

乡村文化的“创新”与“守正”：电商直播助力乡村振兴的双重逻辑研究

杜 潇

扬州大学马克思主义学院，江苏 扬州

收稿日期：2026年1月22日；录用日期：2026年2月10日；发布日期：2026年3月6日

摘 要

文化振兴是推进乡村振兴的内在强大力量。在数字时代下，电商直播已经成为助力乡村振兴的重要路径。分析电商直播赋能乡村文化振兴的“创新”与“守正”双重逻辑，有利于促进乡村文化振兴。电商直播通过突破传统传播局限、吸引多元受众、促进城乡文化融合，助力乡村文化实现“创新”传播；同时在“守正”方面，乡村文化应传承文化精髓、保持地域特色，并推动文化生态与产业的可持续发展。“创新”与“守正”相辅相成、辩证统一，二者平衡协调、共同构成电商直播赋能乡村文化振兴的理论框架，为实现乡村文化在现代化进程中的活态传承与创新传播提供了实践路径。

关键词

电商直播，乡村文化，创新，守正

“Innovation” and “Integrity” of Rural Culture: A Study on the Dual Logic of E-Commerce Live Streaming in Boosting Rural Cultural Revitalization

Xiao Du

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: January 22, 2026; accepted: February 10, 2026; published: March 6, 2026

Abstract

Cultural revitalization serves as an inherently powerful force in advancing rural revitalization. In

the digital era, e-commerce live streaming has emerged as a crucial avenue for bolstering rural cultural revitalization. Analyzing the dual logic of “innovation” and “integrity” in how e-commerce live streaming empowers rural cultural revitalization is conducive to promoting the latter. By breaking through traditional communication limitations, attracting diverse audiences, and facilitating cultural integration between urban and rural areas, e-commerce live streaming aids in the “innovative” dissemination of rural culture. Simultaneously, in terms of “integrity”, rural culture should inherit its cultural essence, preserve its regional characteristics, and promote the sustainable development of cultural ecology and industries. The concepts of “innovation” and “integrity” complement and dialectically unify each other. Their balanced coordination collectively forms the theoretical framework for e-commerce live streaming to empower rural cultural revitalization, providing a practical path for achieving the dynamic inheritance and innovative dissemination of rural culture in the process of modernization.

Keywords

E-Commerce Live Streaming, Rural Culture, Innovation, Integrity

Copyright © 2026 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. 时代背景与发展困境

1.1. 数字时代下电商直播的崛起

新时代，人工智能和算法等技术飞速发展，电商直播迅速崛起并发展成为了一种新兴的商业模式。在这种商业模式中，直播电商依赖直播平台输出的短视频内容与直播内容获取关注并积攒粉丝，基于粉丝信任和产品体验实现商品交易[1]。这一模式的成功是多种因素作用的结果，其中包括技术进步、消费者需求的变化、电商行业的竞争以及国家政策的引导。

科技进步为电商直播提供技术支持。消费者可以使用智能手机等移动设备随时随地连接网络，打开电商直播。5G技术的应用进一步优化了网络环境，其高带宽、低延迟的特点使得电商直播的画面更加清晰与流畅，增加了消费者的购买意愿[2]。同时，随着时代变化与社会发展，如今单纯的商品交易已经无法满足消费者，他们更加追求包含娱乐、社交等多方面综合的购物体验。电商直播可以通过实时视频的形式，将商品展示与娱乐内容相结合，并加入互动模式，为消费者提供一种全新的购物体验，使其能够在观看直播的同时进行商品购买，增强了购物的娱乐性与互动性，满足了消费者的需求。受到直播电商的经济收益吸引，以抖音、快手为代表的短视频平台进入电商直播领域，凭借其庞大的用户基础与强大的流量优势，成为电商直播的重要阵地；而传统电商平台如淘宝、京东也纷纷加大在直播领域的布局，试图通过这一新模式吸引更多用户并提升销售额[3]。最后，在国家文化数字化战略和乡村振兴政策的推进下，政策引导与产业联动，直播电商成为农产品宣传销售的重要通道，非遗、民俗等地方文化资源借助直播走向大众，进一步推动了电商直播的发展。从最初的“网红带货”到如今的全民参与，电商直播已经从一个新兴业态成长为数字经济的重要部分，深刻影响着商业格局与文化传播方式。

