



直播招聘成为招聘行业数字化转型切入点



近日，2023快手快聘年度峰会在苏州召开。首都经济贸易大学副教授、中国新就业形态研究中心主任张成刚受邀出席峰会，并发表《招聘行业数字化转型进行时——直播招聘模式的作用与前景》主题演讲。

张成刚表示，伴随数字化转型成为全球招聘行业的大势所趋，直播招聘为招聘业务发展提供了数字化的基础设施，成为招聘行业数字化转型的重要推动力，帮助企业、劳动者实现高质量匹配，缓解劳动力市场就业困难。

在线招聘市场规模稳增 直播招聘助推行业数字化转型

自2001年中国加入WTO后，招聘业务和中国制造业实现同步发展，并逐步形成中国制造业的人力资源供应链优势，即在较短时间内，在全国范围内大规模招聘符合企业要求的制造业工人。据《2022年度人力资源和社会保障事业发展统计公报》显示，全年为3.1亿人次劳动者提供就业、择业、流动服务。

近年来，在数字技术的浪潮下，招聘行业也迎来了新变革。数据显示，2022年，全球在线招聘行业市场规模突破百亿美元，预计未来10年的复合年增

长率超15%。另据Glassdoor数据，80%的美国人使用在线招聘工具获得岗位。

张成刚指出，随着数字技术的发展，招聘行业数字化转型成为全球大势所趋。而直播招聘可以作为招聘行业数字化转型的切入点，因为其提供了数字化的基础设施和基本工具。借助直播招聘这一数字化工具和平台的力量，招聘企业和从业人员可以实现更好的数字化转型。

张成刚进一步解读直播招聘对于不同类型企业的赋能价值。他表示，一方面，对于已经有了一定招聘行业基础和经验的成长型企业来说，做好数字化转型，可以利用直播招聘，找到企业的第二条S曲线，甚至是第三条S曲线，从而为下一代增长和未来的增长建立基础。

另一方面，对于初创企业和初创者来说，利用直播招聘这一新的数字化工具，也找到了创业和发展的机会。在过去的一年半时间中，非常多的带岗主播依托快手平台“快聘”业务成长为创业者，不仅帮助大量劳动者成功求职，也实现了他们自身职业发展的成功。

目前，直播招聘模式已在招聘行业全面铺开，为劳动者搭建起全新的就业

渠道，推动供需的高效匹配。以快手为例，过去一年，快聘月活跃用户达2.5亿人次。2022年，快聘直播场次超500万场，提供岗位的企业总数达24万家，预计为蓝领岗位上招聘行业带来了14%的纯新增用户。制造业投递简历数量增长128%，服务业更是爆发性增长了近7倍。

多维赋能招聘行业各端 平台企业发挥作用愈加明显

随着直播招聘规模的迅猛增长，直播招聘对于招聘行业整体和各参与方的重要作用愈加凸显。张成刚认为，对于企业和劳动者来说，直播招聘展现出快、准、真的新特性，降低了劳动力供需匹配成本。

具体而言，“快”是指直播招聘加速了招聘流程，提高了供需双方的匹配效率。过去需要2-3周才能完成的简历投递周期，现在仅仅几分钟就可以了；过去招聘通过线上网络或者纸质模式展示，相对来说信息传递较慢，现在一次招聘直播中可以展示多个岗位，匹配效率大幅提升。

“准”是指直播招聘减少了信息不对称，提高了匹配准确度。相比老乡之间的口口传播、线下门店的宣传、网络上的文字传达等方式，招聘主播通过视频这一信息传输载体所传递的信息量更多，劳动者在直播中可以看到岗位更多维度的详细信息，会更有针对性地选择岗位和投递简历，降低岗位流失率。

“真”是指直播招聘保证了招聘的真实性，增加了供需双方的信任度。平台不仅对入驻企业有相关资质要求，同时主播为了建立自己的信任基础和信任关系，也必须在直播间提供真实岗位信息。

与此同时，直播招聘也给公共就业服务的数字化转型提供了机会。张成刚指出，直播招聘可以作为公共就业服务的新工具、新抓手，推动公共就业服务数字化转型，帮助政府构建区域性雇主品牌。此外，直播招聘还可以推动政府公共就业服务的职业介绍队伍发展，

