

电商直播助农：技术赋能与乡村经济振兴的深化探索

王 玲

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期：2025年7月3日；录用日期：2025年7月25日；发布日期：2025年8月28日

摘 要

目的：本研究聚焦电商直播在助农场景中的技术赋能效应，旨在揭示如何更好对农产品流通、乡村文化影响力提升及乡村经济多元化起推动作用。方法：采用文献分析、以及参与式观察等方法，运用媒介化理论、符号生产理论及互动仪式链理论分析电商直播助农。结果：研究发现，电商直播通过可视化技术重构乡村形象，赋能农户成为数字展演者，有效促进了农产品销售和乡村文化传播，形成了城乡信息传播的新生态，但在实际发展过程中也存在一些问题。结论：提出优化直播助农效果的策略，旨在为乡村经济振兴提供理论支持与实践指导，推动乡村经济高质量发展。

关键词

电商直播，助农，技术赋能

E-Commerce Live Broadcast to Help Farmers: Deepening Exploration of Technology Empowerment and Rural Economic Revitalization

Ling Wang

College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jul. 3rd, 2025; accepted: Jul. 25th, 2025; published: Aug. 28th, 2025

Abstract

Objective: This study focuses on the technical empowerment effect of e-commerce live broadcast in

helping farm scenes, aiming at revealing how to better promote the circulation of agricultural products, the promotion of rural cultural influence and the diversification of rural economy. Methods: Using the methods of literature analysis and participatory observation, using the media theory, symbol production theory and interactive ritual chain theory to analyze the live broadcast of e-commerce to help farmers. Results: The study found that e-commerce live broadcast reconstructed the rural image through visualization technology, empowered farmers to become digital performers, effectively promoted the sales of agricultural products and the spread of rural culture, and formed a new ecology of urban and rural information dissemination, but there were also some problems in the actual development process. Conclusion: The strategy of optimizing the effect of direct seeding to help farmers is put forward, aiming at providing theoretical support and practical guidance for rural economic revitalization and promoting the high-quality development of rural economy.

Keywords

E-Commerce Live Broadcast, Helping Farmers, Technology Empowerment

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

随着数字技术的飞速发展，电商直播以其独特的即时性、场景化与强互动性，成为推动乡村经济振兴的重要力量[1]。据《中国农村电商发展报告(2023)》数据显示，2022 年全国农产品网络零售额达到 5313.8 亿元，其中直播电商占比超过 30%，显著促进了农产品的流通与销售。助农直播间通过“田园实景 + 农户出境”的创新模式，将乡村空间转化为可感知、可消费的媒介场景，不仅拓宽了农产品销售渠道，也重构了城乡之间的信息传播生态。

既有研究多从技术扩散或经济效应视角分析电商直播的乡村影响，但鲜有研究从媒介化理论与符号互动论的深度切入，揭示直播技术如何通过具体实践机制促进乡村经济的多元化与可持续发展。因此，本研究系统揭示电商直播在助农场景中的媒介化重构路径，以期为乡村经济振兴提供新的分析视角与实践策略。

2. 电商直播助农的技术赋能

2.1. 媒介化：乡村空间的媒介化转型

媒介化理论(Mediatization Theory)于媒介社会学领域，其核心观点认为，媒介技术不仅传递信息，更是重塑社会关系的组织方式。在数字技术深度渗透乡村的当下，电商直播成为推动乡村空间媒介化转型的核心驱动力，其内在机制体现在多个层面。传统乡村空间以地理边界为显著特征，其文化表达严重受限于物理在场性。而直播技术通过一系列技术手段实现了乡村空间的深度重构。从镜头语言来看，无人机航拍呈现的梯田全景，打破了传统视角下对乡村空间的局部认知，为观众提供了宏观、全面的视觉体验，将乡村的地理风貌以一种震撼的方式展现出来；特写镜头捕捉的农耕细节，如农民播种时手指的动作、农作物细微的生长变化等，让观众能够聚焦于乡村生产生活中容易被忽视的细节，增强了对乡村生产过程的直观感受；慢动作展示的民俗仪式，如传统的婚礼、祭祀等活动，放慢了时间节奏，使观众能够更清晰地观察仪式的每一个环节，深入理解乡村文化的内涵。滤镜调色则进一步强化了乡村空间的媒介化特征。通过不同的滤镜效果，可以营造出与乡村实际场景不同的氛围，如暖色调的滤镜可以增强乡

