

AliExpress西语直播语用策略研究

陈小雨¹, 孙宇飞²

¹浙江越秀外国语学院西方语言学院, 浙江 绍兴

²萨拉曼卡大学语言文学学院, 西班牙 萨拉曼卡

收稿日期: 2026年8月10日; 录用日期: 2026年9月9日; 发布日期: 2026年9月22日

摘要

本文以AliExpress西语直播为研究对象, 考察本土主播在直播导购中的语用策略。研究选取墨西哥内容创作者The Geek Chronicles主持的两场公开视频, 以其中七个片段为核心语料, 结合言语行为理论和礼貌理论进行质性分析。从所选语料来看, 主播话语主要涉及表达、断言和指令等言语行为, 并体现出社群称呼、本土口语表达、断言范围限定和选择空间保留等礼貌表达方式。不同言语行为与礼貌表达方式在具体语境中的配合, 呈现出直播导购话语在互动关系调节、可信度呈现和行动引导方面的语用功能。

关键词

AliExpress, 西语直播, 语用策略, 言语行为, 礼貌策略

A Study of Pragmatic Strategies in Spanish-Language Livestreaming on AliExpress

Xiaoyu Chen¹, Yufei Sun²

¹Department of Euro-Languages, Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing Zhejiang

²Faculty of Philology, Salamanca University, Salamanca, Spain

Received: August 10, 2026; accepted: September 9, 2026; published: September 22, 2026

Abstract

This study examines the pragmatic strategies used by local hosts in Spanish-language livestream shopping on AliExpress. The study selects two publicly available livestreams hosted by the Mexican content creator The Geek Chronicles and analyzes seven excerpts as the core data through a qualitative approach based on speech act theory and politeness theory. Based on the selected data, the host's dis-

文章引用: 陈小雨, 孙宇飞. AliExpress 西语直播语用策略研究[J]. 现代语言学, 2026, 14(9): 585-590.

DOI: 10.12677/ml.2026.149958

course mainly involves expressive, assertive, and directive speech acts, and reflects politeness-related practices such as community-oriented forms of address, local colloquial expressions, qualification of assertions, and preservation of audience choice. The combination of different speech acts and politeness expressions in specific contexts demonstrates how livestream shopping discourse performs pragmatic functions related to interpersonal regulation, credibility presentation, and action guidance.

Keywords

AliExpress, Spanish-Language Livestreaming, Pragmatic Strategies, Speech Acts, Politeness Strategies

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

随着跨境电商业务的发展,面向西语消费者的直播实践也逐渐出现。相关报道显示,部分企业已在墨西哥城开展直播和海外仓配套业务,并由当地员工参与直播运营[1]。这一案例表明,面向西语消费者的直播可以结合本地化运营模式,由本地主播直接面向当地消费者开展商品推介。

直播电商将商品介绍、即时互动和购买引导纳入同一交际过程。在跨境直播中,本土主播不仅要说明商品与优惠信息,还要回应观众疑问、作出评价,并在平台与当地观众之间协调信息。在这一过程中,称呼、评价、信息说明和购买指令等话语既承担信息传递功能,也参与主播与观众之间的关系建构,并可能进一步指向购买行动。因此,本土主播如何通过不同话语表达兼顾关系建构、信任维护与购买引导,构成了值得考察的语用问题。

早期直播电商研究多关注商业模式、主播特征和消费行为,近年来,语言使用逐渐进入研究视野。现有研究主要关注话语策略、说服方式与语言风格,采用话语分析、语用分析、实验及回归分析等方法,语料多取自淘宝等中文直播平台(Liu等, 2024)[2]。从语言研究来看,相关成果大致形成两条路径。一类关注直播话语的互动特征。Huang等[3]指出,时间限制、实时互动和视频传播使直播导购形成了区别于传统广告的劝说方式。Shi和Dou[4]通过问候、分享、推荐、购买刺激和实时问答等语步,说明关系维护与交易推进交织于直播过程;Liu和Cheng[5]也注意到观众称呼、提问和指令的互动功能。另一类研究以言语行为理论为基础。Xiao[6]分析了直接与间接话语策略,Chen等[7]、Liu等[8]和Ma等[9]则考察不同言语行为与购买行为的关系。相关研究结论并不一致,表明直播话语的功能及其效果需要结合具体交际语境加以考察。

总体来看,既有研究已从互动特征和言语行为等角度揭示了直播话语在信息传递、关系维护和行动引导中的作用,但研究对象仍主要集中于中文直播平台。基于此,本文着眼于西班牙语直播语境,选取两场AliExpress西语直播作为探索性个案,从言语行为与礼貌策略两个层面考察直播导购中的语用策略。本文将语用策略界定为主播为实现特定交际目的而对言语行为及礼貌表达方式进行选择 and 组合的方式,重点分析其在关系建构、信任维护和购买引导中的具体表现。

