

乡村振兴背景下少数民族妇女直播带货研究

杨秋益

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月1日; 录用日期: 2025年6月25日; 发布日期: 2025年7月22日

摘要

在国家实现乡村振兴战略的过程中, 少数民族妇女的力量不容忽视, 她们在方针政策、婚育家庭、劳动就业等方面都有独特优势。近年来, 随着自媒体的发展, 少数民族妇女在发展中遇到新的挑战, 旧的观念束缚、教育水平和参政意愿参差不齐、就业环境严峻等问题。少数民族妇女在民族地区的发展中起到“顶半边天”的作用, 在发展中, 须保障少数民族妇女自身的利益、提高少数民族地区教育资源质量以及加强妇女的参政欲望、解决少数民族妇女的就业等问题, 同时少数民族妇女运用直播带货技能, 发挥少数民族妇女的作用, 从而推动少数民族地区发展。

关键词

直播带货, 少数民族, 妇女

Research on the Application of Live Streaming Sales by Ethnic Minority Women under the Background of Rural Revitalization

Qiuyi Yang

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 1st, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 22nd, 2025

Abstract

In the process of implementing the rural revitalization strategy in the country, the power of ethnic minority women cannot be ignored. They have unique advantages in policy, marriage and family, labor and employment, and other aspects. In recent years, with the development of self media,

ethnic minority women have encountered new challenges in their development, such as the constraints of old concepts, uneven levels of education and political participation, and a severe employment environment. Ethnic minority women are “holding up half the sky” in the development of their regions. In the process of development, it is necessary to safeguard the interests of ethnic minority women, improve the quality of educational resources in ethnic minority areas, strengthen women’s desire to participate in politics, and solve employment problems for ethnic minority women. At the same time, ethnic minority women should use live streaming sales skills to leverage their role and promote the development of ethnic minority areas.

Keywords

Live Streaming Sales, Ethnic Minority, Woman

Copyright © 2025 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

随着互联网与移动设备的普及,我国城乡上网的差距逐渐缩小,据2025年1月中国互联网络信息中心发布的第55次《中国互联网络发展状况统计报告》[1]显示,截至2025年1月,我国网民规模达11.8亿,互联网普及率为78.6%,农村网民规模已达3.13亿,我国网络直播用户规模已达8.33亿人。在前不久发布的《中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告(2023~2024)》[2]中指出行业营收规模相较于2022年增长5.15%。而在乡村振兴战略深入下,为提升少数民族妇女的健康水平、就业状况以及社会保障,重点是随着时代发展借助自媒体中的直播带货技能,推动少数民族妇女及其家庭的经济收入与幸福安康,使得少数民族妇女在经济社会中的参与感提高,对少数民族妇女的综合素质的优化有着重大的作用。而在少数民族地区,正是直播带货冲破了地域之间的限制,将本地农产品、手工艺品都推向更多受众,同时还带动了相关产业链的发展,为少数民族妇女提供了新的就业机会和增收途径。一方面幕前直播带货考验着少数民族妇女的沟通、解说、引导等能力加之幕后的一系列工作都为少数民族妇女提供学习机会。另一方面侧重于故事性的直播带货,受少数民族妇女自身的故事影响,从而间接影响到产品的销售。

2. 文献综述

在关于少数民族妇女直播带货中,杨瑾[3]从微观、中观、宏观角度对妇女在直播带货中的意义,不仅在微观方面利用媒介解决生计问题,还在中观层面发掘“乡土情怀”,而宏观方面通过直播媒介拉拢割裂的公共模式。蔡彬彬[4]指出妇女可以通过直播打破刻板印象,成为“女网红”,从而实现数字经济和乡村产业的结合。宋瑾,刘国强[5]重点举出网红“蜀中桃子姐”的妇女形象,深化媒介对于妇女身份构建、身份认同的分析,认为直播带货对其的影响不仅存在涨粉速度过快,而且短视频再现乡村情景使得妇女的身份更加具有可塑性。聂召英,史博丽[6]肯定妇女在直播带货中的女性经验和女性角色,但在最后提出私人区域和公共区域的模糊造成妇女陷入巨大的平台制约游戏之中。王宸圆[7]针对妇女在直播带货中的困境如缺乏专业素养、直播技能和运营能力等诸多问题,亟需完善直播电商技能培训体系等方面的问题,提出针对性的意见。从而能够实现妇女在电商直播中的自我价值,更能推动当地经济的发展。铁钰[8]从妇女群体的本质与新媒介直播相结合,研究了妇女“在家直播”的媒介技术和生活方式,认为实现了家庭性和社会性的双重构建。认为少数民族女性是少数民族传统手工艺的主体。少数民族女性知