村的温馨感，冷色调的滤镜则可以突出乡村的宁静与神秘。场景建构方面，直播可以根据不同的主题和需求，对乡村空间进行重新组合和设计。例如，将农田、农舍、民俗活动等元素有机结合，打造出一个具有吸引力的乡村场景，使乡村的物理存在转化为可编辑、可传播的媒介化场景。这种媒介化转型打破了城乡之间的空间隔阂。城市消费者通过直播平台，能够实时、直观地了解乡村的空间形态、文化特色和生活方式。

2.2. 符号生产：乡村文化的数字展演

符号生产理论(Symbolic Production Theory)强调，媒介内容是社会意义的载体，通过符号的选择、编排与传播，塑造公众对特定群体的认知。在助农直播中，农户的劳作过程、方言、传统技艺等乡村元素被精心挑选并转化为吸引城市消费者的文化符号[2]。在符号选择方面，直播团队会根据城市消费者的兴趣和需求，筛选出具有代表性和吸引力的乡村元素。例如，选择具有特色的农耕劳作场景，如插秧、收割等，展示乡村的生产活力；挖掘独特的方言词汇和表达方式，增添乡村文化的趣味性和神秘感；展示传统技艺，如木雕、刺绣等，体现乡村文化的深厚底蕴。符号编排是将选定的符号进行有序组合和呈现的过程。在助农直播中，主播会通过生动的语言讲解、精彩的画面展示和互动环节的设计，将各个符号有机地串联起来。如在介绍农产品时，主播可以先展示农产品的生长环境，用方言描述当地的自然特色，然后演示传统技艺在农产品种植或加工过程中的应用，最后邀请观众参与互动，分享自己对乡村文化的感受。通过这种编排方式，使符号之间形成逻辑关联，增强符号的感染力和传播效果。符号传播则是借助直播平台的技术优势，将编排好的符号内容广泛传播给城市消费者。直播的实时性和互动性使得符号传播更加高效和精准。城市消费者可以即时反馈自己的感受和意见，直播团队可以根据反馈及时调整符号的选择和编排，进一步提高符号传播的效果。符号生产具有双重效应。一方面，它满足了城市消费者对“真实性”与“文化差异”的消费需求。在快节奏的现代生活中，城市消费者渴望体验真实、质朴的乡村文化，助农直播中的乡村符号为他们提供了这样的机会。另一方面，它为乡村文化提供了现代转译的路径。通过直播技术的加工与传播，乡村文化以数字展演的形式呈现给更广泛的受众，有效提升了乡村文化的社会影响力，促进了乡村文化的传承和发展。

2.3. 互动仪式：城乡关系的即时性联结

互动仪式链理论(Interaction Ritual Chains Theory)指出，互动仪式通过共同的关注焦点、情感共鸣与符号共享，构建社会关系的纽带，为城乡关系构建了新型仪式场域。电商直播中的即时互动机制(如弹幕、点赞、秒抢)为城乡之间的互动提供了技术支撑[3]。城市消费者通过直播镜头“虚拟在场”于乡村空间，与农户形成直接的互动关系。在这个过程中，共同的关注焦点是互动仪式的基础。在广西武鸣沃柑直播间，消费者和农户共同关注沃柑的生长情况和品质；在江西婺源油菜花直播间，双方共同关注油菜花的盛开景象和乡村旅游体验。情感共鸣是互动仪式的核心要素。通过直播中的画面展示、主播讲解和互动交流，城市消费者能够感受到乡村的自然美景、人文风情和农户的辛勤付出，从而产生情感上的共鸣。当看到农户在田间辛勤劳作时，城市消费者可能会对农户的艰辛产生同情和敬佩之情；符号共享是互动仪式的重要体现。在助农直播中，乡村文化的符号成为城乡双方共享的元素。城市消费者通过购买农产品、参与乡村文化活动等方式，获得了乡村文化的符号体验；农户则通过直播展示乡村文化，将乡村文化的符号传递给城市消费者。例如，广西武鸣沃柑直播间开设“云监护”功能，消费者可远程查看果树生长日志并通过弹幕提出种植建议，这一过程中，果树生长日志、种植建议等成为城乡双方共享的符号；江西婺源油菜花直播间推出“认领一亩田”活动，观众通过直播决定播种品种并参与丰收仪式，播种品种、丰收仪式等符号也在城乡之间实现了共享。这些模式使消费者从单纯的产品购买者转变为乡村建设

的参与者，农户从传统的生产者进化为文化体验的策划者。这种基于互动仪式的城乡联结，超越了简单的经济交易，构建起情感纽带与文化认同的双重社会资本。情感纽带增强了城乡之间的亲密感和信任感，文化认同则为乡村振兴提供了可持续的内生动力，促进了城乡之间的融合发展。

