站在短视频“风口”的她

雁鸿

格绒卓姆

程学艳

近年来，随着短视频的火爆，不但推动了传统职业的转型，更孕育和催生了很多新职业，呈现出强大的就业吸纳能力，成为扩大就业和消费的有效途径，既丰富了人们的物质精神生活，也为促进经济发展和乡村振兴注入了新的动能。诸多女性站在短视频“风口”拥抱新事业，提升成长能力，收获别样精彩。

□ 中国妇女报全媒体记者 富东燕 周韵曦 景韵润

从护士到拥有百万粉丝的B站知名时尚UP主，雁鸿不仅成为花丝镶嵌非遗传承人，作品还登上米兰时装周的秀场；“村播”格绒卓姆借助短视频让山货走出高原、致富高原；“探店达人”程学艳有了不错的收入，也让家乡被更多人看见……

她们都是我们身边的普通人，也是短视频直播业态之下新职业的从业者。

近日，中国人事科学研究院正式发布《短视频直播生态催生新职业促进高质量充分就业报告》，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。研究表明，快手平台孕育和催生了174个新职业，创造3621万个就业岗位。

既推动传统职业线上化升级，又通过新业态带来新职业和就业大幅扩容，短视频“风口”上，正创造着一次次极具普惠意义的获得感。

新发展

“互联网营销师”“信息流广告营销专家”“探店达人”“互联网招聘师”“房产主播经纪人”……近年来，短视频直播生态在直播电商、商业广告、本地生活、内容创作、直播产业、技术服务等领域，创造了诸多就业机会，并助力实现高质量充分就业。

“传统文化传承师”雁鸿便是其中之一。

在做了两年护士后，渴望自由终究战胜了求安求稳。生于成都的“85后”雁鸿，“一直喜欢画画和做手工，总希望从事这方面的工作”。

先是开小店卖饰品和服装，之后学习化妆，成了一名婚礼化妆师。在这个过程中，雁鸿发现新娘的饰品同质性强，过于单一，于是她试着自己给新娘做饰品，“大家觉得我做得好看又有创意，就建议我发到网上去。”雁鸿说。

说者无心，听者有意。从那时起，雁鸿开始琢磨第一个面世的作品。

2018年，电视剧《延禧攻略》热播，剧中富察皇后佩戴的绒花头饰非常别致，雁鸿尝试着把扭扭棒拧一拧，感觉蛮像。于是，她就下心思模仿，做了几款绒花头饰，录制后发布在B站上。“当时短视频还没这么火爆，但是那条视频有四五千的播放量、好几十条留言呢。我特别兴奋，特受鼓舞。”回忆“首秀”，雁鸿依然激动。

网友的鼓励，更加激发了雁鸿做手工的兴致。在接下来一年多时间，她制作了60多个手工作品、40多个妆面作品，视频播放量突破1000万。比如，影视剧《知否知否，应是绿肥红瘦》中明兰大婚时的凤冠，《如懿传》中如懿佩戴的头饰、护甲，《十面埋伏》里章子怡的发饰等，都被她一一还原。

从那时起，雁鸿成为B站最受关注的手工达人之一。

在还原古风造型路上，雁鸿越走越远。在200多件手工饰品中，有的“珍宝”连雁鸿自己都被震撼到。2019年8月，游戏里一顶绝美的京剧凤冠让雁鸿动了心思。她了解到传统的凤冠是用花丝镶嵌和点翠工艺制作而成，非常复杂，对自己是个不小的挑战。

如何替代？雁鸿决定用易拉罐掐丝代替花丝镶嵌，用自己琢磨的仿点翠代替点翠——将易拉罐剪开，用砂纸打磨出原色，把染色的鹅毛粘在画稿背面，剪切成型后贴在易拉罐铝片上，做出蝴蝶、凤凰等配件，再进行掐丝、组合……最终，花费近10天时间，18个易拉罐华丽变身为一顶栩栩如生的京剧凤冠。“这是我在初期最满意的作品之一，网友也非常喜欢。”雁鸿说，制作这顶京剧凤冠视频的播放量超过了78万人次。

一次次的历练，一次次的掌声，让雁鸿有勇气尝试更多的可能性。

2020年，雁鸿受国外设计师邀请，参与设计了11套服装的头饰部分，作品登上米兰时装周秀场；她还受邀站上英国牛津大学的讲台，分享自己制作手工艺品的创作经历……这些，都成了雁鸿的高光时刻。

将作品展示于大众的视野中，在收获赞赏的同时，也会听到批评的声音。“网友对我们还是比较严格的，这就是视频相关工作的特点和挑战。”对于网友的不同声音，雁鸿尽量理性看待，“故意抹黑，我就不理他。好的批评建议，我会认真吸纳。”

