

知识、身体与亲密关系：美妆直播电商中数字信任建构的机制研究

敖雪

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月19日; 录用日期: 2025年10月9日; 发布日期: 2025年11月5日

摘要

在美妆行业呈现线上主导的消费格局下, 直播电商成为销售渠道的核心, 但却面临着产品效果感知模糊及不确定性带来的信任挑战。本文以抖音、小红书平台的美妆直播场景为研究田野, 用数字民族志的方法, 探索主播如何构建高强度的数字信任。研究发现, 信任通过三重机制实现共振: 主播可以凭借专业知识和授课建立专业权威, 通过即时试用和细节呈现保证体验的真实性, 借助亲密互动和情感联结培养社交关系。这一机制将专家系统、身体媒体和情感劳动融为一体, 形成了一种新型的数字信任模式。加深了对网络社会关系的认识, 为平台实践提供了理论上的启迪。

关键词

电商直播, 美妆直播, 数字信任

Knowledge, Body and Intimate Relationships: A Study on the Mechanism of Digital Trust Construction in Beauty Live E-Commerce

Xue Ao

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 19, 2025; accepted: October 9, 2025; published: November 5, 2025

Abstract

Under the consumption pattern dominated by online in the beauty industry, live-streaming e-

commerce has become the core of sales channels, but it is facing trust challenges brought about by the ambiguous and uncertain perception of product effects. This paper takes the beauty live-streaming scenarios on Douyin and Xiaohongshu platforms as the research field and uses the method of digital ethnography to explore how live-streamers can build high-intensity digital trust. Research has found that trust resonates through three mechanisms: streamers can establish professional authority through their expertise and teaching, ensure the authenticity of the experience through immediate trials and detailed presentation, and cultivate social relationships through intimate interaction and emotional connection. This mechanism integrates expert systems, physical media and emotional labor, forming a new type of digital trust model. It has deepened the understanding of social relationships in the network and provided theoretical enlightenment for the practice of the platform.

Keywords

E-Commerce Live Streaming, Beauty Live Streaming, Digital Trust

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

在消费主义和“身体规划”越来越深入日常生活的当下，化妆品消费已经超越了单纯的物质交换，成为构建个人自我形象和社会认同的重要实践。随着数字经济和消费模式的深刻变革，直播电商已经成为零售业的核心力量，美妆行业以其高度契合消费者需求的产品特性成为其中最具代表性的领域。伴随着高风险感知的美容消费决策，产生的效果因人而异，一次失败的购物不仅带来经济损失，还可能对“容颜”和“自我形象”造成负面影响，也就是消费者所谓的“烂脸风险”。传统线下消费可以通过专柜试用等面对面的互动来缓解风险，传统电商则依靠系统的信任机制来实现品牌口碑和用户评价。通过实时、动态、可视化的视频流，直播电商创造了临场感和交互性，让商品展示从静态的“结果”变成了动态的“过程”。为这个高度依赖体验与信任的消费行业带来革命性的交互模式，但也让如何在高风险、虚拟化的情境中构建“数字信任”的问题愈发凸显。在虚拟、非面对面且弱关系的互动环境中，主播如何建构足以抵消高风险感知、促使消费者做出购买决策的深度信任？美妆直播中的信任建构是怎样的社会过程？哪些微观互动机制和符号策略发挥作用？数字信任的本质是什么？与传统形式有何不同？对这些问题的探究能够揭示直播电商背后的社会逻辑，深化对数字时代信任、关系与消费的理解。因此，本文以美妆直播为切入点，引入数字民族志研究方法，深入平台田野，解析信任生产的复杂机理，揭示知识、身体、情感的相互结构关系。本研究在理论层面突破传统经济学对信任的简化管理，将符号互动论、拟剧论及情感劳动等社会学理论引入数字商业场域，为理解虚拟关系如何促成高风险经济行为提供新的解释框架。在实践层面，研究揭示的“知识－体验－关系”三重机制为主播优化内容策略、平台完善互动功能、以及消费者培养批判性媒介素养提供明确指引，对构建健康可持续的直播生态具有直接参考价值。

2. 研究方法

本研究选择数字民族志作为研究方法，研究的核心在于探究美妆直播这一数字文化场域中，主播与观众通过动态互动共同建构信任的复杂过程。数字民族志将传统民族志的深描精神与对数字环境的适应性相结合，其核心主张是互联网并非剥离现实的虚拟空间，而是交织着人们情感、关系与文化的新的田野地。因此，要理解直播间内的信任机制，研究者必须“进入”这个田野，进行长期深入的参与式观察，

