

差序格局理论的电商时代嬗变

——农村社交电商中的“数字人缘”关系重构研究

姚青青

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8日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月28日

摘 要

在当今数字化浪潮席卷农村的时代背景下,农村社交电商作为数字经济与传统乡村社会深度融合的产物,正经历着前所未有的数字化转型,这种转型不仅体现在经济活动的变革中,更深刻地影响着农村居民的社会交往与人际关系构建。本研究基于费孝通提出的差序格局理论,聚焦电商时代背景下农村社交电商的发展,深入探究差序格局在农村社交电商场域中的嬗变过程,以及由此引发的“数字人缘”关系重构现象。研究发现,“数字人缘”关系在农村社交电商中呈现出既有对传统差序格局的继承,又有数字化、网络化创新的特点,其重构过程受到技术赋能、利益驱动和社交需求等多重因素的影响,不仅折射出农村社会结构的动态演变,更蕴含着乡村振兴战略背景下经济与社会协同发展的深层逻辑。希望本研究能够为理解新时代农村社会关系变迁提供理论参考,也为农村社交电商的可持续发展提供实践启示。

关键词

差序格局, 农村社交电商, “数字人缘”, 关系重构

The Evolution of the Differential Mode of Association Theory in the E-Commerce Era

—A Study on the Reconstruction of “Digital Human Relations” in Rural Social E-Commerce

Qingqing Yao

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

Received: Jul. 8th, 2025; accepted: Jul. 28th, 2025; published: Aug. 28th, 2025

Abstract

In the current era where digitalization is sweeping through rural areas, rural social e-commerce, as

a product of the deep integration of the digital economy and traditional rural society, is undergoing an unprecedented digital transformation. This transformation is not only reflected in the reform of economic activities but also profoundly influences the social interactions and interpersonal relationship building among rural residents. Based on Fei Xiaotong's theory of the Differential Mode of Association, this study focuses on the development of rural social e-commerce in the context of the e-commerce era, exploring the evolution of the Differential Mode of Association in the field of rural social e-commerce and the resulting reconstruction of "Digital Human Relations." The study finds that "Digital Human Relations" in rural social e-commerce exhibits characteristics of both inheritance from the traditional Differential Mode of Association and digital/networked innovations. The reconstruction process is influenced by multiple factors such as technological empowerment, interest-driven motives, and social needs, reflecting the dynamic evolution of rural social structures and containing the deep logic of coordinated economic and social development under the rural revitalization strategy. It is hoped that this research can provide theoretical references for understanding the changes in rural social relations in the new era and offer practical insights for the sustainable development of rural social e-commerce.

Keywords

Differential Mode of Association, Rural Social E-Commerce, "Digital Human Relations", Relationship Reconstruction

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

随着互联网技术的飞速发展，电子商务在我国农村地区迅速普及。根据中国信通院 2024 年发布的《中国数字经济发展研究报告(2024 年)》，2023 年我国数字经济规模已突破 50 万亿元，占 GDP 比重较上年提升 1.3 个百分点，达到 42.8%，其中农村网络零售额达到 2.49 万亿元[1]。农村社交电商作为一种新兴的商业模式，正凭借其独特的社交属性与低成本优势，深刻改变着农村的经济与社会生活，其依托社交平台，将人际关系网络与商品交易相结合，以熟人推荐、口碑传播等方式实现商品销售。在这一过程中，传统农村社会中基于血缘、地缘的差序格局关系，与数字技术所构建的新型社交关系相互交织、碰撞，使乡土社会的稳定性受到了前所未有的冲击[2]。

费孝通先生认为，“中国的人际关系格局不是一捆一捆扎清楚的柴，而是好像把一块石头丢在水面上所发生的一圈圈推出去的波纹。每个人都是社会影响所推出去的圈子的中心。被圈子的波纹所推及的就发生联系。”[3]形象地描述了中国传统社会中以“己”为中心，向外扩散的人际关系结构。然而在电商时代，数字技术打破了时空界限，农村居民借助微信社群、抖音直播间、淘宝店铺等社交平台构建起新型关系网络，不仅突破了地域限制，更呈现出弱关系强化、虚拟关系与现实关系交织、商业利益与情感纽带相互作用的特征，催生出兼具传统人情伦理与数字经济逻辑的新型社交生态。在这种情况下，传统差序格局传播结构发生了媒介化转型[4]，“数字人缘”关系逐渐成为农村社交电商发展的重要基础。

