

在线新经济背景下的 新职业与新就业发展白皮书

©2021.12 iResearch Inc.

“强化就业优先政策。……促进平等就业，增加高质量就业，注重发展技能密集型产业，支持和规范发展**新就业形态**……建立促进创业带动就业、**多渠道灵活就业**机制……深入实施职业技能提升行动和重点群体专项培训计划，**广泛开展新业态新模式从业人员技能培训**，有效提高培训质量。”

——中共中央《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》

“要结合高质量发展对技能人才的急迫需求，结合平台经济、共享经济发展形成的新就业需求和新就业形态，**进一步健全新职业培训的支持政策。**”

——人社部 财政部《关于拓宽职业技能培训资金使用范围提升使用效能的通知》

随着我国进入新的发展阶段，产业升级和经济结构调整，劳动力供需的结构性矛盾凸显，结构性失业问题显著，疫情所加速的经济结构调整变革及波谲云诡的国际形势又进一步加剧了结构性失业问题的严峻性，强化就业优先政策被列入“十四五”规划和2035年远景目标纲要。

面对国内产业结构调整 and 人才需求结构调整的现状，政府密集出台一系列职业教育改革政策，大力鼓励开展职业教育的同时积极开展职业教育供给与经济社会发展需求的匹配工作：**职业大典未收录的新职业相继出台、职业技能培训补贴力度和范围持续加大、新职业培训体系逐步建立……**

本报告立足在线新经济背景下的新职业，对新职业的出现背景、政策对新职业的鼓励措施、新职业对就业的贡献等进行分析。此外，个人消费服务领域的新职业就业灵活度高、门槛低、适用人群范围广，贡献的就业机会最广泛，本报告进一步以个人消费服务领域的三大主流新职业，包括全媒体运营师、互联网营销师和互联网音频创作者的就业前景、待遇、人才服务产业链等进行详细分析，以期读者展现更丰富的新职业维度。



天时：疫情冲击及严峻国际形势下，在线新经济成为发展新动能；
地利：政策对新职业大力支持，要求广泛开展新业态新模式从业人员技能培训，支持和规范发展新就业形态并提供财政支持；
人和：新职业已成为贡献就业核心渠道。



新职业贡献新就业：新职业不仅体现在新的职业技能和内涵，还表现为新的就业形式、雇佣关系，如灵活就业、线上异地就业等；
个人新消费服务领域的新职业人员最多：新职业就业群体主要分布在新经济领域，其中以现代服务业中的个人新消费服务为核心。



全媒体运营师：新媒体变革下的全能型运营新职业，是消费者沟通的关键环节，用人需求旺盛，尤其是消费、互联网和金融行业。
互联网营销师：新渠道、新场景变革下的营销新职业，直接面向消费者，伴随直播经济迅猛发展。
互联网音频创作者：“耳朵经济”的核心参与者。相较于视频和图文，对于创作者，其无需出镜，舒适度更高，从业方式和时间更灵活；对于听众，收听场景更丰富。



新职业定位：共同富裕背景下，政策顶层设计上提升职业技能人才社会地位和待遇，新职业成为扩大中等收入群体、提升低收入群体收入重要渠道；
新职业人才服务：通过职业技能培训提升从业者能力与素养是人力资源开发和充分就业的前提，万亿新职业人才服务市场可期。

天时：在线新经济，发展新动能

1

地利：新职业得到官方“背书”

2

人和：新职业贡献大量新就业

3

识势：新职业人才服务市场可期

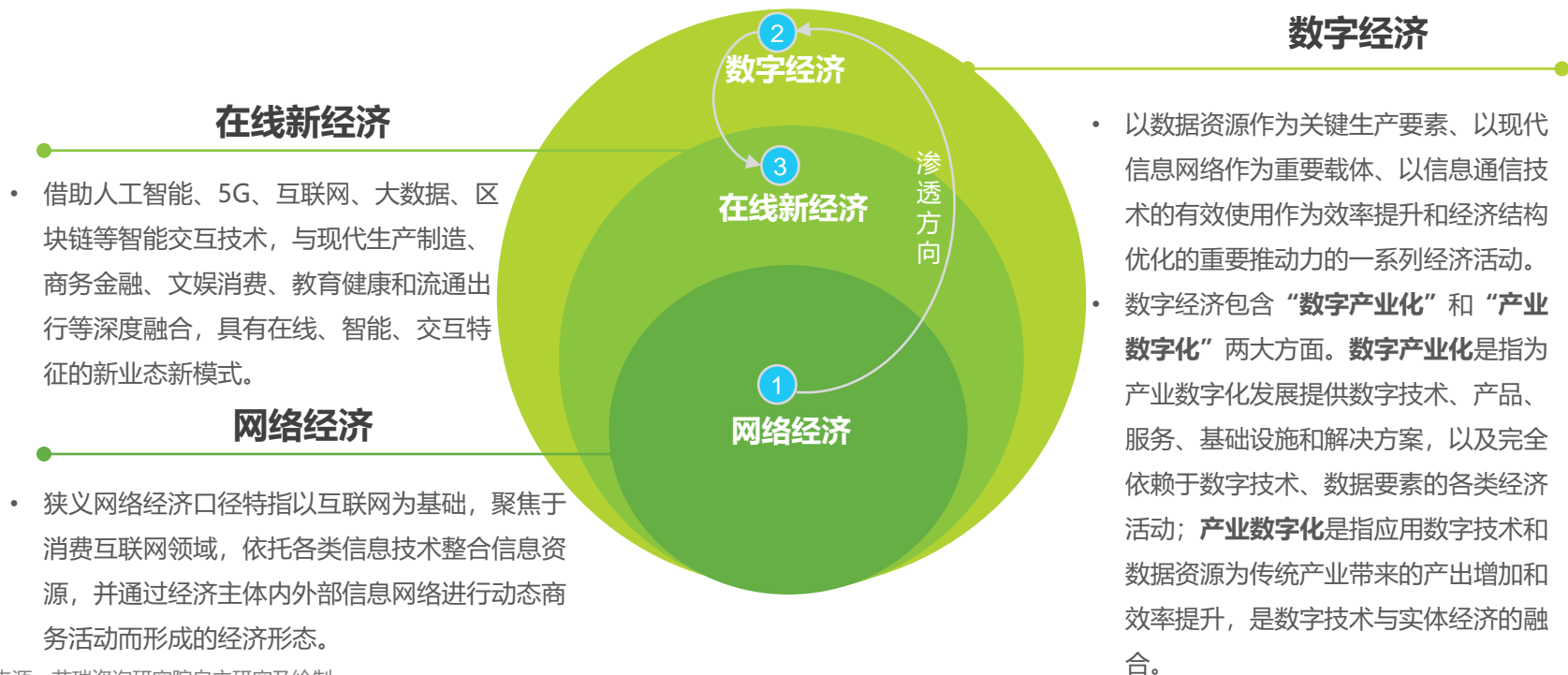
4

概念界定：数字经济VS在线新经济

在线新经济是疫情催化下，以新一代信息技术为基石，实现线上线下融合发展的新业态新模式

为贯彻总书记关于“疫情对产业发展既是挑战也是机遇”的指示，2020年4月，上海发布《上海市促进在线新经济发展行动方案（2020-2022年）》，首次提出了在线新经济的概念并在全国得到推广。在线新经济与网络经济、数字经济既有区别又有联系，艾瑞认为，从概念上，其包含了新一代信息技术对传统产业的赋能，范围大于网络经济；同时，其范围又小于数字经济，**更加强调疫情下新技术、新模式、新业态所催生的增量市场，跟现代生活服务关系更加密切。**

在线新经济概念及其与数字经济、网络经济关系



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

发展数字经济成为我国的战略选择

促进数字技术与实体经济深度融合，做强做优做大数字经济

我国庞大的人口体量形成了海量的数据和丰富的应用场景，成为数字时代重要的战略性资源，加快数字化发展、建设数字中国也被列入“十四五”规划。2021年10月，习近平总书记在中共中央政治局第三十四次集体学习时再次强调了发展数字经济对我国的重要意义，强调发展数字经济是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。

数字经济成为我国重要发展战略

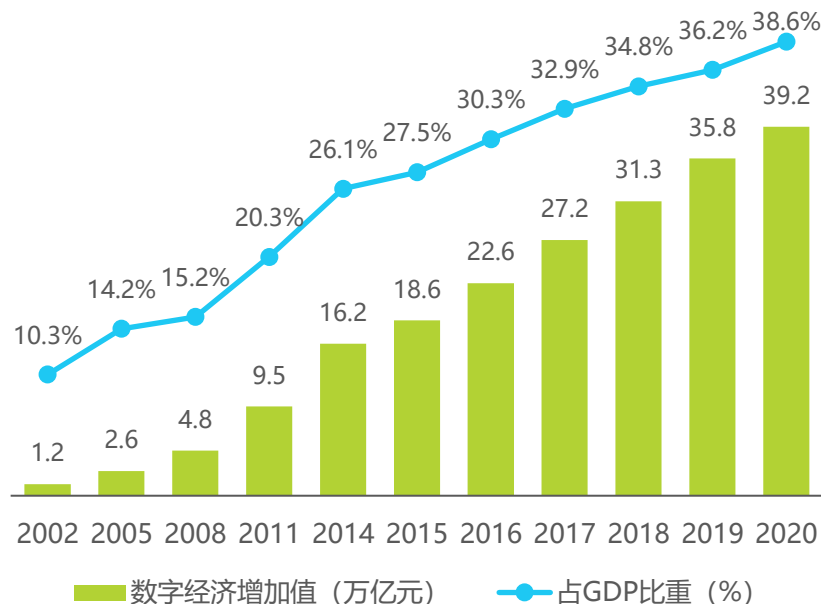
2021年10月，习近平总书记在中共中央政治局第三十四次集体学习时强调**发展数字经济是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择**。

2021年3月，“十四五”规划提出“加快数字化发展 建设数字中国”：迎接数字时代，激活数据要素潜能，推进网络强国建设，加快建设数字经济、数字社会、数字政府，**以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革**。

2017年，政府工作报告首次提出数字经济，指出要推动“互联网+”深入发展、促进数字经济加快成长。

2016年，杭州G20峰会通过《二十国集团数字经济发展与合作倡议》，首次将“数字经济”列为G20创新增长蓝图中的重要议题，**数字经济概念应运而生**。

2002-2020年中国数字经济增加值及占GDP比重

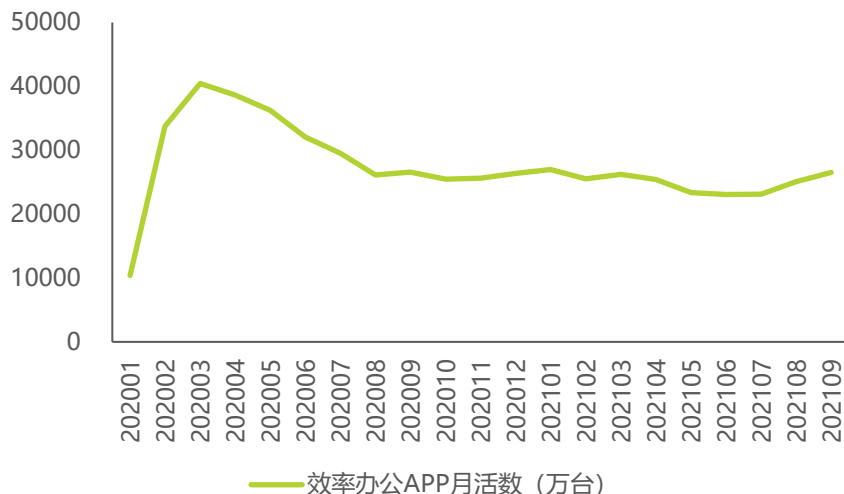


在线新经济成为发展新动能

疫情冲击及严峻国际形势下，在线新经济仍保持高速增长

面对新冠肺炎疫情的巨大冲击和严峻复杂国际形势，我国采取了以创新推动增长的策略，通过采用新技术、新模式，创造新市场，在线新经济逆势增长。一方面，疫情下远程办公、无接触配送等新市场被开发出来，虽然随着疫情常态化发展相应需求减弱，但部分场景及习惯得以保留；此外，疫情也起到了高效催化剂的作用，大幅促进已有的在线经济业态创新发展，如在线文娱、网络直播、电商直播、在线生活服务等，相关领域公司如快手、喜马拉雅等在疫情期间仍保持逆势快速增长，电商直播从电商企业渗透到整个零售业，深刻改变了行业商品流通模式。

远程办公等新经济应运而生



- 疫情防控常态化后，效率办公APP月活数虽有所下降，但仍远高于疫情前的规模；
- 远程办公模式随着疫情常态化发展，需求减弱，但一些远程办公习惯及部分企业的部分岗位远程办公模式将延续下来。

来源：mUserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

在线文娱、直播零售等蓬勃发展

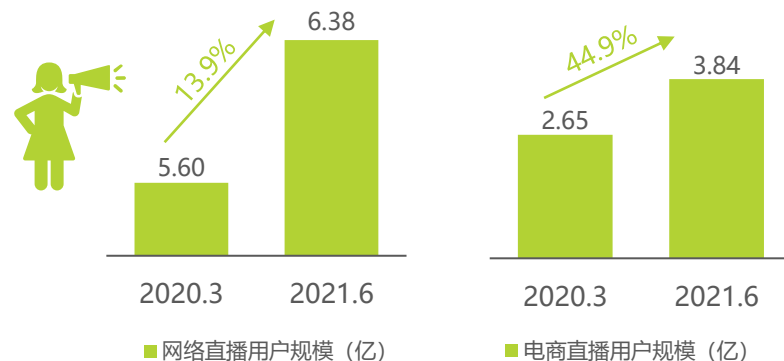


疫情壮大在线文娱行业，相关企业疫情期间逆势增长：

快手2020年营收同比增幅**50%**达**588亿元**；

喜马拉雅2020年营收同比增幅**51%**达**41亿元**。

2020年3月-2021年6月 中国网络直播与电商直播用户规模



来源：招股书、财报资料；CNNIC；艾瑞咨询研究院整理。

在线新经济产生新职业和新就业形态

超越地域、突破时间的在线就业、灵活就业成为常态

数字经济、在线新经济的发展，使得很多职业活动可以不依赖特定的地理空间便可展开，如电子商务、网络直播、在线娱乐等业态，为中小城市及村镇提供了大量就业机会。此外，很多新兴职业工作弹性化强，给劳动者提供了灵活就业及兼职机会，如视频主播、音频主播、内容创作等。

在线新经济催生了大量新职业人才需求和就业机会



据《2020-2021年数字化就业新职业新岗位研究报告》，微信生态以数字化能力催生新职业新工种新岗位，由公众号、小程序、视频号等共同构成的微信生态，在2020年衍生就业机会**3684万个**。