识文化的具体表达正是通过民族传统手工艺及其制品。李婉玉[9]等人认为妇女在“三缘关系”即自身、家庭和社会的嵌入,如何实现乡村数字经济与乡村女性与创业者双重身份所带来的冲突与不适,在此基础上实现经济和自身的双重协作,才能乡村经济的发展。

可以看出在对妇女在直播带货的研究侧重于从妇女群体自身价值的分析,但是对于少数民族地区的妇女研究却屈指可数,这就引起笔者的关注,既有学者指出妇女的多重身份使得其在直播中所发挥的作用,那少数民族地区的妇女直播是否会有更多未发掘的作用?因此,少数民族妇女在直播带货中除了面临自身发展问题,还有协调家庭和社会身份等问题,还有待更加深入的研究和探讨。

3. 少数民族妇女自身发展现状

3.1. 婚育家庭

现今少数民族妇女在婚约观、择偶观、婚姻形式等方面都发生变化。“父母之命、媒妁之言”、“娃娃亲”等婚约形式对少数民族妇女的择偶选择约束变弱。她们对爱情和婚姻的看法变得开放,交往的方式也随之多样化。同时,传统的结婚形式不断地被现代的婚俗要素所吸收。妇女首次结婚年龄的延迟很大程度归因于文化水平、眼界的提高。

《习近平关于妇女儿童和妇联工作论述摘编》[10]中提到妇女在弘扬中华民族家庭美德、树立良好家风方面的独特作用以及如何为妇女在社会生活和家庭提供保障等,提出一系列新要求。而少数民族妇女在家庭中担任的角色和扮演的身份众多,是构建和谐家庭的基础力量,是子女教育的主要承担者。中华文化重家的理念根深蒂固,“孟母”、“阿买妮”、“秦良玉”和“囊占”等妇女形象在民间流传甚广。正是由于这种传统价值观,习近平总书记强调要充分发挥妇女在继承中国传统美德、树立良好家庭家风等方面的独特优势。

3.2. 劳动就业

我国民族地区经济发展模式来看,少数民族女性参与本地区经济发展的主要方式是从事旅游业。苗族、仡佬族、拉祜、基诺、佤等少数民族妇女,参与不同类型的商业活动,或经营农作物,或进行养殖,或传承非遗手工艺品,成为参与经济开发的活跃力量。利用传统技能所生产出来的产品变成商品进入市场,继而再加以提高,形成规模型的生产能力,再形成更大的产业。例如刺绣、蜡染、民族服饰等贵州妇女特色手工技艺具有很大的市场竞争优势。贵州侗族妇女以蜡染出名,黎平侗族陆勇妹“带动妇女就业,传承民族文化”,开展当地妇女就业技能培训——传授侗族刺绣技艺、侗族织锦技艺、蓝靛染技艺等。云南纳西族妇女靠发展果木、花卉等庭院经济,发财致富者不胜枚举,打破以往少数民族妇女主要在本地从事农业生产,农作物种植和家禽养殖的局限性。在产业带动下,她们通过在家门口增收,使得自身经济地位、社会地位、家庭地位进一步提高,取得了“妇女创业、经济发展、家庭幸福、社会稳定、文化传承等‘一举多得’的良好成效”。

3.3. 人力资源

随着网络时代的到来,少数民族妇女接触到远程教学、多媒体教学、图片教学、现场观摩、入户指导等培训模式。少数民族妇女的平均受教育年限大幅度提高,她们自身受教育程度不仅提高,大多数对子女的教育期许也不断增强。

少数民族妇女的健康是影响民族地区人口发展的重要因素。她们在承担主要的农业生产和家庭照料工作的同时,也面临着自身健康问题。近年来,国家优化卫生资源配置,增加农村和边远地区妇幼卫生经费投入,针对妇女生理特点,大力普及生殖健康知识,落实农村妇女住院分娩补助政策等,不断完善