从内部理解行动者的主观经验、互动模式及其背后的文化逻辑。具体操作上,本研究将遵循数字民族志的实践路径,将美妆直播间视为一个完整的文化群落,作为旁观者记录可观察的互动行为,如弹幕、礼物、话术等,结合对主播及用户的访谈,理解其行动意义与文化逻辑。捕捉量化方法难以揭示的信任建构机制。力求通过深度访谈“浸入”主播与观众的日常生活和情感世界,理解他们赋予这些行动的主观意义。

本研究的研究场域聚焦于主流社交电商平台抖音与小红书的美妆直播板块,该选择的依据在于这两个平台不仅是美妆内容创作与消费的核心集散地,汇聚了从国际品牌到新国货、从顶级头部达人至中小型创作者的丰富生态,其融合了短视频内容沉淀与直播即时互动的特性,为观察信任的长期培养与即时转化提供绝佳的窗口。在研究对象的选择上,本研究采用目的性抽样策略,旨在捕捉美妆直播生态的多样性。主播样本将涵盖不同人设定位的关键个体,包括以成分分析见长的“专业权威型”、以精湛妆容教学为核心的“技术流彩妆师”以及主打真实体验与情感共鸣的“亲民分享型”主播,以期对比分析不同信任建构路径的异同。同时,为获得多元视角,本研究也将从其直播间社群中选取包括高频互动的忠实粉丝、普通购买者及沉默的观察者在内的用户进行访谈,勾勒出信任关系中供需双方的完整图景。

3. 美妆直播数字信任建构的三重机制

3.1. 专家系统的数字具象：知识权威的建构与合法性获得

在美妆直播这一高度竞争的数字场域中,主播构建信任的核心策略,在于对科学话语的系统性运用与重构,以此确立专业权威,形成隐性的知识壁垒。主播通过熟练使用诸如“烟酰胺”、“视黄醇”、“皮肤微生态”等源自生物化学与皮肤科学的专业术语,将日常护肤与化妆实践重新定义为需要专业指导的“技术活动”。这些术语作为符号资本,制造出认知上的区隔。主播被塑造为掌握专业知识的内行,而观众则被置于需要被启蒙的外行位置。知识的不对称成为信任产生的基础,人们更信任那些掌握着自己所不了解的复杂知识的专家。通过将复杂的生化机制简化为易于传播的口号式理论,例如“早C晚A”、“刷酸剥脱”。尽管这类简化牺牲了部分科学的严谨性,却显著增强话语的传播力与说服力,使观众产生“掌握了科学护肤精髓”的认知获得感。凭借对科学话语的象征性占有与再包装,主播成功将其商业推广活动合法化,消费者的决策逻辑也从“我喜欢”转向“专家证明有效”。通过将自身嵌入现代性“专家系统”,主播成为消费者在面临未知风险时可依赖的、触手可及的数字权威^[1],完成了信任建构的理性奠基。

通过科学话语建立初步的知识权威后,美妆主播进一步借助“赋能性劳动”来深化和巩固信任关系,实现从销售者到价值赋予者的转变。赋能性劳动的核心,在于将商业性的消费引导重新塑造为无私的技术教习与知识传授。主播不局限于介绍产品成分,通过“手把手”式的教学演示,比如如何精确勾勒眼线,怎么用指温融化膏体以提升妆效以及为不同肤质定制护肤流程等。这些细致的教学行为创造出附加价值,使观众获得超越产品本身的技术与知识,一种可延续至日后多种消费情境中的能力。交易的性质发生了微妙转变,它不再仅是货币与商品的交换,更近似于“学费”与“赋能服务”的交换。观众为习得新知付费,信任基础从对单一产品的信赖,转向对主播教学权威的长期信赖,增强了用户黏性与忠诚度。为进一步巩固由知识与教学建立的理性权威,弥补线上体验“不可触”的缺陷,主播们积极引入技术仪器,实现信任建构中的“去身体化”。当成分分析与教学演示仍无法完全消除消费者对产品实际效果的疑虑时,肤质检测仪上的数值、紫外线相机下的防晒成膜边界、高清微距镜头中的粉体细节,便扮演起关键角色。这些工具将主观感受转化为看似客观、可量化、可视化的公共证据。仪器成为“科学”与“真实”的符号,数据成为信任的物质载体。信任的担保从主播的“具身性体验”部分转向技术的“客观读数”,有效规避身体表演可能引发的主观性质疑,为消费者提供看似超越个体差异的科学依据。

