

# “嵌入式发展”视角下的农村电商直播经济运营反思与生态重构

饶松

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年1月29日; 录用日期: 2026年2月9日; 发布日期: 2026年3月6日

## 摘要

本文旨在超越将农村电商直播简单视为单纯技术工具或销售渠道的主流叙事, 转而从经济社会学“嵌入式”理论视角出发, 将其理解为经济逻辑与乡村社会关系深度互构的系统。当前诸多农村电商发展困境的根源在于外部导入以追求直接的经济效率与流量的“市场逻辑”与乡土社会固有的“社会逻辑”发生了脱嵌。因此真正的生态重构, 核心路径在于推动农村经济活动的“再嵌入”, 即通过构建以农民及乡村社区为主体、以乡土社会交往网络与信任为基石的、多方利益相关者协同共生的新型生态系统。

## 关键词

嵌入, 农村电商直播, 脱嵌, 生态重构

## Reflections and Ecological Reconstruction of Rural E-Commerce Live-Streaming Economy from the Perspective of “Embedded Development”

Song Rao

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: January 29, 2026; accepted: February 9, 2026; published: March 6, 2026

## Abstract

This paper aims to transcend the mainstream narrative that simplistically views rural e-commerce

livestreaming as merely a technical tool or sales channel, instead adopting the “embeddedness” theory from economic sociology to understand it as a system deeply co-constituted by economic logic and rural social relations. The root cause of many current challenges in rural e-commerce development lies in the disembedding of externally imported “market logic”—driven by the pursuit of direct economic efficiency and traffic—from the inherent “social logic” of rural society. Therefore, the core path to genuine ecological reconstruction lies in promoting the “re-embedding” of rural economic activities. This entails building a new ecosystem where farmers and rural communities are the main actors, with the social interaction networks and trust of rural society as the foundation, fostering a collaborative and symbiotic environment among multiple stakeholders.

## Keywords

Embedding, Rural E-Commerce Live Streaming, Disembedding, Ecological Restructuring

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. 引言

近年来，以直播电商为代表的数字技术浪潮以前所未有的广度、深度席卷中国乡村，催生出蔚为壮观的“全民直播助农”图景，乡村振兴战略和“数商兴农”等工程的出台，极大地促进了农村电商直播新数字经济的发展。当褪去流量与销量的光环，深入行业发展现状进行研究发现：农村经济发展的繁荣表象之下暗藏深层的结构性矛盾。一、可持续性缺失，脆弱的供应链与“爆单需求”。二、主体性丧失，被裹挟的“数字劳工”与人才空心化。三、利益分配失衡，增长红利下的“数字鸿沟”。关于我国新农村经济发展，我们面临一个技术进步与社会发展的悖论。一方面是技术普及与农村经济交易数据的空前“发展”，另一方面是农村可持续性、主体性与公平性等多重“困境”的凸显。

这一悖论迫使我们超越“工具优化”层面的讨论，例如如何提升直播技巧、改善物流，转而进行更深层的追问：如何解释农村电商直播中“发展”与“困境”并存的现象？其根本症结是技术应用的不足？还是商业逻辑与乡村社会本质之间的错配？困境的突破路径是继续追逐更大的商品流量，还是需要一场深刻的经济社会生态重构？

## 2. 农村电商直播的现实困境诊断

本章旨在将宏观的农村电商经济的“发展悖论”置于“嵌入式经济”的经济学和社会学分析视角下进行剖析。当前农村电商直播的诸多运营困境，并不只是孤立的技术或管理问题，还是内在的市场逻辑与乡土社会逻辑发生系统性“脱嵌”的结构性症候。面对 2025 年农产品电商模式和平台同质化严重、平台竞争白热化、助农直播恶性竞争等市场乱象持续化[1]，平台本身的直播问题和困境对新农人直播而言，是一种挑战。而乡村固有主播和物流资源以及物流设施等是否能够可持续性地嵌入现有的电商行业，也是值得探究的问题和挑战。

