



本期关注：新职业激发产业新活力

用户增长运营师、文创产品策划运营师、网络主播等身份的确定，带来新话题——

新职业“入编”将给出版业带来哪些变化

□本报记者 章红雨 见习记者 蒲添

不经意间，一些或熟知或陌生的职业走进了出版业。近日，人力资源和社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局向社会正式发布了19个新职业。其中，用户增长运营师、文创产品策划运营师、网络主播等职业被业界人士认为与出版业密切相关。

这些职业之所以被出版界认同，在于从事这些职业的人员早就在出版社出现并使用。不同的是，这些职业人员将由“业余者”变为有正式身份的人。那么，新职业“入编”将给出版业带来哪些变化？《中国新闻出版广电报》记者就此采访了业界人士。

变化一：让专业的人做专业的事

中国出版集团有限公司党组成员、中国出版传媒股份有限公司副总经理兼人民文学出版社社长臧永清说：“这些新增职业都是在社会上先出现，现在在充分调研基础上被给予了正式的身份。就出版业而言，这些新职业促进了行业专业化、规范化，让专业的人做专业的事，有助于传统出版业高质量发展。”

人民日报出版社总编辑丁丁说，新增职业首先使出版社内部的职责分工更为明晰，将专业的事情交给专业的人去做，会促进行业进一步良性发展，“这也是推动出版业实现高质量发展的必然要求”。

“新增职业会给出版行业带来积极

的影响。”中华书局执行董事、党委书记肖启明认为，面对网络盗版、信息过载等问题，需要加强版权保护和内容审核，保持出版物的品质和正面影响力，从而确保出版社在激烈的市场竞争中保持领先地位。此外，新增职业为从业者提供了多样化的职业选择和发展空间，推动出版业数字化转型和高质量发展。

“这些新增职业诞生于出版业转型升级融合发展背景下，是符合时代发展规律的。”崇文书局副总经理（副部长）李佩颖说，想象一下，当越来越多的新职业人才涌进出版行业，必将为出版业转型升级、出版创新发展提供强有力的人才支撑。



网络主播通过直播的形式，帮助出版社直接“触达”读者。

本报记者 章红雨 摄

变化二：或许能解决销售难题

记者在采访中发现，出版社对网络主播、用户增长运营师和文创产品策划运营师的需求顺序虽然不同，但有一点是共同的，那就是期待这些新增职业人员能为出版社拓展销售渠道、提升销售效果。

肖启明说，这些职业不仅拓宽了图书的传播和销售渠道，还促进了图书的品牌影响力，对出版社的发展有积极的影响。比如，网络主播通过直播的形式，帮助出版社直接“触达”读者，使读者能够更好地了解图书内容，增加真实感和亲近感。这种直接的互动不仅提升了作者、编辑的影响力和参与内容生产的积极性，而且为出版社带来了实际的社会影响力和经济效益。再如，文创产品策划运营师能使出版社从单纯的出版业务向更广泛的文化产业领域拓展，形成内容、图书、衍生品三者之间互动的产业链。这种转型不仅增加了出版社的收入来源，还提升了出版社的品牌价值和市场竞争。

人民日报出版社于2023年成立融合发展中心，目前已形成包括小红书、抖音、视频号在内10个平台的新媒体矩阵。丁丁认为，人民日报出版社需要文创产品策划运营师和网络主播，因为他们都能够为人民日报出版社的社会效益与经济效益提升带来正向影响。

在丁丁看来，文创产品策划运营师能够通过新颖的产品策划和有效的运营模式，宣传出版社的图书品牌与文化理念，逐渐推动出版社形成独具特色的文化符号。网络主播能以直播形式促进本社的图书销售、开拓营销新赛道、增加利润增长点，同时也能推动出版社实现融合发展，凭借更大的流量起到正面的宣传作用，提升出版社的社会知晓度。

“根据社里开拓新媒体营销渠道的发展计划，我们需要用户增长运营师和网络主播。”李佩颖坦承，对于主要出版文史古籍类图书的崇文书局而言，用户增长运营师和网络主播的加盟，有助于出版社建立短视频销售渠道，实现图书销售，取得经济效益。

变化三：用人机制将发生改变

在谈到是自有产生还是社会招聘新增职业员工时，辽宁美术出版社副总编辑孙郡阳说：“就网络主播而言，来100个才好，这样我们就可以24小时连轴干了。当前社里也有来找兼职的，但是测试后发现不行。美术社是专业社，做美术图书直播需要懂书，有门槛。目前社里主播多由编辑和发行承担。在他们当中我们发现了突出者，一位来自图书发行岗位，一位来自图书编辑岗位，两位员工都实现了成功转岗的愿望。我们认为，编辑、发行转岗主播的过程，也是发现人才的过程，可以做到人尽其力。”

