

网络联结与在地发展：乡村直播中生产要素 与商品的流动效应

吴雨妹 李东晓

摘要：伴随直播经济的快速发展，许多以“直播带货”为主营业务的乡村相关产业不断涌现，并形成产业集聚。这一过程促进了信息、人员、资金等要素和商品的系统性流动，强化了乡村与外部社会的联结。本文从经济学视角出发，结合社会学中的“网络社会”“流动空间”理论，并引入“新流动性范式”，以江苏省连云港市海头镇的海鲜直播带货为例，深入探讨乡村直播中生产要素与商品的流动机制及其效应。研究发现，移动通信技术和直播平台所具备的“场景化”信息传输能力，在一定程度上弥补了乡村资源禀赋与对外传播能力的不足，为农产品销售提供了有力支持，促进了信息的有效流动，并推动了商品流、物流的协同发展，进而带动了其他生产要素的流动。在直播平台的运行过程中，“线上”“线下”实现了紧密连接与协同，使乡村与外部社会形成了系统性、结构优化的双向流动格局。借助直播经济的流动空间，乡村突破了传统交易的时空限制，重塑了生产要素的流通模式和商业发展的空间布局，同时加强了乡村与市场的网络联结。直播带来的流动效应，使村民能够在本地生活的同时，获取外部资源并深度参与市场经济。乡村作为流动空间的节点，凭借自身的主体性，逐渐形成“超地域”产业链网络的延伸，在全国乃至全球的网络联结中统筹商品与生产要素的供应与配置，以此应对平台逻辑的支配，实现自身的可持续发展。这一基于流动性的乡村发展机制，对于促进乡村产业升级和社会稳定繁荣有重要启示意义。

关键词：要素流动 直播村 直播平台 网络联结 乡村发展

中图分类号：C915; F32; F49 **文献标识码：**A

一、问题的提出

生产要素与商品的流动是区域经济发展的基础(张辽, 2013; 陈奕山, 2020; 崔光野和梁嘉, 2021), 也是地方社会繁荣稳定的条件。党的二十届三中全会指出, 构建高水平社会主义市场经济体制需要“推动生产要素畅通流动、各类资源高效配置”, 完善城乡融合发展体制机制则要求“促进城乡要素平等

【作者信息】 吴雨妹, 华东师范大学社会发展学院, 电子邮箱: 1558225315@qq.com; 李东晓(通讯作者), 布鲁塞尔自由大学传播学系(imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel), 电子邮箱: dongxiao.li@vub.be。

交换、双向流动，缩小城乡差别，促进城乡共同繁荣发展”^①，凸显城乡要素双向流动已成为重要的时代命题。中国乡村发展面临一系列突出问题：乡村难以联结外部空间（邱泽奇等，2016），要素收益率低下，要素流入不足，产业发展缓慢，产品附加值低，市场流通受限（朱启臻，2018；陈奕山，2020）；村民难以“在地”获取足够的经济收益，乡村人口不断流出，进而导致人地分离和乡村“空心化”（李小建等，2021；马良灿和康宇兰，2022）。因此，提升乡村产业发展水平，强化农民增收举措，增强乡村的外部联结以及村民的在地发展，成为亟待研究的重要议题。

伴随互联网、通信技术和物联网的快速发展，社会的“流动性”不断加速与拓展。通信技术加速了信息和数据等要素在“线上”网络的流动，而“线下”网络中商品、人员、资本等要素的流动性也随之增强，这形成了以流动空间为特征的网络社会（Castells, 1996；郑中玉和何明升，2004；罗震东等，2024）。对乡村而言，利用互联网信息和媒体技术加强与外部的联结，增强“乡村流动性”——实现乡村与外部社会生产要素与商品的系统性流动，使乡村发展成为更加开放的节点，参与市场的生产与交换——无疑是促进乡村经济与社会发展的重要路径（Zhang et al., 2018）。中国政府高度重视互联网经济为乡村发展带来的机遇。2024年中央“一号文件”提出发展乡村土特产网络销售、推动农村流通高质量发展等内容，这些举措着眼于增强乡村流动性、强化乡村与外部的联结，体现了政策对提升乡村产业发展水平的支持。

在过往的3G网络时代，电商对农业生产要素配置、农产品流通和乡村产业发展的促进作用尚未充分显现。当时，大部分乡村的网络基础设施薄弱，村民营销能力有限，推广渠道较少（聂召英和王伊欢，2021）。网络传输能力的不足，使得农产品的形态和品质难以直观地展现给消费者，这导致订单转化率较低（邵占鹏，2019）。农产品销售过度依赖中间商和电商平台的推广能力，品牌效益不佳，利润空间有限，乡村因此难以吸引外部要素的流入，使得乡村流动性依然严重不足。

