

直播经济视角下大学生微创业现状调查研究

——以广东省部分高校为例

蔡城州 刘 婵 王燕玲

(广东工贸职业技术学院, 广东 广州 510510)

摘要:近年来,直播经济的快速发展给当代大学生带来许多新的互联网就业机会。在现实中直播经济给大学生微创业带来了哪些影响,创业现状如何,主要面临的困难有哪些?大学生对创业风险的主观感知究竟怎么样?本文以广东省部分高校为例,从大学生进行直播微创业现状、大学生对直播微创业的认知及态度等维度对广东省部分高校进行了关于直播经济视角下大学生微创业现状的调查和分析。

关键词:网络直播;大学生;微创业;调查研究

网络直播作为一种新型的微创业模式,具有低成本、低门槛、跨时间、跨空间等优势,逐渐成为大学生进行微创业的重要途径。作为当前热门行业,大学生比较热忠的创业选择,现实中的高校大学生对网络微创业意愿的状况究竟如何?面临的主要困难究竟是什么?对该创业风险的主观感知究竟怎么样?事实并非如此乐观。为此,我们对广东省部分高校进行了关于直播经济视角下大学生微创业现状调查研究。

一、调查样本分析

此次问卷调查以广东省部分高校在校大学生为调查对象。共回收有效问卷 1066 份,其中调查对象男女比例分别占 44%、56%;按学校属性来分,本科院校与专科院校占比分别为 47.9%、52.1%;按专业类别划分,理工类 33.1%、经管类 22.1%、人文社科类 23.5%、艺术类 2.9%、其他类别 18.4%。总体来看,本次调查结果基本上能够反映广东省大学生微商创业的现状和问题。

二、调查内容与结果分析

(一)大学生观看直播情况

调查对象有 65.7% 观看过直播,其中在观看过直播的大学生中,本科院校学生 (36.77%) 占比大于专科院校学生 (28.89%);未观看过直播的专科院校学生人数 (23.16%) 约为本科院校人数 (11.16%) 的 2 倍。

在观看的内容方面可分为三个梯度:娱乐类和美食类为第一梯度,得到 20% 以上的受访者青睐;第二梯度为购物类 (16.2%)、游戏类 (15.5%) 和时尚美妆类 (14.6%);第三梯度为户外探索类 (11.0%)。不同院校属性学生在娱乐类、游戏类、户外类等直播内容选择上无明显差异,但在时尚美妆类上,专科院校学生的选择占比 (9.86%) 约为本科院校学生 (4.7%) 的 2 倍。

无聊打发时间 (24.9%)、放松消遣 (22.8%) 是调查对象观看直播的两大原因。其次,喜欢的游戏博主 (18.6%) 和美妆博主 (15.8%) 开通直播也是调查对象选择观看的原因。

(二)大学生进行直播微创业情况

1. 直播微创业的参与度

数据显示,目前有意愿从事直播行业的学生 (46.25%) 少于半数,且愿意从事直播行业的男性 (23.9%) 比女性 (22.3%) 多,而不愿意从事直播行业的女性 (33.7%) 比男性 (20.1%) 高 13.6%;从院校属性进行交叉分析,本科院校学生 (56.80%) 比专科院校学生 (43.20%) 更愿意进入直播行业。另外,在 493 名有意愿进入直播行业的被访者中,仅 136 名 (27.58%) 曾主动进行直播。针对有意愿但从未尝试进行直播的人员进行原因分析,不了解进入直播微创业渠道 (21.14%) 与没有技术支持 (20.88%) 是阻碍大学生进行直播微创业的主要原因。

2. 直播经营基本情况

在所有进入过直播行业的调查对象中,82.5% 的被访者表示是在一年以内进入直播行业,从事时间平均约为 7 个月 (平均值 =2.35)。在直播频率方面,37.4% 的大学生偶尔直播,仅有 7.3% 的大学生每天直播,从正态分布图可看出,大学生日常进行直播的频率并不高,约半数学生每几周或偶尔才进行直播。在直播所获收入方面,由于学生进行直播的频率并不高,相应所获收入也不高。调查结果显示,83.9% 的学生在从事直播的过程中仅获得不到 6000 元的收入,能获得 15000 元以上收入的仅占人数的 5.1%,平均获得收入约为 4000 元。由此可见,大学生进行直播微创业总体收益不高,只能为自己增加一点零星收入。在直播粉丝数方面,86.1% 的大学生从业者拥有不到 1 万的粉丝量,拥有 1 万 ~ 5 万粉丝量的仅有 13 人 (9.5%),拥有 5 万粉丝量的仅有 6 人 (4.4%),平均拥有的粉丝量不到 6000。

