

“互联网+”背景下残疾人电商直播就业的问题和策略分析

王秀锦

浙江理工大学法政学院、史量才新闻与传播学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年7月14日; 录用日期: 2024年10月29日; 发布日期: 2024年11月5日

摘要

互联网时代下电子商务迅速发展, 带动了“线上”经济的繁荣, 因其准入门槛低、工作地点和时间具有方便性、灵活性等特点, 处于就业弱势一端的残疾人群体广泛涌入该行业之中。残疾人从事电商直播虽然具有政府政策扶持的优势, 但也存在市场竞争力大、助残直播产业链不完整、残疾人电商直播技能不足等问题。本文通过对残疾人电商直播就业的现状进行分析, 针对残疾人电商直播就业遇到的问题分别从“线上、线下”两方面提出相应的解决策略, 以促进残疾人电商直播就业的可持续发展。

关键词

残疾人, 电商直播, 就业

Analysis of the Problems and Strategies of the Live Broadcasting Employment of the Disabled in the Context of “Internet Plus”

Xiujin Wang

School of Law and Politics, Shi Liangcai School of Journalism and Communication, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jul. 14th, 2024; accepted: Oct. 29th, 2024; published: Nov. 5th, 2024

Abstract

The rapid development of e-commerce in the Internet era has led to the prosperity of the “online” economy. Due to its low access threshold, convenience and flexibility in working place and time, the

disabled groups at the weak end of employment have flooded into the industry. Although disabled people have the advantage of government policy support in engaging in e-commerce live streaming, there are also problems such as high market competitiveness, incomplete live streaming industry chain for disabled people, and lack of e-commerce live streaming skills for disabled people. This article analyzes the current situation of disabled people's e-commerce live streaming employment, and proposes corresponding solutions from both online and offline aspects to address the problems encountered in disabled people's e-commerce live streaming employment, in order to promote the sustainable development of disabled people's e-commerce live streaming employment.

Keywords

Disabled, E-Commerce Live Streaming, Employment

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

互联网技术的不断发展和电商直播行业的蓬勃兴起使残疾人电商直播就业逐渐形成一种新兴的就业形态。残疾人作为社会弱势群体在就业方面因生理或心理上的缺陷，常因社会公众歧视和偏见的影响而成为就业弱势方，而电商直播作为人们普遍接触到的行业，具有准入门槛低、灵活性、创新性和可获得性等特点，拓展了残疾人居家就业增收的新途径。政府为促进残疾人通过电商途径实现就业创业，出台扶持政策鼓励残疾人加入电商行业，积极打造互联网 + 电商创业模式。残疾人群体也具有较强烈的就业意愿，想要通过电商直播创业就业增加家庭收入、实现自身社会价值[1]。学者通过系列案例分析肯定了数字经济对残疾人就业的积极影响，认为通过互联网平台就业可以突破残疾人身体状况限制，通过技术赋能让残疾人重新获得劳动能力[2]。但是电商直播行业信息更迭速度较快，传统的电商直播知识和形式很难满足市场需求，容易被市场淘汰；加之行业竞争力大，除残疾人之外，更多的健康人群也在同一电商直播行业平台内进行竞争，凭借残疾人自身的能力和知识储备很难实现助残电商直播的可持续性发展。有学者指出，促进残疾人就业创业应理顺“一核多元”的支持主体系统，“一核”指政府作为就业创业的核心支持主体，“多元”指社会组织、社区、企业、家庭等正式与非正式支持主体的共同协作[3]。因此，在政府主导和支持下多企业共同合作建立线下助残基地、打造线上助残直播平台以及孵化残疾人直播品牌增强残疾人电商直播竞争力至关重要。

2. 残疾人电商直播就业的现状

随着互联网技术的发展和电子商务的普及，越来越多的残疾人看到了通过电商直播进行就业的可能性，电商直播就业成为残疾人就业创业增加收入的有效途径之一，但同时也面临着众多挑战。