保障体系，为妇女健康发展提供关爱呵护。少数民族地区开展“公益讲座、健康义诊”、“两癌筛查”等健康服务。

4. 少数民族妇女在直播带货中的独特优势

4.1. 方针政策

在第二次新疆工作座谈会上和第四次中央民族工作会议中，习近平总书记提出“要推动妇女和经济社会同步发展”、“促进妇女全面发展”，发展是解决少数民族妇女发展问题的关键，“要推动广大妇女在贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展、实现高水平科技自立自强、全面推进乡村振兴中发挥自身优势和积极作用。”在《中国妇女发展纲要 2021~2030 年》[11]中，围绕健康、教育、社会保障和福利、家庭环境、法律等等方面提出一系列措施，以此来保障妇女平等享有的权利，针对妇女需求来完善社会保障体系，加强对妇女群体中的经济困难人群的关心服务，健全妇女权益保障体系。少数民族妇女作为妇女的重要组成部分，也从中获益。在《妇女权益保障法》和《民族区域自治法》等法律法规中，明确规定国家重视培养和选拔少数民族女干部等。一系列的方针政策都可以看出少数民族妇女受到政策的大力支持。

政策性的帮助为少数民族妇女家庭、工作甚至社会地位都提供很好的便利，而直播带货成为推动农村经济发展的重要力量，如《中国妇女报》刊发题为《直播电商赋能，为乡村振兴注入“云动力”》[12]，高度聚焦女性在网络直播行业之中就业创业、助力数字乡村的显著成效。贵州普安县的邓倩就作为出色的主播将村里的农产品销售到外地，而布依姑娘将布依族的蜡染、刺绣等手工艺带出家乡，带进直播间。

4.2. 妇女价值

Table 1. Live streaming sales of ethnic minority women
表 1. 少数民族妇女直播带货情况

编号	网名	视频数量	带货商品
001	小梅呀(布依族)	716	16+
002	幺妹(苗族)	49	49+
003	民族姐(布依族)	144	37+
004	苗家阿美(苗族)	464	166+
005	乌木酷酷(彝族)	108	111+
006	坦克西(穿青人)	235	56+
007	琪琪琪有此理(土家族)	161	44+
008	央小央(藏族)	271	30+
009	依莎妹妹(回族)	118	57+

来源：来源抖音 app，仅作举例之用。

历史上，勤劳质朴、崇礼亲仁、海纳百川、热烈奔放等特点源源不断注入中华民族的特质和禀赋。少数民族妇女瓦氏夫人有勇有谋，理事练达，领兵击退倭寇。勇冠三军的功绩和女子参军都记载于史书上“谁说女子执针线，看我巾帼布阵局”广西壮族地区至今有纪念瓦氏夫人的活动，鼓舞女性勇敢作为。如今越来越多的少数民族妇女奋斗在各行各业，砥砺深耕，展现出妇女自强不息、开拓进取的力量。而在直播带货中，少数民族妇女作为女性具有的温柔、谦和、细心等特质为直播带货提供无形的魅力。苗族覃德娟通过直播带货，成功将村里的芒果等农产品卖出了好价钱，实现了从传统农妇到“新农人”的转身，作为立足本地发展的妇女群体，其不仅熟悉本地的文化、习俗和产品，还能以生动、真实的方式

向观众展示产品的特点和魅力。同时，亲和力和真诚也赢得了观众的信任和喜爱，使得直播带货的效果更加显著。

这 9 位少数民族妇女主播(见表 1)无特殊技能，一般进行日常生活分享。但是这些主播都有一定的流量基础，与厂家协商沟通后进行带货。当然，她们主要收入来自于厂家的佣金和流量变现，少部分来自打赏。

5. 少数民族妇女在直播带货中面临的挑战

5.1. 少数民族地区经济发展相对落后

在我国少数民族地区，受制于自然条件，春天时大风，夏天时干旱，而且时有冰雹发生，秋有霜冻危害，冬有暴雪，可用于耕作、种植的土地资源的数量相对较少。在这样恶劣的自然环境下，生产力的发展受到了极大的制约。少数民族地区的地形状况极为复杂，并且与沿海发达地区有着较大的距离，故而很难去提升交通和通讯方面的条件，进而致使交通不便利，物资的流通受到阻碍，信息渠道处于闭塞状态，经济活动的成本随之增加，各类资源与资本的流入均受到限制，缺乏对外经济合作与交流的途径，这给经济发展带来了极大的不利影响。鉴于历史以及自然条件的作用，民族地区的物质文化生活水平以及经济发展相较于其他地区相对落后。

