

网络直播运营

职业技能等级标准

标准代码：530060

(2021 年 2.0 版)

中广协广告信息文化传播有限责任公司 制定
2021 年 12 月 发布

目 次

前言	1
1 范围	2
2 规范性引用文件	2
3 术语和定义	2
4 适用院校专业	6
5 面向职业岗位（群）	7
6 职业技能要求	7
参考文献	21

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：中广协广告信息文化传播有限责任公司、中广星领(北京)文化信息科技有限公司、联合利华(中国)有限公司上海分公司、北京快手科技有限公司、北京值得买科技股份有限公司、小红书信息科技有限公司、北京新榜信息科技有限公司、杭州蚊子会数字营销有限公司、成都交个朋友科技有限公司、中商北斗供应链管理集团有限公司、惠买控股集团有限公司、杭州维妥科技有限公司、厦门鹿课教育科技有限公司、浙江易启莱朗顿教育科技有限公司、中国传媒大学、浙江传媒学院、厦门理工学院、深圳职业技术学院、浙江商业职业技术学院、无锡商业职业技术学院、泉州轻工职业学院、厦门华天涉外学院、南京铁道职业技术学院、昆明冶金高等专科学校、山西省财政税务专科学校、海南职业技术学院、芜湖职业技术学院、上海科学技术职业学院、浙江机电职业学院、威海海洋职业学院、贵州农业职业学院、吉林交通职业技术学院、哈尔滨职业技术学院、安徽商贸职业技术学院、金华职业技术学院、铜陵职业技术学院、四川文化产业职业学院、杭州万向职业技术学院、广州市番禺区职业技术学校、南京商业学校、淮安市高级职业技术学校、扬州旅游商贸学校、江苏凤凰职业教育图书有限公司。

本标准主要起草人：张国华、王恪、李娜、盛震、赵楠、朱鑫影、王昕、刘双舟、孙雷、刘洪涛、方军、马宏彬、隋国栋、熊键、李建伟、王俊桦、吴加录、段宏涛、杜瑞勇、朱起、苗春、邱良龙、刘祥、邵其赶、窦志铭、康肖琼、张枝军、程传荣、李艳珍、洪巧丽、张智超、潘香花、孔月红、范露峰、王庆春、李亚斌、孔德瑾、王方、李琳娜、王伟、郭威、葛永明、童红兵、钱其学、刘喜敏、张明明、夏名首、何兴旺、刘春青、许丹青、赵熹微、王进、倪莉莉、秦勉、顾金萍、方小英。

声明：本标准的知识产权归属于中广协广告信息文化传播有限责任公司，未经中广协广告信息文化传播有限责任公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了网络直播运营职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于网络直播运营职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

GB/T 34090.1-2017 互动广告 第1部分：术语概述

GB/T 18811-2012 电子商务的基本术语及定义

GB/T 38652 电子商务业务术语

T/CAAAD 004-2019 自媒体营销价值评估标准

网络短视频内容审核标准细则

网络直播营销行为规范

3 术语和定义

国家、行业标准界定的，以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 网络直播 Network Live Stream

网络直播是基于互联网技术产生的一种新型实时互动媒介，国家互联网信息办公室在《互联网直播服务管理规定》中规定：“网络直播，是指基于互联网，以视频、音频、图文等形式向公众持续发布实时信息的活动。”由该定义可知，网络直播活动的完成需要网络直播信息发布者、网络直播信息载体和网络直播信息接收者三方主体的参与。

3.2 直播平台 Live-stream Platform

是指提供直播功能的互联网平台，主流分为三大类：第一类是短视频平台，

如抖音、快手等；第二类是电商平台，如淘宝、京东、拼多多、小红书等；第三类是非直播带货性平台，如B站、酷狗、陌陌、脉脉等，主要是聚焦娱乐才艺表演等内容平台直播。

3.3 流量 Traffic

流量即市场，是有效的销售线索。流量可以分为精准流量、虚拟流量和泛流量三类，精准流量是指被我们吸引过来的一个有需求的用户或客户；虚拟流量是用机器生产出来的僵尸粉带来的访问量增加；泛流量是指网站或者平台内容上的阅读量、粉丝量、点赞量、播放量等。

3.4 网络直播运营 Live stream Operation

在网络直播平台围绕产品和服务交易开展的各项经营和管理工作的总称。

3.5 直播电商 Live Stream ecommerce

通过互联网等信息网络销售以直播形式销售商品或者提供服务的经营活动。

3.6 主播 Live-streaming sales

又称直播销售员，是指采用直播的方式，从事商品与服务策划推广、销售、客户管理等工作的专业人员。

3.7 直播带货 Influencer Marketing

是指通过互联网等信息网络，使用直播技术进行商品线上展示、咨询答疑、导购销售的新型服务方式。

3.8 直播场域 Live-stream Field

是指展现在直播镜头中的环境，开展直播活动的线下经营场所，具体分为两大类，第一类是直播间场域，又分为实体直播间和虚拟直播间，第二类是室外场域，如农业园区、工厂生产线、工厂车间等场地进行直播带货。