未来，出版社该如何用好这些来自新增职业的员工？肖启明说，这些新增

职业人员整体都比较年轻，年轻人的思维都比较活跃，更能接受新鲜事物，也更加关注市场，敢想敢做。“出版社应该充分利用年轻人的优势，提供充分展示能力的平台，激发年轻人的积极性和创造力；同时也要注意培养，通过培训讲座等一系列方式，一方面帮助他们更快地适应和成长，另一方面使他们掌握新的出版技能以适应新型出版的需要。”

对此，丁丁也有同感，并另外提出了3个方面的建议：第一，提升匹配度。一方面是图书匹配度，使从事文创产品策划运营师、网络主播两项职业的人员对出版社图书内容及出版行业相关专业概念不断深化了解；另一方面是职业匹配度，使其不断丰富对于文创产品策划和

网络直播的深刻认识，以完成好自己的本职工作。第二，增强创新力。需以创新意识为导向，有针对性地开展工作。第三，提高容错率。企业内部应当形成开放包容的良好氛围，鼓励从事新职业的人员勇于试错、大胆实践，并不断完善激励机制等以提高其工作积极性。

李佩颖同样赞同出版社给予新增职业人员适当的容错机制和更大的激励机制。此外，她建议出版社对本社新媒体渠道的建设和运营要有整体布局，有针对性地招聘适合的人才；对新媒体运营业务的考核应区别于传统出版；管理层的决心要坚定，在日趋艰难的图书市场环境和复杂多变的新媒体行业中，坚定不移地支持本社新媒体营销。

没有版权实体依附，文创产品策划运营师很难发挥作用。

丁丁则认为，新增职业的出现和发展时间还较短，相关从事人员的专业素养还有待提升，而这些新职业也离不开与当前人工智能、大数据等新技术的融合，从而可能推动新就业形态的发展，比如“零工经济”，进而带来整个出版行业的重塑，影响其发展格局，“这提醒我们要未雨绸缪，做好面对风险挑战的准备”。

变化四：新增职业或需持证上岗

“一个新职业的颁布，一定会有配套的职业资格标准跟进出台。”高等教育出版社副总编辑龙杰说，有不少高校成立了出版学院，这意味着出版人才培养有了专业的学科教育，未来从事相关工作的人员或许像图书编辑考取职业资格证书一样，需要先考取职业资格证书。

新增职业身份的确定，在给行业带来发展机遇的同时，也带来了挑战。臧永清认为，在一时找不到合适的新增职业人员情况下，如果有新增职业培训，出版

社可鼓励员工参加培训、增长知识，能够考取资格证书更好。比如，会展搭建师更能理解并解读会展设计方案，更能确保消防安全、环保材料的使用；文创产品策划运营师更懂得如何挖掘提炼文化素材和资源，制作文创产品，控制产品质量。

不过，臧永清也强调，文创产品策划运营师应该附着于一个实体上，比如，产生于版权经纪人中，因为做文创得懂版权；或者附着于一家版权资源丰富的出版单位，才有做文创的机会，如

链接

这些新职业有了明确的定义

用户增长运营师

定义：运用数字化工具，从事企业或机构用户增长、管理及运营等工作的人员。

主要工作任务：1.根据企业或机构的发展阶段、经营目标设定用户增长目标；2.运用线上、线下的营销手段为企业或机构吸纳新用户，并建立与用户的在线交互社群，确保用户的留存；3.在社群内根据用户类别、需求等特征进行标签化管理，制定标准化运营和服务流程；4.为用户提供咨询、交易等服务，激发用户活跃度，提升用户对企业或机构的认可度和信任度；5.收集用户对产品、服务的反馈，提供给生产相关部门参考、改进。

文创产品策划运营师

定义：从事文化创意产品的策划，结合市场需求设计具有文化元素的产品，对文创产品进行营销运营的人员。

主要工作任务：1.根据文创产品的设计任务，挖掘提炼文化素材和资源，选取合适的文化元素；2.根据市场审美需求，制作文创产品，控制产品质量；3.确定文创产品的定位和风格；4.按照设计方案，制作文创产品，控制产品质量；5.组织实施不同形式的产品发布会、宣传推广、营销活动；6.申报注册文创产品的知识产权，确保创意的合法性和权益保障；7.收集和分析市场反馈，对产品的销售和社会舆情进行统计分析；8.对文创产品项目的档案和合同进行管理，确保项目资料的完整性和可追溯性。