5.2. 旧的观念禁锢妇女发展

受传统的观念如“男主外，女主内”、“贤妻良母”、“男强女弱”等影响，少数民族妇女大多忽视自我发展。社会与家庭所赋予她们多重角色，使得少数民族妇女在平衡的过程中往往承受着巨大的心理压力。社会对妇女有着“贤妻良母”的角色期待，加上自身也渴望能扮演好家庭角色，会不自觉地精力放在家庭与孩子的身上。一旦社会角色和家庭角色发生冲突的时候，妇女往往会选择家庭角色，做好自己的贤妻良母。如果因为没有全心照顾家庭而产生问题，在强烈的负疚感下，还会放弃自己的社会角色。受“男强女弱”的思想的影响，妇女经常性的会以弱者的姿态自居，一旦与男性发生竞争的时候，受自卑心理影响会选择自动地退出竞争。大多妇女都认为与网络沾边的都是存在极大风险的，直播带货被标榜为不务正业，不少妇女怕被人嘲笑学习直播，只能谎称为做其他事情。加之家里不同意的影响，使得妇女在接触新媒介时产生的畏惧心理。

5.3. 缺乏新颖的直播内容

2024 年 6 月中国演出行业发布的《中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告(2023~2024)》^[2]显示，年收入在 5000 元以下的账号占比 90%，直播内容质量高。少数民族妇女缺乏专业的直播技能和培训，她们在镜头运用、语言表达等方面都会存在“窘迫”，加之活动区域的局限性和日常生活行为，很难突破拍摄场景多样，从而创造出大量同质性的短视频直播。另一方面模仿其他成功的主播，会形成“换汤不换药”，造成观众审美疲劳等问题。这就使得少数民族妇女群体在直播时面临着技能缺失和创意不足等，从而得到观看流量较低，打击妇女直播的信心等问题。正如有的妇女所说“我也不是很懂这些，只会这样简单拍一拍，拍不出新花样，吸引不了多少人。”可以看出，从妇女自身出发，在直播拍摄之中产生的胆怯心理，源自于自身缺乏创意点，找不到能够支撑其直播带货的动力，从而得不到较好的回馈。

6. 少数民族妇女在直播带货中的对策建议

6.1. 妇女发展与经济社会发展同步

大力提高农村经济所蕴含的活力，不断提升对国民经济的贡献率，这一点对于保证我国经济能够维

持在中、高速发展的轨道上而言是极为关键的。农村经济活力的提升能够进一步激发其内在潜力，促进各种资源的有效整合与高效利用，带动相关产业的蓬勃发展。只有切实做到这些，才能为我国经济的持续中、高速发展奠定坚实的基础，推动我国经济在健康、稳定的道路上不断前行，实现经济发展的既定目标和宏伟蓝图。农村地区要紧紧围绕既定政策，又要把握自身地区发展特色经济，而少数民族地区经济的发展出路正在于特色经济。少数民族地区经济的快速发展必然使女性角色发生转变，在大力发展少数民族地区的绿色产品中，妇女参与到直播电商中，就要求她们除了掌握基础的技术，还需要提升自我素质。旅游业也是少数民族地区经济的重要产业，积极创新发展特色旅游文化产品，对市场的精准定位要求，少数民族妇女要不断推陈出新，在传统手工艺基础上，融合创意点，打造独具文化内涵，又有吸引力的手工艺品，就需要妇女不断加强自身学习，打破常规思维，了解当前社会、行业发展趋势。

6.2. 挣脱思想束缚

少数民族妇女的观念束缚，不仅仅是自身心理作用，还有所处环境的影响。在妇女自身方面：不断充实自己，学习新的知识和技能，如接受多元文化，以开放心态去接受新的事物。同时，还需要关注时事，了解社会的动态和新思想，不固步自封。在社会环境方面：一是要积极主动地推进农村“妇女之家”的建设工作，使它在少数民族地区的信息传递、宣传推广以及教育培训等诸多方面都能够传播现代性别平等观念，提高妇女对自身价值认识。二要定期开展妇女之间的交流活动，互相分享经验解决问题。三是需要专业的心理辅导，为少数民族妇女提供心理支持。少数民族妇女观念思想的束缚非一日之功，还需要社会各方面共同努力，积极引导少数民族妇女，创造良好的社会环境。

