

直播电商运营

职业技能等级标准

(2020 年 1.0 版)

南京奥派信息产业股份公司 制定

2020 年××月 发布

目 次

前言.....	1
1 范围.....	2
2 规范性引用文件.....	2
3 术语和定义.....	2
4 适用院校专业.....	4
5 面向职业岗位（群）.....	4
6 职业技能要求.....	4
参考文献.....	13

前 言

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

本标准起草单位：南京奥派信息产业股份公司、北京微梦创科网络技术有限公司（新浪微博）、江苏京东信息技术有限公司、网易娱乐互动有限公司、杭州有赞科技有限公司、同程网络科技股份有限公司、蓝色光标传媒集团、常州市龙道电子商务有限公司、广州后浪传媒科技有限公司、南京财经大学、昆明冶金高等专科学校、江西外语外贸职业学院、浙江商业职业技术学院、哈尔滨职业技术学院、扬州旅游商贸学校、杭州开元商贸职业学校。

本标准主要起草人：徐林海、董清其、刘飒、戴倩倩、于龙、张娟、成越、闻亦柳、陈鹏飞、杨程、张欣、闫冬、王伟、刘勇、陈开平、唐作庚、李冠艺、王庆春、宋俊骥、张枝军、孙百鸣、王进、王欣。

声明：本标准的知识产权归属于南京奥派信息产业股份公司，未经南京奥派信息产业股份公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了直播电商运营职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

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

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 38652 电子商务业务术语

GB/T 31524 电子商务平台运营与技术规范

GB/T 34941 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求

GB/T 31232.1 电子商务统计指标体系 第1部分：总体

GB/T 31232.2 电子商务统计指标体系 第2部分：在线营销

3 术语和定义

国家、行业标准界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 电子商务 E-commerce

通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

3.2 网络直播 Network Live Stream

通过互联网等信息网络以视频、音频、图文等形式向用户持续发布实时信息的活动。

3.3 直播电商 Live Stream e-commerce

通过互联网等信息网络以直播形式销售商品或者提供服务的经营活动。

3.4 直播策划 Live Stream Planning

以直播为媒介，以满足消费者需求为核心进行产品和服务设计与规划的活动。

3.5 主播 Anchor

在网络直播营销活动中与用户直接互动交流的人员。

3.6 直播营销 Live-stream Marketing

商家、主播等参与者在电商平台、内容平台、社交平台等网络平台上以直播形式向用户销售商品或提供服务的活动。

3.7 直播带货 Influencer Marketing

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

3.8 网络直播营销平台 Network Live-stream Marketing Platform

指在网络直播营销活动中提供直播技术服务的各类社会营销平台，包括电商平台、内容平台、社交平台等。

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

在网络直播营销平台围绕产品和服务交易开展的各项经营和管理工作的总称。

3.10 网络营销 Network Marketing

通过互联网媒介营销产品和服务，并建立顾客关系的营销活动。

3.11 内容营销 Content Marketing

内容的传播、分发、审核、优化等营销活动的总称。

3.12 互联网营销师 Internet Marketer

在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行营销推广的人员。

3.13 全媒体运营师 Omni-media Operator

指综合利用各种媒介技术和渠道，采用数据分析、创意策划等方式，从事对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈等工作的人员。

4 适用院校专业

中等职业学校：电子商务、网络营销、移动商务、跨境电子商务、市场营销、商品经营、农产品营销与储运等专业；

高等职业学校：电子商务、网络营销、移动商务、跨境电子商务、市场营销、酒店管理等专业；

应用型本科学校：电子商务、电子商务与法律、市场营销、旅游管理、酒店管理、网络与新媒体等专业。

5 面向职业岗位（群）

【直播电商运营】（初级）：主要面向网络直播营销主播服务机构、广告或公关类企业、品牌类企业的直播助理、运营助理等岗位。

【直播电商运营】（中级）：主要面向网络直播营销主播服务机构、广告或公关类企业、品牌类企业的直播策划专员、电商主播、推广专员、互联网营销师等岗位。

【直播电商运营】（高级）：主要面向网络直播营销主播服务机构、广告或公关类企业、品牌类企业的直播项目经理、直播产品经理、电商运营、全媒体运营师等岗位。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

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

【直播电商运营】（初级）：主要面向网络直播营销主播服务机构、广告或公关类

企业、品牌类企业等的电商或营销部门，从事直播间搭建与运维、直播执行、宣传推广与数据整理等工作，具备直播平台操作、直播执行和初步的数据分析能力。

【直播电商运营】（中级）：主要面向网络直播营销主播服务机构、广告或公关类企业、品牌类企业等的电商或营销部门，从事直播策划、直播带货和推广等工作，具备直播创意策划、商品讲解与控场、引流推广和数据分析的能力。