据抖音发布的《灵工时代抖音平台促进就业研究报告》，2019.8-2020.8，共有**2097万人**通过抖音平台从事创作、直播、电商等工作而获得收入，其中许多都是从事互联网营销师和直播销售员的新职业。



据喜马拉雅招股书，2020年平台活跃内容创作者达516万。同时，2020年喜马拉雅帮助超**16.1万**IP合作方和内容创作者累计创收13亿元。



天时：在线新经济，发展新动能

1

地利：新职业得到官方“背书”

2

人和：新职业贡献大量新就业

3

识势：新职业人才服务市场可期

4

社会经济发展推动职业动态变化，新兴职业涌现是必然趋势

我国职业的变迁从《中华人民共和国职业分类大典》的修订变化中可见一斑，在1999年版本基础上，经74个国务院部门和行业组织历时五年完成2015版本的修订，其中新增347个职业，取消894个职业。涉及第一产业的“农、林、牧、渔业生产及辅助人员”大类中减少6个小类、83个职业，涉及第二产业的“生产制造及有关人员”大类中减少24个小类、526个职业，而涉及第三产业的“专业技术人员”和“社会生产服务和生活服务人员”大类中，职业数量则分别增加11个和81个。随着经济社会发展、科技进步和产业结构调整升级，我国的社会职业构成和内涵发生了很大变化，服务业职业数量大幅增加，中国第三产业发展快速。人社部表示2021年将再次启动修订《中华人民共和国职业分类大典》。

1999年和2015年版本中国职业分类大典的职业分类变化



来源：人社部，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

概念界定：新职业

经济发展中诞生，符合产业需求、具备独立职业技能并已形成从业规模的职业，其中部分典型职业已由人社部背书发布

新职业是一个动态变化的概念，从广义上泛指在社会经济发展中应运而生并已经成熟发展起来的所有新兴职业类型；从国家背书的角度来看，新职业专指《中华人民共和国职业分类大典》中尚未收录但已形成规模的职业。“没有一个职业永远会是新职业，因为每天都可能是一个新时代的开始。”

新职业概念



广义来讲，新职业泛指随着**社会经济发展**而诞生且已成熟发展起来的**所有新职业类型**，职业价值符合当代产业结构调整升级的需求，职业**技能**相对**独立成熟**甚至完全区别于传统职业，职业**人才**已经形成相当**规模**，且人才能够凭借该职业为当代社会创造物质或精神财富，并获取合理报酬

狭义的说，自2004年劳动和社会保障部建立**新职业定期发布制度**后，新职业一词作为概念被确定下来。国家层面给到的概念为：新职业是指经济社会发展中已经存在一定规模的从业人员，具有相对独立成熟的职业技能，《中华人民共和国职业分类大典》中**未收录的职业**。自2019年开始，人力资源和社会保障部重新展开新职业发布工作，目前共发布四批56个新职业

人社部发布的新职业

四批56个新职业陆续发布，预计后续更多新职业将推出

新职业主要是采取向社会公开征集方式，经过专家评估论证、公示征求意见，按程序遴选确定，并向社会公布。自2019年人社部重启新一轮新职业发布工作以来，已陆续发布过四批共56个新职业。新职业的发布对于引领产业发展、促进就业创业、提高职业教育培训针对性和有效性等具有重要意义。随着我国经济结构调整和人才需求变化，未来会涌现出更多的新职业类型。

2019年至今人社部公布的新职业类型及行业分类



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

政策向新职业人才培养倾斜（1/2）

中央及地方政府出台多项政策支持新职业人才培养

产业升级、经济结构调整叠加疫情影响，就业优先战略被写入“十四五”规划。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，要深入实施职业技能提升行动和重点群体专项培训计划，**广泛开展新业态新模式从业人员技能培训**，缓解人才结构性矛盾，注重发展技能密集型产业，**支持和规范发展新就业形态**。

鼓励新职业发展相关政策

	时间	发文单位	文件名称	支持新职业发展相关内容
中共中央、国务院	2019年5月	国办	《关于印发职业技能提升行动方案（2019—2021年）的通知》	完善技能人才职业资格评价、职业技能等级认定、专项职业能力考核等多元化评价方式，动态调整职业资格目录， 动态发布新职业信息，加快国家职业标准制定修订 。
	2019年12月	中办、国办	《关于促进劳动力和人才社会性流动体制机制改革的意见》	畅通 新职业 从业人员职业资格、职称、职业技能等级认定渠道。
	2020年8月	国办	《厅关于支持多渠道灵活就业的意见》	支持发展新就业形态 。加快推动网络零售、移动出行、线上教育培训、互联网医疗、在线娱乐等行业的发展，为劳动者居家就业、远程办公、兼职就业创造条件。 推动新职业发布和应用 。密切跟踪经济社会发展、互联网技术应用和职业活动新变化，动态发布社会需要的新职业、更新职业分类。
	2021年3月	中共中央	《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》	深入实施职业技能提升行动和重点群体专项培训计划，广泛开展 新业态新模式从业人员技能培训 ；缓解人才结构性矛盾，注重发展技能密集型产业， 支持和规范发展新就业形态 。
	2021年9月	人社部、财政部	《关于拓宽职业技能培训资金使用范围提升使用效能的通知》	结合高质量发展对技能人才的迫切需求，结合平台经济、共享经济发展形成的新就业需求和新就业形态，进一步健全新职业培训的支持政策。 大力开展新职业培训，将新职业培训及时纳入职业培训补贴范围 。

地方政府

广东	2020年3月，《广州市直播电商发展行动方案（2020-2022年）》：到2022年，推进实施 直播电商催化实体经济“爆款”工程 ——“个十百千万”工程。打造直播电商产业集群，构建直播电商人才支撑体系，将广州打造成为全国著名的直播电商之都。
	2021年5月，广东省残联、团省委等联合喜马拉雅进行公益助残 有声主播培训 ，帮助希望成为有声主播长期发展的残疾人士学习相关技能，获得相关工作机会。
福建	2021年4月，《福州市互联网营销师培训实施方案（试行）》：2021年计划免费培训 互联网营销师 1万人。
	2021年8月，福建南平团市委青春微课堂为南平青年进行 音频主播 免费培训。
浙江	2020年6月，温州市职业技能提升行动推进大会暨首期 流媒体运营师 项目制培训开班仪式在温州城市大学举行，并推出11.5亿元补贴。
	2020年6月，义乌市人社局提出将联合其他部门进一步推进职业技能提升免费培训，计划 培训电子商务从业人员10万人 。

各个地方政府均结合自身产业优势出台了相应职业技能提升计划和补助措施

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料搜集整理。

政策向新职业人才培养倾斜（2/2）

将职业技能人才的水平评价交由用人主体和社会化评价机构

2020年11月，人社部发布《关于支持企业大力开展技能人才评价工作的通知》，支持企业自主开展技能人才评价，自主运用评价方法，自主设置职业技能等级，将技能人员水平评价由政府评价改为实行社会化等级认定，接受市场和社会认可和检验。将职业技能人才的水平评价放权给用人主体和社会这一改革，改变了评价发证主体和管理服务方式，增强了用人主体和社会性评价机构在人才水平评价方面的话语权，也为技能人才提供了更多的评价机会。对于众多新兴的新职业，相关政策的制定往往存在滞后性，用人主体和社会性评价机构具备更多的水平评价话语权后，能为新职业从业者提供更加公平的技能认定环境和待遇。

将技能人员水平评价放权给用人主体和社会性评价机构

职业资格目录清单式管理

为解决“考试太多、资格太烂”问题，人社部于2016年12月发布《国家职业资格目录清单》，清理了数百项“没有法律依据”设置的职业资格，并将职业资格纳入国家职业资格目录，实行清单式管理，目录之外一律不得许可和认定职业资格。

1994

1994年，我国制定了《职业资格证书规定》，推行专业技术人员职业资格证书制度，由政府认定发证，成为职业通用标准。

国家认定的 职业资格证书制度

2016

2019

职业资格清单式管理后，技能人员职业资格大幅减少，职业资格评价已难以满足企业和劳动者需要，为弥补评价载体缺失问题，开始将技能人员水平评价放权给用人主体和社会性评价机构。
2019年12月30日，李克强总理主持召开国务院常务会议，决定分步取消水平评价类技能人员职业资格，推行社会化职业技能等级认定。
2020年11月，人社部发布《关于支持企业大力开展技能人才评价工作的通知》，支持企业自主开展技能人才评价，自主运用评价方法，自主设置职业技能等级。

实行市场化技能人员水平评价

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料搜集整理。

天时：在线新经济，发展新动能

1

地利：新职业得到官方“背书”

2

人和：新职业贡献大量新就业

3

识势：新职业人才服务市场可期

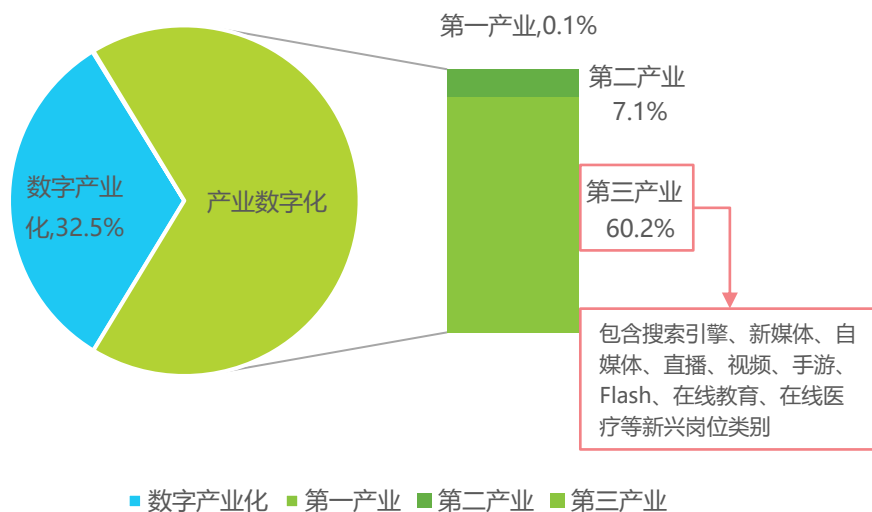
4

新职业成为贡献就业核心力量

数字经济发展影响就业结构，第三产业就业规模不断扩大

数字经济的高速发展推动了产业结构的升级，同时也带来了就业结构的改变，新职业催生出大量新的工作岗位与就业机会。根据中国信通院《2021年中国数字经济就业发展研究报告》，从数字经济的招聘岗位来看，产业数字化领域面向消费端的第三产业就业岗位占比高达60.2%，人才需求远超第一、第二产业，对包括新媒体、自媒体、直播、视频等领域的人才展现出较强的就业吸纳能力。据领英《2021年新兴职业趋势报告》数据显示，电子商务、内容营销、软件开发和工程等自带数字化基因的职位正在成为新的风口，新兴就业需求被释放，就业规模不断扩大。

2020年中国数字经济各产业就业岗位占比



中国部分新兴行业与热门职位示意



电子商务

据统计，电子商务行业岗位在职人数较去年同期增长47%；
热门职位：电子商务专员、运营专家、主播等。



内容营销

领英数据显示，平台内发布的内容营销相关职位中，校招岗位占比34%以上；
热门职位：内容制作人、编辑、主播等。



软件开发和工程

领英数据显示，在新兴职位列表中，软件开发和工程行业的在招职位已超50000个；
热门职位：研发工程师、算法工程师、机器学习工程师等。

新职业带来新就业

在就业形式、雇佣关系、地域分布等方面发生“新”的变化

新职业不仅体现在新的职业内涵，还表现在就业形式、雇佣关系等的“新”。从就业形式来看，很多新兴职业不再是单一的全职全日制，取而代之的是灵活的就业形式，据统计，2020年我国灵活就业从业人员规模已达2亿左右。从雇佣关系来看，伴随共享经济、“互联网+”等新经济形态的日益壮大，传统的雇佣模式已逐渐被打破，非标准就业的零工经济模式和平等的合作式关系孕育而生。据国家信息中心《中国共享经济发展报告（2021）》数据显示，2020年我国共享经济服务提供者约为8400万人，同比增长约7.7%。从地域分布来看，如成都、重庆、西安、南京等新一线城市凭借开放的人才落户政策，对新职业从业者的吸引力不断攀升。

新职业带来的新就业变化体现



就业形式

- 由单一的全职全日制向灵活就业形式转变
- 据人社部统计，2020年我国灵活就业从业人员规模已达2亿人

雇佣关系

- 由传统雇佣关系向非标准就业的零工经济模式和平等合作关系转变
- 非标准就业包括：自由职业、自主创业、非全日制用工等弹性就业模式

地域分布

- 逐渐向推行开放人才落户政策的城市聚集
- 据美团研究院《2020年生活服务业新业态和新职业从业者报告》数据显示，成都、重庆、西安、南京等新一线城市对新职业人才的吸引力不断提升

来源：人社部、国家信息中心《中国共享经济发展报告（2021）》、美团研究院《2020年生活服务业新业态和新职业从业者报告》，艾瑞咨询研究院绘制。

新职业领域分布

集中在新业态、新模式等新经济领域

从分布领域看，新职业就业群体主要分布在新经济领域，其中又以现代服务业中的个人消费服务为核心。如新媒体（抖音、快手、喜马拉雅等）、新渠道（拼多多、小红书等）、新产品（如新茶饮等）所引发的新消费及其带动的供应链、传播、服务各个环节的变革所带来的新职业和新就业。相较于新技术和新产业，个人消费服务领域的新职业其就业灵活度更高、门槛更低、适用人群范围更广，也贡献了最广泛的就业机会，如跟我们日常购物、信息获取息息相关的**全媒体运营师、互联网营销师、互联网音频创作者等**。在下文中，本报告将以这三类新职业为例，对新职业的就业前景、待遇、人才服务产业链等进行详细分析。

新职业就业领域分布

新业态、新模式

- 主要集中在现代服务行业，尤其是个人消费服务
- 例：新媒体（抖音、快手、喜马拉雅）、新渠道（拼多多、小红书等）、新产品（如新茶饮等）所带动的供应链、传播、服务各个环节的变革，催生了一系列新职业和新就业，如全媒体运营师、互联网营销师、互联网音频创作者等

重点针对新消费领域的新职业新就业进行详细举例分析

新技术

- 新一代信息技术，如人工智能、大数据、物联网、云计算、虚拟现实等实现产业化应用的新技术领域
- 相关新职业包括人工智能工程技术人员、大数据工程技术人员、云计算工程技术人员、物联网工程技术人员、物联网安装调试员、区块链工程技术人员、区块链应用操作员等
- 为新兴技术，存在较大人才缺口

