

高校大学生直播创业路径研究

周春良 李志明

宁波财经学院, 中国·浙江 宁波 315175

摘要: 论文旨在探讨高校大学生直播创业的路径与策略。随着互联网技术的不断进步和直播行业的蓬勃发展, 直播创业已成为高校大学生的一种新兴创业模式。本研究首先分析了直播创业的背景、意义以及高校大学生在此领域的优势与挑战。通过文献回顾、案例分析和问卷调查等方法, 我们深入研究了高校大学生直播创业的现状, 分析了高校大学生直播创业存在的问题。就上述问题, 本研究提出了一系列应对策略。

关键词: 大学生; 网络直播; 创业路径

Research on the Pathways for College Students' Live Streaming Entrepreneurship in Higher Education Institutions

Chunliang Zhou Zhiming Li

Ningbo University of Finance and Economics, Ningbo, Zhejiang, 315175, China

Abstract: This paper aims to explore the pathways and strategies for live streaming entrepreneurship among college students in higher education institutions. With the continuous advancement of internet technology and the rapid development of the live streaming industry, live streaming entrepreneurship has become a new form of entrepreneurship for college students. This study first analyzes the background, significance, as well as the advantages and challenges faced by college students in this field. Through methods such as literature review, case analysis, and questionnaire surveys, we delve into the current status of live streaming entrepreneurship among college students and identify the existing issues. In response to these issues, this study proposes a series of strategies.

Keywords: college students; live streaming; entrepreneurship pathways

0 前言

随着互联网技术的飞速发展, 直播行业逐渐崭露头角, 成为当下最受欢迎的娱乐和商业模式之一。在这一背景下, 高校大学生作为具有创新思维和创业热情的重要群体, 纷纷投身于直播创业的浪潮中。大学生直播创业不仅关乎个人梦想的实现, 更为社会创造了就业机会, 带动了相关产业链的发展, 为经济社会的繁荣注入了新的活力。因此, 对高校大学生直播创业路径的研究具有重要的现实意义和实践价值^[1-3]。

近年来, 直播电商、短视频等新兴业态的兴起, 为大学生提供了广阔的创业空间。一方面, 网络直播平台的普及使得大学生能够便捷地展示自己的才艺和技能, 获得他人的关注和认可; 另一方面, 直播电商的发展使得大学生能够通过带货、打赏等形式获得经济回报, 实现个人价值。然而, 大学生直播创业也面临着诸多挑战, 如市场竞争激烈、内容同质化严重、用户需求多变等。因此, 探索出一条适合高校大学生的直播创业路径, 对于提高大学生的创业成功率、推动直播行业的健康发展具有重要意义^[4-5]。

本研究旨在通过分析高校大学生直播创业的现状、特点、挑战以及成功案例, 探讨出一条适合高校大学生的直播创业路径。通过深入研究, 可以为大学生提供创业指导和建

议, 帮助他们更好地把握市场机遇, 规避创业风险, 实现个人梦想和社会价值。同时, 本研究也可以为高校创业教育提供新的思路和方法, 推动高校创业教育的创新和发展。