【直播电商运营】（高级）：主要面向网络直播营销主播服务机构、广告或公关类企业、品牌类企业等的电商或营销部门，从事直播商品供应链管理、方案策划与推进、效果评估优化等工作，具备直播电商运营统筹规划、风险评估与应对及复盘优化能力。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 直播电商运营职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1.直播间搭建与运维	1.1 直播间搭建	1.1.1能根据直播主题、商品类目、活动类型，结合场地大小，划分直播区、货品准备区、设备放置区等，布置直播背景，调整环境灯光，完成线下直播间的搭建； 1.1.2能熟悉直播平台的开通流程，在主流直播平台注册并认证账号，设置基本信息； 1.1.3能根据直播平台规则，设置标题、封面、个人主页等内容，完成线上直播间装修； 1.1.4能根据直播要求，检查网络信号和推流软件，调试声卡、麦克风、摄像头等音视频设备，保障直播过程顺畅； 1.1.5具备电商行业、广告行业、商品所属行业等的法律法规意识和保密意识； 1.1.6具备平台规则的学习能力。

	1.2 直播物料准备	1.2.1 能根据直播内容，整理直播物料清单； 1.2.2 能根据直播内容和品牌方要求，与品牌方进行沟通，准备品牌玩偶、品牌 logo 桌牌、品牌延展物料等现场环境需要的道具，遇到问题及时反馈确认； 1.2.3 能根据直播商品清单，与主播及品牌方进行沟通，准备所卖商品的样品和配合道具，遇到问题及时反馈确认； 1.2.4 能根据品牌方要求和嘉宾需要，与主播及嘉宾进行沟通，准备嘉宾胸牌、臂章、服装等道具，遇到问题及时反馈确认； 1.2.5 具备严谨细致的工作态度； 1.2.6 具备一定的沟通能力和执行能力。
	1.3 商品发布与设置	1.3.1 能根据商品资料，提取核心信息，设置商品图片、标题、价格、库存等基础信息； 1.3.2 能根据直播策划和平台要求，上架直播间商品； 1.3.3 能根据直播促销计划，修改商品价格，设置满减、优惠券、赠品等促销活动； 1.3.4 具备初步的信息提取和整理能力； 1.3.5 具备严谨细致的工作态度。
2.直播执行	2.1 脚本初稿编写	2.1.1 能根据行业热点，结合主播特点和粉丝特征，搜集并整理直播话题素材； 2.1.2 能根据品牌背景和商品详细信息，从商品背景、商品卖点、促销计划等方面整理商品资料； 2.1.3 能根据话题素材和商品资料，结合直播策划和流程，编写直播脚本初稿； 2.1.4 具备一定的热点捕捉能力； 2.1.5 具备规范引用能力和文字编辑能力； 2.1.6 具备一定的创新能力。
	2.2 直播间系统操作	2.2.1 能根据直播脚本流程和主播讲解实时情况，推送商品链接； 2.2.2 能根据直播策划的节奏，协助主播进行抽奖、红包、秒杀等操作； 2.2.3 能实时关注直播商品销售数据，结合供应渠道实际情况，调整可售商品的数量； 2.2.4 具备一定的团队协作能力； 2.2.5 具备严谨细致的工作态度。

	2.3 直播间互动	2.3.1 能熟练掌握直播脚本内容，结合直播现场情况，配合主播展示或试用商品； 2.3.2 能根据直播策划，使用直播平台连麦、投票、话题、抽奖等互动工具，提升直播间粉丝活跃度； 2.3.3 能根据直播间评论区反馈，配合主播回复，对粉丝的恶意性评论采用禁言处理，维护评论区秩序； 2.3.4 具备良好的线上沟通表达能力，及团队协作能力； 2.3.5 具备敏锐的观察能力； 2.3.6 具备一定的随机应变与问题解决能力。
3.宣传推广与数据整理	3.1 宣传物料制作	3.1.1 能根据直播目标和主题，搜集图片、视频、音频等宣传素材，构建素材库； 3.1.2 能基于直播过程，整理现场图片、精彩画面或片段、平台数据等直播素材，完善素材库； 3.1.3 能根据平台图文应用要求，结合直播主题，使用图片处理软件和排版工具，制作海报、长图、文案等图文类物料； 3.1.4 能根据平台视频应用要求，结合直播主题，使用视频剪辑工具，制作视频类物料； 3.1.5 具备图片、字体、音视频的版权意识，以及广告法等法律法规意识； 3.1.6 具备一定的审美能力，以及较强的图文制作、视频剪辑能力。
	3.2 宣传推广与投放	3.2.1 能根据直播宣传物料形式，选择微信、微博、短视频平台、直播平台等免费渠道，结合不同平台特点，针对性宣传推广； 3.2.2 能结合二次传播物料的内容特点，选择微信、微博、短视频平台、直播平台等渠道，进行二次传播； 3.2.3 能根据推广计划和目标，运用直播平台付费工具，进行宣传推广； 3.2.4 具备平台规则和特点的学习能力； 3.2.5 具备规范使用信息发布用语的能力； 3.2.6 具备网络安全法等相关法律法规意识。