1.2. 数字时代下乡村文化发展困境

乡村文化振兴是乡村振兴的铸魂工程，为乡村振兴提供强大的精神动力和文化支撑。党的二十大报告指出：“加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴[4]。”但是，城乡发

展不平衡是长期困扰我国社会发展的重要问题，其在文化资源分配上的表现更为明显。

1) 传播维度：空间和渠道受限

乡村文化的传播长期受到线下物理场景与单一传播渠道的限制，天然的空间壁垒使其传播范围和效果被大幅度地压缩，无法突破地域边界实现更广范围的传播与认知。至今，乡村文化的展示与传承多依附于本地庙会、非遗工坊、民俗节庆等线下场景，这类场景受地理位置、接待能力、传播辐射范围的制约，一般只能覆盖周边村镇及县域的受众，无法形成跨区域、跨圈层的传播，这便导致了乡村文化难以触达主流消费与传播群体，传播效果大打折扣。

在数字时代下，虽然互联网等技术的发展促进了乡村文化在线上的传播，但是乡村数字基础设施存在覆盖不均、信号薄弱等突出问题，尤其是在偏远自然村，网络接入水平较低，这直接制约了乡村文化资源的数字化进程，影响了乡村数字文化发展速度[5]。

2) 传承维度：主体流失

“乡村振兴，关键在人”，人才是乡村振兴的第一资源，推动乡村文化振兴，首先要留得住人才。乡村文化传承的核心困境集中体现为传承主体的持续流失与代际衔接的严重断裂，而这一问题的根源在于乡村青壮年人口的大规模外流，直接导致乡村文化传承队伍呈现出显著的“老龄化”特征，诸多传统技艺面临后继无人的存续危机。在城镇化与工业化的发展进程中，乡村青壮年为寻求更好的发展机会大量向城市迁移，留守乡村的多为老人、妇女与儿童，原本应成为乡村文化传承中坚力量的青年群体缺位，使得口传心授、手手相教的传统传承模式失去了核心承接载体。传统的乡村文化传播方式受到地域和媒介的制约，无法突破时空限制实现广泛传播，同时因为城市化进程的加速，大量年轻人外流，导致乡村文化传承主体缺失，加剧了文化空心化的趋势[6]。

3) 价值维度：资源转化能力弱

乡村文化资源多处于“原生状态”，缺乏市场化转化路径。乡村地区蕴藏着丰富的民俗文化、非遗技艺、农耕文化等原生文化资源，但这类资源大多处于未开发、浅开发的原生状态，缺乏系统化的挖掘梳理与市场化的转化路径，难以将文化资源优势转化为经济发展优势，文化价值与商业价值均未能有效释放。当前乡村文化资源的开发多停留在简单展示、静态陈列的初级阶段，既未结合市场需求进行创意化、产业化转化，也未打造适配现代消费场景的文化产品与业态，导致文化资源与市场需求脱节，特色缺乏，导致文化产业面临“千村一面”的高同质化窘境，难以实现价值变现。绝大多数乡村文化资源仍囿于线下展演、非遗工坊简单售卖等单一形式，既没有构建标准化的产品体系，也缺乏专业的品牌运营与市场推广渠道，使得优质的乡村文化资源只能局限于本地小范围传播，无法进入主流消费市场，最终陷入“资源丰富但效益低下”的发展困境，文化资源的经济价值、社会价值难以得到充分发挥。

