



中国劳动和社会保障科学研究院
Chinese Academy of Labour and Social Security



北京大学政府管理学院
SCHOOL OF GOVERNMENT PEKING UNIVERSITY

抖音促进高质量充分就业的 价值研究

中国劳动和社会保障科学研究院
北京大学政府管理学院

摘 要

中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。经济社会迈向高质量发展、人民追求高品质生活的新阶段。创新驱动和消费拉动成为经济增长新动能,促进高质量充分就业是新时代新阶段的新定位新使命。充分发挥数字经济等新兴产业和未来产业,数字赋能提升传统产业,创造和扩大就业机会,促进就业质的有效提升和量的合理增长,是提升经济发展就业带动力,构建就业友好型发展方式的重要内容。

本报告以抖音平台(下文简称为“抖音”或“平台”)为例,通过文本分析、数据挖掘、模型测算、问卷调查、案例分析、深度访谈等方式,研究数字经济平台在促进高质量充分就业中的内在作用机理机制和运行模式及影响效应。

研究表明,抖音以“激发创造、丰富生活”为使命,通过短视频、直播、电商、本地生活等业务版块,形成了以“丰富生活-丰富经济-丰富就业”为内在逻辑的就业促进机制和运行模式,在促进实现“量、质、效”三维一体的高质量充分就业方面取得积极成效。依据本报告的定义,抖音整体带动的就业机会超过6455万个。其中,抖音直接带动的就业机会超过4921万个,间接带动的上下游就业机会超过1534万个。

调查数据显示,抖音从业人员的身份类型多元,上班族、个体户、自由职业者、全职宝妈等都活跃在平台之上;覆盖地域广泛,从一、二、三线城市到中西部乡村均有涉及;从业领域丰富,短视频创作、电商卖货、才艺直播、本地生活、政务公益等多元涉猎。从业人员工作时间灵活,从收入状况看,超两成从业人员的主要收入来源是平台收入。从业动机来看,行业兴趣和灵活就业是其主要入行原因。

具体来看,抖音在促进高质量充分就业方面突出表现在几个方面:一是增加充分就业的机会,提高劳动参与水平。抖音助力全职宝妈、农民工、城镇登记失业人员等适龄重点群体创造就业机会;带动大龄、银发劳动者重返就业市场,从事内容创作、探店等相关工作。

二是激活劳动潜能和人力资本,发挥职业转型“窗口”和技能开发作用。抖音助力人的能力开发,释放人力资源潜力;给予副业转型、创业转型和其他受到冲击转型的群体,以及灵活用工人员过渡和增收的可能;发挥技能开发作用,塑造更多“斜杠青年”式的多技能人才。

三是促进从业人员专业化、专职化发展,以“奖励才能与创新”引导技能提升。抖音生态衍生者(广告,电商产业链从业)收入更均衡,全职性收入占比更高;生态支持者和衍生者收入更为稳定;生态直接从业者收入呈现“奖励才能与创新”的特点,即高技能高创意劳动者获得更多的激励性收入。

四是促进城乡区域就业平衡。抖音通过为中西部地区、中小城镇提供高质量岗位以及

实施乡村振兴流量支持计划等方式，为中西部中小城镇、以及边远地区、山区等地方创造大量岗位，在平衡城乡区域劳动力资源配置和就业发展方面发挥重要作用。

五是赋能中小企业创业，助力企业稳岗扩岗，扩大创业带动就业的乘数效应。抖音通过推动企业多元化、全面化转型，提升企业稳岗扩岗能力，同时通过平台赋能帮助各类创业者更好实现创业梦想，带动就业。

深入分析抖音对高质量充分就业的促进作用，主要是通过其“三个丰富”的发展模式实现，即

丰富生活：转变生活社交模式，丰富提升物质消费水平，开发精神生活消费潜力，创造和满足多样化、多层次消费需求；以其强劲的生活场景渗透力嵌入到全国数智化产业带，构建起一个多元化的商业画布。通过内容生产创造美好生活体验，推动内容先行、兴趣驱动的消费扩围升级，现从“娱乐工具”到“生活方式”的蜕变。

丰富经济：激活流量经济产业，整合生产要素资源，促进一二三融合发展，畅通多场景产需链接和经济循环；通过跨界融合赋能千行百业，实现从“内容力”到“交易力”，从“生意”到“生态”的发展范式升维，业务版图日益扩大和深化。通过数实融合打破场景边界，利用引流带量，带动地方文旅频频出圈，从“深山”到“云端”，为低线市场提供全新可能，通过释放“产－供－销”磁吸势能，支撑起低梯度地区或下沉市场的经济产业发展。

丰富就业：通过开拓就业新阵地，开发新职业，培育就业新观念，释放新业态活力带动就业创业，发挥其在就业方面的创造效应、改造效应、普惠效应、扩散效应和匹配效应，为越来越多的个人和企业提供创业、就业、增收和逐梦的机会，通过众创价值带来经济价值、社会价值和个体价值。

在高质量发展与高质量充分就业目标下，数字技术和产业变革将进一步扩大平台就业效应，新质生产力加速发展，推动抖音向智能生态体进化；技术重构新消费场景，从屏内到产业链接虚实融合；拓展原有消费半径，为消费增长提供新动能新岗位；重塑数字生活共同体，为人民群众提供高品质生活；扩大机会提升技能，为高质量充分就业贡献力量。

基于新趋势、新问题和国家发展战略，将推动逐步建立起政府、企业、社会协同治理新机制，提升短视频直播等内容创新平台治理效能；助力健全适应数字平台经济就业特点的社会保险制度；发挥“导向灯”作用，加快构建形成涵盖价值导向、内容质量、传播效果等多维度的科学评价体系；主动融入产学研体系的构建，探索校企融合、协同育人的培养方式。

一、引言

2024年5月27日，习近平总书记在二十届中共中央政治局第十四次集体学习时明确指出“促进高质量充分就业，是新时代新征程就业工作的新定位、新使命”。这是站在新的历史发展阶段，科学把握就业发展规律、深刻洞察国内外发展环境和就业矛盾变化、顺应人民

群众新期待作出的科学论断，为促进高质量充分就业提供了战略指引和行动指南、注入了强劲动力和坚定信心。

当前和今后一段时期，我国经济社会进入高质量发展的新的历史阶段，全面准确贯彻新发展理念、构建新发展格局、发展新质生产力、培育发展新动能，经济转型升级进入“化蛹蝶变”的关键期，与此同时，中国式现代化进程中的人口老龄化、城乡一体化、新型工业化、产业数智化、发展绿色化、就业形式与观念多元化等趋势持续深化，给促进高质量充分就业带来了系列机遇与挑战。为此，提出要坚持就业有限导向，提高发展的就业带动力，构建就业友好型发展方式。特别是要提高产业发展的就业拉动能力，统筹一二三产发展、传统产业与新兴产业发展，因地制宜发展新质生产力，在数字经济、绿色经济、银发经济等领域扩大就业机会。