并将沉淀的大量数据再利用在公共就业服务的其他方面。

不仅是企业、劳动者和公共就业服务，直播招聘对于招聘行业也具有重要作用。在张成刚看来，一是拉动新增用户流量，扩大了行业容积；二是直播招聘嵌入招聘活动，使得招聘活动的各个环节更加细化，推动招聘活动更加专业化；三是招聘活动各环节的数字化赋能，降低了运营成本。

“随着直播招聘的发展，人力资源招聘行业会在未来3-5年内出现颠覆性变化。”张成刚表示，围绕直播招聘模式，蓝领招聘市场正在形成新的生态体系。

在新的生态体系中，由于有了平台的参与，减少了从用人单位到求职者的中间环节。同时，直播平台可以为中间端进行赋能，提供了相应的数字化管理工具，降低运营成本。而数字化转型也持续为企业人力资源管理赋能，为支持招聘主体业务敏捷性提供数字化手段。

从全局视角来看，张成刚认为，直播招聘推动了人力资源行业数字化转型，也丰富了平台经济的模式。直播招聘的出现，是数字经济服务于实体经济发展的创新典范，也是平台经济服务于我国高质量发展的证明。

而从反向视角来看，张成刚指出，当直播招聘嵌入企业招聘活动、人力资源招聘行业之后，也对平台企业提出了更高的要求。平台企业在直播招聘模式中发挥的作用越来越明显，同时要承担的社会责任也越来越大。在此背景下，作为平台企业代表，快手不断加码扶持力度，帮助更多老铁打开求职道路，助力更多企业提高招聘效率。

峰会现场，快手快聘负责人刘逍宣布，快手将投入1000亿流量，扶持1000个年营业额在10万以上的商家，拓展200万个新岗位，助力3亿老铁（人次）找工作。面向未来，快手快聘将持续通过投入更多流量、升级产品能力、打造线上招聘节等方式，进一步推动招聘行业数字化转型，促进高质量充分就业。（丁新伟）

为加快全国市场监管数字化试验区（北京）建设，北京市市场监管局对标国内外先进标杆，以数字化改革助力政府职能转变，在数字服务领域取得阶段性进展。其中，全市电子营业执照累计应用量逾1.2亿次，稳居全国首位。另外，“e窗通”为新设市场主体提供“一站式”服务，全市今年上半年新设市场主体16.76万户，同比增长29.27%。

同事项同条件全市范围无差别办理

为推进政务服务标准化建设，实现高频政务服务事项无差别受理、同标准办理，市市场监管局编制形成包括政务服务事项管理、办事指南、事项办理、监测评价在内的政务服务标准体系，实现政务服务事项的申请材料、办理流程、审查标准规范统一。

例如，在事项管理标准化方面，本市出台了《北京市市场监督管理政务服务事项管理规范》，围绕行政许可、行政确认、行政执法、行政奖励、公共服务等与企业群众关系密切的7类政务服务事项，将实施主体、事项内容、申请材料、申请方式、办理流程、办事时限、跟踪评价等均纳入规范化管理。制定受理、审查、许可、送达等各环节格式化文书22种，实现同一事项同条件全市范围内无差别办理。

市场主体设立“全程网办”

本市推动“e窗通”数字服务平台不断迭代升级。北京市企业服务“e窗通”平台自2019年建设以来经过多次迭代升级，目前已实现全类别市场主体设立、变更、注销全流程“只进一门、只对一窗、全程网办”，全环节“不见面、零成本”。

例如，“e窗通”平台将营业执照、刻制公章、领用发票、员工登记、银行开户等全部办理事项整合成为一个环节，为新设市场主体提供“一站式”服务。今年1至6月，全市新设市场主体16.76万户，同比增长29.27%。

同时，以“e窗通2.0”升级改造为核心，重构与整合市场监管部门现有的多个政务服务审批系统，目前已整合市场监管部门市区两级34主项、194个分项的依申请政务服务，实现食品、特种设备、计量、检验检测等经营许可、资质认定“一口入、网上办”。目前，北京市市场监管局政务服务除特殊事项外已实现100%“全程网办”。

电子营业执照“一照通投”降低交易成本

在智能化服务方面，本市在市场监管领域不断营造数字服务新生态。

其中，电子营业执照“一照通投”大大降低交易成本。记者了解到，电子营业执照微信小程序开发了“电子投标”功能。企业在北京市参加政府采购活动，无需购买数字证书，仅凭电子营业执照就能在线完成政府采购电子交易平台注册、登录、电子签章、文件加密密等全流程业务，实现政府采购“一照通投”，全程零费用。截至目前，全市电子营业执照累计应用量逾1.2亿次，稳居全国首位。