新产业

- 新产业指应用新科技成果、新兴技术而形成一定规模的新型经济活动，包括：新技术应用产业化直接催生的新产业；传统产业采用现代信息技术形成的新产业；由于科技成果、信息技术推广应用，推动产业的分化、升级、融合而衍生出的新产业
- 相关新职业包括工业机器人系统操作员、无人机装调检修工等

3.1 全媒体运营师

需求：一切的争夺归根结底是用户时间的争夺，当具有消费力和话语权的年轻人将时间纷纷转移至抖音、快手、喜马拉雅等音视频平台，以及刷朋友圈、小红书等，消费者沟通及广告投放必须及时切入相关领域，能综合利用各种媒介技术和渠道进行信息生产、传播的全媒体运营师需求爆发，人才需求从消费互联网企业渗透到传统行业。

供给：高校的人才培养体系尚未能及时与时俱进，自学和企业内训是现阶段运营人才最核心来源。

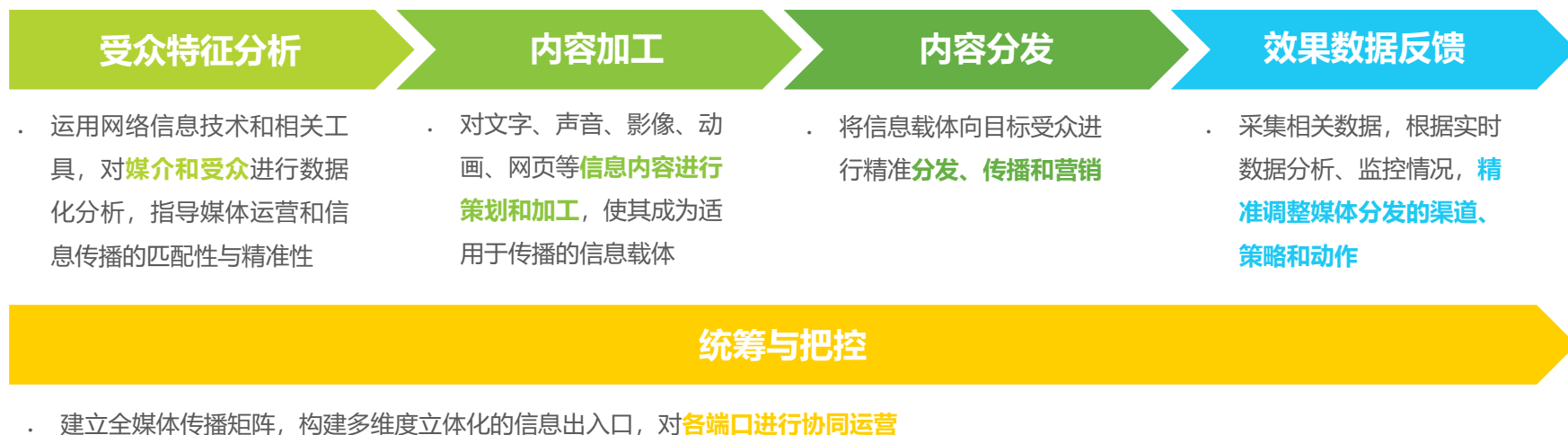
人才服务：中央政府、地方政府提供政策及资金支持，高校、培训机构/传媒公司、产业背景的培训平台进行人才培训及技能评价服务，输送行业所需人才。

全媒体运营师职位概念

综合利用各种媒介技术和渠道，对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈

据人社部给出的定义，全媒体运营师指综合利用各种媒介技术和渠道，采用数据分析、创意策划等方式，从事对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈等工作的人员。随着互联网信息从生产到传播形式越来越丰富，传统的专注单一工作内容的“小编”很难做到精准传播、高效运营，进而产生了水平更高、能力更综合的全媒体运营师的需求。全媒体运营师需要充分利用数据分析方式，以受众特征分析为起点，综合利用各种内容形式和传播渠道，通过实时的数据反馈，对信息传播的有效性进行统筹与把控。

全媒体运营师主要工作任务



全媒体运营VS运营

运营职位和职责高度不标准，全媒体运营职位职责类似传统内容运营、新媒体运营的升级版

现阶段，运营职位和职责仍处于高度不标准阶段，不同公司对运营的定位亦不一致，导致很多“打杂”工作也成为运营的一部分。一般而言，传统的经典意义上的运营模块分为内容运营、用户运营、产品运营和活动运营，在每个版块又会衍生出不同的细分岗位，如内容运营领域的“小编”等。此外，还有很多近年快速发展但较难归为这四类的运营岗位，如新媒体运营、主播运营、电商运营等。从岗位职责看，全媒体运营师与内容运营、新媒体运营职责更接近，但需要的技能更加综合与全面。虽然全媒体运营师的任务已经有运营人员在从事，但具体岗位名称通常仍为运营，故后文中的论述也主要针对运营而非特制全媒体运营展开。

运营职位的主要类型

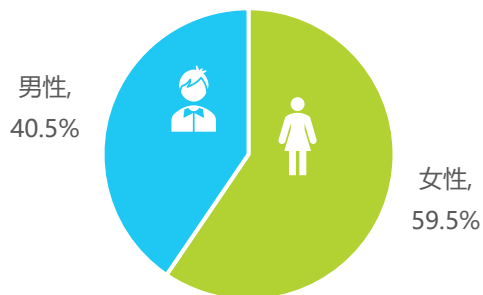


来源：《运营之光》、艾瑞咨询研究院根据招聘网站等公开资料整理。

运营从业者画像：性别年龄特征（1/2）

90后为绝对主力，女性居多，从事运营的年轻人不断增加

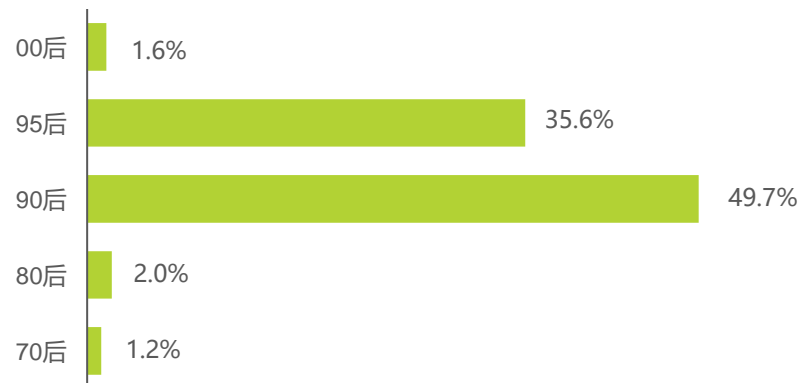
运营从业者性别分布



性别分布特点

- 运营从业者中，女性占比高于男性

运营从业者年龄分布



年龄分布特征

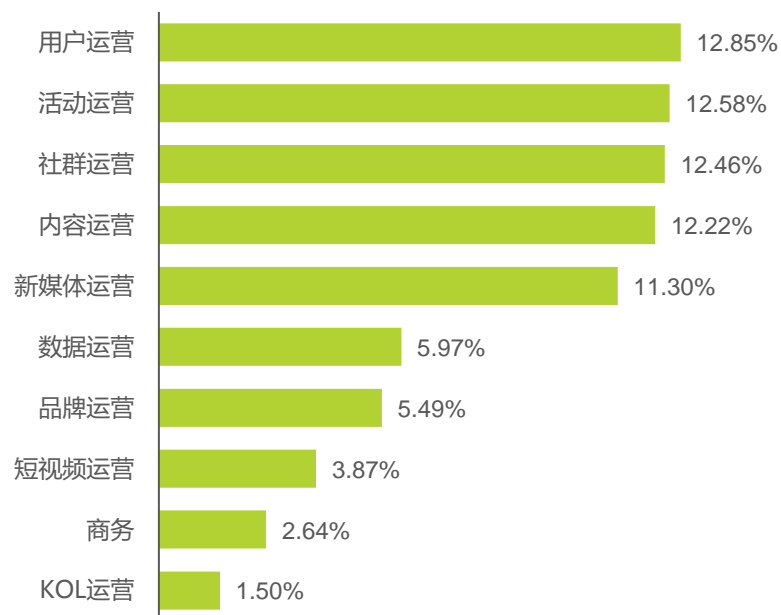
- 86.85%的运营从业者是90后、95后以及00后
- 95后已经开始逐步成为运营人员主力，越来越多的年轻人从事运营职业

运营从业者画像：岗位薪酬分布（2/2）

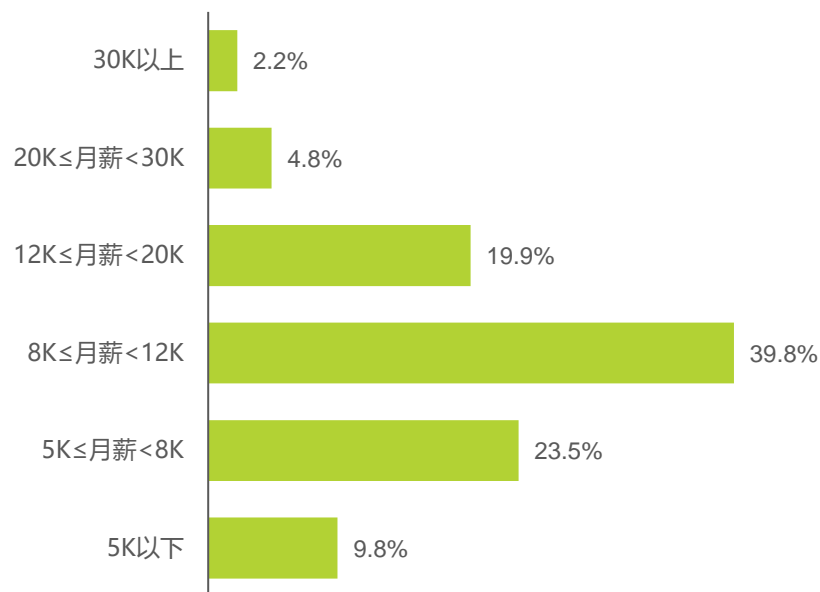
运营岗位月薪普遍在5-20K，用户运营、活动运营、社群运营等技能需求最普遍

从所需的技能看，用户运营、活动运营、社群运营、内容运营、新媒体运营是最为需要的运营技能。从薪酬看，运营从业者的月薪普遍在5-20K，其中8-12k占比最高，基本符合正态分布情况。