2.1. 残疾人电商就业现状

从目前已有学者对残疾人电商直播就业的研究内容来看，首先是对电商平台为残疾人带来就业机会增长的分析。Mueser 等指出非实体就业在促进残疾人就业方面较其他就业方式更有吸引力，有助于降低他人对残障者的歧视[4]。电商直播为残疾人提供了新的就业途径，打破了传统就业的物理障碍，为他们提供了一个展示自我、实现经济独立的平台；通过提供灵活的工作时间和空间，降低了残疾人就业门槛。

其次,对电商直播对残疾人所带来的技能提升与自我赋能进行了分析。刘宝臣等通过系列案例分析,认为互联网平台就业可突破残疾人身体状况限制,技术赋能可让残疾人重获劳动能力[2]。残疾人通过参与电商直播可以学习与人交流及产品介绍表达等营销技能,不仅可提高其就业能力,也可增强其自我价值感和自信心;此外,学者们分析了如何提供在线教育和培训机会,促进残疾人职业发展和能力提升。再次,在技术与无障碍环境方面,现有研究关注无障碍技术在残疾人电商直播中的应用,探讨了如何有效利用大数据为残疾人提供个性化服务内容。最后是社会支持和政策环境,已有研究强调了政策支持和社会环境对残疾人电商直播的重要性,并对如何通过社区支持、行业合作等方式构建支持残疾人电商直播就业的生态系统。Herminder等通过实验方式对比扶持性就业转为支持性就业的实际情况和随机变量控制实验下残疾人参与不同产业就业的就业情况的研究显示,支持性就业对于提高残疾人的就业率有明显成效[5]。朱健刚等通过对整合型社会企业的案例分析,也认为应当企业、市场、政府和社会多方协同合作,构建多元的残疾人就业支持环境[6]。同时现有研究也提出了残疾人电商直播就业面临的一些挑战,如技术门槛、社会认知偏见、缺乏专业培训和指导等,并探讨了相应的解决对策,如建立更加完善的培训体系、加强社会宣传和教育,以及提供更多资源和支持等。

国外学者对残疾人利用网络进行就业的研究要早于国内,其研究多基于探寻互联网为残疾人就业带来的机遇、就业的法律法规和工作环境、教育、家庭等各类影响残疾人就业的因素等内容;我国学者多基于我国国情对残疾人利用互联网进行就业进行分析,通过剖析政府、社会、个人等多个方面背后的原因,从而研究出促进残疾人互联网就业的有效举措。然而,现有研究多关注残疾人通过电商就业的短期成效,但对于其长期影响以及该种就业模式的可持续性的研究尚有不足。

2.2. 残疾人电商直播就业的优势和挑战

2.2.1. 残疾人电商直播就业的优势

政策扶持。在《促进残疾人就业三年行动方案(2022~2024年)》中要求头部平台、电商等新就业形态企业对接残疾人就业需求,开发定向招聘残疾人的工作岗位。我国各省市残联制定实施了对残疾人从事电商行业的多重优惠政策,如给予从事电商行业的残疾人进行免费知识培训、开展电商直播培训活动、对残疾人电商就业给予资金奖励、创业给予贷款优惠等,为残疾人从事电商就业创业给予了政策和资金方面的扶持。

价值感提升。残疾人群体长期处于弱势地位,其收入较低或无稳定收入是常态,生活来源部分依靠政府的救助津贴,部分依靠家庭资助,就业权益和社会参与不能够得到充分保障。长期的无业状态导致其对自我价值评价较低,往往认为自己是家庭的负担,心理较为敏感。参与电商直播这一途径就业可打破因身体条件带来的就业屏障,通过直播带货而带来的收益和流量是提升残疾人效能感的直接方式,掌握直播带货的技能发挥自己的优势和特长,实现自我价值和社会价值的双重提升。

2.2.2. 残疾人电商直播就业的挑战

残疾人电商直播就业面临的挑战主要集中在技术、经济、人力、社会网络和心理资源的获取和利用上。资源动员理论关注个体或组织在社会运动中如何获取和利用资源以达成目标,最初由美国社会学家Mayer Zald和John McCarthy在1970年提出,在残疾人电商直播就业这一领域中,该理论强调了资源的获取和有效利用对于残疾人实现可持续就业的关键作用,包括技术资源获取、经济资源限制、专业人力资源的短缺、社会网络资源的局限以及心理资源的挑战。

