



博主、主播等职业 转正 成功

妈妈再也不说我当博主是玩手机了

中青报 中青网记者 陈璐

这是正经职业！不是我胡说的，是国家说的！李施瑾是华南理工大学数学学院的应届毕业生，作为 公众号博主，她终于可以理直气壮地告诉父母和辅导员， 公众号博主 也是正当职业。教育部最新的就业指标统计标准里，明确将互联网营销工作者、公众号博主、电子竞技工作者纳入自由职业的范围。这意味着博主、主播等职业 转正 成功。

年轻人在自媒体的世界里通过文字、漫画、视频打造自己的品牌，再通过赞赏、流量、付费等多种方式获得收入。微信公布的数据表示，近400万年轻人（18-25岁）成为公众号创作者，正在靠才华赚钱。不过，这个群体仍是少数。BOSS直聘的数据表明，只有约0.9%的2020年应届生选择自媒体博主、电竞师、网店店主等自由职业和创业身份。公众号博主多数为个人，在注册公司、缴纳社保时一头雾水，商业模式、持久性发展还不明晰，在公众号红海竞争中突围仍看真本事。

妈妈再也不说我在玩手机了

当博主，不是从毕业时才开始的。一次偶然的机会，95后李施瑾关注到双相情感障碍群体，成为双相躁郁世界的主编和内容运营负责人。公众号倾注了主创团队3个人全部的热情和精力，她们汇集双相亲历者的力量，在4年间累积发表了1132篇原创非虚构故事。毕业前夕，李施瑾曾尝试找其他工作，包括教师、活动策划、文案写作、药企的统计研发岗等，但谨慎考虑后，她发现这些都不是自己想做的。有一家企业曾愿以5000元每篇的价格请她写文案，但因为调性不同，她也拒绝了，因为我有自己的标准和意愿，没办法以结果为导向、调整风格去写其他公号。她决定毕业后继续和团队一起运营自己的公众号。

双相躁郁世界 目前已经在垂直领域里小有名气的品牌，被一些读者誉为 最具案例价值的精神健康公众号 之一，也有了出版邀约与纪录片拍摄的计划。

在统计毕业去向时，她在 自由职业 的选项里写了括号，标注了 新媒体运营、纪录片策划、中英口译 等一长串职业方向。略显另类的就业选择不好统计，直到教育部的新规定下达，辅导员开心地告诉她， 公众号博主 被纳入了就业统计标准。她将新规拿给父母看，父母支持孩子的选择，但新职业不在他们的理解范围内，有时难免担忧，如今他们口头上都不会说我啦。

新规也传到了往届毕业生的耳朵里。杜爽去年从天津工业大学毕业，在校期间运营过3个公众号，还曾拿到过投资。从大二开始，他的学费、生活费都不需要再向家里要，实现了个人经济独立，平均月收入2万-3万元。毕业后杜爽自然而然地继续公众号创业，也不去上班，也不坐班，他们总说我在玩手机，上一辈的父母理解不了儿子的职业状态，看着他捣鼓手机约等于整天打游戏。

新规改变了父母的想法，杜爽很开心新规定认可了公众号博主的工作状态和事业选择。他笑着说：别人问我做什么的，我更有底气了，说自己不是无业游民了。

新标准适应博主工作状态

又到了统计毕业率的时期，全国约3000所高校

等院校迎来了新标准。

7月1日，教育部公布了《教育部办公厅关于严格核查2020届高校毕业生就业数据的通知》。《通知》指出，当前就业统计面临新形势，尤其是随着我国新产业、新业态、新模式快速发展，新就业形态不断涌现，同时进一步明晰高校毕业生就业统计相关指标含义。