3.2. 身体的媒介化与商品化：具身性实践的信任展演

数字信任的构建依赖于直接而高风险的实践，美妆主播将自己的身体作为最重要的信任媒介和担保物[2]。她们通过高度具身化的展示，将抽象的产品功效转化为可见、可评估甚至可共情的身体体验，与观众建立起基于风险共担的深厚信任。具身展演的核心，在于主播主动将自己置于“高风险情境”，以实时、无修饰的上脸试用等方式，代替观众完成潜在的“试错”。当主播直接将粉底液涂在脸上，无滤镜展示不同光线下的妆效、持妆几小时后的氧化程度，或将强效精华用于敏感肌时，她实际上是在进行一种“风险代偿”[3]。观众所担忧的“烂脸风险”或妆容不适的社交风险，在直播过程中被主播的身体率先承担。“亲身试用”的行为带来强烈的情感冲击，构成无声却有力的承诺，“我敢用自己的脸证明，你们可以放心。”主播的身体不再是私人领域，被彻底媒介化与商品化。在消费社会中，身体本就是需要精心管理与投资的客体[4]，而在直播语境下，主播的身体被工具化，成为获取信任的经济资本。成为产品效果的展示窗口，连接虚拟信息与真实体验，每一次成功的展示，都是对信任的一次有力充值。

为了增强身体展演的说服力，美妆直播精心构建以视觉为中心的“超真实”叙事。在高清摄像头、环形补光灯和微距镜头的技术支持下，直播间创造出远超肉眼可辨的视觉环境。主播能够极度贴近皮肤展示细节，比如遮瑕膏如何完美覆盖痘痘，高光粉如何折射细碎光芒以及眼影膏的延展性能。细节的极致呈现是对“真实”的再生产，弥补线上消费中感官的缺失，通过视觉单一通道模拟甚至超越线下体验。

“超真实”在此得以显现，一种由模型和符号生成、比真实本身更真实的存在[5]。直播间中经技术筛选和强化的“完美妆效”与“产品质感”，成为符号化的真实，是真实演示，也是被优化的理想范本。观众沉浸其中，消费欲望来自产品功能，更源于对技术完美与视觉愉悦的“超真实”本身的追求。但持续呈现无瑕表演反而容易引发质疑，因其与普通人充满瑕疵的日常经验相距太远。精明的主播发展出另一种策略，即主动展演瑕疵，策略性暴露“不完美”。这是“反其道而行”的真诚表演。比如，主播会有意展示画失败的眼线，坦诚分享产品过敏经历并提醒敏感肌注意，甚至素颜出境，毫无保留地展示毛孔、痘印和暗沉。这种对“后台”的有限披露，和对完美脚本的刻意偏离，打破了消费者对商业营销必属虚假的预期，成功塑造出“虽不完美，但绝对诚实”的真实人设。成功的表演不在于维持完美，而在于精准控制前后台信息的释放节奏[6]。对瑕疵的坦诚非但未削弱主播权威，反而通过人性化的流露，与观众建立起更深的情感联结和道德同盟。它传递出一个强烈信号，“我和你们一样，也会出错，但我绝不欺骗你们。”基于共情与道德认同的、更牢固的信任由此建立。

