多来

自电视台主持人、时尚买手等的主播也具备一定的行业基础。此外,妃鱼目前正在与高校合作共同培养行业专业人才,并与广电总局合作培养主播人才,在鉴定师方面,则积极与第三方专业权威机构合作,成为中检集团中心NO.001号战略合作单位,平台所有鉴定师需要中检培训认证后持证上岗,目前更在和中检集团奢侈品产业孵化基地合作培养鉴定领域人才。”

有效推进行业规范化发展

业内人士指出,目前二手奢侈品行业仍存在着商家鱼龙混杂、正品鉴定标准不统一的问题,在一定程度上会影响消费者对“二奢”的消费信心。鉴定人才的专业化培养能够更好地维护消费者权益,提升消费者信心,让消费者买得更放心;同时,能够净化市场环境,促进二手奢侈品市场健康发展。

在“二奢”直播领域,以妃鱼为代表的人才培育模式,其优势在于能够规模化地复制品牌店铺号和达人号,这非常考验公司的标准化能力和人才的组织能力,而背后体现的是企业对供应链端改造、服务水平和主播培养的Sop流程。主播与直播运营人才的标准化培养,对于企业而言提升了效率、增强了用户粘性;对于消费者而言,建立起与主播之间的信任与高效连接,让购物效率更高、体验更优,最终促使二手奢侈品行业向着更规范、高效的方向发展。