数字资本下乡，是具有一定的倾向和喜好的，针对基础设施、人力资源等较为匮乏的乡村地区，平台技术、人力与流量分配都很有讲究。如平台算法倾向于一些大众知名度较大、猎奇的地域和直播类型，如云南普洱茶、大理旅游等 IP 型，这些地域 + 乡村的组合能很好地撬动流量，实现更好的传播和知名度的打造，技术资本的这种喜好究其根源在于盈利的目的驱动，在这种算法分配喜好的背景下，知名度

小的乡村主播就处于市场竞争中劣势地位。这也在一定程度上驱动了部分主播“变相整活”以争取为数不多的流量，如“我是王灿，吃饱了饭没事干……”的农村直播人设，通过捅马蜂窝的非常规直播内容的设计，以实现新的流量增长点。但这进一步加剧了大众对农村的负面感知，异化了原有的熟人社会结构，将乡村中的“不堪”变相、夸大地进行直播宣传。以至于部分乡村小主播为了流量和知名度，进行无良造假、虚假宣传、直播卖惨等，追求一瞬间的博取眼球和流量，直接导致了直播质量的“劣币驱逐良币”的市场现象[2]。乡村的原生态和淳朴的农民伯伯们原本质朴的生存现状、小农生产结构和消费结构的叙事模式，以及整个乡村地域名声也惨遭不同程度上的破坏。

以上的“脱嵌现象”可主要从产业、主体与利益分配的三个相互关联的维度来分析。

### 2.1. 产业层面的脱嵌：脆弱的生产网络与刚性市场需求的矛盾

电商直播在用户消费端创造的“即时下单、瞬间爆单”的刚性市场需求，不断成为乡村振兴的重要经济支柱，但这股数字洪流在另一方面猛烈冲击着乡村以“小农生产”为基础的、松散脆弱的农产品产销网络。

首先，这种供需矛盾体现在脉冲式需求与持续性供给的失衡。一场成功的直播可以在几小时内产生数万甚至数十万件订单，这种“脉冲式”的爆发性需求，完全超出了传统农户以家庭为单位、依赖熟人帮工的生产与组织能力。其次，也表现为非标产品与标准化商品要求的冲突。乡土产品如土蜂蜜、手工腌菜、天然形状的果蔬的魅力常在于其“非标准化”所承载的独特性与乡土情感的真实。然而，电商平台的大规模流通与消费者维权机制内在地要求农产品在规格、品质、外观上要高度统一。而缺乏商品化和规模化处理的农户，常因自家农产品大小不一、保鲜状况以及包装简陋而遭遇大规模退货和差评。该现象的直接结果，要么是农产品被中间商以极低的商业成本收购，进行标准化处理；要么就只能无奈退出流通市场。农村的鲜有“生产体系”与电商的“商品体系”之间，就很自然地出现了断裂。

这实质上是外部导入的、追求规模化与标准化的工业市场逻辑与乡村传统的、灵活但松散的、注重多样性与生态的小农生产逻辑之间的“脱嵌”。电商直播未能有机嵌入并升级现有乡村的农产品的生产网络和体系，反而因其巨大的需求拉力，暴露和加剧了乡村营销网络的脆弱性与不可持续性。

### 2.2. 主体层面的脱嵌：“数字劳工”与乡土人才的流失

直播电商看似赋予了每个农民“话语权”，但在算法与平台资本的规则下，农民的主人翁地位并未得到有效可行的维护，反而面临被异化为“数字劳工”，并间接造成新型农村人才流失的危机。

为了在算法推荐中胜出，农民主播往往被迫进行自我形象猎奇化设定。将真实的劳作场景拿精心设计的“悲情叙事”、“田园牧歌”背景所取代，农民只需要扮演市场想象中的“淳朴乡民”角色，最直接和惨烈的体现就是卖茶女的悲情演绎。他们的价值不再只取决于农村生产技能的提升和最终农产品的质量，而是取决于直播间的镜头表现力与话题制造能力是否契合大众体验，乡农淳朴的一面让位于直播逻辑中流量密码。在这一过程中，作为生产者的本体性价值被消解，其劳动被异化为供平台消费者的情感消费中“数字资源”。