移动4G、5G技术的全面发展带来了全媒体信息的高效传输，手机直播作为一种便捷、即时、全景式互动的线上信息交流方式，推动了营销产业的迅猛发展。手机直播通过场景化功能，解决了传统电商产业中农产品展示效果不佳的问题，使农产品可以通过现场展演直接影响消费者，取得了飞跃式的销售效果（王慧，2021）。许多乡村在技术全面发展的背景下，基于原有产业，发展成为“直播村”，涉及的电商平台包括快手、抖音、微信视频号等^②。截至2022年，国内共有超过500万个乡村直播网店^③。借助直播，乡村场景信息、农民生产信息以及农产品信息可以直接传递给消费者，多元、即时、

^①《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》，https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm?menuid=104。

^②本研究所关注的“直播村”聚焦于农产品产地、集散地或加工地，是指依托于原有的乡村资源，满足直播带货的“人”“货”“场”要求而集聚形成的具有一定实体空间的“专业村”。而乡村直播则指主播依托乡村场景、农民形象和农产品特征，进行叙事与带货的群体行为。除直播售卖农副产品外，中国部分制造业村、（非农）商品集散村和旅游村也在进行工业成品带货或旅游资源推广等群体直播实践，本文暂不讨论这些类型的直播村。

^③资料来源：《2023中国农产品电商发展报告》，<https://13115299.s21i.faiusr.com/61/1/ABUIABA9GAAGpfzPoQYowenb6AE.pdf>。

通畅的信息流促进了生产要素和商品的流动 (Zhang et al., 2018)，推动了乡村融入全国乃至全球的生产与交换网络。各种生产要素回流乡村并得到在地组织 (陈奕山, 2020)，有助于推动乡村产业和社会的发展。在这一趋势下，2024 年中央“一号文件”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。可见，国家层面也将发展乡村直播电商视为推动乡村产业发展的重要举措。

“直播村”的直播实践及其发展过程，成为观察生产要素流动、农产品流通、乡村产业与社会发展的重要窗口，也为实现乡村跨越式发展提供了借鉴参考。当前，互联网经济带来的各类流动、网络联结与关系再造，已成为社会研究的重要议题 (郑中玉和何明升, 2004; 邱泽奇, 2019; 熊万胜和严子泳, 2024)，学者日益认识到地方社会逐渐发展为由要素流动和关系网络构成的空间结构 (Castells, 1996; 吴越菲, 2019a)。然而，目前关于直播等互联网经济中流动性的研究多侧重于经济学角度，主要考察生产要素在产业链条或城乡之间的优化配置 (陈晓东等, 2022; 张添洋等, 2024)，抑或关注商品的流通效率 (崔光野和梁嘉, 2021; 王慧, 2021)。从社会学视角出发，探讨“直播村”发展过程中互动关系和网络联结的研究仍较为稀缺。

为此，本研究试图以国内典型的直播带货村群体——江苏省连云港市海头镇的多个直播村为例，结合经济学相关视角，运用社会学的“流动性”理论，从经济与社会两个层面考察直播经济中的乡村流动性问题。具体而言，本文将探讨以下问题：首先，直播经济如何促进乡村生产要素与商品的系统性流动？其次，这种流动性的增强如何拓展乡村的网络联结，使其嵌入外部网络结构？最后，乡村的外部网络联结如何进一步促进市场对接、延伸产业链，从而实现村民的在地发展？

二、理论分析：从生产要素与商品的流动到乡村与外部的网络联结

(一) 经济学理论：要素流动与产业发展

乡村直播首先是一种经济行为。在经济学中，对“流动性”的关注主要集中于生产要素在区域、城乡和产业之间的流动，以及商品与服务的流通。一般而言，生产要素包括资源 (如土地等)、人力、资金和企业家才能 (如管理等)，这些都是支撑商品与服务生产流通的基础性要素。随着产业革命的不断升级，技术和数据信息的重要性日益提升，二者也被视为广义的生产要素 (何玉长和王伟, 2021)。生产要素会随着收益率的变化而发生流动。其所创造的商品和服务的价值越高、流动速率越快，要素收益率也会随之提升，从而带来新一轮的要素流入，推动产业发展 (张辽, 2013)。然而，乡村通常在产业和区域发展方面处于劣势，乡村商品与服务价值偏低，流通性差，这导致乡村要素收益率低，净流入不足，流动性相对匮乏 (张添洋等, 2024)。因此，乡村亟须变革性的经济条件以注入活力，而乡村直播有望成为这一推动力。

