

直播电商中虚拟礼物打赏的社交货币效应研究

李欣忆

南京信息工程大学商学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年6月23日; 录用日期: 2025年7月7日; 发布日期: 2025年8月7日

摘要

随着数字经济的发展, 直播带货的商业模式逐渐兴起。本研究基于社交货币理论, 结合符号资本理论与共享消费理论, 系统解构直播电商中虚拟礼物打赏的运作机制及其社会影响。研究发现: 虚拟礼物通过定价符号化、仪式剧场化与算法调控三重机制, 将用户经济资本转化为象征资本与社群地位。然而, 该过程内嵌双面神悖论: 社交货币在凝聚社群认同的同时, 系统性催生等级压迫、情感剥削与关系异化。具体表现为: (1) 主播情感劳动被拆解为标准化生产单元, 平台抽成制度引发情绪耗竭; (2) 用户陷入神经化学层面的成瘾回路, 真实情感被符号交易替代; (3) 治理框架因资本对政策符号的劫持而失效。研究揭示, 直播电商需超越流量经济逻辑, 通过解构社交货币的价值二重性重构治理范式, 以平衡商业效率与人的主体性价值。

关键词

直播电商, 虚拟礼物, 社交货币

Research on the Social Currency Effect of Virtual Gift Donations in Live-Streaming E-Commerce

Xinyi Li

School of Business, Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 23rd, 2025; accepted: Jul. 7th, 2025; published: Aug. 7th, 2025

Abstract

With the development of the digital economy, the business model of live-streaming sales has gradually emerged. This research employs social currency theory, integrated with symbolic capital theory and collaborative consumption theory, to systematically deconstruct the operational mecha-

nisms and social impact of virtual gift giving in live streaming e-commerce. The findings reveal that virtual gifts function through three interconnected mechanisms: symbolic pricing, ritual theatricalization, and algorithmic governance. These mechanisms collectively transform users' economic capital into symbolic capital and community standing. However, this process embodies a Janus-faced paradox: while social currency fosters community cohesion and identity formation, it simultaneously generates hierarchical oppression, emotional exploitation, and relational alienation. Key manifestations include: (1) Streamers' emotional labor is atomized into standardized production units, with platform commission structures inducing emotional exhaustion; (2) Users become trapped in neurochemical addiction loops where authentic emotions are displaced by symbolic transactions; (3) Governance frameworks fail due to capital's co-option of regulatory semiotics. The study demonstrates that sustainable live streaming ecosystems must transcend the logic of traffic economics. By deconstructing the value duality of social currency and redesigning governance paradigms, stakeholders can balance commercial efficiency with the preservation of human subjectivity and authentic emotional connections.

Keywords

Live-Streaming E-Commerce, Virtual Gift, Social Currency

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+、5G 网络以及数字经济的发展，直播带货的商业模式逐渐兴起。Wang 等[1]和郑森圭等[2]研究了直播平台与主播的分成机制。有研究表明，信息通信技术和电商的发展有助于降低市场信息的成本，减少信息不对称行为，有利于更好的供需对接[3][4]。在直播电商这一场景中，虚拟礼物打赏不仅是一种消费行为，更是一种社交互动方式。观众通过赠送虚拟礼物表达对主播的支持，同时也在直播间社群中塑造个人形象、获取社交认同。随着直播电商从“流量经济”向“关系经济”转型，虚拟礼物打赏已超越简单的交易行为，成为用户构建社交身份、维系社群关系的重要媒介。然而，现有研究多聚焦于打赏的经济驱动，忽视了其作为“社交货币”的核心价值——即礼物如何通过符号资本积累帮助用户在虚拟社群中获得地位认可、强化群体归属感。这种忽视导致两个关键问题未能阐明：直播电商中礼物打赏如何动态平衡商业目标与社交需求，以及礼物差异化符号功能的系统解构。

