

数字工具、产业培养、项目扶持

直播及短视频平台释放经济社会发展新活力

■ 本报记者 皮磊

来自安徽临县的程学艳曾是一位全职妈妈，在参加抖音数字技能培训班学习制作探店视频后，她成了一名县城“探店达人”，在不影响陪伴孩子的同时获得了一份不错的收入。对她来说，“这是以前想也不敢想的理想职业”。而她的经历，也是当下不少人共同的选择；2023年，临县有近300名宝妈成为探店达人，抖音生活服务数据显示，2023年前三季度，已有超58万人靠探店获得稳定收入。

事实上，随着互联网及数字技术快速发展，直播、短视频平台快速兴起，衍生出越来越多的新业态和就业机会，如探店达人、网文作家、直播运营及选品师等，间接带动上下游产业链出现多种新兴产业岗位。在此背景下，传统的时间空间限制不断被打破，就业门槛不断降低，为不同群体创造了灵活多元的发展机遇，也在很大程度上释放了社会经济发展活力。

为更多个体带来新发展机遇

与“程学艳们”经历类似，新的就业生态的出现，让更多普通人在快速发展的社会找到了适合自己的岗位。曾经多次求职碰壁的廖佳欣通过抖音电商，让自己的生活慢慢有了起色。

廖佳欣两岁时因一场火灾导致脸部和手部严重烧伤，造成二级伤残。成年后，她曾连续应聘五家餐厅的服务员岗位，但都被拒绝。后来，廖佳欣做过快递员和外卖骑手等职业。她偶尔会在抖音发布一些记录生活的视频，获得不少网友关心和支持。2020年，因处在特殊时期，她有段时间不能跑外卖，就尝试着在抖音上售卖爷爷做的编织工艺品，很多网友都很喜欢。随着销售逐步形成一定规模，她还邀请村里人帮忙，让更多村民多了一份额外收入。

日前，抖音集团发布2023年企业社会责任报告。报告显示，在抖音平台，90%以上的企业都是中小企业。抖音集团通过巨量引擎、抖音小程序等为其提供低门槛的数字化管理、运营、营销工具，助力提升中小企业的经营效率。中小商家则可以通过直播、短视频和邀请达人探店等新方式，快速发掘新的市场机遇。

2023年，巨量引擎整合平台权益、经营方法、标杆案例等资源，推出炬光·云零售“旺铺计划”，在产品、策略、运营、推广等方面全方位支持中小商家与个体发挥门店优势，助其实现业绩增长。

位于四川成都锦江区的牛王庙老味道面馆一度面临客流量低的经营困境。借助抖音平台，面馆老板坚持拍摄真实有趣的短视频，展示店内优质食材及美食制作过程。同时，他通过巨量引擎为中小商家推出的自助式投放产品——巨量本地推，高效地将店铺和优质视频内容推荐给周边目标用户，逐渐实现了营销和日常经营一体化，小店日流水最高翻了10倍。

这家面馆，是抖音助力千万家中小企业实现新发展的一个缩影。记者了解到，2023年有超过215万家小店通过短视频、直播等新的传播形式，在抖音生活服务上收获了新客群，销售额均实现显著增长。

可以说，随着互联网技术及数字平台更加快速全面地融入社会公众的工作和日常生活，其为个体、企业和行业带来了许多新的可能。这一点，在助力乡村发展方面体现得更为明显。

助力乡村发展实现新转变

据抖音集团相关负责人介绍，围绕农民增收、产业增效的目标，抖音集团积极探索联农带农机制，以消费者兴趣点为引领，以内容为依托，以直播助农等新方式，重构“人、货、景”三重要素，给农特产品发展带来了新机遇，催生了乡村新业态，也给乡村传统产业转型注入了新的活力。

记者了解到，由抖音公益和抖音电商共同打造的助农公益项目“山货上头条”，通过扶持乡村特色优势产业、拓展农产品营销渠道、培育特色农产品品牌、助力乡村电商发展等多种手段，近年来已带动全国多地农民实现增收致富。

上述报告显示，2023年，“山货上头条”项目聚焦木本油料、食用菌两大乡村特色优势产业带，在乡村商家培育、供应链建设、销售渠道拓展、消费认知打造和产业品牌推广等方面，推动农产品产业带基础生态建设和升级。2023年1月至9月，抖音电商中食用菌和木本油料产业带相关商品销售额达到8.5亿元，商品销量同比增长173%。而自2022年9月至2023年9月，抖音电商共助销农特产47.3亿单。

值得一提的是，以直播和短视频为工具，催生出很多“新农人”：他们通过镜头向外界介绍家乡特色农产品，让更多人更加直观地了解农产品原产地的风



土人情和产品优势，助力农产品销售。其中也有外出务工青年回到家乡创业，打通上下游产业链，带动家乡产业升级，为乡村和村民创造了更多机会。

乡村发展，人才是关键。在促进乡村人才成长方面，抖音通过运营扶持和培训等具体措施，培育乡村产业带头人，让乡村人才供给和产业发展需求有机衔接。报告指出，抖音平台上丰富的三农话题为“新农人”学习农业知识和技术提供了新的渠道。同时，抖音通过引入专业资源，如中央农业广播电视学校、中国农业科学院等机构和专家资源，打造实时、专业、互动性更强的农业知识生态，让抖音成为农业生产的“新农具”。

