

直播电商背景下服装表演人才的能力转型与培养研究

刘潇静

武汉设计工程学院 湖北武汉 430000

摘要：直播电商的迅猛发展重塑了服装销售的业态格局，传统服装表演人才面临专业适配性不足的行业挑战，能力转型与科学培养成为行业发展的核心命题。本文立足直播电商的场景特性与流量逻辑，系统分析新环境下服装表演人才的能力诉求重构，剖析传统人才培养体系的短板与转型困境，构建“能力重构-路径落地-体系优化”的全链条研究框架。通过明确转型核心维度、设计可落地的转型路径、优化培养体系架构，形成“需求导向-能力适配-培养支撑”的逻辑闭环，为服装表演人才适应行业变革、实现职业可持续发展提供理论支撑与实践指引，推动服装表演行业与直播电商生态的深度融合。

关键词：直播电商；服装表演人才；能力转型；培养体系；行业适配

引言

直播电商以“实时互动+场景沉浸”的核心优势，成为服装行业数字化转型的关键载体，其“即看即买”的消费模式对服装表演的呈现形式、传播逻辑与人才能力提出全新要求。传统服装表演人才以T台展示为核心能力支撑，侧重艺术表现力与形体塑造，难以适配直播场景中“产品讲解、流量运营、用户互动”的复合型需求，人才供给与行业需求的结构矛盾日益凸显。在此背景下，探究服装表演人才的能力转型方向与科学培养路径，不仅是解决行业人才短缺问题的现实需要，更是推动服装表演行业突破发展瓶颈、实现跨界融合的必然选择。本文围绕“能力诉求重构-转型困境剖析-转型路径设计-培养体系优化”的逻辑脉络展开研究，旨在为服装表演人才的高质量发展提供系统性解决方案。

一、直播电商对服装表演人才的能力诉求重构

直播电商重塑服装表演场景与传播逻辑，传统能力体系已难以适配新需求，需从专业表演、运营、沟通三维重构核心能力诉求。

（一）专业表演能力的场景适配升级

直播电商场景下的服装表演打破了传统T台的空间局限与单向传播模式，要求人才实现专业表演能力的场景化适配升级。核心能力不再局限于标准的台步、造型与肢体表现力，而是转向“镜头语言运用+服装细节呈现+场景氛围营造”的复合型能力体系。需精准把握直播镜头的拍摄特点，通过近距离展示、动态穿搭演示等方式凸显服装的面料质感、版型设计与穿搭场景，同时

结合直播主题调控表演节奏，实现艺术表现力与产品展示功能的有机统一。这种能力升级要求服装表演人才跳出传统艺术表达框架，将表演重心从“舞台呈现”转向“用户感知”，通过适配直播场景的表演形式提升服装的消费转化率，形成“表演服务于销售、艺术融合于场景”的能力导向。

（二）直播运营能力的核心嵌入

直播电商的商业属性决定了服装表演人才必须嵌入核心的直播运营能力，实现“表演者”与“运营者”的双重角色融合。需要系统掌握直播流程的全环节运营技巧，包括直播脚本的解读与执行、直播节奏的把控与调整、流量数据的实时分析与优化^[1]。具体而言，要能够根据直播时段、用户画像调整表演内容与产品讲解重点，通过互动环节设计提升用户停留时长与参与度，借助数据分析工具监测流量转化指标，及时优化表演策略与产品展示方式。这种运营能力并非独立于表演能力之外，而是与表演能力深度融合，要求人才既具备艺术表现力，又具备商业思维，能够通过运营手段最大化发挥表演的商业价值，实现“艺术表达与商业转化的协同增效”。

（三）用户沟通能力的精准赋能

直播电商的互动特性对服装表演人才的用户沟通能力提出精准赋能要求，核心在于实现“单向展示”向“双向互动”的转变。需建立以用户需求为核心的沟通逻辑，通过实时弹幕回复、在线答疑、穿搭建议等方式与用户建立情感连接，精准捕捉用户的潜在需求与消费痛点，针对性调整表演内容与讲解重点。同时，要具备敏锐的用户情绪感知能力，通过语言表达、肢体语言等

方式传递亲和力与专业度，构建信任关系，提升用户的购买意愿。这种沟通能力要求人才打破传统表演中“距离感”的艺术表达，转向“贴近用户、理解用户、引导用户”的沟通模式，将用户沟通能力转化为流量转化与用户留存的核心竞争力，形成“互动产生信任、信任驱动消费”的沟通闭环。

