

大学生直播 是“斜杠”青年还是不务正业？

“一天直播4小时，一天生活费有了”“相当于带薪学习，不干白不干”……在社交平台上，有大学生发帖称找到了“致富新路子”。时下，一些大学生通过直播尝到“甜头”，有的大学生学习直播、吃饭直播，甚至走路直播、睡觉直播。其中，有的直播行为直接影响正常学习秩序和宿舍关系，有的大学生过度沉迷直播带来的短期利益而忽视自身学业。

直播收入吸引力大 兼职热度高涨

近段时间以来，“大学生直播”话题热度不减，记者就此采访了一些大学生主播，了解他们加入直播的初衷。

——读的是“天坑”专业，想为未来的“副业”打基础。研究生陈同学通过直播，在某平台成了一名万粉博主，“最初就是想通过直播起号，主要是纯聊天，分享学习生活日常，大概每次能涨几十个粉。”陈同学告诉记者，之所以直播，初衷还是为未来打基础，“我以后不走科研这条路，直播可以成为我的一条退路，减轻就业压力。”在平台的加持下，她的直播效果不错，“新人直播平台会给流量券，还会加快笔记推流。”

——收入可观，不出校门收获兼职。在湖南读大二的李倩(化名)在当地算小有名气的本地博主，点开她的主页可以看到多篇精美的探店和种草笔记。她告诉半月谈记者，最初起号阶段是单纯凭借自己的兴趣爱好，慢慢有了变现渠道。“主要是想通过直播涨粉，粉丝多了好处很多，容易被品牌方看到，发个软文就可以收到品牌方寄来的一些礼品，一些餐饮店做活动会邀请我们这些‘达人’去探店免费吃饭。”美食探店的定位使其直播场所一般都是在校外餐饮店，基本不影响室友生活，也没人表示反感。主播陈同学已签约一家MCN(多渠道网络机构)，但仅为商务挂靠，以便节省提现手续费。“除了可观的收入，我也懂得了如何策划、如何投放，还能学到些不



一样的东西。”她同时强调，自己虽然基本在宿舍直播，但会选择舍友不在的时间段。“如果更晚的话，我就去烧烤店，边吃宵夜边聊天。”

——监督学习，与网友建立默契。“我就是靠直播看了10本书，不直播就很容易不专注，相当于有人免费监督自己。”广东工业大学大三学生周同学说，自己直播已有一段时间，并非为了打赏或涨粉，而是与网友互相监督学习。计划考研的他还与网友形成直播互助小组，“我和室友目标不太一致，而且关系一般，但和网友有共同的目标计划，可以相互激励监督。”周同学说。

宿舍冲突在所难免 MCN背后“加持”

记者采访发现，在各种因素影响下，一些大学生直播有走偏、异化的现象。

“今天去图书馆自习，对面的女生看书也一直开着直播，让我感觉很不自在。”广东的大学生吴意林说，周围的同

自己每天生活内容枯燥单一，跳的舞种也较为固定，常陷入“开播焦虑”。“一想到要直播那么长时间，就不得不想办法‘整活’，例如拉上室友一起出镜。”

一家MCN负责人向记者透露，公司更愿意签一些展示才艺的大学生主播。但在实际直播过程中，个别大学生主播为追求流量和打赏，在直播中“擦边”，不仅损害自身形象，也污染网络风气。

让直播回归理性 让校园弥漫书香

北京大学政府管理学院教授马亮认为，大学生直播内容多元，既有校园记录，也有知识分享。直播已成为不少大学生生活中不可或缺的一部分，对其学习、成长与社交产生重要影响，不应简单忽视或抑制这一需求。然而，宿舍属于集体生活空间，大学生直播需注意可能发生的宿舍矛盾甚至法律问题。

对学生来说，学校引导至关重要。暨南大学法学院副教授陈贤凯表示，学生宿舍虽是个人的休憩场所，但它属于学校物业，在学校管理范围内。学校有权为维护宿舍生活秩序、营造良好环境而制定宿舍行为规范。

受访专家认为，任何创作自由都应以不侵犯他人权益为前提。陈贤凯建议，高校应完善规章制度，强化直播管理，正向引导学生遵守宿舍管理规则，对违规直播说“不”；对因直播影响他人休息的学生，应加强宿舍纪律管理。

马亮等专家表示，相关平台应对大学生主播加强实名认证和身份认证，严格防范“擦边”等违规行为，对违规者及时提醒、约束或禁播。

一些大学生主播将该用于学习、实践的时间用于直播，其结果往往是出勤率低、成绩下滑、考试挂科等。当直播热潮退去，这些学生可能面临“转型难”的困境。教育部门与学校应引导学生平衡学业与直播，让直播成为课余生活的有益补充与延伸。