	3.3 数据采集与初步分析	3.3.1 能采集观看人数、在线时长、新增粉丝数、销量、销售额等直播数据，以及转发量、曝光量、点赞量等宣传推广数据； 3.3.2 能初步处理直播数据，用可视化图表呈现，并分析销售目标达成情况； 3.3.3 能初步处理宣传推广数据，用可视化图表呈现，并分析宣传推广整体效果； 3.3.4 具备数据保密意识； 3.3.5 具备数据敏感度及逻辑思维。
--	---------------	---

表 2 直播电商运营职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1.直播策划	1.1 商品选品	1.1.1 能根据商品历史销售数据、口碑表现、商品优惠力度和目标用户需求等数据，评估并挑选直播商品； 1.1.2 能根据商品优势和卖点，将直播商品划分为形象款、引流款、跑量款等类别； 1.1.3 能根据直播过程中的实时在线人数、互动数、粉丝增长率、点击转化率等数据调整未上架的商品顺序； 1.1.4 具备商品敏感度； 1.1.5 具备数据分析能力。
	1.2 内容策划	1.2.1 能根据直播策划、品类结构和促销节点，确定直播商品排期和主题； 1.2.2 能根据商品特征和目标用户定位，匹配合适的主播，确定主播服饰与妆容； 1.2.3 能根据主播特点和商品特征，设计抽奖、秒杀、投票、话题等互动玩法； 1.2.4 能根据直播目标和活动预算，通过直播间专享价、优惠券、返现等方式设计促销利益点，刺激用户下单； 1.2.5 具备策划能力和逻辑思维； 1.2.6 具备电商法、广告法等法律法规意识。
	1.3 脚本策划	1.3.1 能根据直播主题，结合直播时长、嘉宾特点、直播商品，策划整场直播执行脚本； 1.3.2 能根据实时热点，结合主播风格、互动玩法，策划互动脚本； 1.3.3 能根据商品详细信息提炼商品买点和卖

		点，从品牌介绍、利益点强调、引导转化等层面设计单品脚本； 1.3.4 具备策划能力和脚本创意能力； 1.3.5 具备文字表达能力； 1.3.6 具备电商法、广告法等法律法规意识。
2.直播带货	2.1 商品讲解与展示	2.1.1 能根据商品信息和单品脚本，通过富有感染力的话术营造氛围，推介商品； 2.1.2 能借助道具或模特，现场展示商品使用方法及效果，营造真实感，增强用户对商品的信任； 2.1.3 能通过描述使用场景，将用户痛点与商品功能匹配，强调买点，刺激需求； 2.1.4 能利用价格锚点和促销优惠的对比，塑造产品的高性价比，促成转化； 2.1.5 具备互联网语言表达能力； 2.1.6 具备线上沟通交流能力。
	2.2 直播控场	2.2.1 能根据直播整体脚本，在规划时间内完成直播各环节，把控直播节奏； 2.2.2 能根据直播主题和相关热点，制造话题或提问，营造氛围，引导用户展开互动； 2.2.3 能根据直播现场情况预判可能发生的危机，运用危机应对方法，有效处理直播中断、商品链接失效、商品优惠错误、黑粉恶评等问题； 2.2.4 具备良好的心态和互联网思维； 2.2.5 具备危机的预判与应对能力。
	2.3 粉丝互动转化	2.3.1 能留意进入直播间的新用户，及时推送欢迎语及直播简介，提醒用户加关注； 2.3.2 能根据直播整体脚本，通过话术和语气语调的配合，激发用户参与抽奖、秒杀、投票、话题等互动活动的积极性； 2.3.3 能根据直播过程中的用户反馈，选取恰当的时机引导用户点赞或分享转发； 2.3.4 能根据直播的流程和脚本，结合直播间氛围，提醒用户领取优惠券，促进加购并支付； 2.3.5 具备互联网语言表达能力； 2.3.6 具备线上沟通交流能力。