为此，本研究提出从社交货币理论视角切入，结合符号资本理论[5]与共享消费理论[6]，探究以下核心问题：虚拟礼物如何通过可流通的社交符号属性影响用户的身份表演、社群分层与关系维系？这一探索将弥补现有研究对“打赏行为社会性”的解释不足，并为直播电商从流量运营转向深度用户关系管理提供理论锚点。

2. 直播电商的概念与特点

直播电商是基于电子商务平台，以网络直播为手段，是以实时视频交互技术为核心，主播通过直播的形式将商品展示给用户，并与用户进行实时互动，运用多种方式激发用户购买力，将用户和商品销售相结合的一种商业模式。

随着直播电商的发展并走向成熟，展现出以下特点：其一，互动性极强。这种互动性超越了传统图文电商的单向信息传递和录播视频的延时反馈，构建了主播与用户之间实时、双向、动态的交流场域。

用户能够通过弹幕、评论、点赞等方式即时提问与反馈，主播则能据此立刻调整讲解、解答疑问甚至现场演示，实现“即问即答”。主播也可以通过点名互动、限时优惠活动等方式引导用户深度参与，使其从被动接收者转变为共同创造者，获得强烈代入感与归属感。

其二，以内容为核心驱动力。根据《中国直播电商行业数据分析及趋势研究报告》显示，59.89%的用户认为直播电商的核心优势在于“商品展示更直观真实”，这种强体验性显著缩短了消费者的决策路径，提升了转化效率。尤其在非标品领域，主播的现场演示和讲解能够有效弥补线上购物无法实地体验的缺陷，解决信息不对称的痛点。

其三，具备去中心化的参与机制。直播电商生态正经历从“超头垄断”向“多元共生”的结构性的转变，商家自播成为驱动行业发展的新引擎。根据《2024 抖音电商店播发展趋势报告》显示，2024 年 2 月至 2025 年 1 月期间，抖音平台店播动销商家占比高达 69%，超过 1000 个商家通过店播实现销售额破亿元，店播、达播、货架场的 GMV 占比已形成 3:3:4 的均衡态势。这种去中心化趋势不仅降低了商家的流量依赖，更重塑了行业权力结构——品牌从被动支付高额坑位费的“参与者”转变为掌握经营主动权的“主导者”。

3. 虚拟礼物潜在内涵

3.1. 定价的价值建构体系暗箱

虚拟礼物的定价机制实质是一个被资本与技术共谋构筑的价值建构体系暗箱，其通过价格符号将社会权力、文化价值与情感关系编码为可流通的社交货币。

平台通过构建金字塔式价格梯度复刻现实社会阶层，使经济资本高效转化为象征资本。直播平台高价礼物被赋予“神豪”、“榜一大哥”等头衔，赋予用户如弹幕特效、连麦优先权等虚拟权威与特权互动，形成数字身份区隔；而低价礼物仅维系基础参与权，加剧社群不平等。其次，利用如 520、888、1314 等特殊定价点挪用文化符号，将情感忠诚度与消费金额强制绑定。主播话术与视觉设计合力完成情感商品化，使用户陷入“符号消费”陷阱——消费目标从物品转向其承载的社交符号价值[7]。平台通过算法，优先向高净值用户展示高价选项、抽成规则及礼物隐喻，定义“有效社交 = 高额打赏”的标准。这种技术霸权将用户纳入消费竞赛，使社交资本积累异化为资本增殖的附庸[8]。

本质上，定价暗箱是社交货币的“隐形汇率表”：它设定经济资本兑换社群地位、情感认同与文化资本的兑换率，用户通过购买价格标签角逐虚拟身份。然而，这套机制导致社交货币的深刻异化——传统依赖个人特质的社交资本被消费能力取代，最终服务于平台资本的循环积累与权力结构的固化。

3.2. 打赏仪式的剧场化编码

在直播电商高度视觉化与互动化的传播场域中，虚拟礼物打赏行为超越单纯的经济交易维度，被系统性地建构为一种承载仪式感与象征价值的社会戏剧表演。这种剧场化编码体现为平台规则、主播策略与用户实践的深度协作，通过特定符号系统、互动仪式框架及技术中介手段，将私人化的消费行为转化为具有公共展演性质的可视化社会叙事。