2. 电商直播与乡村文化振兴的联系

2.1. 电商直播对乡村文化振兴的作用

1) 文化传播

党的二十届三中全会指出，“壮大县域富民产业，构建多元化食物供给体系，培育乡村新产业新业态。”[7]乡村电商直播借助数字化平台，以农民为创作主体，依托短视频和直播平台展现农耕产品、生态景观等物质文化，以及民俗传统、价值观念等精神文化，能够将乡村文化直接传递给全国乃至全球的观众，极大地拓宽了文化传播的边界，打破了传统媒介在时间和空间上的限制。在电商直播的助力下，乡村文化的影响从特定场域扩大到普遍范围，地域性的文化独立系统被打开，在虚拟空间以共同性、时代性的话题展开讨论，叙事空间由现实逻辑转变为一种未来式、价值观层面的讨论[8]。

电商传播不仅拓宽了文化传播的地理范围，还可以通过技术创新和互动设计，提升文化传播的效率和效果。电商直播的互动性特征使其在文化传播中展现出独特优势：观众可以通过弹幕、评论等方式与主播进行实时交流，这种双向互动增强了文化传播的参与感和沉浸感。

2) 文化认同

在传统社会中，城乡发展不平衡，乡村经济发展普遍落后于城市，乡村文化也经常被视作为落后的存在，被边缘化，被忽视。这也影响了部分村民对本乡本土文化的态度，导致他们对乡村文化缺乏认同感和自豪感。电商直播的加入，为了更好地直播效果，村民们需要深入了解本村文化如传统技艺、地方故事等乡村文化，并在直播过程中向观众展示，获得外界的认可和赞赏。这种正向反馈能让村民们意识到乡村文化的独特性与重要性，增强他们的文化自信心。

在电商直播中，主播与观众之间的实时互动可以形成一种“情感场域”，即主播在带货过程中，通过语言、表情和动作等符号化的表演，能与观众建立强烈的情感联结，这种联结会进一步转化为对商品或品牌的文化认同。这种场域不仅促进了感情的共鸣，还塑造了文化认同。对于观众们来说，电商直播多方面的展示和互动，可以提高他们对乡村文化的认知水平和认同程度。

3) 文化产业带动

电商直播的兴起为乡村文化产业的发展注入了强劲动力，成为推动文化资源转化为经济效益的重要途径。在传统模式里，乡村文化产业规模小，市场竞争力不足，难以实现可持续发展。电商直播挖掘文化资源，开发文化创意产品，推广文化旅游等新兴业态。如晋江地区的手工艺制作过程和民俗风情通过直播直观呈现，促进当地的文化创意产品的开发与销售，形成了较为完善的文化产业链条。电商直播还能带动乡村文化旅游的繁荣。主播通过展示当地的自然景观、历史遗迹和民俗活动，吸引大量游客前往体验，形成“直播 + 文旅”的新型发展模式。电商直播让文化价值有效转化为经济收益，既拓宽了农民增收渠道，也推动了村集体收入增长，实现了“文化造血”，将文化资源有效转化成文化资产，让农民不仅“富口袋”，也“富脑袋”，促进了乡村物质富足和精神富有[9]。

2.2. 乡村文化振兴对电商直播的反作用

1) 丰富直播内容

近年来在乡村振兴战略的推动下，农户自主直播模式得到迅速的发展。这种模式是指农民作为直播主体，通过互联网平台进行直播展示传统工艺、地方节庆活动等吸引观众，销售当地农产品或文化产品，获得收益。无论是当地农产品还是具有地方特色的手工艺品，其背后的乡村文化故事都能提高其产品价值。乡村文化振兴为电商直播提供了挖掘和讲述这些故事的机会。主播可以讲述其背后的文化故事，增强产品的独特性和吸引力。这种以文化故事为核心的直播内容设计，不仅能够满足消费者对产品背后文化价值的需求，还能够通过情感连接建立品牌忠诚度，进而提升农产品的市场竞争力和销售额[10]。将乡村文化与现代传媒技术相结合的方式，为农产品的销售注入新的活力，有助于传播优秀传统乡村文化，还能实现文化传播与经济收益的双赢。