针对进入直播行业的时长、直播频率、直播收入、直播粉丝数等四个方面与院校属性进行卡方分析,结果表明在直播粉丝数量上,本科院校和专科院校差异显著 ($P<0.05$),但在进入直播行业的时长、直播频率、直播收入等方面差异不显著 ($P>0.05$)。

3. 直播经营领域情况

在直播平台选择方面,抖音平台和哔哩哔哩平台是目前大学生进行直播微创业的首选,占比分别为 24.3% 和 16.16%,其次被选择较多的平台依次是小红书 (11.9%)、拼多多 (8.9%)、淘宝 (8.6%)、快手 (7.7%) 和虎牙 (7.7%) 等。在直播主题选择方面,各主题的选择人数占比大致相同,其中选择美食分享类作为直播内容的有 57 人,占比最多 (20%);其次为娱乐类 (包括唱歌、跳舞、聊天、八卦等方面) 和游戏类,占比为 18.9% 和 17.9%;选择时尚美妆类的人数最少 ($N=38$, 13.3%)。在直播过的大学生中有 4 成以上 (41.6%) 是为了解决自身就业问题,过半数以上的学生是出于好奇心打发时间,以直播微创业为目的不到 3 成 (25.5%),详见表 1。

表 1 大学生直播微创业目的

		个案数	百分比	个案百分比
直播微创业的目的	自主微创业	35	11.8%	25.5%
	出于好奇心	36	12.1%	26.3%
	打发时间	54	18.2%	39.4%
	从众心理	28	9.4%	20.4%
	创业成本低	26	8.8%	19.0%
	入门门槛低	30	10.1%	21.9%
	工作自由	31	10.4%	22.6%
	解决就业问题	57	19.2%	41.6%
总计		297	100.0%	216.8%

针对直播平台、直播主题、直播目的等三方面与不同院校属性进行卡方分析,结果表明本科院校和专科院校学生在以上三方面中均差异不显著($P>0.05$)。

(三) 大学生对直播微创业的认知及态度

1. 学生对直播微创业的认知

根据调查结果,超半数(53.85%)的大学生不太看好或不看好直播行业的未来发展前景,非常看好的仅占3.85%。目前创新创业课程是每位大学生在校期间的必修课,但在调查结果中,过半数(52.64%)的受访者表示他们不太了解或从未了解过广东省针对高校大学生创新创业的扶持政策。同时,虽然有半数同学对进入直播领域(包括前端和后端)的条件有一定了解,但超6成(62.1%)的受访者仍表示他们不太同意或不同意大学生进行直播微创业。

拥有经营许可证(16.8%)、主题内容策划(16.8%)、优秀的直播口才(16.3%)与一定的技术支撑(14.7%)是大学生认为进入直播微创业的四个重要条件。据调查,目前各高校对直播微创业提供的支持主要包括举办创业比赛(22.2%)和提供免费的直播创业基地(18.5%)两个方面,不同院校属性提供的支持侧重也不一样,专科院校在创业比赛、创业资金、创业基地与技能培训等四个方面的支持力度相对本科院校更多;本科院校在实践的技术指导、设备支持等两个方面相对专科院校而言支持力度更大。

2. 学生对直播微创业的态度

(1) 大学生直播微创业的重要条件

大学生进行直播微创业的重要条件主要包括拥有足够的创业资金(18.9%)、合适的创业伙伴(18.8%)、稳定的货源渠道(17%)及接受过技能培训(16.5%)。另外,专业院校学生更看重创业前拥有足够的创业资金(29.83%)和创业伙伴(26.55%),而本科院校学生则更加看重找到创业伙伴(22.98%)和接受一定创业技能培训(20.45%)。

