



网络主播

短视频  
内容创作者

AI导演

# 数字经济下 灵活就业 发展研究报告

# 并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费



# 目 录

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 第一章 绪论.....                 | 1  |
| 一、 研究背景.....                | 1  |
| 二、 研究目标.....                | 2  |
| 三、 研究范围与方法.....             | 2  |
| 四、 数据说明.....                | 3  |
| 第二章 数字经济下灵活就业的概念与整体现状 ..... | 4  |
| 一、 灵活就业的分类.....             | 4  |
| 二、 动态分类模型的分类维度说明.....       | 6  |
| (一) 数字依存度维度的深入解析 .....      | 6  |
| (二) 技能强度维度的系统阐释 .....       | 6  |
| (三) 分类模型下的灵活就业岗位类型 .....    | 7  |
| 三、 分类体系的动态演进特征.....         | 8  |
| (一) 技术演进适应性 .....           | 9  |
| (二) 技能进阶路径 .....            | 9  |
| (三) 跨维度流动性 .....            | 9  |
| (四) 动态监测与调整机制 .....         | 10 |
| 四、 分类体系的应用价值.....           | 10 |
| (一) 差异化培训体系构建 .....         | 10 |
| (二) 社会保障梯度设计 .....          | 10 |
| (三) 岗位风险防控机制 .....          | 11 |
| (四) 职业发展通道建设 .....          | 11 |
| 五、 新型灵活就业岗位的演化、整体规模与特征..... | 12 |
| (一) 技术演进驱动的灵活就业演化路径 .....   | 12 |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| (二) 新型灵活就业的整体规模 .....                | 14 |
| (三) 新型灵活就业人员特征与公众认知 .....            | 16 |
| 六、 新型灵活就业的政策环境分析 .....               | 28 |
| (一) 政策出台情况 .....                     | 28 |
| (二) 政策环境及趋势分析 .....                  | 30 |
| 第三章 数字经济下主要灵活就业方式的比较分析 .....         | 32 |
| 一、 基础技能型 - 高数字依存度岗位 .....            | 32 |
| (一) 外卖骑手 .....                       | 32 |
| (二) 网约车司机 .....                      | 35 |
| 二、 专业技能型 - 中数字依存度岗位 .....            | 40 |
| (一) 影视后期剪辑师 .....                    | 40 |
| (二) 影视后期特效师 .....                    | 43 |
| (三) 短视频运营 .....                      | 46 |
| 三、 专业技能型 - 高数字依存度岗位 .....            | 48 |
| (一) 有声书配音员 .....                     | 48 |
| (二) AI 编剧 .....                      | 51 |
| (三) AI 视觉设计师 .....                   | 54 |
| 四、 战略技能型 - 中数字依存度岗位 .....            | 57 |
| (一) 直播运营 (普通员工/经理/总经理) .....         | 57 |
| (二) 互联网营销/网络营销 (普通员工/经理/总经理) .....   | 61 |
| (三) 直播营销 (普通员工/经理) .....             | 64 |
| 五、 战略技能型 - 高数字依存度岗位 .....            | 67 |
| (一) AI 导演 .....                      | 67 |
| (二) 数字内容创作者 .....                    | 70 |
| 第四章 教育培训机构在促进灵活就业中的赋能作用及典型案例分析 ..... | 73 |



|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| 一、 互联网平台/教育培训机构对灵活就业者的价值.....        | 73        |
| (一) 互联网平台对灵活就业者的价值 .....             | 73        |
| (二) 教育培训机构对灵活就业者的价值 .....            | 74        |
| 二、 引领企业案例分析.....                     | 75        |
| 案例：十方融海 .....                        | 75        |
| 三、 个人成功转型案例分析.....                   | 78        |
| (一) 案例：从家装送货员到声音创作者 .....            | 78        |
| (二) 案例：用热爱在影视行业开辟属于自己的新赛道 .....      | 79        |
| (三) 案例：拥抱 AI 视频新技术为传统影视行业赋能 .....    | 81        |
| (四) 案例：从冷冻食品到 AI 设计的职业跨界 .....       | 82        |
| <b>第五章 数字经济下促进高质量灵活就业的政策建议 .....</b> | <b>84</b> |
| 一、 当前数字经济下灵活就业存在的问题.....             | 84        |
| (一) 社会保障与劳动权益保障覆盖不足 .....            | 84        |
| (二) 职业成长发展受限 .....                   | 84        |
| (三) 工作强度与心理压力大 .....                 | 84        |
| (四) 身份认同与社会融入感低 .....                | 85        |
| 二、 宏观政策层面建议.....                     | 85        |
| (一) 完善社保制度，强化法律保障 .....              | 85        |
| (二) “低干预、强保障”，优化就业生态 .....           | 86        |
| (三) 优化就业服务，加强技能培训 .....              | 87        |
| 三、 行业发展层面建议.....                     | 87        |
| (一) 搭建全周期就业服务网络 .....                | 87        |
| (二) 推动建立技能、资质认证统一标准 .....            | 88        |
| (三) 加强技能培训，提升人才素质 .....              | 88        |
| (四) 转变传统人才理念 .....                   | 89        |

## 图表目录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 图表 1: 不同时期出现的灵活就业及其演化 .....       | 12 |
| 图表 2: 新型灵活就业的招聘职位数/求职岗位占比趋势 ..... | 15 |
| 图表 3: 灵活就业人员从事的时间分布 .....         | 17 |
| 图表 4: 选择灵活就业的原因 .....             | 18 |
| 图表 5: 对灵活就业人群月均收入的认知 .....        | 19 |
| 图表 6: 灵活就业人员平均每周工作时长 .....        | 20 |
| 图表 7: 平台服务类岗位招聘岗位占比与收入趋势 .....    | 23 |
| 图表 8: 对于灵活就业希望获得的培训内容 .....       | 26 |
| 图表 9: 灵活就业过程中可能会遇到的主要困难 .....     | 27 |
| 图表 10: 部分城市外卖骑手的招聘岗位薪酬 .....      | 34 |
| 图表 11: 全国取得网约车驾驶员证的人数 .....       | 36 |
| 图表 12: 部分城市网约车司机的招聘岗位薪酬 .....     | 38 |
| 图表 13: 剪辑类招聘岗位薪酬中位数对比 .....       | 41 |

## 表格目录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 表格 1: 基于“数字依存度×技能强度”的灵活就业岗位分类 ... | 8  |
| 表格 2: 不同类型灵活就业岗位劳动强度与收入水平对比 ..... | 21 |
| 表格 3: 不同类型灵活就业岗位饱和度与发展空间对比 .....  | 23 |



## 第一章 绪论

### 一、研究背景

随着数字技术的迅猛发展，数字经济正成为中国经济增长的新引擎，我国产业形态和就业模式也在发生深刻变革。数字经济通常是指以数字化的知识和信息为关键生产要素、以现代信息网络为重要载体、通过信息通信技术的有效使用实现效率提升和经济结构优化的经济形态。近年来，中国数字经济规模持续扩大，在国民经济中的比重不断提高，孕育出大量新产业、新业态和新模式。其中，依托互联网平台的新就业形态蓬勃兴起，灵活就业在数字经济背景下焕发出新的生机。

传统的就业模式通常是在用人单位与劳动者之间建立固定的劳动关系，劳动时间和工作场所相对固定。然而，21 世纪以来，特别是移动互联网和平台经济的发展，使得不依赖于传统“单位制”的灵活就业形式越来越普遍。一方面，互联网平台为劳动力供需对接提供了高效便捷的渠道，催生了外卖配送、网约车、直播带货、网店经营、自由职业接单等大量新岗位；另一方面，新生代劳动者的就业观念更加开放，越来越多人愿意选择弹性更大的工作方式，以平衡工作与生活、拓展个人发展空间。尤其是新冠肺炎疫情期间，线上经济和无接触服务需求激增，进一步推动了网络平台就业的兴起。一系列现象表明，新型灵活就业已经成为我国就业格局中不可忽视的重要组成部分，在吸纳劳动力、稳定就业方面发挥着独特作用。

基于以上背景，本报告聚焦数字经济环境下中国新型灵活就业的发展现状与趋势。从总体上看，在数字技术驱动下催生的大量非典型就业形式，既为劳动者创造了新的就业机会，也对现有劳动制度、社会保障体系和职业教育提出了挑战。在这样的时代背景下，系统研究中国新型灵活就业的发展情况具有重要的现实意义。

## 二、 研究目标

本报告旨在对“中国数字经济下新型灵活就业发展”进行全面深入的研究，主要目标包括：第一，概念层面，明确界定“新型灵活就业”的概念，阐释其与传统就业及传统灵活就业的区别；第二，现状层面，通过多种类型数据与资料分析，描绘我国数字经济环境下灵活就业的整体规模、结构特征和发展动态，包括就业人数、主要类型、从业人群特征以及政策环境等；第三，比较分析层面，选取数字经济下主要的几类灵活就业方式，对具体岗位进行深入剖析，比较各类灵活就业在收入水平、市场供需、技能要求、职业发展、工作强度、就业稳定性等方面的异同，探讨其产生差异的原因及背后的经济社会机制；第四，机制与案例层面，分析教育培训机构或平台如何在技能赋能、就业撮合等方面促进灵活就业发展，并通过典型企业和个人案例，总结经验；第五，政策层面，基于以上分析提出促进高质量灵活就业的发展策略和政策建议，为政府决策和行业实践提供参考。总之，本次报告希望回答“数字经济下为什么会出现这些新的灵活就业形式、现状如何、未来趋势怎样，以及如何更好促进其健康发展”等关键问题。

## 三、 研究范围与方法

本报告所指的“数字经济下的灵活就业”是指依托数字技术和互联网平台，在劳动时间、工作场所、雇佣关系等方面具有高度弹性的就业形势。为了与传统灵活就业形成区别，本报告称之为“新型灵活就业”。与传统灵活就业相比，新型灵活就业不仅体现在工作方式的灵活性上，还深刻改变了就业关系和劳动力市场的运作机制。

同时，本报告基于“灵活就业动态分类模型”和“灵活岗位演化路径”框架，结合调研数据分析、数字经济下灵活就业现状问卷报告、拉勾网和智联招聘数据，对当前数字经济环境下的新型灵活就业形态进行系统研究。研究将通过整体趋势分析和具体岗位剖析，揭示数字技术如何催生新的就



业形态，以及不同类型灵活就业的收入水平、技能要求与发展前景，为政策制定和从业者提供参考。

#### 四、 数据说明

本次报告数据来源主要包括：（1）公开资料，包括各类政府统计数据、行业研究报告数据等；（2）调研数据，共 1053 份。（3）智联招聘数据，针对 11 个一、二线城市 12 大类岗位，通过关键词搜索进行招聘数据收集，时间为 2025 年 4 月 15 日-2025 年 5 月 14 日，全职类招聘数据为 18181 条；兼职类招聘数据为 2579 条。11 个城市为北京、上海、深圳、广州、长沙、武汉、西安、南京、成都、重庆、杭州，覆盖全国不同地区的主要城市。



## 第二章 数字经济下灵活就业的概念与整体现状

### 一、灵活就业的分类

在数字经济深度变革的背景下，灵活就业已经成为劳动力市场的重要组成部分。然而，对于这类新兴就业形式的内涵与分类，国内外尚未形成统一共识，并且，传统的分类方法日益显示出其局限性。比如，国际劳工组织发布的《World Employment and Social Outlook 2021》、智联招聘联合暨南大学经济与社会研究院发布的《2024 年中国新型灵活就业报告》，都主要基于工作场景（在线/线下）进行简单二分，这种静态的分类框架忽视了数字技术的快速演进对就业形态的深刻影响。

为此，一些研究者开始引入多维分类框架。国外有学者提出以技能水平和地理位置依赖程度为双轴对零工工作进行类型划分，形成“四象限”分类体系。其中，“位置依赖”实质上反映了工作对特定地点的要求，也就是是否可通过互联网远程完成；“技能水平”则区分低技能与高技能工作。

研究发现，不同类型的平台工作在进入门槛和报酬待遇等方面存在显著差异：例如，相较于传统就业，基于位置的平台就业岗位对教育和经验要求更低，而基于云端的平台就业岗位的门槛相对较高。同时，两类岗位对劳动者素质的要求各有侧重，前者更强调勤勉可靠，后者更强调开放性和外向能力。这些发现印证了通过数字依存度（即对数字平台和技术的依赖程度）和技能强度（岗位所需技能水平）来分类的合理性。

在本次研究中，我们通过灵活就业动态分类模型，对数字经济下的灵活就业岗位进行分析。该模型以数字技术参与程度（高/中/低）和岗位技能要求（基础/专业/战略）为两个维度，也即是“数字依存度×技能强度”的双维分类方式，将灵活就业划分为更加精细的九种类型。主要原因是：

首先，与传统的场景分类不同，“数字依存度”反映的是工作过程对数字技术、平台和工具的实际依赖程度，这一指标会随着技术发展和应用深化而发生动态变化。例如，传统的快递员曾经完全不依赖数字技术，但随着智能物流系统的普及，其数字依存度正在逐步提升。

其次，“技能强度”维度的引入使分类体系具备了纵向发展视角。该维度不仅考虑了岗位的准入门槛，更关注技能的可发展性和进阶路径。从基础技能到专业技能再到战略技能的分层，为灵活就业者提供了清晰的职业发展阶梯。

第三，双维交叉形成的九宫格分类矩阵，能够打破传统的单一维度分类局限。每个岗位在矩阵中都有明确定位，既反映了其当前的技术特征，又蕴含了未来的发展可能。这种立体化的分类方式，为政策制定提供了更加精准的目标群体识别。

最后，该模型的动态演进特性使其具备了应对未来变化的适应能力。随着数字技术的不断发展，新的就业形态不断涌现，而该分类体系可以灵活调整和扩展，保持对劳动力市场变化的敏感性和包容性。

因此，该模型一方面能够结合技术与人力的视角，既考虑了数字经济背景下工作的形态特征，又考虑了劳动经济学关注的技能供给因素，实现了技术-技能双重视角下的分类。相比单纯按线上/线下分类，数字依存度这一概念更细化：例如，“中等数字依存度”可表示工作主要线下完成但通过线上平台获取任务，而“高数字依存度”则表示主要是依托互联网在线完成任务。另一方面也具备现实适用性。该九宫格模型能对应现实中的各种灵活就业岗位类型，指导我们观察不同群体的特征和需求。例如，它能将网约车司机和网络主播归入不同类别，从而在分析收入结构、劳动保障时有所侧重。这比笼统地将二者都称为“灵活就业”更有助于制定有针对性的政策。



当然，该分类模型也具有一定的局限性，即在如何界定不同岗位的数字依赖程度的问题，对部分岗位而言，存在一定的模糊空间，划分的具体数字界线数值在哪，可能因测算的方式以及不同岗位的具体场景而产生一定的变化，这需要更多的数据加以测算。本次报告由于重点聚焦典型性的岗位，因此对这一问题未进行更加深入与全面的研究分析。

## 二、动态分类模型的分类维度说明

### （一）数字依存度维度的深入解析

数字依存度作为核心分类维度之一，其内涵远超简单的技术使用程度。它综合反映了工作过程的数字化程度、平台控制强度、数据驱动特征等多个方面。

低数字依存度的岗位具有以下特征：工作流程基本保持传统方式，即使使用数字工具也多为辅助性质；工作任务的分配和执行不依赖算法调度；劳动者对工作过程有较高的自主控制权；收入来源不完全依赖数字平台。这类岗位包括传统家政保洁、线下保安等，虽然可能使用手机接单，但核心工作过程仍保持传统特征。

中数字依存度的岗位呈现混合特征：部分工作环节数字化，部分保留传统方式；平台在任务分配中起重要但非决定性作用；劳动者在一定范围内保持工作自主权；收入部分来自平台，部分来自直接客户。典型代表如短视频剪辑师、新媒体内容编辑等，他们既需要使用数字工具完成工作，又保持相对独立的创作空间。

高数字依存度的岗位则高度融入数字生态：工作全流程基本实现数字化；平台算法深度介入任务分配和过程管理；劳动者的工作节奏和方式受平台规则约束；收入主要甚至完全依赖平台分配。外卖骑手、网约车司机是这类岗位的典型代表，他们的每个工作环节都深度嵌入平台系统。

### （二）技能强度维度的系统阐释



技能强度维度反映了岗位所需能力的复杂程度和专业深度，这不仅关系到准入门槛，更影响着职业发展潜力。

基础技能型岗位的特点包括：技能要求相对单一，主要涉及体力劳动或简单操作；培训周期短，通常几天到几周即可上岗；进入门槛低，不需要专业学历或资质认证；技能的可替代性较强，面临较大的技术替代风险。当然，这并不意味着这类岗位没有发展空间，通过技能提升和经验积累，基础技能型劳动者同样可以向专业技能型转型。

专业技能型岗位具有明显的专业性特征：需要掌握特定领域的专业知识和技能；通常需要系统培训或职业教育背景；部分岗位需要行业认证或资质；技能具有一定的稀缺性和不可替代性。这类岗位的灵活就业者往往能够获得较高的议价能力和收入水平。

战略技能型岗位代表了技能层级的最高水平：要求高层次的专业能力和创新思维；涉及复杂问题解决和战略决策能力；通常需要丰富的行业经验和深厚的专业积累；具有较强的个人品牌效应和市场影响力。这类岗位的灵活就业者往往以独立顾问、自由职业专家的身份出现，享有高度的工作自主权和收入水平。

### （三）分类模型下的灵活就业岗位类型

表格 1：基于“数字依存度×技能强度”的灵活就业岗位分类

| 技能强度\数字依存度   | 低                                      | 中                                                             | 高                                                 |
|--------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>基础技能型</b> | 传统家政保洁<br>传统快递员<br>线下保安                | 智能仓储分拣员<br>共享单车维护员                                            | 外卖骑手<br>网约车司机<br>数据标注员                            |
| <b>专业技能型</b> | 传统美工<br>线下摄影师<br>传统维修技师<br>编剧<br>传统配音员 | 短视频剪辑师<br>新媒体内容编辑<br>影视后期制作人员<br>维修技工<br>(水电工、电器维修通过线上接单上门服务) | AI训练数据审核员<br>AI影视编剧<br>AI视觉设计师<br>有声书配音员<br>数据分析师 |
| <b>战略技能型</b> | 个体工商户<br>传统小微企业主<br>独立咨询顾问<br>传统影视导演   | 直播运营总监<br>电商平台运营经理<br>互联网策划师                                  | AI影视导演<br>数字资产管理师<br>数字内容创作者<br>网络商店店主/电商创业者      |

根据数字依存度（高/中/低）和技能强度（基础/专业/战略）的不同组合，可将灵活就业划分为九种类型。

上表展示了按平台依托形式划分的新型灵活就业类型。结合本研究的双维模型，我们以数字依存度（低=主要线下，少依赖网络；中=线上线下结合；高=高度依赖线上）为横轴，以技能强度（基础=入门或体力技能；专业=需要专项职业技能；战略=需要高阶统筹或创意技能）为纵轴。

在该表中，数字依存度较低的各类技能型岗位，通常更接近于传统的灵活就业岗位。本次报告的重点在于研究新型灵活就业内部，也就是基于数字经济发展而延伸或衍生出来的新型灵活就业岗位，因此，本报告研究重点将侧重于数字依存度为中、高的各类技能型岗位。在具体案例研究中，将以“高数字依存度-基础技能型”“高数字依存度-专业技能型”“高数字依存度-战略技能型”“中数字依存度-专业技能型”“中数字依存度-战略技能型”中的具体岗位为研究对象，也就是这类岗位往往能够覆盖更多的灵活就业人群。换句话说，这些岗位能够提供更多的就业岗位，在当前的经济环境背景下，具有更高的意义和价值。

### 三、分类体系的动态演进特征



本分类体系最重要的特征是其动态演进路径，这种动态性体现在多个层面，使得分类框架能够适应快速变化的数字经济环境。

### （一）技术演进适应性

随着数字技术的不断发展，岗位的数字依存度会发生系统性变化。以传统维修技师为例，过去主要依靠经验和手工技能，数字依存度极低。但随着智能诊断设备、AR 维修指导系统的普及，其数字依存度正在快速提升。分类体系能够捕捉这种变化，及时调整岗位定位。

同时，新技术的出现也会催生新的就业形态。尤其是以人工智能为代表的新兴技术，正在创造全新的职业类别，如 AI 训练数据审核员、AI 导演/编剧、AI 视觉设计师等。这些新岗位可以根据其数字依存度和技能强度，快速纳入现有分类体系。

### （二）技能进阶路径

分类体系为灵活就业者提供了清晰的技能进阶路径。在同一数字依存度层级内，劳动者可以通过学习和实践，从基础技能向专业技能、战略技能发展。例如，一个外卖骑手（基础技能-高数字依存度）可以学习物流管理知识，成长为配送站长（专业技能-高数字依存度），进而发展为区域物流运营经理（战略技能-高数字依存度）。

这种纵向发展路径不仅为个人职业规划提供指引，也为培训体系设计提供了框架。不同技能层级需要不同的培训内容和方式，从而形成阶梯式的能力培养体系。

### （三）跨维度流动性

分类体系还支持跨维度的职业流动。随着个人能力的提升和市场需求的变化，灵活就业者可以在不同数字依存度的岗位间流动。例如，一个传统摄影师（专业技能-低数字依存度）可以转型为短视频创作者（专业技能-中数字依存度），或者进一步成为数字内容创作者（战略技能-高数字依存度）。