3. 问题反思：技术赋能背后的风险与挑战

3.1. 媒介化异化：乡村文化传播的表层化困境与深层危机

尽管电商直播促进了乡村文化的传播，但部分直播间过于注重表面形式的展示，而忽视了文化深度的挖掘[4]。从传播内容来看，部分直播间过度聚焦于乡村文化的外在表现形式，呈现出明显的浅表化特征。例如，在展示乡村风光时，仅仅以全景镜头匆匆掠过田园景色，缺乏对不同季节、不同时段乡村自然景观独特魅力的细致捕捉与深度解读；在呈现民俗活动时，只是简单记录活动流程，对于活动所承载的社会伦理和价值观念等深层文化内涵却只字不提。像一些传统节庆活动，直播间可能只展示了热闹的表演场面，却没有阐释这些活动在乡村社会中所具有的凝聚社区、传承道德、教育后代等重要功能。这种浅表化传播带来了多方面的负面影响。从文化层面分析，它加速了乡村文化的同质化进程。由于缺乏对乡村文化独特性的深入挖掘和呈现，不同地区的乡村文化在直播间中呈现出相似的面貌，使得原本丰富多彩、各具特色的乡村文化变得千篇一律。多个地区的乡村直播间在展示民俗活动时，都采用了相似的歌舞表演形式，忽略了本地民俗活动在服饰、音乐、舞蹈动作等方面的独特之处，导致乡村文化的独特性逐渐丧失。同时，浅表化传播还可能导致乡村文化的庸俗化倾向。为了吸引观众的注意力，一些直播间过度强调乡村文化中的娱乐元素，甚至将一些具有严肃文化意义的民俗活动进行低俗化改编和表演。从社会层面来看，乡村文化的浅表化传播不利于乡村社会的凝聚力和认同感的构建。乡村文化是乡村社会的重要纽带，它承载着乡村居民的共同记忆和情感寄托。当乡村文化在直播间中被浅表化呈现时，乡村居民可能会对自己所拥有的文化产生怀疑和疏离感，认为自己的文化缺乏价值和吸引力，从而影响乡村社会的稳定和谐发展。

3.2. 城市审美导向偏差：乡村文化呈现的失真与特色弱化

在助农直播的生态系统中，城市消费者的审美偏好与消费需求逐渐成为重要的导向因素，然而这种导向在一定程度上出现了偏差，对乡村文化的呈现产生了深刻影响，导致乡村文化出现失真现象，其特色也受到严重弱化。城市审美导向偏差首先体现在直播内容的筛选和呈现方式上。农户为了在激烈的市场竞争中获得更多的流量和收益，往往会依据城市消费者的喜好来选择直播内容。当城市消费者对乡村的田园风光和传统手工艺品表现出较高的兴趣，于是直播间中就大量充斥着这些内容，而一些具有深厚文化底蕴但不符合城市当下审美标准的乡村文化元素，如一些古老的乡村信仰仪式、独特的乡村语言等，则被边缘化甚至被忽视。在呈现方式上，城市审美导向也发挥着重要作用。城市消费者习惯了现代、时尚、简洁的视觉风格，因此直播间在展示乡村文化时，往往会采用一些现代化的拍摄手法和剪辑技巧，对乡村文化进行包装和美化。这种包装虽然在一定程度上提高了乡村文化的观赏性，但也使得乡村文化失去了其原本的真实性和质朴性。一些直播间在展示乡村美食制作过程时，采用了高速摄影、特写镜头等手法，将美食制作过程变得过于精致和华丽，而忽略了乡村美食制作过程中所蕴含的生活智慧和情感交流。城市审美导向偏差还导致乡村文化出现失真现象。农户为了契合城市消费者的期待，可能会对乡村文化进行不恰当的改编和呈现。一些农户在直播间中展示的乡村生活场景并非真实的乡村生活，而是经过精心策划和表演的“场景秀”。他们穿着整洁的服装，在干净整洁的环境中进行劳作，与实际的乡村生活场景相差甚远。这种不真实的呈现不仅误导了城市消费者对乡村文化的认知，也使得乡村文化失去了其原本的生机和活力。更为严重的是，城市审美导向偏差削弱了乡村文化的特色与多样性。乡村文

化是在长期的乡村社会生活中形成的，具有独特的地域特色和民族风格。然而，在城市审美导向偏差的影响下，乡村文化逐渐失去了自我特色展现和创新的能力，变得依赖于城市消费者的喜好和需求。不同地区的乡村文化在直播间中呈现出趋同的趋势，失去了各自的特点和魅力。