备受关注的是 自主创业 和 自由职业，其中将自主创业的范围加入了开设网店，自由职业的范围加入了互联网营销工作者、公众号博主、电子竞技工作者。

北京林业大学招生就业处副处长闻亚介绍，伴随着新产业、新业态、新模式在我国快速发展，毕业生就业选择更加多元，催生出新的就业形态。毕业生并不是简单说一句 我开网店了 即算。他表示，对每类就业方向的范围及标准提出了明确的审核依据，如开设网店需依据网店网址、网店信息截图和收入流水等信息材料，公众号博主需依据院校两级审定的毕业生本人签字确认的证明材料。

过去的标准由于不适用并不适合博主们的职业状态。比如，杜爽在毕业季统计就业方向时申请了自主创业，这需要提供企业法人身份，还没注册企业的他为此注册了一个企业，最后自己和自己签了三方协议。

在他看来，明确 公众号博主 纳入 自由职业 范围更准确，也能帮助这个群体获得认可，得到相应政策的支持。BOSS直聘研究院院长常蓁认为，自媒体是近年来年轻人群体中一个比较热门的创业和自由职业方向。创业成本相对较低，门槛不算高，平台种类和内容形式更加多元化，成功者能够吸引较高的公众关注度，等等，这些都是吸引年轻人的重要原因。

公众对高质量的内容作品需求大，优秀的创作者能够有所收获，作为互联网原住民，数字技术和有趣创意是这一代年轻人所熟悉和擅长的。常

蓁认为年轻人做自媒体博主有机遇和优势。

5月，微信与中国信通院联合发布的《2019-2020微信就业影响力报告》显示，2019年微信带动就业机会2963万个，其中直接带动就业机会达2601万个，同比增长16%。据微信公众平台提供的调研数据显示，在微信公众号雇用的开发和运营人员中，49.7%是应届毕业生。

随着新就业形态的不断涌现，就业方式也在向更灵活的方向发展，斜杠青年、副业、兼职不再是新鲜事。在2019年微信带动的直接就业机会中，有1519万个是兼职就业，占总直接就业机会近6成。

在博主圈子里，有很多人通过在校运营公众号的经验拿到了Offer，也有人在工作的同时继续运营公众号作为副业。公众号接受个人申请认证，有独特风格的年轻人可以建立个人品牌，成为网红。

数字化时代拓展了职业的范围，创新出了更多新职业。在人社部等部门最新公布的9个新职业也包含互联网营销师、社群健康助理员等，其中互联网营销师类目里增设直播销售员。

高校的专业设置也正在跟随新业态调整。比如，在高职院校里，扬州工业职业技术学院组建了电商直播学院，浙江义乌工商职业技术学院成立电商直播相关导师工作室。

多元化成长仍需做好就业帮扶

李施瑾的父母在和地聊起职业规划时，总是以 虽然 开始，但关键内容都在 但是 里表达。

但是 里常常是担忧收入和前景。运营公众号4年，李施瑾一直为热爱发电，个人只有不到5000元的打赏收入，团队其他小伙伴也依靠其他工作养活自己。他们入选了北京尚善公益基金会 抑路前行 项目，这是他们拍摄纪录片的的全部资金来源。

如何找到清晰的商业模式是他们面临的困境：因为内容偏公益，达到粉丝数量后公众号开启微信自带的流量主广告功能，有读者立刻表达质疑；同一领域内，有的博主缺乏专业背景，却提供心理咨询或调整处方药等付费服务，他们认为这极具风险且违反伦理；有私立医院和咨询师工作室希望投放广告，但医学生志愿者审核后往往认为对方胜任力不足，他们也就拒绝了。

早期的流量红利过后，公众号早已是红海，竞争激烈，突围困难。今年6月，微信公众号推送打乱了时间线规则，常读和星标的公众号被推荐的频率会更高，这在无形中给公众号运营者增加了内容产出压力。

同时，信息更迭速度快，自媒体博主为了保证自己的品牌特色，需要持续且快速地生产出作品，并且要尝试掌握多平台运营。

选择新职业就业的毕业生仍需要高校送一程。闻亚表示，按国家有关规定，高校毕业生有两年择业期，离校不离心，服务不断线，各高校仍然会持续为毕业生提供招聘信息推送、就业手续等服务。