数据显示，截至2023年12月，已有1840名农技员和10位三农科学家入驻抖音，累计发布4万多条农技视频；2023年1月1日至12月7日，抖音平台上共有农技视频2778.3万个，播放量达1206.2亿次。

激发经济发展新活力

报告指出，全域兴趣电商模式能够助力展示产业带商品的特性、价值和内涵，让源头好货直接触达消费者，走向更广阔的消费市场。为此，抖音电商推出了“产业成长计划”“金产地计划”“织造中国·产业带女装助力计划”等具体措施，系统化、规模化扶持中小商家，助力产业带转型升级与生态建设。数据显示，2023年，抖音电商覆盖的特色产业带为684个，产业带商家数量增长超过194%；其中，中部和西部产业带增长最快。

江苏南通是“世界三大家纺中心”之一，依托抖音电商，当地突破了传统销售渠道限制。借助抖音直播，一方面拉近了品牌与消费者之间的距离，同时也大大缩短了交易链路，为商家带来了新的增长空间。2023年，南通家纺产业带商品在抖音电商销量超2.4亿件，同比增长60%。

在云南，抖音电商协同多方

资源，持续扶持当地鲜花产业带转型与发展。从传统的线下销售到直播间，云南鲜花走进了更多人的视野。2023年，从云南产地直发的鲜花在抖音平台出现明显增长，其中销量增长68%，商家增长80%，带货作者增长73%。

不仅如此，直播、短视频及达人探店等新模式，也进一步推动数字技术与实体经济融合，为更多实体商家、老字号及国货品牌更加直观地展示商品和服务特色，放大自身优势提供了极大便利，也帮助他们找到了新的增长点。

据介绍，2023年，抖音生活服务与各级商务部门携手推出“心动老字号”项目，与近百个老字号商家、千位达人合作，帮助老字号企业拓展客户、打造品牌、进行数字化升级。曾参与浓缩洗衣粉技术革命的老牌国货“活力28”在线下销售遇到瓶颈后，开始尝试在抖音平台直播。其高性价比的产品成为直播间优势并被不断放大，打动了更多消费者，由此为产品找到了新销路。

在激发经济发展活力的同时，许多地方文旅产业也借助抖音直播及短视频等方式顺利“出圈”，多地文旅产业迎来前所未有的发展机遇。贵州“村超”、哈尔滨冰雪旅游、淄博烧烤……在平台、商家、达人、网友等全民参与下，文旅产业释放出巨大的潜力，成为新的经济增长点。

创造更多社会价值

借助产品、内容和技术优势服务社会发展，是互联网平台发挥更大社会价值的重要特征之一。

据了解，在推进公共事业数字化方面，抖音集团将数字化技术能力、应用工具和实践经验等应用于更广阔的公共场景，推动公共事业发展和城市数字化升级。如，在助力淄博推进智慧城市建设和城市数字化升级方面，火山引擎构建了覆盖周村区全区范围的数字孪生城市空间，同时建设线上智慧城

市运行指挥中心，打造了一批智慧城市创新应用，为城市内涝分析、重大事件保障、政务服务、文旅宣传等多种场景提供支撑，让城市治理变得更智慧、更高效。

此外，抖音集团持续通过产品功能优化、运营激励、内容共创和公益项目实施等方式，激发优质文化内容创作，促进文化繁荣，让更多用户能够享受到更丰富的文化生活。

自2021年起，抖音集团联合中国文物保护基金会设立古籍保护专项基金，资助古籍保护单位开展古籍修复与人才培养。抖音集团还结合人工智能技术优势、产品研发能力及北京大学学术能力，推出“识典古籍”平台，助力古籍数字化整理，并将平台所有古籍资源向全社会免费开放。截至2024年3月底，“识典古籍”平台已上线超过4000部古籍，并推出了分词检索、实体百科、古籍AI助手、字典释义、白话译文、图文对照、繁简转换等功能。

从上述案例也可看出，在助力传统文化传承、促进知识普惠、教育资源均等化以及丰富公众文化生活等方面，以抖音等为代表的互联网平台有着先天优势。而这也在一定程度上凸显了其“连接善意 共创美好”的公益属性。

记者获悉，截至2023年年底，共有1525家公益机构入驻字节跳动公益平台，上线2789个公益项目，涵盖乡村发展、教育助学、扶危助困、生态人文四大类型29个社会议题。2023年，用户通过该平台参与公益达4.2亿次，2.57万名创作者发布超67万条公益相关内容，总播放量/浏览量达270亿次。

有评论指出，互联网平台的产品和技术能力能够使公益项目更加透明和高效，有助于增强公众对公益行业的信任度，解决更多社会痛点难点。而包括公益事业在内，抖音等平台为经济社会各方面发展带来的新机遇、新突破、新活力，也是其本身彰显的社会价值的真实写照和验证。