(2) 大学生直播微创业的模式选择

“直播+短视频”是目前大学生进行直播微创业的首选(20.2%)。在该模式下,由于移动终端的普及以及网络的提速,让短视频的快速传播得到了最基本的支撑。短视频以内容创作为主线,拥有门槛低、直观性强、成本少、传播快等特点,通过针对消费者精准制作短视频内容来获得关注,积累流量;另一方面通过开直播,搭建线上消费场景,把粉丝用户转化成消费者,以流量和粉丝量作为获利资源,通过“带货”“粉丝刷礼物”“接广告”等方式实现“流量变现”。此外,“直播+电商”“直播+游戏”“直播+社交”同样也受到学生青睐,其中,过半数(57.84%)专科院校学生倾向于“直播+短视频”,而本科院校学生对“直播+电商”模式更感兴趣。

(3) 大学生直播微创业的平台选择

据调查,抖音(24.3%)和哔哩哔哩(16.6%)是大学生进入直播行业的首选渠道,其次分别为小红书(11.9%)、拼多多(8.9%)和淘宝(8.6%)。与专科院校学生相比,除了首选的抖音平台外,本科院校学生对其他平台的选择较为平均,选择京东平台(8.54%)的人数最少;专科院校学生对直播平台选择较为集中,抖音、哔哩哔哩、小红书三大平台的选择人数占比为88.16%,斗鱼平台的选择人数最少(5.35%)。

(4) 大学生直播微创业的形式选择

网络直播经纪公司(MCN机构)是以经纪模式为主,与网络主播签订独家合作协议或劳动合同,对主播进行长期培训和资

源提供,通过内容创作,包装、营销、推广等方式帮助网络主播实现流量变现;主播借助公司资源获得更多宣传资源、粉丝量和人气以及更好的收益,是目前高校毕业生进入直播微创业的重要渠道之一。但据调查,目前想签约MCN公司的大学生比例最少(18.1%),大部分(62%)还是想通过自主创业或合伙创业的形式加入到直播微创业行列。

(5) 直播微创业中大学生对月收入的期待

据调查,约4成(38.6%)大学生在直播行业期待的薪酬为6000~15000元,24.8%的学生期待月薪在1万5以上。根据《2022年中国大学生就业报告》显示,2021届本科、高职毕业生平均月收入分别为5833元、4505元。此外,从《2021年直播产业人才报告》可知,2021年第三季度,直播相关岗位平均薪酬同比上涨10.78%,达到10448元,突破“万元大关”。其中,直播产品开发岗位平均薪酬最高,达26372元。高薪酬高待遇吸引大批求职者持续涌向这一新兴行业,同时也代表着大学生对加入该行业所带来的收益有更高的期待。

三、调查总结

直播经济的发展为大学生创新创业提供了新的就业渠道,有效缓解了毕业生就业压力,一定程度上拉动了市场内需,为社会经济的增长贡献力量。但是,直播经济爆发式的增长和发展不可避免存在一些问题,这些问题在现在或未来可能会阻碍直播经济的进一步发展,同时也会成为阻碍大学生进行直播微创业的因素。需要从学生层面进行激励和引导,提振信心;需要高校提供良好校内创业资源,尽可能提供硬件资源和软件技术支持,为直播微创业创造条件;同时政府层面关于直播行业的相关法律法规优化完善,加强网络直播监管力度,优化直播网络环境等方面着力,提供良好的环境以更好地带动大学生直播微创业的良好发展。

参考文献:

- [1] 曾显涵.直播经济背景下高校毕业生创新创业模式探索[J]. 商展经济, 2022(09): 119-122.
- [2] 李文磊,郭金鹏.“互联网+”背景下的大学生直播电商创业[J]. 中国就业, 2022(04): 42-43.
- [3] 王磊芸,曾艳梅.新时代网络直播带货对大学生消费行为的影响[J]. 老字号品牌营销, 2022(06): 57-59.
- [4] 何可人.直播经济视阈下大学生微创业模式研究[J]. 营销界, 2021(22): 30-31.

基金项目: 本文系广东工贸职业技术学院第十七届“挑战杯”广东大学生课外学术科技作品竞赛暨2023年广东省科技创新战略专项资金(攀登计划)校级培育项目“直播经济视角下大学生微创业的机遇与挑战”(项目编号:2023SCP052)成果。

作者简介:

- 蔡城州,男,广东工贸职业技术学院应用外语学院;
刘婵(1989-),女,广东工贸职业技术学院应用外语学院辅导员,研究方向:思想政治、市场营销;
王燕玲(1986-),女,广东工贸职业技术学院应用外语学院辅导员,职业指导师,研究方向:党建研究。