3.3. 互动失衡：城乡话语权的不对等下的农户主体性困境

尽管电商直播为城乡之间搭建了即时互动的桥梁，但在实际的互动过程中，城乡话语权存在着明显的不对等现象。从互动的发起和主导来看，城市消费者通过弹幕、评论等方式频繁地发起互动话题，主导着互动的内容和方向。他们在直播间中提出各种问题和要求，如对农产品的质量、价格、产地等方面的询问，对乡村文化的好奇和探讨等。而农户往往只能被动地回应这些问题和要求，缺乏主动发起互动话题和引导互动方向的能力。直播间中城市消费者的弹幕如潮水般涌来，农户常常应接不暇，只能匆忙地回答一些简单的问题，无法深入地与城市消费者进行交流和沟通。这种互动失衡导致农户在直播中的主体地位被削弱。农户作为乡村文化和农产品的生产者和传承者，本应在直播中拥有更多的话语权和决策权。然而，在实际的互动过程中，他们却往往处于边缘地位，无法充分表达自己的观点和想法。互动失衡还影响了农户参与直播的积极性与创造力。由于在互动中处于被动地位，农户可能会感到自己的努力和付出没有得到应有的认可和回报，从而逐渐失去参与直播的热情和动力。同时，缺乏主动表达和交流的机会也限制了农户的创造力发挥。他们无法根据市场需求和消费者反馈及时调整直播内容和方式，创新直播形式和互动环节，使得直播间气氛沉闷，观众流失严重。此外，城乡话语权的不对等还可能加剧城乡之间的文化隔阂和误解。城市消费者由于缺乏对乡村社会的深入了解，可能会在互动中提出一些不合理的要求和观点，而农户由于缺乏有效的表达渠道，无法及时纠正这些误解和偏见。长此以往，城乡之间的文化隔阂会进一步加深，不利于城乡之间的融合发展。

4. 优化电商直播助农效果的路径选择

4.1. 深化文化内涵挖掘，突破媒介化异化困境

当前部分电商直播存在对乡村文化传播表层化的问题，过度聚焦外在形式而忽视文化深度挖掘，导致乡村文化同质化、庸俗化，不利于乡村社会凝聚力和认同感构建[5]。为突破这一困境，首先要加强直播团队对乡村文化的深入调研与学习。直播团队成员应深入乡村，与农户、乡村文化研究者等交流，了解乡村文化的历史渊源、社会伦理、价值观念等深层内涵。例如在展示传统节庆活动时，不仅要呈现热闹的表演场面，更要阐释活动在凝聚社区、传承道德、教育后代等方面的重要功能。其次，丰富传播内容形式，注重细节呈现。在展示乡村风光时，细致捕捉不同季节、不同时段乡村自然景观的独特魅力，并进行深度解读；在呈现民俗活动时，详细介绍活动所承载的丰富文化内涵。同时，避免过度娱乐化和低俗化改编，保持乡村文化的尊严和价值，增强乡村文化的吸引力和感染力。最后，引导观众深入理解乡村文化。主播在直播过程中，要适时对乡村文化元素进行讲解和解读，引导观众思考乡村文化的意义和价值，促进观众对乡村文化的深度认知和认同，从而提升乡村文化传播的效果，避免乡村文化在传播过程中走向表层化和庸俗化。

4.2. 平衡城市审美与乡村特色，避免文化呈现失真

城市消费者的审美偏好与消费需求逐渐成为助农直播的重要导向，但这种导向出现偏差，导致乡村文化呈现失真、特色弱化，多样性受到破坏。为平衡城市审美与乡村特色，一方面，农户和直播团队要树立正确的文化传播观念[6]。认识到乡村文化的独特价值，不能仅仅为了迎合城市消费者的喜好而忽视乡村文化的真实性和特色。在选择直播内容时，既要考虑城市消费者的兴趣，也要充分挖掘和展示那些

具有深厚文化底蕴但可能不符合当下城市审美标准的乡村文化元素，如古老的乡村信仰仪式、独特的乡村语言等，让城市消费者了解乡村文化的多样性和丰富性。另一方面，在呈现方式上，要保留乡村文化的质朴性和真实性。虽然现代化的拍摄手法和剪辑技巧可以提高乡村文化的观赏性，但不能过度包装和美化，以免失去乡村文化的原本特色。例如在展示乡村美食制作过程时，除了采用高速摄影、特写镜头等手法展示美食的精致，更要注重呈现制作过程中所蕴含的生活智慧和情感交流，让城市消费者感受到乡村文化的真实魅力。此外，直播团队可以创新传播方式，将乡村特色与城市审美有机结合。通过创意策划，以新颖的方式展示乡村文化，既满足城市消费者的审美需求，又能突出乡村文化的特色。例如，利用动画、虚拟现实等技术，将乡村文化元素进行生动呈现，吸引城市消费者的关注，同时保持乡村文化的独特性。