	2.4 直播数据分析	2.4.1 能基于直播观看人数、观看次数、人均观看时长等数据，分析直播的内容吸引力； 2.4.2 能基于涨粉数、点赞数、评论数等数据，分析直播的用户活跃度； 2.4.3 能基于商品浏览量、客件数、订单量、销售额等数据，分析直播的转化效果； 2.4.4 能根据分析结果，挖掘亮点，找出异常点，分析原因并总结； 2.4.5 具备数据分析能力； 2.4.6 具备数据敏感度和逻辑思维。
3.直播推广	3.1 宣传物料把控	3.1.1 能掌握长图、海报、软文、短视频等内容形式的特点和设计要点，提升宣传物料的专业性； 3.1.2 能熟知相关法律法规，排查物料中的违法违规信息，保证宣传物料的合规性； 3.1.3 能根据宣传目标和受众特点，评估物料的创意性，提升宣传引流效果； 3.1.4 具备商业思维； 3.1.5 具备电商法、广告法等法律法规意识； 3.1.6 具备审美能力和创新能力。
	3.2 直播引流	3.2.1 能根据直播平台规则，策划有吸引力的直播封面和标题，激起用户的观看欲望； 3.2.2 能根据直播内容提炼精华，制作预热软文、海报、短视频等，投放到微信、微博、短视频平台、直播平台等渠道； 3.2.3 能根据直播目标和企业预算，利用直播平台的付费导流功能或其他第三方推广工具，进行付费引流； 3.2.4 具备商业思维； 3.2.5 具备电商法、广告法等法律法规意识； 3.2.6 具备审美能力和创新能力。
	3.3 直播二次传播	3.3.1 能将直播视频的精彩内容进行剪辑，包装成海报、软文或短视频，多渠道分发，引发二次传播； 3.3.2 能基于直播数据和效果，设计战绩海报并分发，促进品牌宣传； 3.3.3 能在直播结束后，针对直播热点和兴奋点与粉丝持续互动，促进转发； 3.3.4 具备数据分析能力； 3.3.5 具备审美能力和创新能力。

	3.4 推广效果分析	3.4.1 能收集各渠道的曝光量、观看量、互动量、话题量等推广数据，汇总并统计； 3.4.2 能根据各渠道的推广数据，结合推广目标，分析渠道效果优劣、付费/免费构成比例、投入产出比； 3.4.3 能根据各维度分析结果，挖掘亮点，找出异常点，分析原因并总结； 3.4.4 具备数据分析能力； 3.4.5 具备数据敏感度和逻辑思维。
--	------------	---

表 3 直播电商运营职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1.直播商品供应链管理	1.1 直播品控	1.1.1 能根据品牌印象、认知度、粉丝欢迎度、实用性，考虑刚需、痛点、高频等原则，结合产品背景调查与产品试用，选择品质过关的产品； 1.1.2 能审查供应商资质，建立商品库，记录和追踪商品信息，完善直播品类结构； 1.1.3 能监控直播商品在采购、入库、销售、售后等环节的品质，发现问题并处理； 1.1.4 具备一定的风险意识、市场洞察与判断能力； 1.1.5 具备严谨细致的工作态度。
	1.2 销售预估与库存管理	1.2.1 能根据历史销售数据、直播观看量，结合商品价格及促销力度、推广力度，预测直播销售量； 1.2.2 能根据销售预估，制定备货策略，确定直播商品的备货、补货规则和补货周期； 1.2.3 能制定库存盘点计划，核查商品库存情况； 1.2.4 具备计算能力和逻辑思维； 1.2.5 具备数据分析能力。
	1.3 风险评估与应对	1.3.1 能评估商品质量风险，建立质量把控与商品溯源机制，做好应对预案； 1.3.2 能评估库存管理风险，建立库存预警管理机制，动态调整库存计划； 1.3.3 能评估售后服务风险，建立服务跟踪机制，做好风险应对预案；