这种横向流动性反映了数字经济时代职业边界的模糊化趋势。传统的职业壁垒正在被打破，技能的迁移和转换变得更加频繁和必要。分类体系通过提供清晰的坐标定位，帮助劳动者理解不同岗位间的关联性和转换路径。

#### （四）动态监测与调整机制

为保持分类体系的时效性和准确性，需要建立动态监测和调整机制。这包括定期评估各岗位的数字依存度变化、跟踪新兴职业的出现和发展、分析技能需求的演变趋势等。基于监测结果，可以及时调整岗位在分类矩阵中的位置，增补新的职业类别，优化技能层级标准。

### 四、分类体系的应用价值

#### （一）差异化培训体系构建

基于分类体系的培训体系设计能够实现精准施策，增强培训效果。对于基础技能型岗位，培训重点在于基本操作技能和数字素养提升。培训内容应包括平台使用方法、基础数字工具操作、服务规范等，培训方式以实操演练为主，培训周期相对较短。

专业技能型岗位的培训则需要更加系统和深入。培训内容涵盖专业知识体系、行业标准规范、高级数字工具使用等，培训方式包括理论学习、案例分析、项目实践等，通常需要较长的培训周期。同时，应建立与行业认证体系的衔接机制，使培训成果能够获得市场认可。

战略技能型岗位的培训更多是能力提升和视野拓展。培训内容包括前沿技术趋势、商业模式创新、领导力发展等，培训方式以研讨交流、导师辅导、实战项目为主。这类培训往往需要与高等院校、研究机构合作，提供高层次的知识更新和能力培养。

#### （二）社会保障梯度设计

不同类型岗位面临的风险不同，需要差异化的保障制度设计。低数字依存度岗位的劳动者往往缺乏稳定的平台依托，社会保障的重点是扩大覆



覆盖面，确保基本保障。可以通过灵活的参保方式、政府补贴等措施，降低参保门槛，提高参保率。

中数字依存度岗位具有平台和个人双重属性，适合建立平台-个人双向缴费机制。平台承担部分社保责任，个人根据收入水平灵活缴费，政府提供政策支持和监管。这种模式既体现了平台责任，又保持了灵活性。

高数字依存度岗位面临的主要问题是跨平台流动性障碍。建议创新跨平台保障账户制度，实现社保权益的可携带性。劳动者在不同平台间流动时，社保关系和缴费记录能够无缝衔接，避免重复参保或保障中断。

### （三）岗位风险防控机制

不同类型岗位面临不同的风险挑战，需要针对性地防控措施。数字依存度高的岗位面临平台依赖风险和算法控制风险，需要加强平台监管，保障劳动者的知情权和选择权，防止算法歧视和不公平待遇。

技能强度低的岗位面临较大的技术替代风险，需要提前布局转型培训，帮助劳动者掌握新技能，实现平稳过渡。同时，应建立技能预警机制，及时识别可能被技术替代的岗位，提前进行干预。

战略技能型岗位虽然具有较强的市场竞争力，但也面临市场波动和技术迭代风险。需要建立持续学习机制，帮助高技能人才保持知识更新，增强适应能力。

### （四）职业发展通道建设

构建完整的职业发展通道是实现灵活就业可持续发展的关键。纵向进阶机制使劳动者能够在同一领域内不断提升，从基础操作到专业服务再到战略规划。这需要建立清晰的技能等级标准和晋升路径，配套相应的培训和认证体系。

横向拓展机制则为劳动者提供了更多的选择空间。通过技能迁移和转换，劳动者可以在不同数字依存度的岗位间流动，适应市场需求变化。这需要建立技能互认机制，明确不同岗位间的技能关联性。

技能认证体系是职业发展的重要支撑。应建立多层次、动态更新的认证标准，既包括基础技能认证，也包括专业资质认证和高级能力认证。认证结果应得到市场广泛认可，成为就业和收入的重要参考。

能力成长账户作为个人职业发展的数字化记录，应涵盖培训经历、技能认证、项目经验等多维度信息。通过区块链等技术确保信息的真实性和不可篡改性，使其成为劳动者的“数字简历”和“能力护照”。

## 五、新型灵活就业岗位的演化、整体规模与特征

### （一）技术演进驱动的灵活就业演化路径

数字技术的迭代更新，是近年来灵活就业形态层出不穷的根本驱动力。回顾过去三十多年，我国灵活就业随技术演进经历了从萌芽到爆发的演化路径。

### 不同时期出现的灵活就业及其演化



以上示意图仅为不同时期部分代表性岗位的演变过程示意，并不代表真实的完整开始-结束周期。

图表 1：不同时期出现的灵活就业及其演化

**PC 互联网时代（1990s-2000s）：**个人计算机和互联网初步普及，诞生了最早的线上自由职业形态。典型技术包括万维网、电子邮件、门户网站和早期电子商务等。这一阶段催生了第一批灵活就业雏形，如网站开发人员、网络编辑、网络管理员等 IT 新职业，以及通过论坛、威客平台接单



的自由职业者。例如，2006 年出现的猪八戒网等威客众包平台，使设计、翻译、写作等专业人士可以线上竞标任务，按项目获取报酬。

同时，电子商务萌芽（如 1999 年阿里巴巴 B2B、2003 年淘宝网）使网上开店成为可能，普通个人借助电商平台低成本创业，成为早期网店店主，实现自主就业。尽管当时线上就业形态体量小、类型有限，但已经出现了 SOHO 族（在家接单工作者）等灵活就业形式，为后来平台经济的兴起打下基础。

**移动互联网时代（2010s）：**智能手机的普及和 App 生态的爆发使平台经济迅猛崛起，带来灵活就业的爆发式增长。移动出行（如滴滴出行 2012 年创立）、外卖配送（美团外卖 2013 年上线）、本地生活服务（家政 020 等）平台蓬勃发展，通过定位和算法实现大规模即时的劳动力匹配。网约车司机、代驾司机、外卖骑手、同城跑腿员等全新职业大批涌现。这些岗位由劳动者通过平台注册接单、按订单计酬，没有固定雇主，属于高度弹性的零工模式。例如，滴滴平台 2018 年创造了超过 1826 万就业机会，其中约 1194 万是网约车司机和代驾；美团等外卖平台亦吸纳了数以百万计骑手就业。

平台经济降低了用工门槛，将传统难吸纳的劳动力（兼职者、农民工等）有效组织起来，成为就业新蓄水池。与此同时，“一人多职”或自主接单的就业观念兴起，越来越多上班族利用业余时间跑车或送外卖赚外快，失业者和退休人员也通过平台寻找临时工作，打破了“一份工作养一家”的传统模式。由此，灵活就业从边缘补充走向主流，非正规就业比例上升——2018 年数字经济领域就业岗位已达 1.91 亿个，占当年就业的 24.6%，相当部分是通过平台实现的灵活就业。

**数字内容与新业态时代（2020s）：**近年数字经济进入以数字内容创作、直播电商、人工智能应用为引领的新阶段。社交媒体和移动视频的普及催生了自媒体博主、短视频创作者、主播带货等大量内容型灵活就业。

短视频和直播让“人人都有 15 分钟成名和赚钱的机会”，大量普通人凭才艺或专长在网络平台获取报酬，进一步平民化了媒体和娱乐领域的就业。例如，截至 2024 年 5 月我国网络直播平台上累计开通的主播账号已超 1.8 亿个（多平台非去重）。虽然九成主播月收入不足 5000 元，但头部内容创作者收入上不封顶，吸引无数人涌入这一新兴领域。与此同时，直播电商从 2019 年起爆发式增长，直播带货成为新零售模式，衍生出直播运营、选品师、主播助理、场控等一系列新岗位。一个头部直播间往往需要幕后团队协作，多人在短期合同或外包形式下支持账号运营，直播产业链上也出现大量灵活用工（如临时雇用模特、短期工处理促销高峰订单）。

人工智能时代的雏形也已显现：AI 技术催生了虚拟主播开发、AI 内容创作等新职业。例如，不需要真人出镜的虚拟主播背后需要动捕演员和内容策划等岗位支持，这些从业者多按项目或合约工作，随着 AIGC（生成式 AI）的发展，未来可能成为新的灵活就业方向。总体来看，当前数字经济环境下灵活就业进一步向知识型、创意型方向扩展，数字内容创作者和数字技能服务者成为新的就业增长点，但也面临市场竞争加剧、收入两极分化的新挑战。

因此，技术演进不断催生新的灵活就业形态：从早期互联网自由职业者，到平台经济下的大批零工，再到当下数字内容和 AI 驱动的新职业。每一波技术浪潮既带来了就业方式的创新，也伴随着劳动力市场结构的调整。未来，随着人工智能、大数据等进一步发展，预计还会出现更多前所未有的新型岗位，灵活就业的规模和内涵将继续演变拓展。

## （二）新型灵活就业的整体规模

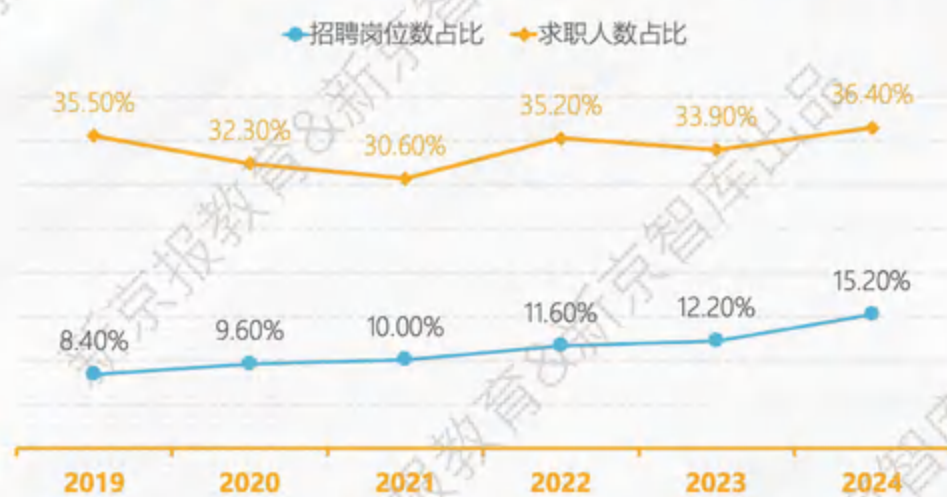
我国的灵活就业群体相当庞大。根据国家统计局数据，截至 2024 年底，全国灵活就业人员规模在 2.4 亿人左右。这意味着每 100 个就业者中约有 33 人从事灵活就业。从城镇来看，灵活就业人员约占城镇就业人员的 51%。可见，灵活就业已成为吸纳劳动力就业的重要渠道。



在这 2.4 亿灵活就业者中，既包括传统的个体经营者、非全日制从业者，也包括大量依托互联网的新业态从业者。后者往往被称为“新就业形态人员”，特指通过互联网平台实现就业的人群。2023 年，全国总工会的第九次职工队伍状况调查显示，全国新就业形态人员达到约 8400 万人，占全部就业人员的约 21%。这部分人主要分布在交通出行、生活服务、知识技能分享等与数字平台关系密切的领域。因此，可以粗略估算，在 2.4 亿灵活就业者中，有 8000 多万人属于“新型灵活就业”群体。

就业平台的招聘和简历数据也印证了这一趋势。智联招聘与暨南大学联合的研究发现，2019 年至 2024 年期间，新型灵活就业岗位在整体劳动力市场中的占比持续上升。例如，在线招聘职位中，新型灵活就业岗位数占比已从 2019 年的 8.4% 增至 2024 年的 15.2%。

新型灵活就业的招聘职位数/求职岗位占比趋势



数据来源：智联招聘《2024年中国新型灵活就业报告》

图表 2：新型灵活就业的招聘职位数/求职岗位占比趋势

供给端的数据同样反映出更多劳动者涌向新型灵活就业。智联招聘的求职者投递简历统计显示，新型灵活就业求职者占总求职人数的比例从 2019 年的 35.5% 增长到 2024 年的 36.4%。换言之，大约每 3 个求职者中

就有 1 人是冲着灵活就业岗位去的。这说明新生代劳动力对这类工作的接受度提高，灵活就业正从边缘补充逐渐走向就业市场的主流地带。

### （三）新型灵活就业人员特征与公众认知

本次报告通过 1049 份有效问卷调查的数据，对灵活就业人群特征、就业动因、收入结构、技能需求和痛点挑战进行综合分析。这些数据勾勒出当前数字经济下灵活就业的整体画像。

#### 1. 从业人群结构特征

本次调研样本调查的人群共计 1053 人，其中正在从事或从事过灵活就业岗位的人数为 210 人，占比为 19.95%。

在从事或从事过灵活就业的调查样本人群中，其年龄分布上，26-35 岁占 58.10%，为主体，36-45 岁占 22.86%，18-25 岁占 9.05%，三者合计达到 90%。

地域分布方面，高度城市化特征明显。一线城市占 31.43%，新一线城市占 28.57%，二线城市占 22.38%，合计为 82.38%；而三线及以下城市仅 12.38%，县城/乡镇 4.29%，农村不足 1%。这表明灵活就业机会主要集中在经济发达、数字基础设施健全的大中城市，那里有更广阔的市场需求和完善的平台生态。反之，小城镇和农村由于市场规模有限、信息渠道不畅，灵活就业的发展空间受限。



进一步看，从事灵活就业的持续时间，1-3 年经历者占 42.38% 居首，3-5 年占 20.95%，1 年以内新手占 19.52%，而 5 年以上资深者仅 17.14%。这意味着许多人将灵活就业作为短期试水或过渡：不少人在 1-3 年内评估行业前景和自身发展，再决定去留。真正长期扎根灵活就业的人相对较少，反映出目前灵活就业对劳动者的吸引力和保障力可能不足以支撑长远职业规划。



图表 3：灵活就业人员从事的时间分布

## 2. 从业者选择灵活就业的动因

调查结果显示，灵活就业岗位之所以吸引人，最核心的原因在于工作自由度，同时也包含多元的经济和个人因素。选择灵活就业的主要动因排序如下：

- 1) 时间安排自由灵活：81.34% 的受访者将其列为首要原因。可见，弹性工作时间是灵活就业最大的魅力所在。

- 2) 工作地点不受限制，占比 64.59%，排名第二。许多灵活就业岗位可远程或就近完成，如网店经营、自媒体创作等，使人们不必局限于特定办公地点。
- 3) 兼职赚取额外收入，45.93%选择，列第三位。这表明相当一部分人把灵活就业作为增加收入的副业来源。利用业余时间跑网约车、做自由接单，可以补贴家用、改善生活，经济驱动力不可忽视。
- 4) 传统工作竞争激烈，难以就业，占比 44.5%，接近第三位。部分人是在传统就业市场碰壁后转向灵活就业，将其视为替代选择。当正规岗位供给不足、就业压力大时，灵活就业成为“退而求其次”的出路。

### 选择灵活就业的原因



图表 4：选择灵活就业的原因

此外还有若干次要动因：个人兴趣爱好（35.41%）即从事自己热衷的领域以实现自我价值；收入潜力较大（31.1%）认为灵活就业上不封顶、有机会赚更多钱；家庭原因需要灵活时间（26.32%）为兼顾家庭职责而选择弹性工作等。值得注意的是，“收入潜力大”仅排第六，说明多数人选

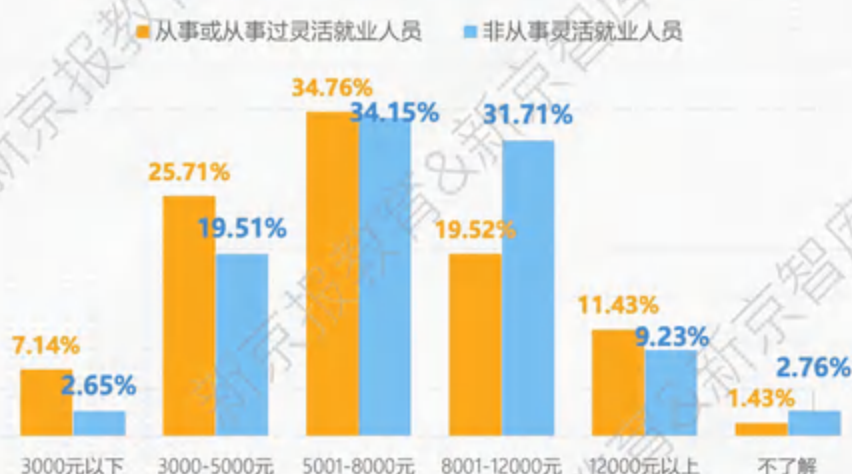


择灵活就业更多看重工作方式的灵活性而非简单追逐高收入。正如调研分析指出，这一发现揭示了灵活就业的本质特征：自由自主是最大吸引力，而非每个人都指望借此暴富。综合而言，灵活就业满足了不同人群多样化的需求：或为了自由，或为了赚外快，或作为无奈之举。其弹性、多元的特性正契合了新时代劳动者对工作的新期待。

### 3. 收入结构与工作强度

调研显示，灵活就业者的月收入分布呈现“中间大、两头小”的纺锤形结构，即中等收入人群居多，两极收入人群较少。具体而言，无论从事或从事过灵活就业与没有从事过的其他参与调查人员，均认为其收入主要在 5001-8000 元/月区间，占比分别为 34.76% 和 34.15%；但认为月均收入在 8001-12000 元/月区间的，从事和从事过灵活就业人员的占比为 19.52%，而非从事灵活就业人员的占比则为 31.71%，也就是外界更高估了灵活就业人员的平均月收入。

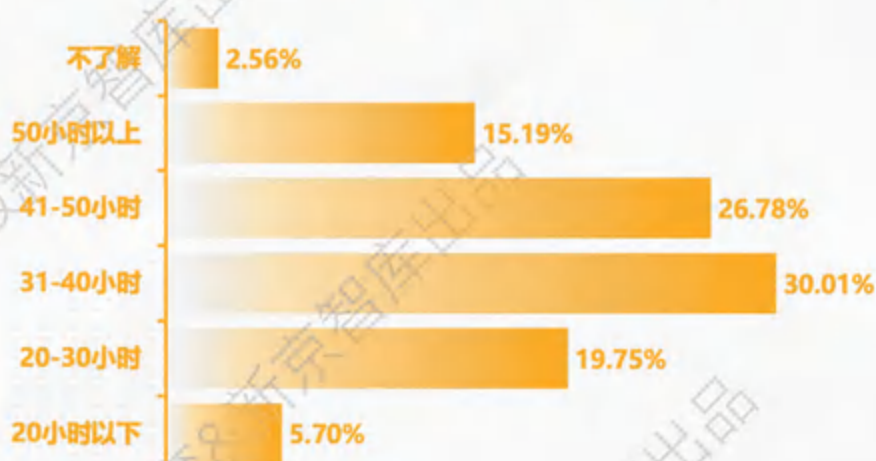
对灵活就业人群月均收入的认知



图表 5：对灵活就业人群月均收入的认知

值得注意的是，正从事或从事过灵活就业人员综合月均收入在 5000 元以上的中高收入者，占比超过 65%。打破了公众对灵活就业“低收入”的刻板印象。换句话说，相当多灵活从业者可以获得不逊于传统工作的体面收入。这与实践案例相符：不少网约车司机、外卖骑手月入过万不再稀奇（据美团平台统计，一线城市专职骑手月收入过万元已成普遍现象），优秀的内容创作者、主播通过流量变现月入数万甚至更高也是可能的。

### 灵活就业人员平均每周工作时长



图表 6：灵活就业人员平均每周工作时长

在工作负荷方面，灵活就业的工作时间并非想象中轻松随意。参与调查的人员认为，每周工作 31-40 小时的人最多（30.01%，相当于标准工时），41-50 小时的占 26.78%，另有 19.75% 的人每周工作 20-30 小时。值得注意的是，每周工作 50 小时以上的超长工时者有 15.19%，而 20 小时以下的仅 5.70%。计算得出平均每周工作时长约 37.6 小时，略低于常规 40 小时。

表面看平均工时略短，似乎验证了灵活就业更轻松，但细究发现有 41.97% 的从业者每周超过 40 小时在工作。也就是说，近四成人员实际上



存在超时工作现象。尤其是那些将灵活就业作为主要收入来源的人，往往需要投入与全职相当甚至更多的时间。举例来说，一名外卖骑手为了多接单多赚钱，可能每天骑行十多个小时；网络主播在成名之前也常常直播到深夜积累粉丝。这些都说明：灵活不等于清闲，相当一部分从业者的工作负荷并不比传统就业低。

#### 4. 不同灵活就业类型的比较分析

本次调查涵盖了四类主要的灵活就业形式，各类型在认知度、收入水平、工作强度等方面呈现显著差异。从认知度来看，数字内容创作类（如自媒体博主、短视频创作者）认知度最高，达到 81.1%，反映出内容创作在数字经济时代的热度。平台服务类（外卖骑手、网约车司机等）紧随其后，认知度为 74.74%。网络电商类认知度为 68%，数字技能类（设计师、程序员等）认知度相对较低，为 58.69%。