数字经济作为全球经济增长的新引擎，正从早期的“技术应用驱动”迈向“深度融合与系统重构”的新阶段。这一阶段以数据要素为核心生产要素、以技术创新为根本动力、以全产业数字化转型为发展趋势，呈现多维度的变革特征。数字经济发展对劳动就业领域产生的深刻影响，大大改变了传统经济形态下的劳动世界。新就业形态劳动者以一种新的就业形态出现在劳动力市场中，为灵活就业注入新的生机与活力。新就业形态是新一轮信息技术革命特别是数字经济和平台经济发展带来的一种就业新模式，体现为劳动关系灵活化、工作内容多样化、工作方式弹性化、工作安排去组织化、创业机会互联网化。目前呈现就业容量不断增大，需求持续增长态势。据第九次全国职工队伍状况调查结果显示，我国新就业形态劳动者数量达 8400 万人，已占职工总数的 21%。另据《2024 中国新型灵活就业报告》，从 2019 到 2024 年，新型灵活就业的招聘规模在劳动力市场的份额呈显著增长态势，招聘职位数占比从 8.4% 增至 15.2%。新就业形态的发展阶段经历了初步起源到快速发展到支持规范再到高质量发展阶段，政府部门在“让子弹飞一会”的历程中，以问题为导向，明确了包容审慎的态度。2021 年人社部等八部门出台《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的指导意见》，提出“不完全符合劳动关系”情形，明确平台责任。2021–2023 年北京、上海等 7 省市开展职业伤害保障试点等，都为构建新就业形态群体的权益保障体系提出更加具体化更具操作性的政策措施。

作为数字经济时代平台企业的代表之一，抖音服务社会生产与生活的方方面面。抖音作为内容创作平台，出现的时间要稍微晚于社交类平台，其在新就业形态的快速成长阶段（2016–2020 年）开始初步探索；在新就业形态的支持规范阶段（2020–2023 年）快速崛起，推出了一系列支持电商发展的功能和政策，如抖音小店、购物车等，形成了较为完整的电商生态体系；在高质量发展阶段（2024 年–今）更加注重生态建设和规范发展，抖音生活服务推出规范探店的规则 and 标准，上线保证金、违约金等机制。与其他平台相比，抖音具有诸多带着自身特定“基因”的特色：一是满足需求方面，抖音已由满足人民群众吃、穿、住、

用、行某一方面物质生活的单一服务转为“物质 + 精神”生活的满足，提升了人民群众马斯洛需求理论的层次；二是用户行为方面，有别于其他平台目标导向的需求行为，抖音的用户行为特征由内容消费到兴趣电商的自然延伸，用户粘性特征明显，形成“种草 – 拔草”闭环；三是产业链协同方面，有别于其他平台重资产自营形成强管控闭环生态，抖音的开放生态，能低成本扩展新业务，快速形成生态规模；四是社会价值方面，其他类型平台致力于提升传统行业存量市场的效率，而抖音促进低门槛普惠就业，赋能个体创作者低成本触达全国市场，为高校毕业生、老年群体、弱势群体提供了融入社会经济生活的渠道，推动形成更加包容、和谐的社会氛围；也有助于缓解就业压力，降低失业率，促进高质量充分就业，维护社会稳定。据统计，2024 年抖音生活服务业务已覆盖 370 多个城市、超 610 万个商家线下门店，年交易额同比提升 81%。2024 年抖音电商平台全年主动服务超 2.4 亿用户，售后满意度较上一年提升 13%，共向消费者提供了 3 亿次客服服务，累计服务了 460 万商家，完成 2892 万次咨询。

二、抖音平台带动就业的总体情况

为了解抖音作为数字平台在创造和带动就业规模方面的总体效应，本研究报告利用平台大盘数据和相关调查数据，对平台全生态的就业带动作用做了测算分析。从就业的统计操作定义看，根据国家统计局的定义，就业指的是符合条件的劳动者“在调查统计周内工作 1 小时以上并获得收入”的工作状态，没有对收入门槛做规定。为充分体现平台在高质量充分就业方面的价值，本报告将抖音带动的就业机会从工作时间、收入水平以及工作收入持续性等方面进行了定义。据初步测算，2024 年抖音平台带动的就业机会超过 6455 万个。其中，抖音直接带动的就业机会超过 4921 万个，间接带动的上下游就业机会超过 1534 万个。

就业类型	业务模块	代表性职业
直接就业机会	短视频、直播、电商、生活服务等	创作者，如短视频博主、才艺主播、电商主播、探店体验员
		商家，如商品品牌商、服务商、酒店餐馆老板等
		创作支持人员，如内容运营、直播助理、摄影剪辑、后期制作、广告投流
		商家线上经营支持人员，如技术支持、数据分析、选品、客服、主播、仓储管理等
间接就业机会	平台间接带动的上下游	生产制造、物流、支付等上下游产业

在直接就业方面，平台带动的就业机会主要包括创作者和商家。据测算，2024 年抖音整体带动的直接就业机会超过 4981 万个。在创作者方面，包括短视频博主、才艺主播、电

商主播、探店体验员等等，他们的收入渠道来自品牌广告合作、礼物打赏、佣金、流量分成等多重模式。这些创作者不仅仅是“一个人对着镜头创作”，背后具有庞大的机构和团队支持。问卷调查显示，抖音平台的一个专业创作者^[1]背后至少有 1.5 个工作人员支持。这些岗位包括内容运营、直播助理、摄影剪辑、后期制作、广告投流等多个领域，他们分工明确并相互配合，让内容创作呈现出团队化、专业化、职业化等多重特征。在商户方面，越来越多电商和生活服务商家正通过短视频或直播等方式分享商品和服务体验，通过平台连接到更多消费者。为支持线上经营和转型服务，商家也会新增雇佣数据分析、选品、客服、主播、仓储管理等岗位，催生了一大批新增的就业机会。问卷调查显示，在电商领域，单个头部商家的线上支持人员为 16.5 人，腰部商家的线上支持人员为 5 人；在生活服务领域，单个头部商家的线上支持人员为 10.5 人，腰部商家的线上支持人员为 4 人。

在间接就业方面，平台带动的就业机会不仅涉及创作者和商家自身，也会因为进一步扩大终端消费需求和最终产出结果，带来上下游关联环节的就业机会增长，形成庞大的生态系统。以电商和生活服务板块为例，为支持商户的线上转型和经营，商户会新雇佣一部分线上支持人员，这部分可以看作是平台经济带来的增量就业机会，也是最终产出的一部分。而每一单位最终产出的生产和消费需要中间环节（如生产制造、物流、供应链、支付服务等）的投入，这些环节同样蕴含就业机会。其中，抖音电商还促进了农村电商的发展，进一步扩大了就业范围，形成了一个多层次、跨行业的就业网络，显著推动了产业上下游的就业增长。

三、抖音促进高质量充分就业的具体分析

高质量充分就业的基本内涵和评价，习近平总书记指出是：“在宏观层面，高质量充分就业主要包括就业机会充分、就业环境公平、就业结构优化、人岗匹配高效、劳动关系和谐等；在微观层面，高质量充分就业主要表现为劳动者不仅有活干，而且工作稳定、收入合理、保障可靠、职业安全等”。从具体内容分析，高质量充分就业是集充分就业、高质就业、高效就业三位一体的整体性目标和要求，体现了“量”“质”“效”三者的融合统一，“质”以“量”为现实基础，“量”以“质”为价值取向，“质”和“量”均以“效”为实现路径，三者具有高度联结性，融为一体，互为依托，不可偏废，更不能将其相互对立。“充分就业”是指：（1）数量充分，主要是就业规模扩大，人力资源得以充分开发和利用，表现为较高的劳动参与率和较低的失业率；（2）时间充分，即劳动者在合理基础上充分利用自己的时间，消除工作时间和工作量方面的不充分就业，时间上的充分既包括劳动者当期工作时间的充分，也包括劳动者整个生命周期中劳动时间的充分；（3）能力充分，微观上是指劳动者所从事

[1] 专业创作者指的是 1 万粉丝以上的创作者，也可以被称为“创作达人”，这部分创作者的专业能力更高，背后更需要团队支持。

[2] 间接就业机会 = 平台经济的新增就业机会 × 投入产出系数。国家统计局对外公布投入产出表，最新数据仅公布到 2020 年。投入产出系数 = 中间使用 / 最终使用，也就是 $1.427 = 1682605 \text{ 亿元} / 1179081 \text{ 亿元}$ 。