4.3. 构建平等互动机制，保障农户主体性与创造力

在电商直播互动中，城乡话语权不对等，城市消费者主导互动内容和方向，农户处于被动地位，导致农户主体地位削弱、参与积极性与创造力受限，加剧城乡文化隔阂。为构建平等互动机制，首先要赋予农户更多互动主导权。直播平台可以设置专门的功能模块，鼓励农户主动发起互动话题，如分享农产品的种植故事、乡村生活的趣事等，引导城市消费者参与讨论和交流。一是平台要优化互动规则，确保农户的发言能够得到及时关注和回应，提高农户在互动中的话语权。二是加强对农户的培训和支撑。为农户提供直播技巧、互动策略等方面的培训，提高农户的沟通能力和表达能力，使农户能够更好地与城市消费者进行互动和交流。例如，培训农户如何运用生动的语言、有趣的故事吸引城市消费者的注意力，如何根据城市消费者的反馈及时调整互动内容和方式。此外，直播团队还可以为农户提供技术支持，帮助农户解决在直播过程中遇到的技术问题，保障直播的顺利进行。最后，建立有效的反馈机制。城市消费者在互动中提出的意见和建议，要及时反馈给农户，让农户了解市场需求和消费者喜好，以便农户调整直播内容和方式，创新直播形式和互动环节。同时，农户也可以将自己的想法和需求反馈给直播平台和直播团队，促进直播助农模式的不断优化和完善。通过构建平等互动机制，保障农户的主体性和创造力，激发农户参与直播的积极性，促进城乡之间的深度融合和共同发展。

5. 结语

本研究通过研究电商直播在助农实践中已突破单一销售渠道功能，成为重构城乡价值交换体系的关键媒介。其技术赋能效应不仅体现在农产品流通效率的提升，更在于创造了乡村文化解码与再编码的数字场域。当陶罐拉坯过程通过多机位镜头语言转化为美学符号，当二十四节气农事活动成为直播内容的时间坐标，技术正推动乡村文化从“地方性知识”向“可传播文化资本”转型。

然而，技术赋能的阴面同样值得警惕。算法推荐机制可能导致的文化同质化、短视频逻辑对文化厚度的消解等异化风险，已在部分直播间显现为“田园美学疲劳症”。因此，未来优化路径需坚持“技术向善”与“文化守正”的双重原则。

唯有实现技术工具理性与文化价值理性的动态平衡，电商直播才能真正成为乡村经济高质量发展的数字引擎，在消除城乡数字鸿沟的同时，守护住中华农耕文明的基因密码，绘就媒介化共生时代乡村振兴的新图景。

致 谢

在完成这篇论文之际，感恩之情溢于言表。我要诚挚感谢导师，其专业的指导与耐心的答疑，为我指引方向。感谢同窗，在交流探讨中给予我灵感与启发。还要感恩家人，在背后默默支持，让我安心科

研。是你们的助力，让这篇论文得以诞生，衷心致谢！

参考文献

- [1] 王慧. 乡村振兴背景下直播助农的现实困境与实践路径[J]. 现代化农业, 2025(6): 66-68.
- [2] 吴嘉颖, 湛爱群, 张艺馨. 直播助农链动乡村振兴之路[J]. 村委主任, 2025(7): 171-173.
- [3] 梁秀清, 董静. 乡村振兴战略下“短视频 + 直播”新业态助农发展路径研究——以烟台区域为例[J]. 数字农业与智能农机, 2025(3): 17-20.
- [4] 乔珍珍, 龙红静, 谈心, 等. 乡村振兴背景下“村播”助农研究[J]. 中华志愿者, 2025(3): 29-31.
- [5] 张亚芝, 杨建春. 数字赋能农文旅融合的作用机理与路径研究——基于空间生产的理论视角[J/OL]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 1-7. <https://doi.org/10.13727/j.cnki.53-1191/c.20250702.001>, 2025-07-02.
- [6] 何召鹏, 袁翰铮. 论文化空间在资本秩序再生产中的作用[J]. 经济纵横, 2025(6): 56-67.