也正是在网友的“批评”下，成就了雁鸿花丝镶嵌传承人的身份。

在刚开始制作头饰时，雁鸿并不知道什么叫花丝镶嵌，就去视频教程上模仿、用自己的办法替代。那时候，有网友说“这个工艺不专业”，还有网友说“成都就有一位花丝镶嵌技艺大师”。经过多方联系，雁鸿找到了这位大师——成都银花丝非遗传承人、中国工艺美术大师倪成玉，并正式拜师学艺。

“在学习中，师傅身上那种精益求精的匠人精神，让我深受感动。”雁鸿感慨道，渐渐地，她也感受到自己身上的那份责任感和使命感，“我会努力钻研技艺，并用让人眼前一亮的形式把它展现出来，让更多人看到中国优秀的传统文化。”

新机遇

在短视频直播生态下，雁鸿代表了有特长的青年人的典型新职业道路。但哪怕没有这类专长，生于互联网时代、对新事物天生敏感的青年人，也很容易在快手平台上开启一份工作。

比如拥有三个孩子的“全职宝妈”程学艳。

“像这样一份三合一空气年糕，只要两块八毛八哟。年糕稍微油炸后，每个都鼓得胖乎乎的，再搭配上鸡柳薯条三合一，简直就是王炸组合。”在探店达人程学艳的一个视频里，只见她双手各举着一盒年糕，带观众走进某家空气年糕店，安利大家到店享用美食。

作为一名美食推荐官，安徽省阜阳市临泉县的程学艳经常四处寻访当地好店，为它们拍摄视频、做团购、增加热度。

“五点半起床，做饭，送孩子上学，然后趁空闲时间剪辑视频，下午出门探店，完成两三个店的探店工作后，接孩子回家，边烧菜边录视频的旁白。”这是程学艳的“工作日程表”，今年35岁的她，是三个孩子的妈妈，自己运营着一个抖音账号，叫@农村小妹探店。

2022年年底，程学艳从全职宝妈变成了探店达人，一年间发了近600条视频，积累了2800多名粉丝，她告诉中国妇女报全媒体记者，在临泉县，有两三百个普通宝妈和她一样，在带娃之余，空闲时间探探店、剪剪视频、发发抖音。“大家每天都收拾得精精神神，化好妆出现在镜头面前，越来越自信。”

“虽然我的粉丝数不是很多，但每个月能带来3000多元的稳定收入。”这让程学艳特别知足，她用这份收入给孩子们报兴趣班，逛游乐场，下馆子。这份时间自由的工作，让她既能照顾好三个孩子，还能充实提高自己，家人都非常支持。“探店这件事不是只有几百万粉丝的大博主可以做，我们这样普通的人，只要用心，也可以做。”程学艳感慨道。

成为“探店达人”源于一次培训。

在短视频、直播带货兴起后，临泉县组织了技能培训班，不少宝妈参加培训班学习制作探店视频。抱着试试看的心态，程学艳走进了教室。

在培训班学到拍摄、剪辑、直播等技能后，2022年11月底，程学艳在朋友的陪伴下踏上了探店的道路，对第一次拍摄探店视频，她记忆犹新。“我们的探店设备很简单，一个支架，一台手机，麦克风和录音设备是几个姐妹一起拼单凑的，鼓足勇气后，我们去螺蛳粉店试拍，那时候面对镜头表情还很不自然，动作也不协调，剪辑也花费了很长时间。”

程学艳说，起初总是状况百出，不是忘词，就是说错，好不容易说顺了，却忘了按录制键。她们一边学、一边拍，互相帮忙提词儿，摸索出了诀窍——面对镜头读口播要像给孩子读故事那样，慢慢地，她们在镜头里放松下来。

如今，她们已经游刃有余，程学艳每天与姐妹们结伴来到约好的店家，熟练地互相帮忙拍摄。“现在，我更加能感受到探店带来的乐趣，与我原来的工作相比，现在的探店工作让我能随时随地向全国各地的网友推荐产品，看到这么多粉丝的好评和老板们满意的笑容，我非常有成就感，以前从来没想到自己能这样‘发光’。”程学艳说。

“对于我们，探店算得上是一份‘理想职业’。”程学艳说，与县城上一代的母亲们相比，她们有了更多选择，能在县城里获得不错的收入，又能陪伴孩子，这在以前想都不敢想。“虽然我是一位很普通的妈妈，但我通过双手，让生活变得更好，孩子们也为我感到自豪。”

某短视频平台发布的探店数据报告显示，2023年前三季度，探店已为生活服务商家带来729亿元的经济收益，58万达人通过探店获得稳定收入。

新力量

报告显示，在短视频直播生态新职业中，青年人是主力军，其中18~34岁占比55%。九成青年人对数字生态新职业持看好态度，愿意进行尝试。

“雪地上的虫草最好找了！”视频里，指着雪地里冒出的一寸大小的黑尖尖，满头雪花的“迷藏卓玛”跪在地上给粉丝们做着科普。随后，她用工具奋力掘开冻僵的泥土，小心翼翼地取出虫草。好不容易挖到的虫草被展示在镜头前时，喜悦也随之“溢”出屏幕。