值得注意的是，要素流动与商品流通、产业发展之间并非简单的因果关系，也非时间上确定的相继关系，而应是互为因果、互相促进、协同发展的关系 (张辽, 2013)。商品和服务的增值，固然需要多种生产要素的支持，但并不总是依赖于所有要素的充分发展和平均用力。换言之，某类或某几类生产要素的发展与运用，也可以带来商品的增值与流通，进而推动其他要素的流入和产业的发展，促使流动性进一步增强，从而实现良性循环 (何玉长和王伟, 2021; 张添洋等, 2024)。在乡村直播中，

互联网技术和数据信息作为新兴生产要素，通过场景化的、全形态的产品展示方式和实时互动的交流形式，有效结合乡村现有的资源型要素（如土地、景观资源、农产品等），为农产品营销带来了飞跃式的发展。乡村直播促进了农产品的流通和附加值的提升，并在直播平台组织的网络联结中带来资金、人员、管理等生产要素的流入，促进了乡村产业链的发展和完善，进而进一步推动商品流通和要素流动，形成良性互动（崔光野和梁嘉，2021）。

已有研究指出，在区域经济发展的过程中，有必要将要素流动和产业发展视作一个完整的、相互影响的链条，考察其中的系统结构和互动关系（张辽，2013）。尤其是在乡村直播的实践中，要素流动与乡村结构、村民的主体性实践密不可分，并对乡村结构和村民的主体性产生影响。这提示研究者，在利用经济学理论考察要素与商品流动机制的基础上，应采用更为综合和结构化的社会学视角，将乡村直播置于网络社会的流动空间中，探讨乡村直播中蕴含的流动规律和网络联结，并关注其带来的社会性变化（吴越菲，2019b）。

（二）社会学理论：“网络社会”“流动空间”“新流动性范式”及其发展

20世纪90年代，面对信息技术的发展，新马克思主义社会学家卡斯特（Manuel Castells）提出了“网络社会”（network society）与“流动空间”（space of flows）的概念，这些思想得到了中国学者的引介和阐述。“网络”可理解为“一组相互连接的节点（nodes）”，“网络社会”则指社会呈现为网络状的组织形式（Castells, 1996）。信息技术通过信息流促进更多节点之间的连通和要素流动（邱泽奇，2019），拓展了网络联结的空间尺度，最终形成了网络社会（Castells, 1996；郑中玉和何明升，2004）。与此同时，信息技术推动下的流动实践构建了超越传统地理空间的新空间形式——流动空间，它以特定地点（place）作为节点，通过信息流动支配和组织地方的功能性联结（Castells, 1996），其中具体的联结方式与结构便是流动网络。随着网络中节点间时空限制的不断突破，生产要素和商品在流动空间中得以优化配置与迅速传递（郑中玉和何明升，2004）。在流动空间中，处于中心位置的节点掌握更多权力，能够参与并整合更多的协作关系（Castells, 1996）。

同时，卡斯特从历史唯物主义出发，强调流动空间的物质性基础，包括物质性的行动主体、通信与交通设施以及地方节点等。这些物质性基础支撑了网络社会中的流动空间，并与之形成互动关系（Castells, 1996；牛俊伟，2014）。中国学者结合中国的现实情境，对流动空间的物质性基础进行了进一步分析。具体而言，在流动空间中，线上信息流动可以促进商品流通和技术、资金、人员等要素的流动。同时，各种要素的流动规模与整合效率依赖于各行动主体和产业环节在线下地方节点的有效集中与协作（牛俊伟，2014；罗震东等，2024；熊万胜和严子泳，2024）。流动空间具有线上与线下交互整合的特征，生产要素的再结构化与在地集聚均与流动空间的物质性基础密切相关（罗震东等，2024；熊万胜和严子泳，2024）。在直播经济中，直播平台将涵盖全国范围的流动空间作为组织“超地域”对接与交换的场所，并整合纳入的物质性地方节点（如乡村），力图使这些节点发挥直播经济体系所要求的功能，满足平台的相关要求。主播等各种从业者集聚在具体地点及其延伸的产业链网络中，依托信息流动实现的全国性市场，参与流动空间范围内的要素流动和经济生产（吴越菲，2019a；熊万胜和严子泳，2024）。

