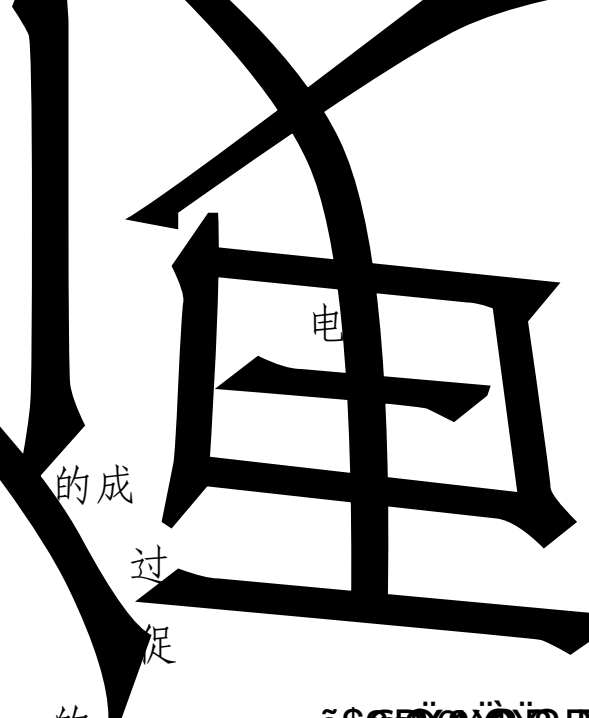


与 人 养 业 (2023 公 业)

企业 : 公
作 : 业
2024 1

目 录

一、企业 况.....	1
二、企业 与 况.....	2
三、企业 入.....	3
()	3
(二) 放	3
、企业 与	5
() 定 程 核标	5
(二) 导	6
()	6
()	8
() 参 《第 地 茶博 彩 茶 播比 》 得	
合第二 成	8
() 导 参 村 播大 ”	
.....	9
() 出 对 茶 电 播	10
(八) 导 创 创	11
() 毕	12
、下一 戈.....	12
() 成 电 播产	12
(二) 定合	13
() 合	13
() 出	13
() 队	13



一、企业 况

的 ， 动传 超 的
 店 ， 公 电 得 的成
 的创 ， 传 超 供 的 促
 的 。 公 成 的 ，
 发 潮 。
 公 采 店 的 ， 过 店
 合， 费 供便 、 高 的购 。 □ 过
 和 ，
 管 、 等创 。

(TMALL)

三、企业 入

， 电 公 的 合 成果丰 。2023 ，公 的 50 （ 表 1）， 地 、 队 、 程 补 。 过成 电 公 代 班，公 共 供 方 的 。 公 的 不 层 ，更 的 供、 成长 的 定等方 。 不 创 操 的 ， 规 个 的 发 。 ， 过 的 动 ， 电 动 合 的 ，不断 供 的 持。 的合 不 丰富 电 的 层 ，更促 电 才的高 发 。公 合 共 ，共 动 电 的 勃发 。