的职业或岗位与其知识技能水平匹配，其劳动技能和各类才能得到充分开发和利用，宏观上则是整体人力资源的配置合理。“高质就业”主要体现在三个维度的层面：宏观上主要是指一定区域经济体总体就业机会充足、就业制度完善、政策公平、服务高效、劳动收入和福利水平适当等从总体上体现较高就业质量的状况；中观上主要考察市场用工主体在用工管理科学、劳动关系和谐、工作环境安全、劳动保护健全、人岗匹配适当、员工权益表达畅通等方面的情况；微观上衡量劳动者薪酬水平合理、职业发展顺畅、就业能力提升、权益保障充分、工作生活平衡、职业声望受尊重，等等。“高效就业”也可以从三个方面分析：一是就业与产业相协同，劳动力市场的总体资源配置高效；二是劳动者就业能力与岗位需求相适应，人岗适配度较高，能够人尽其才，个人劳动效率得到提升；三是公共就业服务部门与市场化人力资源服务机构服务能力和效能提高，市场对接匹配高效，摩擦性失业减少。基于对高质量充分就业内涵的理解，从基本分析维度出发，报告利用统计调查数据，结合调研情况和典型案例等，对抖音平台在促进高质量充分就业方面的作用做了几方面具体分析。

（一）提供充分就业的机会，提高劳动参与水平。

在促进就业充分性、提高劳动参与方面，抖音除了提供 6455 万个直接和间接就业机会以外，还表现在三个主要方面：

一是帮助已经退出劳动力市场的人群充分就业，提高劳动参与水平，特别是女性、城镇登记失业群体、农民工、银发劳动者等重点群体。调查显示，在所有调查样本中，全职妈妈（8.21%）、农民工（5.75%）、城镇登记失业人员（2.11%）等群体的占比较高，帮助女性、大龄失业人群、农民工提供灵活的就业机会。抖音也带动大龄、银发劳动者重返就业市场，在抖音生态中从事内容创作、探店等相关工作。调查数据显示，抖音从业人员年龄分布广泛，中心年龄为 38.73 岁，最高年龄在 75 岁左右。内容创作、探店主播等工作对于所有年龄层人员都是开放的。平均年龄 70 岁的超模奶奶队，在抖音上收货诸多粉丝；出生于 1941 年的汪奶奶（@只穿高跟鞋的汪奶奶）凭借优雅穿搭和舞蹈视频走红，粉丝超千万。80 多岁大爷，健身练就好身材，抖音爆火后，获得去时装周走秀的机会。

二是帮助已就业的劳动者提供闲暇兼职、碎片化时间利用的机会，实现就业时长和劳动收入的充分获得。许多上班族、美业从业者、店主、“打工”、“自由职业者”在兼顾原有工作的同时，通过抖音拓宽了自己的收入来源，比如，在工地取材苦中作乐的农民工（@高小健）、在店里直播理发过程的“人民理发师”（@发型师晓华）。调查发现，这些创作者利用闲暇时间在抖音上以娱乐目的发布作品、获得了用户的关注和鼓励，这一行为既为自己提供了情绪价值，也可能收获额外的物质激励，这部分补充性收入更容易转化为消费动能而非强化储蓄。超半成调查者通过抖音获得的收入只占全部收入的 10%，这些小小的物质激励可能会让年轻人在高兴之余给奖励自己“第一杯秋天的奶茶”，从而进一步实现个体与市

场的正循环。

三是抖音生态从业人员的整体工作时长较为充分，职业化的趋势愈发明显。调查显示，抖音直接从业者的日均工作时长和社会平均水平基本持平，比如网络主播、内容创作者、电商运营人员的日均时长分别为 5.57 小时、6.54 小时、6.45 小时，而国家统计局发布的《第三次全国时间利用调查公报》中显示有酬劳动领域的参与者每日平均时间为 6 小时 23 分，两者相差不大。平台衍生的从业人员的工作时长相对较高，比如 MCN 和公会行业、广告行业的日均工作时长分别为 8.77 小时和 7.3 小时，这主要是因为直接从业者可以是灵活、自由的个体人员，但衍生从业者大多需要团队和机构参与，专业化、职业化水平更高，同时工作压力也更大，单日工作时长更长，但周工作天数也较短（分别为 5.19 天和 5.40 天）。整体来看，行业工作时长也渐趋规范。

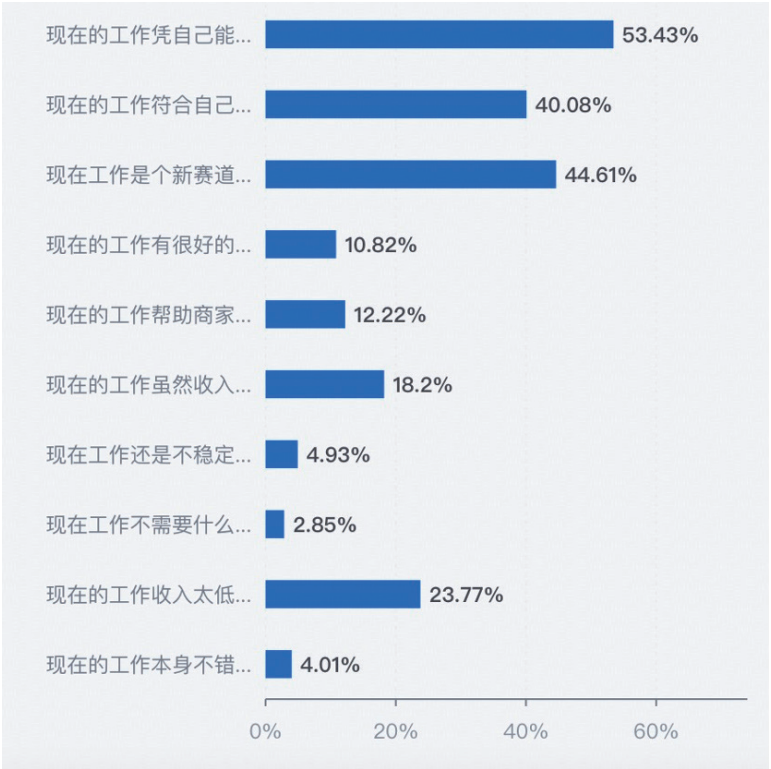
（二）激活劳动潜能和人力资本，发挥职业转型“窗口”和开发人力资本红利作用

抖音为所有个体提供一个展示自己的机会，激发个体潜在的才艺和技能，为转型劳动者提供试验平台和“窗口期”，推动抖音平台中整体劳动力进一步提高人岗匹配程度。

抖音给予副业转型、创业转型和其他受到冲击转型的群体，以及灵活用工人员过渡和增收的可能。当前我国面临经济、行业变动转型，以人工智能为代表的新一轮科技革命来势汹汹，人工智能技术引致的就业替代效应预期短期内会大于就业创造效应，对传统用工的劳动者的就业稳定性造成极大冲击，受本轮人工智能革命影响，部分白领劳动群体也会波及，劳动者需要在冲击后获得职业转变的窗口期，从而使得失业风险平滑过渡。例如，受疫情冲击的残障人士民乐团（@北京山水民乐艺术团）通过抖音直播走过艰难时刻，靠团队工资与直播打赏收入来源，团员们实现了收入过万，音乐梦与生活得以为继。受美国对华关税新政冲击，广东金达五金制品有限公司国际部负责人罗超面临 1 亿元出口订单暂停的困境，他通过布局抖音电商推动“金达日美”品牌线上销售，实现内销突围。