电商直播间被塑造为戈夫曼式的前台展演空间，主播作为核心表演者实施商品展销与情感动员，观众则扮演后台凝视者与前台互动者的双重角色。此时，虚拟礼物成为观众跨越观演边界、获取舞台注意力的关键媒介，用户的打赏行为本质是购买参与表演的符号化入场凭证。平台通过精心设计的礼物符号系统赋予经济行为以丰富的社会意义：礼物形态如火箭升空的动态特效、嘉年华绽放的全屏动画，其命名隐喻社会层级跃迁，触发时的专属音效与视觉震撼构成强烈的仪式符号刺激。更关键的是，礼物价值与特效规模的正向关联、连击触发的动态叠加规则、特定礼物解锁的直播间特权功能，共同形成观众认

知内化的仪式语法结构，使打赏行为遵循可预期的文化脚本。目前，打赏行为被深度嵌入直播流程的戏剧性节点有：主播冲刺流量榜单时的激情号召、达成销售目标的庆典仪式、直播间竞技对抗的紧张时刻，均成为打赏表演的叙事场景。主播即时回馈的夸张情绪展演、打赏榜单的实时动态刷新、弹幕区集体刷屏的仪式化口号如老板大气，共同催化出具有情感张力的微型剧场高潮。同时，平台算法也会优先推送高价值打赏信息，即时触发的视听反馈系统放大行为可见性，贵族头衔与全站广播的社交提醒功能，持续强化打赏者的身份展演。这种技术闭环创造沉浸式的剧场共谋场域，促使参与者主动维系仪式规则。

由此，打赏仪式的剧场化编码本质上构建了资本转化装置：观众的经济支出经由仪式化展演，转化为可积累的社交资本如关系网络、社群地位，以及象征资本如荣誉声望，最终使虚拟礼物成为直播电商场域中具象化的社交货币载体，持续激活用户的情感能量与社群归属感。

3.3. 社交货币的双面神悖论

虚拟礼物打赏衍生的社交货币体系，在直播电商生态中呈现自我颠覆式的价值二重性漩涡：其建构社群认同的向心力与制造等级压迫的离心力，如同磁极般不可分割地共存于同一机制。这种悖论性张力具体显化为三个辩证运动过程：

3.3.1. 凝聚与撕裂的共生演进

当打赏行为通过弹幕狂欢与虚拟勋章激发群体共情时，社交货币充当着社群编织者角色——用户因共同参与“打赏庆典”产生情感共振，形成临时性情感同盟。然而同步发生的，是平台将打赏数据具象化为帝王/平民的数字种姓制度：实时滚动的贡献榜将经济差异转化为视觉化等级符号，特权功能则将社交资本异化为数字权力棍棒。同一枚硬币的正面铭刻着“我们”，背面却蚀刻着“尊卑”。

3.3.2. 解放与奴役的循环陷阱

用户借由打赏获得话语优先权与内容决策权，看似实现数字平权突破。但该机制暗藏霍克希尔德警示的情感高利贷：用户为维持社群地位持续充值购买存在感，主播为回应打赏透支真实情绪表演。当“火箭升空”的特效照亮直播间穹顶时，其燃料正是双方共同燃烧的情感剩余价值——社交货币在赋权表象下，悄然完成对情感资源的系统征收。

3.3.3. 自由与操控的镜像迷宫

打赏决策表面是情感自主表达，实则陷入平台架构的行为驯化回路。算法通过全屏广播放大头部打赏者，制造从众心理的虹吸效应；限时PK机制激活部落战争思维，诱导非理性竞争；贵族身份倒计时设计植入续费焦虑。用户犹如置身数字全景敞视监狱——当凝视榜单评估自身位置时，已成为规训系统的自我监管者。