运营从业者最需要的工作技能



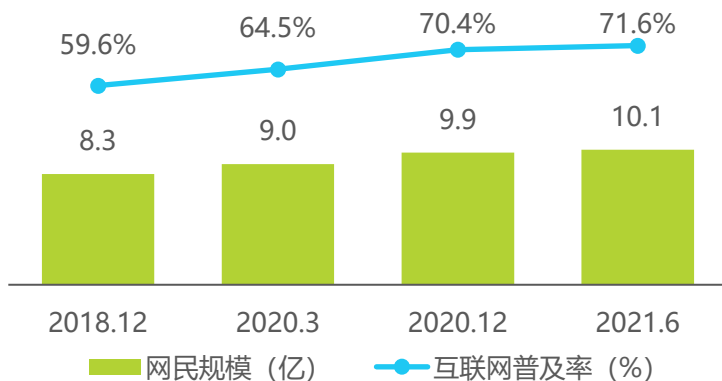
运营从业者薪酬情况



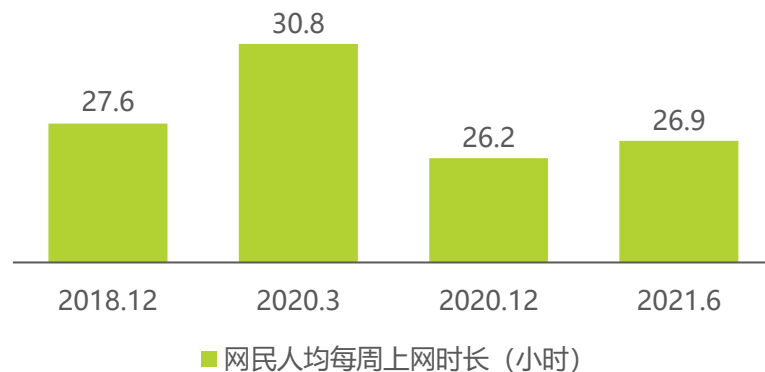
人才需求驱动力：网络经济快速发展

截至2020年，我国消费互联网企业营收6.25万亿元，预计从业者从业人数超千万

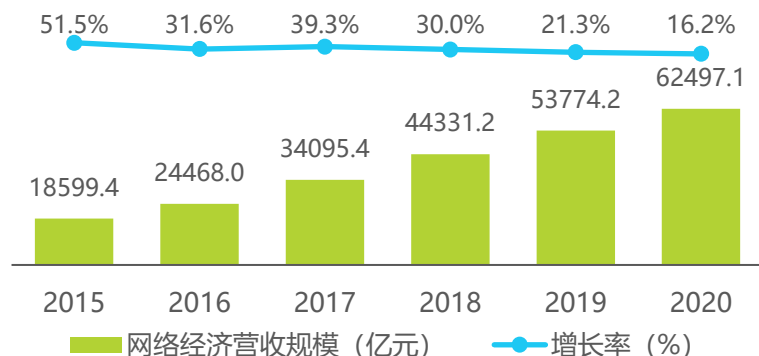
2018年12月-2021年6月中国网民规模



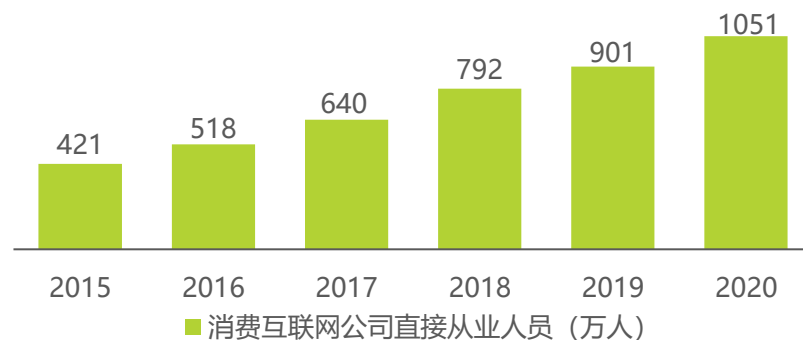
2018年12月-2021年6月中国人均每周上网时长



2015-2020年中国网络经济营收规模



2015-2020年中国消费互联网公司从业人员规模



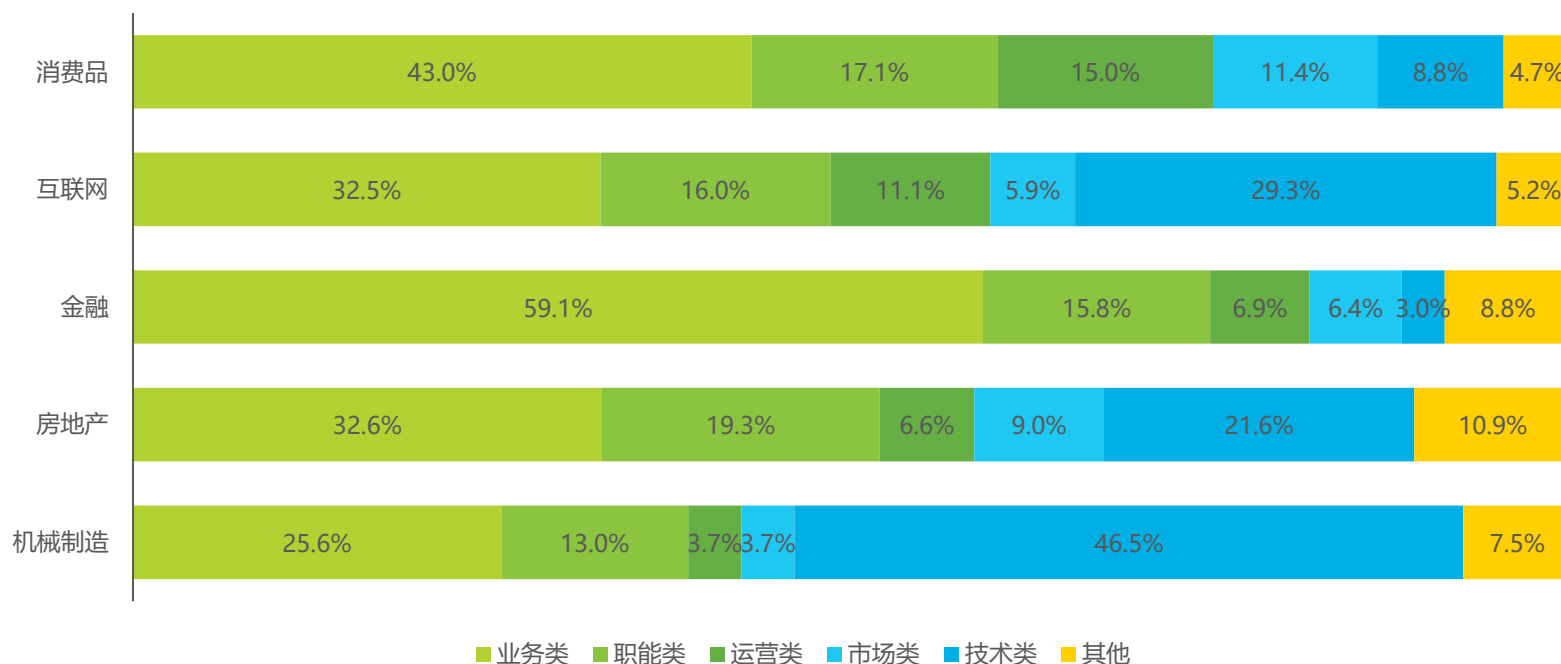
注释：1.网民数量、上网时长数据来自CNNIC《第48次中国互联网络发展状况统计报告》；2.网络经济营收规模由艾瑞咨询统计核算，指基于经营互联网相关业务产生的企业收入规模之和，覆盖网络媒体、文化娱乐、消费生活、互联网金融、在线教育、在线医疗、交通服务等核心消费互联网赛道；3.消费互联网公司从业人数根据网络经济市场规模及估计的各行业人均创收情况统计测算。

人才需求驱动力：数字经济加速渗透

运营人才需求已从互联网行业渗透至传统行业

近年来，互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新，日益融入经济社会发展各领域全过程，数字经济和实体经济不断融合，很多传统行业如金融、地产、消费品、机械制造等的商业模式不断升级，采用更新潮的方式开展业务，产生了大量运营人才需求。根据猎聘发布的2020年四季度人力资源趋势报告，消费品行业招聘岗位中，运营岗位占比达到了15%，甚至机械制造等行业也开始招聘运营岗位，在短视频平台及微信平台进行产品展示及售卖。

2020年中国各行业岗位招聘比例分布



来源：猎聘《2020年四季度人力资源趋势报告》。

供给：自学及企业内训为人才主要来源 iResearch 艾瑞咨询

高校缺乏针对性专业且教学内容比较传统，导致相应人才仍主要来源于自学或企业内部培训

伴随互联网飞速发展，线上产品和服务越来越多，产品本身迅速同质化，用户注意力资源越来越稀缺，如何通过各种运营手段提升信息传播效率及用户体验成为取胜关键点，运营人员的重要性日益凸显。但从供给方看，高校的人才培养体系尚未能及时与时俱进，这一背景下，自学和企业内训成为运营人才最核心来源。此外，在提升劳动力职业技能的大政策方针下，地方政府陆续启动相关青年技能培训计划，进行全媒体运营师等职位的人才培养。

运营人才来源结构



来源：专家访谈、艾瑞咨询研究院绘制。

政府、用人单位、高校、培训机构协力进行人才培养 运营人才培养产业链

政策支持

中央及部委政策-部分列举

2020年9月，人社部、财政部《关于拓宽职业技能培训资金使用范围提升使用效能的通知》
2021年10月，中共中央办公厅、国务院办公厅《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》……

地方政策-部分列举

2020年6月，温州首期**全媒体运营师（全媒体运营师分支）**项目制培训开班仪式在温州城市大学举行，通过考核的学员，将获得由温州市人社局、温州城市大学统一印制的“全媒体运营师合格证书”及相关技能提升补贴。
2020年11月，重庆市人社局表示，自2020年至2021年，面向以高校毕业生为重点的广大青年群体开展职业技能培训10万人次以上，**全媒体运营师**作为一项重点职业培训计划纳入其中。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

职位痛点及展望

初级运营职责不清，“内卷”严重，中高级运营人才难求，需要专业的人才服务机构解决供需痛点

运营人才的需求随着网络经济、数字经济的快速发展迅速攀升，运营的“套路”也随着主流媒介的转变、流量池的迁移不断更新迭代，进而也导致了运营工作内容和职位设置的鱼龙混杂。对于求职者，常苦恼于运营职责的杂乱和缺乏指引；而对于用人单位，则急需优质的运营人才。而在人才培养方面，由于运营的“套路”更新过快，校内教育体系往往存在滞后性，急需专业的运营人才服务机构，为求职者提供完善的培训体系，同时为用人单位输送优质运营人才。

运营职位当前的痛点

求职者的困惑



- 运营是做什么？
- 运营是不是就是客服、销售？
- 运营是不是就是打杂的？
- 运营是不是干得多、赚的少？
- 运营有好的职业发展路径吗？



用人单位的烦恼

- 如何能招聘到优质的中高级运营人才？
- 运营人才该如何培养？
- 任何能让运营的技能与时俱进甚至引领潮流？



政府、高校的目标

- 如何解决人员、毕业生就业问题？
- 如何提升职位附加值？

3.2 互联网营销师

需求：在疫情影响下，线下实体经济受到冲击，销售渠道、消费场景与消费需求发生颠覆性改变，直播电商等直播经济形态迅猛增长，电商平台、内容平台与社交平台等渠道平台相继入局构建新型消费生态，互联网营销师群体迅速壮大，并不断发展分化。

供给：地方政府与社会培训机构是社会化职业技能培训的实施主体，经贸类职业院校则以学历培养为主，目前针对互联网营销师的人才培养体系尚未系统化，不同地区的人才供给水平存在显著差距。

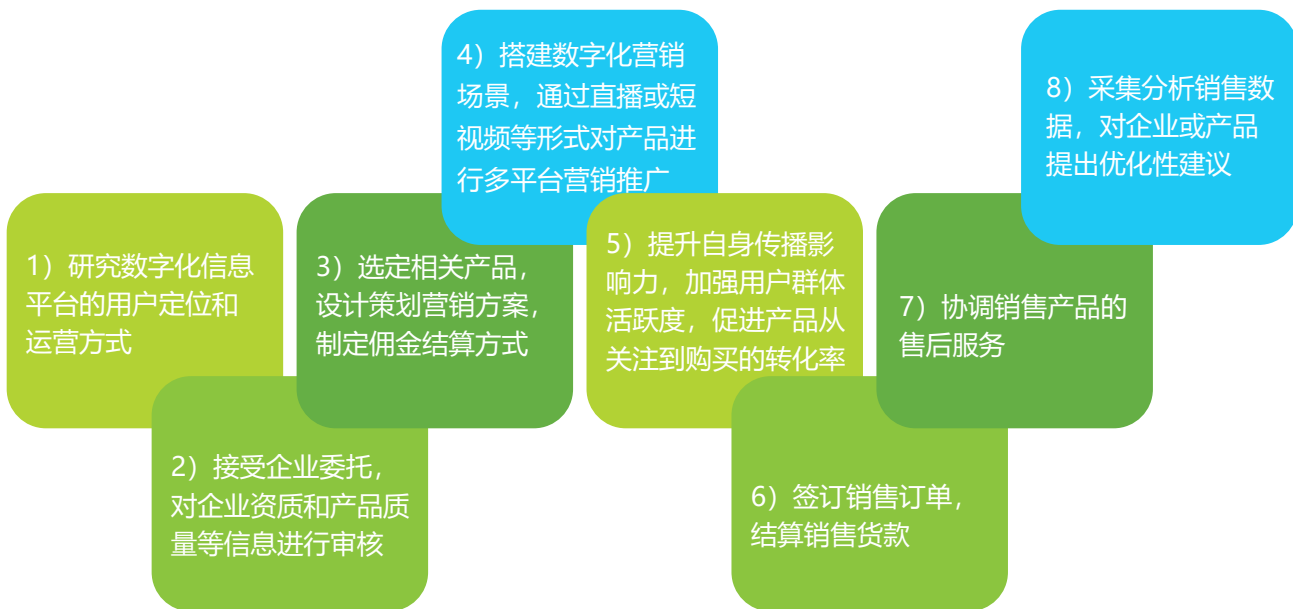
人才服务：全国已有多地出台互联网营销师人才培训与补贴政策，未来在人才培养方面有望建立更加明确规范的培训标准与职业发展体系，更好地推动行业人才发展。

互联网营销师职业概念

运用网络交互性与互联网公信力，通过数字化信息平台对企业产品进行营销推广

2020年6月，人社部向社会公布了第三批新职业名单，互联网营销师正式成为国家认证的新兴职业之一。人社部对互联网营销师的职业定义为：在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行营销推广的人员。从广义上来看，互联网营销是基于市场消费以及生产商与品牌商的销售需求，通过互联网平台将制造企业、营销人员、配送环节和终端用户融会贯通的一种新兴销售模式。综上，本次研究所指互联网营销师为从事直播带货和视频营销等直播营销领域的相关从业人员。

互联网营销师主要工作任务



互联网营销师细分工种

已发展分化出选品员、直播销售员、视频创推员与平台管理员等四大职业工种

从狭义上来看，互联网营销师并不完全等同于大众所熟知的“带货主播”，直播销售员仅是其中的一个细分工种。除直播销售员外，其余3个工种分别为选品员、视频创推员与平台管理员。虽然各工种间的职业方向与职位功能存在很大差异，但他们彼此之间相辅相成，共同构成了互联网直播营销链条。为了更好地提升相关从业人员的职业能力，进一步规范行业发展，人社部于2021年6月出台了《互联网营销师国家职业技能标准（征求意见稿）》，文件中对互联网营销师的职业技能等级共设置为五级，分别是：五级/初级工、四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师。其中，选品员、直播销售员、视频创推员三个工种设五个等级，平台管理员仅设三个等级。

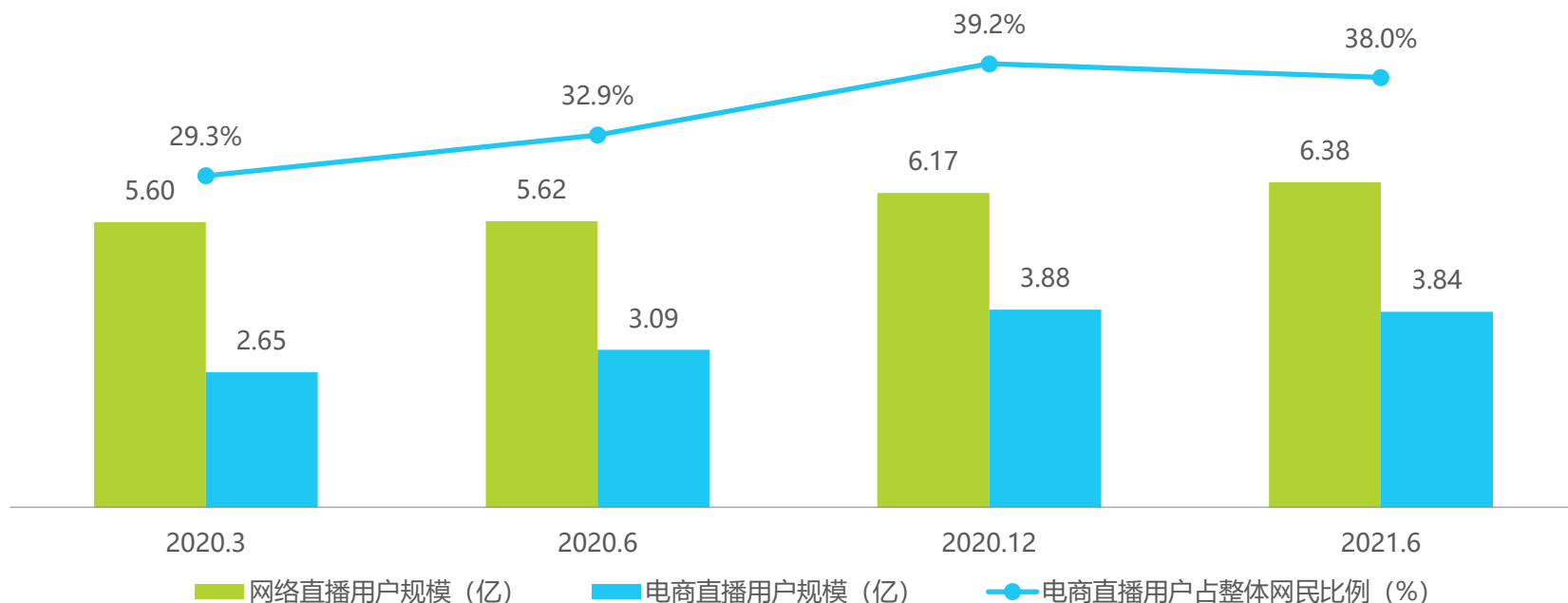
互联网营销师四大职业工种及主要工作职能



疫情催化下，直播电商等新经济模式快速发展，互联网营销师群体迅速壮大

据《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2021年6月，我国网络直播用户规模达6.38亿，其中，电商直播用户规模为3.84亿，同比增长7524万，占网民整体的38%。受疫情影响，线下实体经济受到冲击，近四成网民成为电商直播受众，庞大的用户基数与消费需求推动直播电商等直播经济形态高速增长，互联网营销师群体迅速壮大，产生了选品员、带货主播、脚本策划、场控等一系列围绕直播营销的新型就业岗位。