学直播已经“无孔不入”，吃饭、看书、洗漱都可以直播。

MCN保底时长助推校园直播“不分场合”。当镜头对准宿舍，大学生直播“啥都可播，时时在播”，身处镜头之外的室友，却不得不躲避镜头，时刻要在宿舍内支起床围。一些大学生长时间直播的背后，是MCN签约的合同要求。

广州娱加娱乐公司有关负责人告诉记者，目前公司签约大学生主要做才艺和游戏直播，收入方式主要分为保底提成及纯提成两种。“纯提成时间相对自由，按实际收益分成。有保底的则类似上班，每天需播满3至4小时。”

在MCN保底时长的要求下，一些大学生主播为完成任务，不得不随时随地开播。拥有2万粉丝的文同学告诉半月谈记者，自己一开始在校园拍摄跳舞视频走红，不久后就有MCN找来签约。“MCN会提供资源，但也对我的直播和日常更新提出了相应要求。”

文同学坦言，MCN有保底时长，但

“体育外卖”悄然走红 让运动触手可及

只需在手机上轻轻一点，送来的不是餐食，而是一位携带运动器材的专业教练。这种被称为“体育外卖”的上门体育培训服务，正在中国部分城市悄然走红。

周六上午9点，在云南省昆明市五华区一小区楼下的空旷地带，王先生10岁的儿子正在足球教练指导下练习传球等动作。“孩子本身喜欢足球，以后想往特长生方面发展，今年初我就给他点了这个‘体育外卖’，总体上效果还不错。”

同样给孩子选择“体育外卖”服务的还有上海市普陀区的张萍女士。她儿子今年上小学五年级，因体育课成绩不太理想，就在朋友推荐下接触了这项体育领域的新服务。“教练上门，一个小时200多元，但给我们省去了来回跑体育馆的时间，个人觉得比较划算。”

这种省时省心的灵活授课模式，成为“体育外卖”吸引消费者的核心优势。事实上，“体育外卖”新模式能快速打开市

场，离不开需求端的推动。

近年来，随着国民健康意识的提升，不少家长都把加强体育锻炼当成孩子在学习之余的另一个重要事项，中小家庭成为“体育外卖”市场的重要群体。

南京理工大学动商研究院院长王宗平介绍，成熟的“上门经济”商业模式为体育培训的“外卖化”提供了可复制的路径。在数字平台的整合下，体育服务得以像外卖一样实现线上下单、服务到家，一定程度上重构了教育资源的空间布局。

一些双职工家庭表示，在寒暑假期间，上门教练解决了老人没法带孩子运动的难题，灵活的单次付费也避免了预付课程包可能带来的风险，因此他们很看好这项新模式。

家门口体育场地的持续改善，也为“体育外卖”的兴起提供了重要支撑。近年来，我国各地的社区健身房、口袋公园等设施持续增加，公共体育场馆开放程度

提高，为上门教练提供了便利的教学场地。

长期从事上门服务的昆明拳击教练孙奕周说，外卖的形式意味着体育培训服务不需要实体店面，可以有效降低从业者经济成本。

当前，这种将体育培训与“上门经济”深度融合的新业态，正从北京、上海等一线城市逐步延伸至部分二三线城市，为全民健身提供一种新选择。相关数据显示，2024年中国青少年体能培训市场规模同比激增127%，其中上门服务占比超过四成。

“体育外卖”不仅便利了有体育锻炼需求的家庭，还盘活了当地体育专业人才资源，为体育院校学生、退役运动员等提供了灵活的就业渠道。

刘子恒是云南师范大学体育专业学生，去年下半年他利用课余时间“在体育外卖”上接单，带小学和初中阶段的孩子

练习篮球。刚开始他带的学生仅有3人，半年不到就增加到10人。有时接单最远的两个小区相隔30多公里，上午出门晚上才能赶回宿舍。“我身边很多同学都在兼职上门教练，既可以补贴生活费，也能积累宝贵的教学经验。”

如今，“体育外卖”的应用场景持续增加，改善肥胖、体能差、视力弱等问题，以及体态矫正等个性化健康需求，也成为不少消费者下单的重要动力。业内人士指出，体育外卖市场远不止于青少年，未来术后康复、老年人康养等都是潜力较大的重点领域。

尽管前景广阔，但作为新兴业态，“体育外卖”在快速发展过程中也暴露出一些问题和风险。王宗平说，相关部门需对这一新模式加强引导监管，让便利与专业并存，实现健康效益与行业可持续发展的共赢。