

# 互联网背景下高职电商专业“短视频+直播” 创业路径探析

魏 晴

(徐州工业职业技术学院, 江苏 徐州 221140)

**摘要:** 随着互联网技术水平的提升,以及手机网络的普及,导致我国出现大量的网民,网民的数量出现逐年增长的趋势。这也反映出网络在让人们享受精神生活的同时,也转变着原有的商业路径,即大部分创业者开始寻求新的创业模式——“短视频+直播”。笔者借助互联网背景,以“短视频+直播”为途径开展新时代下电子商务专业创业路径的分析,并侧重从优劣势以及具体的创业路径三方面介绍。

**关键词:** 互联网; 高职专业; 电商专业; “短视频+直播”; 创业路径

众所周知,互联网成为21世纪时代发展的总旋律,而各种新媒体的引入,已经引起一场新型的商业模式变革。“短视频+直播”的方式成为现阶段电子商务专业教学的新可能。如何借助“短视频+直播”的力量开展高职电商专业授课成为教师重点思考的问题。本文立足实践进行此部分内容的探究。

## 一、“短视频+直播”创业的优势

### (一) 良好的主、客观条件

“短视频+直播”符合时代发展的总趋势主要体现在以下主、客观两方面的条件:客观方面,手机的普及及其价格以及网络资费呈逐渐下降趋势导致人们可以购买手机,并用其在各种平台上,随时随地观看各种短视频,与相应的主播进行互动。这也引发直播带货的新思潮。主观方面,“短视频+直播”具有较强的“可触碰性”,体现在以下三点:首先,年轻人(包括高职生)更为喜欢直播软件。其次,这些人既可以成为传播平台内容的接受者,又可以成为此部分内容的制作者,真正融入相应的直播带货浪潮中。最后,与其他人相比,高职生具有较强的专业性。高职生不仅受过商务知识的专业性教育,学习了多门课程,比如《新媒体营销》《网络营销》等课程,而且还具有一定的视频制作能力,拍摄商品、图像处理等,还具有一定的市场运作能力。

### (二) “短视频+直播”具有良好的土壤

本文中的良好土壤注重从国家、学校两方面简要介绍。在国家方面,“短视频+直播”的形式与国家提倡的创业精神相吻合。与此同时,国家在支持创业方面提供了大量的就业政策,为高职生的创业提供了有力的保障。在学校方面,高职院校在获得企业、政府的支持之下创办多种形式的“短视频+直播”的创业形式,为学生创造良好的创业条件,比如网络直播等硬

件条件,让学生真正在实训的过程中运用相应的电子专业知识,制作高质量的视频,高效地与“粉丝”互动,在提升学生综合素质的同时,丰富他们的专业经验。

## 二、“短视频+直播”创业的不足

学生不具备较强的专业知识以及时间精力有限成为“短视频+直播”创业不足的主要因素。在专业知识方面,高职学生需要持续不断地提供新的内容,吸引粉丝,固化粉丝,达到“养号”的目的,为后续的直播带货做准备。除此之外,在实际的直播过程中,高职生往往需要具备较强的商品优势表达能力、与粉丝的有效互动能力以及控场能力。然而,在实际的实训过程中,笔者发现学生往往不具备上述能力。在时间分配方面,高职生一方面需要完成相应的学业知识,另一发方面又要进行短视频制作以及直播等,极易引起创业和学习之间的时间分配冲突,导致整体的创业效果较差。

## 三、“短视频+直播”创业的路径

### (一) 构建广告与“短视频+直播”创业模式的探索

在“短视频+直播”的创业模式探索中,高职学生可以以不同的形式将广告融入到相应的视频内容中,从而达到宣传广告、直播带货的目的。在具体融入广告方面,学生可以尝试两个途径:途径一,从时间入手:学生可以在视频的展示前、中、后三个角度切入相应的广告,吸引视频观看者的注意,达到传播商品信息,提升商品销售量的目的。途径二,从设计入手,学生在展示视频的过程中可以有意识地进行相应商品品牌标识的展示,让视频观看者注意到这种标识。与此同时,学生可以将视频内容与广告设计融为一体,让视频观看者在观看内容的同时,了解更多的商品信息,实现商品信息有效传播的目的,促进商品交易的完成。