抖音助力人的能力开发，释放人力资源潜力。调查数据显示，38.92% 的调查者选择在抖音平台创业和工作的原因是“对这份工作有兴趣爱好，想要丰富业余时间，更能发挥自己的专长和能力”，还有 27.29% 的调查者认为“在平台上工作主要凭个人本事，比较公平”。抖音生态从业者（主播、内容创作者）入行的主要原因是个体兴趣和能力，这也符合大学生群体的就业观与期待，岗位匹配程度较高。抖音为青年群体提供了追逐梦想、实现自我机会的平台，一定程度上激发了当代大学生的创新创业意识。

抖音发挥技能开发作用，涌现更多“斜杠青年”式的多技能人才。调查数据显示，抖音从业人员中超过 3/4 的劳动者表示自学是其主要学习途径的普遍性，表明一方面抖音本身就提供诸多知识资源，另一方面抖音从业人员在从业中对于所需技能有很强的学习需求和学习动力。有知识基础的毕业生群体展现出最为积极和多元的学习策略，他们不仅注重自学，还



抖音从业者的工作动机和满意度

会通过付费培训（约 20%）来提升专业技能，同时也会利用校园经历和组织培训等多种渠道。例如，36 岁“电工许净”原本是一个流水线工人，为了能够更方便照顾孩子，自学维修变频器，并将维修解决的问题拍成短视频发布在抖音平台上，逐渐积累了 70 万粉丝，被称为“电工花木兰”。

短视频已经成为知识传播的主流渠道之一，帮助实现人力资源开发。中国科普研究所联合抖音发布的《短视频平台共创知识传播新生态研究报告》显示，超九成用户表示会通过短视频获取知识，并且每周平均有超过一半的知识来自短视频平台，这也意味着抖音为拥有知识的人提供了兼职、宣传的渠道，既使得知识博主本人多元化地开发利用时间，实现自身的人力资源开发，也通过抖音将知识传播给潜在需求人群，帮助其实现自身的人力资源开发。例如，在校园赛道中，有张雪峰等帮助高考生提前规划专业和职业选择；也有各种小初高中老师分享教学知识，在一定程度上弥合了部分学生在教育上的不均衡。在律师赛道，也有龙飞律师等民事律师传播更多有关婚姻等法律知识，刑事律师郭庆梓解答离人们生活比较远的刑事犯罪，激励了一部分学生将律师作为职业生涯选择。

（三）部分从业人员呈现专业化、专职化发展，以“奖励才能与创新”引导技能增收。

随着数字平台发展从攒量向提质转型，平台从业者也开始从灵活化、临时过渡等向专业化、专职化发展转变。平台和从业者更多在提升内容质量和专业技能方面下功夫，形成以质

自己兴趣追求的城市。国家重大战略的乡村振兴、扶贫计划等抖音专项扶持计划也为中西部地区、中小城镇等具有乡村乡色地区提供更多高质量岗位。

调查数据显示，一些二线城市的热度超过了一线城市，抖音从业者为了降低生活成本和经营成本，可能更倾向于选择交通便利、生活成本更低的二线城市。从城乡分布数据来看，抖音从业者遍布各级城市和乡村地区。其中，直辖市、省会城市及计划单列市的从业者占比最高，达到 26.51%；县级城市和地级城市分别占 24.68% 和 21.65%，共同构成了从业者的主体；乡村和街镇地区的从业者合计占比 27.16%。



抖音从业者调查地域分布图

抖音为中西部地区、中小城镇提供高质量就业岗位。在抖音的乡村振兴流量支持计划中，诞生了一批在中西部地区、中小城镇的高质量就业岗位。在各地“村超”流量的加持下，原本闲赋在家的嬢嬢们组成了绣娘团队，坐在家门口利用闲置时间做出展现非遗绣艺的作品，并出售给全国各地，获得翻了几倍的订单。

（五）赋能中小企业创业，助力企业稳岗扩岗，扩大创业带动就业的乘数效应

抖音通过为中小企业提供创业平台，为传统企业提供向数字化、线上线下、消费市场外转内等转型机会，赋能企业转型，从而推动中小企业以创业带动就业，传统企业稳岗扩岗，

为更多劳动者提供就业岗位和机会。

抖音赋能中小企业创业。抖音平台上 90% 以上的企业为中小企业。为了扶持中小企业发展，抖音电商还公布多项降低商家经营成本的优惠政策，帮助更多中小商家、新商家获得生意增长。2024 年，超 200 万中小商家借助直播实现生意增长，扩大创业机会。针对中小企业面临的营销难题，抖音电商推出了一系列扶持政策，包括但不限于降低保证金门槛、提供免费流量支持等措施，降低了创业成本，鼓励更多创业者加入其中。例如，@ 东莞佩佩，原本是东莞一家小型制鞋企业的老板，生意主要依靠线下批发商，利润微薄且发展空间有限。2022 年春节期间，他们在抖音直播间推销了一款德国训练鞋，当天就收到了数千笔订单。通过不断学习和实践，逐渐掌握了视频制作、产品讲解等技巧。如今已经成为当地的头部主播之一，每个月都能卖出几万双鞋子，还致力于打造自有品牌，实现了从传统制造商向创新型企业的转变。

抖音推动企业多元化、全面化转型。《2024 抖音电商中小商家直播发展报告》显示，2024 年仅商品卡免佣这一项政策就为中小商家减免服务费超过 70 亿元。30 多年前，余荣岳在温州创办德赛鞋业，为海外大牌代工，逐渐把一家小作坊经营成了当地的知名鞋厂，并为十余个世界品牌代工，年出口鞋子 600 万双。但随着时代发展，这家鞋厂不断迎来新挑战。2020 年，德赛外贸生意受阻，余荣岳的女婿、德赛集团总经理张文杰借助线上电商，在抖音做店铺直播打开国内市场。2025 年德赛外贸生意再遇冲击，张文杰果断拒绝了海外客户“半价拿货”的要求，坚定地走自主品牌之路。2020 年至今，德赛集团通过在抖音电商店播已经售出 300 万双鞋。

四、抖音促进高质量充分就业的机制与模式

电商经济已成为数字经济的重要组成部分，随着近年来的蓬勃发展，内容日益丰富的直播经济构建起物质消费与精神需求的双向通道，创新赋能消费升级，有效刺激了消费者的多元化需求，驱动消费品质向“悦己型”“沉浸式”转型，不仅推动消费市场的繁荣发展，也进一步丰富生活、丰富经济、丰富就业。这既是政策引导持续发力下的开花结果，也是市场发展、行业升级、资源富集、技术赋能之下的水到渠成。

（一）丰富生活：转变生活社交模式，创造和满足多样化需求

从抖音诞生，到 2023 年抖音电商全域兴趣模式逐步确立，抖音从最初的 UGC 内容创作，发展到包含直播间、话题挑战、POI 位置服务、抖音小店及抖音号矩阵等多种维度的运营矩阵，已成为集短视频、直播、社交于一体的多功能媒体平台，重塑了社交互动模式，在文化传播和消费领域掀起了新的浪潮，甚至在社会层面也发挥着积极的推动作用，实现从“娱乐工具”