表格 2：不同类型灵活就业岗位劳动强度与收入水平对比

#### 不同类型灵活就业岗位劳动强度与收入水平对比

| 就业类型    | 劳动强度最大认定比例 | 收入水平最高认定比例 | 投入产出比 |
|---------|------------|------------|-------|
| 平台服务类   | 73.5%      | 5.7%       | 低效益   |
| 数字内容创作类 | 12.63%     | 43.68%     | 高效益   |
| 数字技能类   | 7.03%      | 14.15%     | 中等效益  |
| 网络电商类   | 5.32%      | 34.85%     | 高效益   |

在劳动强度方面，不同类型呈现明显分化。高达 73.5% 的受访者认为平台服务类劳动强度最大，这一比例远超其他类型。相比之下，只有 12.63% 认为数字内容创作类强度最大，7.03% 认为数字技能类强度最大，5.32% 认为网络电商类强度最大。这种巨大差异反映出平台服务类工作的体力消耗大、工作时间长、工作环境艰苦等特点。

收入水平的认知呈现出与劳动强度相反的格局。43.68% 的受访者认为数字内容创作类收入水平最高，34.85% 认为网络电商类收入最高，14.15% 认为数字技能类收入最高，而认为平台服务类收入最高的仅占 5.7%。这种认知格局揭示出一个重要现象：劳动强度与收入水平之间存在明显的不匹配，平台服务类呈现“高投入低产出”的特征，而数字内容创作类和网络电商类则表现出“低投入高产出”的优势。

通过计算投入产出比，我们可以更清晰地看到不同类型的效益差异。平台服务类表现为典型的低效益特征，劳动强度排名第一但收入水平排名垫底。数字内容创作类和网络电商类都呈现高效益特征，其中数字内容创作类的效益优势最为明显。数字技能类处于中等效益水平，虽然收入不是最高，但劳动强度也相对较低，整体效益尚可。

## 5. 市场需求与发展空间分析

不同类型灵活就业的市场需求状况呈现差异化特征。平台服务类和数字内容创作类都面临较高的市场饱和度，分别有 48.43% 和 49.86% 的受访者认为这两个领域需求饱和，竞争激烈。相比之下，数字技能类的市场饱和度最低，仅 21.65% 认为需求饱和，且有 29.15% 认为需求旺盛，39.03% 认为需求稳定，显示出良好的市场前景。

职业发展空间方面，不同类型呈现更大差异。数字技能类以 47.77% 的比例高居榜首，被认为具有很大的发展空间。数字内容创作类以 39.98% 位列第二，虽然市场饱和度高，但仍被看好发展前景。平台服务类的发展



空间最为有限，仅 7.79% 认为有很大发展空间，15.19% 认为完全没有发展空间。

表格 3：不同类型灵活就业岗位饱和度与发展空间对比

| 不同类型灵活就业岗位饱和度与发展空间对比 |                 |                  |             |
|----------------------|-----------------|------------------|-------------|
| 就业类型                 | 岗位饱和度<br>最大认定比例 | 职业发展空间<br>最高认定比例 | 发展格局        |
| 平台服务类                | 48.43%          | 7.79%            | 高饱和度-低发展空间  |
| 数字内容创作类              | 49.86%          | 39.98%           | 高饱和度-较好发展空间 |
| 数字技能类                | 21.65%          | 47.77%           | 低饱和度-高发展空间  |

这从拉勾网近期（半年周期）的招聘岗位数量占比和平均收入水平也能发现，平台服务类岗位无论是招聘岗位数量占比或是平均收入水平，都呈现下滑趋势，尤其是在岗位数量占比上。



图表 7：平台服务类岗位招聘岗位占比与收入趋势

将市场饱和度与发展空间结合分析，我们发现了有趣的规律。数字技能类呈现“低饱和度-高发展空间”的优质格局，是最具潜力的领域。数字内容创作类虽然面临“高饱和度”，但仍保持“较好发展空间”，说明内容创作领域虽然竞争激烈，但优质创作者仍有广阔天地。平台服务类则陷入“高饱和度-低发展空间”的困境，反映出这一领域的结构性问题。

这种格局差异的深层原因在于不同类型工作的技术含量和创新空间。数字技能类工作需要专业技术能力，进入门槛较高，且随着数字化转型深入，市场需求持续增长。数字内容创作虽然进入门槛较低，但优质内容始终稀缺，创新空间大。而平台服务类工作技术含量低，可替代性强，创新空间有限，因此发展受限。

## 6. 技能需求特征分析

不同类型灵活就业对技能的要求存在显著差异，反映出各领域的工作特点。平台服务类的核心技能需求依次为：时间管理能力（74.64%）、应急处理能力（71.51%）、体力和耐力（69.42%）。这些技能要求反映出平台服务类工作的特点：需要合理安排时间以提高效率，需要应对各种突发状况，需要良好的体力支撑长时间工作。

数字内容创作类的核心技能需求为：创意策划能力（80.53%）、专业技术能力（71.70%）、网络营销能力（67.33%）。这一技能组合体现了内容创作的本质要求：创意是核心竞争力，技术能力保证内容质量，营销能力决定传播效果。值得注意的是，沟通表达能力（63.63%）也占据重要位置，反映出内容创作者需要与受众建立良好互动。

数字技能类的核心技能需求为：专业技术能力（79.49%）、创意策划能力（79.20%）、客户服务能力（51.85%）。专业技术能力高居首位，凸显了这类工作的技术密集特征。创意策划能力紧随其后，说明技术工作也需



要创新思维。客户服务能力的重要性反映出，技术人员需要理解客户需求，提供满意的解决方案。

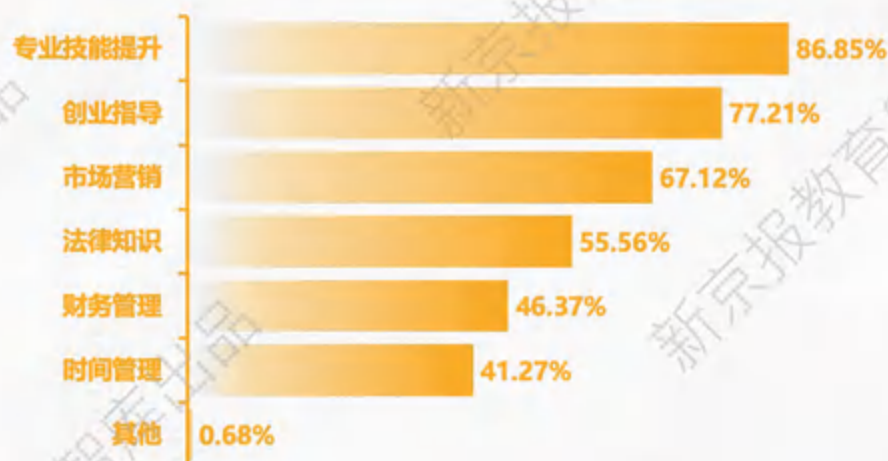
技能需求的差异揭示了不同类型灵活就业的本质区别。平台服务类更多依赖体力和应变能力，属于劳动密集型；数字内容创作类和数字技能类都强调创意和专业能力，属于知识密集型。这种差异直接影响了各类型的收入水平、发展空间和从业者素质要求。

## 7. 技能需求与培训意愿

参加调查的人员普遍认为，灵活就业者需要获得技能提升支持与培训。问卷显示，83.76%的受访者表示希望获得培训支持，其中 35.23% “非常希望”，48.53% “希望”，仅 3.03% 明确不需要培训。如此高比例表明灵活就业群体具有高度的学习意愿和提升自身能力的积极性。究其原因，一方面灵活就业竞争激烈、技术更新快，从业者深知“逆水行舟、不进则退”，必须不断学习以保持竞争力；另一方面，相对于传统就业，灵活就业者缺乏固定的职业培训支持，只能自我驱动寻求成长。

具体培训内容需求上，排在最前的是“专业技能提升”，高达 86.85% 的人选择。无论是平台劳务、内容创作还是技术服务领域，从业者都迫切希望提高专业本领，因为这直接关系到服务质量和收入水平。第二位是“创业指导” 77.21%，显示出许多灵活就业者有创业意愿或正尝试创业，希望学习如何将个人业务做大做强。之后依次是“市场营销”（67.12%）、“法律知识”（55.56%）、“财务管理”（46.37%）、“时间管理”（41.27%）等。这些多元需求反映出灵活就业者扮演着“小微创业者”的角色——不仅要有核心技能，还需要掌握营销推广、法律合规、财务和时间管理等综合能力，方能在缺少公司支持的情况下独立打拼。

### 对于灵活就业者，希望获得的培训内容



图表 8：对于灵活就业希望获得的培训内容

不同类型的灵活就业，对技能侧重各有不同。例如调研发现，平台服务类岗位（骑手司机等）最需要时间管理（74.64%）、应急处理（71.5%）和体力耐力（69.4%）等技能；数字内容创作类（自媒体/短视频等）则核心在创意策划（80.65%）、专业技术（71.69%）和网络营销能力（67.4%），以及沟通表达能力（63.58%）；数字技能类（设计师、程序员等自由职业）最需要专业技术能力（79.5%）和创意思维（79.22%），其次是客户服务能力（51.76%）。可见，不同领域技能需求差异显著：平台劳务型更偏重执行和应变能力，知识创意型更强调专业和创意能力，技术服务型则要求精深技术与一定商业沟通能力。这直接影响了各类型从业者的收入与发展空间差异（技能含量高的领域往往收入和前景更好）。

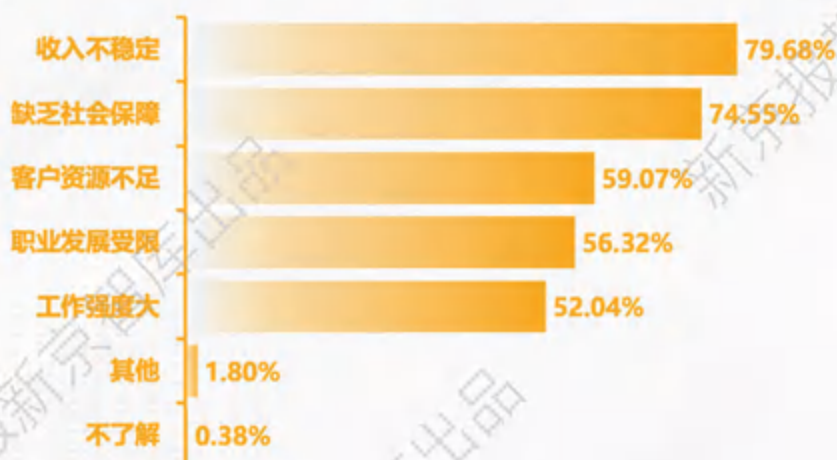
因此，有针对性地提供培训，基础技能类侧重职业技能+服务意识，内容创作类强化创意策划+营销技巧，数字技术类深化专业技术+商业沟通，可以有效提升灵活就业群体的素质，帮助他们获取更高附加值的机会。

#### 8. 从业者面临的主要困难与挑战



尽管灵活就业为劳动者带来了就业机会和自主性，但调研揭示，其面临的困难具有普遍性且相当严峻。参与调查的人员主要认为，挑战可归纳为以下几方面：

### 灵活就业过程中可能会遇到的主要困难



图表 9：灵活就业过程中可能会遇到的主要困难

- 1) 收入不稳定（波动大）：79.68%的受访者将其列为首要困难。相较于固定工资制，灵活就业者的收入随订单量、流量、人气等变化，具有明显的不确定性和季节波动。这种缺乏稳定性的收入模式给从业者带来很大压力。
- 2) 缺乏社会保障：74.55%的人深受其困扰，几乎与收入并列的第二大问题。多数灵活就业者以个体户或合同工形式工作，没有用人单位缴纳社保和公积金，医疗、养老、工伤等保障缺失。
- 3) 客户资源不足：有59.07%的人提到这一点。特别对自由职业者来说，接单渠道有限、客户不稳定是常见难题。
- 4) 职业发展受限：占比56.32%。灵活就业者往往处于独立分散状态，缺少企业内部的晋升路径和培训体系支持，职业成长空间相对模糊。

- 5) 工作强度大: 52.04% 的受访者认为这是问题。如前所述, 不少灵活就业岗位实际上非常辛劳(外卖、快车等高强度奔波), 长时间高负荷工作对体力和心理都是考验, 久而久之出现健康隐患和倦怠感。

这些困难往往相互交织: 例如, 为了多赚钱缓解收入不稳, 骑手司机不得不拼命接单, 结果工作强度更大; 没有社保又促使他们不敢轻易休息或转行, 形成某种锁定。困难的根源在于灵活就业的本质特征: “灵活”带来自由也意味着风险转嫁——收入、保障全由个人承担; 脱离传统雇佣关系获得自主却也失去制度支持。个体化作业模式提供自主性的同时, 也增加了市场开拓压力和经营不确定性。

因此, 灵活就业的这些矛盾是其发展过程中必须面对和解决的结构性问题。可以预见, 未来需要从政策和行业两个层面共同努力: 一方面通过立法和政策创新, 完善社保接续和权益保障, 降低灵活就业者的后顾之忧; 另一方面, 行业平台应探索稳定收入机制(如建立底薪+奖金模式、设立风险准备金等)并为从业者提供职业成长支持(如培训、认证体系), 从而推动灵活就业向更可持续、更高质量方向发展。

综上, 调查数据勾勒出灵活就业的群像: 他们大多年轻、生活在城市, 渴望自由和机会而投身其中; 他们努力工作, 很多人并不比朝九晚五者清闲; 他们注重技能提升以求立足, 但也承受着收入起伏和缺乏保障的困扰。在数字经济的洪流中, 这群人既享受技术和市场带来的红利, 也直面体制和环境留下的问题。理解他们的处境, 对于制定包容审慎的政策、引导灵活就业良性发展至关重要。

## 六、新型灵活就业的政策环境分析

### (一) 政策出台情况

2014 年出台《劳务派遣暂行规定》, 进一步规范了劳务派遣的细节。与此同时, 外包等形式应运而生, 灵活用工市场逐渐变得多元化。在 2014-



2019 年，新业态形态受到政府鼓励，政府报告加大了对灵活就业、新业态形态的支持，中国灵活用工发展逐步规范化。2015 年《中华人民共和国就业促进法》要求各级人民政府应采取措施，逐步完善和实施与非全日制用工等灵活就业相适应的劳动和社会保险政策，为灵活就业人员提供帮助与服务。2015 年，国务院发布《关于促进服务外包产业加快发展的意见》，支持各类所有制企业从事服务外包服务。2016 年，加强对灵活就业、新就业形态的扶持，促进劳动者自主就业。

2020 年之后，随着平台经济的兴起，加之受到疫情影响，灵活用工形式得到进一步发展，政府支持灵活就业发展，拓宽了灵活用工发展渠道。2020 年 7 月 15 日，国家发展和改革委员会等 13 部门联合发布了《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，高度肯定了平台经济在创造就业机会方面的作用，但同时也提出在劳动者权益保障方面仍面临着新情况与新问题。2020 年 7 月 31 日，国务院办公厅发布了《关于支持多渠道灵活就业的意见》，进一步肯定了灵活用工对维护社会稳定的作用。此外，企业在疫情期间也开发了共享员工的形式，促使中国灵活用工市场快速成长。

2023 年 12 月，人社部《关于加强零工市场规范化建设的通知》，强调零工市场的公益性和普惠性，通过优化布局、完善服务、规范运行、强化信息平台建设、提升服务能力和推广经验，推动零工市场健康发展，促进灵活就业人员增收。国务院于 2024 年 9 月出台了《关于实施就业优先战略促进高质量充分就业的意见》，这是新时代以来首次从中央层面出台的促就业指导性文件。该文件强调要健全灵活就业人员、农民工、新就业形态人员的社会保障制度，旨在保障灵活就业人员的社会福利，进一步扩大新型灵活就业规模。2024 年 11 月，全国总工会等四部门发布《新就业形态劳动者权益协商指引》，旨在规范平台企业与劳动者之间的协商流程，

明确协商主体、形式、议题和成果落实等内容，涉及报酬支付、工作休息、劳动安全等关键问题。

## （二）政策环境及趋势分析

### 1. 灵活就业正在成为劳动力市场的重要支撑，目前仍处于早期发展阶段，仍具有较为广阔的发展空间

2014 年来，我国社会整体进入移动互联网技术时代，互联网+，人工智能(AI)、大数据，云计算，共享经济、零工经济等新技术，新业态，新模式的产生，使得灵活就业的形式更加多样，在“大众创业、万众创新”的背景下，我国灵活就业发展态势十分迅猛。同时，劳动者素养正在逐渐专业化。为了提高竞争力和用户体验，许多在线平台开始选择具备相关技能或资格认证的专业人士作为合作伙伴，并且逐渐向高端服务市场进军。

### 2. 政策大力支持灵活就业

根据中央政府促进新业态发展和支持灵活就业的要求，国家将灵活就业发展纳入就业优先战略总体规划，完善对灵活用工等新就业形态发展的政策支持体系。2019 年以来，国家和地方层面多次发布各项法律法规政策，支持和促进灵活用工等人力资源服务行业的发展。例如，2019 年 3 月 5 日，《政府工作报告》中提到“加强对灵活就业、新就业形态的支持”，从政府层面肯定了灵活用工；2019 年 7 月 31 日，国务院常务会议部署加大力度落实就业优先政策，要求完善新就业形态支持政策，促进灵工市场、灵活就业等健康发展，培育就业新增长点。2019 年 12 月 4 日，国务院常务会议部署进一步多措并举做好稳就业工作，明确要求大力支持灵活就业。

### 3. 法规监管与权益保障正在完善

灵活用工的不断增长已经引发了一些挑战，由于目前法律规范欠缺，平台就业模式仍存在劳动关系认定模糊、劳动者权益保障欠缺等问题。相应地，国家已经开始采取措施来解决这些问题。近年来，相关政策也予以灵活就业群体更多的保障。越来越重视零工劳动者的权益保障问题。目前



已出台相应的政策对灵活就业者的权益进行保护，虽不够完善，但预期会不断完善并出台更加详细具体的方案政策。

#### 4. 灵活就业者技能提升待加强。

灵活就业者除了获得收益、社会劳动保障外，其自身的成长学习和心理健康问题也属于平台企业社会责任的一部分，具体形式包括：组织对劳动者的职业技能培训，支持劳动者参与更多科学文化知识的学习，以及为劳动者提供劳动技能认证。未来灵活用工服务商应鼓励灵活就业者从多维度提升个人技能，更好适应零工经济业态的发展。

### 第三章 数字经济下主要灵活就业方式的比较分析

本章节中，我们选取数字经济下新型灵活就业的典型岗位，按照“数字依存度×技能强度”双维度分类模型下产生的不同灵活就业类型进行分析。重点分析的五类灵活就业岗位将从五个方面展开：（1）演变路径：介绍该岗位从传统形式到数字化转型的历程；（2）就业规模与市场现状：说明目前市场需求量、从业人数及招聘情况；（3）收入水平与工作强度：结合全职/兼职薪资数据，分析该岗位的报酬区间和劳动强度；（4）技能要求与职业路径：梳理岗位所需核心技能和可发展的职业晋升方向；（5）市场需求、人才缺口与未来趋势：展望该岗位的供需情况、人才稀缺性和未来发展前景。

#### 一、基础技能型 - 高数字依存度岗位

代表岗位：外卖骑手、网约车司机。这两类岗位是平台经济催生的典型基础技能灵活就业，均高度依赖互联网平台来获取订单和完成服务。它们对教育和专业技能要求不高，但需要勤勉耐力和对数字应用的基本适应。

##### （一）外卖骑手

##### 1. 岗位演变路径：从辅助业务到千万级新兴行业

外卖骑手是基于外卖平台的即时配送员，属移动互联网时代新职业。2010年前后“懒人经济”兴起，线上点餐习惯催生巨大配送需求。“饿了么”（2008年创立）和“美团外卖”（2013年起发力）等平台通过App连接订单、商家和骑手。

技术支撑方面，智能手机普及、GPS定位和移动支付成熟，实现了智能派单和导航配送。平台最初仅有少量兼职送餐员，随订单爆发式增长发展为庞大专职队伍。通过算法和奖励机制激励骑手高效高强度工作，满足海量即时配送需求。



就业形态上，骑手采用按单提成的合同制，通过平台接单送餐，收入按单结算，多劳多得。多数骑手未与平台签订正式劳动合同，而是以劳务派遣或个体户形式加入，社保由个人或外包公司承担。技术推动下，外卖配送从零散辅业发展为超千万从业者的新兴行业。

## 2. 就业规模与现状：千万级从业者快速增长但竞争加剧

数据显示，全国外卖骑手已超 1300 万人。饿了么活跃骑手超 400 万人，美团骑手 745 万人，2024 年仍快速增长。

骑手群体以 18-40 岁青壮年男性为主，多数来自农村。超 80% 美团骑手来自县域乡村，进城务工选择送外卖，成为农民工就业新去向。比如，据中国科技网报道，北京 2024 年上半年餐饮配送人数达 1.7 万人，同比增长 49.7%。

市场规模持续扩大。据中研普华产业研究院分析，2025 年中国外卖市场规模预计达 5000 亿元，用户规模突破 5.53 亿人，占网民总数 50.3%。线上消费深入日常，外卖需求高位运行，为骑手提供持续订单和就业机会。但各大城市配送趋于饱和，竞争激烈。高峰时段骑手供不应求，平峰时段订单不足，导致骑手间竞争订单。