3.9 直播电商运营 Live-stream E-commerce Operation

在网络直播营销平台围绕产品和服务交易开展各项经营和管理工作的总称。

3.10 直播策划 Live Stream Planning

以直播为媒介，以满足消费者需求为核心进行产品和服务设计与规划的活动。

3.11 多频道网络业态 Multi-Channel Network

其模式源于国外成熟的网红经济运作，其本质是一个多频道网络的产品形态，是组织具有网络流量的账号或者个人制作内容，并提供内容策划、经济服务、品牌对接等系列服务的公司，最终提供内容的多平台分发。

3.12 关键意见领袖 Key Opinion Leader

是指拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。

3.13 坑位费、佣金 Pit cost、Commission

网络直播运营中支付给主播的结算方式。坑位费为主播播报一条产品信息的宣传费用，佣金指主播通过直播方式完成网络销售与商家达成的合作分佣比例。

3.14 货品池 Commodity Pool

是所有备选商品的集合，在业务需要的时候可直接从货品池中提取。

3.15 数据采集 Data Acquisition

收集有用信息和数据的过程。

3.16 数据分析 Data Analysis

是指用适当的统计分析方法对收集来的大量数据进行分析，将它们加以汇总和理解并消化，以求最大化地开发数据的功能，发挥数据的作用。

3.17 用户画像 User portrait

是指通过对用户相关的数据分析实现对用户行为的分类，以此形成对用户行为的预测以及营销信息的定向推送。

3.18 新媒体 New Media

是以数字技术为基础，以网络为载体进行信息传播的媒介，通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态。

3.19 新媒体技术应用 New Media Technology Application

是指新媒体技术在产品推广、品牌宣传等的具体应用，包括但不限于新媒体平台运营、内容运营、活动运营、用户运营、数据运营等。

3.20 新媒体运营 New Media Operation

是通过现代化移动互联网手段，通过利用抖音、快手、微信、微博、贴吧等新兴媒体平台工具进行产品宣传、推广、产品营销的一系列运营手段。通过策划品牌相关的优质、高度传播性的内容和线上活动，向客户广泛或者精准推送消息，提高参与度，提高知名度，从而充分利用粉丝经济，达到相应营销目的。

3.21 社交媒体 Social media

是用来分享交流意见、观点及经验的虚拟社区和网络平台。主要包括社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等。

3.22 内容运营 Content Operation

是指运营者利用新媒体渠道，用文字图片或视频等形式将企业信息友好地呈现在用户面前，并激发用户参与，分享、传播的完整运营过程。

3.23 短视频 Instant Music Video

是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时间休闲状态下观看

高频推送的视频内容，几秒到几分钟不等。

3.24 短视频运营 Short-video Operation

是属于新媒体运营或者互联网运营体系下的分支，即利用抖音、微视、火山、快手等短视频平台进行产品宣传、推广、企业营销的一系列活动。通过策划品牌相关的优质、高度传播性的视频内容，向客户广泛或者精准推送消息，提高知名度，从而充分利用粉丝经济，达到相应营销目的。

3.25 全媒体运营师 Omni-media Operator

是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。

4 适用院校专业

4.1 参照原版专业目录

中等职业学校：电子商务、市场营销、跨境电子商务、数字媒体技术应用、网络营销、旅游服务与管理、连锁经营与管理、商品经营、国际商务、播音与节目主持、广播影视节目制作、影像与影视技术、数字广播电视技术、计算机平面设计等专业。

高等职业学校：电子商务、市场营销、跨境电子商务、数字媒体应用技术、网络营销、工商企业管理、连锁经营管理、旅游管理、播音与主持、影视动画、视觉传播设计与制作、广告策划与营销、广告设计与制作、传播与策划、数字媒体艺术设计、国际商务、文化市场经营管理、影视多媒体技术、导游、模特与礼仪等专业。

高等职业教育本科学校：电子商务、市场营销、跨境电子商务、数字媒体技术、旅游管理、播音与主持、网络与新媒体、服装与服饰设计、视觉传达设计、

数字媒体艺术等专业。

应用型本科学校：电子商务、市场营销、跨境电子商务、数字媒体技术、新媒体技术、工商管理、视觉传达设计、播音与主持艺术、动画、广播电视编导、广告学、传播学、时尚传播、网络与新媒体、数字媒体艺术等专业。

4.2 参照新版职业教育专业目录

中等职业学校：直播电商服务、电子商务、市场营销、跨境电子商务、数字媒体技术应用、网络营销、导游服务、旅游服务与管理、会展服务与管理、连锁经营与管理、国际商务、播音与主持、广播影视节目制作、影像与影视技术、计算机平面设计等专业。

高等职业学校：网络直播与运营、网络营销与直播电商、电子商务、市场营销、跨境电子商务、国际商务、农村电子商务、商务数据分析与应用、数字媒体技术、工商企业管理、连锁经营与管理、中小企业创业与经营、导游、旅游管理、会展策划与管理、播音与主持、时尚表演与传播、影视动画、影视多媒体技术、视觉传达设计、全媒体广告策划与营销、广告艺术设计、文化产业经营与管理、传播与策划、数字媒体艺术设计。