表 资金投放情况

项目名称 投入资金	实训基地建设	学生实训补贴	师资投入	团队文化建设
投入数量	35 万元	6 万元	6 万元	3 万元
合计	50 万元			

出8，供程和
 导，保得的电。对电
 动，，动，
 分和案（表2）。

的合的电
 地，供更丰富的和度的。
 ，的合动电的不断
 ，共促电才的高发。

表 天猫新零售实训基地实训学员及教师名录

天猫新零售实训基地实训学员及教师名录					
直播基地	指导老师	实训学员	年级	学员所属学院/专业	
天猫校园店	易泽龙、胡琴、肖成香、刘文兰、文彬娥	欧阳永洁	2023级	会计学院	
		杨珍惜	2022级	会计学院	
		龚倩	2022级	会计学院	
		黄婉婷	2022级	会计学院	
		李琪	2022级	电子商务学院	
		陈佳丽	2022级	会计学院	
		张金	2022级	电商学院	
古阳河茶叶直播间	丁建辉	吴佳轩	2021级	茶学院	
		周世珍	2022级	茶学院	
		向宇萱	2022级	茶学院	
		彭芳怡	2022级	电子商务学院	
天鹅美田到家直播间	杨柳	黄芊	2022级	连锁经营与管理	
		贺亿	2023级	电子商务学院	
茶学院的茶直播间	杨柳	刘奥鑫	2021级	茶学院	
		李靖	2022级	茶学院	
茶学院				陈怡萱	2022级
				余馨	2022级
				王媛	2022级
				丁婉璐	2023级
电子商务学院	来一口橘子直播间			文红	2023级
电子商务学院				王媛	2022级
电子商务学院				廖嘉颖	2022级
连锁经营与管理	乡村土特产直播间			罗灵灵	2022级
电子商务学院				欧阳晨曦	2023级

、企业与

地定的程（表
3)和核标， 供更、的

， 得更 的成。

表 天猫新零售实训基地实训课程计划

教学内容(章节)	学时	类型	参考资料	备注
第1章 直播电商概述与认知 1.1 直播电商概述 1.1.1 网络直播的发展历程 1.1.2 直播电商的内涵 1.1.3 直播电商的发展现状 1.1.4 直播电商的商业价值	2	讲授		
第1章 直播电商概述与认知 1.2 直播电商的产业现状 1.2.1 品牌商 1.2.2 MCN机构 1.2.3 主播 1.2.4 消费者 1.2.5 直播电商平台	2	讲授		
第1章 直播电商概述与认知 1.3 直播电商平台的分析 1.3.1 公域流量和私域流量 1.3.2 直播电商平台的差异分析 1.3.3 常见的直播电商平台	2	讲授		
第2章 直播电商的策划与准备 2.1 直播电商的定位 2.2 直播电商的前期准备 2.2.1 人物要素 2.2.2 场景要素 2.2.3 其他准备工作	2	讲授		
第2章 直播电商的策划与准备 2.3 直播电商的流程策划 2.3.1 活动策划分析 2.3.2 主播人设及直播账号的选择 2.3.3 直播活动策划 2.3.4 直播脚本 2.3.5 直播运营	2	讲授		
第3章 直播电商的营销与运营 3.1 直播电商运营的实质 3.1.1 直播电商赋能 3.1.1.1 B 商的运营目标 3.1.2 直播电商的运营策略 3.1.2.1 选品策略 3.1.2.2 产品组合策略	2	讲授		
第3章 直播电商的营销与运营 3.2 直播电商的运营策略 3.2.1 转化策略 3.2.2 流量策略 3.2.3 直播活动策划 3.2.4 直播活动策划 3.2.5 直播活动策划 3.3 直播电商运营团队和团队资产 3.3.1 直播运营团队 3.3.2 团队资产	2	讲授		

第4章 直播电商的营销与运营 4.1 抖音直播 4.1.1 规则说明 4.1.2 开通操作 4.1.3 直播带货操作细则 4.2 视频号直播 4.2.1 规则说明 4.2.2 开通操作 4.2.3 直播带货操作细则	2	讲授+实操		
第4章 直播电商的营销与运营 4.3 快手直播 4.3.1 规则说明 4.3.2 开通操作 4.3.3 直播带货操作细则 4.4 淘宝直播 4.4.1 规则说明 4.4.2 开通操作 4.4.3 直播带货操作细则	2	讲授+实操		
第5章 直播电商的效果评估与改进 5.1 直播电商的效果评估指标 5.1.1 流量指标：在线人数 5.1.2 人气指标：互动数量 5.1.3 转化指标：成交单量 5.2 直播电商的效果判断标准 5.2.1 品牌曝光 5.2.2 用户感受 5.2.3 转化成交	2	讲授+实操		
第5章 直播电商的效果评估与改进 5.3 直播电商复盘及改进 5.3.1 流量指标的复盘及改进 5.3.2 人气指标的复盘及改进 5.3.3 转化指标的复盘及改进	2	讲授+实操		
第6章 直播电商相关岗位概述 6.1 电子合同概述 6.1.1 直播电商人才特征与岗位设置 6.1.2 直播电商岗位设置 6.2 直播电商运营岗位设置 6.2.1 直播运营岗位 6.2.2 直播运营助理 6.2.3 直播运营专员 6.2.4 直播运营主管 6.2.5 直播运营经理 6.2.6 直播运营总监 6.2.7 直播运营副总监 6.2.8 直播运营副经理 6.2.9 直播运营副主管 6.2.10 直播运营副专员 6.2.11 直播运营副助理 6.2.12 直播运营副文员 6.2.13 直播运营副客服 6.2.14 直播运营副推广 6.2.15 直播运营副运营	2	讲授+实操		