在技术资源获取方面,电商直播依赖互联网技术,包括直播平台、网络设备、辅助技术等,残疾人电商直播就业面临技术资源获取障碍,包括适合的辅助技术和设备,如专为视力或听力障碍设计的直播

辅助软件，以及网络连接不稳定等问题，这些技术障碍直接影响了残疾人参与电商直播的能力和效率。在经济资源限制方面，对于残疾人来说，创业资金、运营成本对于其可持续就业至关重要，资金获取困难将限制其业务扩展。在人力资源方面，残疾人缺乏电商直播所需的技能培训，缺乏团队支持和行业导师的指导，必备技能的短缺限制了残疾人直播效率和效果的呈现[7]。在社会网络资源方面，社会网络资源对于电商直播的成功至关重要，包括粉丝群体、行业联系等，残疾人面临着构建和维护社会网络的挑战，如缺乏有效的社会技能或社会偏见导致的社交障碍[8]，影响直播的观众数量 and 产品销售。最后是心理资源挑战，电商直播的高压环境和观众反馈可能对残疾人心理造成影响，缺乏心理支持和应对策略将影响其持续就业的动力和能力。通过资源动员理论，可以更深入地理解残疾人电商就业如何通过资源的获取、整合和分配，实现长期稳定的就业目标以及产生社会影响。

3. 残疾人电商直播就业存在的问题

3.1. 助残直播产业链不完整

目前市场缺乏完整的助残直播产业链。社会上现有电商直播助残就业资源较为零散，在专业人力资源的培养上，政府对残疾人所提供的直播知识和技术培训课程与残疾人实践操作存在断节现象，残疾人进行直播培训后，多数人往往因缺乏技术资源、社会网络资源或受经济资源的限制，凭借个体能力不能够实现长期稳定就业，受社会偏见也较难应聘专业直播岗位，缺乏专业助残直播平台供其进行实践从而帮助残疾人就业。残疾人对政府所资助的助残资金利用不充分，市场助残产业链不完整，各方助残资源不连通，消费者信任度、关注度较低等问题都影响着残疾人通过电商实现稳定就业。

在直播产品供应链方面，残疾人进入电商直播带货首先面对的是供货问题。以现有最受欢迎的带货平台“抖音”为例，带货主播多为大流量网红和明星，他们的货源与各大品牌商进行合作，从售卖出的货物中抽取提成，因其以众多粉丝为基础，直播流量效益大，货源多是品牌商主动与其洽谈。对于残疾人来说，这一优势便不存在。如若自己没有售卖的手工产品或是农特产品，则需要自己寻找货源进行直播售卖，传统方式在 1688 网站选货进行分销的方式已经不适合现在直播带货的快节奏时代。想找寻质量好、受大众欢迎、价格实惠的货源便显得困难，因此对于分销产品的来源对于残疾人来说便成为其电商直播就业的阻碍因素之一。其次在专业助残直播平台缺乏问题方面，助残流量短缺。直播带货的成败最关键的是直播间是否有足够的吸引力，能够吸引潜在客户进入直播间内观看直播并下单[9]。直播平台对于新人直播间会给予一定的流量加持，但是否能够将流动流量转化为固定流量对残疾人来说则较为困难。在已有的电商直播培训活动中其内容比较单一和基础，如介绍电商平台、学习直播中讲解产品，但是却并没有对如何获取粉丝即获取潜在客户进行教学，如果不能迎合大众的消费喜好，引起观众对直播的观看欲望，那么将很难留住潜在顾客，商品也很难卖出。平台流量加持期较短，需要主播不断充值进行购买，对于残疾人来说平台流量的稳定性也是其是否能够可持续性通过电商直播就业的因素之一。

3.2. 市场竞争力不足

残疾人在直播行业面对的市场竞争力要更大。随着各行各业的涌入，电商直播市场已经接近饱和状态，如若没有一定数量的粉丝做基础，很难能够在直播市场占据一席之地。残疾人直播因其自身具备一定的特殊性和故事经历，一定程度上能够吸引一批粉丝观看，但是面对众多网红、明星、才艺主播的直播市场却很难能够走进观众的视野。主流平台虽然使用用户较多、数据流量大，但市场竞争力也大，主播数量众多，没有平台助推和流量加持则较难被观众和爱心助残人士发现，同样爱心助残人士也难以在众多主播中辨别真伪进行商品购买。其次，残疾人对顾客需求趋势的捕捉能力较弱，面对市场信息的快速更迭难以快速应对，对于消费者偏好的变化不能够及时调整直播模式，在直播带活动的市场中难以形