高等职业教育本科学校：电子商务、市场营销、全媒体电商运营、跨境电子商务、数字媒体技术、旅游管理、播音与主持、网络与新媒体、服装与服饰设计、数字动画、全媒体新闻采编与制作、视觉传达设计、数字媒体艺术等专业。

应用型本科学校：电子商务、市场营销、跨境电子商务、数字媒体技术、新媒体技术、工商管理、视觉传达设计、播音与主持艺术、动画、广播电视编导、广告学、传播学、时尚传播、网络与新媒体、数字媒体艺术等专业。

5 面向职业岗位（群）

【网络直播运营】（初级）：主要面向网络直播运营应用和服务型企业，涉及工作岗位群包含网络营销主播助理、内容策划助理、视频剪辑助理、直播运营助理等，主要完成直播场控、互动配合促单、产品卖点提炼、短视频拍摄与剪辑和账号日常运营及数据分析等工作，从事直播销售、运营推广等工作。

【网络直播运营】（中级）：主要面向网络直播运营应用和服务型企业，涉及工作岗位群包含网络营销主播、内容策划主管、视频剪辑主管、招商选品主管、直播运营主管等，主要完成店铺直播、品牌代播、直播内容策划、短视频策划与推广、直播选品、直播付费推广、新媒体运营、社群活动运营、多平台账号运营和直播数据复盘等工作，从事直播销售、运营推广、类目选品、商务合作等工作。

【网络直播运营】（高级）：主要面向网络直播运营应用和服务型企业，涉及工作岗位群包含网络营销主播培训经理、内容策划经理、品控经理、直播商务经理及运营经理等，主要完成主播 IP 打造与培训、直播场域规划、全媒体内容创意规划、专场统筹及脚本规划、直播商品管理、合作方管理、舆情分析和账号优化等工作，从事主播培训、全媒体内容策划、供应链管理和商务合作等工作。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

网络直播运营职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【网络直播运营】（初级）：主要面向网络直播运营应用和服务型企业的直播电商部门，根据项目专员岗位工作流程的规定，完成产品卖点梳理与提炼、短视频拍摄与剪辑、宣传物料制作、直播脚本的分解与执行、直播场控、后台设置与

操作、直播预热、粉丝运营与维护、账号（IP）日常维护等工作，对直播执行负责。

【网络直播运营】（中级）：主要面向网络直播运营应用和服务型企业的直播电商部门，根据项目主管岗位工作流程的规定，为达成企业直播业绩指标，完成直播选品、短视频策划与推广、直播内容策划与脚本撰写、直播间氛围设计、销售节奏把控、品牌代播运营管理、直播推广方案制定与流量提升、付费推广策略、私域账号的运营策划、直播数据分析及复盘、多平台账号矩阵搭建与运营管理工作，对直播效果负责。

【网络直播运营】（高级）：主要面向网络直播运营应用和服务型企业的直播电商部门，根据项目经理岗位工作流程的规定，为紧跟行业动态及满足业务需求，完成全媒体内容创意规划、专场（PGC）统筹及脚本规划、全媒体平台体系搭建、直播商品库存管理与质量管理、选品供应链维护与升级、明星 KOL 等合作方管理、产品趋势与转化率分析、直播效果评估与优化、账号质量评估与优化、主播 IP 打造、综合运营管理工作，对品牌和整合资源负责。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 网络直播运营职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 直播运营	1.1 直播平台的选择与使用	1.1.1 具备平台规则的学习能力，能区分常见直播平台各项功能。 1.1.2 能够根据直播产品，选择合适的直播平台，发起直播活动。 1.1.3 能利用直播平台辅助软件，协助发起直播活动。 1.1.4 能熟练使用常见直播平台引流功能，多平台协同宣传预热。 1.1.5 遵守国家法律法规和平台规则，遵从行业行为规范。