2. 理论基础和发展概述

2.1. 差序格局的理论内涵

费孝通先生在 1947 年出版的《乡土中国》中提出的差序格局理论[3]，是对中国传统农村社会关系结

构的经典概括。这一理论创造性地将中国传统社会的人际网络比喻为“丢石头形成的同心圆波纹”，以“己”作为关系网络的绝对中心，依据血缘亲疏、地缘远近、情感厚薄向外层层延展，形成独特的社会关系图谱。在这个动态结构中，亲属关系始终占据核心地位，不仅构建起个人最基础的社会支持网络，更通过“修身－齐家－治国－平天下”的伦理链条，将个体与家庭、宗族乃至国家紧密勾连。这种关系结构具有明显的等级性和伸缩性，等级性体现在“亲亲尊尊”的伦理秩序中，以父系血缘为纽带形成尊卑有序的权力结构；伸缩性则表现为关系网络的动态调整能力——当个人社会地位提升时，关系圈可突破地缘限制向外扩展，反之则向内收缩。这种差序格局的运作逻辑，在传统农村的经济活动与社会治理中发挥着核心作用，也深刻塑造了农民的行为模式与价值观念。

2.2. “数字人缘”的概念界定

“数字人缘”是指在农村社交电商场景中，依托数字技术和社交平台，在传统人缘关系基础上形成的，融合了商业利益与社交情感、虚拟互动与现实联系的新型人际关系形态，它既保留了传统人缘中基于情感和信任的底色，又因数字技术的介入而具有了新的特征。与社会资本理论相比，社会资本强调个体或群体所拥有的社会关系网络带来的资源和优势，如社会网络、信任、规范等，其核心在于关系网络的资源价值，而“数字人缘”更侧重于人际关系本身的形态和动态变化，不仅包含资源获取的维度，还强调情感互动、信任构建等社交属性在数字环境下的独特表现，例如农村电商从业者的社会资本可能体现在其拥有的粉丝数量和合作商家资源，而“数字人缘”则体现在与粉丝的日常互动、情感共鸣以及由此形成的稳定关系；弱连接理论认为，弱连接在信息传播和资源获取方面具有优势，能够连接不同的社会群体，传递新颖的信息，“数字人缘”中也存在大量的弱连接，如直播间的陌生观众、社群中的偶然参与者，但“数字人缘”中的弱连接并非单纯的信息传递渠道，它还可能通过持续的互动和价值认同转化为强连接，并且这种连接往往伴随着商品交易等商业行为，这与弱连接理论中对连接强度和功能的传统界定有所不同。

2.3. 农村社交电商发展概述

据商务大数据监测，2024年1~7月我国农产品网络零售额同比增长20.1%，这些农产品，有相当一部分是从直播间里卖出去的。截至2024年6月，全国农村网商数量达1853.2万家，同比增长7.6% [5]。越来越多的农业生产者将社交与电商功能有机融合，通过社交网络推广农产品与乡村特色商品，其发展初期主要依托熟人社交，多通过朋友圈图文分享、微信群精准推送进行商品推广，这种模式充分利用熟人之间天然的信任基础，大幅降低了交易成本，让许多农户实现了“零门槛”创业。随着农村社交电商的发展，内容营销模式逐渐成为主流，农户和电商从业者纷纷通过短视频、直播等形式展示农产品的生长环境、制作过程等来增强消费者对农产品的信任。同时，社群化运营也成为重要手段，农户们通过建立粉丝社群、定期开展互动活动来拉近与消费者的情感距离，让商品销售与情感联结深度交融，形成了独特的社交电商消费场景。从朋友圈的熟人推荐到直播间的陌生人交易、从乡土人情的口头承诺到平台规则的契约约束，农村社交电商正在构建一个既延续了传统差序格局伦理内核，又融合了数字经济运行逻辑的“数字人缘”关系体系。