成竞争力。

此外，残疾人可能面临获取资金、技术设备、专业培训等资源的障碍，如受经济条件限制，其无法购买高质量直播设备和无障碍直播设备，资源获取不平等及分配不公平也削弱了他们在市场上的竞争力。对于视力、听力、行动不便等不同残疾类型，直播中也可能遇到特定技术障碍，如视力障碍难以操作标准的直播界面，而缺乏合适的辅助技术和设备等专业技术设备缺乏问题会进一步限制其直播表现和市场竞争能力。与健康主播相比，残疾人主播在个人品牌建设和市场推广等方面面临更多挑战，缺乏有效营销策略和资源，难以在竞争激烈的电商直播市场中脱颖而出。

3.3. 残疾人电商直播技能欠缺

电商直播需要具备一定的技术能力要求，而残疾人的受教育程度因受其生理或是心理层面的限制往往较低，对互联网知识的学习和接触机会较少，在电商直播知识储备和技能训练方面略显不足。在直播过程中，前期需要选品、对商品进行介绍梳理，根据观众反馈及时回应，商品链接的添加、后台数据的分析等皆需要一定时间的培训和锻炼，仅靠个人的能力很难能够完整进行电商直播运营，需要整个团队的配合。而现有针对残疾人电商直播知识培训活动尚未触及该方面技能的培训及整个直播团队的组建。残疾人电商人才的培训需要长期性开展，目前的培训活动仅处于整个电商直播产业链的一环节，如若不能够对培训内容和周期进行调整，则较难培养出具备电子商务必备知识储备和专业技能的电商人才。

4. 残疾人电商直播就业的对策分析

4.1. 打造“线下”助残直播基地，建立助残产业链

针对残疾人从事电商直播就业过程中所遇到的货品供应链不稳定、缺乏专业助残直播平台等导致电商直播就业不可持续的问题，关键原因之一是残疾人个体从事电商直播无经验、缺资源、非专业性，面临各种挑战使其难以长远发展。因此，可建立专业助残直播基地，以政府为主导，积极链接、整合多方资源，各方企业和单位共同协作打造一整条专业助残产业链[10]。

以公私合作为基地运营模式，政府、非营利组织和私营企业共同参与，政府提供政策支持和资金援助，非营利组织提供专业服务，企业提供市场资源和就业机会。在资金来源方面，线下助残直播基地的打造可积极利用政府助残就业政策，承接政府社会助残购买服务项目作为启动资金，政府可为其提供运营补贴、税收减免等支持，鼓励基地的建设和运营；非营利组织和慈善机构可以为基地提供资金支持，用于基地建设和残疾人主播的培训和就业；争取企业赞助基地项目、活动和设备，作为企业社会责任的一部分，可同时获得品牌曝光和社会影响力；最后是收入再投资，通过电商直播产生的收入，可以部分用于基地的运营和扩张，形成可持续的收入循环。

助残直播基地可将技能培训、就业孵化、资源对接、无障碍环境和社会支持网络等功能进行整合打造。技能培训为残疾人提供全面可持续性的电商直播培训，提升残疾人的专业能力和技巧。就业孵化则为残疾人提供实践机会，运用平台专业助残直播账号帮助残疾人将培训中所学习的内容进行实践训练。资源对接则将资金、人力、技术等资源进行整合和分配，为残疾人主播提供产品供应链支持和市场推广，并根据不同类型残疾人的特征和能力设计适合的直播内容。基地为残疾人提供无障碍设施，确保所有残疾人包括行动不便、视力和听力障碍者都能够方便地访问和使用基地资源。社会支持网络服务是构建政府牵头、非营利组织、企业、教育机构等在内的社会支持网络，为残疾人主播提供政策指导、资金援助和心理支持等服务。