工作领域	工作任务	职业技能要求
	1.2 后台设置与操作	<p>1.2.1 能根据电商平台和直播后台的操作规则,申请并开通直播账号,完善个人主页、标题、封面等直播账号的设置。</p> <p>1.2.2 能操作后台发布销售产品链接、直播间促销内容和产品详情页投屏。</p> <p>1.2.3 熟悉网络直播企业的服务内容与运营规则。</p> <p>1.2.4 具备良好的职业道德素养,能对实名制注册信息进行保密。</p>
	1.3 直播脚本的分解与执行	<p>1.3.1 能根据直播脚本的策划收集脚本素材,结合主播特征与粉丝偏好,完成原创话题及素材整理。</p> <p>1.3.2 能根据直播脚本要求布置网络直播间背景,检查网络信号强度,会调试使用直播软件、麦克风、声卡、灯光等直播软硬件,并对画面进行镜头及灯光调节。</p> <p>1.3.3 能根据直播节奏使用特效道具、音效、直播手牌等。</p> <p>1.3.4 能根据直播脚本流程和主播讲解实时情况,推送商品链接。</p> <p>1.3.5 具有良好的沟通协作能力与执行力。</p>
	1.4 直播场控	<p>1.4.1 能严格遵守《中华人民共和国广告法》、《互联网直播服务管理规定》、《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》和《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》等法律法规及国家政策,甄别直播互动信息,保障直播过程的合规性和可靠性。</p> <p>1.4.2 能根据直播间评论区的反馈,合理挑选直播弹幕进行互动,进行直播弹幕的管理与秩序维护,对负面信息及时处理,避免产生不良影响。</p> <p>1.4.3 能熟练掌握直播脚本内容,对直播现场所需道具、物料及商品进行准备及跟进。</p> <p>1.4.4 能跟随直播带货节奏,配合主播进行抽奖、红包公告、优惠券发放,并能进行货品上下架、修改价格、修改库存等操作。</p> <p>1.4.5 具备严谨的工作态度和临场应变能力。</p>
	1.5 互动配合促单	<p>1.5.1 熟悉带货促单话术技巧,能结合直播现场情况,配合主播展示及产品销售。</p> <p>1.5.2 能配合主播借助道具或模特,现场展示商品使用方法及效果,营造真实感,引导顾客下单。</p> <p>1.5.3 具备法律意识,能遵守《网络直播营销行为规范》等法律法规和平台规则。</p> <p>1.5.4 具备良好的销售服务意识和团队协作能力。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
2. 内容运营	2.1 产品卖点梳理与提炼	<p>2.1.1 能利用产品卖点的收集渠道与方法,收集并整理产品卖点信息。</p> <p>2.1.2 能依据卖点信息,初步提炼产品卖点,找出产品核心卖点。</p> <p>2.1.3 能用场景化、内容化的语言提炼卖点,撰写产品卖点销售文案。</p> <p>2.1.4 能够依据产品卖点,对产品销售策略提出建议。</p> <p>2.1.5 卖点提炼信息真实、诚信无欺。</p>
	2.2 短视频的拍摄与剪辑	<p>2.2.1 能根据短视频脚本要求,运用远景、近景进行短视频拍摄。</p> <p>2.2.2 能熟练使用剪辑软件,添加特效和字幕等处理,进行不同风格视频的剪辑。</p> <p>2.2.3 能根据短视频脚本内容,完成短视频配音等后期处理。</p> <p>2.2.4 能用良好的视觉审美、音画节奏把控能力提升短视频拍摄效果。</p> <p>2.2.5 具备视频和音乐素材版权意识,保守商业秘密。</p>
	2.3 宣传物料制作	<p>2.3.1 能根据直播内容,整理直播物料清单。</p> <p>2.3.2 能根据直播商品清单,制作账号背景图、头像、预热海报、图文短视频等宣传物料。</p> <p>2.3.3 能根据直播内容和品牌方要求,与主播及嘉宾进行沟通,制作直播手牌、背景板、提示牌等道具。</p> <p>2.3.4 能利用良好的视觉审美和宣传创意技巧,将直播视频精彩内容进行剪辑。</p> <p>2.3.5 遵守商业伦理,具备图片、字体、音视频的版权意识以及广告法等法律法规意识。</p>
3. 流量运营	3.1 社交媒体日常运营	<p>3.1.1 能结合社交网站、微博、微信等社交媒体,撰写社交媒体推广文案,根据执行计划完成社交媒体账号的日常运营。</p> <p>3.1.2 能实时掌握行业热点,并结合主播特征与粉丝偏好,能完成原创话题及素材整理。</p> <p>3.1.3 能围绕直播内容主题、直播商品特性、主播人设定位等配合执行商品权益活动、粉丝分层活动、流量资源等活动,提升粉丝活跃度。</p> <p>3.1.4 能对社交网站、微博、微信等社交媒体的关注人数、新增粉丝、实时在线人数、转化率等数据进行分析。</p> <p>3.1.5 具备良好的文字功底,能编写优质原创媒体内容。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	3.2 直播预热	<p>3.2.1 能结合直播主题搜集图片、视频、音频等宣传素材，在互联网平台进行预热引流。</p> <p>3.2.2 能选择合适时机发布预热海报、短视频、带货清单等。</p> <p>3.2.3 能根据预热表现，进行直播活动主题与内容的流量爆点挖掘。</p> <p>3.2.4 能及时处理网络拥堵、限流、活动链接异常等常见问题，对意外状况及时处理，避免产生不良影响。</p> <p>3.2.5 具备对网络直播信息的敏感度与洞察力。</p>
	3.3 粉丝运营与维护	<p>3.3.1 能创建粉丝社群，制定合理的社群规则，并进行社群管理，保障社群的正常运营管理。</p> <p>3.3.2 能引导粉丝入群，通过多种方式吸粉增粉，对粉丝进行分层运营、维护及转化。</p> <p>3.3.3 能根据社群生命周期执行不同的维护措施，提升粉丝活跃度及粘性。</p> <p>3.3.4 能对粉丝进行画像分析，与粉丝交流、沟通产生共情。</p> <p>3.3.5 能在平台营销节点用粉丝社群做预热，帮助直播间提升人气及营销数据方面的指标。</p> <p>3.3.6 具有良好的沟通协调和共情能力。</p>
	3.4 直播数据分析	<p>3.4.1 能采集直播间观看人数及峰值、打赏金额、流量来源、互动热词等流量数据，为下次直播做好准备。</p> <p>3.4.2 能利用产品直播浏览数据初步分析产品成交转化率，为更好优化产品及产品品类调整做准备。</p> <p>3.4.3 能利用产品退换货数据初步分析产品退换货原因，为后期的售后提前做好准备，也有利于更好完善产品。</p> <p>3.4.4 能用可视化图表呈现并初步分析消费者直播观看行为指标数据和交易数据，对直播中的粉丝维护、产品跟进进行跟踪。</p> <p>3.4.5 具备数据分析平台和工具的学习使用能力，保障直播后期粉丝、产品的跟踪与完善。</p>
4. 账号（IP）运营	4.1 信息检索与文案写作	<p>4.1.1 能通过不同渠道检索、解读、汇总数据信息，甄别信息，保障信息检索的准确性。</p> <p>4.1.2 能利用信息化检索手段完成文案创作素材的收集，合理筛选信息，对素材进行加工创作。</p> <p>4.1.3 能撰写基本的运营文案，对运营文案框架有一定认识，能根据不同活动对指定运营文案做出调整。</p> <p>4.1.4 能与团队成员协作完成工作，保证短视频文案的创作。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	4.2 账号（IP）日常维护	<p>4.2.1 熟悉各平台账号的操作，合理挑选操作平台，对做好账号日常运营有自己的方法。</p> <p>4.2.2 能根据平台不同的运营规则，及时了解平台政策，对平台产品和账号定位及时进行调整。</p> <p>4.2.3 能清晰根据账号定位及时与粉丝进行互动，通过分享日常生活动态拉进和粉丝之间的联系，增强粉丝粘度性。</p> <p>4.2.4 遵守《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》等法律法规及国家政策，遵守平台规则，保障直播过程的合规性和可靠性。</p>
	4.3 账号（IP）推广	<p>4.3.1 熟悉目标群体的喜好、消费需求及用户习惯，能对用户画像进行分析。</p> <p>4.3.2 能梳理用户分类、视频的传播逻辑，有针对性进行账号推广。</p> <p>4.3.3 能围绕用户关注的话题，迅速找到更多内容方向，并对爆款内容进行分析和优化。</p> <p>4.3.4 具备良好的职业道德素养，能遵守平台推广规则和国家相关法律法规。</p>