21 世纪初, Mimi Sheller 和 John Urry 等在“网络社会”概念的基础上, 提出了“新流动性范式”(the mobilities paradigm)。他们呼吁社会学研究进行“流动转向”, 将“流动”视为联结社会网络的关键性因素, 倡导从系统的整合性视角研究流动与社会运行的关系(Sheller and Urry, 2006; 朱璇等, 2017)。国内外相关学者逐渐将各类流动及其关系网络作为研究重点, 探究流动引发的要素再结构化、社会差异、人际互动与人地关系变迁等问题(孙九霞等, 2016; 林聚任等, 2021; 刘英和石雨晨, 2021; 王鑫和崔思雨, 2023)。

“新流动性范式”比“流动空间”理论更进一步, 它将研究从对流动网络地方节点的考察延伸至“人”本身, 提出了“网络资本”(network capital)概念。“网络资本”指个人或群体产生和维持远距离社会关系的资源和条件(Urry, 2007; 熊伟等, 2022; 王鑫和崔思雨, 2023)。网络资本的强化有助于相关人员在流动空间中实现商品、信息等的远距离流动与网络联结, 而生产要素的流入则进一步增强了相关人员的网络资本, 提升其主体地位和能力(吴越菲, 2019a)。对“网络资本”的关注有助于理解乡村地域范围内直播实践中的人(群)如何借助流动效应, 拓展乡村的生产交换网络和产业链条。在直播经济运行的流动空间中, 村民群体通过掌握网络资本, 能够突破地理和社会的边界获取资源并实现关系联结, 成为各种流动网络的转接中枢, 进而实现在地发展(熊伟等, 2022; 王鑫和崔思雨, 2023), 并有望实现更符合唯物史观要求的、基于村民主体性的乡村振兴目标(张慧鹏, 2022)。

国内学者对城乡要素流动的研究, 进一步推动了上述理论与乡村研究的结合。例如, 有研究通过对“(特)大城市周边乡村”“县域城乡关系”“小城镇”等的考察, 探索在“区域”网络联结下, 要素流动和产业融合如何驱动村民的在地发展和地方市场的生成(王相华, 2021; 吴重庆, 2021)。另有研究呈现了在互联网、交通设施、现代化物流共同作用下, 全国性流动空间对乡村的吸纳与整合, 以及对地方层面的空间响应, 阐释了乡村的外部关联与要素流动(熊万胜和严子泳, 2024; 罗震东等, 2024)。还有学者在与流动性理论的对话过程中, 探讨了“关系性的乡村”, 强调突破囿于“地点”的研究取向, 在更大的网络范畴中考察乡村的嵌入性与关联性, 理解要素流动与关系网络对乡村空间的塑造与建构, 分析多重空间尺度的资源交互与协作(吴越菲, 2019b)。上述研究从“地理上邻近的外部联结”到“突破区域限制的全国性网络”, 再到对“乡村空间结构的反思”, 逐步将乡村置于一个更加开放的流动空间并对其进行考察。这些研究遵循马克思主义视角, 从本土出发, 在关注乡村流动性的物质基础与实践基础上, 探讨网络联结下的生产关系和乡村发展的主体性, 以此呈现乡村空间与外部流动空间的互动关系(吴越菲, 2019a)。

“网络社会”“流动空间”“新流动性范式”及其在中国的发展, 为研究乡村直播经济提供了重要的观察视角。该视角将乡村直播定位于由相关生产要素与商品的流动所建构的网络及其空间。信息要素、商品和各种生产要素的流动互相促进, 实现了地方(乡村)与外部流动空间的联结, 使乡村成为不断拓展的“超地域”网络节点, 从而推动人的在地发展(吴越菲, 2019b)。

(三) 理论选择与分析框架

社会学的流动性理论所考察的流动主体丰富多元, 不仅包含人、物体、资本、信息、技术的流动, 还涵盖了影像、声音等信号的流动, 甚至包括想象、象征等符号的流动(Castells, 1996; Urry, 2000;

林聚任等, 2021), 并重点关注各种流动主体之间的互动与网络关系。因此, 在分析和解释乡村直播这一包含多种实践主体(直播产业链条中的不同环节)、依托丰富的场景化信息传输(包括商品信息和展演的符号信息等)、涉及各种商品与生产要素的复杂流动系统时, 流动性理论具有较强的适用性, 有利于体现生产要素与商品流动过程中的系统性和结构性特征。同时, 经济学对生产要素与商品流动过程和条件的考察, 也日益强调要素的空间布局以及与产业链相关的生产协作网络的重要性(中国社会科学院工业经济研究所课题组, 2021), 这与社会学流动性理论中的“空间整合”“网络联结”相暗合, 为学科对话提供了契合点。此外, “新流动性范式”将“人”作为流动空间中各种关系网络的转接中枢, 这与经济学研究中直接关注生产要素流动与商品流通的范式不同, 社会学流动性理论从人的直播实践出发, 梳理与之关联的要素流动与商品流通, 更能揭示乡村振兴中村民的发展自主性与内驱力。