3. 农村社交电商中“数字人缘”关系的特征

3.1. 关系网络的虚拟性与开放性

“数字人缘”关系依托互联网社交平台构建，打破了传统社会关系的物理空间限制，具有显著的虚拟性与开放性。相较于差序格局理论中基于地缘、血缘形成的传统村落社交网络，数字人缘通过算法推荐与流量分发机制，重构了农村居民的关系连接模式。以抖音直播为例，农村主播不仅能通过连麦、粉

丝团等功能实时与消费者互动，还能利用短视频内容沉淀长期关系。广西的“巧妇9妹”，原本是一位普通农妇，通过抖音分享自家种植的水果，吸引了超百万粉丝关注。她与粉丝跨越地域界限，构建起紧密的线上互动关系，粉丝们不仅购买其产品，还积极参与评论、分享，形成活跃的线上社群。

这种关系网络的开放性突破了传统村落社交关系的身份壁垒，呈现出“弱连接泛化”的特征。不同于熟人社会中基于身份认同的社交筛选机制，数字平台通过话题标签、兴趣群组等功能，将分散在不同地域、具有相似消费偏好的个体聚合在一起。如微信社群中以“助农”为主题的拼单群，成员既包括热衷公益的都市白领，也有对特色农产品感兴趣的家庭主妇，甚至海外华人。农村电商创业者只需要通过内容运营激活社交裂变，就能使关系网络规模呈指数级扩张。

3.2. 关系纽带的多元化

在传统的差序格局中，血缘与地缘是主要的关系纽带。而在农村社交电商的“数字人缘”关系中，关系纽带则呈现出多元化的特征——除了亲缘、地缘关系外，兴趣爱好、消费需求、价值认同等也成为了新的连接因素。这种转变本质上是数字技术解构与重构社会关系的结果：算法推荐打破了物理空间的限制，使得具有相同兴趣的个体跨越地域的界限建立起联系；直播电商的即时互动则将消费行为转化为情感共鸣场景，高消费的用户在同主播建立的亲密关系中获得情感支持，主播与观众的情感互动持续深入[6]。以短视频平台为例，算法将农村博主推荐给喜欢乡村生活短视频的用户，通过评论区互动、直播间连麦建立起信任，进而对其推荐的农产品进行消费购买。这种消费决策不仅基于产品本身，更包含对田园生活方式的认同、对创作者个人品牌的信赖。

农村电商从业者也会因共同的行业兴趣，在抖音、微信等社交平台上组建交流社群，分享运营经验，这些社群突破了传统商会或行业协会的组织边界，形成“弱关系强连接”的新型社交形态。此外，品牌忠诚度、售后服务质量等传统的商业要素也在数字人缘网络中被赋予了社交属性，消费者在社交平台上的“晒单”行为，实质是将消费体验转化为社交货币；商家通过评论区回复、私信沟通等方式建立的情感连接，也能有效提升复购率，数字化时代的商业关系已演变为情感交互与价值共创的复合体。

3.3. 关系强度的可量化与动态性

不同于传统的差序格局中人际交往的模糊范畴，“数字人缘”的关系强度实现了可量化的精准呈现。社交平台的粉丝数量不仅代表用户基数，其增长曲线还能反映关系网络的扩张速度；而点赞数、评论数、转发量等视频和直播的衍生数据，则可以从情感共鸣、信息交互、传播扩散三个维度来构建起关系深度的量化模型。以抖音平台“久九”为例，他专注于家乡特色腊肉的推广，视频播放最高可达 40.3 万点赞、8100 条评论、转发量达到 5600 余次，橱窗跟卖人数总计达到 26.9 万，凭借这些亮眼的数据，他成功地将腊肉推向全国市场，不仅提升了家乡特产的知名度，也构建起与粉丝间牢固的信任关系与情感纽带。

但是相较于传统的差序格局中人际交往关系的密切和稳定，“数字人缘”关系的建立与断裂却更加便捷，呈现出了显著的动态性与脆弱性，消费者可能会因为一次不满意的购物体验而取消关注，也可能会因为主播的某条优质内容而增加互动频率。这就对农村电商从业者的关系维护能力提出了更高要求，促使从业者不仅需要掌握短视频脚本设计、直播话术优化等内容生产技能，更要构建基于大数据的用户画像分析能力，通过实时监测用户行为轨迹，将消费数据转化为关系预警指标。