二、传统服装表演人才的能力短板与转型困境

传统服装表演人才的能力短板与转型困境，源于场景适配不足、运营思维缺失，根本症结在于培养体系的滞后性与行业需求脱节。

（一）专业能力的场景割裂性

传统服装表演人才的专业能力存在显著的场景割裂性，核心体现在“T台表演能力与直播场景适配性不足”的矛盾上。长期以来，培养体系以T台表演为核心，侧重形体训练、台步技巧与舞台艺术表现力的培养，忽视了直播场景下的镜头语言运用、近距离展示技巧与节奏把控能力^[1]。人才习惯于传统舞台的单向表演模式，难以适应直播场景中“近距离、高互动、强节奏”的特点，导致表演内容与用户需求脱节，无法有效凸显服装的核心卖点。这种场景割裂性并非能力的缺失，而是能力结构的单一化，使得传统人才在直播场景中难以发挥专业优势，陷入“艺术表现力强、商业转化力弱”的发展困境。

（二）运营思维的缺失性

传统服装表演人才普遍缺乏直播运营思维，呈现“艺术思维主导、商业思维薄弱”的能力结构失衡状态。培养体系长期侧重艺术素养的提升，缺乏对直播电商商业逻辑、运营模式的系统教学，导致人才对直播流程、流量规则、转化路径的认知模糊。在直播场景中，难以理解脚本设计的商业意图，无法根据流量数据调整表演策略，对用户互动环节的设计与引导能力不足，导致表演与运营脱节，无法有效承接直播流量并转化为实际销量。这种运营思维的缺失并非单纯的知识匮乏，而是思维模式的固化，使得人才难以突破“纯艺术表演者”的角色定位，无法适应直播电商“艺术与商业深度融合”的发展要求。

（三）培养体系的滞后性

传统服装表演人才的转型困境根源在于培养体系的滞后性，具体表现为“课程设置僵化、实践教学脱节、评价标准单一”的系统性问题。课程体系仍以传统T台表演相关课程为主，缺乏直播电商运营、镜头表演、用户心理学等跨界课程，导致人才知识结构与行业需求不匹配；实践教学仍局限于舞台表演实践，缺乏真实直播

场景的模拟与实战训练，人才难以积累直播实操经验；评价标准仍以艺术表现力、形体条件等传统指标为主，忽视了运营能力、沟通能力等核心适配能力的考核。这种滞后的培养体系无法为人才能力转型提供有效支撑，导致人才供给与行业需求形成结构性错配，制约了服装表演行业与直播电商的深度融合发展。

三、服装表演人才能力转型的实现路径

针对传统人才的转型困境，需要以跨界融合为核心，通过专业能力重构、运营能力培育、沟通能力训练，构建精准化转型路径。

（一）专业能力的跨界融合重构

服装表演人才需以“场景适配”为核心，推动专业表演能力的跨界融合重构。通过系统学习镜头表演技巧，掌握不同景别下的表演方式，提升面部表情、肢体动作的镜头表现力，实现从“舞台表演”到“镜头表演”的转型；深入学习服装专业知识，包括面料特性、版型设计、穿搭逻辑等，将表演与产品讲解深度结合，实现“艺术表现力与产品解读力的融合”；强化场景氛围营造能力，根据服装风格与直播主题设计表演内容，通过肢体语言、表情管理等方式传递服装的穿搭场景与情感价值，实现“表演形式与场景需求的精准匹配”。这种重构并非否定传统表演能力，而是在保留核心艺术素养的基础上，融入直播场景所需的专业技能，形成“艺术+实用”的复合型专业能力体系^[2]。

（二）运营能力的系统化培育

运营能力的系统化培育是服装表演人才转型的关键支撑，需构建“理论学习+实操训练+复盘优化”的全流程培育路径。理论层面，系统学习直播电商的商业逻辑、运营模式与流量规则，掌握直播脚本撰写、用户画像分析、流量转化策略等核心知识；实操层面，通过模拟直播、真实直播实战等方式，训练直播流程把控、互动环节设计、数据监测与分析能力，熟练运用直播工具与数据分析平台；复盘优化层面，建立常态化的复盘机制，通过分析直播数据、用户反馈，总结表演与运营中的问题，针对性调整策略，实现“实践-复盘-优化”的能力提升闭环。这种系统化培育要求人才打破“重艺术轻商业”的认知误区，主动学习运营知识，将运营思维融入表演全过程，实现“艺术表达与商业运营的深度融合”。