同时，高校就业数据统计是十分严谨的，需要对照相关文件要求审核每名毕业生的就业材料，还要接受教育部和省就业主管部门的就业专项核查，此外毕业生也可以在学信网上直接反馈就业状况，多方面、多角度、多方式的核查，确保高校毕业生就业数据真实、准确。

自媒体博主多数单打匹马，没有企业组织约束，杜爽认为帮助刚毕业的小白了解缴纳社保、相关法律等十分重要。他的老家在贵州，准备在天津落户，如果不能懂得缴纳社保等影响买房落户，需要一些政策普及、引导，不然容易走弯路。

自媒体创业看着容易做起来难，竞争高度激烈，常蓁提示，除了靠内容突围，想要取得更好的发展，一定还要面对团队搭建、商业模式等重大挑战，这些是应届生所欠缺的，需要不断历练。



7月1日，浙江省台州市路桥区青年创业一件事综合窗口正式设立。创业青年宋勇只用不到半天时间，就办妥了营业执照、企业印章、银行开户、涉税发票、社保转接等业务。

该服务窗口由团路桥区委整合资源创立，针对全区18-35周岁创业青年，提供一次性、一站式服务，内容涵盖创业指导、孵化场所、企业主体设立、资金优惠、组织关系结转5大类、21个办事事项。

当天，路桥青年创业孵化场所分布图也正式亮相，全区小微企业创业园、青创空间的剩余空位，入园门槛，园区联系人均详细展示。

梁潇之 中青报 中青网记者 董碧文/文并摄

赵华山：临泉毛笔非遗技艺守护者

中青报 中青网记者 王海涵 王磊 实习生 张帆

这一行的年轻学徒越来越少，手艺人正在慢慢变老。未来，谁来守护、传承这项传统非遗技艺？这成为临泉毛笔制作技艺传承人赵华山工作之外的烦恼。

赵华山出生于毛笔世家。2011年退伍后，投身毛笔制作行业，公司位于有北国笔乡之称的安徽省阜阳市临泉县谭棚镇。近年来，他带领员工打造了曹如章、北谦两个品牌，从选料、除绒、齐锋、披毛、到择笔、修笔，完全尊重和坚守传统工艺。

一路走来，赵华山没忘记前辈铁下心，用一辈子时间和心血来制笔的教诲，同时，他在技法上不断推陈出新，试图让这项传统技艺焕发新的生机。

从想着 仗剑走天涯 到接家里的班

文房四宝，笔居首位。临泉毛笔制作技艺是安徽省非物质文化遗产，入选选材精良、制作精心、工艺先进闻名遐迩。赵华山的外公曹如章先生就是一名制笔工艺大师。

曹如章生于1928年，只读了两年私塾就因贫困辍学。1942年，家里当了二亩地作 压跪礼（学费），让14岁的曹如章拜在制笔大师李万中先生门下，学得一手精湛的制笔技艺。

1982年，曹如章创办文德堂家庭毛笔厂，1985年与女婿共同制出 八柱擎天 毛笔（可一分为八，一笔多用），名震一时，获得了首届中国乡镇企业产品博览会金奖，毛笔厂的经营状况也逐渐好了起来。上世纪90年代之后，随着圆珠笔、水笔等文具的出现，临泉毛笔市场开始走下坡路。

2000年前后，用毛笔的人越来越少了，一些经销商慢慢消失了，制笔厂纷纷关门。2010年年底，我退伍回乡，已经听不到一些传统毛笔牌子的声音了，感觉很痛心。

其实，我当时也不想接家里的班，不想受管束，总想着仗剑走天涯。后来出去开一些文博会议，和一些文化界的人交流，学到了很多，开始转变观念。赵华山说。

2010年年底，外公的去世深深触动了赵华山。在外公生命最后的那段时日，赵华山寸步不离照顾着外公。尽管老人家意识模糊，但是手还在被窝里不停地动着。我一看就知道，那是老一辈人修笔的动作。这更加坚定了他要传承这项技艺的决心。

