

网上中国

促进新业态发展, 带动高质量就业

# 这些新职业有了“国标”

本报记者 彭训文

## 为直播行业划“底线”

“这件衣服不仅款式新颖, 面料也很舒服, 喜欢的朋友赶快点击链接下单。”在电商平台直播页面, 主播丽丽拿着一件折扣女装, 对着镜头介绍衣服材质、大小。经过几年历练, 她每天能销售近百件女装。在她看来, 如今直播行业逐渐成熟, 消费者也更加理性, 主播需要更加垂直、专业, 才能更好地服务消费者。

直播电商迎来快速发展, 也催生了主播、助播、选品、运营、场控等新就业岗位。在这些岗位去年被统一称为“互联网营销师”后, 人社部、中央网信办、国家广播电视总局今年11月共同发布互联网营销师国家职业技能标准。

根据该标准, 互联网营销师是指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; 主要工作任务包括搭建数字化营销场景, 通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广, 促进产品从关注到购买的转化率等。

中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚表示, 互联网营销师国家职业技能标准通过对直播行业从业人员设立职业评价的参考标准, 将使直播活动更规范, 为行业健康发展划出了一条“底线”。

在市场需求催动下, 直播电商、短视频电商领域对职业要求进一步细化; 而目前相关人才培养内容较单一、从业者技能掌握不全面, 成为制约行业发展的突出问题。互联网营销师国家职业技能标准的发布将带动互联网营销专业人才培养, 推动建立一支从业规范、质量过硬、专业更强的互联网营销师职业队伍。

## AI从业人员将达500万

人工智能训练师是随着人工智能技术的广泛应用产生的新兴职业。从国内一所高校计算机专业毕业后, 小陈通过校招进入达达集团旗下京东到家平台担任人工智能训练师。他这样描述自己的工作: “通过人工智能和大数据分析技术, 提升数字化的运营能力, 洞察消费者需求, 让人驻平台的品牌新品成为爆品。”目前, 公司该岗位范围内已诞生“流行趋势预测师”“新品创新顾问”“路径规划算法工程师”等工种。例如, “路径规划算法工程师”通过算法设计帮助骑手小哥规划配送路线, 优化从前端订单下发到末端货物配送周转, 从而提升用户体验, 能大幅度降低配送成本。为帮助入职新人不断提升职业技能, 小陈介绍说, 公司配备了一对一的专属导师, 定期举办学习讲座、技术沙龙、“达达学堂”等线上线下培训活动。

根据国家职业技能标准, 人工智能训练师是指使用

近日, 互联网营销师、人工智能训练师、信息安全测试员、无人机测绘操控员等国家职业技能标准发布。信息技术快速发展, 新的商业模式和就业形态不断涌现, 孕育出种类繁多新职业。一系列新职业及其国家职业技能标准的发布, 将有效促进新职业、新业态规范化和规模化发展, 带动高质量就业。



在浙江省金华市企业职业技能培训学校, 村民热情参与由金华市金东区农业农村局主办的直播带货培训课。  
吴潮宏摄(人民图片)

智能训练软件, 在人工智能产品实际使用过程中进行数据库管理、算法参数设置、人机交互设计、性能测试跟踪及其他辅助作业的人员。标准还从数据采集和处理、数据标注、智能系统运维、业务分析、智能训练、智能系统设计等维度划分了5个等级。

随着人工智能在智慧城市、智能制造、自动驾驶、智能服务、智能医疗、智能农业、智能物流、智能金融及其他行业的广泛应用, 人工智能训练师规模有望迎来爆发式增长。据人社部预测, 到2022年, 国内外AI相关从业人员有望达到500万。

## 技能越高薪酬越高

“发现火情, 无人机行动!” 听到号令, 张健拨动遥控器摇杆, 无人机迅速升空, 准确锁定火情位置, 精准投下“灭火弹”, 燃烧的火焰瞬间熄灭。

这是无人助力北京延庆区森林防火演练的一个场面, 也是张健成为无人机驾驶员的正式试飞。他以前是八达岭镇营城子村的一个普通农民, 经过区人社局组织的无人机技能培训, 他一下迷上了这个新职业。经过

刻苦训练, 如今他已成为一家公司的无人机演员和教练员。“从农民到无人机驾驶员, 我不仅有了稳定的工作和收入, 更有了自己喜欢的技能。”他说。

最近发布的无人机测绘操控员国家职业技能标准, 对该职业设置了5个级别要求。张健说, 他准备报考一个职业资格证书。在他看来, “这是一个不断提升自己业务能力”的过程。

通过设计职业技能等级, 不断提升从业者业务素质, 正在成为很多新职业技能标准的重要方向。例如, 最近发布的信息安全测试员国家职业技能标准设置了4个级别的工作要求。针对漏洞信息, 要求中级工能查阅公开的安全漏洞报告, 梳理漏洞分析报告, 能检索已公开的漏洞验证程序等; 对高级技师则要求能研究漏洞影响范围, 编写漏洞预警报告; 能判断漏洞的补丁或临时解决方案对漏洞防范的有效性。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳表示, 国家职业技能标准标志着从业者在该领域内的职业技能水平。职业技能水平越高, 就越能享受更高的薪酬待遇。越来越多新职业技能标准的出台, 不仅能带动高质量就业, 还将吸引更多从业者不断提升职业技能, 从而促进新业态良性发展。