因此, 在借助经济学理论理解生产要素与商品流动现象的基础上, 本文主要采用社会学理论, 在“网络社会”和“流动空间”理论的基础上叠加“新流动性范式”视角, 考察乡村直播所实现的“流动性”。在本文中, 乡村直播所实现的“流动性”更多指向一种高效充分的流动状态, 即生产要素与商品通过当地村民的直播实践, 在直播平台组织的网络社会与流动空间中实现的“超地域”、系统性和有组织的流动^①。对这一流动性的考察, 在重视生产要素流动和农产品流通高质量发展的同时, 探讨乡村在更大范畴网络社会中的联结。关注技术发展下网络关系与流动空间对乡村可持续发展的助益(吴越菲, 2019b), 以及不同空间层面资源的统筹与整合(吴越菲, 2019a), 具有重要的理论与现实意义。

综上所述, 本文遵循从流动现象到网络结构、从经济行为到社会联结的逻辑, 形成了“乡村直播带来的流动—平台组织下的流动系统化—网络联结下的流动效应”的分析框架(见图1), 以此分析乡村直播所蕴含的系统性流动与网络联结。首先, 在介绍目标村(镇)的资源禀赋与既有要素流动情况的基础上, 尝试回答第一个问题: 直播如何促进生产要素和商品的流动。该部分内容借助经济学的要素流动理论, 并结合流动空间理论对“线上”“线下”交互、整合的强调, 从“线上”商品信息流动和“线下”商品实体流动两个方面, 阐释信息流如何统合商品流、物流以及生产要素的流动, 并揭示这一流动系统的实现机制。其次, 本文逐步进入第二个研究问题: 流动过程中平台组织逻辑对乡村节点的整合以及网络联结的实现。总结直播经济体系中乡村与外部商品交易网络联结的达成过程, 分析这一网络联结的赋能价值及其进一步发展的空间。最后, 本文借助“网络资本”概念和流动的网络联结功能, 探讨第三个问题: 网络联结下的流动效应。从“人的在地发展与市场联合”“网络拓展与产业链延伸”两方面, 刻画直播经济驱动下的市场拓展与产业链延伸, 总结基于乡村主体性的网络联结的拓展经验, 解释乡村构建“超地域”产业链网络主体性发展的趋向, 展示流动空间对地方的整合效果, 以及乡村参与并拓展直播产业链多重网络的进程。

^①本文在对流动与流动性理论的引介中, 使用了 mobile、mobility、flow、fluidity 和 movement 等英文词汇, 这些词汇为原作者表述的差异, 在本文所指的“流动性”这一概念范畴内, 具有同样的含义。