2011年，赵华山正式进入家里毛笔厂学习，同年，他创立临泉县龙笔笔业有限公司，开始了一段创业 苦旅。

这一行，不练，就会生手

首先遇到的考验是工艺。制笔工艺大致分为选料、水盆、干活三大类，制笔的精华工艺是在水盆里进行的，要求细心和耐心，天太冷了还不能做。

我从小在家，就喜欢围着水盆跑来跑去，耳濡目染，也懂一些。赵华山坦言，为了将这项技艺学精，自己可请下了一番苦功夫。

那段时间，他从最基础的开始学习。毛料本身是干燥的，手要一直放在水盆上面，一手紧攥着毛料，另一只手拿着牛骨梳，一点一点地在水盆里将毛捋顺。手一定要捏紧，不然会将毛梳散，有时候一不小心，还会扎破了手。

为了能让自己的手形成肌肉记忆，赵华山从早上练到夜里，连睡觉也不放下练习。甚至还在自己的手上绑上胶带。就这样，一练就是3年。

做笔的工具讲究，工序也要格外严谨。脱脂、除绒、梳衬、晾晒等环节一个都不能马虎，一支成品笔，要经历128道大大小小的工序。赵华山介绍，选料完成后，梳衬也是个技术活，因毛类、长短、粗细、软硬等各不相同，需要混梳均匀，其法颇为繁琐。梳理整齐后，还要整体拍扁拉长，重叠折回再次梳理，需往复四五次，直至均匀为止。

此外，就扎笔来说，考验的是传统的捆扎技艺，要将笔头晒干或烘干，以棉线捆扎笔根，捆扎时用力要均匀，稍有不慎就会变形。没有一项动作是一朝一夕可以练成的，需要慢慢沉淀、磨练。

您用的毛笔是我的人生，是赵华山创业路上的座右铭，也是一代代制笔手艺人的真实写照。好在一路坚持了下来，公司效益还算过得去。这一行，不练，就会生手，专业性决定你的地位。与其说我是创业，不如说是在守业。赵华山感慨。

创业路上，赵华山的家人对他十分支持。他的父母赵斌、曹彩霞夫妇于2011年自筹资金建立临泉毛笔博物馆，2012年开馆。该博物馆也获评 全省首批十佳民办博物馆 全国优秀民办非企博物馆。赵华山觉得，家人的坚守为自己树立了榜样，激励自己不断创新。

将这个行业守下去

以前，学徒要站在师傅后面看着做3年，熟悉工具，磨性子。现在有些年轻人，站一周都不愿意。很多年轻徒弟，出去打工了就不愿意再回来。赵华山觉得，跟下，制笔企业普遍存在缺少年轻学徒的困境，很多企业还是家庭作坊形式，销路集中在学生用笔、传统用笔、礼品定制等方面，需要打开销路。

这些年，他也在思考，如何让年轻人愿意学制笔。上一代手艺人可能比较古板，只知道某个工艺是这么做，不知道为什么要这么做，也有可能表达不准确，年轻人学起来较累，需要自己去琢磨。

他认为，应该把产品口径、配料以及相关工艺标准固定下来，先让年轻人会做一支笔，让他们 上道。他同时感慨，对于非遗产业，各级政府政策上都有支持，但最重要的还是自身，要根据市场调整产品战略。目前，从画册设计到文案、包装，都是赵华山自己摸索完成的。

2019年年初，龙笔笔业作为安徽省唯一的制笔企业代表，入选 中华老字号故宫过大年 展览活动，这让赵华山备受鼓舞。眼下，他正思考将企业生产融入当地生活中，让非遗走进年轻人的生活。

今年受新冠肺炎疫情冲击，学生复课比较晚，一些学校、书法培训机构没有开学，毛笔订单量少，赵华山的公司生意惨淡。这也逼着赵华山学起新技术，他赶起时髦，玩起自媒体，自己拍摄、剪辑视频。他还特意开设了两个自媒体账号，一个以自己母亲为主角，讲述毛笔的历史故事，另一个则普及毛笔的制作工艺和常识。