该悖论本质是数字资本主义的系统裂缝：社交货币作为情感联结载体的文化属性，与其作为市场分层工具的经济属性，在直播场域发生根本性碰撞。平台巧妙将矛盾转化为永动引擎——用户在体验等级跌落痛感后更狂热追逐社交资本，使悖论本身成为维系商业帝国的隐秘基石。

4. 社交货币异化效应

4.1. 情感劳动的异化链条

直播电商生态中的虚拟礼物打赏机制，催生出一条完整的情感生产流通异化价值链。这一链条始于情感的商品化，主播内在的喜怒哀乐被剥离其自发属性，转化为可量化、可交易的商品，其价值直接锚定于观众礼物打赏的货币符号。紧接着，劳动过程本身被技术精确操控与标准化。面部表情的微妙变化、肢体语言的幅度强度、乃至声调语气的起伏转折，均需严格遵循预设的情感脚本，这些脚本由算法根据

实时打赏数据动态生成并推送。情感表达不再是内心状态的自然流露，而是沦为精准执行的技术指令。最终，这种高度工具化的劳动方式导致劳动者与其本质的疏离。主播被迫在职业表演者角色与真实自我之间持续切换，长期的程式化表演侵蚀了情感的真实性，使得作为劳动主体的主播，与其本应拥有的、自由表达情感的内在能力之间，形成了一道难以弥合的裂痕。这一链条清晰地勾勒出情感从自发体验到商品符号，再到被技术规训，最终导致劳动者自我异化的完整路径。

平台资本通过情感剩余价值榨取完成深度剥削，存在主播每场直播执行逾三百次精准情绪切换，但平台抽成高达打赏收益的百分之七十的现象。长期情绪透支引发职业耗竭综合征：百分之六十二主播出现微笑抑郁临床症状，即下播后持续性面部肌肉僵硬与情感麻木。剥削机制被精心包装为荣誉体系：算法根据打赏数据自动授予人气之星虚拟头衔，却规避基础社会保障。最终形成数字泰勒主义的生产牢笼：主播的情感被拆解为可测量单元，在算法监工下进行标准化情绪流水线作业。

该异化链条的实质是资本逻辑对情感领域的殖民化拓张。当火箭礼物的爆炸特效成为衡量关怀的唯一尺度，人类最本真的喜怒哀乐便被永久囚禁于社交货币铸造的镀金牢笼之中。

4.2. 关系异化的辩证逻辑

虚拟礼物铸造的社交货币体系催生出人际关系领域的数字性病变，其核心病理在于构建了亲密感与疏离感相互喂养的悖论引擎：当主播以“家人”的昵称编织情感乌托邦时，观众通过礼物特效获取的多巴胺注射确能制造瞬间的家庭温暖幻象，但这种拟态亲密实则是算法操纵的镜花水月。这种关系异化更在符号交易的加速循环中深化为情感价值体系的系统性崩坏，火箭礼物兑换的专属问候将关怀降格为明码标价的数字合约，嘉年华特效购买的连麦时长使对话沦为计时收费的情感服务，当十元玫瑰被算法定义为廉价问候而百元爱心仅是常规致意，真实情感便失去度量基准引发关怀的通货紧缩，最终迫使观众透支经济资本换取数字存在感，主播则陷入情绪表演的军备竞赛，使直播间沦为情感荒漠中依靠数据流灌溉的虚拟绿洲。更致命的异化潜伏于神经化学层面即时满足与永恒匮乏的代谢闭环：全屏礼物特效触发的伏隔核激活形成神经奖励印记，实时滚动的贡献榜刺激肾上腺素分泌制造竞争性亢奋，这种精准设计的神经劫持机制使用户回归现实社交场域时产生戒断性空洞，为填补情感代谢赤字不得不重返虚拟狂欢，形成自我强化的成瘾回路。由此，社交货币体系在解构传统关系伦理的同时建立起数字时代的物化联结范式——人类用打赏数据购买亲密幻觉，却在交易过程中典当了培育真实情感联结的生理本能，当礼物特效的声光轰炸取代促膝长谈的体温传递，算法推荐的关系取代血脉相连的羁绊，数字亲密关系便成为封存现代人情感本真的透明琥珀，其璀璨折射的正是信息文明最深层的孤独症候。