到“生活方式”的蜕变。

通过内容生产创造美好生活体验。抖音以“记录美好生活”为口号，通过包罗万象的题材来源、短“屏”快的大流量传播内容、多元并存的制作主体，逐渐获得各大平台与用户的青睐，让短视频成为展示日常生活的新型叙事方式，使创作、分享、表达和获取信息的权利被赋予到更多普通人身上，激发出全民共创好内容的热情。据巨量算数《创作的力量 2023》报告，短视频创作已进入平权化时代，创作主体不设限，人人皆可创作、人人皆为自媒体。电工王建省（@城阳电工电路）被称为“电工界的福尔摩斯”，他的电力维修短视频如同悬疑大片般扣人心弦，引来 900 多万人围观，把专业工具做出了百万销量；占云夫妇（@鸵飞飞）的创意则来自自家的鸵鸟养殖场。谁能想到，一场场看似简单的鸵鸟进食直播，最多能有 500 多万人次观看？带动了供不应求的“周边”鸵鸟毛掸成为了一条新产业链。大众创作、百花齐放、繁荣多元的抖音内容生态涵盖生活、娱乐、教育、科技等各领域，满足了不同群体的需求，不仅视觉上给人带来愉悦，更在精神层面给予人们深刻的收获，实现从记录碎片化内容到展现时代整体风貌的转变。

从社交窗口到多元角色担当转型。抖音作为大众展示生活的窗口从主打文字和图片的传统社交平台，在内容层面跳出“视频”领域，横向兼容更多内容形式，在功能上不断优化和创新，通过互动玩法不断增强用户的参与感和社交粘性，雅俗共赏、老少咸宜的精品化、专业化、趣味性内容的互动使文化知识的传播更具亲和力与即时性，促进了信息的高效流动和社会共识的形成。社交属性与圈层影响力、大众化的传播优势，使抖音成为信息交流的重要平台。人民日报、新华社、央视新闻等各级政府部门和各大主流媒体纷纷在短视频平台开设账号，引导公众关注社会热点，树立正确的价值观。科普博主、教育博主、旅行博主、文化机构等通过短视频、直播等形式，将专业知识、生活技巧、人文地理等信息以通俗易懂的方式传递给大众，极大地拓宽了知识获取渠道。诸多草根专家或达人的崛起，使许多传统文化和民间艺术、非遗故事通过抖音得以传承和发扬。例如，吴罗织造技艺非遗传承人朱立群把织布机搬到抖音平台，吸引了近 10 万年轻人围观。在年轻人喜欢的平台上，朱立群化身“朱伯伯”，科普服饰制式、推广织罗技艺，仅半年时间就吸引了近 10 万粉丝，收获 130 多万点赞。朱立群看到了属于传统手艺的“未来”。墙内开花墙内也香，他希望通过电商让更多人看到、买到好的丝织品，让越来越多的国人，尤其是年轻人喜欢上这项传承数千年的传统技艺。

内容先行、兴趣驱动的消费模式升维。与传统电商平台不同，抖音最初的逻辑并非货架思维，而是“内容先行”，创作者通过有趣、有知识的短视频或直播带货自然种草，通过营造独特的购物氛围和场景，使消费者通过好内容激发消费者的观看、消费兴趣下无意间被激发购物兴趣。“去抖音买”已经成为用户生活的一部分，2023 年 8 月至 2024 年 7 月 GMV 同比增长 46%，货架场景领涨，GMV 同比增幅达 86%。抖音生态充满活力，新商家不断入驻，同比增长 83%；爆品层出不穷，每十分钟平台上就会出现一个 GMV 破百万元的爆款产品。当内容营销逐渐成为品牌在激烈市场竞争中打开局面的关键，抖音优质、多元、稀缺的优质内

容 IP，能承接不同行业、不同体量品牌的差异化营销需求。即便是下沉市场的消费者、边远山区的农民，也对短视频和直播带货的“短直”组合有了良好的接受度，更好的服务大众的消费需求。

（二）丰富经济：激活流量经济产业，畅通多场景产需链接和经济循环

历经多年演化，抖音在初期以内容触达消费者，在后期不断强化供应链与服务，为品牌商家搭建了海量流量池，以其强劲的生活场景渗透力嵌入到全国数智化产业带，构建起一个多元化的商业画布。

从“内容力”到“交易力”，业务版图日益扩大和深化。短视频风口下，抖音凭借在内容创新与娱乐生态构建上具备先天优势切入到电商赛道，全力打通“内容场”和“货架场”，积极通过广告、品牌合作和电商等多种方式实现盈利，同时不断丰富商品种类和购物渠道，形成足够多的细分垂直赛道，形成“吃喝玩乐行”的一站式平台，力求拓展更大的生意增量，为创作者和商家提供了广阔的发展空间，推动“内容+电商”“内容+品牌”等多元化变现路径。例如，从2019年开始，抖音便与多个平台通过内容共享、创作者互动和技术合作等方式，实现资源共享和优势互补，提升用户体验和竞争力，也推动了整个行业的创新和发展。近两年，抖音再度投注本地生活服务，通过直播探店、达人推荐等形式，为商家进行宣传推广，帮助商家吸引更多的顾客。

从“生意”到“生态”，跨界融合赋能千行百业。抖音不断优化合作模式和策略，打破“买卖”的简单关系，与多平台联动，纵深推进数实融合，加强区域协作互动，逐渐形成完整的商业闭环和全生态产业链，赋能城市经济发展。

一是带动地方文旅频频出圈。旅游本身是综合性体验，包含美食、风景、服务等等，这些体验往往难以通过文字描述被直观感受，但天然适合短视频、直播的表现形式，也因此产生强大的种草能力和内容展示能力，让观众能够通过竖屏视角领略各地的自然风光与人文景观，促进地方文旅产业的深度融合与商业价值的转化。比如，文旅消费热潮与春日灵感不断交织，明星达人们也积极扛起“种草 KPI”花式输出。在扬州瘦西湖，@王乃迎化身春游老师，带领网友云赏“二十四桥明月夜，玉人何处教吹箫”的美妙意境，视频登“想象中老师春游 vs 现实老师春游”热点；@江南月身着一袭烟青襦裙，泛游瘦西湖演绎“人在画中游”的古典美学；@瑶瑶 BABY 徒步登顶牛首山，带来一场“春染牛首叠翠，琉璃塔映苍穹”的视觉奇观……一波又一波线下打卡热潮，为城市文旅注入盎然生机，赋能城市经济社会发展。

二是数实融合打破场景边界。直播电商平台通过数字技术和数据要素双轮驱动，有效连接产业和实体企业，形成显著的外部规模效应，决策链路开始从“重视效率、加大生产”向“重视客户、商业创新”转变，推动整个生态得到良性发展，大大增强产业活力。例如，2022 年，抖音电商推出“产业成长计划”，通过提供流量支持、技术培训、数据分析、供应链金融等

服务，系统化、规模化地帮助产业带上的中小商家，提升地方特色产品知名度。对实体企业而言，抖音电商平台为企业提供了一个直接与消费者对话的平台，使企业能够更加敏锐地捕捉市场需求，实现精准生产和个性化定制，降低库存积压风险，提高经营效能，还促进了产业模式的深刻变革。据《直播间里的中国制造——2024 抖音电商产业带发展报告》显示，在抖音电商“产业成长计划”推动下，该平台产业带业务已覆盖全国 27 个省份 130 座城市的 684 个特色产业带。2024 年，全国 332 个产业带的抖音订单量过千万单，830 个产业带的抖音销售额过亿元，平均每天有超 150 万产业带中小商家在平台达成交易。与此同时，产业带商家与带货达人之间形成独特生态亮点，共同促进消费市场升级，超 948 万人通过为产业带商家直播带货获得了收入，超 1.7 亿款产业带商品在抖音直播间热卖，近 15 万款销售额过百万。