目前，多个城市对在助残直播基地的建设进行了初步的探索，但还未形成完整的产业链形式，其中很多实践探索经验值得借鉴。供应链建设可积极贯彻助残理念，扩展助残供应渠道，优先合作残疾人生

产的农特产品、残疾人企业加工生产的商品以及残疾人康复机构制作的手工产品，利用助残电商直播销售助残产品的同时带动残疾人电商直播就业，从而形成扶残助残的完美闭环。可设置专业残疾人直播间，根据残疾人的特点对直播间进行调试，在适应残疾人自身条件的同时突出助残特点。专业化的助残直播平台可为社会爱心助残人士提供安全、可信的直播平台进行线上商品选购。进一步开发“云客服”岗位，使残疾人接受过专业客服培训后，在家里只需一台电脑便能办公，在完善助残直播平台建设的同时开发助残岗位，真正帮助残疾人实现电商直播平台稳定性可持续就业。

4.2. “线上”助残直播品牌孵化，提升核心竞争力

针对残疾人电商直播竞争力较弱的问题，需打造专属助残直播品牌提升其在市场上的核心竞争力。以助残直播基地为实践点，首先，明确品牌建立主旨是通过开发助残岗位，招纳残疾人主播进行直播等方式提供就业机会，促进残疾人稳定就业；通过直播收益和流量转化所得助力残疾人提升收入，改善生活质量；同时在带货过程中通过讲好品牌故事，打造专业助残直播品牌形象。其次，前期借助平台进行流量助推，推动直播间获得流量曝光，增加平台用户了解助残直播的机会，吸引社会爱心人士的合作与交流，增加订单成交量，使助残直播走进平台用户的视野。此外，运用多渠道的营销策略，除线上社交媒体推广之外，积极开展线下活动，参与或发起与助残相关的公益活动，提高助残直播品牌的社会影响力和助残直播品牌的知名度，以吸引潜在客户。因为口碑传播在移动互联网时代已经成为企业生存的根本依托[11]。最后，积极建立合作伙伴关系。与残疾人组织、慈善机构、政府部门等组织和机构建立合作关系，利用政府助残扶残政策，获取政策便利共同推进助残事业，扩大品牌影响力。此外，持续推进助残直播品牌建设的活动效果反馈，优化助残产品和服务，确保助残直播品牌始终为助残、扶残而服务，不断增强消费者对助残直播品牌的好感和信任。

4.3. AI助残，科技赋能

残疾人在直播带货过程中所存在的电商直播知识储备和能力不足等人力资源问题可借助科技进行辅助应对。对于残疾人来说，专业电商知识和技术的学习和应用需要一个漫长的过程，在助残直播基地打造的基础上可广泛推进无障碍技术的应用，推进AI助残，为残疾人主播进行科技赋能。首先，AI数字人的应用。残疾人身体承受能力有限，对于在直播间大强度的商品介绍输出较为困难，可利用AI技术采集残疾人声音、样貌特点数据信息，进行仿真数字人捏造，打造一款能够配合残疾人直播的数字人主播，利用人工智能技术配合真人主播提供智能问答、产品推荐、互动游戏等功能，提升直播的互动性，同时可缓解残疾人主播的直播压力，增加直播间的趣味性。其次，无障碍技术应用。目前已有残疾人电商直播尝试使用直播一体机，在直播一体机的辅助下，一些对于残疾人来说的直播技术难题便可迎刃而解[12]。此外，语音识别、屏幕阅读器、自动字幕生成等技术的使用也可帮助残疾人更容易地参与直播活动。最后，远程教育和培训。目前存在的培训具有内容单一、脱节的弊端，对此可提供在线培训课程，结合大数据对消费者反馈的分析和对用户行为数据的收集，帮助残疾人主播及时进行课程培训和学习以助其掌握市场变化趋势和消费者的偏好变化趋势，随时帮助残疾人及时根据市场变化形势开展培训课程帮助其掌握直播技能和相关知识，提高主播直播参与能力。