总体看，骑手群体庞大且持续扩张，但岗位门槛低、替代性强，供给弹性大。经济下行时骑手成为过渡选择，人才供给充足，甚至出现“内卷”（骑手增多，单均收益下降）。

## 3. 收入水平与工作强度：多劳多得但强度较大

外卖骑手采用计件薪酬，多送多得。据统计，2024 年骑手月均收入 7496 元，同比增长 10.02%，主要因消费需求增长与运力效率提升。

同时，收入存在显著城市差异。一线城市骑手收入较高，6000 元以上占比 41%；三线及以下城市收入集中在 4000 元以下，占比 59%。专送骑手收入整体高于众包骑手，且分布更集中。

在本次收集的 5436 条招聘数据统计显示，全职骑手平均月薪区间为 8000-12000 元，区间中位数平均值为 9937 元。北京地区平均薪资超 1 万元，其他城市则可能在 6000-8000 元。兼职骑手收入区间中位数平均为 9315 元，达到全职薪资的 93.7%，说明高效接单可接近全职收入。

部分城市外卖骑手的招聘岗位薪酬



图表 10：部分城市外卖骑手的招聘岗位薪酬

工作强度方面，骑手工作日长且节奏快。全职骑手每天工作 10 小时以上，高峰期奔忙路上。恶劣天气或节假日常超负荷运转。本次调研数据显示，73.6%受访者认为平台服务类岗位劳动强度最大。骑手需应对各种天气、交通风险和平台严苛超时罚款，精神压力和身体疲惫突出。因此骑手平均工作时间不长，许多人干几年就转行或转后台工作。

#### 4. 技能要求与职业路径：低门槛入职但有晋升转型空间

外卖骑手对教育和专业技能要求很低，识字会用智能手机、熟悉城市路线即可上岗。核心技能包括：骑行和交通安全、时间管理和多单规划、突发情况应急处理、高强度体力支撑、客户服务意识。虽然技术含量不高，



但熟练骑手可通过经验显著提升效率和收入，如掌握抢单技巧、熟悉商家分布等。

职业发展有纵向和横向两种路径。纵向晋升方面，表现优秀的骑手可升任站长、区域配送主管等管理岗位，从基础技能型升级为专业技能型，进一步发展为区域物流运营经理。不少站长、区域经理都是从一线骑手提拔而来。

横向转型方面，骑手可利用物流经验转做同城快递员、网约车司机等相近岗位，或考取驾驶证转送更高端配送。还有骑手积累本金和经验后选择创业开餐饮小店或转行做其他生意。因此，虽然骑手本身天花板不高，但优秀者可通过技能进阶和角色转换实现职业提升。

#### 5. 市场需求与趋势：短期需求充足但长期面临饱和与替代

短期看，外卖服务需求仍将稳步增长，骑手需求量充足。疫情催化后用户依赖度提高，生鲜、药品等即时配送品类扩张，预计未来几年骑手总量还会增加。长期看，市场已趋于饱和。调研显示近半数人认为外卖配送需求已饱和、竞争激烈。骑手供给充裕导致议价能力弱，平台补贴逐年减少，收入增长空间有限。技术方面，自动配送车、无人机配送等在试点，将来成熟可能部分替代骑手，但由于末端配送复杂性和成本考虑，短期内大规模替代不现实。

总体而言，外卖骑手作为新生代蓝领，在相当长时期内仍是重要就业容器。但其“高饱和度-低发展空间”困境明显，随着新人不断加入可能供大于求。未来行业或通过提高准入标准、强化培训来提升服务质量，同时政府和平台需在保障机制上创新（如工伤保险、意外险支持等），保障这一庞大群体权益并提高职业吸引力。

#### （二）网约车司机

##### 1. 岗位演变路径：从兼职补充到专职主业的行业规范化

网约车司机是通过打车平台接单载客的司机，起源于移动互联网对传统出租车行业的颠覆。城市出行需求旺盛而出租车供给不足，存在“打车难”问题，同时私家车闲置率高。

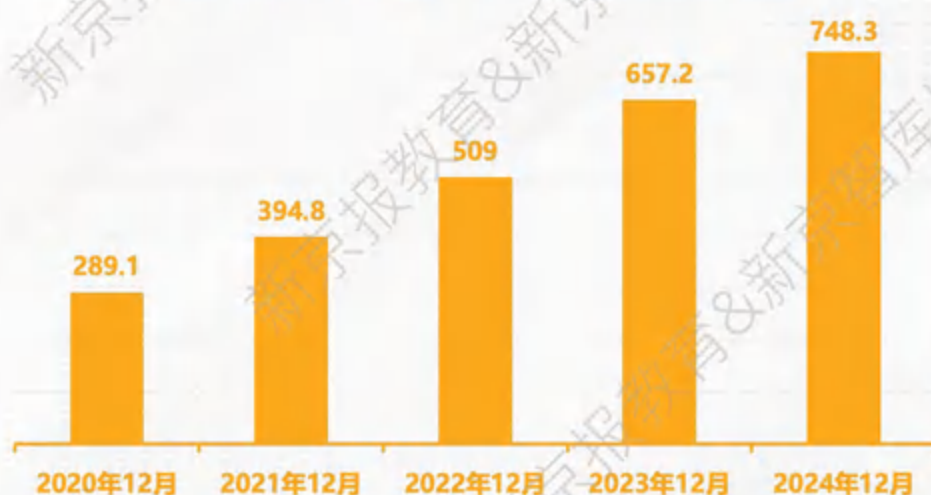
2010 年前后，Uber（2009 年）、滴滴出行（2012 年）等平台兴起，通过手机 App 连接乘客和私家车主，打破出租车牌照垄断。智能手机定位、在线支付技术发展，让即时呼叫、导航、线上支付成为可能。

初期大量私家车主利用闲暇时间兼职接单，满足市场缺口。网约车经历从野蛮生长到规范管理：2014-2015 年补贴大战期间司机蜂拥而入；2016 年《网约车管理办法》出台后要求持证上岗，逐渐纳入监管，专职司机比例上升。

如今许多兼职司机转为全职跑单，将开网约车作为主要职业。部分司机属个体经营者，没有固定工作时间，按平台规则自主接单。收入按载客里程和时长计费，多劳多得，部分还需承担车辆成本。平台与司机以协议约定，不形成传统的劳动合同关系，司机被视为独立合作方。

## 2. 就业规模与现状：体量庞大但供给弹性大

全国取得网约车驾驶员证的人数



数据来源：交通运输部

图表 11：全国取得网约车驾驶员证的人数



网约车行业体量庞大且持续扩张。截至 2023 年底，全国网约车平台注册司机总数已超 1 亿人，每天仍有超 2 万名新司机注册。取得网约车驾驶员证的人数从 2020 年底约 289.1 万人增至 2024 年 12 月 748.3 万人。

需求方面，中国城市出行市场很大，高峰期和特定场景（机场接送、酒后代驾等）对网约车依赖度高。根据交通运输部公布数据，2024 年 1-10 月全国网约车完成订单 94.24 亿单，较 2023 年 1-10 月网约车完成订单有大幅度上升，同比上升 27.44%。全年（1-10 月）高峰月订单为 8 月份（10.29 亿），低谷月订单为 2 月份（7.75 亿）。最新数据显示，2025 年全国网约车完成订单数为 7.27 亿单，环比下降 6.7%。但随着出行品质要求的提高，网约车已成为城市交通重要组成部分。

虽然各城市合规持证司机数量逐月增加，但许多城市仍存在供不应求或高峰打车难问题，市场对司机的吸纳能力依然存在。但供给端司机群体庞大且弹性供给：经济不景气时失业者涌入开车谋生，有更好机会时司机退出。因此司机队伍人员流动大，除少数专职司机外，大量人将网约车作为临时或副业，整体人才缺口不突出。

### 3. 收入水平与工作强度：收入略高但竞争加剧

网约车司机收入取决于城市、服务类型和工作时长。据 2024 年蓝领就业调研报告，网约车司机收入下滑 1.6% 至 6325 元，反映市场竞争加剧、运力趋于饱和。

本次收集的 3931 条招聘数据统计显示，全职网约车司机平均月薪区间为 9227-13150 元，区间中位数平均值为 11188 元。一线城市如北京、上海月入常在 1.2 万-1.5 万元，二线城市大致为 8000-10000 元。

### 部分城市网约车司机的招聘岗位薪酬



图表 12：部分城市网约车司机的招聘岗位薪酬

值得注意的是，兼职司机收入区间中位数平均值约 11249 元，几乎与全职持平。这是因为很多“兼职司机”投入时间并不少，只是身份上没把开车当唯一职业。不少司机一天在线十多小时，以准全职状态获取高收入。平台推出冲单奖、服务分奖等激励，使司机多跑多奖。

工作强度方面，司机相较骑手略舒适，但长期坐车内、高度集中注意力驾驶也相当疲劳。高峰期堵车、深夜困倦、乘客刁难等增加压力。作息不规律是常态，为接更多单常选择早晚高峰、深夜时段工作。虽然表面可自由决定工作时间，但经济压力驱使长时间上线，不少司机觉得“跑车很累”。

#### 4. 技能要求与职业路径：门槛较低但晋升空间有限



成为网约车司机需要具备驾驶技能和服务意识。具体要求包括：持有合法驾驶证且安全驾驶零事故；熟悉城市道路，能根据导航规划最佳路线；良好服务态度和沟通能力，处理投诉纠纷；应对车辆故障、恶劣天气等突发情况；长时间驾驶的耐心和面对不友善乘客仍保持礼貌的心理素质。法规要求需考取《网约车驾驶员证》。

职业路径方面，网约车司机缺乏明显晋升链条。绝大多数司机独立开车，晋升只能从专车/豪华车司机服务更高端客群，或转做带车司机担任司机班长，但机会不多。

更多司机可以选择横向发展：优秀司机积累人脉转型做专职司机、礼宾司机等稳定岗位；考取货运从业资格改开货车物流；利用城市道路和载客经验，加入平台管理岗或自主创业开设代驾/租车服务公司。这些转型借助其经验跳板迈向相关领域。

总体来说，网约车司机进入门槛低但提升空间有限，无企业式管理晋升通道。很多司机视其为过渡职业。有志长久发展的司机可考虑学习汽车维修技能或参加营销培训加入平台运营团队，谋求职业转型。

## 5. 市场需求与趋势：增速放缓转向存量竞争与质量提升

当前网约车市场增速放缓，进入存量竞争。一些城市限制新增投放量。长期看供给可能过剩，经济不景气时大批司机涌入，有城市每辆网约车日均订单不到 10 单。同时，乘客对服务品质要求提高，服务差、评分低的司机可能被淘汰，行业朝合规高质量方向发展。未来 Robotaxi 技术可能形成冲击，但考虑法规、安全、用户接受度等因素，预计是 5-10 年后的事情。

网约车司机仍是城市出行不可或缺的一环。人才缺口总体不大，但优秀司机始终受欢迎。平台可能推出星级司机激励，政府将更强调合规与保障。总之，网约车司机在相当时期内仍有部分就业容量，但“高饱和度-低发展空间”特征明显。

## 二、专业技能型 - 中数字依存度岗位

代表岗位：影视剪辑师、影视特效师、短视频运营。这类岗位要求一定的专业技能，但工作部分依赖数字工具平台、部分保持传统创作特点，数字依存度为中等。它们主要涉及内容制作和传播领域，因数字经济的发展而需求大增。

### （一）影视后期剪辑师

#### 1. 岗位演变路径：从专业机构到自由职业的数字化转型

影视后期剪辑师指从事电影、电视剧、短视频等后期剪辑制作的人员。传统上需使用剪辑台、胶片进行线性剪辑，人员集中在电视台、电影厂等专业机构。1990年代后期，Adobe Premiere、Final Cut Pro等数字剪辑软件出现，剪辑从模拟转向数字，降低了门槛。

移动互联网催生短视频浪潮，剪辑需求从影视行业扩散到各行各业。高清摄像设备平民化、剪辑软件功能强大且易用，使远程协作剪辑成为可能。

现在剪辑师不再局限于影视公司，很多成为自由剪辑师，按项目服务不同客户。许多以项目合同工形式工作，根据视频数量或时长计酬，可在家远程完成。数字化极大拓宽了剪辑师的应用领域和就业模式。

#### 2. 就业规模与现状：需求井喷但竞争加剧

影视/视频剪辑技能人才需求近年呈井喷之势。从影视娱乐业到广告营销、自媒体，各领域都在招募剪辑师。据一份报告显示，2023年泛短视频行业剪辑类人才需求同比增长超50%。目前国内专职或兼职从事视频剪辑的人员预计数十万人规模。在招聘市场上，“剪辑师”岗位竞争适中。人才来源既有影视编导专业科班出身，也有大量自学剪辑软件的半路出家者。

从市场角度上看，高端影视剪辑师凤毛麟角，主要在北上广深影视公司集中地，收入较高且供不应求；普通商业剪辑师数量庞大，竞争激烈，



议价能力一般；网络短视频剪辑师比较新兴，常为网红、自媒体服务，属于剪辑+内容策划的角色。

随着 AI 技术发展，AI 剪辑工具能自动拼接视频，可能影响简单剪辑市场需求。不过人工剪辑在创意、节奏把握上仍具优势。总体而言，剪辑师市场需求旺盛但人才供给增长也很快，行业门槛不算太高。经验丰富、技术精湛的剪辑师仍然吃香，而初级剪辑师面临较多竞争。

### 3. 收入水平与工作强度：收入分化明显且工作消耗大

本次收集的 1115 条剪辑师招聘数据统计显示，全职平均月薪区间 6440-10176 元，区间中位数平均值为 8308 元。影视后期类剪辑岗位薪资更高，区间中位数平均值达 14770 元。兼职剪辑师收入的区间中位数平均值为 6299 元，略低于全职。

**剪辑类招聘岗位薪酬中位数对比**



**图表 13：剪辑类招聘岗位薪酬中位数对比**

一般来说，自由剪辑师按项目计费，小项目几百元，大项目几千上万。顶尖电影剪辑指导年收入可达数十万以上，但普通剪辑师月入过万需要相当经验和接单量。

工作强度取决于项目赶工程度。影视剧剪辑常需长时间泡在剪辑室，一剪十几个小时，赶档期甚至通宵达旦。自由剪辑师虽时间自主，但客户截止日期和修改意见使他们临近交片时高强度熬夜。

剪辑工作对眼力和精力消耗大，长期久坐盯屏幕，容易视疲劳和颈椎问题。为创作流畅作品需反复观看素材、精雕细琢，考验耐心和专注。剪辑师属于脑力与坐班的双重疲劳。

#### 4. 技能要求与职业路径：专业技能型职业发展路径清晰

影视剪辑师需要专业视听语言素养和熟练软件技术。核心技能包括：熟练掌握 Premiere、Final Cut 等剪辑软件及 After Effects 等特效软件；对节奏、情绪、故事结构有把握，懂镜头语言；与导演、策划沟通意图，理解素材内容；反复调试修改的耐心与细致；跟进 VR 视频剪辑、AI 智能剪辑等新技术。短视频剪辑师还需懂网络热点、配乐和字幕特效等互联网风格。

职业路径方面，剪辑师有较明确的晋升路线：初级剪辑师→剪辑师→剪辑指导。剪辑指导在剧组/制作公司地位高，可协同导演把控成片节奏。有的剪辑师进一步转型做导演/制作人，具备执导潜力。

自由剪辑师而言，口碑和人脉是关键，积累成功作品和客户信任后可承接更大项目、组建工作室。剪辑师还可横向发展相邻技能，如学习特效制作成为后期多面手，或转行做视频策划、包装设计。总体来说，影视剪辑是专业技能型职业，经验和作品积累越多，行业认可度越高，职业上升空间也越大。

#### 5. 市场需求与趋势：需求持续但人才结构分化明显

视频内容产业繁荣将持续拉动剪辑人才需求。短视频、网络影视、自媒体等新兴领域还在扩张，剪辑师短期内不愁市场。尤其是懂新媒体传播特点的剪辑人才供不应求，许多 MCN 机构、传媒公司高薪抢夺优秀剪辑师。



但由于学习剪辑门槛相对低，新人大量涌入导致初级市场竞争激烈，缺口主要在高水平人才。本次调研数据显示，近 50% 受访者认为数字内容创作类需求饱和，但真正优质创作者/剪辑师仍稀缺，行业“僧多粥少”主要体现在低端同质化。

未来 AI 和自动化可能辅助剪辑工作，智能算法可初步粗剪，减轻繁琐劳动，人类剪辑师将更多关注创意和精细调整。剪辑师需要不断拥抱新技术，否则可能被淘汰。整体看，影视剪辑师前景仍良好，属于“数字内容时代的手艺人”。但行业内部将进一步两极分化：顶尖剪辑师身价高企，普通剪辑师面临自动化挑战和新入竞争。个人需加强创意能力、多元技能（如剪辑+特效+策划）提高竞争力。

## （二）影视后期特效师

### 1. 岗位演变路径：从实拍模型到数字特效的产业化转型

影视后期特效师是负责影视作品中视觉特效（CGI、动画、合成等）制作的人员。传统影视早期特效多为实拍模型或简单抠像，由摄影师和美工完成。

20 世纪末以来，数字图像处理和三维动画技术突飞猛进，好莱坞大片 CG 特效推动全球特效产业兴起。中国在 2000 年代后逐步建立特效制作团队。近年来国产电影、网剧对特效需求剧增，大到科幻大片全 CG 镜头，小到古装剧绿幕抠像，都需要特效师参与。计算机图形学、高性能渲染器、动作捕捉、虚拟引擎等技术迭代，让特效制作效率和逼真度大幅提升，应用门槛降低。国内特效行业经历从外包为主到本土公司崛起的过程。早期很多电影特效交由海外公司制作，近年涌现本土顶尖特效公司，中国特效师队伍不断壮大。

如今特效师就业形态有两种：在影视制作公司或特效工作室任职；自由特效师按项目合同接活。但特效师自由接单比例略低，因为特效制作通

常需要团队协作和强算力设备支持。影视特效师已成为制作链条不可或缺的一环。

## 2. 就业规模与现状：高端人才稀缺但低端竞争激烈

影视特效属于技术与艺术结合的专业领域，业内人才总体供给相对有限。随着国产影视投资热潮，特效师需求旺盛，行业报告称中国影视后期人才缺口达数万人。

本次收集的招聘数据显示，影视特效师全职岗位薪资高于一般剪辑，说明特效技术人才仍有稀缺性。特效师主要集中于一线城市影视公司和动画游戏公司，也有部分在新一线城市广告公司、视频制作机构。

从供需来看，优质项目纷至沓来，但成熟特效师培养周期长（需要美术+技术功底），高水平特效师常被争抢，人才缺口在中高级层面。初级特效师近年通过培训学校大量输出，但只能承担简单任务，不足以胜任影视级项目。行业内经常外包部分镜头给国外团队，反映本土高端人才不足。

从市场竞争上看，对于普通项目，国内已有很多中小型特效公司竞争，彼此竞争激烈压价，导致从业者加班多、收益未见大涨。整体而言，特效师就业前景不错，高端特效制作随着中国电影工业化越来越被重视。但短期内存在“需求旺但优质人才少”和“低端供给多导致卷”的两极问题。

## 3. 收入水平与工作强度：高薪酬但强度极大

本次收集的 152 条招聘数据显示，特效师的月薪区间中位数平均值约为 14484 元，而影视特效师全职岗位月薪区间中位数平均值约为 16595 元（但此次收集到的样本数据量相对较少），平均月薪区间 11286 元-21905 元，明显高于一般特效师，体现特效技术高价值。

特效行业有名的“加班地狱”。赶项目时熬夜通宵是家常便饭。特效制作涉及繁琐调试渲染，一个镜头可能渲染几小时甚至几天，bug 和反复修改是常态。特效师经常白天调参数、晚上跑渲染。工作强度除长工时外，还包括高脑力压力：不断解决技术问题、创新画面效果，对创造力和专注



度要求很高。很多特效师吐槽“项目上线前基本废寝忘食”。但对艺术热爱和成片效果成就感支撑其投入。近年来一些大公司开始注重人文关怀，尽量减少过度加班，但行业周期性赶工属性决定忙季时强度陡增难以避免。

#### 4. 技能要求与职业路径：技术门槛高且需终身学习

影视特效师必须掌握复杂软件工具和美术技能。主要要求：精通三维软件(Maya/3ds Max 等)、特效模拟工具(Houdini 等)、合成软件(Nuke/AE 等)；优秀特效师通常会 Python 等脚本语言；具备良好美术功底和审美；与导演、美术、摄影沟通协作；高级特效师需带团队、协调任务、把控进度。

该岗位的职业路径晋升较明确：初级特效师（简单元素制作）→高级特效师（复杂镜头攻关）→特效主管/总监（整个项目特效方案）。顶尖特效总监在业内受尊敬，可与导演平起平坐。部分特效师转型做动画/视效导演或创业成立特效公司。

技能可迁移到游戏行业或广告影视等相邻领域。由于技术更新快，特效师需不断学习新软件和新技术（如实时渲染、AI 辅助制作等）。能跟上技术潮流者才能保持竞争力，否则容易被后来者超越。终身学习是特效师职业发展的关键词。