4. 差序格局理论在电商时代的嬗变表现

4.1. 社交圈子的拓展与层级重构

在传统的差序格局下，农村居民的社交圈子以村落为基本单位，呈现出“同心圆式”的层级结构，但进入电商时代，农村社交电商从业者的社交圈子突破地域的限制，形成了“立体网络型”的差序格局：

核心层依然保留着亲属、邻里等强关系纽带，但在中间层迅速涌现出由粉丝经济构建的虚拟社群，以及基于电商平台合作形成的产业链上下游伙伴；边缘层则包含行业专家、平台运营人员、跨地域同行等弱关系群体。这种新型的层级结构与传统差序格局既存在着深层关联，又展现出显著的差异：二者均遵循由近及远、由亲到疏的关系，但“数字人缘”的社交网络打破了物理空间的束缚，引入了基于共同兴趣、利益诉求和专业领域的新型连接方式。从业者通过算法推荐、社群运营等数字化手段，将弱关系不断转化为具有商业价值的强关系，形成了虚实交融、动态演化的社会关系网络。

4.2. 信任机制的转变

在传统的差序格局中，信任建立在长期的面对面交往与共同生活经验基础上，依靠人情、口碑与道德规范等来维系，而在农村社交电商中，信任机制则发生了根本性的转变：一方面，数字技术提供了新的信任载体，消费者不再单纯依赖熟人推荐，而是通过商品评价、销量数据、直播展示等可感知的信息来判断商品的质量与商家的信誉；另一方面，平台规则与第三方担保机制增强了信任保障，如淘宝的“七天无理由退换货”降低了消费者的决策风险、京东物流的“211 限时达”服务承诺将物流时效纳入了信任评价体系。此外，网红主播的个人 IP 与人格魅力也成为重要的信任来源，消费者因信任主播而购买其推荐的商品。这些标准化规则和基于情感共鸣建立的信任关系，既延续了传统差序格局中的情感纽带，又通过数字媒介实现了跨地域的信任扩散。

4.3. 权力结构的重塑

在传统农村社会的权力结构中，长者、宗族领袖等凭借辈分、威望掌握话语权，通过族谱修订、红白事主持、纠纷调解等具象化仪式代代传承，形成稳固的差序格局。然而在农村社交电商领域，权力结构则向着掌握数字技术与流量资源的群体倾斜，那些能够熟练运用直播话术、短视频拍摄剪辑技巧，且通过内容运营积累起百万粉丝矩阵的农村电商从业者，在“数字人缘”中具有更强的影响力与决策权。农村网红能够通过大数据分析精准匹配合作商家，利用粉丝画像决定产品定价策略，甚至影响当地农产品的种植结构。这种权力结构的变化，打破了传统的等级秩序，催生出兼具现代商业规则与乡土伦理的新型治理模式，为农村社会注入创新发展的内生动力。

5. “数字人缘”关系重构的驱动因素

5.1. 数字技术的发展

2024 年中央一号文件首次提出“实施农村电商高质量发展工程”，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售^[7]，智能手机与移动互联网的普及，为农村居民接入数字世界提供了硬件基础。4G、5G 网络的广泛覆盖，降低了网络使用门槛，提升了信息传播效率；社交平台的功能不断完善，如抖音的直播带货、微信的小程序商城等，为农村社交电商构筑了立体化服务矩阵；数字技术打破了时空壁垒，移动设备成为新农人的“新农具”，短视频、直播、社群等线上场景不仅实现农产品的可视化营销，更催生出“数字人缘”的新形态。农村电商从业者可以通过平台后台的用户画像分析，精准定位消费群体的偏好特征，将传统差序格局中的“人情社会”逻辑，与数字经济时代的精准运营思维深度融合，从而推动农村社交电商生态的持续迭代。

5.2. 农村经济转型需求

伴随着农业现代化的发展，农村传统产业正面临着转型升级的压力，2021 年 10 月，商务部、中央网信办和国家发展改革委联合发布《“十四五”电子商务发展规划》，明确提出实施“数商兴农”行动，旨