第三，从“深山”到“云端”，为低线市场提供全新可能。直播电商模式与线下实体产业带深度融合过程中，数字助力实体经济，平台服务中小商家，由此产业带的发展、区域的消费、电商的创新，实现了三向奔赴，不仅让广大中西部区域、三四线城市的实体经济得到转型升级，也实现了商业价值和社会价值双赢。一方面，中小商家利用兴趣电商，弥补了数字、流量的鸿沟。不同于传统营销模式由于信息不对称、采购环节繁琐等原因，往往存在较高的采购成本，直播电商加持下，很多产业带的白牌和中小商家只要进驻抖音电商，自己就是带货主播，源头现身说法，不仅得到了曝光机会，更是可以从源头发货或工厂直发，减少中间商差价，把更实惠的价格带给消费者。为了激发更多消费活力，为中小商家提供更多展示自我，提升品牌力的机会，平台也在积极策划和帮扶产业带商家创新溯源直播、联名 IP 等玩法。抖音正是凭借这种全域兴趣电商模式，打造出一个个让产品拓展和循环的崭新产业带，充分展现产业带商品的特性、价值和精神内涵，助力产品品牌价值提升。

另一方面，通过释放“产 - 供 - 销”磁吸势能，支撑起低梯度地区或下沉市场的经济产业发展。抖音电商正在深度植入产业带上下游，以完整的超能产业带布局，释放各类产品的增长变量。这种模式在推动东部地区市场创新发展的同时，也对中西部或县乡村市场起到了带动效应，成为联结城乡的桥梁，吸引更多的游客和投资者关注乡村的风土人情、传统文化和特色产业，为低梯度地区和乡村发展提供了全新可能。例如，“抖音乡村计划”的子项目“山里 DOU 是好风光”在多省份成功落地，内容涵盖商家培训、文旅达人生态体系建设、旅游线路推广、非遗文创设计等多个方面，还通过提供一系列扶持政策和服务，帮助商家实现数字化转型，助其实现从“深山工坊”到“云端爆款”的逆袭之路。据《抖音 2024 乡村文旅数据报告》显示，抖音生活服务的“山里 DOU 是好风光”项目已成功助力超过 2 万个乡村文旅商家实现增收超 47 亿元。该项目在过去一年中吸引了约 1990 万乡村游客，同时抖音平台上新增的乡村内容达到了 10.9 亿条，播放量接近 2.8 万亿次。其中，县域及以下打卡内容的同比增长为 17.8%，获得的点赞数超过了 746 亿次。

（三）丰富就业：开发就业新阵地，释放新业态活力带动就业创业

抖音平台经营策略的更新迭代，不论是从“货架电商”到“兴趣电商”的升维，亦或是从外卖到家到全品类即时零售的场景渗透，还是与全行业的整合协同，都促使原有的经济和社会结构发生变化。与传统企业不同，抖音平台创造就业并不局限于平台企业自身，而是从平台企业自身、平台上的商户以及平台生态链的参与者三个层面直接创造和间接带动了更广泛的就业，就业多重效应持续显现。

就业创造效应。抖音平台通过数字产业化和产业数字化两种路径，导致出现了新的社会劳动分工、诞生了大批新的职业，创造新的就业机会。既包括短视频、直播电商等直接催生的新业态岗位，也包括通过抖音平台与全产业链融合改变组织方式和商业运营模式衍生而出的相关产业就业增长。具体表现在：

一是在平台上直接获取收入的短视频创作者和主播等构成主要群体。自媒体时代，职业选择不再局限于传统行业与岗位，而是可以基于个人兴趣、特长与创意，在自媒体流量生态系统中寻找全新的职业发展机会，实现从“打工人”到“达人”的转型。如网络主播、用户增长运营师、直播招聘师、选品员、品控师等新职业。再如，短视频制作岗位包括编剧、导演、摄影师、剪辑师等，负责创作有趣、有创意的短视频内容，吸引了大量青年群体在抖音平台上开启职业生涯。

二是抖音从最初单纯的短视频平台，发展到如今包含直播、图文、中长视频、综艺、演唱会、短剧等多个内容体裁；合作伙伴也从音乐短视频达人扩展到了城市、商家、开发者，逐步成长为一个充满包容性的大众平台，在电商运营和相关服务领域需投入大量劳动力，形成了完整的直播电商生态链，持续创造新的职业类型和岗位。抖音平台内容的开发、设计、建造和维护等领域都成为吸纳就业的重要渠道。

三是抖音平台与其他平台/产业深度融合催生出新业态和新模式，衍生出热门就业机会，并对劳动者提出新的就业需求。多平台协同联动带动了直播经济、平台经济、共享经济等新业态发展，网络销售、网络运营、客服、短视频审核、数据分析、网约配送等新型岗位不断涌现。对传统产业赋能、改造、升级，不仅促进农业、制造业等生产性领域的产业带发展，也渗透到金融、医疗和教育等相关服务业。同时产业带的发展带动了上下游相关产业的协同发展，从而创造大量间接就业岗位。例如，物流仓储行业随着电商业务的增长，需要大量的仓储管理人员、快递员、货车司机等；包装印刷行业为满足电商产品包装需求，增加了包装设计师、印刷工人等岗位。此外，餐饮、住宿、零售等服务业也因产业带的发展而迎来新的发展机遇，创造了更多就业岗位。

就业改造效应。平台经济的繁荣发展及相关业态的发展产生了新的消费场景和新的价值观念，产品的生产制造、物流流通、营销推广等各个环节都产生了全新的商业模式向各行业领域的渗透扩散带来的就业形态重塑和就业岗位改造更明显。例如，在营销推广环节，抖音

平台借助数字生态提供的能力，通过视频号、社群、等多种方式获取用户聚集，建立专属品牌的流量池，并通过持续不断的互动服务提高用户口碑和粘性，促成拉新和转化。根据前程无忧数据，目前招聘已经有私域运营总监、私域安全高级技术产品经理、私域运营主管/经理、CRM 会员运营/私域运营、私域销售主管、私域活动运营、消费品社群运营等等新型岗位。

另外，抖音平台带有数字技术基因的岗位类型不断涌现，突破了对就业时间、地点等的限制，带动就业和用工理念发生改变，越来越多的灵活就业方式适应了劳动者自主自由择业的意愿，有利于达成工作与生活的平衡，也成为提升就业质量和劳动者认同感的重要因素。在这种工作场景下，劳动者可以根据自身情况，合理分配工作时间、选择工作地点，这种灵活自由的工作方式，迎合了年轻一代劳动者的就业需求，越来越多从业者转型为“数字工匠”。灵活就业的工作模式契合年轻人追求自由、多元生活的价值观，抖音电商数据显示，2023 年 8 月至 2024 年 7 月，在抖音电商平台上，18-25 岁的年轻电商作者超过 200 万个。

就业扩散效应。抖音平台在市场份额逐渐扩大的同时，加快了区域协调发展，中西部地区产业带正在加速成长，助力数字化就业逐步中西部市场、下沉市场扩散。例如，抖音电商推出的“产业成长计划”，旨在打通广大中西部产业带地区数字经济的毛细血管；“金产地计划”直指“产地即品牌”，深入全国 24 个果蔬原产地，渗透进偏远村镇挖掘特色产品，擦亮地方名片；在“三农”题材上，以新颖别致的题材，或者精妙有趣的细节，拓宽“三农”短视频内容的深度和广度，丰富乡村文化的展示层次。这些不仅能够改变农业的传统面貌，还能有力带动农村一二三产业融合发展，催生出创意农业、认养农业、农旅融合等新业态新模式，加速经济增长产生的就业乘数效应，助力全国县域和乡村地区创新创业蓬勃发展，推动就业规模倍增。例如，东莞大朗镇，一个不产一根羊毛的小镇，却因其毛织产业的发达和全球影响力，被誉为“世界毛织之都”。依托于数智化产业带的孵化支持，形成了完整的产业链和强大的产业集群，成为全球毛织品的重要生产和出口基地，2 万多家毛织企业年交易额超过 600 亿元，吸纳就业人口 20 多万人。