表 2 网络直播运营职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 直播运营	1.1 直播间氛围设计、节奏把控	<p>1.1.1 能根据直播主题和相关热点制造话题，营造氛围，提升观众互动频次，与观众产生共情。</p> <p>1.1.2 能根据直播的流程和脚本，结合直播间氛围，开展抽奖、秒杀、福利赠送等暖场活动。</p> <p>1.1.3 掌握电子商务数据分析基础知识，对直播中产生的数据及时登记反馈。</p> <p>1.1.4 具备网络直播镜头表现及情绪感染力。</p> <p>1.1.5 坚持信息传播的正确导向，弘扬优秀传统文化。</p>
	1.2 销售促单	<p>1.2.1 能根据直播策划，合理掌控直播产品的销售时间，推进直播节奏。</p> <p>1.2.2 能利用销售技巧和客户心理传递产品核心卖点。</p> <p>1.2.3 能运用话术组合技巧激活观众购买欲望，引导观众下单购买。</p> <p>1.2.4 能够根据产品特点进行组合推荐。</p> <p>1.2.5 规范引导消费，保护消费者权益。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	1.3 直播突发事件应急处理	<p>1.3.1 能根据直播现场情况预判可能发生的危机，运用危机应对方法，启动相应预案，有效处理直播中断、产品链接失效、产品优惠错误和黑粉恶评等突发事件。</p> <p>1.3.2 能在直播中不断提炼问题、直击问题，进行追问采访。</p> <p>1.3.3 具备法律意识和风险意识，以及对一般性事件的风险控制能力。</p> <p>1.3.4 具备透析复杂问题的思维和应变能力。</p>
	1.4 品牌代播运营管理	<p>1.4.1 能快速熟悉代播品牌，编写代播策划文案。</p> <p>1.4.2 能对代播品牌的直播活动的场控进行设计并落地执行。</p> <p>1.4.3 能够完成代播品牌变现，创造共赢。</p> <p>1.4.4 具备较强的资源获取能力和渠道拓展能力。</p> <p>1.4.5 熟悉业务，优质服务。</p>
2. 内容运营	2.1 直播选品	<p>2.1.1 能通过直播平台或第三方调查报告搜集直播观众的性别占比、年龄段、地域分布等基本数据，以及价格偏好、兴趣偏好等动态数据，建立核心用户群体的标签，构建目标用户画像。</p> <p>2.1.2 能使用直播后台工具，搜集同品类直播竞争对手和对标账号信息（产品定位、口碑表现、直播人设、直播间标题、直播间封面等），进行竞品分析，制定差异化竞争策略，实现销售增量。</p> <p>2.1.3 考虑刚需、消费频次和品牌知名度等因素，能对产品进行品类定位及划分，规划直播产品坑位数量及货品结构比。</p> <p>2.1.4 考虑流量来源及流量趋势，规划直播产品讲解时的搭配和直播主题相结合。</p> <p>2.1.5 能对产品资质证明进行核实，全程监控产品在入库与销售环节的质量。</p> <p>2.1.6 牢固树立产品质量意识、安全意识。</p>
	2.2 直播内容策划	<p>2.2.1 能根据公司定位和规划方案，策划直播抽奖、福利赠送等直播优惠活动。</p> <p>2.2.2 能在直播环节设计中，合理进行限时限量、锚定价格、秒杀等直播活动玩法的策划。</p> <p>2.2.3 能根据行业特点，结合节日及热点进行直播专场策划。</p> <p>2.2.4 能利用优质直播内容创新创意技巧，开展图片素材规划、图片处理及优化、细节设计等工作。</p> <p>2.2.5 具备热点敏感度和热点捕捉能力以及良好的创新思维。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	2.3 短视频策划与推广	<p>2.3.1 能根据活动主题和目标人群，设置标题、封面、正文信息，完成短视频的拍摄脚本策划。</p> <p>2.3.2 能根据内容主题和形式，按照平台规则，选择最佳的发布时间，在主流平台进行分发。</p> <p>2.3.3 能利用企业社群资源，发布和推广内容，增加短视频曝光度，为直播造势。</p> <p>2.3.4 能根据用户画像，利用平台短视频推广工具，针对目标区域、人群、时间等数据精准推广。</p> <p>2.3.5 具备网络安全法等相关法律法规意识。</p>
	2.4 直播脚本撰写	<p>2.4.1 能根据直播主题，结合直播时长、嘉宾特点、直播商品，收集直播脚本素材。</p> <p>2.4.2 能够根据直播销售主题，设定直播带货节奏，拟定脚本大纲。</p> <p>2.4.3 能提炼销售产品卖点，并撰写产品使用场景、功能及价格的介绍文案。</p> <p>2.4.4 能在脚本设计中，制定直播暖场话题、促单及常见问题解答的话术。</p> <p>2.4.5 能够根据脚本大纲，完成脚本撰写。</p> <p>2.4.6 具备直播内容脚本创作突破性思维。</p>