在加强农村电商新型基础设施建设,推动农村电子商务发展,助力乡村振兴[8]。社交电商依托微信、抖音等数字平台,通过直播带货、社群团购、熟人推荐等形式销售农产品,不仅减少了批发商、零售商等中间流通环节,还能通过产地直发降低物流成本,使农民实际收益显著提升。这种可观的经济利益驱动下,农村居民会选择积极主动地打破传统“熟人社会”的社交边界,拓展包含城市消费者、电商平台运营者、供应链服务商在内的复合型社交关系网络,以获取更多商业资源与市场机会。在此过程中,原本基于地缘、血缘的传统社交网络逐渐与数字平台上的新型关系网络交织融合,催生出具有鲜明时代特征的农村电商社交生态。

5.3. 社会文化观念的变迁

年轻一代农村居民受现代文化影响,思想观念更加开放,对新鲜事物接受度高。他们不再满足于传统的生产生活方式,开始主动拥抱数字技术浪潮:利用短视频平台学习现代农业技术,通过电商直播课程提升销售技能。农村电商赋予了“农民”一词新的内涵,农民不再是纯粹意义上的种田劳作的乡村人民,直播销售农副产品成为他们的新农活,直播成为了他们的新农具,促使农民成功转型为以“直播+电商+农副产品”销售的新农人[9]。与此同时,城市消费者对乡村特色产品与文化的兴趣增加,也促使农村居民发现社交电商的多元价值——它不仅是商品交易的渠道,更是乡土文化传播的窗口。农村社交电商正在重塑传统社会关系:生产者与消费者通过数字平台建立直接联系,形成跨越地域的“数字人缘”;传统的血缘、地缘关系在数字化重构中,与新型的业缘、趣缘关系深度融合,催生出兼具文化传承与经济活力的新型社群生态。

6. 结论

总而言之,农村社交电商的发展不仅创造了直播带货、社群团购等新经济增长点,更通过“数字人缘”的重构,推动农村社会从封闭的熟人社会向开放的数字共同体转型,这种结构性变迁将持续性地影响乡村振兴进程中的资源分配逻辑与社会治理模式:以血缘、地缘为核心的关系网络突破传统限制,农户得以跨越地域界限,与城市消费者、供应链上下游企业形成“线上强关系+泛化弱关系”的复合型网络形态;基于区块链溯源、用户评价体系等技术构建起的“信任”,与熟人社会的情感信任形成互补,使交易信任从人格化背书转向算法与口碑共同作用的双重保障;传统的乡村权力结构被去中心化的社交电商平台解构,年轻新农人凭借数字技能成为信息枢纽,形成“技术话语权”与“传统话语权”博弈共存的新格局。然而,社会关系的演变是一个长期动态的过程,受到经济、社会、文化等多种因素的持续影响,未来的研究可以持续性关注“数字人缘”关系在不同发展阶段的变化规律,分析外部环境变化对其关系重构的动态影响,从而为农村社交电商的可持续发展提供更具前瞻性和持续性的策略建议。

参考文献

- [1] 黎瑞珍. 乡村振兴背景下直播带货发展路径与优化模式探析[J]. 中国商论, 2024(12): 36-39.
- [2] 刘奇. 中国乡土社会正在发生十大转变[J]. 管理观察, 2019(6): 14-15.
- [3] 费孝通. 乡土中国[M]. 北京: 人民出版社, 2015.
- [4] 张剑, 朱会清. 解构与重塑: 短视频对乡村差序格局传播结构的影响[J]. 视听, 2024(5): 130-133.
- [5] 朱美乔. 山货插上“云翅膀”, 激活乡村经济“一池春水”[N]. 中国食品报, 2024-09-20(003).
- [6] 蔡斐, 黄肖肖, 吴礼霜. 直播打赏中青年观众的行为动机与情感满足[J]. 青年记者, 2023(14): 61-63.
- [7] 操贝蒂, 王剑程. 直播助农发展模式探析[J]. 农村·农业·农民, 2024(19): 21-23.
- [8] 李一博. “数商兴农”工程发展现状与优化路径[J]. 乡村科技, 2024, 15(6): 57-61.
- [9] 白美娇, 张志研, 庞俊霞, 等. 农村直播电商助力乡村经济高质量发展策略探析[J]. 河北农业, 2024(12): 23-25.