工作任务	操作规范	相关知识	考核标准
一、开播准备	1.根据平台规则进行直播账号绑定及权限设置 2.直播环境选择、安装及调试 3.直播设备选择、布置和安装 4.根据选品要求搭建直播场景 5.确定直播道具、设置直播背景板	1.直播间场景的搭建技巧 2.直播平台定位、平台规则、直播权限等直播间搭建知识	5%
二、直播开播	1.根据直播脚本要求、直播间产品清单进行开播 2.直播间实时互动、弹幕回复 3.直播产品卖点与竞品对比 4.直播产品卖点与竞品对比 5.直播产品卖点与竞品对比 6.直播产品卖点与竞品对比 7.直播产品卖点与竞品对比 8.直播产品卖点与竞品对比 9.直播产品卖点与竞品对比 10.直播产品卖点与竞品对比 11.直播产品卖点与竞品对比 12.直播产品卖点与竞品对比 13.直播产品卖点与竞品对比 14.直播产品卖点与竞品对比 15.直播产品卖点与竞品对比 16.直播产品卖点与竞品对比 17.直播产品卖点与竞品对比 18.直播产品卖点与竞品对比 19.直播产品卖点与竞品对比 20.直播产品卖点与竞品对比 21.直播产品卖点与竞品对比 22.直播产品卖点与竞品对比 23.直播产品卖点与竞品对比 24.直播产品卖点与竞品对比 25.直播产品卖点与竞品对比 26.直播产品卖点与竞品对比 27.直播产品卖点与竞品对比 28.直播产品卖点与竞品对比 29.直播产品卖点与竞品对比 30.直播产品卖点与竞品对比 31.直播产品卖点与竞品对比 32.直播产品卖点与竞品对比 33.直播产品卖点与竞品对比 34.直播产品卖点与竞品对比 35.直播产品卖点与竞品对比 36.直播产品卖点与竞品对比 37.直播产品卖点与竞品对比 38.直播产品卖点与竞品对比 39.直播产品卖点与竞品对比 40.直播产品卖点与竞品对比 41.直播产品卖点与竞品对比 42.直播产品卖点与竞品对比 43.直播产品卖点与竞品对比 44.直播产品卖点与竞品对比 45.直播产品卖点与竞品对比 46.直播产品卖点与竞品对比 47.直播产品卖点与竞品对比 48.直播产品卖点与竞品对比 49.直播产品卖点与竞品对比 50.直播产品卖点与竞品对比 51.直播产品卖点与竞品对比 52.直播产品卖点与竞品对比 53.直播产品卖点与竞品对比 54.直播产品卖点与竞品对比 55.直播产品卖点与竞品对比 56.直播产品卖点与竞品对比 57.直播产品卖点与竞品对比 58.直播产品卖点与竞品对比 59.直播产品卖点与竞品对比 60.直播产品卖点与竞品对比 61.直播产品卖点与竞品对比 62.直播产品卖点与竞品对比 63.直播产品卖点与竞品对比 64.直播产品卖点与竞品对比 65.直播产品卖点与竞品对比 66.直播产品卖点与竞品对比 67.直播产品卖点与竞品对比 68.直播产品卖点与竞品对比 69.直播产品卖点与竞品对比 70.直播产品卖点与竞品对比 71.直播产品卖点与竞品对比 72.直播产品卖点与竞品对比 73.直播产品卖点与竞品对比 74.直播产品卖点与竞品对比 75.直播产品卖点与竞品对比 76.直播产品卖点与竞品对比 77.直播产品卖点与竞品对比 78.直播产品卖点与竞品对比 79.