2. 理论基础与研究设计

2.1. 言语行为理论与礼貌理论

言语行为理论将话语视为在特定语境中实施的交际行动。Searle[10]依据言外行为的目的等标准,将

言语行为分为断言、指令、承诺、表达和宣告五类。结合直播导购的语境特点, 本文主要考察断言、指令和表达三类言语行为, 并依据其言外目的及具体语境进行分类。具体判断不以句法形式为唯一依据, 而是结合上下文考察话语实际实施的交际行动。

直播导购中的推荐和指令具有较强的行动导向, 在推动观众作出购买决策的同时, 也会影响主播与观众之间的关系。Brown 和 Levinson [11] 的礼貌理论为分析这一关系层面提供了依据。该理论区分积极面子与消极面子: 前者指个体希望得到认同和接纳, 后者指个体希望保持行动自由。共同体称呼、兴趣认同等积极礼貌策略有助于缩短交际距离; 限制断言范围、降低表达强度或为观众保留选择空间, 则可以减轻话语对其自主性的干预。因此, 在直播导购语境中, 礼貌策略并非一般意义上的客套表达, 而是主播协调人际关系与行动引导的重要语言手段。

基于上述理论, 本文首先依据具体语境判断主播话语所实施的言语行为, 在此基础上进一步考察相关表达所采用的积极礼貌或消极礼貌策略。前者用于识别主播通过话语实施何种交际行动, 后者则用于解释这些行动如何在具体表达中调节交际距离与促购压力。二者结合, 构成本文分析直播导购语用策略的两个主要维度, 即从行动功能与关系调节两个层面考察主播如何组织和调整导购话语。

2.2. 语料来源与研究方法

本文选取墨西哥内容创作者 The Geek Chronicles 主持的两场 AliExpress 西语直播作为研究语料, 即 Summer Sale 直播[12]和 Hot Sale 直播[13]。两场视频均发布于 YouTube, 总时长约 3 小时 8 分钟, 内容包括商品介绍、优惠说明、购买建议和对观众留言的回应。本文考察的是 AliExpress 面向西语市场的当地直播导购话语实践, 而非中国主播的西语表达。

研究从两场直播中选取七个具有代表性的直播片段, 编号为 A1、A2、A3、B1、B2、B3 和 B4。片段筛选依据包括三个方面: 一是话语内容具有相对完整的语境, 能够呈现主播与观众之间的互动过程; 二是包含与研究问题相关的言语行为, 如关系互动、商品评价、信息说明或购买引导; 三是能够体现不同礼貌策略的具体表达形式。所选片段均进行了语料转写, 并结合视频语境进行整理。

语料分析按照“言语行为识别-礼貌策略分析-语用功能解释”的步骤展开。首先结合具体语境判断主要言语行为类型, 其次分析相关表达所体现的礼貌策略, 最后结合直播情境考察其在关系维护、信任建构和购买引导中的具体作用。

3. 语料分析

3.1. 互动关系建构中的积极礼貌表达

A1: “Hola a toda la comunidad.” (大家好, 社群里的各位。) “Hola.” “ya llegué.” “holaaaa.” (“你好。” “我来了。” “你——好。”)

“Hola, hola, amigo, ¿qué tal?” (你好, 你好, 朋友, 最近怎么样?)

A1 中, 主播以 “comunidad” 这一社群称呼将分散的观看者纳入同一群体。观众随后发出问候, 主播则以 “amigo” (朋友) 直接回应, 形成由观众问候和主播回应构成的互动序列, 而非单向的开场套语。从言语行为来看, A1 中的问候及回应主要属于表达行为, 其主要功能是建立和维持与观众的互动关系。这种社群称呼与个别回应有助于缩短双方的社会距离, 并为后续商品介绍建立互动基础。

B1: “El Batman Arkham de esa compañía no tiene madre. Sí.” (那家公司推出的 Batman Arkham 太棒了, 真的。)

B1 中的 “no tiene madre” 是墨西哥口语, 在此表示高度赞赏。这一评价性断言采用当地受众熟悉的口语表达, 在强化积极评价的同时, 也使商品介绍更接近日常的兴趣交流。

A1 和 B1 所实施的言语行为不同, 但都体现了积极礼貌策略。A1 通过问候与回应建立互动关系, B1 则通过本土口语评价增强表达的亲近感。二者本身并不直接实施购买指令, 而是通过缩短主播与观众之间的社会距离, 为后续商品推荐和行动引导提供互动条件。

3.2. 断言行为中的限定表达与信息修正

A2: “No te voy a mentir.” (我不骗你。)