3.3. 拟亲属关系的建构：情感劳动、社群归属与认同感

在美妆直播的数字场域中，信任的建构依赖于理性知识和身体担保，更植根于由情感劳动所培育的“拟亲属关系”。主播与观众之间的“亲密关系”并非传统社会学意义上的人际亲密关系，而是一种媒介化的、非对称性的“准社会关系”[7]，这是一种发生在大众媒介使用者与媒介人物之间的、单向的、幻觉性的亲密关系，是主播为达成商业交易所使用的商业工具，并非真实的亲密关系。观众通过持续观看直播，会感觉自己“认识”并“了解”主播，产生一种单方面的依恋和亲密感，尽管这种关系缺乏真实的双向互动。主播通过镜头凝视、使用“宝宝”、“家人们”等亲昵称谓，正是为了刻意营造这种“近距离、面对面”交流的幻觉，从而激发观众的准社会互动体验。通过有意模糊商业与社会关系的界限，营造出数字化的亲密与陪伴。利用管理情绪、展现共情与关怀，激发观众的信任与喜爱。拟亲属化的互动让观众感觉不是在购买产品，而是在接受一位“闺蜜”或“姐姐”的贴心推荐。然而，这种“亲密”的表象背后，是主播系统性的情感劳动。情感劳动要求劳动者诱导或抑制自己的感受，以在他人心中创造出一种可预测的心理状态[8]。在直播中，主播的“真诚”分享、“贴心”提醒和“闺蜜式”吐槽，并非纯粹的情感自发流露，而是一种有计划的、以促成商业交易为最终目的的情感管理策略。她们通过计算性

地展示亲密符号，将商业互动“拟亲缘化”，以此降低消费者的防御心理。这种亲密关系是一种表演性的、工具性的拟象，它通过准社会关系的机制让观众感知到亲密，又通过情感劳动的策略来生产这种亲密的表象。其目的并非建立真实的人际纽带，而是将情感资本转化为经济资本，为商业信任注入强大的情感粘合剂。因其单向性和商业目的性，与真实的亲密关系有着本质区别，但它对消费者信任决策的影响却是真实而有效的。

初步建立的情感连接，通过仪式互动与社群边界的确立得以强化。主播创造专属的“文化符码”，如特定的点赞节奏、评论区“黑话”，如“剁手”、“冲”，以及“油皮扣1，干皮扣2”等呼叫-响应模式，共同构建一套仪式体系。能够凝聚群体、强化集体情感[9]。在直播中，分散的个体通过参与共享仪式，被整合进一个临时的“仪式共同体”[10]，产生强烈的集体情感能量。同时，主播通过记住老粉丝ID、回应其特定需求等方式，划出“我们”（忠实成员）与“他们”（偶然观众）之间的清晰社会边界。这种区隔带来内部优越感和群体认同，使消费行为成为群体身份的象征和巩固内部关系的“社交货币”[11]。拥有主播推荐的产品，就成了进入这一共同体的通行证，成为成员间彼此识别的暗号。最高阶的信任建构已超越具体产品甚至主播个人，上升至价值共识的召唤与身份认同的层面。部分主播能敏锐捕捉其社群成员共享的价值观或生活态度，并为其代言，实现从“消费认同”到“价值认同”的信任跃升。例如，她们可能倡导“悦纳真实自我，拒绝容貌焦虑”，推崇“理性消费、反对浪费”的伦理观念，或宣扬“支持国货、文化自信”的民族情感。当主播成功将销售行为与更具道德高度的宏大叙事结合，她们便不再仅是卖货者，而成为某种价值观的旗手和社群利益的代表。消费者对她们的信任与支持，超越了单纯的经济算计，转变为对其所代表的价值立场和生活方式的认同与拥护。在现代社会中，信任与自我认同紧密相连，对抽象体系的信任已成为个体建构自我认同的重要资源([12] p. 3)。在这一过程中，直播购物不再只是经济行为，被“政治化”为消费者表达身份、进行“价值投票”的一种方式。但价值绑定犹如双刃剑，虽能建构极为牢固的信任，可一旦主播出现人设崩塌或言行不一，所带来的信任崩溃也将更为彻底，因为除了带来产品失效的失望，更是对共同信仰的背叛。

3.4. 信任的辩证审视：机制耦合、内在张力与异化可能

数字信任建构充满内在张力。它依赖于理性、具身与情感三重机制的协同作用，专业知识、身体实践与情感联结在此相互渗透、彼此强化。专家系统的信任需借助具体情境中的“接触点”才能真正实现([12] p. 83)。在直播中，主播的身体成为连接抽象知识与消费者实际需求的关键节点，成分分析需通过实际上脸试用验证，试用过程中的情感互动与关系建立，又反过来为专业知识增添了温度与可信度。多重信任机制的耦合能够产生强大的“协同效应”，使数字信任比单一机制支撑的信任更加牢固且具有韧性。当消费者同时被主播的专业能力所说服、被其亲身体验所震撼、被其情感投入所触动时，信任便在多个层面被反复确认与加强，形成一种难以轻易动摇的认知与情感双重结构。然而，信任体系内部始终是紧张与脆弱的。其根本矛盾在于表演真实与信任本身的不稳定之间的张力。所有社会互动都包含一定程度的前台表演与后台管理[13]，而在美妆直播中，表演性被技术平台与商业逻辑进一步放大。主播所展示的“真实”，本质上是一种经过策划和媒介筛选的“表演真实”，无论是看似随意的“素颜出镜”，还是精心设计的“翻车现场”，都可能成为另一种更为精巧的前台策略。数字信任建立在不稳固的基础之上，一旦技术穿帮、表演出现无法弥补的漏洞，或后台真实被意外曝光，整个信任大厦便可能迅速崩塌。数字信任极度依赖“真实”话语，又不可避免地构建于某种形式的表演与虚构之上。