科技赋能关键在于理解残疾人主播的具体需求，提供个性化和适应性强的技术解决方案，这不仅需要技术的创新和应用，还涉及直播平台的无障碍设计、辅助技术的普及和培训以及政策和法律的支持。如针对视力障碍者，可为其提供屏幕阅读器与语音合成软件、高对比度和大字体界面等，帮助其可以通过语音了解直播界面和功能，可调整的界面设置方便其操作直播设备和软件；针对听力障碍者，可为其提供实时字幕和语音转文字服务以及震动反馈设备，通过震动提醒帮助主播接收直播中的互动提示；针

对行动障碍者，可为其提供无障碍直播环境以及语音控制和眼球追踪技术，通过语音识别和眼球追踪技术操作直播设备，减少对肢体的依赖，使其能够独立进行直播。通过科技赋能，可以显著提升残疾人在电商直播中的参与度和市场竞争力，促进其社会融入和经济独立。

5. 结论

残疾人电商就业具有灵活性、创新性和可获得性，是促进残疾人平等参与社会生活、共享文明成果的方式之一，它不仅为残疾人提供了新的就业机会和收入来源，还促进了残疾人的社会融入和自我价值实现。但因专业培训不足、服务体系不健全等问题制约了残疾人电商直播就业的发展速度和质量，为解决残疾人电商直播就业面对的问题，促进残疾人就业后的可持续发展，可采取对策：社会组织 and 单位应在政府政策支持引导之下积极协同合作，对残疾人开展科技赋能助残活动；打造线上助残直播品牌，增加残疾人直播市场核心竞争力，建设线下助残直播基地，帮助助残直播形成完整产业链，达到以残助残的闭环产业链，“双线”融合带动残疾人事业发展。

致 谢

在此特别感谢写作过程中给予我帮助和支持的人，也感谢学校提供的各种学术资源和平台，这些丰富的学术资料和参考文献为我的论文提供了有力的支撑和依据，同时也期待能与更多的人共同交流学术思想。在此再次表达我真挚的谢意。

参考文献

- [1] 郭念伟, 张宇迪. 社会融入视角下残疾人电子商务培训问题研究[J]. 社会福利(理论版), 2021(7): 50-58.
- [2] 刘宝臣, 王燊成. 数字经济能否重新定义人的劳动能力?——基于 31 位残疾人电商的案例研究[J]. 四川行政学院学报, 2020(5): 73-83.
- [3] 易艳阳. 资源禀赋、可行能力与残障青年创业支持——基于 Z 市典型案例的分析[J]. 社会科学辑刊, 2020(2): 87-94.
- [4] Mueser, K.T. and McGurk, S.R. (2014) Supported Employment for Persons with Serious Mental Illness: Current Status and Future Directions. *L'Encéphale*, **40**, S45-S56. <https://doi.org/10.1016/j.encep.2014.04.008>
- [5] Kaur, H. and Saukko, P. (2022) Social Access: Role of Digital Media in Social Relations of Young People with Disabilities. *New Media & Society*, **24**, 420-436. <https://doi.org/10.1177/14614448211063177>
- [6] 朱健刚, 严国威. 从底护性就业到支持性就业——对广东省残疾人工作整合型社会企业的多个案研究[J]. 残疾人研究, 2019, 33(1): 48-57.
- [7] 王克盾. 农村残疾人电商平台就业问题研究现状[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(12): 33-36.
- [8] 韩江风. 社会排斥视角下残疾人就业困境及帮扶路径研究[J]. 社会福利(理论版), 2019(4): 30-35.
- [9] 王昕天, 汪向东. 社群化、流量分配与电商趋势: 对“拼多多”现象的解读[J]. 中国软科学, 2019(7): 47-59.
- [10] 高圆圆, 范绍丰. “互联网+”背景下我国重度残疾人居家就业模式的现状及对策[J]. 残疾人研究, 2018(4): 72-78.
- [11] Kang, J.M. and Johnson, K.K.P. (2013) How Does Social Commerce Work for Apparel Shopping? Apparel Social E-Shopping with Social Network Storefronts. *Journal of Customer Behaviour*, **12**, 53-72. <https://doi.org/10.1362/147539213x13645550618524>
- [12] 焦若水, 李国权. 残疾人就业: 互联网时代的机遇与挑战[J]. 残疾人研究, 2019(4): 45-53.