2) 拓展市场空间

乡村文化振兴通过挖掘和传播乡村文化的独特价值，吸引大量对乡村文化感兴趣的都市消费群体，为电商直播拓展更为广阔的市场空间。借助乡村文化振兴的力量，打造具有文化特色的农产品品牌，已经成为各电商直播平台提升市场竞争力的重要途径。将乡村文化元素融入品牌建设和推广策略，可以使农产品在众多同类产品中脱颖而出，形成独特的品牌标识和文化内涵。同时直播展示农产品的生产过程及其背后的文化故事，能够让消费者更加直观地感受到产品的独特意义和品质保证，提升其对品牌的信任度。这种以乡村文化传播为切入点的市场拓展策略，不仅能够帮助农产品打开新的销售渠道，还能够

通过文化认同建立长期稳定的客户关系。

3. 乡村文化的“创新”逻辑

3.1. 构建“场景化传播矩阵”

电商直播的兴起为乡村文化传播提供了新渠道。它打破传统传播方式在时间与空间上的限制，构建线上线下联动、多渠道协同的场景化传播矩阵，以沉浸式、互动性的传播形式突破物理空间的制约，拓展了乡村文化的传播范围，提高了乡村文化的影响力。线上端聚焦流量聚合与体验升级，将乡村文化展示与直播业态深度结合，打造“乡村文化直播 + 沉浸式云体验”传播模式，通过主播实景讲解、技艺手作全过程直播、观众实时互动答疑等形式，让乡村文化从静态展示变为动态呈现，拉近与大众的距离。以2025年浙江丽水打造的“畲族织锦直播”系列活动为例，当地依托本土非遗传承人资源，结合乡村实景搭建直播场景，传承人现场演示织锦挑花、织造等核心技艺，同步讲解畲族织锦的文化寓意与民俗背景，不仅实现了畲族织锦文化的广泛传播，更直接带动线下织锦文创产品、非遗手作的线上销售，成功打造“文化展示 - 流量转化 - 消费落地”的非遗传播闭环，让非遗文化在流量时代实现活态传播与价值变现。

3.2. 培育“数字传承主体”

专业人才是乡村文化创新的策划者和推动者，是乡村文化活动的组织者和参与者，是乡村文化传承与保护的主力军，是乡村文化产业发展的践行者，在乡村文化振兴中发挥着关键作用[11]。针对乡村文化传承主体老龄化、青年承接缺位的核心问题，以数字平台为载体培育新型“数字传承主体”，成为破解传承断裂的关键路径，核心就是通过直播业态赋能，孵化本土化“乡村文化主播”，以数字吸引力引导青年返乡、扎根乡村，重构乡村文化传承的人才体系。据《2025 抖音非遗数据报告》显示，抖音中传承非遗的群体越来越年轻化。截至目前，抖音中共有 1294 位经认证的非遗传承人，其中 30 岁以下(95 后)达 247 人，同比增长 24%。此外，平台上百万粉、万粉非遗创作者数量也持续增长，分别达 21% 和 23% [12]。依托抖音、快手等主流直播平台的流量优势与孵化能力，打造专项乡村文化主播培育计划，通过技能培训、流量扶持、资源对接等方式，让返乡青年掌握直播运营、文化讲解、技艺展示的综合能力，使其成为连接传统技艺与数字受众的桥梁，既发挥青年的数字素养优势，又激活本土传承人的技艺价值。

3.3. 创新“文化 IP 商业化路径”