#### 5. 市场需求与趋势：高端需求增长但行业分化加剧

随着中国影视工业进步，对高质量特效需求越来越高。观众品位提升，粗糙“五毛特效”渐难接受，驱动行业投入更多资源。特效师需求长期看涨，特别是具备国际水准的高级人才。目前国内仍有部分大片特效外包给海外，未来本土化趋势会加强。

人才缺口主要在高端和经验丰富的特效师上，中低端则供应逐渐充足甚至相对过剩。职业吸引力方面，不少年轻人热衷于此，视之为将兴趣转为职业的理想途径，保证不会缺少后继者。

技术趋势上，实时渲染正应用于虚拟拍摄，使部分特效工作前置到拍摄阶段，特效师角色在转变。AI 有望辅助特效制作，但短期内不足以替代人工精细操作，反而可能增加 AI 特效素材训练等新工作机会。

综上，影视特效师作为专业技能型数字岗位，在未来相当长时间将保持旺盛需求和较高薪资，但要求从业者不断攀升技能高峰。行业可能进入优胜劣汰更严酷阶段，只有技能全面、经验丰富、创新能力强的特效师才能脱颖而出；基础简单工作可能被工具替代或由低薪新人承担。

### （三）短视频运营

#### 1. 岗位演变路径：从草根自运营到职业化运作

短视频运营是负责短视频内容策划、发布和账号运营的新职业。2016 年前后，抖音、快手等平台异军突起，积累亿级用户，成为内容创业风口。智能手机高像素摄像头、移动互联网提速、算法推荐引擎完善，使制作和分发短视频成本极低。

最初短视频创作由个人博主兼职完成，没有专门“运营”概念。随着竞争加剧，出现专职短视频运营岗位，承担内容策划到粉丝维护的工作。

短视频运营可在 MCN 机构、新媒体团队、电商企业任职，也有自由职业者。早期偏重内容制作，如今更强调数据运营。就业形态多为企业雇员，也有个人 KOL 自己兼任运营，还有代运营服务公司。短视频领域从“草根自运营”转向“职业化团队运作”。

#### 2. 就业规模与现状：需求庞大但人才结构失衡

短视频行业庞大生态提供海量就业。截至 2024 年 5 月我国网络直播和短视频平台主播账号累计超 1.8 亿，这些账号背后许多都有运营打理。保守估计，当前全国专职短视频运营从业者在几十万人规模。

一线城市机会最多，新一线也有不少 MCN 机构。互联网内容公司、媒体、自媒体工作室、电商品牌等都在招短视频运营人才。由于门槛相对不高，涌入者多，岗位也多。



但供需存在明显矛盾。很多企业抱怨找不到真正懂短视频算法和用户心理的运营高手，只能开高薪挖人。另一方面，大量初级运营起薪不高、压力大，流动率高。行业存在“吃年轻饭”倾向，平台热点变化快，需要与潮流同步。

整体看，短视频运营目前属热门且紧缺职业，尤其在直播带货运营领域更是一才难求。但岗位良莠不齐：有的运营者名利双收，有的长期做账号没起色可能随时被淘汰。职业吸引力和淘汰率并存。

### 3. 收入水平与工作强度：收入中等但精神压力大

根据收集的 2351 条全职短视频运营岗位数据统计显示，短视频运营岗位平均月薪区间 7445 元-12111 元，区间中位数平均值为 9778 元，反映其介于内容创作和市场营销之间的角色，收入高于基础编辑但低于一线创意/技术岗位。兼职短视频运营收入的区间中位数平均值仅为 5176 元，一般指个人帮账号做顾问，收入较低表明兼职模式效果有限。

从工作强度上看，短视频运营节奏非常快，需要紧跟热点高频更新。很多运营每天头脑风暴选题、盯后台数据调整策略，几乎全年无休关注平台动向。热点爆发期要及时响应，可能深夜还要剪视频、发内容。往往一人兼顾多个账号，多线程工作，精神压力很大。

### 4. 技能要求与职业路径：综合能力要求高且更新换代快

成为优秀短视频运营需要内容策划、数据分析和营销等综合能力。具体技能：内容策划创意，能根据热点和目标受众策划有吸引力的选题；视频制作基础，懂剪辑流程、拍摄要领；平台规则与算法，熟悉抖音、快手等推荐机制；数据分析，善用平台数据工具分析播放、点赞、转化等指标；运营推广，包括粉丝维护、活动策划、跨平台引流，具备营销思维。

从职业路径上看，起点多是运营专员，往上可晋升运营主管/经理，带领团队负责某垂类账号群，甚至成为新媒体总监。另一方向是产品/营销转型，跳槽去做平台运营策划或品牌市场营销。还有不少人积累资源后

创业开 MCN 或工作室孵化网红账号。知名 MCN 创始人有些本身就是早期优秀内容运营出身。这一行上升较快，年轻人可能两三年做到经理，吸引很多 95 后加入。但更新换代快，30 多岁经验丰富的人如果跟不上新平台新潮流，晋升空间会受限。

### 5. 市场需求与趋势：需求旺盛但竞争分化加剧

短视频运营需求旺盛且持续增长。短视频用户已超 10 亿，各行各业都将短视频视为标配宣传渠道，运营职位渗透到传统企业。但门槛低导致供给增加很快，许多高校开设新媒体运营课程，大量应届生涌入，中低层次可能供大于求。真正紧缺的是能拿下爆款、驾驭亿级流量的高手，以及懂垂直领域专业又懂内容的复合型人才。

AI 开始赋能内容运营，AIGC 可辅助写脚本、剪辑，未来部分基础运营工作可由 AI 完成。运营人员应提升创意和统筹能力。短视频与直播、电商进一步融合，新平台层出，能在多平台游刃有余的运营更受青睐。

总之，短视频运营需求旺盛但竞争加剧，对踏实积累经验并不断创新的运营人来说大有可为，但高淘汰率警示从业者需保持学习、紧跟潮流。

## 三、专业技能型 - 高数字依存度岗位

代表岗位：AI 编剧、有声书配音员、AI 视觉设计师。这类岗位诞生于最新的数字技术（人工智能、数字内容平台），高度依赖数字工具或平台，而且需要一定专业技能才能胜任。它们可以看作传统职业被数字技术改造后的新形态，或全新的职业类别。

### （一）有声书配音员

#### 1. 岗位演变路径：从传统广播到数字平台

有声书配音员是为有声读物和有声内容进行配音的声音工作者。岗位源自传统广播剧和有声读物行业，在数字时代获得新生。



随着移动互联网发展，用户利用碎片时间听书成为潮流。喜马拉雅、蜻蜓 FM 等有声阅读平台在 2010 年代迅速崛起，大量文字内容需要转化为音频，催生对专业配音员的需求。

最初有声书市场以广播电台主持和专业演员录制为主，作品数量有限。近年来平台用 UGC 和 PGC 结合模式，大量签约自由配音人录制有声书，一部热门网文可能上百位配音主播竞相连载，使行业极大繁荣。

有声书配音员大多属自由职业者或与平台签约的兼职主播，以按件计酬为主，按有效收听量或章节结算收入。少部分头部配音演员与平台签长期约。相比影视配音，有声书配音门槛低且可远程录制，从业者数量庞大。

## 2. 就业规模与现状：高速增长但两极分化明显

中国有声读物市场发展迅猛。调查数据显示，在 2023 年我国有声读物市场规模已达 103.2 亿元人民币。截至 2024 年 8 月，过半用户日均收听时长超过 30 分钟，超 60% 用户年阅读量在 11 至 30 本之间，彰显了我国用户听书习惯的形成。喜马拉雅发布的《2024 春季有声阅读数据报告》显示，2024 年第一季度，平台 40 岁以下的用户占比达到了 76%，30 岁以下用户超过了总用户的三分之一，彰显了我国有声书市场年轻化的发展态势。

目前来看，市场现状呈供需两旺但竞争分化局面。一方面，有声内容行业繁荣，每年生产数万计有声书、广播剧，持续产生配音需求，特别是网络文学改编领域供不应求。另一方面，从业门槛相对不高，吸引众多声音条件不错的人涌入，低端市场竞争激烈，许多新人压低报价，收益微薄。

然而，高端市场依旧短缺优秀人才：声音富有磁性、演播功底深厚、能撑起整部长篇小说的金牌配音员炙手可热。知名主播坐拥大批粉丝，其演播的小说点击量远高于他人。而随着 AI 合成技术出现，简单播读未来可能由 AI 完成，对普通配音员是潜在威胁。总体仍是行业上升期，人才

缺口主要在优质声优上，普通人只要有部麦克风就能入行，门槛低意味着长尾人群庞大。

### 3. 收入水平与工作强度：自由配音收入更高但专注度要求高

本次收集的 976 条招聘数据显示，“配音员”全职岗位平均月薪区间 7698-13202 元，区间中位数平均值为 10450 元。需要指出的是，配音员收入往往直接取决于作品畅销度，优秀自由主播月收入可破万甚至几万。因而，相较之下，在有声书公司的配音职员反而工资固定偏低。

就工作强度而言，配音工作需要专业技能和持续投入。每天进行数小时的专业发声训练，虽然对配音员是个考验和挑战，但同时也有助于提升声音表现力和控制能力。并且，一部长篇小说几百章的录制，是一个完整的创作历程，需要配音员保持专业状态和艺术热情。在录制过程中，配音员也需要深入理解角色情感、精准把握节奏。这种专注的创作状态同样也能够不断提升专业水平。因此，尽管工作强度不低，但也为未来发展奠定良好的基础和空间。

### 4. 技能要求与职业路径：声音表演与技术并重

有声书配音需要声音表演艺术与录音制作的综合技能。关键要求包括：普通话标准、音质清晰、音域宽且可塑性强；配音不同角色要转换音色语气，演绎人物性格情绪；掌握科学发声方法，保持嗓音稳定；会使用麦克风、声卡、录音软件，懂基础音频剪辑；快速理解作品内容和角色背景；坚持每日录制任务，自我驱动按进度完成连载。

从职业发展路径看，有声书配音员可逐渐积累听众成为大咖主播，提升议价能力，签更好分成合约。也能拓宽业务类型，如接商单广告配音、游戏动画配音等提高收入。顶尖主播有机会进入配音演员领域，参与广播剧、动画片配音。另一条路径是主播培训师/经纪：有经验的配音大咖开课授徒或成立工作室培养新人，增加收入扩大品牌影响。配音领域晋升不



靠头衔，靠粉丝量和作品知名度，成为明星主播，也可转型幕后担任音频内容策划或平台编辑，转为稳定职业路线。

### 5. 市场需求与趋势：扩容中但 AI 冲击与头部效应凸显

有声书市场快速扩容，内容供给仍不足。未来品类会拓宽至名著、知识类读物等，专业化配音人才需求上升，演播艺术精湛的配音演员依旧稀缺。行业调查显示，高收听率作品多由少数顶尖主播贡献，大量普通主播播的书无人问津，头部效应明显。平台倾向资源给头部，对新人不利。

同时，AI 语音合成是行业变量。科大讯飞、腾讯等推出的朗读者 AI 已很流畅，如果声音情感再丰富些，可能承担部分基础播读任务，挤压低水平配音员生存空间。不过真人演绎仍有不可替代魅力，尤其文学和有声剧需要真实情感。AI 很难演绎复杂角色灵魂。长远看，一般朗读类配音或被 AI 取代，但戏剧化、有声表演类将更突出人类价值。

未来有声书可能向有声剧演化，多配音演员合作带音效演出，对演技要求更高。人才缺口在声优级人才上，平台花大价钱签优秀声优。总的来看，马太效应加强，头部配音演员越来越值钱；AI 辅助创作，人类专注艺术呈现；内容多元化，配音员可多方涉猎成为全面声音艺术家。

## （二）AI 编剧

### 1. 岗位演变路径：传统编剧的 AI 技术升级

AI 编剧是融合传统编剧技能与人工智能技术的新兴职业，随着 AIGC 发展而出现。传统编剧主要凭个人创意和文字功底写作，而 AI 编剧引入智能化工具：利用 AI 模型辅助完成剧情梗概、对白润色甚至整个剧本初稿生成，标志着人机共创在影视文学创作领域的萌芽。

早期剧作家把 AI 当辅助工具，如用 AI 分析经典剧本结构、生成创意点子等。真正的“AI 编剧”岗位近年才开始出现苗头，部分影视内容公司和新媒体团队招聘懂人工智能应用的编剧人才。目前来看，一方面内容市场对剧本需求量极大，传统编剧人力有限；另一方面 AI 自动撰写文本技

术突飞猛进，足以担任人类编剧“助手”。但 AI 编剧岗位不是让 AI 完全取代人类，而是要求编剧掌握引导 AI 技巧，将 AI 生成文本加工成符合人类审美和情节逻辑的剧本。因此，其演变路径更多是传统编剧岗位的技术迭代：从手工写作到借助智能工具辅助，提高创作效率和想象空间。目前还在早期探索阶段。

## 2. 就业规模与现状：小众岗位处于探索试水阶段

AI 编剧目前仍属非常新颖的小众岗位，市场上明确以“AI 编剧”命名的职位很少。本次收集数据期间，全国范围相关岗位发布量仅约 9 条，远低于传统编剧类职位。

专门的 AI 编剧岗位尚未大规模设置，大多数影视公司仍以传统编剧岗位为主。一些前沿内容制作机构开始尝试将 AI 纳入编剧流程，招聘“AI 内容策划”或“AI 剧本设计师”。

市场现状目前处于探索试水阶段，需求方主要是创新型企业或自媒体团队，供给方主要来自具备编剧经验且乐于尝试新科技的从业者。对传统编剧行业而言，AI 编剧还未形成全面替代或冲击，只是补充方向。

求职竞争度暂时不高——岗位稀少且要求跨界（既懂编剧又懂 AI），真正符合条件的人不多。如果某人具备这方面技能，反而可能被业内主动寻求合作。因此，总的来看，AI 编剧目前算“星星之火”，短期内可能更多以混合岗位形式出现。

## 3. 收入水平与工作强度：薪资有溢价但工作模式转变

由于 AI 编剧岗位非常新，薪酬主要参考相关领域数据。根据本次收集的数据来看，AI 编剧月薪的区间中位数平均值约 12611 元，较传统编剧（10475 元）高出 20.4%，但需要强调的是，本次收集到的岗位样本数量偏少，因此需要更长周期进行跟踪。不过，这一薪酬溢价也说明，懂 AI 的编剧在市场上更值钱，反映企业对复合人才的青睐，因此，虽然在样本



上偏少，但这也反映出，在当前 AI 浪潮之下，一些愿意尝鲜的企业，愿意开出高薪招揽人才。

工作强度方面，AI 编剧日常工作与传统编剧相似，但工作模式发生变化：需要花时间与 AI 模型反复交互，包括设计提问让 AI 生成文本，然后对 AI 输出进行筛选、编辑、重组。这种循环过程看似提高效率，实际上为得到满意结果，编剧往往要尝试多次生成并调整提示，相当耗费精力。

AI 有时会产生逻辑错误或不合适内容，编剧需投入额外时间校对纠错。因此 AI 编剧强度不一定低于传统编剧——“省去了写作的体力活，增加了调教 AI 的脑力活”。项目紧张时，AI 不能完全替代人工加班。

目前 AI 编剧大多作为试验性质，常身兼创新研发职责，要一边创作一边总结方法，工作压力和不确定性较高。就目前而言属于“苦乐参半”。

#### 4. 技能要求与职业路径：编剧素养和 AI 技术并重

AI 编剧需要兼具编剧素养和 AI 技术应用能力。具体包括：扎实掌握故事结构、人物刻画、戏剧冲突等编剧基本功；能设计高质量 AI 提示语，引导模型生成文本；善于快速阅读大量 AI 生成文本，筛选有价值内容并润色改写；有创意与判断力，知道什么点子好、什么桥段俗套；理想情况下懂 AI 模型机制，能与 AI 工程师合作定制模型。

职业路径发展来看，AI 编剧可能首先在内容公司/平台内部出现，发展路径一是往内容策划总监走，利用 AI 工具提效，负责公司多项目开发；二是往产品经理/AI 训练师走，参与训练更适合剧本生成的模型，成为 AI 模型专家。或是通过成立 AI 内容创作工作室，为客户批量产出剧情大纲、广告文案等商业内容。随着经验积累，AI 编剧甚至可创造新的叙事形式（互动剧情、千人千面剧本等），成为行业创新者。总的来说，这职业未来道路未定，但有潜力结合内容产业与 AI 产业，向高层发展。

#### 5. 市场需求与趋势：从试验性质到行业常态

短期内，AI 编剧更多是试验性质，需求量不大且集中在先锋公司。但长期看，一旦 AI 剧本质量接近人类，行业会广泛采用，AI 编剧人才需求可能激增，可显著节省人力成本。传统编剧会面临转型，要么学习 AI 工具成为 AI 编剧，要么被市场淘汰。

人才缺口在于懂内容又懂 AI 的人，现在几乎没有正规渠道培养，复合型人才非常稀缺。一些影视专业开始增设 AI 课程，计算机专业也有学生对内容创作感兴趣，这些都是未来 AI 编剧后备军。

从趋势上看，初期 AI 编剧可能多用于网文、网剧等中低端内容生产，实现量产；随着模型进步，可能挑战高端剧本。政府监管和行业公认也影响趋势，比如署名权、版权如何界定 AI 和人。

AI 编剧不会完全取代人类编剧，人类在创造力、情感共鸣上仍有独特价值。但 AI 会成为标配工具，如同摄影有了数码相机，编剧有了 AI 助手。AI 编剧岗位未来或许会演变为剧作师+AI 操作师的混合职位，每个编剧都会用 AI，专门岗位反而消失。因此，AI 编剧目前属于前沿小众，但前景广阔，极可能深刻改变内容创作行业格局。

### （三）AI 视觉设计师

#### 1. 岗位演变路径：从手绘创作到 AI 辅助设计

AI 视觉设计师是伴随 AIGC 兴起的新兴职业，前身是传统视觉设计师。传统设计需要运用 PS、AI 等软件，基于手绘、美术功底创意呈现。

从 2022 年起，DALL·E、Midjourney、Stable Diffusion 等生成式 AI 模型能根据文字描述自动生成图像，为视觉设计带来革命。AI 视觉设计师由此诞生——将 AI 作为创作工具融入设计流程。例如，传统插画师需数小时手绘，AI 视觉设计师可通过提示词让 AI 生成多个初稿，再选择并细化调整。扩散模型和 GAN 等深度学习模型让 AI 具备理解文本、生成图像的能力，几分钟甚至几秒钟内输出对应风格图画，质量接近甚至超越人类初稿水平。



该岗位的演变体现为设计师从直接绘制转向引导 AI 绘制+二次编辑的新模式。从业者需学习如何与 AI 协作，包括编写有效文字提示、选择合适模型、对输出结果后期加工等。该岗位在数字艺术、广告公司中开始出现，要求既懂美术设计原理又对 AI 模型有研究。显著趋势是设计门槛下降，但创意要求提升：大众都能生成普通图片，唯有更有创意和审美的设计师才能脱颖而出。

## 2. 就业规模与现状：早期应用但人才供不应求

AI 视觉设计仍处早期应用，但发展迅猛。设计领域对 AI 接受度相对较高，因为工具上手简单，效果惊艳。很多平面设计师、插画师已将 AI 纳入流程。

从需求方面来看，企业逐渐认识到 AI 能大幅提高效率，特别在游戏、美术、广告创意环节，希望招聘会 AI 的设计人才。可推测 AI 视觉设计人才缺口存在，因为传统设计师大多还未掌握 AI，懂 AI 者为数不多且炙手可热。在供给方面，大多数 AI 绘画玩家是半路出家自学，没有正统培训渠道。高校设计专业也刚开始关注 AI。

因此，目前求职竞争度不高，因为岗位极少，符合要求者也罕见。大多数视觉设计专业人士虽然听说 AI 绘画，但真正系统掌握应用的并不多。能胜任 AI 视觉设计师的人才处于供不应求状态，用人单位往往通过内部培养或外部高薪挖猎获得这类人才。虽然就业规模小，但可形容为“星火初燃”。行业先锋已验证 AI 设计可行性和效率优势，更多公司在酝酿跟进。一旦工具使用门槛降低，AI 视觉设计师有望铺开，可能以独立职位或传统设计师升级技能两种形式存在。

## 3. 收入水平与工作强度：高薪酬但任务量增加

目前 AI 视觉设计师收入属设计行业高段。根据收集的数据来看，其月薪区间中位数平均值 16375 元，不仅远高于传统视觉设计类岗位 11313 元，甚至高于不少程序开发岗位。这种高收入一方面是对罕见技能的溢价，

另一方面也考虑其为企业带来的效率和创意提升。不过，从长远看，随着更多设计师掌握 AI 工具，薪资溢价可能趋于缩小。不过，本次收集到的数据样本量也相对较少，因此，其未来薪酬趋势变化，还需要进一步长期跟踪。

工作强度方面，与传统视觉设计师既有相似又有差异。相似之处：项目截止日期驱动强度依然存在，加班赶图仍难避免。差异在于：借助 AI 工具，很多重复性劳动可以加快，过去需要手绘的背景，现在 AI 几秒生成初稿。