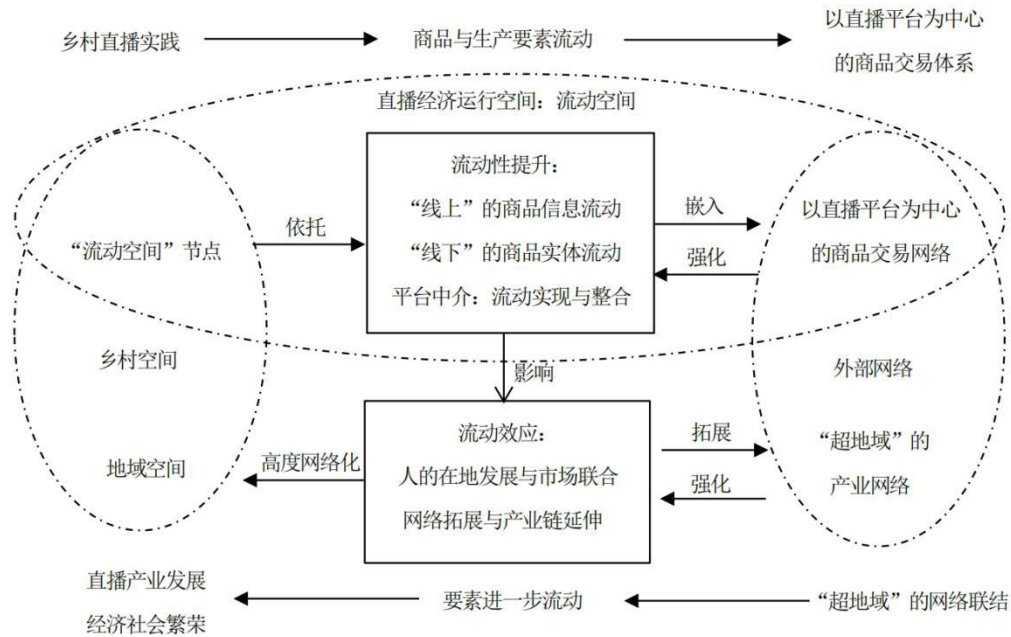


图1 “乡村直播带来的流动—平台组织下的流动系统化—网络联结下的流动效应”的分析框架

三、案例介绍和典型事实

(一) 案例介绍

本文选择江苏省连云港市赣榆区海头镇作为案例，分析乡村直播中各种要素的系统性流动及其效应。在使用案例研究法时，应选择能够有力且正面反映研究现象的典型个案（Yin, 1994）。海头镇的几个乡村作为中国直播村的典型和先进代表，经历了直播电商带来的流动性提升，实现了产业发展和村民在地发展。该镇的直播产业链相对完整，村民广泛且深度参与从主播到各种配套产业的直播实践，过程中积累了大量的实践经验和信息数据，适宜作为本研究的典型案例。

海头镇是国内较早引入直播方式并形成直播产业的地区，连续多年获评中国“淘宝镇”，并被誉为“中国海鲜电商第一镇”。该镇拥有三个省级农村电子商务示范村，分别为海前村、海后村和大兴庄村，并通过“特色农产品+直播+产业”的发展模式，形成包括海前村、海脐村、海后村等11个行政村在内的海鲜电商产业带。

海头镇位于黄海岸边、海州湾畔，拥有11.6千米长的海岸线和一个国家级中心渔港——海头渔港。全镇行政区域面积84平方千米，下辖29个行政村，常住人口11.2万人，总户数23000余户。海头镇的海水养殖和淡水养殖面积达2万亩，年水产养殖量5万吨。镇内拥有捕捞船只1000余艘，占全省四分之一，年捕捞量达到10万吨。海头镇还拥有苏鲁海产品批发市场和海前国际水产城两个交易市场，其水产品涉及鱼、贝、蟹、虾、藻等90多个品种。自2016年起，海头镇渔民通过出海捕鱼的短视频与粉丝互动并发生交易，拉开了当地海鲜电商（短视频和直播带货）的序幕。2018年，全国快手点击量排行榜前十强的乡镇中，海头镇位居首位，短视频点击量达到165亿人次。

2019年，海头镇直播电商进入爆发阶段，直播带货成为主流，全镇电商户达3000余户。2021年，海头镇电商销售额达到65亿元，日活跃直播账号6000个。随着电商产业的快速发展，海头镇形成了集养殖、捕捞、冷藏仓储、加工、包装和快递物流等相关产业于一体的直播电商产业链。截至2021年，海头镇拥有海产品加工企业65家，大中小型冷库超过200座，库容总量超过2万吨。海前村、海后村、大兴庄村等地通过发展直播电商，租赁发包村集体闲置资产，每年助力村集体合计增收3000余万元。这些乡村积极引入外部投资，建立了顺丰冷链物流中心、海后电商服务中心、设施渔业产业园等多个项目，吸引了40余家外来创业公司，以及300余名毕业大学生和转业军人等回乡创业^①。

可见，海头镇通过直播电商实现了农产品流通的高质量发展以及生产要素的流入，完善了直播产业链。这一发展过程能够反映乡村直播中生产要素与商品流动的机制及实现路径。因此，海头镇发展乡村直播经济的案例对于本研究具有较强的典型性，对其进行分析并从个案经验上升至一般性结论，可以为全国层面促进生产要素与商品流动及其良性效应的发挥提供借鉴和参考。

（二）方法选择与资料收集

本文按照案例研究法的相关要求，以田野调查为基础，采用观察、参与式观察、访谈等多种方法收集海头镇村民的日常生活生产实践资料，旨在尽可能全面地刻画并呈现海头镇乡村直播经济引发的各类流动及其网络联结，同时阐述流动网络对地方的塑造过程以及流动性增强对乡村发展的影响。

2022年9—12月、2023年5—7月，研究者于海头镇进行了为期7个月的田野调查。选择海前村、海后村、海脐村与小口村为主要调研地，并走访了包含大兴庄村、墩头村、南朱皋村等在内的海鲜电商产业带覆盖的11个村庄。这些行政村的直播业务相对同质，主要在海鲜直播的具体产业链条上有所侧重与互补，整体上均属于海头镇乡村直播的组成部分。鉴于此，本文对这些行政村不作区分，统称其为海头镇直播村。