针对乡村文化传播与产业脱节、文化价值难以转化为经济价值的“价值弱转化”问题，核心思路为深挖乡村文化内核打造特色文化 IP，通过 IP 赋能构建“文化内容 - 产品开发 - 多元变现”的商业化路径，让乡村文化从“活起来”走向“火起来”，实现文化价值与经济价值的双向赋能。首先立足乡村本土文化特色，提取非遗技艺、民俗符号、乡土故事等核心元素，打造辨识度高、有文化底蕴的专属文化 IP，赋予其时代性的表达形式与传播内涵；再以文化 IP 为核心进行全产业链产品开发，将 IP 元素融入文创产品、乡村文旅、特色农产品等载体，开发兼具文化性与实用性的衍生产品，打破单一的产品变现模式。同时依托直播电商、社群团购等数字渠道，搭建 IP 产品的线上线下销售体系，通过乡村直播带货、IP 主题文旅体验、农产品品牌联名等方式，打通文化 IP 从打造到变现的全链路，让乡村文化不仅能通过传播触达大众，更能通过商业化开发形成可持续的价值转化机制，以经济收益反哺文化传承与保护，实现“文化传承 - 产业发展 - 乡村振兴”的良性循环。

以浙江衢州余东村的农民画数字藏品为例，其通过系统性推进画作版权登记与商标注册明确了农民画的知识产权和商业价值，同时余东村画师开辟线上线下版权销售渠道实现从卖画向卖数字版权的转变，并紧跟数字产品消费热潮与互联网平台合作推出农民画数字藏品，进行全网销售，提高了农民画的附加

值，在此基础上大力发展露营休闲、研学写生、陶艺体验等文旅业态，构建起以农民画为核心的多业态协同增值的新型文化产业链[13]。

4. 乡村文化的“守正”逻辑

4.1. 传承文化精髓，保持文化特色

电商直播是乡村文化传播的新形式，通过深入挖掘乡村文化的内涵，依靠数字传播的技术优势，记录和保护濒危文化遗产，传承与弘扬优秀传统乡村文化。在直播过程中，主播可以直接展示农耕技艺、非遗制作、民俗仪式等场景，让农民、非遗传承人作为文化传播主体，在直播中和观众互动，及时答疑，讲解技艺，将文化工艺流程具象化，既避免了文化传承中的形式化割裂，也让文化的传播更具有专业性和亲和力。但是，农村电商直播与当地政府合作，在推进乡村文化数字媒体化的过程中，应注重从人文精神、思想观念和道德规范等方面进行深度挖掘，使乡村文化能够从深层次上得到弘扬，避免传播内容低俗化。

坚守本土文化特色是避免文化同质化的关键。坚持因地制宜，深入挖掘乡村独特历史遗迹、民俗风情、自然风光等资源，挖掘文化资源蕴含的文化故事和内涵，建立详细的乡村文化资源数据库，为电商直播提供丰富的素材[14]。电商直播内容创作者可以以田间地头、非遗工坊等真实空间为直播基地，直观呈现乡村独特的自然景观、民俗风情以及传统技艺，塑造鲜明的地域文化品牌形象，让文化特色在原生语境中得到真实传递。如山西省农产品直播电商在实践中注重宣传当地的自然景色与人文风俗，采取溯源式直播带货方式，向观众展示农产品背后的文化故事，提高消费者对当地文化的了解与兴趣[10]。同时，电商直播应该坚持文化与产业共生，将乡村文化特色与乡土产品、文创开发深度绑定，以直播为纽带实现文化赋能产品、产品承载文化，让文化特色在市场转化中得到价值认可，也可以通过产业反哺推动乡村文化特色的保护与传承，避免为追求流量刻意迎合市场，丧失乡村文化的本土特质。

4.2. 坚持可持续发展

第一，坚持生态可持续发展。电商直播在促进乡村文化生态保护方面发挥了积极作用，为维护文化生态系统的平衡提供了新思路。农村直播电商在推动乡村文化数字媒体化的过程中，能够将优秀文化内容在文化艺术、教育等领域进行多方位直播展示。通过直播形式，乡村文化资源可以被更广泛地了解和利用，激发了社会各界对文化生态保护的关注与支持。这种基于数字技术的文化生态保护模式，不仅有利于乡村文化的多角度传播，也为乡村文化生态保护注入了新动力，为乡村文化的可持续发展奠定坚实基础。