但 AI 设计师可能被要求交付更多初稿：因 AI 出图成本低，公司要求设计产出更多方案供选择，反而增加任务量。此外，AI 经常出怪异错误，需要人工耐心修正。AI 设计需要大量视觉参考和创意输入，设计师要花很多时间找灵感、喂 AI 提示词。总的看来，目前 AI 设计可能稍减轻重复性描摹工作，但创意和审美工作依旧需要大量脑力，强度并未明显下降。

#### 4. 技能要求与职业路径：设计基础与 AI 工具并重

AI 视觉设计师需要设计基础+AI 工具运用+审美创新三位一体。具体技能包括：扎实美术功底，理解构图、色彩、光影等视觉原理；熟练使用 Midjourney、Stable Diffusion 等 AI 绘图工具，掌握参数调节、模型选择、提示词技巧等，尤其提示词设计是核心能力；图像处理软件，AI 图出来通常需后期二次加工，PS 等专业软件功力仍必不可少；创意策划，根据项目要求想出独特视觉概念，并灵活运用 AI 实现；模型训练（高阶），有能力时可训练微调 AI 模型，涉及一定编程和深度学习知识。

从职业发展路径上看，AI 视觉设计师发展可走向视觉总监/创意总监，掌握尖端工具的人往往能带领团队提高生产力。也可能成为 AI 美术指导，专门负责 AI 技术与美术结合。还有技术型路径，深入研究生成模型，成为“Prompt 工程师”或“AI 艺术家”，甚至转行到 AI 公司做产品经理或模型训练师。自由职业方面，AI 设计师可创业开设视觉服务工作室，低成



本高效率提供插画、平面设计服务。在行业未来格局中，AI 设计技能可能成为每个设计师标配，纯 AI 设计师称谓可能消失，演变成“全能设计师”。职业路径灵活，既可在设计圈内升迁，也有跨界 AI 行业的机会。

#### 5. 市场需求与趋势：短期激增长期成标配

短期内，AI 视觉设计师需求快速升温。创意产业想用 AI 提效，游戏、影视、美术行业人员紧缺，需要能驾驭 AI 的设计师。人才缺口明显，技术才出来一年多，早先掌握的一批人成为炙手可热专家。长期看，当 AI 工具普及，“懂 AI”不再稀缺，而成新常态。AI 视觉设计师这个独立称谓可能淡化。

因此，在趋势上，设计行业因 AI 效率大幅提升，门槛降低，但可能引发更激烈竞争：简单设计人人能做，高端设计要更创意才能突出。AI 或取代部分助理、美工职位，但也创造新岗位。作品版权和风格伦理是未来挑战：AI 生成作品如何归属版权？如何避免 AI 抄袭现有艺术风格？需要行业规范。

总体来讲，AI 视觉设计是未来重要趋势，掌握 AI 的设计师将有巨大优势。早期红利期后，行业将回到“创意为王”，AI 只是工具。与其担心被取代，不如及早拥抱 AI。

### 四、 战略技能型 - 中数字依存度岗位

代表岗位：直播运营、互联网营销/网络营销、直播营销（不同职级）。这些岗位的数字依赖度中等，即工作部分在线、部分线下；技能要求属于战略层次，要负责策划统筹较大业务。它们主要围绕直播和数字营销领域，扮演着团队管理或业务策划角色，是灵活就业者迈向高端职业的典型。

#### （一）直播运营（普通员工/经理/总经理）

##### 1. 岗位演变路径：从内容运营到专业化直播运营

直播运营是指在直播平台或电商平台上从事直播内容策划、主播管理和活动运营的人才，其岗位雏形来源于互联网企业中的内容运营和活动策划职位，在直播浪潮兴起后演化出专门面向直播业务的运营角色。

2016年起直播平台流行，早期YY、斗鱼等秀场或游戏直播主要靠主播个人发挥，运营概念弱。真正推动直播运营职业形成的是直播电商在2019年后爆发：大型直播带货需要完善的幕后团队（商品选品、脚本、互动、客服等），需要专业运营协调。

岗位的演变路径为：直播技术成熟→直播内容兴起→专业运营需求增加。在这个过程中，直播运营岗位出现层级分化，从普通直播运营专员，发展出直播运营经理、总监等管理层级。工作内容也扩展了——从协助主播到提前策划选品、脚本，直播中协调互动，下播后复盘数据，贯穿直播业务全流程。直播运营岗位的兴起和演变反映了直播行业从草莽阶段走向专业化、规模化运营的过程。

## 2. 就业规模与现状：千亿规模产业但人才质量跟不上

数据显示，2024年中国直播电商市场规模已达5.8万亿元。国家统计局数据显示，2024年实物商品网上零售额达13.08万亿元，占社会消费品零售总额的26.8%，其中直播电商贡献了显著增量。

而中国互联网络信息中心数据显示，截至2024年12月，我国网络直播用户规模达8.33亿人，较2023年增长1737万，网民渗透率达75.2%；其中电商直播用户规模为5.97亿，占网民整体的54.7%。大量的直播账号，意味着背后潜藏着大量的运营岗位需求。目前几乎所有涉及直播业务的企业都会配备直播运营人员。

从市场现状特点上看，行业覆盖广，从电商卖货、教育培训到文旅推广，直播被各行业采用，运营岗位需求分散在各领域；区域集中度高，杭州作为电商和直播电商中心城市，对直播运营人才需求极大，薪资明显高



于一般新兴城市，广州、深圳等城市也活跃；岗位层级分明且晋升路径清晰，很多企业直播运营团队有明确的普通—主管—经理—总监架构。

整体来看，直播运营岗位在数量上已进入成熟阶段，属各内容电商企业标配，但人才质量跟不上行业扩张是当前市场痛点，使得优秀直播运营身价不菲、职位上升空间大。

### 3. 收入水平与工作强度：高薪高压快节奏

在收集的招聘数据中，直播运营收入在互联网运营类中属中高档。专员级月薪的区间中位数平均值约 1.05 万元，经理级为 1.17 万元，总经理级 1.4 万元。薪资高于普通新媒体运营，反映直播业务直接与营收挂钩。不少公司采取绩效提成制度：基本工资+提成。顶尖运营团队成员可通过提成拿到远超平均的收入。

工作强度方面，直播运营被认为是高压力、高强度岗位之一。直播具有即时性特点，节奏极快。一场直播往往持续数小时甚至通宵，运营人员须全程处理各种状况。大型促销节期间运营团队几乎连轴转。

不规则工作时间是常态。直播通常在晚上或周末流量高峰进行，运营人员需配合加班，经常作息颠倒。直播运营需多线并行工作：监控实时数据、协调供应链/客服、与主播交流，事情繁杂琐碎。

压力主要来自 KPI——销售额目标或粉丝增长目标十分明确，达不到会直接问责。头部直播间每分钟销量以万计，对运营应变与心脏都是考验。正因如此，不少直播运营岗位呈现年轻化，30 岁以上从业者相对少见。

### 4. 技能要求与职业路径：综合性强且晋升迅速

直播运营要有全局统筹能力，要求十分综合。核心技能主要包括：直播策划，能根据品牌或主播特点策划整场方案，包括选品顺序、优惠玩法、互动环节等；主播培养和沟通，与主播密切合作，提供脚本话术培训，调和主播、商家、平台三方关系；数据分析，熟练使用直播数据面板，盯住在线人数、转化率、库存等指标，迅速决策；临场应变，直播是动态的，

突发情况频发，运营需冷静处理、指挥团队补救；团队协作，管理直播团队其他角色如场控、客服、后勤，相当于项目经理角色；营销和供应链知识，懂电商运营基本逻辑，了解产品卖点和库存物流安排。

从职业发展路径上看，直播运营可从助理运营升运营专员，再到运营经理、总监，最终或可成为企业合伙人、C00 等。还有人才流向平台方，如抖音、淘宝等平台的直播运营岗位。另一个方向是独立创业：有经验的直播运营常出去开策划公司、孵化自己的主播/IP。总的来说，这职业晋升迅速，只要做出成绩就能管更大盘子。上升极限取决于对业务的全面把控，做得好甚至可转型为整个电商部门负责人。

#### 5. 市场需求与趋势：高位需求持续且向精细分工发展

直播运营人才市场需求经历爆发式增长，目前依然维持高位，未来几年内预计仍将旺盛。直播电商已成常态营销渠道，大中小企业都需要这类人才。但人才缺口依旧明显，尤其是能统筹大场直播的高级运营。很多传统企业转型直播时发现自家市场团队没人懂这一套，不得不高薪挖人。

国家层面也注意到直播带货对就业的拉动作用，发布政策支持直播电商发展。这将进一步催生合规化、职业化的直播运营岗位，可能出现官方认定的“直播运营师”职业资格。

趋势方面，直播运营将迎来几个变化：精细化分工，随着直播团队壮大，运营内部可能细分内容策划、场控、数据分析等角色；工具赋能，各种直播运营 SaaS 工具出现，帮助运营做数据分析、商品管理等；场景扩展，直播不再局限于卖货，还用于企业培训、政务宣传、文旅推广等，需要懂行业背景的运营人才；区域下沉，直播浪潮从一线城市向下渗透，县域农村需要本土化运营人才；规范提升，监管更严格，懂法规的运营人才更受青睐；主播与运营融合，催生“主播型运营”新模式。



总的来说，直播运营在未来仍是需求旺盛且进化迅速的职业。人才缺口集中在高质量运营管理层。当前有志于此的从业者应努力学习提升，在市场高速扩张期脱颖而出。

## （二）互联网营销/网络营销（普通员工/经理/总经理）

### 1. 岗位演变路径：从简单推广到全渠道数字营销

网络营销指利用互联网渠道进行市场推广和销售转化的营销活动，从业者就是网络营销人员。从上世纪末网络推广专员（做网页广告、论坛发帖等），到 21 世纪初专门从事搜索引擎营销（SEM），再到社交媒体营销、新媒体营销等，网络营销岗位内涵不断扩展。

它经历了 PC 互联网营销→移动社交营销→全网整合营销的演进。早期主要聚焦官网、邮件、搜索广告等；社交媒体兴起后增加微博微信等新媒体阵地；近年还融合短视频、直播、电商等手段。网络营销岗位也从简单执行层升级出策略规划和团队管理层级。

随着大数据和 AI 在营销中的应用，这个岗位又有新转型：营销人员需要懂数据分析、自动化工具，甚至涉及用户增长黑客等新概念。其演变可总结为：工具变化驱动技能变化，渠道繁荣催生分工细化，营销从业者向全栈全渠道方向发展。

灵活就业下的新特点是出现大量独立营销顾问、自由职业营销策划，他们不固定服务一家企业，而通过项目制提供营销方案。Z 世代涌现很多懂网络文化的年轻营销人，在短视频、直播等新渠道策划创意活动。

### 2. 就业规模与现状：就业大户但结构性缺人

网络营销已成就业大户。供给方面，大批传统营销人员和应届毕业生涌入，但缺乏实操经验导致结构性短缺依然存在。尤其全盘精通新玩法的人才不多，会玩直播、短视频、私域的营销专家成香饽饽。就业规模方面，网络营销相关招聘信息涵盖电商、教育、金融、快消等几乎所有行业，总需求量占据整个市场营销类岗位的半壁江山。由于入门不涉及专业壁垒，

大量毕业生涌入这个领域，造成基层竞争激烈。求职竞争度呈倒金字塔：初级岗位人满为患，而真正能胜任高级网络营销管理的优秀人才匮乏。

市场现状还体现为岗位职能不断融合和升级。很多企业招网络营销总监，要求不仅会线上推广，还要懂品牌策划、用户运营甚至渠道销售，几乎是CMO角色，人才趋于复合化。总体而言，网络营销岗位就业市场已非常庞大成熟，但优质高端人才供给跟不上行业需求，特别在私域流量运营、营销自动化等新技术方面大量企业面临人才缺口，导致中高级岗位薪资水涨船高。

### 3. 收入水平与工作强度：业绩导向高薪高压

网络营销岗位收入根据层级差距较大。根据收集到的690条招聘数据统计，初级专员普遍月薪在1万元出头，经理中层月薪的区间中位数平均值约为1.3万元-1.5万元，高层总监/总经理可达2万元-3万元甚至更高。不少营销总监另有业绩提成或期权，实际收入可远高于同岗位均值。该岗位具备类似销售的特点：业绩导向导致收入弹性较大。成功策划爆款营销可能有厚奖；但长期KPI不达标，奖金归零甚至丢工作。

工作强度方面，网络营销工作节奏快、任务重，被公认为“累并充实”的职业。一方面，需要长期在线关注市场动向。网络热点、竞品动态瞬息万变，营销人得随时跟踪。经常白天开会做方案，晚上还要刷微博、抖音找创意灵感。另一方面，项目制高压明显：大型营销项目通常投入大、周期短，团队往往连续加班熬夜筹备。像双11促销等关键节点前，营销团队进入战时状态。网络营销涉及与多个部门合作，需要频繁沟通和应急处理问题。综合而言，网络营销是高强度脑力劳动+协调劳动，加班普遍，但薪酬较高，见效快成就感强。正因如此，不少人把营销岗位当成“青春饭”，干到一定年龄会寻求转型。

### 4. 技能要求与职业路径：跨领域综合能力且发展通道清晰



网络营销要求跨领域综合能力。主要技能包括：营销策划，能制定线上营销方案，包括市场调研、定位、人群洞察、创意活动；数字广告投放，懂得操作主流线上广告平台，优化投放策略和预算分配；内容营销，具备良好文案功底，能产出吸引眼球的宣传文案，掌握社交媒体玩法；数据分析，精通各种营销数据指标，会用分析工具监测网站和活动效果；协作沟通，营销需要协调内部产品、销售，以及外部合作；创意与学习，保持对新渠道新模式的敏感，不断学习最新营销方法。

职业路径则为，网络营销职业成长路径一般为：专员→主管→经理→总监→市场副总裁/CMO。很多企业的CMO由资深网络营销人士升任，因为如今市场主战场在数字渠道。同时，职业发展还有横向路径：营销出身的人也常转型做运营、产品经理，还有的自己创业特别是在营销代理、咨询领域。不断拓宽技能边界是晋升关键。持证或培训也是助力，有国际上的数字营销证书，国内也开始有网络营销师职业资格。

未来，人工智能将嵌入营销决策，懂AI的营销人更值钱。职业挑战在于知识易老化，必须持续学习。总体上，网络营销提供了专业路径清晰的上升通道，做到顶可进入企业高管层。

## 5. 市场需求与趋势：结构升级需求持续但要求更高

网络营销人才需求在未来将继续保持高位，但其内在结构和要求会发生变化。随着互联网用户红利见顶，粗放烧钱买量的时代结束，各企业更注重精细化和存量运营。这意味着对营销人才质量要求更高，而数量增长趋缓。基层岗位可能随着自动化提高略有减少，但高级策略型人才缺口依然存在甚至扩大。传统行业数字化转型还远未完成，大批企业需要补课，这将释放大量对网络营销人才的需求，在未来5-10年内持续存在。

从趋势上看，一是人工智能驱动营销，AI将帮助预测用户需求、优化广告投放，营销人要懂AI和人机配合；二是内容营销兴起，单纯投广告效果递减，更多企业转向打造优质内容吸引客户；三是合规和数据隐私，

各国对网络广告和用户数据保护监管加强，营销人必须学习法规；四是全渠道整合，线上线下营销融合，需要营销人既懂线上流量又懂线下用户体验；五是国际化，中国企业加速出海，需要国际化数字营销人才。

总体而言，网络营销虽是老职业但在不断进化，对人才能力要求水涨船高。基础执行类工作将越来越多由工具/AI 承担，因此人才结构会向“金字塔尖”集中。行业将更加倚重少数制定策略、解读数据、创造内容的高端人才。

### （三）直播营销（普通员工/经理）

#### 1. 岗位演变路径：从传统营销到直播场景营销

直播营销与直播运营密切相关，区别在于其更侧重营销转化和销售策略层面。直播营销岗位是随着直播带货模式兴起而诞生的新角色，可以理解为“营销经理走进直播间”的产物。在直播电商环境中，这两者融合，需要专门负责通过直播场景实现营销目标的人才。

2019 年淘宝直播、抖音直播带货兴起，直播从内容娱乐工具变成直接成交卖货渠道。这种互动强、转化高的新营销模式让品牌纷纷投入资源。直播平台电商功能完善（购物车、优惠券、数据面板），加上支付物流体系配套，为直播营销规模化奠基。

该岗位一般演变路径是：从原本的市场营销经理或电商运营经理，转型/拆分出专注直播渠道的营销经理。以 2018-2020 年直播电商爆发为界，很多公司开始设立直播营销主管/经理岗位，负责直播项目的策划和销售指标。过去传统营销推广是间接带动销售，而直播营销可以直接卖货，所以被提到更重要的位置。

不过，不同职级工作内容不同。基础策划专员协助准备脚本、素材等；中层经理管理多账号或跨平台直播活动；高层总监级别则决定直播营销战略、投放预算分配、跨部门协调等。

#### 2. 就业规模与现状：稀缺高级人才且供需错配



直播营销人才需求与直播运营大同小异甚至重叠，属于稀缺高级人才。一些公司可能不分运营和营销岗位，但大品牌开始将“直播营销”纳入市场部体系，招聘专门的“直播营销负责人”。

当前市场上的特点是，第一，经验要求高。相比直播运营执行岗，直播营销定位更策略，企业多要求求职者有丰富直播项目经验和营销背景。这导致资深人才难找——很多传统营销经理没有直播经验，而很多直播运营出身又缺系统营销思维，形成供需错配的人才空档。第二，岗位职责不一。由于行业在摸索，不同公司对直播营销的定义略不同。有的偏向销售导向，有的偏品牌。第三，高投入高回报。直播营销岗位往往 KPI 明确，压力大，但做得好直接产生成交，公司也愿意给予高奖金或提成，薪酬结构中弹性部分多。第四，与主播/运营分工合作。很多直播营销经理并不亲自在直播间卖货，而是幕后策划和复盘，工作方式偏向 B 端。

因此，当前很多企业现在只能从外部请直播代运营服务，因为找不到自己人，于是市场上有不少专业机构承包直播营销业务。职级上，高层缺口尤其大。未来几年预计人才紧缺状况会持续，短期看不饱和。

### 3. 收入水平与工作强度：高薪高压业绩导向

从收集到的近 100 条招聘数据来看，“直播营销”基础岗位月薪区间中位数平均值约为 10962 元，经理类为 13000 元。需要强调的是，直播营销岗位收入和直播运营接近，但由于直接跟业绩挂钩，很多公司给出绩效提成或项目奖金，实际拿到手可能更高。这种激励模式导致人才趋之若鹜但也承压。

工作强度方面，与直播运营几乎相同甚至更大压力。因为营销 KPI 最终是销售数字，责任极重。工作时间上，他们跟着直播频率走，也要经常熬夜连轴。策划准备阶段研究大量产品资料、制定价格策略，非常烧脑。直播进行时，既关注现场也盯交易数据，更紧张。活动结束后还得复盘写报告，循环往复。

可以说，直播营销综合了“市场人的创意、销售人的拼命”，是高压下的产物。许多从业者身兼运营和营销多职，形容自己是“打仗一样”。工作-生活平衡较差，因为电商节、重大活动多在节假日夜晚，他们恰恰最忙。长期从事需要很强意志和激情支持。

#### 4. 技能要求与职业路径：营销思维与实战经验并重

直播营销人员需要营销战略思维和直播实战经验结合。主要技能包括：选品和供应链，精通产品卖点，能根据目标人群选择最适合直播销售的品类，了解库存、物流情况；促销玩法设计，会设计各类优惠让观众有强烈购买冲动，同时把控让利幅度保证收益；主播/KOL 合作，懂如何挑选和说服带货主播合作，谈判佣金比例，协调双方资源；实时营销判断，直播中根据在线人数和转化反馈，灵活调整推品顺序、优惠力度等；复盘与优化，善于总结每场活动数据，总结经验；领导力，领导跨职能团队共同完成营销任务。

职业发展路径则是，从直播营销基础岗位可以成长为电商营销策划主管，再升电商营销总监/直播电商总经理。由于直播带货渗透到整个商业流程，最高甚至做到企业副总层级。还有人转去平台就职，如抖音电商的行业运营经理。另一条路径是创业或合伙人：一些直播营销牛人受邀成为品牌合伙人，拿股份共创事业；也有自己成立代运营公司。行业也支持自由顾问角色。总体上升空间极大，尤其这波浪潮还在初期。将来如果直播成为常规渠道，直播营销人员也许回归到市场/销售序列。本质上，他们就是新形态的销售总监。

#### 5. 市场需求与趋势：从实验项目到主力销售模式

短期需求旺盛，人才缺口集中在全局策划、资源整合能力强的人。接下来几年，中高端仍会紧缺，但基础专员可能供求平衡。从趋势上看，直播营销地位上升，成为主力销售模式之一，人员编制和预算增加，职业稳



定性提高。但其挑战也不小，包括消费者疲劳，需要更具创新型人才；AI 技术辅助决策，营销人更关注策略创意；政策监管趋严，需更专业合规。

直播营销岗位未来转型为常规但高级的营销管理岗位，灵活就业成分在高层顾问、自由专家上体现。普通人入行门槛越来越高，须具备营销管理综合素质。总之，当前新型灵活就业提供大量高端机会，抓住风口个人能迅速成长为稀缺人才。