而在少数在流量竞争中存活并成功带货的本土乡农主播，极易被专业直播机构和团队所收编。一旦签约，其旧有的本土原生态的内容策划与运营以及供应链，往往被机构全面接管和介入，主播本人则被要求专注于直播间的专职表演，逐步脱离了真实的农业生产和乡村生产生活。他们从“乡村共同体”的一员转变为服务于平台机构商业利润的“独立艺人”。与此同时，电商直播所许诺的“创业神话”，吸引了一批返乡青年直播复制的野心，但却因缺乏流量支持、直播经验培训，而大量成为“数字零工”，其中也不乏能力突出者，但大体上还是让位于大主播和集团化的盈利机构，以至于“劣币驱逐良币”的

现象居多。这不但消耗了人才宝贵的人生时间与创业热情，与此同时，这种不良现象反而加剧了乡村本土在数字经济中的“主体性空心化”。

这是平台资本主义的“流量逻辑”对乡土社会原生态生产生活话语叙事模式的侵蚀。算法塑造的竞争环境和奖励机制，需要的是符合消费主义想象的表演者，而非反映真实的乡土生活。这导致了很多人真正想扎根乡土和农业的复合型人才难以得到成长，乡村在数字浪潮中正面临着失去经济与文化主体的风险。

### 2.3. 流量利益分配的资本逻辑与文化信任中的乡土真实性疏离

电商直播不仅重新分配了农村的经济利益，更深刻地重塑着乡村社会的信任机制与文化伦理规范。

首先，在这种直播交易的商业中，零和博弈中的平台与农户的利益分配出现了新的失衡，如抖音平台的流量分配机制遵循“赢家通吃”的算法逻辑，绝大部分流量和收益都向少数成功的头部主播和机构集中。在乡村的话语体系和场景中，这往往意味着少数“明星主播”与广大普通农户之间产生了巨大收益鸿沟与不公。更严峻的是，外部嵌入的商户机构凭借资本和专业人才的优势，能够轻易地在与本地农户合作中占据主导议价权，谁出力多谁就是大哥。他们通过“坑位费”、“高比例佣金”等方式攫取整个交易的大部分利润。这深刻地体现了传统“熟人社会”中基于长期互惠、收入分配相对均衡的利益共享伦理体系，正被“陌生人市场”中的一次性的、高度资本化的榨取式分配规则所取代和冲击。

其次，平台普通用户对农村商品的交易信任和热情正基于商业化、资本化的非真实化的经营，出现了消褪与危机。直播电商建立在一种“瞬时信任”的基础之上，消费者在几分钟内基于主播的个人魅力与话术来决定是否购买推销的产品。这种信任是脆弱的、高度商业化的；为了维系这种信任，一些主播或机构不惜虚构产地、美化产品、暗中刷单炒高流量，而产品一旦出现质量等问题，农户与消费者之间那层薄薄的信任就瞬间崩塌了，这伤害的往往是整个地域的品牌形象，让消费者对这些地域的信任和名气的印象大打折扣。当然，这与传统的乡土社会基于血缘、地缘和长久交易建立的“厚重信任”是不同的，当直播的“表演真实”取代了乡土社会的“生活真实”，当商业话术侵蚀了乡土社会的诚信底色，乡村社会所赖以长期运转的非正式制度基础便遭到了破坏。这揭示了平台资本主导的利益抽成的分配逻辑与乡土社会嵌入性经济发展的商业逻辑，在核心层面的严重冲突。前者追求短期利润的最大化，不惜将社会关系如信任的工具化；后者则依赖长期、稳定、互惠的社会熟人关系网络来维持共同体的存续与持续繁荣。当流量经济的“快钱”逻辑无序嵌入，不仅加剧了经济收入的不平等，更在深层解构乡村社会宝贵的信任资本与文化真实性。

产业、主体、利益与信任这三个维度的“脱嵌”，并非孤立存在，而是相互强化的，这共同构成了当前农村电商直播可持续发展难以跨越的瓶颈。它们共同指向一个核心结论，市场扩张在缺乏社会根植性中，是注定要在乡村遭遇“水土不服”的。与此同时，这也为下一章探讨如何通过“生态重构”实现平台经济资本的“再嵌入”，提供了明确的问题靶向和理论依据。