就业普惠效应。抖音电商是数字平台经济的重要组成，平台经济兴起带动新就业形态大量涌现，更具包容性和普惠性。在此背景下，劳动力供求双方合作关系的发生仅与供需对接，无关年龄、性别、户籍等外在条件，劳动者只要能够连接到网络平台，拥有有价值的闲置资源和服务能力，都可以加入到工作中，大大降低了市场进入壁垒，拓宽了农民工、高校毕业生、乡村宝妈、银发族等重点群体就业创业选择空间。尤其是直播电商模式通过提供低门槛、高灵活性的工作机会，能有效地缓解传统就业市场的一些限制和挑战。例如，95 后应届生全职拍抖音，返乡创业青年带动家乡特产销售，宝妈分享育儿心得……多样人群通过创作实现灵活就业，快速适应行业变化。

此外，抖音平台还是大众创业、万众创新的舞台。凭借网络普及推广、数字技术赋能、进入门槛低、从业条件便利等优势，每个人都可以轻松在抖音开店、带货，极大地降低了中小商家做生意的门槛，支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业模式，吸纳

大量劳动者进入创业就业，实现从“看客”到“创客”的转型。数字普惠金融服务则为创业过程提供了经济保障，逐步发展形成抖音电商创业生态。如抖音电商的“山货上头条”专项，通过货品补贴、流量扶持等，重点助力食用菌和木本油料两大产业的焕新升级。大量新农人创业团队从中崛起，两大产业 2023 年 1 至 9 月的商品销售额达 8.5 亿元，商品销售同比增长 173%，为农业产业的创新创业与转型升级注入了鲜活动力。

就业匹配效应。依托“直播带货”赋能，抖音平台将目光聚焦在“直播带岗”，通过进一步改善、优化劳动市场原有的求职流程、匹配效率、培训机制等，助力新业态劳动市场高效率、高质量发展。与普通网络招聘相比，直播带岗往往聚焦某一个行业或专业，一场三四个小时的直播带岗活动会集中某个行业和地区企业的相似岗位。对求职者，直播带岗能够提供相对精准的岗位信息，节约大量时间精力，更重要的是，可以纵向和横向比较，从而找到适合自身定位的职位。对招聘方，直播带岗能够缓解线下招聘无法如期进行的问题，用时 15 分钟左右就能把企业基本情况、岗位要求直观描述出来。近几年，各地人力资源部门、重点企业在东西部劳务协作、跨省就业协同、春节复工就业等方面，充分借助抖音平台的优势发展“直播带岗”，打造线上线下相结合的蓝领就业新模式，让好工厂、好岗位被看见，实现高效率 and 高质量就业。2022 年 6 月，抖音平台发起名为“dou 来云招聘”的直播带岗项目，强调公益性导向、信息可靠性原则和数据安全性保障，赋能各地公共就业服务部门开展直播带岗活动，逐步形成覆盖全国就业公共服务领域的直播带岗网络。截至 2024 年 10 月，全国人社系统开通抖音政务号 132 个，覆盖 31 个省市自治区和新疆生产建设兵团。其中：中央单位账号 2 个、省级账号 54 个、市级账号 345 个、县级及以下账号 928 个。2024 年 1-10 月，全国人社抖音政务号共开展直播带岗 4.69 万场，并呈快速增长趋势，从 1 月的 3218 场增加至 10 月的 6168 场，月均增长 7.5%。据不完全统计，两年多来，直播活跃度排名前 15% 的人社抖音政务号累计吸引企业 24.44 万家，提供招聘岗位 348.09 万个，收到求职简历 105.87 万份，面试 45.62 万人，成功入职 17.98 万人。

五、抖音促进高质量充分就业的发展趋势

在高质量发展与高质量充分就业目标下，抖音平台以数据要素为核心驱动力，通过数智产业带和新消费的双轮驱动，将重塑数字经济和实体经济融合的新范式，培育新的消费极，创造新的就业岗位，助力乡村振兴和区域协同发展，助力实现人民群众对美好生活的向往。

（一）新质生产力加速发展，推动抖音向智能生态体进化

新质生产力以数据要素为核心、技术创新为驱动，结合人工智能、云计算、物联网、区块链等新一代信息技术，正在重构数字经济的底层逻辑。2023 年 12 月 31 日，国家数据局

等 17 部门联合印发《“数据要素 ×”三年行动计划（2024–2026 年）》。该计划从数据要素层面肯定了直播电商的价值，同时也对进一步挖掘直播电商数据要素价值提供了官方指导。随着抖音平台进入成熟稳定阶段，数据要素的价值被进一步提升，抖音平台将会进一步通过数据要素的深度挖掘与应用，构建“内容 – 消费 – 生产”闭环驱动的新质生产力体系，建立数据要素价值转化机制。新质生产力的发展将推动抖音从“流量平台”升级为“智能生态体”，促进内容生产方面 AI 驱动的全民创作时代到来，商业价值方面从单一广告收入转向“内容 + 服务 + 数据”多元变现，社会连接方面打破时空限制，重构人与商品、服务、知识的连接方式。未来，抖音若能在技术创新与合规治理间找到平衡，有望成为数字经济时代“新质生产力”的典型实践载体，重塑互联网生态格局。

（二）技术重构新消费场景，从屏内到产业链接虚实融合

抖音平台通过“短视频 + 直播”构建的数智化生态，与产业带结合，是数字经济与实体经济走向深度融合的重要体现，推动了产业带的高效协同与转型升级。未来，在这一领域，抖音平台将依托 AI 生成内容（AIGC）与扩展现实（XR）技术，打造“超现实消费场域”。如在家居领域，AR 试妆、AR 试衣间等工具的使用将使转化率提升 300%，用户可在虚拟空间中完成“云逛街 – 虚拟试用 – 即时下单”全链路。另外，一些特色产业带将异军突起，成为带动经营主体和就业岗位增长的新亮点，如云南的鲜花产业等。店播等新业态的蓬勃发展将进一步促进实体经济增长，通过店播经济，区域特色经济突破地域限制，走向更广阔的市场，店播通过实时互动与场景展示，将进一步重构消费者的消费体验。

（三）拓展原有消费半径，为消费增长提供新动能新岗位

大力提振消费是中央经济工作会确定的 2025 年的重点任务之一。抖音平台未来将通过“技术赋能 + 场景革新 + 生态协同”三维驱动，突破传统消费边界，构建“无感化、沉浸式、全球化”的新型消费网络。新的消费网络将进一步重塑消费结构、行业结构和就业结构，为经济增长注入持续动能。下一步，抖音将在“内容即消费”场景下，进一步打破传统消费的时空限制和行为逻辑，推动消费结构进一步由“功能消费”向“兴趣驱动型消费”转型，推动“种草 – 拔草”一体化，通过“推荐页”和“短视频瀑布流”激发潜在需求，提升非计划性消费的比例。行业结构方面进一步带来传统行业的渠道革命，即零售业去中间化，品牌绕过传统经销商，通过抖音直播直达消费者；促进制造业柔性供应链升级，如服装工厂通过抖音直播实现“小单快反”，促进工厂订单周期缩短，库存周转率提升，调整用工需求，缩短对市场的响应周期。进一步催生 MCN 机构、直播代运营、供应链服务商等新业态的崛起，催生新职业的创造，形成“内容创作 – 技术运营 – 服务支撑”三层职业体系，进一步重构传