在调查期间，研究者参与并观察了33场当地村民的带货直播全过程，深入了解了主播与助播在直播带货过程中涉及的符号信息和海鲜产品的展卖方式。同时，研究者走访了主播聚集的海鲜市场、码头以及电商产业园区，观察了带货主播的“后台”，并与他们建立了联系与信任，逐步融入他们的日常工作生活。在此过程中，共访谈了10个直播团队，包括20名主播、5名助播、4名场控、6名客服、4名发货员工，共计39人。此外，研究者走访了直播产业链的各个环节，如海鲜捕捞（养殖）、批发、加工、海鲜食品制作、包装、冷藏仓储、供应链、物流等，并与55名从业者交流，访谈了其中的29人，以考察直播产业涉及的生产加工网络、货源调动网络、物流网络等。最后，研究者访谈了相关政府工作人员（5人），以期对直播经济关联的产业项目有所了解，并获得部分数据资料。在参与式观察和访谈的同时，研究者通过线上民族志，对乡村直播间的场景、互动内容和相关数据进行了同步观测与分析。在整个调研过程中，研究者一直居住在一家海鲜批发商户的出租房中，深入参与当地生产生活，并在表明研究者身份的情况下进行调研。

^①资料来源：海头镇镇政府提供的《赣榆海产品电商产业集聚区申报材料》《把握“特色农产品+直播+产业”新机遇，打造中国海鲜电商第一镇》等资料。

（三）直播前后流动性变化概况

在海头镇，季节性的出海捕鱼是其传统的生产和对外交流方式。每到出海时节，便有外地人来到村庄寻找渔工工作。当地渔船的捕捞活动主要集中在海州湾、大沙、吕泗等渔场及其港口。随着水产商业化的发展，海头镇的专业市场（苏鲁海产品批发市场）逐渐聚集了来自各地的海鲜，并面向外部市场销售。早期，当地批发商会去外地市场寻找买家^①。随着外部市场的逐渐稳定，外地商贩开始主动前来找货。传统的海鲜批发主要依赖采购人员和商品的地理流动，其流动网络依赖于本地化的社会关系以及从业者之间的信息传递。尽管苏鲁海产品批发市场为商品展示与交易提供了空间，但在交易过程中，货款结算、商品物流等环节并未得到有效统筹，缺乏针对海鲜贸易流动的“跨部门”网络联结与整合，导致交易效率和资金流动受限。与此同时，海产品加工厂等乡镇企业逐渐兴起，这不仅在一定程度上延伸了海头镇的产业链条，还促进了海产品的流动，推动了城乡之间技术、资金等生产要素的流动与交换。

伴随电子商务的发展，海头镇的部分企业和村民开始通过淘宝、阿里巴巴等电商平台出售海产品，主要销售鲜活、速冻、即食海鲜等产品。然而，由于海鲜的特殊性和非标准性，传统货架电商呈现的图文信息难以直观地向消费者展示海产品的形态和质量，导致销量不佳。海头镇依靠传统电商模式，未能有效融入全国电商交易网络，也未能借此推动当地物流等相关产业的更新与发展。直到直播经济兴起，当地产业才真正实现了电商化转型^②。相较之下，直播电商传递的信息更加多元和丰富。主播通过丰富的场景化展示，直观地呈现海产品的形态、质量以及捕捞和加工过程，产生了巨大的信息流，带动了海鲜商品的销售和流动。乡村通过系统化的商品流动嵌入以直播平台为中心的商品交易体系，承担了直播带货、商品生产与调度、发货与中转、劳动力培养与供给等多重功能，从而推动了当地经济的大规模发展。

四、直播经济下的流动：平台引导的乡村流动系统

如前所述，乡村直播中的流动过程与总体趋势，在经济层面体现为生产要素流动与商品流动的互动关系。具体而言，技术与信息要素促进了商品流动，提升了商品销量和要素收益率，进而带动更多要素流入，最终形成产业内部要素和商品流动的良性循环。在社会层面，流动空间中“线上”“线下”各种主体的流动及其关系网络逐渐显现，并凸显出线下流动由线上信息流动所驱动的内部

^①受访者董先生（供应链公司法人代表）回忆道：“以前做批发的时候，都是全国各地市场到处跑，问别人要不要海鲜，然后家里运货过来……那时候拿着货款，在路上又怕遇到什么问题……”（访谈时间：2023年7月8日）。