### 2.4. 算法与乡村社会间的互动

产业、主体、利益与信任的“脱嵌”，直接导致乡村社会与平台资本的互动处于劣势地位。一方面，我们呼吁重新思考算法等资本工具的良好利用，另一方面这也对乡村社会做出了更高的配套要求。

在整个再生产的环节中来看，平台资本并非中立的工具，而是嵌入平台资本逻辑的具体执行者。它与乡村社会的互动，主要通过以下机制导致结构性排斥：首先，平台流量分配可能出现数据异化。平台的推荐算法以“用户停留时长、互动率、转化率”等数据为优化目标。这导致内容必须趋向高刺激性、奇观化、易于快速消费。于是，真实的农耕生活、复杂的农产品品质故事，往往竞争不过“悲情叙事”“乡

村猎奇”“夸张表演”等内容。而平台中愿意坚持展示生产全过程、传递真实农耕知识的农户主播，但因其直播内容生产周期长、数据指标增长慢、直播缺乏新意……在算法系统中会逐渐被判定为“低质量”，从而失去流量的青睐。进而导致乡村直播被大量同质化、表演性的“劣币”内容占据[3]。

其次，算法与乡土社会结构的冲突主要表现为时间和关系两方面冲突。传统的农业遵循自然周期，而现代算法追求即时爆款。这直接迫使了农户为迎合流量，不得不脱离生产节奏，持续进行高强度、娱乐化的内容生产，导致身心俱疲和主业荒废。而乡村社会基于血缘、地缘的信任关系，很容易就被在算法平台上被置换成基于数据表现的、脆弱的、随时可转移的观众与粉丝“家人”关系。这进一步说明了传统的社会资本在互联网中是很难转化为数字资本的，乡村社会需要不同程度的牺牲，甚至可能因流量竞争而在社区内部引发新的矛盾和冲突。故而，对于电商助农的健康发展路径的探索是很有必要的。

### 3. 农村助农直播经济活动的“再嵌入”生态重构路径的思考

综上分析，当前的乡村直播困境根源于电商资本的无序扩张与乡土社会的“脱嵌”，技术资本下乡后无法在深处与乡村结构相嵌合，解决的办法重点在于平台或政府，推动各主体间有意识的“再嵌入”，各司其职地参与乡村整个生产、售卖、消费的环节，以构建农村直播经济与乡土社会可持续性发展的新生态。

但是整个“重构”，不能仅停留于口头的呼吁，背后必须有一场有精密设计的制度设计，核心在于创造一种使平台、资本、政府、农户主播和农民等各方长期利益趋于一致的“激励相容”结构。而且各方主体具备愿意主动参与这种“重构”的主观动力和客观现实需求。普通农户要求的是一些渴望稳定、公平、有尊严的增收渠道，但普遍面临数字技术使用能力弱、抗风险能力差、议价权缺失等现实困境[4]。直播平台的终极诉求是生态健康与长期发展的利润，短期流量至上的模式虽然来钱快，但缺乏可持续发展的潜力。而地方政府需要乡村富足、农民稳定、产业发展的现状，谁具备一定的组织动员能力，但缺乏市场开拓和资本技术能力的植入。

基于“嵌入式发展”理论，以下内容试图从主体、产业发展、分配利益和信任新建三个方面来思考现代助农直播的生态重构。

#### 3.1. 核心重构：从“个体主播”到“社区型组织”

目前农村电商发展面临人才方面的整合：如“在农村电商发展过程中，专业型、高素质人才资源匮乏成为核心制约瓶颈。当前，农产品电商直播人才普遍存在文化素质偏低、学历不高、青年人才流失严重等问题，尤其缺乏电商管理、运营宣传等领域经验丰富的人才。”[5]而乡村主播个体化、个性化的带货倾向，也难以在互联网浪潮之中持续发展。