2020年3月-2021年6月中国网络直播用户规模与电商直播用户规模



来源：CNNIC，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

职业发展驱动力

受新经济、新业态、新技术等因素驱动，人社部预测2025年行业人才需求缺口或达三到四千万

从政策视角来看，国家大力支持新经济新业态的发展，2020年以来，中央有关部门已相继出台多部政策措施鼓励和规范新型消费市场健康、有序发展；从市场经济视角来看，在疫情的催化下，消费场景和消费需求发生颠覆性改变，直播经济迎来爆发式增长，以直播带货为主的新型消费生态已逐渐成熟；从技术视角来看，直播技术、5G、大数据、AI、AR/VR等新一代信息技术的升级使得消费者体验得到极大提升，加速推动了新型消费场景的布局。互联网营销师行业目前虽仍为蓝海市场，但随着产业链和外部因素的不断丰富与驱动，规模将持续增长，据人社部预测，未来行业人才缺口将达三到四千万。

互联网营销师职业发展驱动因素

政策因素

- 国家政策鼓励：2020年7月，发改委出台《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，**鼓励发展消费新市场**；
- 地方扶持措施：如杭州、重庆、福州等地，地方政府牵头，由人社局联合第三方机构/企业**面向社会开展“互联网营销师”的新职业培训班**，并予以参培学员一定培训补贴。

经济因素

- 2020年，我国**数字经济增速保持9.7%的高速增长**，**数字产业化规模达到7.5亿元**；
- 互联网经济发展模式不断创新，在疫情的催化下，**直播经济迅猛发展**，直播营销成为2020年最热门风口。



市场因素

- **卖货模式转变**：越来越多的企业和品牌商的营销方式发生改变，由传统广告营销转向新型直播营销。与传统营销渠道相比，直播营销可以更直接触达消费者，下单路径变短，消费者的试错成本降低。随着电商平台、内容平台以及社交平台的相继入局，**以直播带货为主的新型消费生态逐渐成熟**。

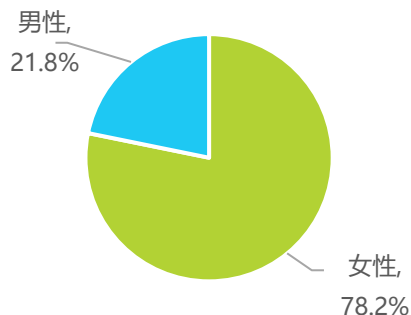
技术因素

- **直播技术、5G、大数据、AI、VR/AR**等新一代信息技术升级极大地提升消费者的购物体验，加速推动了新型消费场景的布局。

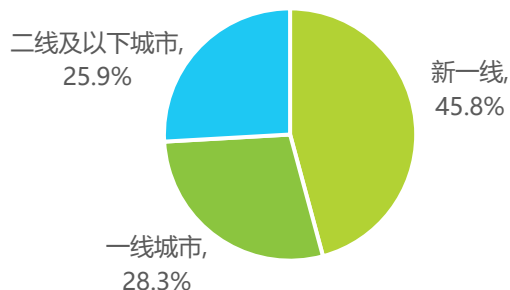
互联网营销师从业者画像

年轻女性群体占主导地位，多分布在新一线城市，主播岗位平均薪资最高，从业背景高度多元化

2020年互联网营销师性别分布
(以主播岗位为例)



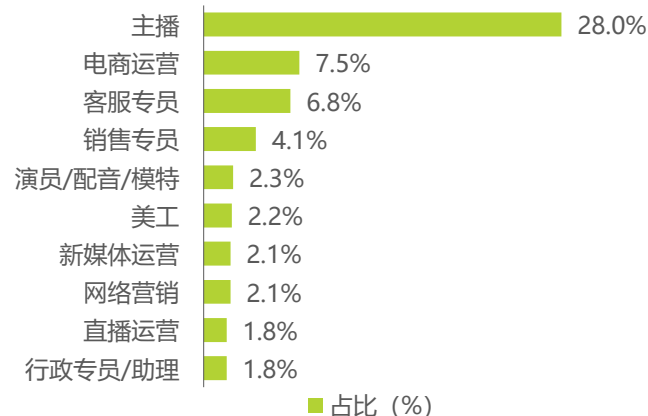
2020年互联网营销师地域分布
(以主播岗位为例)



2020年互联网营销师部分岗位平均招聘薪资



2020年互联网营销师从业前行业背景一览
(以主播岗位为例)

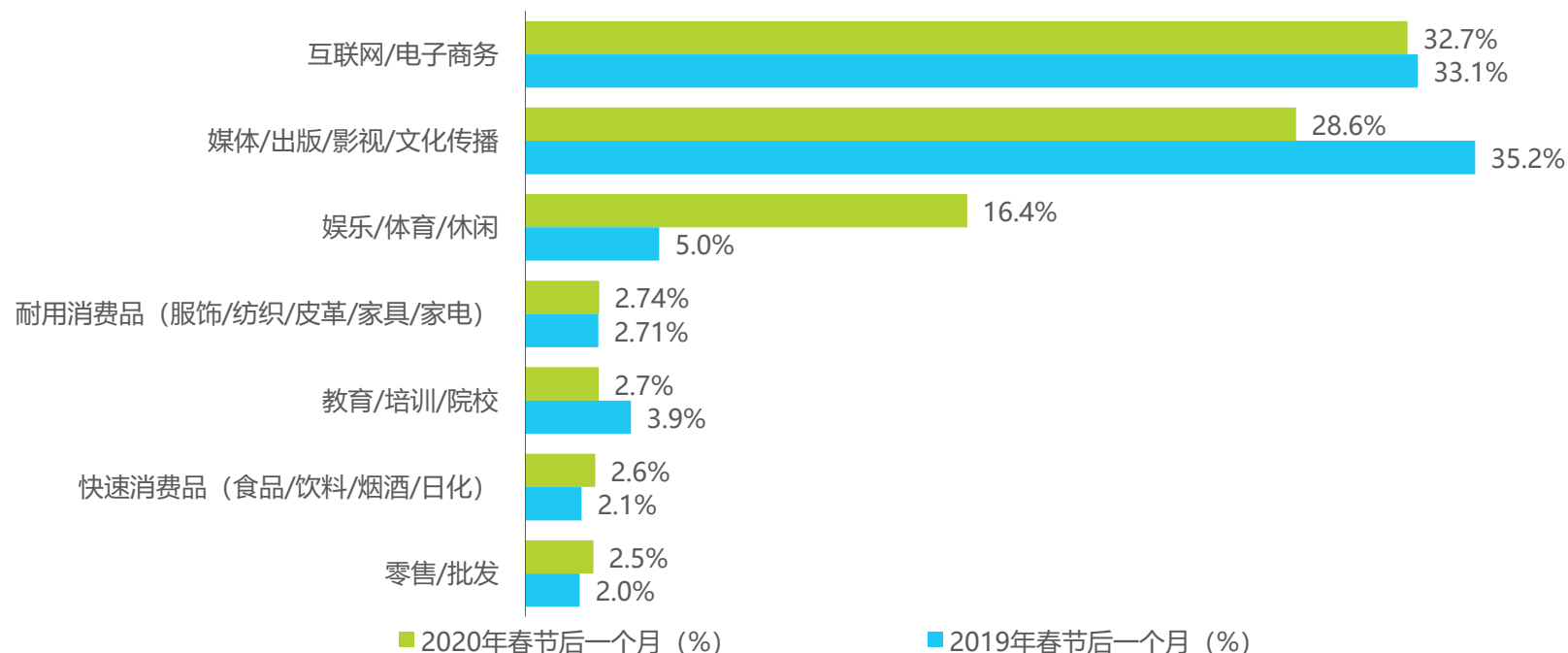


互联网营销师需求方

电商领域对互联网营销师的人才需求最为旺盛

如前文所述，直播经济的不断崛起使得市场上对互联网营销师的人才需求与日俱增。据智联招聘《2020年春季直播产业人才报告》数据显示，从具体细分领域来看，电商平台的需求量占比最高，其次为以内容为驱动的媒体/出版/影视/文化传播领域。此外，在消费品与零售/批发领域，伴随卖货模式正逐渐由传统营销向新营销转变，越来越多的企业选择通过直播营销的方式触达更多消费者，因此对互联网营销师的人才需求也有所增加。

2020年直播细分领域招聘职位数占比



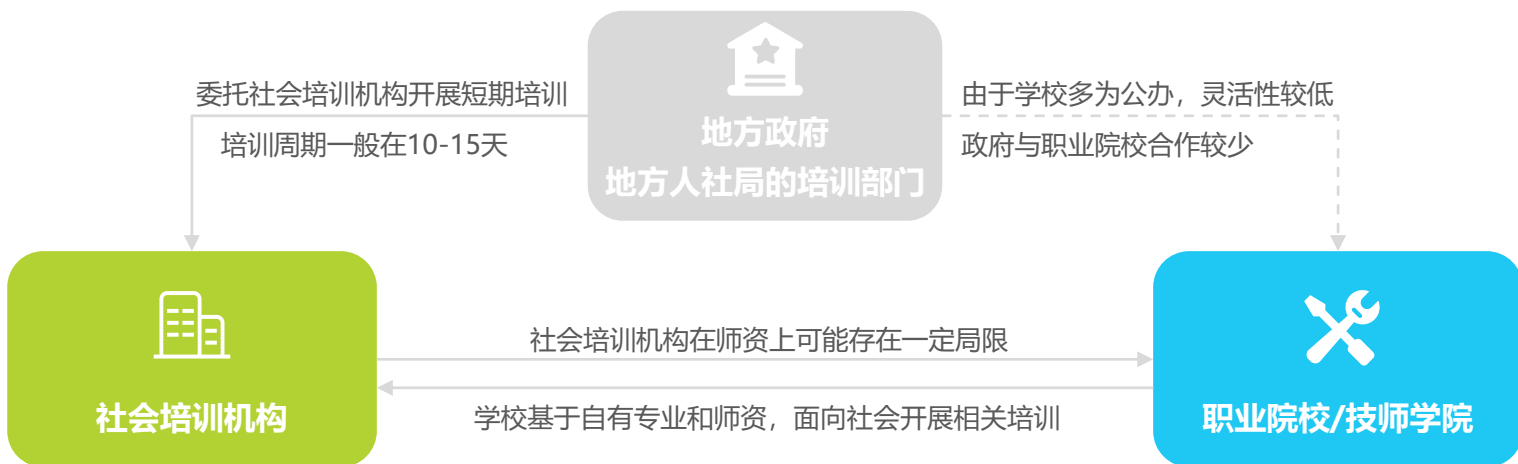
来源：智联招聘《2020年春季直播产业人才报告》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

互联网营销师供给方

三方合作：地方政府、社会培训机构、职业院校

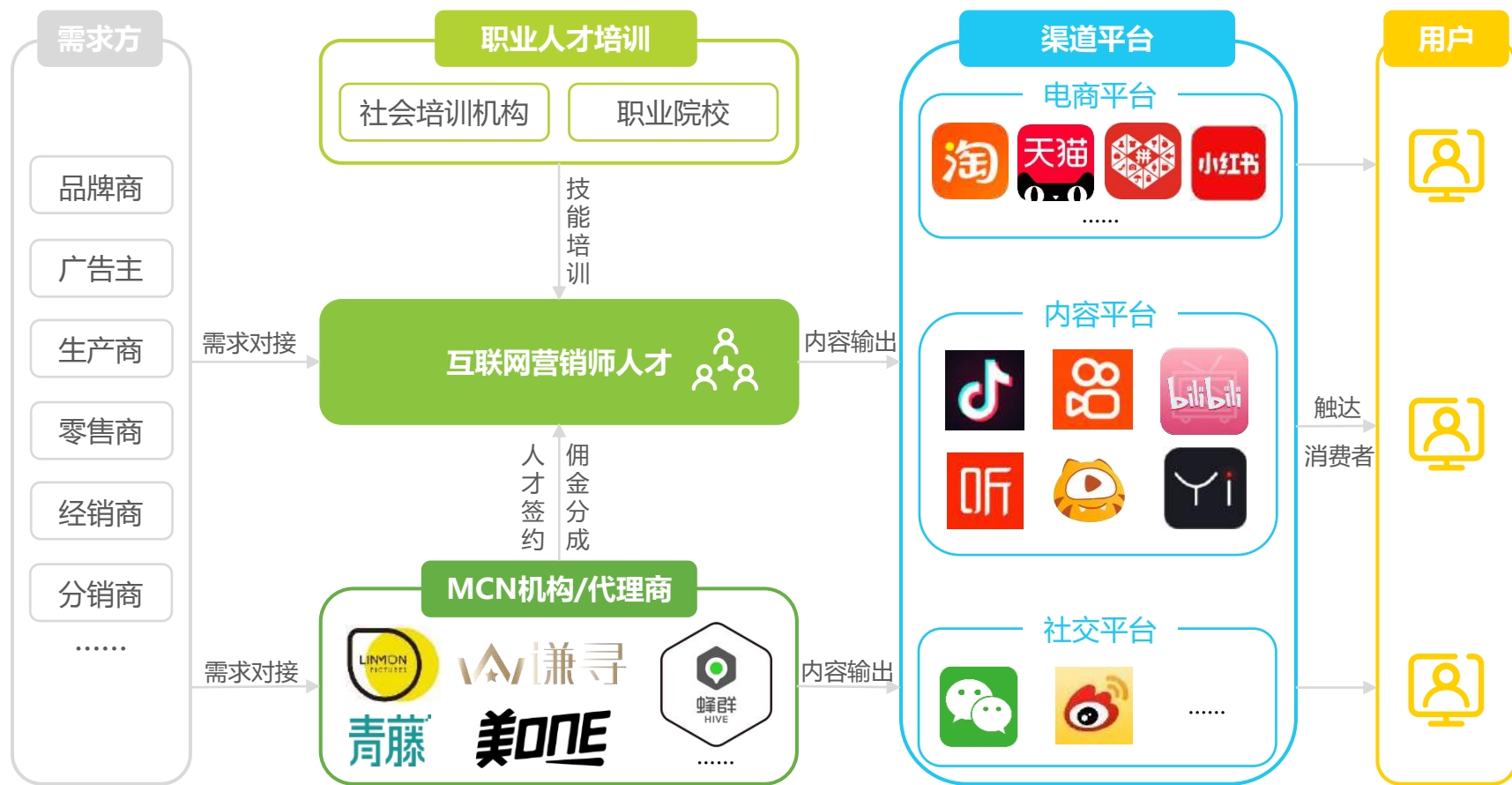
从人才培养的供给端来看，互联网营销师的职业培训主要涉及地方政府、社会培训机构、职业院校等三个主体。其中，地方政府和社会培训机构主要承担社会化性质的职业技能培训，而职业院校则以学历培养为主，部分职业院校也会基于自有师资，承接少量社会化培训服务。具体来看，**1) 地方政府与社会培训机构**：此种培训模式一般由地方政府牵头，委托社会培训机构开展短期培训，人社局的培训部门负责最终落地。由于目前政府拨款的比例相对较低，因此培训仍以个人形式进行收费。在互联网营销师发展较为发达的地区，如浙江，如果学员在参培之后通过考核，获得由地方政府和机构颁发的结业证书，其培训费用最终将得到返还。**2) 地方职业院校/技师学院**：学历培养方面，目前国内的部分经贸类高职院校已经在原有市场营销、电子商务等管理类专业的基礎上，围绕互联网营销师的技能要求增设相关专业课程。如浙江经贸职业技术学院的市场营销专业设有新媒体营销课程；宁波城市职业技术学院的电子商务专业设有新媒体营销、直播电商等直播营销相关课程。社会培训方面，由于社会机构在师资上可能存在一定局限性，因此部分学校会基于自有专业和师资与机构进行合作，面向非在校生开展相关培训。