统就业结构。

（四）重塑数字生活共同体，为人民群众提供高品质生活

习近平总书记指出，人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标，抓改革、促发展，归根到底就是为了让人民过上更好的日子。规范化专业化是抖音平台致力的发展方向，平台主动完善治理规则、积极拥抱合规，也推动了行业健康发展。未来，抖音平台将在治理违规账号、升级线上防控系统、开展“传授‘无底线博流量’技巧”相关内容的治理等行动基础上，重点打击传授违法违规“流量密码”的内容及账号。此外，抖音平台将进一步从娱乐平台向普惠性民生服务平台发展，再进一步升级为民生服务基础设施。如进一步开展文化传承领域“非遗合伙人计划”，带动传统工艺订单增长，形成“科技+人文”的发展模式。据《中国数字经济发展白皮书》显示，抖音生态对高质量发展的贡献率已占数字经济总量的18%，相信通过进一步发展，以标准化的内容治理框架、专业化的服务体系、产业化的赋能路径，会重塑“数字生活共同体”，为人民群众提供“更加普惠、精准、可持续”的高品质生活解决方案。

（五）扩大机会提升技能，为高质量充分就业贡献抖音力量

实现高质量充分就业是新时代新征程对就业工作提出的新要求和新任务。抖音平台作为短视频平台的代表，随着内容创作领域、电商直播领域、平台服务领域等业务的不断扩展，在促进实现高质量充分就业方面会进一步贡献抖音力量，具体表现在以下几个方面：

一是进一步拓展传统行业岗位，创造新兴就业岗位。一方面越来越多的传统行业企业会借助抖音平台进行招聘，为劳动者提供生产制造、物流运输、餐饮服务等各类岗位，同时带动上下游产业链相关岗位的招聘；另一方面，新兴职业不断涌现，职业细分更加深入，随着人工智能在抖音的运用拓展，会出现AI内容审核专员、AI直播助手开发工程师等，未来还会围绕抖音平台衍生出更多诸如直播场景设计师、AI数据分析师、数字营销专员、短视频内容审核员等新兴职业，进一步丰富就业岗位类型。

二是就业结构升级进一步加速，含“科技量”不断提升。随着抖音对人工智能和大数据技术的深入应用，以新技术提升生产力为主要表现的新技术岗位和依托新的技术创新生产要素的组织方式和商业运营模式而形成的新业态岗位数量会增加，抖音平台高学历从业者比重也将上升，进一步优化抖音就业岗位的含“科技量”。

三是专业技能水平进一步提升，提升就业核心竞争力。今年是实施“技能照亮前程”行动的第一年，党和国家高度重视支持劳动者以一技之长创造美好生活。抖音平台将更加致力于提升平台从业者及平台使用者的技能，进一步构建“碎片化+体系化”的学习生态。

四是进一步促进就业区域均衡化，缩小城乡发展差距。就目前抖音从业者的区域分布来

看，呈现出东密西疏的特征；从城乡看，呈现遍布各级城市和乡村地区特征。随着国家深入实施区域协调发展战略、区域重大及乡村振兴战略，沿海地区的制造业与内陆地区的创意设计、直播营销等产业通过抖音平台实现对接，让就业机会在不同区域间合理分配，提升整体就业的均衡性。农村电商发展，带动农村物流、包装等相关产业发展，创造就业岗位，吸引青年人返乡入乡。进一步促进城乡文化交流，促进城乡人才的双向流动，进一步缩小城乡之间在观念、技术与人才等方面的差距。

六、结语

通过内容电商、带货直播的方式，抖音平台为越来越多的个人和企业提供了创业、就业、增收和逐梦的机会，通过众创价值带来经济价值、社会价值和微观价值。但在其发展过程中，也存在一些突出问题和不断出现的新的挑战。

2025 年中央政府工作报告提出，要“促进平台经济规范健康发展，更好发挥其在促创新、扩消费、稳就业等方面的积极作用。”下一步要适应新趋势、新问题，结合国家发展战略，在推动数字经济和技术进步中促进高质量充分就业。

一是坚定不移，顺势而为，大力发展数字经济，发挥数字平台就业聚力作用。坚定不移发展数字经济的预期和信心，顺势而为，全力推进“三化”融合，释放数字化潜力，统筹推进，实现包容均衡融合发展，兼顾不同经济部门，不同区域空间、不同群体关系，统筹数实融合，传统与创新，发展与安全，建立可持续发展的产业生态。当前，以深入实施提振消费专项行动为契机，创造多元化消费场景，促进各类消费活动融合互动，积极促成活动联办、场景联建、消费联动，以大规模、多领域、高频次的促消活动放大消费政策效果，营造浓厚氛围，全方位提振消费促进就业。在推进数字化进程中，坚持就业优先原则，倡导体现社会价值的技术进步和业态创新。发挥其在开发利用人力资源、保障重点群体就业，优化就业结构，平滑失业风险方面等方面的积极作用。

二是政府牵头加强多方协同共治，提升平台治理效能。逐步建立起政府、企业、社会协同治理新机制，支持重点人群的创业和灵活就业，共同推动平台企业拉动就业的作用。建立健全就业跟踪、统计、监测和研究体系，为摸清家底和跟踪研究提供基础数据，使平台企业创造的大量就业机会得到肯定并纳入统计，助力数字平台就业的成长和优化。

三是健全适应数字平台经济就业特点的劳动保障制度，要因应劳动者的劳动权益、社会保障等权利面临的新挑战，加快研究适应数字化就业的新就业形态等劳动基准立法，完善养老、失业、医疗、工伤、收入分配等各类社会保障政策，实现所有劳动者“应保尽保”、“应享尽享”。通过大数据、区块链等技术，推动社会保险参保模式创新，鼓励用工主体积极履行社保缴费责任。针对多重用工关系现象，探索社会保险的各自缴费、分别计算、合并纳入等缴费方式，助力新就业形态健康发展。

四是平台企业要调校和发挥“导向灯”作用，加快构建形成涵盖价值导向、内容质量、传播效果等多维度的科学评价体系。细化普惠措施，平衡不同类型内容的传播，突出文化引领，强化理性、建设性力量，加权乡村、非遗、公益、中西部民俗文化等普惠流量池，向重点群体适度倾斜。鼓励平台为下沉市场，以及脱贫劳动力、就业困难群体所创作内容设立专区展示、给与流量倾斜，提供扶贫助农等对接服务，为县域乡村、就业困难群体提供免费在线课程和就业指导服务，让更多普通劳动者和生产者共享平台发展红利。

五是全面加强劳动者数字化技能素质。提前布局数字化人才培养规划，实施劳动者数字化技能提升行动，为数字经济发展提供充分的人力资本支撑。加强学校教育、职业教育与培训的市场适应性，通过产学研结合，加强和企业的合作培养新技术在工业领域所急需的人才。根据经济社会发展和技术进步，培育劳动者价值观念和技能技术，提高其依靠职业能力而不是岗位（铁饭碗）获得的就业稳定性和职业可发展性。主动融入产学研体系的构建，探索校企融合、协同育人的培养方式，通过与MCN机构和品牌方合作，定向培养直播人才，组织直播电商专业技能人才培养，提高从业者的专业技能。同时完善直播行业的就业和评定标准，制定直播电商职业技能规范，提高从业者的收入。此外，要结合不同地区的产业带优势，培育本地化的主播，增加品牌自播，减少对超级主播的依赖。