		1.3.4 具备法律意识和风险意识，以及对一般性事件的风险控制能力； 1.3.5 具备问题解决能力和应变能力。
2.直播方案策划与推进	2.1 直播规划与定位	2.1.1 能根据企业目标和预算，制定年度/季度及月度等直播计划； 2.1.2 能根据业务需求，确定直播电商的品牌宣传、开拓新客、粉丝变现、冲销量、清库存等目的，制定直播目标； 2.1.3 能根据直播平台定位、产品特点，分析目标用户画像，实现目标人群定位； 2.1.4 能对商品目标群体需求和主播特征进行匹配，确定主播及人设呈现； 2.1.5 能根据直播目标与品牌方需求，确定直播策略、宣传推广策略； 2.1.6 具备商业思维 and 创新能力； 2.1.7 具备判断力和决策力。
	2.2 专场策划与推进	2.2.1 能根据直播计划，结合营销日历、业务需求，确定专场排期； 2.2.2 能利用热点事件、节日，策划专场直播主题创意、活动内容等； 2.2.3 能根据直播计划、运营流程、活动策划、直播内容设计，制定专场直播方案； 2.2.4 能根据直播目标，对专场策划方案进行统筹和审核，跟进执行并监督； 2.2.5 具备创新能力和创意策划能力； 2.2.6 具备严谨细致的工作态度。
	2.3 宣传推广策划与推进	2.3.1 能根据直播目标，结合品牌及产品特性，制定直播推广的内容策略； 2.3.1 能根据直播目标，结合渠道特点，制定直播推广的渠道策略； 2.3.2 能根据直播目标，制定社群运营策略及流程规范，促进用户传播和裂变； 2.3.3 能根据直播目标，对直播推广策划方案进行统筹和审核，跟进执行并监督； 2.3.4 具备创意策划能力； 2.3.5 具备互联网思维。
3.直播效果评估优化	3.1 直播效果分析	3.1.1 能根据运营目标拆解，确定关键评估指标，提取观看量、分享转发量、销量、销售额、客单价等业务指标，构建指标体系，并建立数据分析模型；

		3.1.2 能运用数据监测与分析工具，对直播各阶段进行监控与效果评估； 3.1.3 能运用数据分析模型，评估用户、流量、转化、营收等效果，撰写分析报告； 3.1.4 具备商业思维； 3.1.5 具备较强的数据思维和逻辑思维。
	3.2 口碑与舆情分析	3.2.1 能利用网络调研、大数据采集等手段，收集直播带货反馈，分析口碑； 3.2.2 能利用网络资讯平台、第三方指数平台等，监测直播舆情数据，分析趋势； 3.2.3 能根据直播的口碑与舆情分析，及时发现问题，提出危机公关应对建议； 3.2.4 具备较强的信息分析能力； 3.2.5 具备较强的风险意识和问题解决能力。
	3.3 复盘与优化	3.3.1 能根据直播效果分析，提炼各环节亮点、总结不足，做好复盘； 3.3.2 能根据口碑与舆情分析，提炼各环节亮点、总结不足，做好复盘； 3.3.3 能根据直播复盘结果，调整下阶段直播活动、宣传推广策略，优化直播效能； 3.3.4 具备较强的分析总结能力； 3.3.5 具备批判性思维和问题解决能力。

参考文献

- [1] 国家标准化管理委员会.GB/T 38652-2020 电子商务业务术语.
- [2] 国家标准化管理委员会.GB/T 31524-2015 电子商务平台运营与技术规范.

[3] 国家标准化管理委员会.GB/T 34941-2017 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求.

[4] 国家标准化管理委员会.GB/T 31232.1-2018 电子商务统计指标体系 第1部分: 总体.

[5] 国家标准化管理委员会.GB/T 31232.2-2014 电子商务统计指标体系 第2部分: 在线营销.

[6] 国家互联网信息办.《互联网直播服务管理规定》.2016.

[7] 中国广告协会.《网络直播营销行为规范》.2020

[8] 全国电子商务职业教育教学指导委员会. 教学用电子商务领域术语[S].2018.

[9] 中华人民共和国教育部.高等职业学校电子商务类教学标准（2019年）.[S].2019.

[10] 中华人民共和国教育部.高等职业学校市场营销类教学标准（2019年）.[S].2019.

[11] 中华人民共和国教育部.普通高等学校电子商务类教学质量国家标准（2018年）.[S].2018.

[12] 全国人民代表大会常务委员会.中华人民共和国著作权法（2010修正）.2010.

[13] 全国人民代表大会常务委员会.中华人民共和国商标法（2015修正）.2015.

[14] 全国人民代表大会常务委员会.中华人民共和国网络安全法.2016.

[15] 全国人民代表大会常务委员会.中华人民共和国广告法（2018修正）.2018.

[16] 全国人民代表大会常务委员会.中华人民共和国电子商务法.2018.