A2 中, 主播在评价 AliExpress 卖家质量时, 先以 “No te voy a mentir” 表明坦诚态度, 随后承认平台购物可能出现的问题, 并提到自己购买的树脂商品曾因包装不当而破损。该片段以断言行为为主, 主播通过陈述负面购物经验和卖家差异, 将风险信息纳入商品评价之中。随后, 他说明推荐前会考察卖家信誉和自身购买经验, 从而将风险告知与筛选建议联系起来。这种表达没有回避可能影响购买判断的负面信息, 而是通过说明相关风险和推荐依据限定断言的范围, 使商品推荐保持一定的审慎性。

B3: “Sí, tengo conocidos que han comprado. Personalmente no lo he hecho con Hot Toys, pero yo digo que es buena opción.” (是的, 我认识买过的人。我本人没有买过 Hot Toys, 但我觉得这是一个不错的选择。)

B3 同样以断言行为为主, 但主播主动限定了断言的经验依据。他先说明自己认识有相关购买经验的人, 随后明确表示本人没有亲自购买, 由此区分间接信息与直接经验, 避免观众将其推荐理解为亲身使用后的结论。最后的评价仍保留个人判断的性质, 并未构成保证, 也为观众进一步核实和选择留下了空间。

B4: “Los códigos de Hot Sale son solo para México, pero los enlaces de productos tienen un precio exclusivo; se puede comprar a nivel global.” (Hot Sale 优惠码仅限墨西哥使用, 但商品链接设有专属价格, 全球范围内都可以购买。)

B4 则通过修正和补充此前信息, 对优惠码和专属价格链接的适用范围重新作出说明。主播区分 “优惠码仅限墨西哥” 与 “专属价格链接可面向全球购买” 两个适用范围, 并说明修正信息来自中国团队。公开承认原有理解与最新信息不一致, 可能使主播承受短暂的面子压力, 但及时修正可以避免观众依据错误信息作出判断, 同时使观众能够了解修正信息的来源。

三个片段均以断言行为为主, 但分别通过风险告知、经验范围限定和信息修正控制断言的范围与强度。主播没有作出绝对化承诺, 而是通过限定信息依据、明确适用范围和及时更正, 为观众保留核实信息和自主判断的空间。这种审慎表达有助于提高信息的透明度, 并体现出主播在商业推荐过程中对信息责任和表达强度的调节。

3.3. 指令行为中的购买行动引导

A3: “Corran, corran, corran.” (快去, 快去, 快去。)

“Chéquenlos, chéquenlos acá abajo a la derecha. Si no les funcionan los de la derecha, intenten los de la izquierda.” (看看这些优惠码, 就在右下方。如果右边的不能用, 就试试左边的。)

A3 中, “corran” 属于直接的指令行为, 要求观众立即采取行动, 三次重复进一步强化了行动的紧迫性。此前, 主播已经说明优惠码可以使用, 并通过 “chéquenlos” (查看这些优惠码) 和 “intenten” (尝试) 进一步引导观众查看优惠码及尝试不同选项。连续使用命令式明确了主播所期待的行动, 而对优惠码位置和使用方式的说明则为观众提供了具体的操作信息。因此, 这里的直接指令并非孤立出现, 而是与优惠信息和操作说明共同构成购买引导。

B2: “Usen los enlaces exclusivos para obtener descuentos especiales disponibles solo durante la transmisión en vivo.” (请使用专属链接获取特别折扣, 这些折扣仅在直播期间有效。)

B2 中的购买引导由指令行为与断言行为共同完成。“usen”(使用)直接要求观众使用专属链接,后半句则说明使用链接能够获得的优惠及其适用期限。随后,主播回应观众关于 Catwoman 使用优惠券后价格的提问,给出当前价格并与此前价格进行比较。这些折扣条件和价格信息对指令形成补充,使观众不仅获得行动要求,也能够了解采取该行动的条件和可能收益。

A3 和 B2 均包含明确的指令行为,但行动引导的话语方式有所不同。A3 通过命令式和重复强化行动的即时性,B2 则将直接指令与优惠条件、价格等信息说明结合起来。由此可见,所选直播中的购买引导并不完全依赖直接命令,而是可以由指令行为与说明性断言共同构成:前者提出具体行动要求,后者提供相关条件和收益信息,在增强行动导向的同时,也为观众的判断提供信息依据。