1 现状

1.1 高校大学生网络直播创业的优势

①丰富的内容创意: 大学生通常思维活跃, 对新事物充满好奇, 能够创造出多样化的直播内容, 吸引年轻观众。

②技术熟练度高: 如今的大学生普遍熟悉互联网技术, 能够熟练使用各种直播工具和平台, 这为他们进入直播行业提供了技术基础。

③校园资源丰富: 高校内有丰富的学术资源、社交资源和人力资源, 可以为大学生的直播创业提供多方面的支持。

④市场潜力巨大: 年轻群体是直播电商的主要消费群体之一, 大学生能够更精准地把握这一群体的需求和喜好。

1.2 高校大学生网络直播创业的劣势

①经验不足: 多数大学生缺乏实际的商业运营经验, 这可能导致他们在创业过程中遇到诸多困难。

②资金有限: 大学生通常没有足够的启动资金, 这限制了他们在设备购置、市场推广等方面的能力。

③时间冲突：学习任务繁重，可能与直播创业的时间安排产生冲突，影响创业效果。

④社会资源匮乏：与成熟创业者相比，大学生在社会资源、人脉关系等方面相对较少，这可能限制其发展速度和规模。

1.3 高校大学生网络直播创业存在的机遇

①政策支持：政府和高校对大学生创业给予多方面的政策支持，如创业资金、场地支持、培训指导等。

②市场需求旺盛：直播电商市场快速增长，用户对直播内容的需求日益多样化，为大学生提供了丰富的创业机会。

③技术进步：直播技术的不断进步，如 5G、AI 等新技术的应用，为大学生创业提供了更多可能性。

④社交媒体平台的兴起：社交媒体平台如抖音、快手等的兴起，为大学生提供了低门槛的直播入口，便于他们迅速积累粉丝和影响力。

1.4 高校大学生网络直播创业存在的挑战

①竞争激烈：直播行业竞争激烈，大量成熟主播和机构存在，大学生需要在这一市场中脱颖而出。

②内容同质化严重：直播内容容易同质化，缺乏创新的直播内容难以吸引和留住观众。

③法律法规风险：直播行业涉及的法律法规较多，如版权、隐私保护等，大学生需要具备一定的法律知识。

④心理健康压力：直播行业压力大，大学生可能来自观众、平台、市场等多方面的心理压力。

2 高校大学生网络直播创业存在的问题

2.1 高校大学生网络直播创业中平台选择中存在的问题

平台选择困难：市场上直播平台众多，大学生需要在众多平台中选择最适合自己的平台，这需要对各平台的特性、用户群体、推广政策等有深入了解。

平台规则不透明：一些直播平台的审核和推广规则不够透明，可能导致大学生在直播过程中遇到不公平待遇。

平台流量分配不均：大平台往往会有流量倾斜，优质资源集中于头部主播，新人主播难以获得足够的流量支持。

2.2 高校大学生网络直播创业市场细分中存在的问题

市场细分不明确：大学生可能缺乏对市场的深入了解，难以准确细分目标市场，导致直播内容无法精准对接目标观众。

竞争者众多：市场细分越明确，竞争对手也可能越多，大学生需要在细分市场中找到独特的竞争优势。

市场需求变化快：直播市场的用户需求变化快，大学生需要及时调整内容策略，以适应市场变化。

2.3 高校大学生网络直播创业市场定位中存在的问题

定位不清晰：大学生可能缺乏明确的市场定位，导致

直播内容泛而不精，难以在观众中建立独特品牌形象。

定位与实际不符：有时大学生的市场定位与自身能力和资源不匹配，导致定位难以实现。

品牌形象建设困难：大学生往往缺乏品牌建设的经验和资源，很难在竞争激烈的市场中树立起自己的品牌形象。

3 高校大学生的直播创业应对策略

3.1 在市场选择方面服务有效的直播对象

大学生在网络直播的市场选择需要应对来自目标受众、市场规模以及竞争情况带来的问题。只有正确认识与自身相匹配的目标受众，分析和了解相应的市场规模和竞争情况的条件下，才能够有效解决网络直播市场选择方面所存在的问题。因此，大学生在进行网络直播的市场选择前，要确定好所要服务的直播对象。

3.1.1 确定直播所面向的人群

服务有效的直播对象首先要确定直播所面向的人群。对于体育直播，首要任务是深入研究和分析目标市场中的体育迷群体，掌握其观看习惯、偏好和消费水平，进而确定恰当的直播内容和形式。对于财经直播，其所面向的观众通常是投资者、金融从业者、经济学者以及对财经领域感兴趣的人群，需要深入研究这些人的需求和兴趣，进一步提供符合他们需求的直播内容。对于泛娱乐直播，主要面向年轻群体，因此需深入了解其喜好、兴趣及消费习惯。大学生在网络直播创业的市场选择时，确定直播所面向的人群，才能够更加精确地服务好观众，为创业打下良好的基础。