网络主播

定义：基于互联网，以直播、实时交流互动、上传音视频节目等形式发声、出镜，提供网络表演、视听信息服务的人员。

主要工作任务：1.进行网络表演、视听需求分析，协助确定直播或拍摄脚本内容；2.编写网络表演、视听内容发言稿或直播脚本文案，并进行备稿；3.设计基于节目定位、直播主题和主播个人特点的出镜、声音、妆造形象；4.制作传播符合社会主义核心价值观的内容，控制网络表演、交流互动、视听节目制作进程，引导话题方向和内容；5.有序组织实施线上互动活动等，管理连麦、弹幕、评论等互动内容，处置同步或异步传播中用户互动突发情况；6.参与网络表演、视听内容等传播中的数据统计、分析和优化等。

专访

新职业将打破传统出版思维模式

□本报记者 章红雨

近日，人力资源和社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局向社会正式发布了19个新职业，其中用户增长运营师、文创产品策划运营师、网络主播等身份的确立，受到出版界关注。对此，《中国新闻出版广电报》记者与出版营销专家三石进行了专题对话。

《中国新闻出版广电报》：用户增长运营师、文创产品策划运营师、网络主播等新职业的确定，将给出版业用人制度带来哪些变化？

三石：这些新职业的确定，将打破多年来传统出版社的用人制度，推动出版机构管理者用人思维、管理思维的转变，使出版业从传统的内容编辑与发行的用人模式向更精细化、科学化、运营化的用人模式转变，此外还会带来其他方面的变化，如岗位需求与职责的变化，这就要求出版业在用人制度上更加注重人才的多元化和专业化，更加注重专业教育和技能培训。

新职业的加入，薪资与福利的配置要有所调整才能吸引和留住人才，同时应建立全新的绩效评估和激励机制，促进跨部门与跨岗位合作等。当然，对于出版行业人力资源部门同样是一个挑战，提高该部门的专业化水平迫在眉睫。

《中国新闻出版广电报》：这些新职业将会解决出版业发展过程中的哪些瓶颈？

三石：新职业的确定，将有助于解决市场技能及专业知识短缺、创新能力欠缺、专业人才流失等方面的瓶颈。我认为，这些新职业都属于出版市场运营各环节的专业“操盘手”，是技能型专业人才，而缺少这类专业“操盘手”，正是长期制约出版行业发展的要素之一。

我举两个例子，其一，文创产品策划已成为出版产业拓展的重要板块，但与其他行业的文创产业发展速度还有一定差距。这次的文创产品策划运营师的职业定位就十分专业和精准，从文创产品商业模式及内容策划、呈现、运营的角度进行专业人才培养，有利于突破出版业文创产业发展的瓶颈。其二，用户增长运营师的出现，打破了十年来传统出版行业“发行”的概念，特别是出版社发行部传统的图书产品铺货、调货、退货模式。用户增长运营师通过专业的运营策略和方法，帮助出版社实现用户增长、提升业绩及营收、优化产品和服务等多方面的目标，这不只是职业的新增，也推动了运营模式的改变，有利于突破出版业发展中市场定位模糊、市场成本居高不下、市场推广不力等一系列问题。

《中国新闻出版广电报》：很多出版社对这些新职业有需求，但因成本等因素，出版社更希望在现有编辑或者发行人员中产生或兼职最为理想，您觉得这种想法产生的原因在哪里？

三石：主要还是因为出版业的传统思维缺乏“产业”与“运营”的概念，同时缺少对相关专业技能的理解，还停留在“编辑+发行”的传统模式中。这些新职业的确定，提升了出版产业的专业性与技能性，将使内容产业的创造力与市场运营能力大幅度提升。我想强调的是，出版社从编辑或发行人员中培养这些新职业人员的成本，会远远超过引进这些新职业人员的成本。

当然，如果出版社一定要自己培养的话，也许网络主播相对容易一些。但是，我们也必须认识到，出版社的大多数网络主播还只定位在“直播推销员”的基本水平，与真正的网络主播职业复合型要求有很大差距。

《中国新闻出版广电报》：这些新增职业对出版行业的前景会产生什么影响？

三石：这些新增职业将会推动出版业市场化运作，促进产业融合、技术创新、人才培养等方面的提升，推动出版业持续发展和产业升级，出版业将更专业、更有效，将有如虎添翼的感觉。