直播产品卖点与竞品对比 80.直播产品卖点与竞品对比 81.直播产品卖点与竞品对比 82.直播产品卖点与竞品对比 83.直播产品卖点与竞品对比 84.直播产品卖点与竞品对比 85.直播产品卖点与竞品对比 86.直播产品卖点与竞品对比 87.直播产品卖点与竞品对比 88.直播产品卖点与竞品对比 89.直播产品卖点与竞品对比 90.直播产品卖点与竞品对比 91.直播产品卖点与竞品对比 92.直播产品卖点与竞品对比 93.直播产品卖点与竞品对比 94.直播产品卖点与竞品对比 95.直播产品卖点与竞品对比 96.直播产品卖点与竞品对比 97.直播产品卖点与竞品对比 98.直播产品卖点与竞品对比 99.直播产品卖点与竞品对比 100.直播产品卖点与竞品对比	1.客户分析、渠道分析、销售心理分析 2.产品定位、直播策略等直播运营知识 3.直播运营知识 4.直播运营知识 5.直播运营知识 6.直播运营知识 7.直播运营知识 8.直播运营知识 9.直播运营知识 10.直播运营知识 11.直播运营知识 12.直播运营知识 13.直播运营知识 14.直播运营知识 15.直播运营知识 16.直播运营知识 17.直播运营知识 18.直播运营知识 19.直播运营知识 20.直播运营知识 21.直播运营知识 22.直播运营知识 23.直播运营知识 24.直播运营知识 25.直播运营知识 26.直播运营知识 27.直播运营知识 28.直播运营知识 29.直播运营知识 30.直播运营知识 31.直播运营知识 32.直播运营知识 33.直播运营知识 34.直播运营知识 35.直播运营知识 36.直播运营知识 37.直播运营知识 38.直播运营知识 39.直播运营知识 40.直播运营知识 41.直播运营知识 42.直播运营知识 43.直播运营知识 44.直播运营知识 45.直播运营知识 46.直播运营知识 47.直播运营知识 48.直播运营知识 49.直播运营知识 50.直播运营知识 51.直播运营知识 52.直播运营知识 53.直播运营知识 54.直播运营知识 55.直播运营知识 56.直播运营知识 57.直播运营知识 58.直播运营知识 59.直播运营知识 60.直播运营知识 61.直播运营知识 62.直播运营知识 63.直播运营知识 64.直播运营知识 65.直播运营知识 66.直播运营知识 67.直播运营知识 68.直播运营知识 69.直播运营知识 70.直播运营知识 71.直播运营知识 72.直播运营知识 73.直播运营知识 74.直播运营知识 75.直播运营知识 76.直播运营知识 77.直播运营知识 78.直播运营知识 79.直播运营知识 80.直播运营知识 81.直播运营知识 82.直播运营知识 83.直播运营知识 84.直播运营知识 85.直播运营知识 86.直播运营知识 87.直播运营知识 88.直播运营知识 89.直播运营知识 90.直播运营知识 91.直播运营知识 92.直播运营知识 93.直播运营知识 94.直播运营知识 95.直播运营知识 96.直播运营知识 97.直播运营知识 98.直播运营知识 99.直播运营知识 100.直播运营知识	20%