6.3. 拓宽网络学习方式

面对上述多方困境，仍需要提升少数民族妇女的数字技能和媒介素养。如开展“家门口”直播带货培训，同时鼓励少数民族妇女电商主播要敢于尝试虚拟现实、互动式直播等多种形式，以新颖的内容和形式吸引观众，增强直播的互动和观赏，即增加浏览的停留时刻，从而获取观众的心动购买。其次，邀请业内知名主播、专家等作为评委，对参赛主播进行现场的点评、指导。通过一定的比赛形式，不仅能够检验主播的直播水平和形式，更能在比赛中让妇女们不仅仅作为参赛者，还是观摩者，不同视角去学习如何直播新颖等问题，从而形成一种良性竞争，推动少数民族妇女电商直播的整体进步，进行榜样孵化。比较优势理论[13]中，就指出每个个体或群体都应该专注于销售其具有比较优势的产品或服务。而少数民族妇女可以依托自身优势获取直播特色，如布依族妇女可以宣传自身语言、风俗等，将作为前期流量的积累为后续的品质直播打好基础。同时还可以与主流直播搭建紧密合作的关系，这样依托式的直播带货会为其获取更多受众群体，成为“裙带主播”实现流量共享。比如“侗族七仙女”在电子商务中的赋权[14]，带火了其它主播。主播还可以通过完成指定任务、积极参与平台活动积分累积，进而用积分兑换流量等转换形式，有效增强直播间的曝光率和产品转换。在流量基数较大的主播之中，还可以实现“直播 + 公益”等模式，如通过直播平台助力贫困户销售农产品，或传播环保观念，增强少数民族妇女的责任感，提升社会影响力。

7. 结语

少数民族妇女“顶半边天”，在生活方方面面都有着优势，因此提高少数民族妇女自身发展至关重要，在直播带货这一新兴电商模式下，妇女作为重要的参与主体，发挥着不可替代的作用，她们在直播带货中的意义体现在经济、社会、文化等多个层面。在不断增强少数民族妇女的教育水平时，要注重其在经济和社会中的参与度，积极发挥在直播带货的独特优势，此外宣传本民族的优秀文化，展现少数民

族妇女的魅力。发展态势向好的方面发展,但仍需要持续关注和支持,以促进少数民族妇女在直播电商取得进步。

参考文献

- [1] 中国互联网发展状况统计报告[EB/OL]. 2025-01-17. <https://www.cnnic.cn/n4/2025/0123/c326-11244.html>, 2025-05-17.
- [2] 中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告(2023-2024) [EB/OL]. 2024-06-29. <https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?active-Name=%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%A7%82%E5%AF%9F&id=1803626345878573058>, 2025-05-17.
- [3] 杨瑾. 网络直播中农村女主播的数字劳动实践研究[D]: [硕士学位论文]. 吉首: 吉首大学, 2023.
- [4] 蔡彬彬. “乡村振兴中的她力量”: 农村女网红群体的形成及其发展效应[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2023.
- [5] 宋瑾, 刘国强. 直播带货对农村妇女乡村社会身份重构的影响研究——以“蜀中桃子姐”为例[J]. 新媒体与社会, 2024(2): 377-388, 416-417.
- [6] 聂召英, 史博丽. 深层扮演: 青年妇女在平台经济中创业就业的微观劳动实践研究[J]. 兰州学刊, 2024(7): 137-149.
- [7] 王宸圆. 乡村振兴背景下农村留守妇女直播电商技能培训探索研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(14): 1-4.
- [8] 铁钰. 驯化直播[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中央财经大学, 2023.
- [9] 李婉玉, 杨舒媛, 马蕊, 等. 她力量的回归: 返乡直播创业女性的在地嵌入和身份协商[J]. 中华女子学院学报, 2024, 36(3): 95-102.
- [10] 中共中央党史和文献研究院. 习近平关于妇女儿童和妇联工作论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2023.
- [11] 中国妇女发展纲要 2021-2030 年[EB/OL]. 2021-09-08. https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5643262.htm, 2025-05-17.
- [12] 直播电商赋能, 为乡村振兴注入“云动力” [EB/OL]. https://epaper.cnwomen.com.cn/html5/2025-05/10/content_3_6010.htm, 2025-05-17.
- [13] 李嘉图(D. Ricardo), 郭大力. 政治经济学及赋税原理[M]. 北京: 商务印书馆, 1962.
- [14] 王国丽. 电子商务赋权乡村妇女发展——以贵州“侗族七仙女”为例[J]. 中国经贸导刊(中), 2021(9): 63-64.