农户以及村集体可将原子化的农民个体主播和助农人才重组为可抵御风险、具有整合电商相关资源的人力资源，以实现发展“社区型直播运营主体”的路径，如由村集体主导的“直播助农公司”。该公司作为区域公共品牌方，具备统一整合农产品、行业标准与直播运营，使农民以股东和供应商的身份参与整个商业活动，并将直播电商所得收入利润通过集体进行二次公平分配。另一种方案是建立由合作社、家庭农场等组成的“电商服务联盟”，实现主播共享、供应链集中配给的形式，这主要以组织和系统化重组乡土的社会结构，让农民以集体成员的新身份重获主体性与核心的议价权，从经济和分配根源上遏制资本的恶性竞争与利益外流，这能很好地促进公平和公正。

#### 3.2. “售卖产品”到“经营生态”的产业重构

电商直播理应成为驱动乡村产业升级的数字中枢，而不是绊脚石。这种产业重构需面向以下三个维

度进行深化。一、向上游产业链延伸,利用直播消费数据反哺生产,发展“订单农业”。关键是在县域建设公共产地加工与品控中心,将非标农产品转化为标准化商品,稳定供应链并提升附加值。二、进行横向整合,在集体经济中推行“统仓共配”物流模式,在县城建设共享仓库并整合农产品物流线路,可显著降低分散发货的成本与损耗。三、向产业下游拓展,超越原生态的产品本身,进而打造“地域公共品牌”与乡村文化 IP,如苗族拦门酒。通过直播传递乡土淳朴的生态、文化与感人故事,将普通的经济交易转化为城乡情感的连接[6],并探索“农产品 + 旅游研学”等融合模式,实现产品的“乡村价值”跨越。

### 3.3. 治理与利益、信任重构：“市场规则”与“乡土友好型规则”的重构

为弥合流量经济与乡村共同体之间的裂痕,村集体和平台须在市场治理与利益分配层面进行制度性的创新,以推动电商平台的交易规则与分配机制向“乡土友好型”的转变。市场治理与信任的重构确保了经济要素的“再嵌入”过程得以制度化、可持续。它通过创新规则与利益的分配,将经济收益“锚定”在农户和村集体[7]。同时通过技术赋能与新叙事革新,将社会信任定位于数字空间。通过完成这一深层次的经济和规则重构,农村电商直播才有机会真正从一种外在的、提取性的市场力量,转变为内生的、滋养性的乡土发展伙伴。

主体的产业重塑与整个产业流程的重构以及平台的市场治理创新通过相辅相成,其目的在于让电商直播的根系深深培植于乡土社会与农产业产销网络,让发展成果更多的、更普惠地滋养乡村共同体中的每一员。

## 4. 理论反思后的“互嵌式”农村数字新经济

### 4.1. 农村电商发展的“嵌入性”尺度思考

要衡量农村电商直播是否成功,需要超越以商品“交易额”和直播“粉丝量”为核心的单一经济尺度,在此基础上建立一种评估乡土社会融合程度的“嵌入性”的尺度。并且大部分直播与平台的接洽以单方向的嵌入为主,另一方主体的主动或消极接受为辅,现在的农村电商直播还缺乏一种深度的“互嵌”发展及其评估体系的建立[8]。正如学者所指出:“经济行为和社会结构是相互嵌入的——互嵌性,即经济行为与其嵌入其中的社会结构是相互依赖、互为因果和相互强化的关系”[9]。

可尝试通过平台进行技术赋能,农户主播及其普通农民主动学习、培训,促进二者的“互嵌式”发展,以不断深化数字技术与乡村电商和农村社会相融合,并需要建立准入审核机制,并严格制定和规范行为边界,改善用户交互体验[10]。

### 4.2. 系统性应对与建议

为实现上述“嵌入性”发展,需构建一个多元主体各司其职、协同发力的系统性应对机制。并通过乡村基层、政府与平台资本的“互嵌”、互助和互动的发展联合,加强乡村电商人才数字技能的培训、进行乡土创业文化培育、构建更加完善的利益分配体系、提升乡村数字化配套基础设施建设,以助力乡村电商助农的经济发展[11]。

首先,县域政府应当担当“主力军”角色,政策重心应从直接补贴流量转向系统性生态构建。核心在于培育公司和村集体产业主体,为其提供合法性支撑与初步启动的相关资源;进一步投资和建设关键性的公共基础设施,如产地加工厂、县域的物流体系等;以及牵头打造与运营地域公共品牌,制定维护品牌声誉的规则与标准。