云中漫笔

# 健全完善电商信用评价体系

李雪钦

“每次下单前都会先看看评价, 希望每一个评价都真实可信。”网上的一则留言道出不少网购爱好者的的心声。商务部、中央网信办、发展改革委日前发布《“十四五”电子商务发展规划》, 提出加强电子商务监管治理协同, 推进数字化、网络化和平台化监管, 构建可信交易环境, 保障市场公平竞争; 督促电子商务平台经营者加强对平台内经营者管理, 探索建立“互联网+信用”的新监管模式, 引导电子商务直播电商平台建立信用评价机制。

网购在人们的生活中越来越普及, 各类电商平台用户发表的商品评价, 往往成为消费者衡量商品服务品质的重要辅助参考。对于卖家而言, “好评”有助于吸引客源, 带来大量交易机会和潜在经济效益。

电商平台设计评价体系是基于买卖双方公平立场、维护行业发展的一项开拓性措施, 相当一段时间内起到了良好作用。然而, 利益驱动下, 部分商家想方设法增加“好评”数量, 导致信用评价体系逐渐变味。国家市场监督管理总局曾发布《2021年度重点领域反不正当竞争执法典型案例——网络虚假宣传篇》, 对一些商家虚构评价、“刷单炒信”问题进行曝光。

虚假评价数据扭曲了平台评价机制的初衷, 使其可信度大打折扣, 在一定程度上扰乱了正常的网购秩序。对此, 监管部门早有规定。《中华人民共和国电子商务法》明确指出, 电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传, 欺骗、误导消费者。电子商务平台经营者应当建立健全信用评价制度, 公示信用评价规则。

除了市场监管部门加大失信惩治力度外, 电商平台、商家和消费者应携手同行, 凝聚合力, 营造良好的电商信用评价体系。电商平台要切实履行主体责任, 改进审核机制, 以更高效精准的方式打击虚假好评, 力挺真正的“好评商家”, 让虚假评价没有生存空间。此外, 还要健全完善信用评价体系, 制定评价依据、细化评价标准, 保障消费者的知情权和选择权。

“刷来的好评”, 终究抵不过货真价实的力量。商家要自觉自律诚信经营, 不在评价上弄虚作假。真实的顾客反馈, 有利于商家改进其商品及服务。对于消费者而言, 应在购物消费时理性客观和选择权。

信任机制是网购成交的基石, 商品评价体系是平台信任机制的重要组成部分。依法实施信用监管是规范电商市场秩序、改善市场信用环境的关键举措, 更是推动电商行业高质量发展的必由之路。相信好评失真问题问题解决后, 评价体系的多元内容能为消费者的决策提供更全面的辅助参考, 助力平台经济健康有序发展。

适老化数字产品越来越丰富

# 跨越年龄 乐享网络

本报记者 李贞



《埃博拉前线》剧照。 图片来源于网络

## 视频平台呈现 医疗援非事迹

由国家广电总局指导的重大现实题材电视剧《埃博拉前线》日前在腾讯视频全网首播, 中国医疗援助非洲的事迹通过视频平台全景呈现。该剧以2014年中国医疗援助非洲展开国际合作共同抗击埃博拉疫情为核心原型, 展现中国援非医疗队员人道主义、国际主义精神和构建人类命运共同体的责任担当。

制作方力求用考究写实的美术置景呈现当年的非洲实景。剧本打磨用了3年多时间, 其间主创人员行程几万里, 采访各界专家、亲历者上百次。该剧刻画了病毒学家郑书鹏和所在的中国医疗队猝然间遭遇西非埃博拉疫情暴发, 在非常有限的医疗条件下, 用精湛的医术与病毒展开艰苦战斗; 同时, 华裔记者何欢因暗访一桩钻石走私案而深入西非, 与中国医生医道无界、生命至上的理念产生共鸣, 加入了共同抗击疫情的队伍, 展开了一场科学与疾病、光明与黑暗之间的生死较量。剧中中国医疗队远赴非洲开展国际合作、抗击埃博拉疫情的故事让受众感动, 并致敬医护人员面对疫情险情无惧生死、面对灾难困难义无反顾的奉献精神。(杨晓)

追剧、网购、直播、做博主……如今, 更多老年人不仅希望自己的晚年生活“老有所养”, 更要“老有所乐”。为了满足老年生活的多样化需求, 不少互联网企业积极推出适老化数字产品, 开辟老年人触网新渠道。

## 老人爱上短视频

“要是没有我们这些美食博主, 这些水果皮不都浪费了么?” 一口东北话的老大爷, 一会儿炒一会儿烤, 把百香果皮做成了一盘糖, 逗得网友们弹幕里打出一排排的“哈哈”。这是博主“结巴老爹”在视频网站上播放量最高的一条作品, 短短4分多钟, 观看量超过280万。

