

营销作秀与辱骂门等争议缠身

鱼泡CEO周峰回应：“直聘”非抄袭，平台有“无力之处”

8月，鱼泡直聘因几件事成为舆论焦点。首先是创始人周峰亲自出镜的广告席卷多个城市地铁电梯，这款主要服务建筑装修、路桥矿山等蓝领招聘的平台，正大举进军白领招聘市场。然后有网友通过该平台应聘佛山某服装公司时，因提出“受不了单休”，竟遭招聘人员回复“你要是漂亮，我让你天天休息”，并以“活该找不到工作”进行嘲讽，更称当事人“只配跪在办公室”。

随着品牌曝光度的增加，质疑声也随之而来：直聘之名是否抄袭Boss直聘？一键直聊老板功能是否侵权？平台上的招聘欺诈、霸凌现象如何杜绝？用户在小红书、黑猫投诉平台集中反映的“招聘岗位访问量拉胯”“免费名不副实”“电话被冒用”等问题如何解决？还有一些针对周峰本人的尖锐批评，直指其广告海报嘟嘴卖萌“太油腻”，浪费投资人的钱来“撒钱作秀”，等等。

面对连串批评及质疑，周峰近日在接受新快报记者采访时首次系统回应，并披露了公司未来的布局方向。

■新快报记者 郑志辉

“直聘”谁都能用，我们的“老板”更多

“我们2017年上线时叫鱼泡网，2021年才改成鱼泡直聘。”周峰解释，改名并非对标谁，而是降低解释成本，“一听就知道是招聘”。他强调，“直聘”已经成为行业通用后缀，就像“美的空调”“格力空调”一样，不存在谁抄谁。

至于“一键直聊老板”功能，周峰直言“所有招聘平台都在做在线聊”。他说，鱼泡平台上每天活跃着大量的包工头、班组长，“他们本身就是老板，数量可能比白领平台的HR还多。”这些包工头直接负责招聘，这使得鱼泡平台上的直接招聘者比例更高。

为什么周峰亲自代言？

对于网传最新一波“15亿营销”是否土豪作秀的争议，周峰澄清：15亿元是2021年至今所有线上投放总和，并非今年一次性支出；本轮线下预算三年3-4亿元，只集中北上广

周峰分享了他对招聘市场未来趋势的观察：“未来一定是蓝领白领化，白领蓝领化。”“特别是AI出来以后，一定是需要动手能力再加实践能力了。”他举例说明：“现在的大学生，去送外卖的也多，开滴滴的也多。”“像刚毕业的大专生或中专生，可以进工厂打螺丝，也可以去做客服、做前台、做行政。”

这种边界模糊的趋势正是鱼泡进军白领市场的理论基础：“未来这两者的边界会越来越模糊，AI将抹平体力与脑力劳动的边界。我们要做的，就是在农民工还能转型

时，给他们一条向上的梯子。”

“Boss直聘2024年净利润38亿元，企业主直呼太贵。”周峰把“免费”和“已读不回”视为鱼泡切入白领赛道的两大卖点——前者降低招聘成本，后者用“算法+人工”提醒保证HR在48小时内回复。

“现在所有的求职者抱怨已读不回，我们至少会逐步地去提高HR的活跃度，让HR规范地及时回复求职者。就算不合适，也应该你来回复，或者平台帮你婉拒，不要让求职者在那傻等。”

深、杭州、成都六城。

而本轮传播选择打造个人IP，他坦言受雷军、马斯克等企业家IP启发，但更强调“性价比”：“请明星代言费高，且效果分散，创始人IP能直接

传递品牌理念。”

“你看最近确实议论我们的很多，特别是小红书上对这个议论的也比较多，反而证明广告有点效果。”

回应诸多投诉，坦承平台有“无力之处”

就在上星期，有网友在鱼泡上拒绝广东佛山一公司的单休工作时遭到辱骂，事件持续发酵并引发对平台审核不严的连串批评。

面对招聘过程中可能出现的欺诈和侮辱性言语问题，周峰表示平台确实有无力之处：“我们没有执法权，我们只能协助求职者去起诉。”

他同时强调了平台的审核措施：“我们肯定全力去做好审核，做好风控。比如设备关联、IT关联、企业营业执照关联、法人关联。”但周峰也承认了服务不同人群的挑战：“确实人群不一样，他的水平确实参差不齐，这个我

们也在全力去做。”