第6章 直播电商相关岗位概述 6.3 短视频岗位职责与技能 6.3.1 短视频策划岗位 6.3.2 短视频制作岗位 6.3.3 短视频运营岗位 6.4 直播电商人员胜任力及培养 6.4.1 胜任力与胜任力模型 6.4.2 直播电商人员胜任力模型 6.4.3 直播电商人才培养与考核	2	讲授+实操		
第7章 直播电商的风险与防范 7.1 直播电商风险概述 7.1.1 直播电商风险的概念 7.1.2 直播电商风险的特征 7.1.3 直播电商风险的类型 7.2 直播电商的风险管理 7.2.1 直播电商风险管理的内涵 7.2.2 直播电商风险管理的流程	2	讲授+实操		
第7章 直播电商的风险与防范 7.3 直播电商的风险防范措施 7.3.1 直播电商中消费者的风险防范措施 7.3.2 直播电商中主播的风险防范措施 7.3.3 直播电商中其他主体的风险防范措施	2	讲授+实操		
第8章 直播电商典型案例分析 8.1 直播电商案例分析 8.1.1 基于快手直播电商的案例分析 8.1.2 基于淘宝直播电商的案例分析 8.1.3 基于腾讯直播电商的案例分析 8.2 融媒体下的直播电商案例分析 8.2.1 直播电商+广告媒体的案例分析 8.2.2 直播电商+短视频媒体的案例分析	2	讲授+实操		
合计	32			