互联网营销师的人才供给模式分析



互联网营销师产业链

互联网营销师产业链



职业发展痛点及展望

准入门槛低、地区供需不平衡、人才培养尚未系统化

随着大量从业者的不断涌入，互联网营销人才在职业发展上的痛点逐渐显现。**首先行业准入门槛低。**由于互联网营销对专业技术要求不高，入行者背景高度多元，人才素质良莠不齐。**其次地区供需不平衡。**在经济相对发达的地区，地方政府及用人单位对互联网营销人才的培训和补贴力度相对较高，资源相对集中；而在经济相对落后的地区，缺乏有效的互联网营销人才培养体系。**最后人才培养尚未系统化。**在学历培养方面，国家尚未在高职院校中设置互联网营销专业课程；在技能培训方面，也尚未出台统一的课程培训标准。未来，随着国家层面对互联网营销师等在线新职业人才职业标准的确立与规范，人才培养方面有望建立明确的培训标准与人才晋升机制，更好地推动行业人才发展。

互联网营销师职业发展痛点



3.3 互联网音频创作者

需求：声音一直是人们交流、分享、发现和学习的主要手段，而网络媒体的发展则进一步为声音注入了新的生机和活力。在丰富的版权内容兴起下，知识付费与粉丝经济的催化，互联网音频行业蓬勃发展，更加多种类多形式的音频作品吸引庞大的音频受众，逐渐形成规模。

供给：以有声主播为例，有声主播需要兼顾多重职业技能，但目前就现有职业培训渠道来看，仍然存在明显的不足与痛点：职业教育渠道整体较少；课程针对性弱；课程内容相对单一；教育课程和服务不够体系化标准化；无法针对从业者的内容变现给到具体指导。

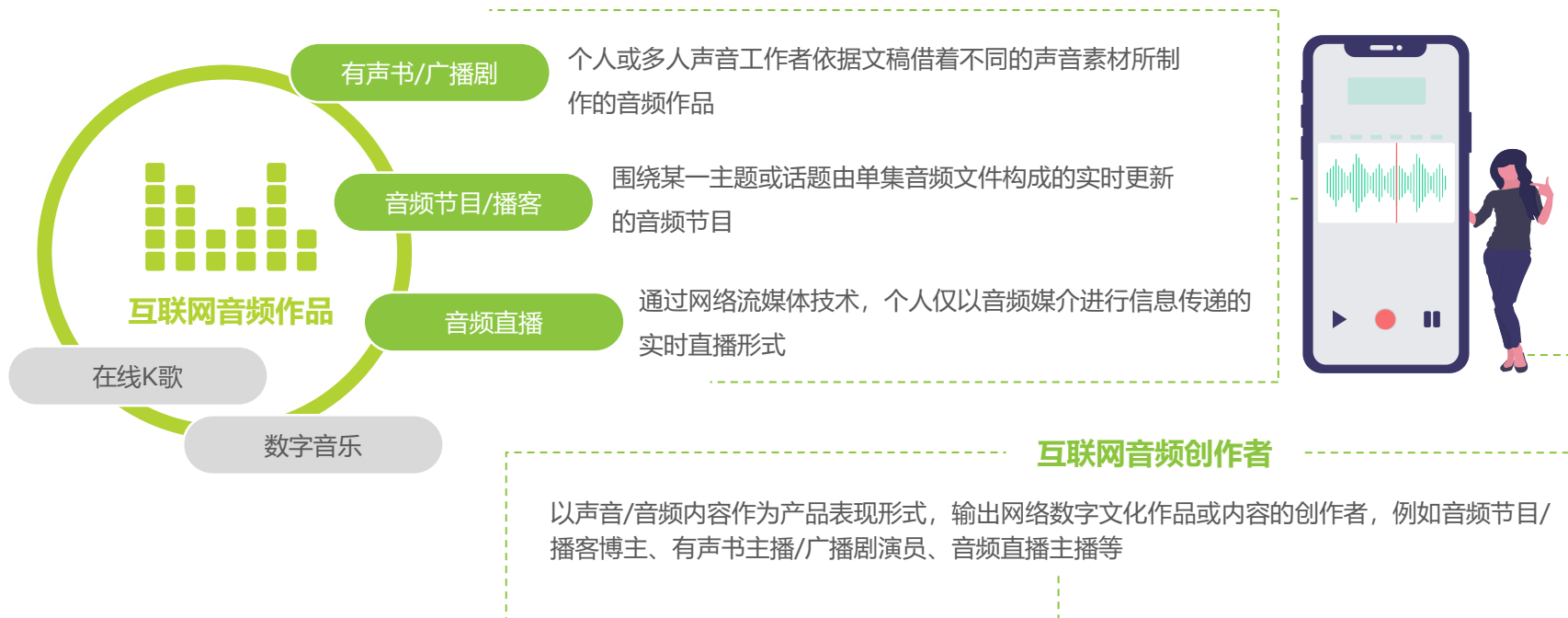
人才服务：基于现有优秀音频主播积累及用户流量，喜马拉雅孵化了音频创作者人才服务品牌喜播教育，通过线上与线下多种方式授课，助力音频创作者的快速成长，喜播也成为我国最大的音频创作人才培养机构，为行业输送了大量人才。

互联网音频创作者概念

以在线音频平台为载体、以声音/音频内容为产品的新职业

互联网音频行业的核心产品服务是以声音/音频作为载体输出的网络数字文化作品或内容，例如音频节目（播客）、有声书（广播剧）、音频直播等在线音频内容形式（注：数字音乐以及K歌平台服务不包含在内）。互联网音频创作者，指的是互联网音频行业发展中诞生的、以声音/音频内容为主要产出内容的新职业工作者。

互联网音频创作者概念



职业需求驱动力：互联网音频行业发展

艾 瑞 咨 询

互联网音频行业的蓬勃发展给创作者带来多样的就业机遇

声音一直是人们交流、分享、发现和学习的主要手段，而网络媒体的发展则进一步为声音注入了新的生机和活力。在丰富的版权内容兴起下，知识付费+粉丝经济的催化，互联网音频行业蓬勃发展，更加多种类多形式的音频作品吸引庞大的音频受众，市场逐渐形成规模。

中国互联网音频行业发展驱动力

传统电台时代

2010年

移动互联网音频时代

广播电台受众庞大深受欢迎

- 广播电台一直以来都是深受中国居民欢迎的信息媒体渠道，在上个世纪八九十年代，发展出直播互动、电话热线的活泼形式
- 进入21世纪，家用轿车的普及带来的车内广播场景使广播行业进入了“黄金十年”
- 2010年以后作为传统媒体的广播电台受到了移动互联网的冲击，但截至2021年上半年，广播的接触率仍然回升至47.1%的水平，受众庞大

移动互联网技术的普遍应用

2021年6月我国手机网民规模超10亿，手机上网的比例为99.6%

家用智能硬件的普及和多样化

2019年智能手机渗透率达95.6%
2020年智能影音娱乐家电市场规模1324亿元

粉丝经济成为新经济产业的重要增长点

2019年粉丝经济关联产业市场规模超过3.5万亿，预计2023年将超过6万亿、**红人**在关联产业中的参与程度和商业价值不断提高，未来将愈发成为关联产业中重要的组成部分

知识付费风潮的兴起

2020年泛知识内容行业成为千亿级别市场
在线泛知识内容平台移动端网民渗透率86%以上

丰富的可转化为音频的版权内容

2020年网络文学市场规模268.1亿
2021年6月我国网络文学用户规模4.6亿

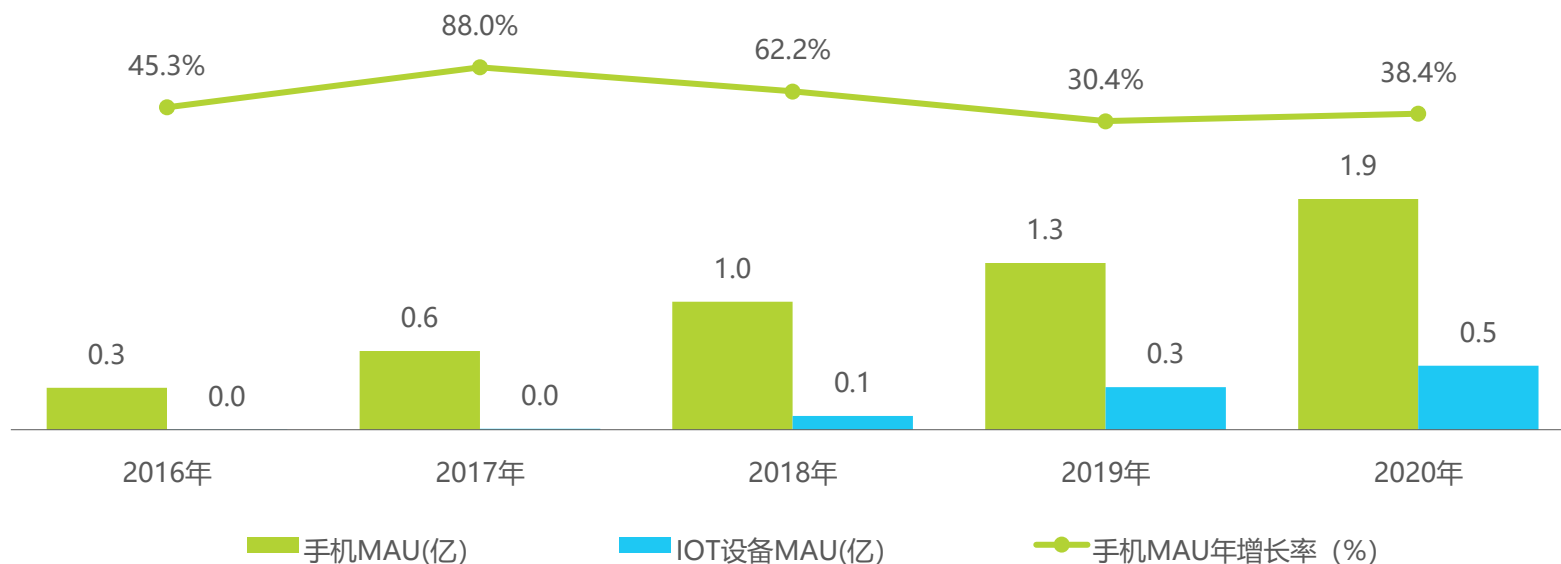
来源：塞立信《2021年上半年中国广播收听市场分析报告》，《第48次中国互联网络发展状况统计报告》，《2020年中国家用物联网行业研究》，《中国文化发展报告（2020）》，《2020年中国在线知识问答行业研究报告》，《中国红人经济商业模式及趋势研究报告》，《2021年中国网络文学出海报告》。

职业需求驱动力：庞大的用户体量

2亿以上活跃听众组成了互联网音频行业庞大的用户群体

互联网音频行业蓬勃发展，多样化的音频产品吸引着庞大的音频受众。目前各大音频平台不断拓展内容分发渠道，除了智能手机端以外，平台与智能音箱、互联网电视及OTT、智能家居及可穿戴设备等物联网/车联网厂商的主流品牌达成生态合作，互联网音频用户数量不断增多。截至2020年，中国手机端应用的互联网音频平均月活跃用户数量已达1.9亿，而来自其他IOT设备的用户已快速增长至0.5亿水平。庞大的用户需求为行业的发展注入了源源不断的活力。

2015-2020年中国互联网音频应用的平均月活跃用户数量



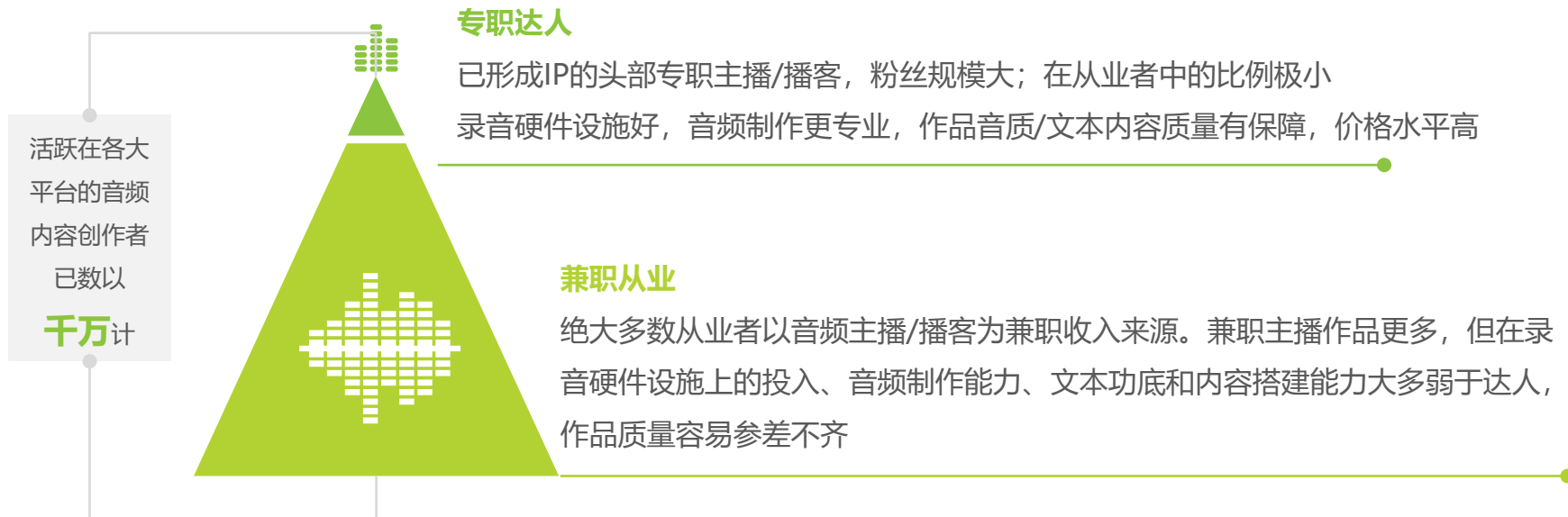
来源：根据UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）对互联网音频应用的监测数据统计。