今年26岁的藏族姑娘格绒卓姆出生于四川省甘孜藏族自治州稻城县贡沙村。2017年，她在快手化身“迷藏卓玛”，通过短视频展示在藏区采挖松茸虫草的寻“宝”视频，不仅吸睛无数，还带火了村里的农产品销售，被誉为“松茸西施”。

2017年初的一天，格绒卓姆偶然看到有朋友在快手刷短视频，她一下子被里面的内容吸引住。看到天南海北的人都借助短视频尽情展示才华、分享快乐，她也立刻注册了App，尝试拍一些视频。

起初，她只是发一些美颜照片或风景照，点击量不是很大。5月份是虫草季，一天，她正和母亲在山上挖虫草，突然灵机一动，将挖虫草的视频试着发了出去。“当时山中信号不好，我一直爬到海拔五六千米高的山顶，才把视频发了出去。”

没想到，视频很快被平台推上了热门。50多万的播放量，新增粉丝数千，还有几百人私信问她虫草价格，这份“突如其来”让她“惊呆了”。

这次尝试，也让格绒卓姆赚到了“第一桶金”——2000多元。

体验到短视频的“效能”，格绒卓姆和爱人决定全身心投入做短视频、卖山货，成了村里第一个“村播”。

起初，二人的忙碌在村民眼中是“不务正业”，“大家都说：这个人一天对着手机不知道在干啥。”格绒卓姆回忆道。但靠着不懈的坚持和努力，原生态的视频不仅引来了流量，也引来了生意，陆续有人找格绒卓姆购买当地特色山货，很快，格绒卓姆家连同亲朋好友、邻居村民的山货全都销售一空。

“以前我们只能靠当地小老板收购，不仅价格低、收购也不固定，通过短视频销售，松茸每斤能高出五六块钱，虫草每根也高了一两块钱，这对我们来说真的很满足。”就这样，格绒卓姆不仅帮村民解决了山货滞销问题，还打破了大山里的山货完全依赖收购商定价的局面。

自己的生活富裕了，格绒卓姆还一直想着村里人。

2019年，格绒卓姆参加了“幸福乡村带头人计划”培训后，便和爱人成立了自己的合作社，全乡都是合作社的成员，村民则是合作社最直接的受益者。

当虫草和松茸季来临时，合作社以高于收购商的价格，收购村民手中的虫草、松茸，再进行统一包装集中销售。

开办合作社，格绒卓姆最单纯的想法是不能让村民吃亏。一次她生病在县上住院，没想到就是那两天，收购商趁机压价。接到家人的电话，她连忙拔掉吊针往回赶。“我自己就是挖山货长大的，知道有多不容易，很多村民翻山越岭挖山货，我实在不忍心看着乡亲们再吃亏。”

拿松茸来说，过去收购商的定价是100元一斤，现在，合作社会以每斤120元的价格购买，精选出来后在电商渠道分等级销售。

“一年直播下来能有几万订单，我们合作社一年的销售额有四五百万元。”格绒卓姆告诉记者，合作社不仅能稳定货源，还让村民们的收入翻了一番。

依托合作社，村民们的生活越来越红火，大家的态度也产生了明显变化。“现在，村民们都非常支持我，他们经常跟我说，要好好经营，不能卖假货，一定要保证品质。”格绒卓姆笑得爽朗。

入住平台6年来，在全网拥有400余万粉丝的格绒卓姆共发布了500多条短视频，做了200多场助农直播，家乡的虫草、松茸、藏香猪等通过她的直播间走向了全国各地。

获得可观收入和实现个人价值，是人们选择从事新职业的主要原因。类似格绒卓姆这样的“村播”在提高收入的同时，也通过助农直播传播乡村风景文化和产品，让更多农民加入其中，成为农业农村领域创新创业的新生力量。

短视频和直播依靠打破信息传播壁垒、丰富内容表现形式、降低平台应用门槛等优势，为破解乡村传统难题、助力乡村发展开辟了新路径。

随着雁鸿的作品越来越精细和专业，网上发出想学习此技艺的声音很多。应网友呼声，新的一年，雁鸿打算拓展业务模式，一方面开展线上教学，开发材料包；一方面组织线下课程，面对面传授。她的目标更加清晰：做个踏踏实实的非遗匠人，传播中华优秀传统文化。