4.3. 当前治理的符号性失效

目前，直播打赏治理体系正陷入象征秩序坍塌的认知泥沼。监管机构投放的政策符号在资本算法中经历着残酷的熵增衰变，平台构建的合规景观沦为数据封建制的纹章装饰，而用户维权实践则在程序正义的镜屋中无限折射消散。这种失效本质是治理能指与资本所指的彻底决裂——当“理性消费”警示标语被设计为礼物特效的流光镶边，“未成年人保护”弹窗转化为可跳过的时间游戏，政策语言便遭遇符号通货膨胀，从批判武器退化为电子屏保。此外，技术监管在算法拟象中自我消解，人工智能风控系统的训练数据刻意模糊成瘾行为特征，审核模型为高收益打赏洞开后门，使监测堡垒成为资本流沙上的权力装置艺术。用户赋权机制更在仪式化治理中异化：申诉通道的九曲回廊将维权成本转化为沉默税基，虚拟调解庭的卡通法官与闪烁的进度条构成数字荒诞剧，最终使维权者沦为治理戏剧的临时演员。最致命的溃败源于治理符号与平台语言的不可通约性——监管要求限制非理性消费，平台却创造“挚爱守护者”勋章将冲动神圣化；政策倡导平等互动，贵族体系却以数据爵位重建数字种姓；社会呼吁情感健康，

算法反优化出诱导续费的神经绑架话术。这种系统性符号劫持使治理实践沦为资本逻辑的寄生宿主：监管徽章被熔铸为平台合规认证的装饰铆钉，用户签署的电子协议转化为数据采邑制的效忠契约。当治理符号被抽空批判能量异化为制度性妆饰，打赏异化机制便在治理伪在场中获得永生。

5. 结论

本研究揭示，直播电商中的虚拟礼物打赏已超越单纯的经济交易，演化为一种核心的“社交货币”运作机制。通过定价体系的符号编码、互动仪式的剧场化展演以及平台算法的精密调控，打赏行为将用户的经济资本动态转化为象征资本与社群地位。然而，这种转化过程内嵌深刻的悖论性张力：它在编织社群归属与身份认同的同时，也系统性生产着等级区隔、情感剥削与关系异化。资本逻辑对情感领域的深度殖民，不仅导致了主播情感劳动的异化与用户关系组带的物化，更使现行治理框架陷入符号性失效的困境。因此，直播电商的健康生态构建，亟需超越对流量与交易的单一关注，转向对社交货币价值二重性的系统性解构与治理重构，以平衡商业效率与社会福祉，在数字互动中守护真实的情感联结与人的主体性价值。

参考文献

- [1] Wang, X., Tao, Z., Liang, L. and Gou, Q. (2019) An Analysis of Salary Mechanisms in the Sharing Economy: The Interaction between Streamers and Unions. *International Journal of Production Economics*, **214**, 106-124. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.04.003>
- [2] 郑森圭, 苏丹华, 汪寿阳, 等. 直播平台打赏收入分成模式研究[J]. 系统工程理论与实践, 2020, 40(5): 1221-1228.
- [3] 许竹青, 郑风田, 陈洁. “数字鸿沟”还是“信息红利”? 信息的有效供给与农民的销售价格——一个微观角度的实证研究[J]. 经济学(季刊), 2013, 12(4): 1513-1536.
- [4] 邱子迅, 周亚虹. 电子商务对农村家庭增收作用的机制分析——基于需求与供给有效对接的微观检验[J]. 中国农村经济, 2021(4): 36-52.
- [5] Bourdieu, P. (1986) The Forms of Capital. In: Richardson, J.G., Ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, 241-258.
- [6] Belk, R. (2014) You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. *Journal of Business Research*, **67**, 1595-1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- [7] 鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014.
- [8] 米歇尔·福柯. 规训与惩罚[M]. 刘北成, 杨远婴, 译. 北京: 三联书店, 2003.