从业者规模与结构

音频内容创作者规模或已超千万级别，头部达人凤毛麟角

音频创作者已经形成了一个庞大的新职业群体，根据喜马拉雅招股书显示，2020年全部活跃内容音频创作者在516万水平。艾瑞认为，音频创作者整体从业规模已达千万量级。但从人才结构来看，这一新职业的人才体系并不成熟，其中专职达人凤毛麟角，仅占千分之一水平。而大多数的从业者发展路径模糊，并没有脱离野蛮生长或者传统“传帮带”的发展模式，因此有效鼓励并规范该职业的体系化发展，成为整个行业良好发展的重要基础，也是头部公司的责任所在。

中国互联网音频行业中音频创作类新职业人才规模和结构



来源：根据专家访谈艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

从业者画像：音频主播

运用专业声音条件和播音技巧，生产制作有声书、广播剧等音频作品的音频从业者，如有声书主播、网络配音主播

互联网音频创作者的主要职业分类——音频主播



音频产品：有声书、广播剧等音频故事作品

内容来源：出版小说、网络小说版权方

对标传统行业：播音员、说书人、配音演员

新职业特征：

- 1) 优秀的声音基础条件
- 2) 相对专业的主持人、播音演员从业技能
- 3) 拥有音频作品基本的制作能力

音频主播

互联网说书人、配音演员，用声音去讲述故事

音频主播达人

达人已经形成了个体IP，拥有规模客观的粉丝数量

他们一般拥有更强的专业能力和更高质量的音频作品，一般以音频主播工作为专职职业，走个体路线或成立个人工作室

音频兼职主播

作为独立职业，绝大多数音频主播以兼职为主

从业者中大学生群体占比较大，大多声色出众、有播音类的兴趣爱好、有一定主播相关的社群圈层，其中部分拥有播音相关专业背景。他们一般通过参与公会组织或和MCN机构建立合作，以投稿试音的方式接单，成功接单后在音频平台上投稿，以稿费为主要收入来源。但整个主播从业群体中，声音质量和专业能力以及作品存在参差不齐的情况。

从业者画像：播客

围绕一定自主话题展开观点输出或知识分享，并组织制作出谈话类音频节目内容的音频从业者

互联网音频创作者的主要职业分类——播客



音频产品：原创主题和内容的谈话节目

内容来源：播客博主自主创作产出

对标传统行业：聊天/谈话栏目

新职业特征：

- 1) 优秀的观点内容创作能力，内容扎实、有吸引力、有知识分享的价值
- 2) 一般在播客职业以外，有其他更强的社会身份标签
- 3) 拥有音频作品基本的制作能力

播客

聊些话题，输出观点，知识分享

头部播客

头部播客一般是具有较强内容原创能力、较早探索商业化的播客厂牌，或拥有一定知名度的人士或组织，如商业、文化、娱乐等各行业名人

播客从业者

播客是一个门槛相对更高的互联网音频创作职业

播客工作者在音频工作以外，大多拥有其他更强的社会职业/兴趣爱好/专业专长的身份标签，结合与其身份标签相符的知识储备和观点评价，进行播客主题和内容的形成

作品内容付费是播客职业的主要收入来源，在自身粉丝达到一定程度后，也可能增加广告推广等收入

产业链结构

音频平台是链接内容版权方、音频创作方以及C端用户的枢纽角色；目前音频平台的主播人才扶持措施频出，音频创作者的职业发展得到一定指引和鼓励

互联网音频行业产业链



来源：根据专家访谈艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

音频平台的职业人才扶持措施

音频平台推出音频创作者扶持措施，维持平台核心竞争力

音频平台是互联网音频行业发展的土壤，而音频创造者是行业健康发展的动力。近年来，音频平台对音频创作者、相关公会组织及MCN机构，陆续推出了种种扶持计划，鼓励音频创作者从业群体的快速发展。但目前的扶持措施大多是针对腰部甚至头部的成熟主播，对大量底部的基础从业者提升作用不大，仍需要其他渠道和方式进行职业帮扶。

音频平台对音频创作者的扶持计划

- ✓ 喜马拉雅有专业的创作者运营团队，不定期推出各类创作者激励计划，通过流量扶持、现金补贴、专题策划、商业合作撮合、市场宣推等方式，助力创作者在平台获得更好的成长
- ✓ 2020年“春声计划”针对优质公会、MCN机构、声优工作室推出六项扶持政策，包括分成改革、流量升级、生态赋能、版权加持、工会培养、主播输送六项措施
- ✓ 2020年发起“百大主播计划”，通过寻找100种独特的声音，造血100名潜力主播，组成“百大主播”强大阵营，给予亿级专属流量扶持、短视频运营扶持，助力主播出圈
- ✓ 2021年8月推出喜马拉雅原创激励计划，对原创播客开启现金补贴扶持，助力优秀播客成长。符合条件的播客创作者在喜马拉雅平台发布原创专辑后，将根据数据表现获得对应现金奖励



- ✓ “回声计划”是荔枝面向所有内容创作者（播客、音频爱好者、图文创作者和MCN）推出的长期扶持计划，旨在打破创作边界，为音频内容市场带来增量，共享声音经济红利。通过播客学院、直播大赛、声音节、年度声典、“菁英榜”计划和“闪耀新星”等活动，保持探索的姿态，尝试更好地服务主播群体
- ✓ 2018年蜻蜓FM发布了关于主播的生态战略，宣布将在3年内投入10亿扶持资金，打造集生态开放、资金扶持、版权支持、主播职业化的孵化体系，目标每年孵化100名年收入过百万的头部主播、1000名年收入过十万的核心主播及10000名年收入过万元的潜力主播

音频创作者的职业发展痛点

无权威从业标准、无系统教育服务、从业者难以稳定盈利

作为一个新兴职业，音频创作者目前暂时没有被纳入人社部新职业的公布名单当中，缺乏权威的从业标准和职业技能要求。职业群体的发展路径还没有建立得足够成熟，且大部分从业者缺乏有针对性的职业教育与服务支持。这使得音频创作者职业群体始终处于一个市场自发推动的阶段，整体来讲仍然专业性不足，专职从业者比例少，从业者流动性大，职业变现渠道不明确。其中最核心的痛点是职业变现渠道极不明确，造成从业者群体没有清晰且稳定的盈利模式。

音频创作者的职业发展痛点



音频创作者
的职业发展痛点

行业层面

自人力资源社会保障部重启新职业发布制度以来，新职业类型及其标准分批公布。但无论是音频主播还是播客，音频创作者作为一个新兴职业目前暂时没有被纳入公布名单当中，所以该类职业目前缺乏权威的从业标准和职业技能要求。职业人才的发展目前仍处于市场自发推动的阶段。

职业层面

从音频创作者职业群体来看，其职业发展路径还没有建立得足够清晰和成熟，目前仍是网红在自由发展阶段的从业逻辑。职业变现渠道不明确，没有清晰且稳定的盈利模式，大部分音频创作者仍然以兼职为主，头部大流量主播生存空间大，中小内容从业者压力大流动性大，且整体上优质和专业的主播比例不足，交付内容质量存在差别。

教育层面

从音频创作者的教育和服务的角度来看，目前大部分音频创作者的职业发展并没有得到充分完善、标准化、体系化且有针对性的职业技能培训支持，以及职业发展规划和指导等从业过程中需要的教育课程或服务

音频创作者现有教育服务的痛点

需要更加标准、系统、重视职业变现的职业教育与终身服务

以有声主播为例，有声主播综合了“播音主持”“配音演员”“网红大V”“音频作品制作者”等复合性的职业身份，需要兼顾多重职业技能，但目前就现有职业培训渠道来看，仍然存在明显的不足与痛点：1) 音频主播的职业教育渠道整体较少；2) 职业针对性弱，课程容易被包含在泛网红化培训中；3) 课程内容相对单一，如仅注重播声技巧的学习，缺乏其他必要的从业技能指导；4) 教育课程和服务不够体系化标准化，仍有进一步完善的空间；5) 缺乏职业盈利相关的教育和服务支持，无法针对从业者的音频内容变现给到具体指导。

音频创作者的现有教育渠道与各自痛点

有播音主持等相关专业的高等院校

部分音频主播有相关专业背景，在新职业从业上有较强背景优势

渠道痛点：高等院校的播音/主持等传统专业人才培养门槛过高，且并不仅仅服务于互联网音频创作者的人才供给，其人才供给与这一职业的人才需求并不完全匹配

提供播音主持网红培训课程的职业教育机构

网红经济带动了职业教育机构陆续开办网红主播类培训课程服务，尤其是互联网营销师类培训课程持续增多

渠道痛点：专门为音频主播提供课程服务的机构数量较少，如潭州教育；为音频主播提供的课程类型比较单一，不够全面

音频主播公会/MCN机构

部分音频公会对音频主播新人有“老带新”式的培训，部分合作的MCN机构也会提供少量岗前培训

渠道痛点：公会培训往往基于过往经验，体系化不足，不能沉淀成标准化的课程；机构大多仅提供比较简单的岗前培训

专业的音频平台

音频平台开展职业教育服务，如喜马拉雅孵化了喜播子品牌，为音频创作者提供职业教育课程与后续服务；课程与服务更加体系化

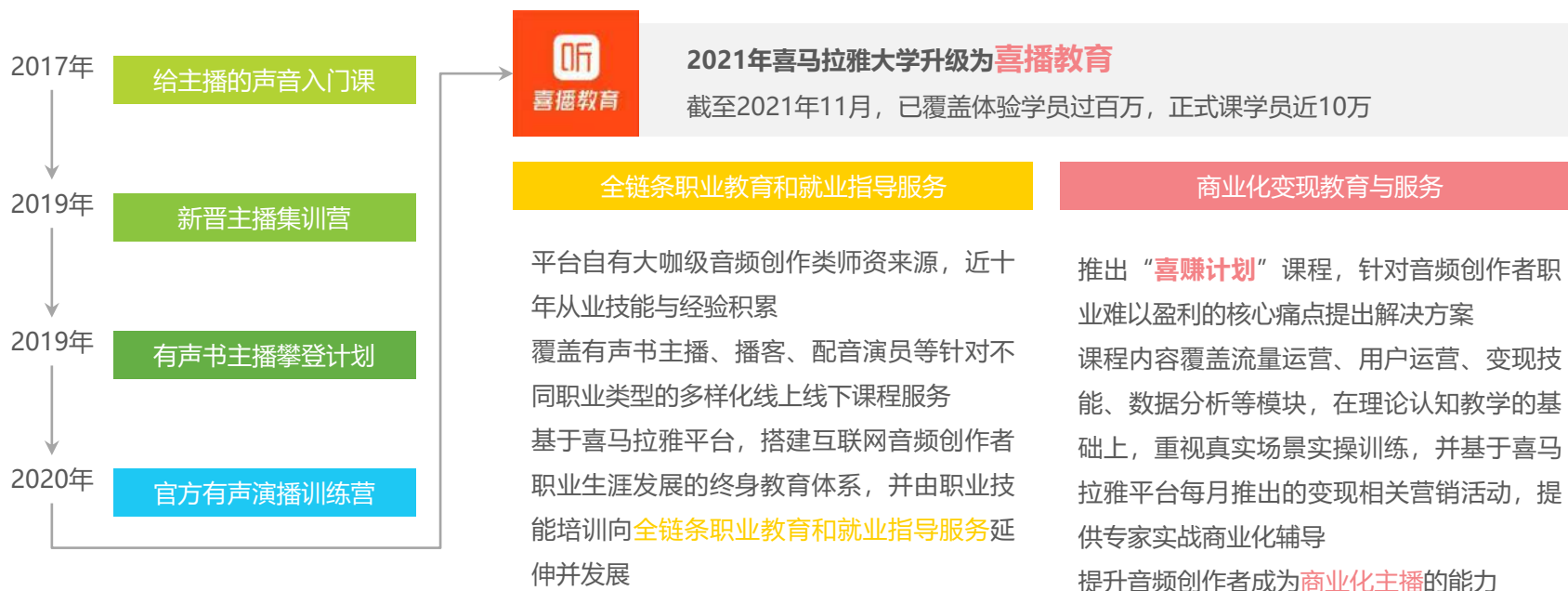
渠道痛点：渠道较少，职业教育师资和课程体系需从头建设，教育与服务效果有待市场检验

基于产业平台的人才服务解决方案

孵化于喜马拉雅的喜播与喜马拉雅联动，打通人才培养、就业与商业化变现的链条，对行业良性发展产生一定带动作用

成立于2012年的喜马拉雅是目前中国最大的在线音频平台，平台上活跃着约520万音频内容创作者及2.6亿用户。基于现有优秀音频主播积累及用户流量，喜马拉雅孵化了音频创作者人才服务品牌喜播教育（前身为喜马拉雅大学），传承了喜马拉雅大学“致力于探索多元化的职业人才教育体系”的目标，通过线上与线下多种方式授课，助力音频创作者的快速成长，喜播也成为我国最大的音频创作人才培养机构，为行业输送了大量人才。

喜马拉雅新职业人才教育发展路径与喜播教育



来源：根据专家访谈艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

音频创作者的职业教育需求展望

包括职业教育、就业指导 and 商业化支持的全链条职业服务

从职业能力角度来讲，音频创作者需要具备足够专业的基本职业技能，如语言发音、播音技能、表演技能、内容制作、音频制作等，技能训练成为了当前职业教育课程的主体内容，其中播音、表演类培训更加普遍。而从职业终身发展的角度来讲，音频创作者作为职业群体能够长久稳健的发展，仍需要更多层次更立体的就业指导以及商业化变现支持，如职业生涯规划、营销推广服务、硬件设备推荐、行业经验分享、商业变现路径等，目前这些职业发展需求尚未得到充分满足。