（三）沟通能力的场景化训练

沟通能力的场景化训练需围绕“用户需求”展开，构建“需求洞察-互动设计-信任构建”的训练体系^[4]。通过学习用户心理学知识，掌握不同用户群体的消费偏

好与沟通习惯，提升需求洞察能力；开展模拟直播互动训练，针对不同服装品类与直播场景，设计个性化的沟通话术与互动环节，提升实时回复、答疑解惑与需求引导能力；强化情感连接能力训练，通过语言表达、肢体语言、表情管理等方式传递专业度与亲和力，构建与用户的信任关系。这种场景化训练并非单纯的沟通技巧学习，而是将沟通能力与表演能力、运营能力有机结合，要求人才在直播过程中根据用户反馈实时调整沟通策略，实现“互动沟通与表演展示、运营转化的协同推进”。

四、服装表演人才培养体系的优化构建

人才能力转型需要依托科学培养体系支撑，需要从课程整合、实践搭建、师资建设三方面优化，实现培养与行业需求的精准对接。

（一）课程体系的跨界整合设计

课程体系的优化需以“跨界融合”为核心，构建“专业基础+电商运营+综合素养”的三维课程结构。专业基础课程保留形体训练、服装表演技巧等核心内容，增设镜头表演、服装搭配与解读等适配课程，强化场景化表演能力培养；电商运营课程系统设置直播电商基础、直播脚本设计、数据分析与优化、用户心理学等课程，填补运营知识空白；综合素养课程增设商业思维训练、沟通技巧、应急处理等内容，提升人才的综合适配能力。课程设置需打破学科壁垒，通过“艺术课程+电商课程”的模块融合、理论课程与实践课程的比例调整，实现“知识结构与行业需求的精准对接”，为人才能力转型提供课程支撑。

（二）实践教学的场景化搭建

实践教学需要突破传统舞台局限，搭建“模拟实训+校企合作+实战孵化”的场景化实践平台。校内建立模拟直播实验室，还原真实直播场景，配备专业直播设备与数据分析工具，开展常态化的模拟直播训练，提升人才的实操能力；深化校企合作，与头部服装电商企业、MCN机构共建实践基地，引入真实直播项目，让人才参与从脚本设计、表演展示到运营优化的全流程实践，积累行业经验；设立直播孵化项目，支持人才自主开展直播实践，提供专业指导与资源支持，鼓励创新表演形式与运营模式，实现“实践能力与创新能力的协同提升”。

（三）师资队伍的双师型建设

师资队伍建设需围绕“双师型”目标，构建“专业教师+行业专家”的复合型教学团队。一方面，加强现

有专业教师的跨界培训，组织教师深入服装电商企业挂职锻炼，学习直播运营流程与行业动态，提升商业思维与实操能力；另一方面，引入行业资深人才担任兼职教师，包括头部服装主播、电商运营专家、MCN机构负责人等，通过专题授课、实践指导等方式，将行业前沿经验与实操技巧融入教学过程^[5]。建立“教学+实践+科研”的协同机制，鼓励专业教师与行业专家合作开展课题研究，聚焦服装表演人才转型与培养的核心问题，形成“教学相长、产学研融合”的良性循环，提升培养体系的针对性与实效性。

结束语

直播电商的发展浪潮推动服装表演行业进入“艺术与商业深度融合”的新阶段，服装表演人才的能力转型与科学培养成为行业高质量发展的核心支撑。本文通过分析直播电商对服装表演人才的能力诉求重构，剖析传统人才的转型困境，设计了“专业能力跨界融合、运营能力系统化培育、沟通能力场景化训练”的转型路径，构建了“课程体系跨界整合、实践教学场景化搭建、师资队伍双师型建设”的培养体系。研究形成“需求导向-能力转型-培养支撑-行业适配”的逻辑闭环，既明确了人才转型的核心方向，又提供了可落地的培养解决方案。未来，需持续推动培养体系的动态优化，强化人才与行业需求的精准对接，助力服装表演人才突破发展瓶颈，实现职业价值与行业价值的协同提升，推动服装表演行业在直播电商生态中实现可持续发展。

参考文献

- [1] 亓涓邳.时尚传播视域下服装表演的数字化应用研究[D].北京服装学院, 2025.
- [2] 戴文翠.基于新业态下服装表演专业人才培养体系的构建研究[J].辽宁丝绸, 2024, (04): 182+133.
- [3] 吴晓丽.服装表演艺术在新媒体时代的传播——评《服装与表演艺术》[J].毛纺科技, 2024, 52(08): 145-146.
- [4] 李倩文.新时代背景下服装表演复合式应用型人才培养创新研究[J].服装设计师, 2023, (08): 130-134.
- [5] 金润姪, 辛以璐, 康丽丽.“互联网+”视域下高校服装表演专业教育分析[J].发明与创新(职业教育), 2021, (01): 133+135.