“我的下一个目标是助农直播，希望能在宣传家乡文化方面出一份力。”畅想未来的发展，程学艳的嘴角忍不住上扬。2023年暑假，她们全家搬进了新买的三居室，两个女儿一个房间，小儿子一个房间，两个房间都摆上了崭新的书桌。“现在我们很知足，能在家乡陪着孩子成长，全家人对新生活都充满了期盼。”

而格绒卓姆最迫切的则是“在村里找一位助播”，作为一名“95后”“村播”，她希望能带动村里更多年轻人加入其中，扎根家乡，把家乡的优质特产卖得更远、更好，让村民们都能乘“云”而上、实现共同富裕。

某短视频平台的品牌口号是“记录美好生活”，在雁鸿、程学艳、格绒卓姆们的小小世界里，她们努力表达、沟通，链接着更大的世界，记录并找寻着属于自己的美好生活。

专家说

女性借助“短视频+直播”能绽放出更大价值

——对话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

□ 中国妇女报全媒体记者 周韵曦

近年来，短视频平台孕育和催生出174个新职业，为劳动者提供了更广阔的职业发展空间。围绕这一现象，聚焦这一领域的女性从业者，中国妇女报全媒体记者与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展开对话，张成刚肯定了短视频直播在催生新职业、促进高质量充分就业方面所发挥的作用，以及女性在其中所展现出的独特价值。

记者：您认为短视频直播平台对于创新就业方式、拓展就业渠道等产生了怎样的作用？主要体现在哪些领域？

张成刚：当前，“短视频+直播”已成为一种商业形态，对我国现有经济和商业模式带来较大改变，特别是催生了一些新职业。其中最典型的是互联网营销师，也就是“直播带货”，另外还有“直播带岗”等，产生这么多新的商业模式，是我们在最初设立互联网营销师这一职业时没有想到的。

直播带货已经开始颠覆企业营销的基本模式，很多企业通过“短视频+直播”辟出新的发展路径，极大改变了整个市场运行的生态；直播带岗也成了蓝领招聘非常重要的一种模式，成为招聘行业发展的一条新赛道；短视频、短剧这一新模式的出现，也极大带动了曾一度处于闲置状态的影视拍摄基地，包括周边的餐饮、住宿等。从这几个例子可以看出，这种新业态改变了我们的生活、消费等，未来也可以预见，短视频平台还将在电商、社交、本地生活等方面发力，催生更多新职业。

记者：您如何看待直播带货在助力女性就业创业方面的作用？

张成刚：我们研究发现，从直播吸粉的角度来说，女性展现出了较强的共情能力。直播吸引人的一大原因是能提供情绪价值，而女性擅长感知和表达情绪。所以在这一职业上，女性发挥出了天然优势。直播带货又是未来企业营销、商品销售、电商发展的重要赛道，随着这条赛道规模不断发展，女性在其中的从业规模、发挥的价值将越来越大。

乡村振兴中，很多返乡创业女性都在利用短视频平台销售商品。我们在河北青龙满族自治县调研时发现，村里一半以上劳动力都是留守妇女，她们早上在地里一边干活一边直播，向更多人展示劳动成果，从而扩大农产品销路、进而提升收入。在她们看来，“手机是新农具，直播是新农活儿。”

总体上看，“短视频+直播”是适合女性的职业，女性借助它能绽放出更大价值。

记者：中国人事科学研究院课题组调查表明，约九成青年愿意尝试数字生态新职业。对于想尝试这一新职业的青年，您有哪些建议？

张成刚：尝试这一新职业，最重要的是找到差异化。“短视频+直播”的基础理论就是“人货场”理论。对于青年来说，关键要有创新思维，要在“人货场”三方面分析自己的优势地带，把优势通过直播扩大，才能获得理想成绩。

前不久，我在一篇文章中分析比较了网络直播和外卖骑手的收入，通过一个直辖市的数据发现，主播月均工资比外卖骑手低6.8%，引发了“主播收入不如外卖员”的热议。直播的特点是“头部效应”明显，“尾部主播”粉丝量小，收入就上不去。所以大家一定要找到创新点，找到自己的特殊价值所在，才能有流量、有粉丝，得到更好的回报。

当下，在乡村振兴队伍中，能操作数字工具的主要还是年轻人、大学生，所以年轻人要有情怀，积极尝试、投身其中，既能创造自身价值，也能用这样的新模式带动村民实现共同富裕。

社长兼总编辑：孙钱斌 值班编委：佟吉清 新闻热线：57983131 投稿邮箱：zbs2016@126.com 广告合作：57983053 发行推广：57983246 订阅处：全国各地邮局 定价：全年396元 每月33元
社址：北京市西城区地安门西大街103号 邮政编码：100009 国外发行：北京399信箱 国外发行代号895D 广告经营许可证：京西市监广登字20170275号 经济日报印刷厂印刷 法律顾问：北京市格平律师事务所郑菊芳律师