“结巴老爹”是辽宁省大连市一名普通退休工人, 做视频博主源自他儿子张明明的建议。“几年前, 父亲刚退休时很不适应, 觉得生活突然空落落的。看他闷闷不乐, 我就建议他出镜拍视频, 找点新爱好。”张明明说。没想到, 60多岁的老大爷一边唠家常一边做家常菜的短视频, 在年轻用户为主的视频平台上火了。

像“结巴老爹”一样积极投入互联网的高龄用户正在增多。中国互联网络信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至今年6月, 中国50岁及以上网民占比28%, 同比增长5.2%。特别是短视频领域, 吸引了大批

“银发族”用户。中国人民大学人口与发展研究中心教授翟振武指出, 老年人通过短视频了解社会动态、发挥余热特长, 能加强与子女的沟通, 也是一种积极参与社会的新形式。

视频平台也开始积极打造聚焦老年人的产品。近期, 中国老龄协会同哔哩哔哩视频平台共同推出节目《屋檐之夏》, 展现城市独居老人在异乡奋斗的青年人共同生活的故事, 希望促进代际沟通, 探索新的养老生活方式。《屋檐之夏》制作方认为: “中国社会老龄化趋势已经越来越明显, 关注老人们的现在, 就是关心公众的未来。希望看到这档节目的人, 能更好地照顾自己, 抽时间多陪陪自己的家人。”

## 网购方便又有趣

“交了预售订金, 万一我要退货咋办?” 家住黑龙江省哈尔滨市的吴阿姨, 在视频电话里向在外地工作的女儿询问一些网购规则。

网购已经成了吴阿姨退休之后的一大乐趣。“网购方便, 我现在基本各种东西都从网上买。最近我想换一台新的吸尘器。这不, 挑好后立刻先付了订金。”为了领优惠券, 吴阿姨还学会了看购物直播。“直播间的东西更便宜, 我还帮闺女在直播间抢过优惠券。”吴阿姨喜滋滋地说。

如今, 老年网购用户不断增加, 网络消费、定制消费、体验消费等已经成为“银发经济”新的消费增长热点。京东消费及产业发展研究院发布的《2021老年用户线上消费报告》显示, 今年前三季度“银发族”网购销量同比增长4.8倍。在居家养老场景下, 适老家居的消费增长近1倍。其中, 安全扶手、颈椎枕成交额同比

增长超过1.5倍, 电子锁、智能晾衣架、智能马桶、恒温花洒成交额同比增长超过50%。除居家、服饰等生活必需品, 许多老年人的网购清单里还增加了健康体检、洗衣服务、生活缴费等消费项目。

为方便老年人更轻松地在网上选购商品, 淘宝APP近日推出“长辈模式”。在该模式下, 信息简化、字体放大, 还设置了智能语音助手。用户只需发送语音, 就可以搜索自己想买的商品并找到官方客服, 可有效解决长辈们打字不方便的问题。淘宝长辈模式项目负责人说, 上线“长辈模式”是平台适老化改造中的关键一步, 后续还将根据“银发族”的使用反馈不断优化。

## 在线就医真快捷

老年人更加注重身体健康, 互联网医疗的普及为他们带来便利。国家卫生健康委数据显示, 截至2021年6月, 中国互



在江苏省连云港市连云区海州湾街道观海社区公益服务中心的教室, 几名阿姨正在体验电脑上网。  
王春摄(人民图片)

网医院数超过1600家, 初步形成了线上线下一体化医疗服务模式。随着监管的不断完善, 能够充分保障医疗安全和质量的互联网医疗平台, 可以在分级诊疗体系中发挥重要作用。

很多地方都在积极推进服务老年人的互联网医疗体系。去年4月, 山东省互联网医保大健康服务平台在济南市启用, 实现了医保在线支付结算一体化服务。依托该平台, 山东省开展了“互联网慢病医联体”建设, 实现慢病专区管理和开方、取药、结算一站式办结, 并为患者提供线上慢病复诊、续方拿药、医保结算、送药上门等全流程服务。今年10月, 河南省郑州市出台《郑州市医疗健康与养老服务结合实施办法》, 明确将把“老年医疗健康管理信息系统”纳入“城市大脑”统筹建设, 充分利用人工智能等技术, 研发老年人健康支持技术和设备。为老年人建立连续性电子健康档案并提供针对性的健康管理服务, 通过“互联网+家庭医生”, 开展家庭医生互联网诊疗服务, 为签约居民提供在线咨询、签约服务申请以及慢性病复诊和在线处方等互联网诊疗服务, 努力实现“病人少跑腿、数据多跑路”。

国家卫生健康委规划司司长毛群安指出, 当前互联网医疗已经成为医疗服务的重要组成部分, 为老年人等群体的看病就医带来了更好、更便捷体验, “互联网+医疗健康”在很多医疗机构逐步从“可选项”变成了“必选项”, 从“锦上添花”变成了“雪中送炭”。