如今的赵华山更多了一份从容和平。干这一行，最重要的是始终如一，我是个慢性子，有自己的节奏，不想快速赚钱，只要踏踏实实，慢慢实现自己的目标就行。作为年轻创业者，更要讲好自己文化，将这个行业守下去，发展好。



赵华山

返乡创业助力乡村振兴

秭归脐橙 恩施土豆 孝感葡萄

湖北学子各出奇招为家乡农产品带货

林菲 金瑞 中青报 中青网记者 雷宇

受新冠肺炎疫情影响，春节以来，湖北特色农产品滞销的消息接连不断。记者在采访湖北多所大学时了解到，很多湖北学子急农民所急，想方设法帮助他们推销家乡优质农产品，他们或包围收购内销，或亲自直播带货，把秭归脐橙、恩施土豆、孝感葡萄送到了消费者的餐桌上，彰显了当代青年的责任与担当。

包圆 收购内销秭归脐橙

回忆几个月来帮助秭归农户销售脐橙的日子，24岁的华中农业大学研究生钱君感慨，那段时间，基本每天只睡4个小时，但没有一个人退却，都觉得只要能够真切地帮助到农户，就值！秭归作为 脐橙之乡，脐橙年年供不应求，大量销往北京、上海、东北等地。今年受疫情影响，大量脐橙难以外销。常年与果园打交道，在新闻上得知湖北秭归的脐橙滞销时，华中农业大学园艺林学学院的这位95后在校研究生意识到，一刻都不能等，他带领创业团队连夜驱车20多个小时，一头扎进了果园。

经过几天的调研，他发现，武汉很多社区团购的水果质量相对较差，生鲜水果的高需求难以保证。这为秭归脐橙提供了绝佳的内销机会。与农户们商量过后，钱君团队立刻着手落实脐橙的采摘计划与销售方案。一方面，他们与当地物流、采购队达成了义务助农的合作共识，决定以 包圆 形式采购农户脐橙；另一方面，他们成立了专门的配送队，并与武汉志愿组织取得联系，以几乎零利润的价格将新鲜脐橙运往武汉。

帮助农户卖脐橙的同时，钱君发现，当地需要的不仅是解决这一次的销售难题，还需要突破技

术上的瓶颈，为橙子的锁鲜方法进行升级。经过一个多月的实验，钱君团队新研制出一款保鲜剂，使橙子的保鲜期大大延长。这为当地农户带来了从采摘到运输的全方位扶助。

3月中旬起，疫情不严重的省份陆续解除交通管制，团队成员陆续从安徽、江西等地赶赴果蔬滞销严重地区，实地了解产区情况，亲自负责把关产品品质，协调发货物流运输。采摘、打包、包装、发货。3月19日，1000件红肉脐橙首次落地武汉，配送团队在4个小时内将爱心脐橙配送至武汉20余个社区。几个月来，钱君团队几乎走遍了30多个乡镇10万余亩果园，累计行程2.2万公里，对接24个大型商超及供货集团，通过志愿服务队配送至近百个社区，助力5个乡村近百个秭归果农，帮助销售脐橙10万余斤。

亲自直播带货恩施小土豆

在距离秭归195公里的恩施土家族苗族自治州巴东县金果坪乡沙岭村，江汉大学的田亚飞也开始了他的助农行动。

由于村里没有人会做电商，销售渠道十分狭窄，以往当地特产的马尔科富硒小土豆不是村民自己吃就是喂牲口，能卖出去的不多。疫情期间，田亚飞发现村里不论男女老少都喜欢刷抖音，于是他便在抖音平台开了个直播间，打算利用抖音推荐小土豆。