音频创作者的职业教育需求展望



来源：根据专家访谈艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

天时：在线新经济，发展新动能

1

地利：新职业得到官方“背书”

2

人和：新职业贡献大量新就业

3

识势：新职业人才服务市场可期

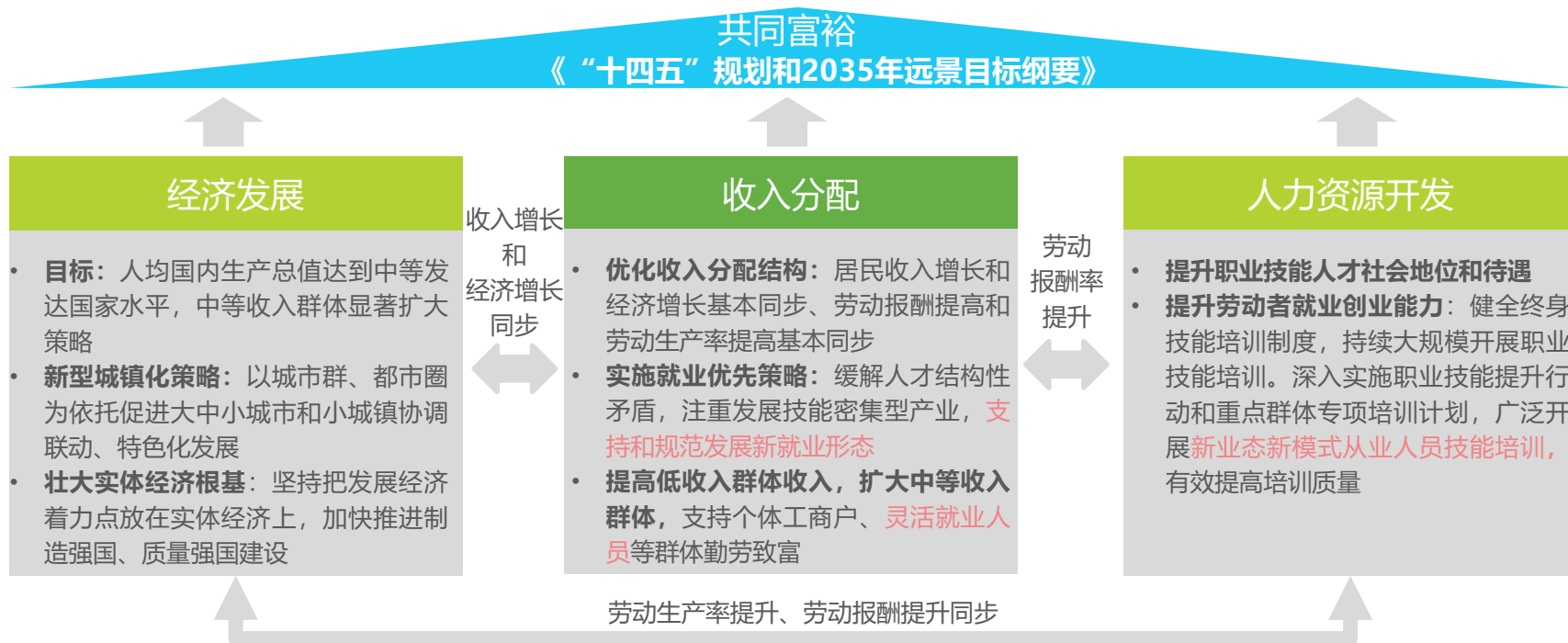
4

人才与经济同频共振助攻共同富裕

经济发展是共同富裕基础，人力资源是经济发展前提

共同富裕取得更为明显的实质性进展成为“十四五”规划和2035年远景目标纲要一个重要目标。如何推动共同富裕取得实质性进展？经济发展是前提，而人力资源的充分开发和利用是经济发展的前提。如何充分开发人力资源？“十四五”规划和2035年远景目标纲要从顶层设计上提出提升职业技能人才社会地位和待遇，健全终身技能培训制度。同时持续大规模开展职业技能培训，**广泛开展新业态新模式从业人员技能培训，支持和规范发展新就业形态**，新职业新就业成为人力资源开发和充分就业的重要渠道。

支持新职业新就业被写入“十四五”规划和2035年远景目标纲要



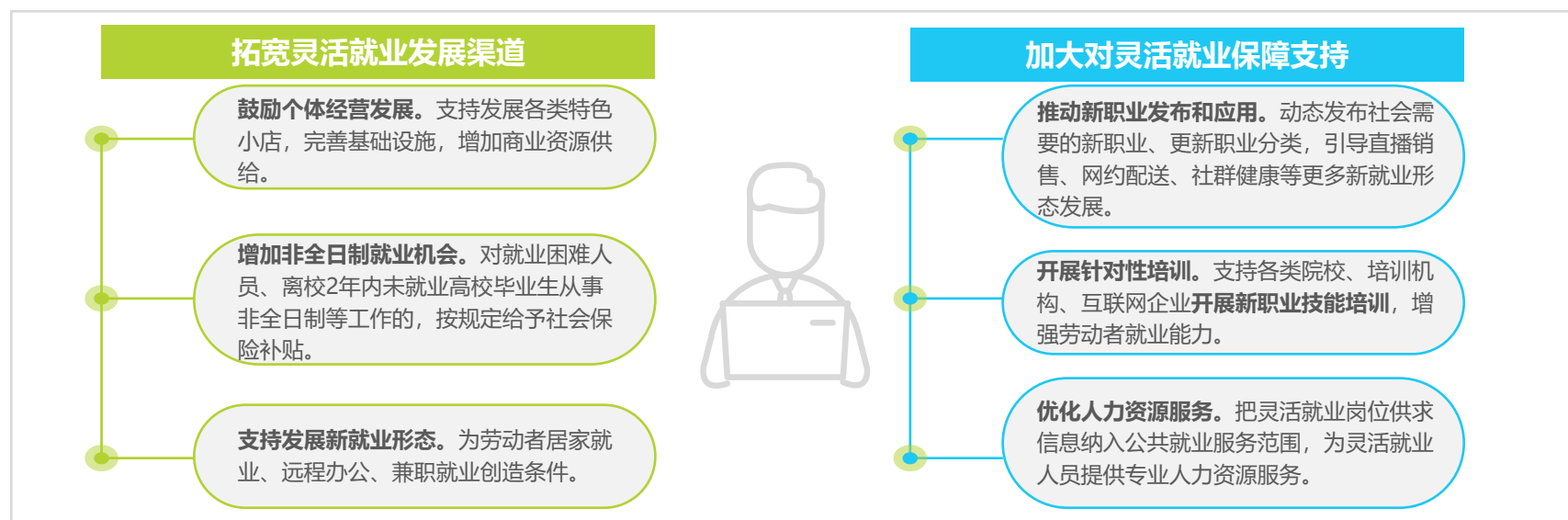
来源：根据专家访谈艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新职业促进灵活就业人员勤劳致富

支持灵活就业已成为稳就业、保就业的重要举措

在线新经济的蓬勃发展释放了大量新职业需求，基于互联网平台的非标准就业等灵活就业形态越来越普遍。稳就业、保就业是实现共同富裕的根本，中央在《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》中明确提出要实施就业优先战略，**建立多渠道灵活就业机制，扩大就业容量**。此前，《国务院办公厅关于支持多渠道灵活就业的意见》也在灵活就业发展渠道与就业保障等方面提出诸多支持意见，未来将通过增加非全日制就业机会、创造更多灵活就业岗位等手段吸纳更多劳动者就业；同时，灵活就业岗位供求信息也将被纳入公共就业服务范围，通过为灵活就业人员提供规范有序的专业化人力资源服务、给予就业服务补助等方式加大对灵活就业的保障支持，促进劳动者就业增收。

国务院办公厅关于支持灵活就业的部分意见措施



共同富裕时代的新职业人才服务

万亿新职业人才服务市场可期

针对国内产业结构调整 and 人才需求结构调整的现状，政府密集出台一系列职业教育改革与就业扶持政策，鼓励开展职业教育、为职业教育提供多种财政补助的同时积极开展职业教育供给与经济社会发展需求的匹配工作，促进人才培养与就业。在中央政策的指引下，各地也积极出台了响应措施，通过引入多方资源，为新职业人才服务提供补贴支持。未来，预计中央及地方将进一步加大职业教育和培训资金投入、出台更大规模的财政支持政策，促进新职业发展，新职业人才服务市场未来可期。

中央和地方有关职业培训补贴和新职业人才发展的部分政策与措施梳理

中央

2021年4月，财政部、教育部下达《2021年现代职业教育质量提升计划资金预算的通知》，文件表示要**建立**与办学规模、培养成本、办学质量等相适应的**财政职业教育支持机制，优化教育支出结构，新增教育经费要向职业教育倾斜**。据统计，2021年核定全年**总预算达276.91亿元**。

2021年3月，《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》中提出要实施就业优先战略，支持吸纳就业能力强的服务业发展，**支持和规范发展新就业形态，建立多渠道灵活就业机制，广泛开展新业态新模式从业人员技能培训**，统筹各级各类职业技能培训资金，全面提升劳动者就业创业能力。

2019年5月，国务院办公厅发布《《职业技能提升行动方案（2019—2021年）》》，要求2019年至2021年，持续开展职业技能提升行动。**支持地方调整完善职业培训补贴政策，加大资金支持力度**，将一定比例的就业补助资金、地方人才经费和行业产业发展经费中用于职业技能培训的资金，以及从失业保险基金结余中**拿出的1000亿元，统筹用于职业技能提升行动**。

地方

2021年3月，**重庆市**人社局、财政局发布《关于扎实推进职业技能提升行动的通知》，文件中对于生产制造（职业分类大典第六大类）相关职业（工种）培训不低于150元/人·天（其中，高级工及以上不低于180元/人·天），其他职业（工种）不低于130元/人·天（其中，高级工及以上不低于150元/人·天）；专业技术和生产制造（职业分类大典第二大类、第六大类）以外的**新职业**（经人力资源社会保障部发布）**培训补贴标准调整为150元/人·天（其中，高级工及以上调整为180元/人·天）**。

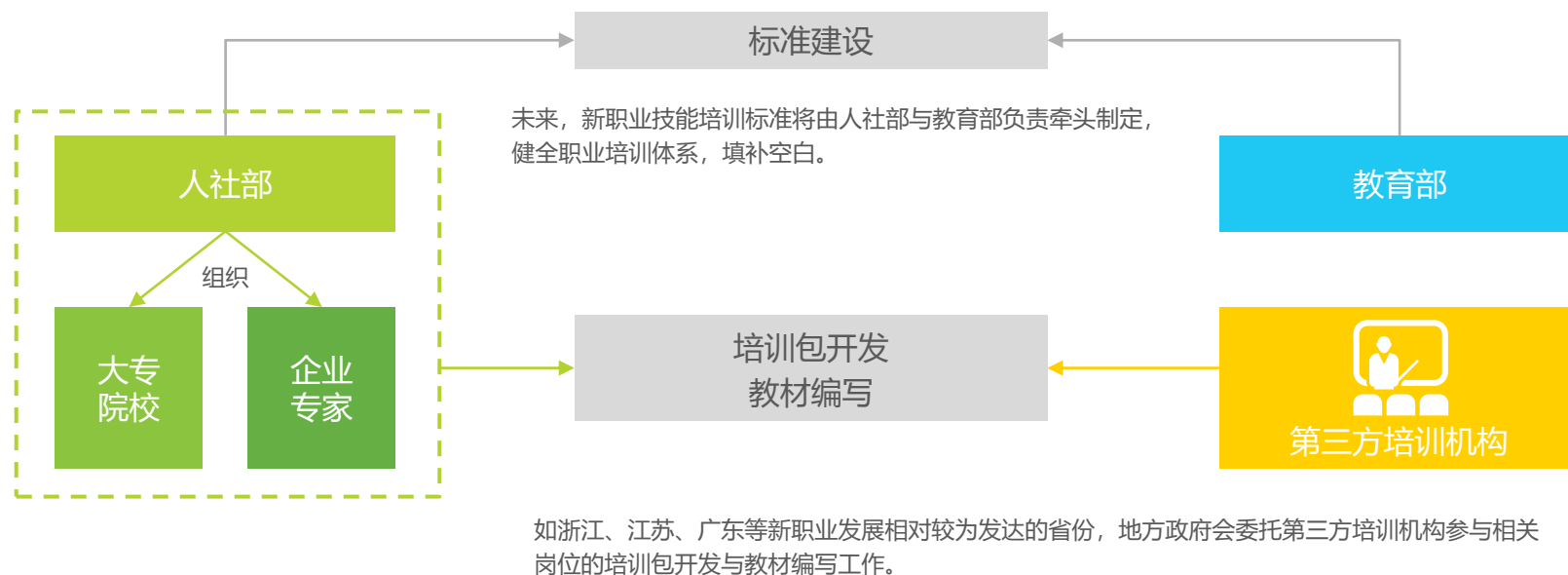
2020年6月，**温州市**人社局推出全国首个**“流媒体运营师”项目制培训班**，按规定完成课程且顺利通过考核的学员将获得由市人社局颁发的职业资格证书；此外，温州也出台了《温州市区职业技能提升行动培训补贴管理办法》，预计**覆盖全市140万人次，补贴总额达11.5亿元**。

新职业人才服务需要健全技能培训标准

引入社会力量，加快培训标准体系建设，规范行业健康发展

目前我国在新职业培训领域仍存在诸多空白，未来国家层面将进一步健全新职业培训政策，通过引入大专院校、企业专家以及第三方培训机构等社会力量，加快新职业技能培训的标准开发、培训包开发、教学计划制定和教材建设。新职业技能培训标准的落地将更好地引导和规范新职业教育培训行业的发展，形成一种正向激励。

新职业技能培训标准建设流程示意



产业平台成为新职业人才重要输出端口

整合资源优势，打通就业链条，实现产教融合

2021年10月，国务院办公厅发布《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》，鼓励优化职业教育供给结构、培育产教融合型企业。打通职业培训到就业服务的全产业链条，实现点对点的定向输送，通过保障就业来促进招生获客将成为未来新职业人才服务市场的重要发展趋势。淘宝大学、喜播教育等职业教育培训机构依托各自强大的产业生态，通过储备自有人才流量池，将内部学员输送到产业平台就业，从而实现了相对充足且稳定的人才培养闭环，资源优势凸显。

新职业培训机构人才服务全链条示意图



艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞



艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