3. 流量运营	3.1 直播流量获取与提升	<p>3.1.1 能快速了解各平台的引流方法和平台运营机制，合理挑选公域、私域、站外等多种宣传渠道进行引流。</p> <p>3.1.2 能运用直播封面和标题创造吸引粉丝的利益点，如特价限量秒、限时抢、满减优惠、抽奖、发红包等方面，增加直播曝光点击率。</p> <p>3.1.3 能够根据目标用户的喜好，采用贴片、小喇叭、橱窗、现场小黑板、口播等进行全方位的组合配合，增强粉丝的停留时间。</p> <p>3.1.4 具备热点捕捉能力。</p>
	3.2 直播推广方案制定	<p>3.2.1 能根据账号定位选择推广渠道、评估预算，合理制定直播推广传播策略，对网络直播推广方案进行撰写。</p> <p>3.2.2 能结合推广传播策略，采取合理的推广手段及活动形式，获取网络直播流量。</p> <p>3.2.3 根据方案执行后的不同阶段过程，实时进行数据反馈，对现有方案进行优化。</p> <p>3.2.4 能对网络直播推广数据进行分析，包括直播间页面浏览量、访问量、商品访问量等。</p> <p>3.2.5 具备直播方案创作的创新性思维。</p>
	3.3 私域账号的运营策划	<p>3.3.1 能根据微信小程序、公众号、个人号、朋友圈、微信群等私域账号进行运营，制定运营策略。</p> <p>3.3.2 能进行私域账号的搭建，结合不同账号进行</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>人设打造。</p> <p>3.3.3 能根据不同私域账号类型进行内容运营，保障传播内容具有针对性。</p> <p>3.3.4 能基于用户基础数量，为用户提供价值，实现流量的裂变增长转化。</p> <p>3.3.5 具备良好的服务意识，优质服务。</p>
	3.4 付费推广	<p>3.4.1 能进行直播间付费推广的投放操作。</p> <p>3.4.2 能根据实时数据，对直播内容、商品等维度提出优化建议。</p> <p>3.4.3 能根据曝光量、观看量、互动量等投放数据反馈，持续优化投放操作，提升投放转化率。</p> <p>3.4.4 能使用网络直播推广平台工具进行页面访问量、独立访客量、商品浏览量等推广效果数据分析。</p> <p>3.4.5 具有较好的逻辑思维能力，具备较好的风险管理意识。</p>
	3.5 直播数据分析及复盘	<p>3.5.1 能统计直播间产品浏览量、订单量、销售额、库存剩余、客单价、营销费用等业绩数据，并能进行计算分析 ROI 指标，保障直播效果。</p> <p>3.5.2 能对网络直播活动数据指标异常进行判断，并现场指挥协调网络直播团队快速处置突发事件。</p> <p>3.5.3 能根据统计数据对直播效果做出判断并制定改进方案，在活动结束后做好复盘、总结话术、节奏和情绪声音。</p> <p>3.5.4 能利用第三方平台监测直播舆情数据。</p> <p>3.5.5 能与团队成员协作完成工作。</p>
4. 账号 (IP) 运营	4.1 主播 IP 定位	<p>4.1.1 具备敏锐的市场洞察力，善于发现网络主播商业合作契机。</p> <p>4.1.2 能根据主播个人优势及特点，对主播风格进行定位与设计。</p> <p>4.1.3 能根据直播业务需求，建立主播人设，对主播进行包装与定位。</p> <p>4.1.4 能根据主播的定位，对主播上镜职业形象进行包装升级。</p> <p>4.1.5 弘扬社会新风尚，传递道德正能量。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	4.2 多平台账号矩阵搭建	<p>4.2.1 能明确区分不同平台的定位和主要用户画像信息，对不同平台账号进行分类管理。</p> <p>4.2.2 能根据账号定位和粉丝用户类型，找到更多契合的泛流量平台。</p> <p>4.2.3 能根据账号定位，细分出垂直领域，将账号内容合理有效分配，提高账号矩阵效率。</p> <p>4.2.4 能够操作账号之间相互引流，诱导流量分类，转化精准流量，以账号组的形式实现运营效果。</p>
	4.3 多平台账号运营管理	<p>4.3.1 熟悉多平台的账号注册操作，能进行账号添加、管理与数据统计分析。</p> <p>4.3.2 能借助自媒体工具实现图文、图集、短视频一键发布，实现多平台账号高效管理与发布。</p> <p>4.3.3 能根据每个平台的算法和推荐机制以及受众粉丝的差异，建立内容更细分的相关矩阵账号。</p> <p>4.3.4 能利用子账号为母账号导流，增强和放大母账号的影响力，将处于同一矩阵下账号形成一个类团体组合，账号内容相互串联。</p> <p>4.3.5 能遵守法律法规和相关各平台运营规则。</p>