一个手机支架，一个补光灯，田亚飞便与同村好友开始了直播卖货之路。正宗恩施小土豆、粉、面、糯，产地直销！视频里，田亚飞穿着土家草鞋，从地里拿起几个沾满泥土的小土豆，用流利的恩施话推销着这款富硒小土豆。通过在田间直播小土豆的采挖过程，让网友看到小土豆的原样，直播中偶尔讲述一些关于土家族的习俗，直播过程风趣十足。起初，田亚飞的直播间基本没什么人，他就琢磨着通过直播的PK功能匹配其他主播进行

互动，增加人气。多次比赛过后，田亚飞将与主播的连线比赛变成了实实在在的友谊赛。比赛时，其他主播也会帮忙宣传恩施的小土豆，甚至以小土豆的品种名称来亲切地称呼田亚飞为 马尔科小哥哥，多方合作之下，直播卖货为村里带来了不少订单。

为了进一步扩大恩施小土豆的推广效果，田亚飞通过微商、代理、校内服务线上小商城等方式，将小土豆推向市场。只用了不到半个月的时间，销量就从最初的一天一二十单，增至一天一两百单，让村民们开始相信直播带货的经济效益。大客户要用大车来拉，散客也有要几百斤的，订单量的增加暴露了人手不足的问题，面对巨大的分拣量，田亚飞决定找村里的贫困户帮忙，按照兼职的标准给予他们相应的报酬。至今他已帮助村内10余家农户卖出了富硒小土豆，总计销售量达5万斤，销售额达10万余元。

直播之余，田亚飞也在思考如何做得更好。虽然他们做的是小生意，但是我们更想把家乡的特产带出大山，推荐给更多人，目前他正筹划将线上其他电商平台渠道也打通，线下与地方种植户签订代销合同。他打算毕业后回农村，拓宽家乡特产的营销面，把家乡的美食文化传递到更多地方。

拍视频写文章推销孝感葡萄

在湖北省孝感市大悟县红畝村大别山腹地，由湖北经济学院法学院罗鑫雨同学带领的团队正在帮助村民销售当地特产的紫葡萄。

去年7月，他曾作为队长带领会计系RA005社会实践团队前往红畝村开展调研，并向身边好友推荐当地特产，帮助当地村民卖出了4000余元的紫葡萄。

疫情期间，罗鑫雨在抖音上刷到很多助力湖北的话题，便想起了红畝村的葡萄基地。他联系上葡萄基地负责人，发现葡萄还没有成熟，但已经



扫一扫 看视频

在宣传销售了，

一直以来，当地葡萄仅仅依靠游客的购买力，口碑相传能维持一定的销量，村民没有想过在互联网上进行销售。今年外地人暂时不敢来湖北，葡萄销售堪忧。罗鑫雨认为，授人以鱼不如授人以渔，和团队讨论之后，决定帮助红畝村打开销售渠道。

罗鑫雨将为调研活动而建立的公众号规划升级，发了两条关于红畝村紫葡萄的文章。同时，他联系上拥有102.4万抖音粉丝的高中同学，帮忙策划现场直播带货。团队成员也在各自家乡向亲朋好友宣传推广，做好葡萄前期的预售活动。

仅依靠朋友圈广告覆盖面小，不够吸引人。我们还教负责人拍摄短视频、写文章来进一步宣传。恰逢当地政府要适时推出一场扶贫直播，于是，罗鑫雨和团队用一周时间策划了网络营销采摘游，推出六折线下采摘券，直播中购买葡萄的网友将免费获得采摘折扣券，凭券预约葡萄园线下采摘可享六折优惠。直播一举吸引了千余网友，现场下单数百斤，实现销售收入近万元，目前已有数百名网友领券预约到现场采摘。

我们引导的是 线下旅游+消费 模式，在葡萄销售的同时吸引更多客流，助推农业与旅游业融合发展。现在，产品积压的问题得到了缓解，越来越多精美的短视频开始出现在当地农民的朋友圈。不久前，红畝村村委会给湖北经济学院法学院发来一封感谢信，感谢罗鑫雨团队为当地农户渡过难关所作的贡献。



扫一扫 看视频