此外，在经开区试点食品经营许可远程核查，通过“全流程技术服务”“云踏勘”等方式推进“不见面审批”进程。对于品牌直营连锁及信用较高的餐饮企业，探索采取远程视频核查形式对其后厨布局流程及设备设施进行验收，进一步提高核查效率。目前已有多家餐饮服务单位通过“云踏勘”取得《食品经营许可证》，许可审批服务便利化和透明度持续提升。

上半年北京市新设市场主体同比增近三成

数字化改革助力为企服务

718全民家装节开启

土巴兔连续七年打造最大线上家装IP大促

7月18日，2023年土巴兔718全民家装节正式开启，消费者可通过土巴兔装修APP或小程序登录活动页面，感受这场线上家装狂欢盛宴。作为一项连续多年上线的大促活动，土巴兔718全民家装节今年举办到第七届，已经打造为家装行业的重要IP。本届718全民家装节在以往大促基础上，又迭代升级了众多用户参与项目，从装修、材料，到保障、售后，联动家装生态链打造一站式的用户装修体验。

据主办方介绍，此次718全民家装节的重要意义，除了疫情结束后的首个大型线上装修大促外，其另一层寓意，更为通过一场全国性活动带动装修上下游的各商家。“联动家装生态链，打造家装IP大促，拉动家装用户消费”，毫无疑问是对土巴兔此次718全民家装节的完美定义。

成最大线上家装IP大促

一场面向C端的装修大促，势必让整项活动都围绕用户展开。从今年718全民家装节的Slogan当中，就能显露端倪。“签约100%中奖，最高得29999元现金。”这是此次装修大促的主题，更为消费者送上了活动的最大价值卖点。718全民家装节经过7年打造，已然成为最大的线上家装活动。

按照活动规则，7.18-8.18期间，通过土巴兔平台签约并符合条件的用户即可参加抽奖，并100%获得奖品，终极大奖为29999元的现金补贴，同时实物礼品也不乏峰米激光投影仪、创维

壁纸电视及松下咖啡机、小家电等丰富适用的家用电器。此外，活动还为用户材料选买上做到“精打细算”，不仅有爆款秒杀和建材团购活动，还针对用户全屋定制和家电软装需求，送上大额消费券及专场优惠。

值得注意的是，土巴兔的特有服务。此次718全民家装节更覆盖到装修保全保障项目。全国用户都可免费抽取福利券，可用于非特价的全程质检服务、审核报价、陪同签约服务、验房服务等。自2020年土巴兔完成装修保升级，包括718全民家装节在内的土巴兔各项大促活动，无不将“保障”作为重要活动卖点。“上半年我们有316装修焕新季，下半年又有718全民家装节，给用户送上一年两场大促。”土巴兔相关负责人透露，316与718形成其两大自有IP活动，满足用户装修需求。

联动上下游促“家消费”

718全民家装节，土巴兔迄今已举办七届；316家装焕新季，更是开启了一年一度的装修热潮。相关负责人表示，“718”对土巴兔也不仅是一项自有IP大促这么简单，其背后更涵盖着土巴兔创立15年的行业历程。2008年的7月18日，土巴兔诞生在深圳，致力于通过数字技术直击装修中的各方面痛点，向着“让家健康、舒适、充满爱”的使命不断前行。

2012年，土巴兔在行业内率先推出先装修后支付和第三方质检服务，为用户消除了对装修资金和工程质量的顾虑。而就在2020年11月，土巴兔时隔8年后全面升级“装修保”，将“保障”贯穿于装修全流程，给用户提供资金、施工、合同、交付上的层层保障。

从此次718全民家装节上，便可以一探平台对商家的深度赋能。在必领福利区，将土巴兔的“保障服务”全面体现，从前期资金安全到材料选买，再到施工质量保障和售后质保，土巴兔为用户做到应想尽想，也为合作商提供更好的用户接洽平台。不仅如此，土巴兔在AI人工智能、大数据、saas系统等技术层面，也在718全民家装节上全面为平台合作商家赋能。

土巴兔通过平台自身技术优势，可为商家和用户实现更精准匹配，而大数据及saas系统更为商家提升效率。

“作为数字经济代表企业，土巴兔始终坚持以‘用户第一’的价值理念。”用土巴兔集团总裁谢树英的话说，土巴兔已成为一家产业互联网与消费互联网完美融合的平台，