4. 结论

本文以两场 AliExpress 西语直播中的七个片段为语料,从言语行为与礼貌策略两个层面考察墨西哥本土主播直播导购话语的设计及其语用功能。从所考察语料来看,表达、断言和指令行为在直播导购中承担不同的交际功能。表达行为主要通过问候和回应,在话语中建构与观众的互动关系;断言行为不仅用于商品评价、风险告知、经验说明和信息修正,还通过限定经验范围、说明信息依据和明确适用范围,呈现出表达的审慎性;指令行为则将互动导向查看优惠、使用链接等具体行动。与此同时,积极礼貌策略通过社群称呼、本土口语表达等方式调节主播与观众之间的交际距离,而对断言范围、信息依据和观众选择空间的控制,则体现出主播对促购话语强度的调节方式。

上述发现与既有研究关于直播中互动关系与交易推进相互交织的认识基本一致,也说明在本文所考察的西语直播语境中,言语行为的功能需要结合礼貌表达及具体互动语境加以理解。总体来看,AliExpress 西语直播中的语用策略并非单一的话语形式,而是通过不同言语行为和礼貌表达方式的组合,体现出互动关系协调、可信度呈现和行动导向等语用功能。

本研究属于探索性个案分析,研究结论的解释范围主要限于所选案例。同时,本文考察的是相关话语在具体语境中可能实现的语用功能,不能据此推断观众是否实际产生信任、购买意愿或购买行为。后续研究可扩大主播、平台及西语地区的语料范围,并结合观众互动数据,进一步考察言语行为、礼貌策略及其语用功能。

基金项目

2023 浙江省教育厅一般科研项目《跨文化交际视角下西班牙语跨境电商直播的语用问题研究》(Y202353231)。

参考文献

- [1] 陈威华, 张拓, 吴昊. 记者手记|“中国式购物”走红拉美[EB/OL]. 中国一带一路网. <https://www.yidaiyilu.gov.cn/p/01MFL16K.html>, 2026-05-17.
- [2] Liu, Z.X., Yap, T.T., Zhang, X.Y. and Sinayah, M. (2024) What Do We Know about E-Commerce Live Streaming Discourse from Five Years of Research? A Systematic Review (2019-2023). *Forum for Linguistic Studies*, 6, 767-784. <https://doi.org/10.30564/fls.v6i6.7520>
- [3] Huang, H.Y., Blommaert, J. and Van Praet, E. (2020) “OH MY GOD! BUY IT!” A Multimodal Discourse Analysis of the Discursive Strategies Used by Chinese Ecommerce Live-Streamer Austin Li. In: Stephanidis, C., et al., Eds., *Lecture Notes in Computer Science*, Springer International Publishing, 305-327. https://doi.org/10.1007/978-3-030-60152-2_24
- [4] Shi, X.S. and Dou, H.Q. (2023) How Broadcasters Enhance Rapport with Viewers in Live Streaming Commerce. *Pragmatics. Quarterly Publication of the International Pragmatics Association (IPrA)*, 33, 592-617. <https://doi.org/10.1075/prag.22009.shi>
- [5] Liu, Q. and Cheng, W. (2025) “I’m Telling You”: The Use of Interactional Metadiscourse in Chinese Live Streaming

-
- Commerce. *Journal of Pragmatics*, **237**, 14-29. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2025.01.001>
- [6] Xiao, D.H. (2023) An Analysis of Direct and Indirect Speech Strategies of Chinese E-Commerce Anchors' Language in Selling Goods. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, **6**, 144-149. <https://doi.org/10.32996/ijllt.2023.6.3.16>
- [7] Chen, A.H., Zhang, Y.N., Liu, Y.T. and Lu, Y.B. (2023) Be a Good Speaker in Livestream Shopping: A Speech Act Theory Perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, **61**, Article 101301. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101301>
- [8] Liu, L., Fang, J.M., Yang, L., Han, L.T., Hossin, M.A. and Wen, C. (2023) The Power of Talk: Exploring the Effects of Streamers' Linguistic Styles on Sales Performance in B2B Livestreaming Commerce. *Information Processing & Management*, **60**, Article 103259. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103259>
- [9] Ma, X.Y., Ren, J.W., Lang, X.P., Yang, Z.Y. and Li, T.S. (2024) The Influence of Live Video Hosts' Speech Act on Purchase Behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, **81**, Article 103984. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103984>
- [10] Searle, J.R. (1976) A Classification of Illocutionary Acts. *Language in Society*, **5**, 1-23. <https://doi.org/10.1017/s0047404500006837>
- [11] Brown, P., Levinson, S.C. and Gumperz, J.J. (1987) *Politeness*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511813085>
- [12] The Geek Chronicles (2026) CÓDIGOS DE DESCUENTO y Live shopping de aliexpress y The Geek Chronicles Summer Sale 2026. <https://www.youtube.com/watch?v=U14f44EqxFs>
- [13] The Geek Chronicles (2026) HOT SALE EN ALIEXPRESS! Descuentos y códigos EXCLUSIVOS! <https://www.youtube.com/watch?v=S0C7UHkeCWw>