

# 发挥好直播经济的“倍增器”作用

(劳帼龄 上海财经大学电子商务研究中心主任、中国式现代化研究院特聘研究员)

应充分发挥直播经济与品牌间互相成就的优势，发挥直播经济对消费、贸易、产业及文化等多行业的赋能带动作用，发挥直播带给消费就业等多领域的“乘数效应”，推动直播经济高质量发展，为经济社会注入更多新活力。

日前正式出台的《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划（2024-2026年）》，提出发挥直播经济对消费、贸易、产业及文化的赋能带动作用，力争成为具有国际影响力的直播经济高地。直播经济是基于直播平台，以移动端为主的新经济形式，具有互动性强、灵活度高、时空限制小等特点。源于直播电商又超越直播电商的直播经济，不仅服务于消费层面，更提升到贸易高度、联动到产业宽度、拓展到文化厚度，凸显对于经济的贡献度，展现出赋能行业发展的辐射器和倍增器作用。应充分发挥直播经济与品牌间互相成就的优势，在做强做大直播经济主体的基础上，用好直播技术工具，打通品牌文化与消费活力，打通国内国际双循环，打通行业发展与人才培养，发挥直播经济对消费、贸易、产业及文化等多行业的赋能带动作用，发挥直播带给消费就业等多领域的“乘数效应”，推动直播经济高质量发展，为经济社会注入更多新活力。

## 政策支持是直播经济高质量发展的指示灯

近年来，我国直播电商行业发展呈现快速增长态势，在释放消费潜力、畅通经济循环、拓展就业空间、赋能产业转型升级、助力乡村振兴、打造高质量消费供给体系等方面发挥了积极作用。研究显示，截至2023年12月，我国网络直播用户规模达8.16亿人，从事直播电商相关业务企业注册数量达8万多家，2023年国内直播电商市场规模为4.1万亿元，主播数量达1508万人。

从2020-2024五年时间里，一系列国家政策的出台，尤其是今年更为密集的政策措施，为直播经济的高质量发展指明了方向。2020年9月，国务院办公厅《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》，提出“引导实体企业更多开发数字化产品和服务，鼓励实体商业通过直播电子商务、社交营销开启‘云逛街’等新模式”。2021年3月，发改委等28部门发布《加快培育新型消费实施方案》，提出“发展直播经济，鼓励政企合作建设直播基地，加强直播人才

培养培训”。

2022年4月，国务院办公厅《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，提出“有序引导网络直播等规范发展”。2023年7月，国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》，提出“大力发展农村直播电商”，“加快传统消费数字化转型，促进电子商务、直播经济、在线文娱等数字消费规范发展”。

2024年4月，商务部办公厅《关于实施数字消费提升行动的通知》，明确要求“提升直播电商质效”。同月，商务部发布《数字商务三年行动计划》，要求“实施农村电商高质量发展工程”，同时要求“鼓励‘丝路电商’伙伴国在我国电商平台设立展销专栏，支持地方举办国别电商主题周、驻华大使直播等特色活动，带动全球共享中国电子商务大市场”。7月，《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》，要求“支持电子竞技、社交电商、直播电商等发展”。

从大众熟悉的直播带货、视频直播，到术语界定的直播电商、内容直播，从前几年各地密集出台“直播电商”支持政策，到如今上海升级为“直播经济高地”，明确直播经济包含直播电商和内容直播，并关注两者间的融合转化，标志着以直播为代表的经济新形态正走入高质量发展的新阶段。

## 技术创新是直播经济高质量发展的生产力

直播经济是技术进步的产物，是新技术的试验场应用场，具有典型的技术经济特征。近年来直播电商包括内容直播的发展，离不开直播电商行业技术水平的提高。具体如：运用云计算、大数据、人工智能等数字化技术分析直播消费需求，虚拟现实/增强现实/混合现实（VR/AR/MR）等技术在直播领域的应用，云分发存储、AI影像处理、智能管理平台等技术的推广，以及运用大数据、人工智能等技术对违规内容的精准管理。

直播经济的高质量发展，也离不开算力和云资源等基础设施的支撑。需要结合新型基础设施建设行动，加大对直播基地、直播平台、直播服务机构等在算力基础设施支撑上的供给，缓解企业在自建算力和租用算力上的压力，推动企业进行人工智能大模型的研发。