表3 网络直播运营职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 直播运营	1.1 直播商品质量管理	<p>1.1.1 能根据历史销售数据、直播观看量，结合商品价格及促销力度、推广力度，预测直播销售量。</p> <p>1.1.2 具备商品质量法律意识，遵守《网络直播营销选品规范》，及掌握直播平台的相关规范规则。</p> <p>1.1.3 能对供应商提供的带货样品进行产品试用和质量评估。</p> <p>1.1.4 对产品资质证明进行核实，能够及时做好直播商品的进销存管理，并全程监控产品在入库与销售环节的质量。</p> <p>1.1.5 建立货品质量把控机制，做好危机预案。</p> <p>1.1.6 牢固树立产品质量意识、安全意识。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	1.2 选品供应链维护与升级	<p>1.2.1 具备优秀的客户关系维护技巧，能够进行优质供应商的维护。</p> <p>1.2.2 能够根据直播业务需求，按照引流款、利润款、常规款及爆款的货品结构形式，进行供应链规划，完善直播品类结构，提高直播品类档次。</p> <p>1.2.3 能够运用现代化管理手段和模式，加强对供应商的管理，提升采购管理水平。</p> <p>1.2.4 具备供应链整体规划和统筹能力。</p> <p>1.2.5 能统筹多项目合作推进，高效达成项目落地。</p>
	1.3 主播、KOL、明星等合作方管理	<p>1.3.1 能够构建主播、KOL、明星相关渠道的合作机制。</p> <p>1.3.2 具备优秀的商务谈判技巧，能与主播、KOL、明星进行合作坑位费、佣金等方面的谈判，做好合作谈判。</p> <p>1.3.3 能根据主播、KOL、明星 IP 形象，挑选并对接合适的品牌产品。</p> <p>1.3.4 能够保持好与主播、KOL、明星的关系，做好关系维护工作。</p> <p>1.3.5 能够根据主播、KOL、明星历史直播数据，做好 ROI 的评估。</p> <p>1.3.6 具备商务谈判议价和抗压能力。</p>
2. 内容运营	2.1 全媒体内容创意规划	<p>2.1.1 具备对运营新理论、新技术、新方法的学习与应用能力。</p> <p>2.1.2 具备市场前瞻意识和用户需求洞察能力。</p> <p>2.1.3 能根据内容运营策略，明确用户画像、应用场景和需求，做出全媒体内容创意。</p> <p>2.1.4 能运用头脑风暴、5W2H 等方法，确定运营主题、内容、人员、预算，撰写全媒体内容运营方案。</p> <p>2.1.5 能对多个创意制作团队进行协调管理。</p>
	2.2 专场(PGC)统筹及脚本规划	<p>2.2.1 能在直播结束后，挖掘和总结选品的优秀案例、优化效果。</p> <p>2.2.2 通过分析直播数据，完成资源整合，完成项目结案的输出与整理。</p> <p>2.2.3 触类旁通，能进行直播专场活动策划与统筹。</p> <p>2.2.4 能够进行简单脚本创作，具备活动组织协调能力。</p>
	2.3 网络热点捕捉及预判	<p>2.3.1 能建立并完善选题库，具备对当前热点话题的敏锐洞察力，善于发现运用热点话题。</p> <p>2.3.2 能够根据热点问题，结合产品发展趋势，预判热销产品。</p> <p>2.3.3 能够根据行业发展趋势预判网络目标客户喜好变化，并对产品和视频拍摄内容进行及时调整。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>2.3.4 能深度分析数据及挖掘用户需求，制定提升用户量、活跃度、黏度的直播热点。</p> <p>2.3.5 具备灵敏的市场嗅觉和洞察力。</p>
	2.4 全媒体平台体系搭建	<p>2.4.1 能够进行平台谈判，根据实际需求，构建平台体系。</p> <p>2.4.2 能够根据各平台的规则，结合直播活动，对供应链等客户开展深度合作。</p> <p>2.4.3 能借助媒体平台搭建工具进行媒体平台间的资源整合。</p> <p>2.4.4 能围绕直播内容主题，建立全媒体传播体系，促进全媒体平台的融合。</p> <p>2.4.5 具有全局意识和大局观。</p>
3. 流量运营	3.1 产品趋势与转化率分析	<p>3.1.1 能利用第三方工具提取产品的销售价格、销售量、库存量、配套产品销售等周期数据，预测产品变化趋势，打造热销产品。</p> <p>3.1.2 能综合分析市场容量、热度趋势、用户画像等数据，预判热销产品，对热销产品战略进行规划。</p> <p>3.1.3 能够统筹分析产品转化率变化的原因，提升产品转化率。</p> <p>3.1.4 能根据产品数据分析报告提出提升产品转化率的优化建议。</p> <p>3.1.5 具有灵敏的市场嗅觉和互联网思维。</p>