3.1.2 选择直播内容所适宜的平台

在明确了目标受众后，接下来的核心任务是选择一个与内容相匹配的直播平台。以专注于体育的大学生直播为例，他们应当选择如腾讯体育、爱奇艺体育等专业体育直播平台进行展示。这是因为体育直播往往需要更高级别的技术支持和设备配备，这些平台恰好能提供相应的资源和环境。对于致力于财经直播的大学生，他们应该选择专注于财经的直播平台，如新浪财经、东方财富等。这些平台上有专业的财经分析师和相应的观众群体，更利于财经内容的展示和传播。从事泛娱乐直播的大学生优选斗鱼、B 站等综合性平台，因其用户基数大且活跃，契合泛娱乐直播特性。选对平台对直播推广和呈现至关重要。

3.1.3 利用短视频和社交媒体引流

挑选好直播平台后，还需要进行引流。大学生可以利用抖音、快手等短视频平台发布与直播内容有关的精彩片段从而吸引潜在观众的注意力。通过微博、微信等社交媒体提前发布与直播内容相关的预告，吸引观众关注，并引导话题讨论与粉丝互动，以提升观众参与度和黏性。

3.1.4 优化改进直播内容维持流量

在成功利用短视频和社交媒体吸引流量后，大学生需要持续优化直播内容以保持观众的兴趣。创新是关键，要避

免内容单调和重复。为此,大学生可以定期引入新主题等方式使直播内容更加丰富多彩。同时,邀请观众参与内容创作也是一个好方法,如让观众提问或投票决定直播主题,增加观众的参与感和归属感。

除了内容创新,建立和维护粉丝社群也是维持流量的重要手段。通过微信群、QQ群等社交平台,大学生可以与粉丝保持更紧密的互动,了解他们的需求和喜好,从而调整直播内容。大学生还可以通过分析直播数据,了解观众的行为模式、喜好以及流失原因,从而针对性地调整直播策略。这种以数据为驱动的优化方法,能够更好地满足观众需求,提升直播的吸引力和影响力。

3.2 在市场定位方面探索创新的直播空间

在完成了市场细分和选择之后,大学生在网络直播创业中需要进一步探索和创新其市场定位。为了实现这一目标,需要从内容策略、自身资源和外部环境三个方面进行深入分析和挖掘,以寻找新的直播发展空间。

3.2.1 内容策略方面的对策

在内容策略方面,大学生需要增强直播的专业性与深度,保证直播的持续性与创新性、明确直播的定位与主题。

首先,为了提升直播的专业性和深度,大学生应当积极参与行业培训,并向行业专家请教,以增强自己在直播内容领域的专业性。

其次,为了确保直播内容的持续性和创新性,大学生需要制定一个内容更新计划,保证定期为观众带来新鲜、有趣的内容。此外,还应积极探索和学习新的直播形式和互动

方式,使直播内容始终保持新颖和吸引人。

最后,为了明确直播的定位和主题,大学生应进行市场调研,准确把握观众的喜好和兴趣。通过明确自己的直播定位和主题,持续输出与定位相契合的内容,从而吸引并稳固目标受众,为直播事业的发展奠定坚实基础。

3.2.2 自身资源方面的对策

在自身资源方面,大学生需全面提升直播技术能力、资金管理和人脉网络。具体而言,应积极参与直播技术培训或寻求专家支持,以增强在网络直播平台上的技术实力。此外,通过积极参与行业交流、加入相关社群等方式,与同行和潜在合作伙伴建立联系,以拓展人脉资源。

参考文献:

- [1] 程碧晖.创业激情对大学生创业意向影响的Meta分析[J].创新与创业教育,2024,15(1):90-97.
- [2] 路玉.网络直播热背景下大学生直播电商创新创业基地探索与实践[J].公关世界,2023(23):111-113.
- [3] 周栗任.基于电商直播的大学生电商创业模式研究[J].市场周刊,2023,36(11):9-13.
- [4] 陈川,吴丹.创新创业教育对大学生创业意向的影响机制与路径[J].知识窗(教师版),2023(8):18-20.
- [5] 刘斌.短视频直播带货助农促进大学生就业创业[J].现代农业研究,2023,29(7):56-58.

作者简介:周春良(1982-),男,中国浙江宁波人,硕士,副教授,从事创业管理研究。