信任生产关系可能带来深层的异化与商品化后果。情感劳动的过度商品化极易导致主播的自我异化。当亲密关系被系统性地工具化，当真诚的情感表达沦为可计算、可优化的销售策略，主播会面临情感与劳动相分离的困境。她们可能逐渐丧失真实表达情感的能力，甚至难以分辨工作角色与真实自我之间的

界限。另一方面,消费者也面临新型的“情感剥削”风险。平台与资本通过主播销售商品,更无偿占有用户的情感关注、社交互动和时间付出。信任机制在无形中强化了消费主义对女性身体的规训。通过将“身体管理”与“自我价值”紧密绑定,直播不断制造和放大容貌焦虑,制定出一种新型的、更为隐蔽的性别规训过程。这种规训不再依靠强制,而是通过“愉悦”和“自我投资”的话语来实现,诱使女性主动将商业审美标准内化为自身的价值追求,深化了消费主义对女性主体的结构性支配。

4. 结论

本研究通过数字民族志方法深入考察美妆直播电商,揭示出数字信任建构依赖于三个相互交织的机制,即专业权威、身体实践和拟社会亲密关系。三者共同构成一个有机整体,彼此支撑、协同作用。数字时代的信任既不同于传统人际信任,也区别于纯粹制度信任,是在技术中介下形成的、融合理性计算、感官体验与情感连接的复合模式。本文批判性地指出,高效的数字信任生产背后潜藏权力结构与异化风险。情感劳动的商品化、消费者情感的资本化,以及消费主义对女性身体的隐性规训,都表明这种信任虽促进经济交换,也可能成为新型社会控制的工具。因此,本文并非一味肯定直播经济的繁荣,也试图提供一种清醒的社会学视角,在承认其创造性的同时,警觉其潜在的剥削与规训倾向。需要指出的是,本研究主要基于特定平台与主播案例,在样本代表性方面存在一定局限。未来研究可引入跨文化比较,考察不同社会背景下数字信任的建构差异,或采用纵向追踪,探索数字信任的长期演变与崩塌机制。美妆直播中的信任实践,为理解数字社会中的关系形成、权力运作与自我认同,提供了宝贵的微观案例,值得持续深入探讨。

参考文献

- [1] 王斌. 自我与职业的双重生产: 基于网络主播的数字化表演劳动实践[J]. 中国青年研究, 2020(5): 61-68.
- [2] 龚为纲. 数字直播平台中的互动仪式与隐性支配——以 A 电商直播平台为例[J]. 中国社会科学评价, 2023(3): 45-57, 158.
- [3] 邹玉凤, 卢向华, 李凤瑶. 网红直播电商能带来忠诚消费者吗?——来自某化妆品品牌消费者购买的证据[J]. 外国经济与管理, 2023, 45(5): 134-152.
- [4] Shilling, C. (1993) *The Body and Social Theory*. Sage Publications, 3.
- [5] Baudrillard, J. (1994) *Similacra and Simulation*. The University of Michigan Press, 1.
- [6] Erving, G. (1959) *Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books, 112-113.
- [7] Horton, D. and Wohl, R. (1956) Mass Communication and Para-Social Interaction; Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19, 215-229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- [8] Hochschild, A.R. (1983) *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. University of California Press.
- [9] Durkheim, E. and Fields, K.E.T. (1998) *The Elementary Forms of Religious Life*. Free Press, 247.
- [10] Couldry, N. (2003) *Media Rituals: A Critical Approach*. Routledge, 2.
- [11] Bourdieu, P. (2008) *The Forms of Capital*. Greenwood, 51.
- [12] Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.
- [13] Goffman, E. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books, 112-114.