## 五、 战略技能型 - 高数字依存度岗位

代表岗位主要包括 AI 导演、数字内容创作者。

### （一）AI 导演

#### 1. 岗位演变路径：从传统导演到 AI 辅助创作

AI 导演是近年随着人工智能在影视内容创作中的应用而诞生的新兴角色。传统影视导演通过调度真人演员、现场拍摄、美术布景实现艺术构想，而 AI 导演则尝试运用人工智能技术，在部分或全部环节替代真人或现实场景。其雏形可追溯到虚拟偶像、虚拟主播的出现。

AI 导演的演变路径大致经历：虚拟制作的兴起——电影工业引入实时渲染、游戏引擎等技术，导演开始同时指挥现实和虚拟元素；AI 辅助创作——导演使用 AI 工具辅助剧本分镜、特效预演；AI 主导部分内容——出现纯 AI 生成的短片、动画，由人提供框架，AI 输出大部分画面和角色动作；未来阶段——可能诞生完全由 AI 担纲的大众娱乐内容，人的角色更多是高层策划或监制。

当前 AI 导演还在摸索早期，行业对其定义也不统一，更多是实验项目头衔。但已有现实案例：如一些短视频内容由 AI 自动剪辑生成，或全 CG（英文 Computer Graphics 缩写）电影用虚拟演员。同时，AI 导演岗位的演变见证了综合艺术领域的智能化尝试：当 AI 可以承担视觉、动画、剪辑等子环节，传统导演逐步将部分控制权让渡给 AI，自己退居为策略

指导。现阶段仍需要大量人力辅助，但已展示出制作成本低、速度快、可实验性强等优势。

## 2. 就业规模与现状：萌芽状态的蓝海领域

目前 AI 导演严格说还不是一类已大规模招聘的职业，大部分影视制作公司尚未设立此类正式岗位。市场需求暂时主要存在于：虚拟偶像/主播开发公司、部分科技含量高的影视工作室、元宇宙内容初创企业等。这些公司有时会招聘“虚拟制作导演”“技术导演”等职位，工作内容与 AI 导演类似但名称不同。

求职竞争度方面，由于岗位极少且要求跨界高，真正符合条件的人非常稀缺。现阶段想找一个既懂导演创作又深谙 AI 技术的人几乎没有，要么由技术人员培养艺术感觉，要么由导演学习 AI 知识。对求职者而言，如果具备这样双重背景，几乎是香饽饽。

总体而言，目前 AI 导演的就业市场处于萌芽状态：需求方和供给方都极少，停留在概念验证项目阶段。随着 AI 工具更强大、成本更低，行业对 AI 导演的兴趣可能迅速上升。市场规模可能迎来某个拐点爆发拐点，但时间尚难确定，也许在 5-10 年内。因此，可以概括为：产业正在孕育，人才储备几乎空白。这一方向属典型的蓝海领域。

## 3. 收入水平与工作强度：低薪高压但富有探索价值

结合收集数据来看，AI 导演招聘数据量较少，收入水平偏低，平均月薪仅 9500 元，低于影视行业平均。可能原因主要是：岗位多在小型创新企业，资金有限；AI 项目仍风险高、盈利模式不清晰，导致薪酬偏保守；AI 导演大多处于助理/实验性质职位，尚未承担独立核心角色。若 AI 导演未来被广泛接受且创造商业价值，收入有望提高。现阶段对从业者来说，更多是为了探索和热情投入。

工作强度方面，AI 导演工作更多偏技术研究和内容试验结合，强度很高但性质异于传统导演。传统导演强度主要在拍摄周期，而 AI 导演更



多在前期准备和后期计算：需要花大量时间训练 AI 模型、调试参数、生成素材，然后筛选编辑。

AI 生成内容不受现实条件限制，项目周期可能灵活，但要赶技术攻关进度。同时，AI 导演兼具艺术创作与软件开发的双重苦恼，面临技术不确定性和创作不可控性双重压力。

目前 AI 导演往往要带领小团队一起攻关，属于又当导演又当项目经理的角色，责任重大强度也大。体力劳动减少、脑力劳动加倍。因此，目前 AI 导演工作强度不亚于创业公司技术领导，回报尚未完全匹配，但对愿意探索新领域的人来说有其独特价值。

#### 4. 技能要求与发展路径：艺术与技术双重能力

AI 导演需要兼备艺术指导才能和 AI 技术知识。具体要求：影视导演基础，理解镜头语言、叙事节奏等传统导演基本功；美术与视觉审美，对画面构图、光影、色彩有专业判断；人工智能技术，精通 AI 图像、视频生成相关技术原理和工具，如 Stable Diffusion、DALL·E 等；Prompt 工程，掌握提示词编写技巧；后期剪辑与合成，把零散 AI 素材剪辑成连贯片段；创新和实验精神，勇于试错创新；沟通协作，与 AI 工程师、CG 艺术家沟通意图。

职业发展路径上，AI 导演目前没有固定模式。可能的成长路线：一类来自技术背景，如 AI 工程师，逐渐学习影视艺术，从技术导演→AI 导演→AI 视效总监；另一类来自影视背景，如导演，逐步掌握 AI 工具，从 AI 创意策划→AI 联合导演→独立 AI 导演。

长远看，AI 导演如果积累成功作品，有望获得与传统导演类似的地位，执导更大项目，甚至与真人导演合作成为技术联合导演。也可转型做技术监督/顾问，帮助传统影视项目融入 AI 手段。随着元宇宙、虚拟现实兴起，AI 导演才干也许会用于打造沉浸式虚拟世界。

目前职业挑战在于缺少成熟商业模式，AI 导演做的内容大多偏实验艺术。职业可持续性取决于 AI 创作能否创造商业回报。综合而言，AI 导演目前是“未来职业”，发展路径尚不明确，但前途潜力大。

## （二）数字内容创作者

### 1. 岗位演变路径：从个人兴趣到职业化产业

数字内容创作者指主要依托数字平台独立创作并发布内容，从而获得收益的人士。涵盖博客作者、自媒体视频创作者、播客主播、网络小说作者、游戏实况主等各种个人 IP 内容生产者。

从发展过程来看，萌芽期在博客时代就有个人写博文获取流量广告收益的例子，但还不成体系职业。成长期是微博和微信公众号时代（约 2010 年代），一批自媒体人靠发表图文内容积累大批粉丝，开始实现商业变现。爆发期则是短视频与直播浪潮（2015 年至今）。短视频平台和直播打赏/电商模式，让大量普通人涌入内容创作行列，“人人皆可成主播/网红”成为现实。平台也推出创作者激励计划，进一步职业化。

数字内容创作者逐渐成为令人向往的新职业，大批年轻人将其作为主业甚至创业方向。如今，全职内容创作者已形成产业生态，头部创作者成立 MCN 机构，公司化运作。

其演变历程就是数字媒体民主化的进程：技术降低了内容生产门槛，社交平台放大了个人影响力，创作者经济因此诞生。现在数字内容创作者从非正式走向被承认，是技术驱动就业形态变化的典型案例。

### 2. 就业规模与现状：规模巨大但头部效应显著

数字内容创作者数量近年来呈井喷之势。据统计，截至 2024 年 5 月末，我国网络主播账号已超 1.8 亿（其中只有小部分是活跃职业创作者）。各大内容平台的创作者注册数亦以千万计，但真正将此作为主要职业的人相对比例不高。



市场现状呈现头部少、腰尾部众的金字塔结构。头部创作者数量有限，但流量和收入占大头，一些顶级网红年收入数千万元。而大部分中小创作者难以变现或仅有微薄收入，更类似兼职爱好性质。同时，竞争极为激烈——他们的“求职”其实是争夺用户注意力。平台内容供给已极大过剩，绝大部分自媒体账号粉丝数寥寥，只有不到 1% 的创作者获取了绝大多数流量和收益。成为成功职业创作者的难度很高，有点像艺人明星行业二八法则。

当前红利期已过，流量获取成本越来越高，各领域头部卡位已定。但内容消费仍在增长，平台推出新项目给创作者新的变现途径。总体而言，数字内容创作者就业市场特点是规模巨大、门槛表面低但成功门槛极高，是一个“富者极富，贫者极贫”的领域。

### 3. 收入水平与工作强度：极度两极分化且高强度

数字内容创作者收入水平悬殊极大，没有统一标准。顶尖创作者收入惊人：带货主播薇娅、李佳琦年收入数以亿计；知名 UP 主也有年赚千万者。但这些是凤毛麟角。大多数普通创作者，尤其刚起步者，收入微薄甚至为零。

对于全职职业创作者，收入来源一般多元：平台补贴、品牌广告、粉丝付费、商品销售等。头部创作者通常团队化运作，净利润仍可观。中腰部创作者若找到稳定变现模式，年入几十万也有可能，但持续性不如传统职业。尾部创作者则几乎没有收入。

工作强度方面，看似自由的内容创作实际非常耗费时间精力。很多全职创作者反映比上班更累，因为永远没有下班：灵感随时要记录，热点随时要跟进，粉丝评论要互动。尤其视频创作，需要一人身兼策划、拍摄、剪辑、运营多职。为保持粉丝黏性，创作者通常高频更新，有人天天更甚至日更多条。同时，精神压力也不小：创作是吃“青春饭”的感觉，必须

不断创新，否则很快被淹没。平台算法不断变化，创作者担心流量大起大落，需长期绷紧神经观察数据。

总之，数字内容创作者并非表面看起来轻松。尽管没有固定上下班，但实则时时都是上班。收入不稳定也导致焦虑。可以说，全职内容创作是一种“以爱发电”+高负荷创业型的工作模式。

#### 4. 技能要求与发展路径：创作能力与商业思维并重

数字内容创作者的核心技能在于创作吸引人的内容，并将个人特色打造成品牌。需要的能力包括：内容创意与制作，要么提供信息价值，要么提供娱乐价值；平台运营能力，了解各内容平台的规则和推荐机制，懂得标题取舍、封面设计等运营技巧；个人品牌塑造，需要一定的自我定位和营销能力，把自己的风格卖点反复强化；商业思维，懂得将流量转变为收入的策略；数据分析，分析哪类内容更受欢迎、粉丝画像怎样等；自律和时间管理，要能自己制定更新计划并严格执行；抗压和持续学习能力。

职业发展路径上，数字内容创作者一开始通常是个人单打独斗，然后根据发展规模可能组建团队，自己逐渐从纯粹创造向管理和策略转变，相当于将个人IP做大成内容企业。许多头部创作者最终变成老板/MCN负责人角色。另一方面，创作者也有退役转型的时候。很多曾红极一时的网红选择淡出镜头，转行做幕后，利用经验培养下一代创作者或在内容行业找稳定职位。还有些创作者打出名气后改道进军传统娱乐，成功者从“网红”转变为“明星艺人”。总的来说，这职业发展非常个性化，没有固定套路。关键在于创作者能否不断创新求变，让内容始终保持吸引力。未来行业会进一步成熟，专业化团队运作将成为主流，衍生出内容策划、脚本编剧、短视频制片等分工岗位。



## 第四章 教育培训机构在促进灵活就业中的赋能作用及典型案例分析

在互联网经济浪潮下，灵活就业成为就业新趋势。其中，教育培训机构与平台发挥着关键赋能作用，通过资源整合、技能培训、模式创新等，助力灵活就业者成长，推动行业发展。本章将深入分析其赋能路径与典型案例。

### 一、互联网平台/教育培训机构对灵活就业者的价值

在互联网经济背景下的就业新形态中，互联网平台通过资源整合匹配、降低门槛成本、拓展发展空间，为灵活就业者提供机会与便利；教育培训机构则提供专业技能培训、支持持续学习、对接行业资源并指导职业规划，助力灵活就业者提升能力、明确方向。

#### （一）互联网平台对灵活就业者的价值

##### 1. 资源整合与供需匹配

互联网平台凭借强大的数据处理和算法技术，整合海量的市场需求与灵活就业者资源。例如，外卖平台将商家的订单需求与外卖骑手的配送能力精准匹配，提高了就业效率，让灵活就业者能快速获取工作机会，减少信息不对称带来的就业障碍。同时，平台为灵活就业者提供各类实用的技术工具支持。例如，网约车平台为司机提供智能导航、订单管理等系统，帮助司机优化路线，提高接单效率；设计类平台为设计师提供在线协作工具，方便其与客户沟通和作品修改。

##### 2. 降低就业门槛与成本

打破传统就业模式在地域、时间和空间上的限制，降低了灵活就业者的就业门槛。例如部分内容社交平台，创作者无需专业的设备和场地，仅通过手机就能进行内容创作和分享，实现灵活就业，大大降低了创业和就业成本。

### 3. 拓展职业发展空间

为灵活就业者提供了多元化的职业选择和发展路径。在猪八戒网等派单平台上，自由职业者可以接触到来自不同行业、不同地区的项目，积累丰富的项目经验，拓展人脉资源，提升自身竞争力，实现职业的多元化发展。

#### (二) 教育培训机构对灵活就业者的价值

##### 1. 专业技能培训

针对灵活就业领域的新型职业，教育培训机构提供系统的专业技能培训课程。比如，针对 AI 原画师、短视频剪辑师等职业，开设专门的技能培训课程，帮助灵活就业者掌握行业前沿技术和操作方法，提升其专业能力，满足市场对新型职业人才的需求。线上线下相结合的教学模式打破时间和空间的限制，线上课程方便灵活就业者随时随地学习，线下实践课程则能提供面对面的指导和交流机会，增强学习效果。

##### 2. 持续学习支持、职业素养提升

注重培养灵活就业者的职业素养，包括沟通能力、时间管理能力、团队协作能力等。通过案例分析、模拟实践等教学方式，让灵活就业者在学习过程中提高综合职业素养，更好地适应灵活就业的工作模式和市场竞争环境。同时，提供持续的学习支持和服务，帮助灵活就业者不断更新知识和技能，定期推出新的课程和学习资料，开展学习交流活动，鼓励灵活就业者终身学习，适应不断变化的市场需求。

##### 3. 行业资源对接、职业规划指导

教育培训机构利用自身的行业资源，为灵活就业者搭建与企业、行业专家的交流平台。通过企业合作、行业讲座、实习推荐等活动，帮助灵活就业者了解行业动态，获取就业机会，建立职业人脉关系。同时，为灵活就业者提供个性化的职业规划指导，帮助他们分析自身优势和劣势，明确



职业发展方向。根据市场需求和行业发展趋势，为灵活就业者制定合理的职业发展路径，避免盲目发展，提高职业发展的成功率。

## 二、引领企业案例分析

### 案例：深圳十方融海科技有限公司

自 2016 年成立以来，十方融海逐步确立了以新兴职业教育为核心业务方向的发展战略，从知识分享平台转型为新兴职业教育服务商。十方融海认识到，数字技能将成为未来人才市场的核心竞争力，2019 年起，聚焦新兴职业教育，构建多层次课程体系，包括通用数字素养课程、专业数字技能课程等，满足不同学习背景 and 需求的学员，同时，通过智能教学系统与数字技能学习平台，提供沉浸式学习环境，并与行业领军企业合作，提供真实职业场景与资源支持。

#### 1. 课程设计紧跟行业趋势和技术前沿

十方融海目前主要有知识分享平台、数字化技能培训和智慧教育系统三大业务板块，实现对灵活就业工作者和学习者的全面赋能。例如，“荔枝课”知识分享平台为讲师和用户提供知识分享与学习的平台；数字素养与数字技能课程体系，包含声音口才、国学文化等数字素养课程以及影视后期、音乐制作、数据分析等课程，覆盖新兴职业需求；旗下梨花教育等品牌，为学员提供从零基础到职业高阶的完整学习路径。

其课程内容的设计和更新紧跟行业发展趋势和技术迭代。例如，在开发 AI 原画师、短视频剪辑师等热门课程时，十方融海前期开展了全面且深入的需求评估与行业研究工作，密切关注行业规模与增长态势。以 AI 原画师课程为例，伴随游戏、动漫、影视等产业的蓬勃发展，原画师行业规模持续扩张，市场需求日益旺盛；短视频剪辑师课程则得益于短视频平台的迅速崛起，相关岗位需求急剧攀升。始终以技能实际应用为导向设置课程内容，让学员在每个知识点的学习中都能同步实践操作，真正做到学以致用。

技术发展趋势研究也是前期工作的重点。公司积极追踪 AI、虚拟现实等新兴技术在原画创作、视频剪辑领域的创新应用，确保课程内容能够紧跟技术前沿，使学员掌握最新操作技能。深入研究行业内的认证标准，如 Adobe 认证、Certiport 国际认证等，并将相关认证内容有机融入课程，有效提升学员的就业竞争力。

## 2. 注重产教融合，与行业紧密对接

在产教融合方面，十方融海与游戏、影视、广告等行业的企业建立紧密合作关系，共同开发课程，确保课程内容与行业需求紧密贴合。如 2023 年十方融海与负责运营《守护解放西》《疯狂特效师》等著名 IP 项目的国有控股全媒体内容制作与运营公司中广天泽合作成立中广融海数字技能实训基地，以“手把手”教学培养的形式传、帮、带，为学员提供如影视后期技能、影视编导、影视策划及创作、色彩美学等数字互联网时代下的主流技能教学。

十方融海与高校、企业等建立深度合作关系，共同开发课程、共建实训基地，将企业实际项目引入课堂，让学生在实践中学最新技术和行业知识，为正式工作做好充分准备。根据企业用人需求开设产教班，精准对接岗位技能要求，实现精准育人。与贵州理工学院共建影视人才培养基地，实现线上+线下双师教学，提升学生数字素养和数字技能。

该公司将行业标准和企业需求深度融入课程，使学员所学知识与市场需求无缝对接。与此同时，为学员提供灵活多样的学习方式与就业支持，助力职业转型与提升。为支持学员终身学习，公司建立学员交流社群，为学员提供持续的学习支持和资源共享平台。此外，还为学员提供进阶课程和行业认证培训，助力其不断提升技能水平，实现职业持续发展。邀请行业内的资深专家作为客座讲师，分享最新技术动态和实战经验，使学员能够第一时间接触到行业最新资讯。

## 3. 以就业为导向，重视学员职业发展



十方融海高度重视完成课程学习的灵活就业工作者和学习者的就业发展，围绕业务场景，构建了从学习到就业的一体化支持体系。基于与企业的深度合作，学员可在实操训练场景中积累宝贵经验，同时，十方融海会依据学员学习表现和技能评估，为学员推荐匹配的实习和工作机会，助力其顺利进入职场。

十方融海与 200 多家企业展开深度联动，依托合作企业提供合作机会构建接单广场，搭建起智能就业服务平台。比如梨花声音研修院 App 上就有接单广场，在平台上，一方面利用大数据分析学员技能水平与企业岗位需求，实现人岗智能精准匹配，学员可快速获取契合自身能力的就业机会。另一方面，平台为学员提供持续的职业发展服务，学员能够随时获取行业最新资讯、技能提升课程以及职业咨询，确保自身能力与行业发展保持同步。

十方融海也为学员提供全面的职业规划与就业辅导服务。在职业规划指导上，有全程跟班的带班老师与学员全程沟通，如果学员有需要，班主任可以根据学员兴趣、技能和市场需求，为他们推荐个性化职业发展规划，也会指导学员优化简历，突出技能优势和项目经验，提高简历吸引力。

#### 4、推动标准制定，树立行业标杆

十方融海在发展过程中积极与政府、高校、行业协会等开展合作。与行业协会合作，标准制定与行业引领。参与《人工智能赋能教育发展研究报告》编制，董事长黄冠、CEO 陈劭及旗下梨花教育总经理杨楠作为核心专家组成员，深度参与报告框架设计、技术标准制定及典型案例筛选，将企业在 AI+教育领域的创新实践与战略思考融入国家级智库成果，为教育数字化转型提供兼具前瞻性与实操性的参考方案。

参与国家标准《教育与学习服务远程学习服务要求》的起草，十方融海董事长黄冠、CEO 陈劭、创始人雷浪声也成了《标准》的主要起草人，积极助力行业规范健康发展。目前该国家标准已经正式实施。同时，也是

《教育服务数字技能培训通用要求》国家标准制定的核心参与者和重要起草单位，积极组织国家标准讨论会。

编写的《全媒体运营师技能规范》与《数字技能在线学习规范》正式通过职业教育和培训服务企业标准，并由国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会主管的全国标准信息公共服务平台进行公示，巩固了公司在职业教育领域的领先地位，推动行业规范化发展。

### 三、 个人成功转型案例分析

在灵活就业人员的从业历程或就业转型过程中，技能学习与提升是非常重要的部分，互联网平台和教育培训机构在其中发挥着重要作用。互联网平台通过提供丰富多样的就业信息，利用大数据、人工智能等技术精准匹配供需，降低就业门槛；教育培训机构则根据市场需求开设针对性课程，如电商直播、AI 新媒体创作等，采用理论与实践结合、线上与线下融合的教学模式，增强其就业竞争力，助力他们更好地实现就业转型。

#### （一）案例：从家装送货员到声音创作者

在武汉的家装行业，胡蟠龙曾是一名普通送货员。每天穿梭于建材间的他，未曾想过有一天会靠自己的声音“破圈”。一次偶然的机会，收听喜马拉雅上李野墨播讲的有声书《平凡的世界》，深深被作品打动的同时，让他意识到自己的普通话问题——连“荷兰”与“河南”的发音区别都听不出。这个发现像一颗种子，在他心里埋下了改变的念头。