	3.2 舆情分析	<p>3.2.1 能利用第三方平台实时监控直播舆情发展动态，研判趋势、撰写舆情分析报告。</p> <p>3.2.2 利用互联网舆情监测平台对直播带货的表现、社会认可度、消费评价进行分析，制定企业直播营销战略规划。</p> <p>3.2.3 能根据直播的口碑与舆情分析，及时发现问题，提出危机公关应对建议。</p> <p>3.2.4 具备较强的信息分析能力。</p> <p>3.2.5 具备较强的风险意识和危机公关能力。</p>
	3.3 直播效果评估与优化	<p>3.3.1 能根据运营目标确定关键评估指标，提取传播、互动及转化数据，建立效果评估体系。</p> <p>3.3.2 能评估内容效果、活动效果、用户运营效果，梳理效果支撑数据，发现异常，分析原因，总结经验，提出优化建议。</p> <p>3.3.3 能根据定期复盘结果，调整运营资源的投入比例，优化内容运营、活动运营、用户运营的策略。</p> <p>3.3.4 具备大数据思维、批判性思维。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	3.4 账号质量评估与优化	<p>3.4.1 能计算产品转化率、退换货率、利润率、动销率、投入产出比等数据。</p> <p>3.4.2 能根据数据对直播账号及业务存在的问题及缺陷进行诊断。</p> <p>3.4.3 掌握直播账号数据化运营思维及数据分析技能，能制定并实施直播账号的商业价值提升方案。</p> <p>3.4.4 具备全局战略视野及统筹思维。</p>
4. 账号 (IP) 运营	4.1 主播 IP 打造	<p>4.1.1 具备敏锐的市场洞察力，善于发现网络主播商业合作契机。</p> <p>4.1.2 能根据主播个人优势及特点，对主播风格及主播销售的产品主题或类型进行整体定位与设计。</p> <p>4.1.3 清楚 IP 打造底层逻辑，塑造差异化内容 IP，能打造主播的外在与内在形象，如主播展现给粉丝的看点、视觉效果、亲和力、情商、内涵、专业度等。</p> <p>4.1.4 弘扬社会新风尚，传递道德正能量。</p>
	4.2 直播场域规划	<p>4.2.1 能根据直播商品进行直播场域选择、定位及整体设计。</p> <p>4.2.2 能根据主播人设形象，规划直播场域的环境与灯光布置。</p> <p>4.2.3 能根据直播业务需求，挑选合适的直播设备。</p> <p>4.2.4 能根据直播内容，规划直播场域的道具布置。</p>
	4.3 综合运营管理	<p>4.3.1 能根据实际制定组织架构岗位体系、晋升制度、运行机制能对创意制作团队进行协调管理。</p> <p>4.3.2 能孵化多个垂直类目短视频 IP，对不同类目的短视频 IP 能进行运营管理。</p> <p>4.3.3 能对多渠道平台 IP 进行管理。</p> <p>4.3.4 能够制定系统的直播培训框架、调动直播培训资源开发直播培训项目，对从业人员进行培训指导。</p> <p>4.3.5 能够指导直播销售团队文化建设。</p>

参考文献

- [1] 《中华人民共和国电子商务法》
- [2] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
- [3] 《中华人民共和国广告法》
- [4] 《中华人民共和国产品质量法》
- [5] 《中华人民共和国反不正当竞争法》
- [6] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
- [7] 国家职业技能标准编制技术规程（2018年版）
- [8] 本科专业类教学质量国家标准
- [9] 高等职业学校专业教学标准（2018年）
- [10] 中等职业学校专业教学标准
- [11] 教育部关于印发《职业教育专业目录（2021年）》的通知（教职成〔2021〕2号）
- [12] 《教育部关于公布2019年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》（教高函〔2020〕2号）
- [13] 《教育部关于公布2020年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》（教高函〔2021〕1号）
- [14] 《网络直播营销行为规范》
- [15] T/CAAAD 004-2019自媒体营销价值评估标准
- [16] T/CAAAD 002-2019广告代言人商业价值评估标准
- [17] T/CAAAD 001-2019数字媒体价值评估标准