## （二）构建电商模式与“短视频+直播”创业模式的探索

本文中电商模式主要分为三种：与传统企业融合、与电商平台合作以及个人创办电商模式。在与传统企业融合中，高职院校可以与传统企业构建校企合作模式，并派遣高职生参与到“短视频+直播”电商模式的构建过程中，让他们成为其中的一员，了解这种模式的创业的整个过程，为后续进行创业奠定一定的实践经验以及知识基础。在与电商平台的合作中，学校可以与一些知名直播平台达成相应的合作协议，让学生真正在相应的直播平台中实习，掌握更多的视频制作方法、与粉丝的互动技巧等，让学生真正将这些所学内容运用在日后的“短视频+直播”的创业过程中，让他们真正在了解行业发展特点以及规律的前提下，更为科学地进行电商创业。在个人创办电商模式中，学生可以争取学校的资金，并邀请专业的电商人员参与到“短视频+直播”中，真正在自负盈亏的过程中培养个人灵敏的商业嗅觉，转变原有的思维模式，在点点滴滴的网络商业活动中促进个人综合商业能力的提升。

## （三）构建网红与“短视频+直播”的创业模式

众所周知，网红往往不仅在某一方面具有较强的专业知识，而且在各种短视频平台上具有大量的粉丝，具有较强的影响力。高职教师可以引导学生做网红，让他们运用个人的才艺制作相应的短视频，吸引相应的粉丝，并进行商业化的运作。在实际的执行过程中，电子商务专业教师需要注重从以下三方面入手：方面一，挖掘学生特长。教师可以以学生特长为基点，构建相应的特长小组，比如舞蹈小组、歌曲小组等，让这些学生定期制作相应的视频。方面二，开展商业化运作。在学生的粉丝量达到一定程度后，教师可以与企业达成相应的带货协议，从而进行更为专业的商业化运作。方面三，科学性传播。其一，增强视频内容的垂直性。学生的视频内容忌讳涉及各个方面，应只涉及某一方面。其二，侧重“养号”，真正培养出忠实的粉丝。其三，注意进行多短视频平台的传播。学生可以结合不同平台的特性开展多平台的视频传播。方面四，注重培养学生的韧性。网红的形成不是一蹴而就的，需要一个漫长的过程中。教师需要定期对学生进行心理辅导，并给予必要的精神鼓励以及技术支持，真正让学生戒骄戒躁，实现由量变向质变的网红角色转变，探索出“短视频+直播”的新模式。

## （四）构建专业化的“短视频+直播”团队

“短视频+直播”账号需要一个专业性的团队，完成账号的各项运营工作，实现由流量向变现的顺利转变。为此，学生需要构建一个专业化的“短视频+直播”团队，并充分运用每

个团队的专长，构建出集启发、售货于一体的视频内容，并在与粉丝的互动过程中，扩大团队的影响力，提升学生的协作能力以及综合创业能力。

在实际的执行过程中，电子商务专业教师可以尝试从以下几点进行引导：第一点，根据运营团队所具体的条件组队。众所周知，一个高素质的团队需要具备较强的用户感知能力（从用户的角度思考问题）、视频制作能力（可以持续不断地构建出新颖的内容）、综合运用能力（包括粉丝维护能力、商业转化等能力）、数据综合分析能力（可以结合粉丝的观看内容，分析粉丝的偏好）等。为此，在组建专业性团队的过程中，教师需要从以上几方面进行引导。第二点，协调能力。在实际的视频内容制作以及直播过程中，学生之间需要考虑个人的时间安排、优势及劣势，并制定相应的协作机制，协调好组内各个人员之间的时间，并在彼此配合的前提下，完成相应视频的制作。第三点，设置组员职责。学生之间可以结合个人的专长承担相应的职责，比如，视频剪辑员、导演、摄影师以及演员等，并结合具体的视频制作内容，灵活增加或是删减相应的角色，最终达到构建高质量视频的目的。

总而言之，“短视频+直播”已经成为互联网背景下的重要商业创业平台。对此，教师既需要把握住总的趋势，又需要对个人的电子商务教学进行调整，在迎合时代发展趋势的基础上，真正让学生融入此种趋势下真正做到学有所用，促进他们综合素质的提升。

## 参考文献：

- [1] 黄燕萍. 高职院校“电商+直播”创业项目孵化研究——以泉州工艺美术职业学院电商专业“陶瓷直播工作室”研究为例[J]. 今日财富, 2020(18).
- [2] 王芳. 网络直播热潮下的在校大学生微创业模式探索研究[J]. 新闻传播, 2020(15).
- [3] 马力. 高职院校众创空间“电商+直播”创业项目孵化研究——以无锡敏达宜兴紫砂壶营销推广项目为例[J]. 智库时代, 2019(13).