针对用户们近段时间以来涉及鱼泡平台的三大类主要投诉问题，周峰也一一做出了回应：

关于“说是免费但其实并没有真免费”的投诉，周峰解释：“白领我们是免费，但白领里面的招销售我们是不免费的。”他表示会根据岗位吸引力来决定是否收费，“毕竟我们也要发员工工资，也要运营成本。”

对于“付费后招聘效率不高”的问题，周峰说：“每个行业每个工种或者每一个城市，它的收费都不是一样的，都是根据当地的交付能力来决定的。”

关于“电话被莫名其妙用作招聘”的投诉，周峰承认：“早期我们做工程行业的时候，确实实为了给工人更多的岗位，有工人会帮他身边的包头发招聘，可能把电话号填错了。”但他强调：“现在应该是没有了，现在每一个电话我们都会去打电话核实。”

演播厅里的“直播革命”：团播2.0时代来了

新快报讯 记者郑志辉报道 8月21日中午两点，深圳众星汇公司的演播厅里，灯光师正在调试设备，运镜团队手持专业电影摄像机进行最后的角度校准。晚上七点整，H131系列直播间的成员将在这里开始一场持续数小时的团播演出。

这并非某个卫视的晚会录制现场，而是抖音平台上一个日常团播直播间的幕后筹备场景。“十年前我们在学校话剧社搭的台子，可能还没今天一个直播间大。”众星汇董事长王翎宇对记者感慨说，这个斥资百万打造的直播间，拥有四连屏轨道移动屏幕、飞猫系统和可升降舞台，舞美效果出色。

团播，这一诞生于2021年的直播形态，正在经历从“野蛮生长”到“工业化生产”的质变。业内人士估计，2025年团播市场规模已突破150亿元，5000-7000个直播间日均开播。

抖音团播运营负责人高寒告诉记者：“团播是指在同一直播间，通过舞蹈、

唱歌等多种才艺形式开展的演艺直播，但不要把它当做一个单独的品类，它其实就是多人场景下的一种内容创造的形式。在多人场景下，可以做的事情和玩法就会很多。”

据记者了解，经过两年发展，团播行业已进入精品化、规范化的2.0时代。在内容上，衍生出了国风舞蹈、hip hop、二次元等专业舞台级演出；在分工上，团播的前台通常需要5-7个主播，幕后则需要搭配1.5倍人数的中台部门。

在制作投入上，不少团播采用跟大型音综、顶级晚会同水平的灯具、音响、摄录设备，对标电视制作水准。持续升级的内容和配置，吸引越来越多专业人才加入，也创造了大量就业岗位，不仅是主播，还包括运镜师、编舞、妆造等幕后岗位。

在内容制作上，团播机构也已形成一套完整的内容创新机制。H131总导演侯硕均介绍说：“直播的内容和短视频的内容很像，都是非常短平快的，我们要

快速进行更新，结合一些热点的舞蹈、音乐各方面。”H131建立了系统化的内容更新机制，大更新周期为1-2个月，小更新则每三天至少引入一支新流量舞。

值得关注的是，伴随团播行业的快速发展，也出现了一些表演低俗化、为吸引打赏的乱象。但好消息是平台方已关注并积极出台措施规范行业发展。据高寒介绍：“抖音直播从2024年开始实施‘健康分’制度，约束主播不当行为，并把主播行为与公会机构经营能力绑定。”

2025年6月，抖音直播发布《抖音直播机构与主播合作签约与履约规范》，对公会与主播之间的签约细则进行约束，其中包括不得设置高额违约金、不能设定不合理要求和不能诱导退会规则等。

平台治理力度也持续加大。7月2日，抖音发布《抖音直播机构治理处置结果公示(2025年6月)》，清退54家涉嫌传播色情低俗信息、诈骗、为未成年人提供经纪服务等违规行为的公会，处罚公示194家涉及存在不良经营行为的公会。

在收入方面，高寒引述平台数据表示：“基本上团播主播的收入和后端人员的收入和这个城市行业的平均水平大部分都是持平的，有可能会高一两千块钱，这是整个行业的标准。”

王翎宇则否认了团播“造富神话”的传言：“这个行业可能有的人会有，但是我们家没有人通过这种形式一夜暴富。”他透露，公司在2022年、2023年甚至处于投入大于支出的状态，直到2024年才开始持平。如今，H131的收入结构中，品牌广告、线下商演和短剧分账成为新增长点。

王翎宇相信，随着市场逐渐标准化、规范化，低俗内容被淘汰，注重优质内容的公会更具发展潜力。“未来行业竞争将聚焦于内容精致度的‘内卷’，而具备执行与落地能力的团队是核心竞争力。”