2022 年，胡蟠龙在抖音刷到十方融海的声音课程。9.9 元的 5 天体验课后，他果断报名实战营，开启系统学习。在报名课程之初，他仅仅是抱着提升普通话水平的目的，并不知道这会给自己的职业发展带来什么益处，也不知道学习声音课程后有哪些就业的可能性。“我自己的学历比较低，但我还是对学习有向往，也愿意下功夫。”

课程涵盖普通话纠正、气息训练以及在有声书、商业配音方面的应用技巧，白天送货、晚上 8 点准时上线学习成了他的日常。线上小班课上，



老师通过视频一对一纠正他“f/h”发音的口型问题——比如“凤凰”一词，他曾习惯咬唇发力，经指导才知道正确发音是上齿轻触下唇。

学习初期，“丹田发力”“胸腹联合呼吸法”等概念让他困惑。他便自学，跟着声乐教学视频强化训练，甚至总结出一套自己的气息训练方法。半年课程结束时，他的发声规范性和力量感显著增强。

2023年6月，胡蟠龙首次在十方融海的接单广场尝试着迈出第一步，试音成功，中了一本书的角色配音，从此开启兼职配音之路。他逐渐发现，自己打下的扎实基础给了他底气，随后，他一步步通过学员群和资源群拓展人脉，他累计完成100多本有声书的角色配音，这作为一项“副业”，收入也逐渐有了起色，从月均2000元逐步提升至4000元。

不满足于“执行者”角色，2024年，他开始组建团队来独立承接平台项目，在番茄畅听、懒人听书等平台，担任有声书统筹，负责选书、招募配音员和协调录制。初期项目因经验不足等各方因素，前期投入成本较高但收益有限，存在一定波动和风险。但他表示，随着对书目、IP的选择经验提升和团队协作的熟练，部分优质项目有望实现长期分成和收益持续增长。

目前，他本职工作外的大部分时间都在声音领域。谈及行业现状，胡蟠龙发现，有声书入门门槛较低，但要进阶和做出成绩需要扎实的基础和长期深耕；短剧配音虽单价更高，但竞争激烈。目前他仍保留家装行业为主业以保障稳定收入，副业则探索有声内容开发。

“白天搬砖、晚上配音，累但充实，也结识了很多志同道合的朋友。”他说，“声音让我看到了职业的另一种可能，普通人也能在技术赋能下实现跨界成长。慢慢来，总能走出自己的路。”

## （二）案例：用热爱在影视行业开辟属于自己的新赛道

今年45岁的袁静秋曾是电视台工作十余年的资深媒体人，从事前期采访和后期编辑。2012年，怀揣创业梦想的她辞去稳定工作投身商海，却

在疫情冲击下面临生意困局。看着自媒体行业的蓬勃兴起，对影视行业始终怀揣热爱的她，决定重拾“老本行”——影视后期。

然而，十多年前电视台的工作经验，与当下自媒体时代的影视后期制作早已是天壤之别。她意识到这一点后，毅然踏上了重新学习的道路。

袁静秋报名了十方融海的全能班课程，历时半年系统学习。课程采用直播、录播结合一对一指导的形式，内容覆盖影视后期包装、二维动画创作、MG 动画以及 C4D 基础建模渲染等多个领域、多项技能。尽管拥有多年剪辑经验，对基础软件操作驾轻就熟，但她仍发现，在电视台时期接触的软件和技术，与当下行业需求存在巨大差异。在全能班完成基础入门后，她又陆续报名多个进阶课程，持续深耕专业技能。

“一切重新来过，学到的东西挺多的。”学成后，袁静秋凭借在电视台积累的资源和新掌握的技术，开启“灵活就业”模式。曾经的同事、朋友等人脉资源成了她的一部分客户来源，慢慢地，她承接到多项专题片制作、C4D 建模渲染项目，实现“技能变现”。

与此同时，爱好摄影的袁静秋还签约多家图库平台，出售自己的摄影作品，多元的收入渠道让她能够从容应对自由职业的收入波动。虽然收入与电视台时期不相上下且并不固定，但这种灵活的工作状态让她得以自由掌控生活节奏。

“转型后我也有一些独立思考的时间。”如今的袁静秋，将工作重心更多放在了实现个人创作理想上。内心充满童真的她，一直怀揣着制作一部属于自己的动画片的梦想。“小时候我经常想，在森林里有一个小木屋，一群小动物都是我的好朋友。我偶尔就会构思，它们的形象是什么样。”

通过系统学习，她开始逐步将想法付诸实践，利用闲暇时间构思以森林为主题的动画短片，尝试搭建动画人物模型。尽管作品尚未成型、未成体系，但她乐在其中，“没有人给我下 KPI，也不着急做出成果，完全是在寻找年轻时未实现的梦想。”



对于未来，袁静秋选择“一切随缘”。在她看来，45岁的人生无需过多规划，随心而为、做自己热爱之事，就是最好的生活状态。

### （三）案例：拥抱 AI 视频新技术为传统影视行业赋能

来自辽宁的柴宇鹤年过 50 岁，是一位在传统影视行业深耕多年的电视台导演，有着丰富广告片、MTV 等影视制作经验。在 AI 技术汹涌来袭的当下，他决定拥抱新技术，踏入 AI 视频导演的全新领域，用行动诠释着“终身学习”的力量。

作为电视台资深导演，他深知传统影视制作从前期策划、人员协调到后期制作的繁琐流程，一部 30 秒的广告片，即便以最快速度推进，也需要一周时间。而 AI 技术的出现，为他打开了新世界的大门。

“AI 对于我来说是条‘捷径’。”他解释道，自己虽然毕业于美术类专业院校，但对动画动漫领域的技术并不熟练掌握，若使用传统动画制作技术，其中一些复杂的数据参数对年龄渐长的他颇具挑战，而利用 AI 技术，仅需输入文字指令，就能将自己脑海中静态或动态画面创作出来，极大降低了创作门槛。

课程采用线上录播与直播结合的模式，录播课夯实基础，直播课答疑解惑并分享案例，配合一对一辅导，确保学习效果。十方融海还提供与国外平台相连的操作平台，方便学员实践。

在十方融海的 AI 视频导演课程学习中，他系统掌握了 AI 工具的运用逻辑。“生成画面并非简单下指令，而是需要融合艺术知识与技术技巧。”柴宇鹤举例称，比如想要呈现伦勃朗油画风格的光影效果，不仅要对此种艺术风格有深入理解，还需给出精准全面的指令，并且往往需要反复“抽卡”（调整参数重新生成），才能获得理想画面。

“动态画面制作同样如此，基于这么多年的工作经验，我已经知道镜头怎么运动、画面怎么构成，再加上需要熟练掌握一些 AI 工具，才能把

想要的东西实现。尽管 AI 技术不断进步，早期可能出现的一些‘手指变形’等问题已逐渐改善，但仍需多次调整优化。”柴宇鹄说。

这些学习让他的工作发生了质的改变。如今使用 AI 工具，同样的 30 秒广告片，他最快一天就能完成，效率提升显著。“传统的广告片制作需要一个团队配合，除了导演还需要灯光、摄像、服装、化妆、文案策划、后期制作、音乐配音等等，现在掌握了 AI 工具，一个人就可以全部完成。”

此外，AI 还拓展了他的创作思维，曾经难以实现的创意，如今通过语言描述就能变为现实，画面也更加唯美精细。“以前不敢想象的难以实现的构想，现在都可以去实现，只要你有想法。”

对于无影视或艺术基础的学员，他认为 AI 视频导演课程也能带来新机遇。学成后可选择运营小红书等自媒体账号，根据兴趣选择母婴、宠物等赛道；也可通过十方融海的接单网站承接商单，虽然初期多是几十到几百元的小单，但随着经验积累，职业发展空间广阔。

“虽然我 50 多岁了，但钻研 AI 技术的难度，比重新学习传统动画制作小得多。”这位资深影视人说道。在 AI 浪潮中，他用学习突破年龄界限，不仅为自己的职业发展注入新活力，也为行业转型提供了鲜活样本。

#### （四）案例：从冷冻食品到 AI 设计的职业跨界

在接触 AI 设计之前，郑莎莎从事冷冻食品批发生意及餐饮店经营。2022 年新冠疫情期间，原本从事线下行业受限，她开始考虑未来的职业发展路径。

空闲时刷到十方融海的线上课程后，被影视后期公开课吸引。起初是出于餐饮店海报设计依赖外包且成本较高，她希望通过学习自主完成设计。2023 年 AI 技术兴起后，她意识到自己在设计领域的潜力，认为“新工具可能带来新机会”，希望能抓住这次难得的机遇，掌握一门新技能，并为自己寻找新的可能性。



她先后报名影视后期、AI 视觉设计、GPT 应用等多门课程。课程涵盖 PS、AI、AE 等传统设计软件，以及 AI 视觉设计（如图文生成、商业海报、插画设计）。作为零基础学员，她从基础概念学起，后期逐步掌握 AI 提示词的精准运用。

学成后，她通过社交平台账号展示作品，吸引到了个体商户、设计工作室等抛来的“橄榄枝”，并接单实现变现。例如，为美容工作室设计“仪态美学”海报、为餐饮品牌制作外卖图、为服装设计国风印花，并考虑打版制作生产。

目前，AI 设计成为郑莎莎的兼职，利用晚间及周末时间运营，目前月均收入处于波动状态，并不稳定。谈及未来计划，她表示，希望探索“AI 设计+实体产业”结合，例如将生成的国风图案应用于旗袍等服装定制等。对于全职转型，她表示需观察市场反馈及项目落地情况，暂不急于决策。

郑莎莎认为，AI 设计降低了传统设计门槛，尤其适合中小商家及非科班从业者快速上手。尽管 AI 生成内容存在“机械感”等局限，但通过优化提示词及结合行业经验，可产出符合商业场景的作品。她建议新人从垂直领域（如电商、本地生活服务）切入，利用自身行业经验形成差异化竞争力。

## 第五章 数字经济下促进高质量灵活就业的政策建议

当前灵活就业存在的劳动关系界定模糊、社会保障覆盖不足、技能培训供需错位、职业发展通道窄化等核心问题，该报告将从宏观政策与行业发展两个维度提出系统性建议。

### 一、当前数字经济下灵活就业存在的问题

#### （一）社会保障与劳动权益保障覆盖不足

灵活就业者与平台或雇主多为非标准劳动关系，现行社会保障体系难以适配其工作特性。大多数灵活就业者需以个人名义缴纳社保，费用高昂且缺乏企业分担，部分灵活就业者因缴费负担重而放弃参保，从而在疾病、养老等方面缺乏基本保障。同时，灵活就业的“去雇主化”特征使劳动关系认定困难，平台与从业者之间常以合作协议替代劳动合同，导致大量从业者面临欠薪、工伤无赔偿等风险。以网约车司机为例，一旦发生交通事故，平台常以非雇佣关系推脱责任，司机难以获得合理赔偿，合法权益得不到有效维护。

#### （二）职业成长发展受限

灵活就业者普遍面临“技能固化”与“职业天花板”问题。由于行业特性和成本考量，企业或平台很少为灵活就业者提供系统性职业培训，导致从业者缺乏正规的技能提升通道。以网络从业博主为例，虽然互联网创造了大量的就业机会，但出圈的博主和互联网博主总数比较仅是凤毛麟角，多数博主缺乏专业的内容策划、运营推广培训，只能长期停留在基础内容创作阶段，难以实现从素人博主到专业领域达人的转型。此外，行业内缺乏清晰的职业晋升路径和评价体系，从业者即便积累了一定经验，也难以获得更高层次的发展机会，职业转型困难重重，限制了其长期职业发展。

#### （三）工作强度与心理压力



灵活就业者长期处于高压状态，身心俱疲，由此引发心理焦虑等问题。为了维持竞争力和订单量，从业者需时刻在线，熬夜成常态。同样以博主为例，表面看博主是自由职业，实则为 24 小时职业。他们不仅要花费大量时间构思内容、拍摄剪辑视频，还要实时回复粉丝评论、应对网络舆情，甚至为了追热点需要连夜创作。此外，灵活就业收入不稳定，从业者常面临订单波动、流量下滑等经济压力，这种不确定性进一步加重了他们的心理负担，长期积累易导致焦虑、抑郁等心理健康问题，严重影响身心健康和生活质量。

#### （四）身份认同与社会融入感低

社会对灵活就业存在偏见，传统观念认为其“不稳定”“低端”，这种认知偏差影响了灵活就业者的社会形象和地位，进一步加剧从业者的身份认同危机。例如，在一些社交场合，当灵活就业者表明自己的职业时，可能会被贴上“不务正业”的标签，难以获得与传统职业同等的尊重和认可。此外，由于灵活就业群体工作分散、流动性大，缺乏像传统行业那样的组织归属感和社交圈子，导致他们在社会融入方面存在困难，难以建立稳定的职业社交关系和社会支持网络，这种孤立感和边缘化状态不仅影响从业者的职业发展，也对其心理健康和生活幸福感造成负面影响。

## 二、宏观政策层面建议

### （一）完善社保制度，强化法律保障

针对现阶段灵活就业人员的基本权益保障问题，建议政府能够出台更多政策来加大保障力度。一方面，通过完善法律，出台专门针对数字经济灵活就业的劳动法律法规，明确灵活就业者与平台、雇主间的劳动关系认定标准，破解“身份模糊”困境。另一方面，完善灵活就业人员参与社会保险制度，调整社会保险与劳动关系的绑定，将灵活就业形态纳入保障体系，扩大社会福利保障的覆盖范围。

例如，依据工作时长、收入构成、劳动控制程度等多维度指标判定劳动关系；建立适应灵活就业的社保体系，推行弹性社保缴费制度，允许灵活就业者根据自身收入情况，按月、季度或年度灵活缴纳社保费用，同时政府给予一定社保补贴，减轻其缴费压力。

首先应进一步明确“不完全劳动关系”的社保责任主体。应通过政策手段明确平台企业与第三方合作方的法定义务与监管范围，必要时可探索由平台与劳务公司共同承担社保缴纳义务的联合方案，避免出现相互推诿。其次，零工经济特征决定了社保制度要“按需”设计，可探索“非捆绑式”参保方案，允许零工按需选择医疗、工伤等单项保险，而非强制缴纳五险一金；对高流动群体适当放宽参保基数或缴费门槛，并进一步推动跨区域缴费和接续，减少重复缴纳或因频繁换工作、换城市而出现的“社保断档”现象。再次，可借鉴已有的试点经验，实施阶梯式补贴。比如，对月收入低于 5000 元者，政府或平台承担 50% 的个人社保缴费，对收入高于 8000 元者，补贴比例降至 20%。

## （二）“低干预、强保障”，优化就业生态

新兴就业形态拓宽了就业渠道，对就业有强大吸纳作用，应以开放态度鼓励发展。这类岗位具有“草根性”“原生态”特点，多数依托互联网技术和平台经济，由个体创造力和市场需求催生，呈现“野蛮生长”的多样性，部分通过互联网平台实现规模化匹配。新兴就业形态灵活就业处于发展初期，应给予自由生长的空间和包容的环境，多支持并帮助其规范发展。

因此，建议构建“低干预、强保障”的生态环境，允许不同形态的就业模式自由竞争，提供基础保障、维护公平竞争环境，通过市场机制筛选出真正可持续的业态。若过早通过行政手段“扶持”，可能压制原生态创新，破坏市场自然筛选机制，削弱行业活力。允许“试错”和“淘汰”，



留存下来的将是真正适应市场需求的创新模式，最终推动就业形态的多元化发展。

保障的同时帮助其规范发展，例如，制定互联网平台运营规范标准，明确平台在信息发布、交易规则、佣金收取、数据安全等方面的责任与义务。加强对平台的日常监管，建立定期巡查与不定期抽查机制，对违规平台进行处罚，营造公平、透明的就业环境。

此外，强化权益保护与争议解决效率，建立“线上+线下”多元维权通道。线上可开发全国统一的灵活就业维权 App，线下可在快递物流园区、直播基地等从业者集聚区设立“流动仲裁庭”等。可以试点“行业集体协商制度”，由行业协会牵头，组织平台企业与从业者代表开展年度集体协商，重点协商内容包括恶劣天气补贴标准、连续工作 4 小时强制休息机制、职业技能培训成本分摊比例等。

### （三）优化就业服务，加强技能培训

灵活就业者除了获得收益、社会劳动保障外，其自身的成长学习和心理健康问题也值得关注。建议加强灵活就业市场规范化建设，完善服务功能，强化岗位信息对接，健全培训措施，支持劳动者就业和提升职业技能。

将数字经济下的灵活就业纳入国家整体就业政策体系的重要位置，制定专项发展规划。设立灵活就业发展专项资金，每年从财政预算中划拨一定比例资金，用于支持灵活就业服务平台建设、创业扶持等项目，助力平台搭建。

同时，设立灵活就业技能提升专项基金，将技能培训纳入政策红利范畴，对参加新兴职业培训的学员给予学费补贴，可设置每人每年补贴上限；推行平台吸纳就业奖励机制，引导平台稳定从业者队伍，推动灵活就业市场规范化、规模化发展。

## 三、行业发展层面建议

### （一）搭建全周期就业服务网络

打造“一站式”灵活就业服务枢纽，在重点城市建设“数字经济就业服务港”，建立“成长型”职业发展共同体。搭建企业与灵活就业者对接平台，促进人才供需精准匹配，如定期举办数字创意行业交流大会，提供项目对接、经验分享机会。推动不同行业间的跨界合作，拓展灵活就业的业务领域与发展空间，催生更多新兴灵活就业形态。

支持行业协会组建“灵活就业者联盟”，开展资源共享、建立工具库、订单池等核心服务，并组织“经验分享讲堂”，邀请有一定收入能力的自由职业者分享接单技巧、客户管理经验等。帮助灵活就业者树立长期职业规划意识，避免陷入“技能固化”与“职业天花板”困境。结合自身兴趣和市场需求，选择有发展潜力的领域进行深耕，积极参加职业培训和学习，不断提升自己的综合素质和竞争力。此外，关注平台劳动者的个人发展和心理健康，为他们提供相应的咨询和心理援助服务。

## （二）推动建立技能、资质认证统一标准

在互联网经济下灵活就业领域不断涌现新兴职业，但技能认定标准的缺失，导致从业者资质参差不齐，企业招聘成本高企。对此，建议由相关政府部门牵头，联合行业协会、头部企业和职业院校，制定覆盖全域的资质认证标准体系，明确各等级对应的能力要求与考核指标。

搭建统一的线上认证平台，整合分散的培训资源与考核渠道，考核合格者将获得由人社部门背书、行业协会颁发的权威认证证书，给予劳动者相应的技能认证、资质认证，使灵活用工人员能够在相对大的范围内持证找工作，提高劳动者积极性并提高行业效率。

此外，行业协会可联合企业与职业院校合作开发新兴职业能力模型，将市场需求转化为标准化课程，提升就业者竞争力。同时，制定行业操作规范白皮书、推动职业标准认证体系建设，又能提高企业的用人效率，激发灵活就业市场活力。

## （三）加强技能培训，提升人才素质



在教育领域，学校的专业培养目前未能跟上新兴技能发展的步伐，现有专业设置与新兴职业需求存在较大差距。若从业者希望从事这些新兴岗位，还需要加强相关技能培训，这部分培训、技能提升需求可交由市场来弥补。

建议行业内构建“产业需求导向”的技能培训体系，建立“动态调整+产教融合”课程开发机制，由行业牵头、联合重点企业，每季度发布《新兴职业技能需求白皮书》，重点标注部分岗位的技能缺口。教育培训机构可自主开发适配新兴岗位的课程，需要通过监管确保服务质量；引导教育培训机构与行业企业深度合作，推动职业院校与培训机构共建“产业学院”，试点“1+X证书”融合培养，实现课程内容与岗位需求的“零时差对接”，根据市场需求动态调整培训课程。鼓励企业为内部灵活就业者提供在岗培训，提升劳动者专业技能与综合素质，满足行业高质量发展对人才的需求。

推动新兴职业发展需建立行业规范和标准，将规范管理与发展相结合，避免乱象丛生。坚持边治理边发展的原则。对于商业化培训机构开展职业技能培训，鼓励社会各界参与人才培养的同时，要在发展过程中规范治理，避免因追求利润影响培训质量。

#### （四）转变传统人才理念

传统认知中，“灵活就业=不正规”的偏见根深蒂固，许多人将网络主播、外卖骑手、自由撰稿人等新兴职业视为“过渡性工作”，这种观念不仅限制了从业者的职业发展，也阻碍了新业态的健康成长。虽非传统雇佣模式，但其社会需求真实存在，事实上，这些新兴职业通过知识分享、生活服务等方式，创造了巨大的社会价值，如助农主播通过直播带货，帮助偏远地区农民打开销路；线上心理咨询师为无数焦虑人群提供情绪疏导。

因此，亟须通过媒体宣传、政策解读等方式，引导公众认识到灵活就业并非“不正规”，而是适应数字经济发展的新型就业形态，引导公众

理解新兴职业的社会价值，避免因“小众”“非主流”而否定其存在意义，为新业态成长创造舆论空间。



报告撰写：郑伟彬 冯琪

校 对：李立军

支持专家：张丹丹 北京大学国家发展研究院副院长、经济学教授

刘 铸 高校毕业生就业协会副会长、沈阳师范大学原副校长