同时，直播经济的高质量发展离不开技术支持下的直播经济模式创新。需要促进人工智能大

模型、区块链等技术的创新应用，支持直播平台开展智能客服、消费智能分析、商品溯源等创新探索，增强用户体验，优化运营策略。鼓励企业探索应用生成式人工智能提升优质内容产出能力。推动企业探索数字人主播、3D直播间等应用，开展不间断直播，探索打造数字人直播IP，拓宽应用场景边界。通过技术迭代和进步，促进虚拟数字人的上中下游产业链日趋完善，形成产业链紧密合作。

## 生态融合是直播经济高质量发展的推进器

直播经济的高质量发展，离不开产业生态的支持，直播平台、直播基地、MCN机构，是产业生态中最重要的主体。围绕主体培育，要支持直播平台的做强做大：包括鼓励有实力的直播平台拓展海外市场，扩大国际影响力；鼓励多元化发展，推动教育、科技、文化、体育、娱乐等优质原创内容传播。要强化直播基地的能级提升：支持直播基地建设公共服务平台，加强对MCN机构的培育、孵化和服务，提升选品中心、共享直播间能级，强化公共服务能力；优化直播基地空间分布，支持文创园区、商圈商场、商务楼宇等打造特色直播基地。要扶持MCN机构的培育壮大：支持电商类MCN机构规模化发展，强化对品牌商品、本地旅游、餐饮及生活服务的赋能带动作用；支持内容类MCN机构健康发展，促进知识科普、生活服务、文化、体育等优质内容的创作和传播。

产业生态的融合，需要推动直播经济与传统产业的联动发展。鼓励直播平台深度嵌入工业企业产业链供应链，以直播带动

产业，帮助企业打开销路、拓展市场、提升能级，促进产业增长。推动直播平台、MCN机构与本地特色产业、产品的供需对接，探索个性化定制等创新生产模式，丰富产品供给，包括通过农村直播电商拓展特色农产品销路。良好产业生态环境离不开行业发展的规范引导，包括深化包容审慎监管、营造公平发展环境、促进行业的自律和规范。

## 场景创造是直播经济高质量发展的活力源

支持品牌直播，是直播经济高质量发展的重要特色场景。要鼓励老字号品牌、国货潮牌、国际品牌以及各类生活服务品牌通过直播方式创新销售模式，强化品牌建设和推广，扩大线上销售规模。要强化线上线下联动，推动直播与演艺、旅游、文娱、体育赛事等品牌深度融合，丰富直播经济的场景创造。要推动品牌、特色商品加强直播供应链建设，增厚品牌价值。

开展跨境电商直播，是直播经济助力双循环的特设场景。要鼓励跨境电商企业依法合规开展直播业务，通过直播方式拓展销售渠道，带动更多优势产品出口。要鼓励依托直播基地、“丝路电商”国家馆等，开展“丝路电商”伙伴国优质商品的直播销售，促进“丝路云品”流通。

创建走出去场景，是直播经济高质量发展新的活力源。要鼓励和支持直播平台和电商类MCN机构进行国际化布局，开展多语种直播，拓展海外市场。鼓励海外布局的电商平台拓展直播业务，完善海外供应链建设，提升服务能力。支持内容类MCN机构拓展国际业务，开展中华优秀传统文化的境外直播，讲好中国

故事，传播好中国声音。在走出去的基础上，推动直播经济服务标准和规则的国际交流合作。

## 人才培养是直播经济高质量发展的生力军

直播经济的高质量发展，离不开人才队伍的支持。近年来我国新职业从业人员整体状况发生明显变化，新就业形态队伍持续壮大。以直播经济为代表的新职业，创造了互联网营销师、操盘手、主播、助播等新职位，为人们提供了发展新机遇和就业新选择。要引导发挥好直播经济等新业态在扩大就业规模、拓展普通人就业机会、满足多元化职业需求等方面的积极作用。

直播领域作为就业蓄水池，孕育了新的就业增长点，但也带来了职业培养的新要求。以网络主播为例，国家对这一新兴职业的认可，能够帮助从业者增强职业归属感。但如何提升行业的整体素质，还任重道远。令人欣喜的是，近年来包括商务部《中国电商讲师大赛》专门设立的“直播电商赛道”，今年升级为“国”字头的《中国电商主播大赛》等一系列赛事活动，都注意到了主播人才职业化培养的重要性。

推动主播职业朝着合法化、规范化、健康化方向迈进，培养职业化的主播大军，是直播经济高质量发展不可或缺的人才基础。需要强化直播技能人才的培养和评价，包括结合直播经济发展需求，加强直播技能人才供需预测和培养规划；推动产学研合作对接开展人才培养和技能提升培训；支持直播经济领域职业技能等级认定；鼓励企业完善直播技能人才岗位使用机制。



外高桥海外优选商品直播基地内，主播在直播