



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

# 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，即在全国范围内，在全国范围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。以快手快聘为例，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，预计为蓝领线上招聘行业带来了 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建设，

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通路，助力更多企业提高招聘效率。

峰会现场，快手快聘负责人刘道宣布，快手将投入 1000 亿流量，扶持 1000 个年简历量在 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）

# 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业服务

## 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、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局政务服务事项管理规范》，围绕行政许可、行政确认、行政裁决、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、送达等各环节格式文书 22 种，实现同一事项同等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“只进一扇门、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、银行开户等全部开办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 主题、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“一口人、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、文件加解密等全流程业务，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 70 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。

（北京日报）

“房车上也能看电影，那我们今后出去玩岂不是等于带了一个移动电影院？”7 月 17 日，海信旗下的年轻化智能潮牌 Vidda 携 C1 pro、C1 Air、M1 三款智能投影亮相第四届国际半导体显示博览会（UDE 2023），“处处皆可投”的百变使用场景引起媒体与观

## Vidda 携三款智能投影亮相 UDE2023

众的关注。

此次参展，Vidda 结合旗下投影产品的特点，为观众演示了投影的多种玩法。高颜值复古轻便的 M1 放在房车上，拉开幕布，房车就变成了电影院；轻奢便携的 C1 Air 既能与露营“混搭”，又能在家里的任意一面白墙上大显身手。而目前行业“机皇”C1 Pro 更是以超高的亮度和色彩表现刷新了媒体与观众对激光投影的认知，随时随地在家中打造专业的激光影院。



据悉，Vidda 是行业中最早将三色激光技术应用在家用智能投影的品牌。凭借海信对激光技术 16 年的研发积淀，2022 年 5 月，Vidda 发布全球首款三色激光智能投影 C1，由此引发投影行业全面的光源升级。

Vidda C1 Pro 和 C1 Air 都采用了

海信 LPU 三色激光引擎，搭载积分链匀光集成技术、微晶抗噪算法、多维动态消散斑解决方案等独家黑科技，两款新品都搭载了 JBL 定制的 HiFi 音响系统；悦己 M1 则采用了仿黑胶唱片的设计，薄薄的机身，不到一张 A4 纸的大小，可以轻松放进普通的背包中，方便随时随地投出高清大屏。

“白天开车游山玩水，晚上拉开幕布一家人一起看电影，我已经开始向往退休生活了。”逛展的刘女士看到 Vidda 展出的 M1 后感慨道。（自 然）

## 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，除是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众保障项目。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

上的顾虑。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”贯穿至装修全流程，给用户提供了资金、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’的价值点。”用土巴兔集团总裁谢树英话说，土巴兔已成长为一家产业互联网与消费互联网完美融合的平台，

不断满足用户在装修过程中的各类需求。

除了对行业难题的攻克，土巴兔更是在科技创新上不断加码，始终在行业内保持领先水平。作为产业数字经济平台，土巴兔将通过数字经济优势推进传统中小企业数字化转型加速、扩面、提质、增效，从而推动实体经济高质量发展。相关负责人表示，正是借助 718 这场大型线上装修大促活动，土巴兔可以联动整个装修链条，进而共同推动“家消费”经济快速增长。

（依 然）