地不断 导 ，
供 的 导，帮 更好地
程， ， 成 。

2023 ， 地 工
。30 参 店 ， 、 管 、
陈 等多个岗 （ 1）。此 ， 电 播
， 100 参 ，共 10个 播
，覆盖茶 、 果、 产、 、 电、 服 等多
个 。 供 广泛而 的
， 的多方 。



图 组织学生开展实习实训

地 2023 地

(2), 供 宝贵的 。

过 的分 , 度 、 场变

, 对电 播 的 。 不

的 储备, 高 操 ,


的 发 奠定 础。 措

合 的 度, 地

合 的 。



图 特邀企业专家来基地为学生进行专业培训

第 茶博 彩 茶 播比 , 公 带 

播 队 ,

合第二 的 (3)。 成 不 公

播和方的，短
 得的步。
 队比 10多单、单，
 包但不、等多个，的
 和队得的高度。的
 得不对公的，更对参
 付出和的充分定。



图 “湖南省第十五届茶博会” 电商直播比赛现场

2023 11 月，由湖南省茶叶学会主办的，
 村直播大行动，地导队4个
 队参，“队”成功过（4），成

的队。

成的得不 对 合 方的 ，更

对公 电 播 导和 操 的

充分 。 过 的 度合 ，公 不 供 的

播 和 ，更 比 搭 才 的

， 、 供 。

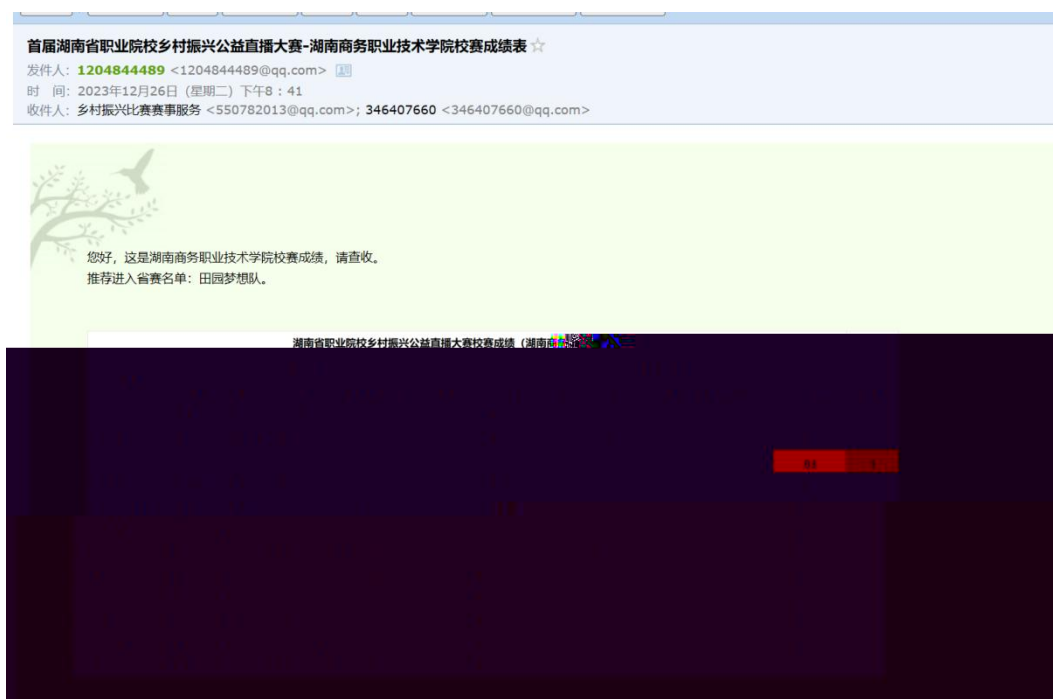


图 湖南商务职业技术学院学生在湖南省首届职业院校乡村振兴直播大赛中获得好成绩

地 度合 ，

地 共 ， 对

茶 电 播的 (5)。

措不 对 电 的 的充分 ，

更 对 电 的 。 过 的
 ， 茶 得 更 地 电 播的操 、
 策 等方 的 ， 电 的 奠定
 础。



图 企业协助学校为湘西茶企开展电商直播培训

地的 合 ， 公 不 传
 电 ， 更关 的创 创 。 过 大
 供创 导， 别 茶 工 的 操 ， 公
 鼓 尝 、 敢 创 。 方 供 锻
 创 的 ， 方 操 的
 合。

过 地的 导 ， 得 创 创 的氛
 步成长， 操 的 和 队 的 。
 操 创 创 的 合， 得 合 更
 场 ， 的 道 打 的 础。
 公 待 创 创 导 够 更多 供更

广 的 发 展 ， 更 多 备 用 和 创 新 的 电 力 人 才。

地 过 去 ， 公 司 动 员 合 力 ， 不 论 在 哪 方 面 得 到 成 果 ， 更 多 的 人 才 毕 业 供 应 的 需 求 。
公 司 过 去 的 电 力 人 才 的 合 适 性 ， 地 方 的 毕 业 生 、 奥 运 会 的 工 作 人 员 ， 不 丰 富 的 工 作 经 验 ， 更 多 地 充 满 了 创 新 的 活 力 。
过 去 对 于 人 才 的 和 谐 ， 不 够 供 更 多 的 发 展 ， 地 方 更 多 的 人 才 。
， 公 司 合 方 不 断 ， 更 多 的 人 才 供 更 多 的 需 求 ， 共 促 产 业 和 人 才 的 合 作 发 展 。

、 下 一 步

合 作 场 地 到 达 ， 公 司 能 够 合 力 ， 并 且 基 础 共 同 的 电 力 播 产 的 发 展 。 此 外 ， 公 司 出 现 了 和 谐 。

合 作 的 基 础 ， 成 功 的 产 业 ， 更 多 电 力 播 产 人 才 的 需 求 ，

合，供更的程、
和，供更的。

共定合，的合方、
标和。过的，够更好地合，保
的步发。

电播产的，合
，涵盖更多关和产。合更
多电关，大范，供更多。

合公对场地、备和的
，保合的。何更好地
合，供更好的和。

合，共队，
和从队，供更的
和。

过，公的持，够并
合，供更好的和，共促
电播产的繁发。