其次,呼吁平台企业履行“社会性基础设施”责任。平台应认识到,积极健康的乡村电商生态是长远发展的基础。应积极探索设计“乡土友好型”的产品规则和体系,如为本土认证主体提供流量扶持、

开发适配集体经济的店铺工具、建立更公平的农产品类目佣金与合约体系等。此外，电商平台的数据能力可适度向乡村适度开放和倾斜，以助力农村直播农产品的生产和销售。最后，对乡村社区的内生能力的塑造。这将为乡村内部主动推进组织化与数字化变革提供动力，将传统的社会资本(如信任、互助网络)转化为现代市场的竞争力。这一关键在于培育一批具有乡土发展逻辑和具备现代市场意识的“新乡贤”或职业经理人，由他们牵头整合内部资源，以代表社区与外部市场进行平等有效的对话、合作。

迈向“嵌入式”的农村数字新经济，是一条从“输血”到“造血”、从“提取”到“滋养”的发展路径。它要求所有参与者重新理解技术与市场的社会意义。这最终目的不是创造一个被流量异化的乡村，而是借助数字技术让乡村在连接外面世界的同时，以更稳固的姿态深刻地锚定自身的价值与主体性，以实现社会效益与经济效益的有机统一。

## 5. 结语

农村电商直播的核心价值不在于制造多少个销售奇迹，而在于它能否成为激活乡村内生动力、重组乡村有限的资源、连接城乡平等对话的桥梁。文章主张“生态重构”的哲学内核是让技术、资本与市场回归乡村，并服务于乡村的整体性发展、实现共同富裕并助力乡村振兴[12]；而非让乡村被动适应和服从于一个异己的资本市场逻辑，唯有完成这场深刻的“再嵌入”，农村电商才能真正从一时的“助农热潮”，再度走向可持续发展的“兴农之道”。

## 参考文献

- [1] 农业农村部, 商务部. 2025 年中国农产品电商发展报告[EB/OL]. <https://www.100ec.cn/zt/ncpfz/>, 2026-02-06.
- [2] 法制日报, 张晨. 揭开虚假剧本背后的流量狂欢, 公安机关破获多起“卖惨”摆拍违法典型案例[EB/OL]. [https://m.gmw.cn/2025-02/27/content\\_1303980933.htm](https://m.gmw.cn/2025-02/27/content_1303980933.htm), 2026-02-06.
- [3] 刘欢. 数字经济视域下直播电商赋能乡村振兴策略研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 308): 113-116.
- [4] 覃艺萌, 鄢凡. 鲜花电商助农的实践路径与供应链优化研究——基于“斗南模式”的技术与运营创新分析[J]. 农业开发与装备, 2026(2): 139-141.
- [5] 欧明超, 汪早容. 乡村振兴背景下农村电商人才培养的困境及对策[J]. 农村经济与科技, 2025, 36(22): 224-227.
- [6] 韩晶晶. 直播电商赋能乡村产业振兴的路径策略[J]. 中国农村科技, 2024(8): 44-47.
- [7] 胡莱, 胡斌, 曹原豪. 直播电商赋能农村创业的作用机理——基于新质生产力视角的多案例研究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2024(6): 25-36.
- [8] 张慧. 嵌入性理论: 发展脉络、理论迁移与研究路径[J]. 社会科学动态, 2022(7): 14-25.
- [9] 吴义爽, 汪玲. 论经济行为和社会结构的互嵌性——兼评格兰诺维特的嵌入性理论[J]. 社会科学战线, 2010(12): 49-55.
- [10] 王平. 数字经济赋能农村电商直播的逻辑、困境与路径[J]. 农村·农业·农民, 2025(8): 27-30.
- [11] 刘惠良, 刘红峰, 尹少华. 直播电商平台赋能乡村产业振兴的作用机理研究——基于新质生产力视角[J/OL]. 安徽农业科学, 2025: 1-8. <https://link.cnki.net/urlid/34.1076.s.20251229.1542.002>, 2026-02-28.
- [12] 赵相宇, 石祥超. 网红经济下电商直播赋能乡村振兴的路径研究[J]. 现代商业研究, 2025(15): 13-15.