第二，坚持产业可持续发展。电商直播带动的乡村文化产业为实现可持续发展提供了持续动力，同时也为乡村文化“守正”创造了有利条件。通过直播平台，乡村文化资源被转化为具有市场竞争力的产品和服务，形成了完整的产业链条。如新疆红枣、云南青提等地方特色农产品通过直播带货模式实现了销量增长，同时也推动了相关配套产业的发展，如物流、包装和旅游等[15]。

5. 总结

在数字技术全面渗透与乡村振兴战略深度推进的时代背景下，电商直播以其独特的传播优势与产业赋能能力，成为破解乡村文化发展困境、推动乡村文化振兴的重要路径。本文围绕电商直播助力乡村文化振兴的“创新”与“守正”双重逻辑展开系统分析，揭示了数字时代下乡村文化振兴的新路径与新机制。

“创新”与“守正”并非对立，而是相辅相成、辩证统一的整体。电商直播在推动乡村文化振兴的过程中，既要积极拥抱技术变革、拓展传播与变现路径，也要坚守文化根脉、维护文化主体性与真实性。

二者有机结合，共同构成了电商直播赋能乡村文化振兴的理论框架与实践指引。未来，需进一步平衡二者关系，在创新中守正，在守正中创新，推动电商直播的传播模式与产业赋能机制不断优化，以数字技术为支撑，以文化遗产为核心，让乡村文化在数字浪潮中保持生命力，实现创造性转化与创新性发展。

参考文献

- [1] 沈宝钢. 直播带货商业模式探析及其规范化发展[J]. 理论月刊, 2020, 4(10): 59-66.
- [2] 王春英. 数字经济发展过程中产生的创新模式研究[J]. 科学管理研究, 2023, 41(1): 74-79.
- [3] 王睿. 电商直播营销应用及发展策略探讨[J]. 商场现代化, 2024(4): 53-55.
- [4] 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2022-10-26(001).
- [5] 赵婧怡, 赵晔湘. “十五五”时期人工智能何以赋能乡村文化振兴——学习贯彻党的二十届四中全会精神[J/OL]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2026: 1-12. <https://link.cnki.net/urlid/61.1376.C.20260128.2122.004>, 2026-02-04.
- [6] 刘亭亭, 刘佳雪. 直播电商助推乡村经济振兴的创新模式与潜在危机研究[J]. 中国商论, 2023(14): 28-31.
- [7] 中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定[M]. 北京: 人民出版社, 2024: 23.
- [8] 宁德鹏, 谢思琪. 乡村振兴背景下“短视频 + 直播”助力乡村文化振兴的路径分析[J]. 贵州社会科学, 2025(6): 145-152.
- [9] 周发, 杜朝举. DeepSeek 赋能乡村文化振兴的内在机理、风险透视及优化路径[J]. 安徽乡村振兴研究, 2026, 5(1): 104-112.
- [10] 韩筱月, 李博. 乡村振兴背景下山西农产品直播电商现状及发展策略研究[J]. 山西农经, 2024(9): 181-183.
- [11] 罗琼丝, 温旭. 乡村文化振兴的逻辑基础、发展困境与时代路向[J]. 农业经济, 2026(1): 120-122.
- [12] 抖音. 2025 年抖音非遗数据报告[EB/OL]. 2025-05-26, <https://www.douyin.com/>, 2026-02-10.
- [13] 潘爱玲, 夏雨瑞. 乡村文化 IP 数字资产开发的底层逻辑与长效机制[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2026, 43(1): 63-73.
- [14] 傅万泉. 文旅融合赋能乡村文化振兴的现实困境与实践路径研究[J]. 农业经济, 2026(1): 123-125.
- [15] 焦澍. 乡村振兴背景下电商直播助力产业发展的模式探究[J]. 西部广播电视, 2022, 43(18): 81-83.