^②受访者张先生（即食海鲜加工厂法人代表）表示：“当时有一些工厂、批发商在阿里巴巴上开店，但（这样做的）人很少，收益也一般。后来很多做直播的网红挣了钱，做电商的人才开始多了起来。”（访谈时间：2023年6月3日）笔者同时对一些未涉及直播业务的淘宝和阿里巴巴网店进行了“线上”观察，发现其商品首页大多展示的是标准化的农产品图片，且长年未更换，这类店铺销量与订阅量通常也较低。

逻辑。由此，形成了经济现象为表、网络社会结构为里的系统性流动，各类流动被统合在平台的组织逻辑之下。

（一）“线上”的商品信息流动

由技术和数据支撑的场景化信息在流动空间中的传递，构成了直播经济发展的根本驱动力。相较于传统的货架电商，直播电商的带货过程始终伴随“人”“货”“场”信息的协同。“人”指主播（助播），“货”指商品，“场”指特定的空间、景观、环境、剧情、氛围等。“场景化”是通过特定的空间、景观、环境、剧情、氛围等对目标（人或物）进行有意识地展示、编写与表演。在直播间中，“人”“货”的信息通过“场”的营造得以丰富和传递，其目的是增加观众的沉浸式体验、互动频率和停留时长，以达到情感交流与劝说购买的效果，进而增加直播间的“数据”^①与流量，为商品信息在全网流通带来更大的可能。由此，“人”“货”“场”的符号信息在直播平台搭建的线上网络中即时流动，形成了丰富的信息流。

在海头镇，“人”的信息流动主要指主播将自身符号化，传递渔民形象的过程。在直播间里，主播身穿各种体现渔民身份的服装，如花袄、皮质围裙等，部分主播会聘请带有当地口音的、看起来老实忠厚的中年人在直播间担任助播——在一旁微笑、接话，或者处理海鲜。同时，渔民在渔船上撒网、起网的视频播放也不胜枚举。无论是真实的作业场景，还是主播表演的场景，镜头中的身体都成为带货的媒介（许一婷和林颖，2021），“原产地”“渔民”“勤劳”“实在”“专业”等意义的符号通过“线上”展演完成了虚拟流动，店铺被赋予一定的“人格化”特征，这有助于培养消费者的情感认同与购买习惯（张小强和李双，2020）。

“货”的信息流动主要涉及海鲜等商品的外观、质量、价格等信息的呈现与传播。直播平台搭建的线上网络能够实现图像、声音、视频的即时流动，直接刺激观众的视觉与听觉。对于海鲜的味道、气味、触感等感官体验，则需要主播通过烹饪与进食场景，以食物色泽、进食表情、进食动作、主播话语等方式，激发观众的感官想象^②。商品“价格优惠”信息的传播主要依托于直播间“讨价还价”的场景表演来实现。在直播过程中，主播与助播分别扮演不同角色，一方试图降低海鲜价格给予观众

^①直播间“数据”包括在线人数、观众停留时长、互动频次、直播间交易量等。“做数据”即通过场景营造、话术吸引、引导评论等方式吸引观众，增加观众停留时长、互动频次以及下单量，从而通过较好的“数据”获得流量推荐。

^②例如，在小虎（主播兼直播团队老板）的直播间里，其售卖的海鲜看起来“个大”“鲜亮”。为此，小虎在直播之前，会根据未开播画面，在手机镜头前反复调试海鲜的摆放位置及打光角度。直播过程中，他和父亲会将海鲜做成熟食，并搭配红色和绿色的块状辣椒作为调料，目的是通过蒸腾的热气和鲜艳、带动食欲的调料激发观众的味觉想象。对于直播（场景化信息流动）效果，小虎表示：“直播主要是要达到海鲜在观众眼前的效果，并强调‘所见即所得’。”直播间采用竖屏播放，食物被置于屏幕下方，在视觉上营造出强烈的溢出屏幕的效果，增强沉浸式体验，有助于商品信息的流动。同时，他和父亲在食用食物时会故意发出咀嚼声，特别是在售卖海蜇的时候，他们会充分利用海蜇的脆感，并配合打节拍的手部动作，反复说道：“你们看，嘎嘣嘎嘣脆、嘎嘣嘎嘣脆……”，以此激发观众的口腹之欲，将水产品的高质量信息通过多种感官方式传递给用户。（观察与访谈时间：2022年10月13日）

福利，而另一方从不同意到“勉强同意”^①。在海头镇，大部分的直播间都会设定一个“慷慨”的主播与一个“小气”的助播，主播需要不断地“表演”说服助播同意某一价格的场景，以此传递“低价”“实惠”“增加福利”等信息，增强观众的获得感。

“场”的信息流动不仅包括上文提及的与商品直接相关的场景表演，还体现为对物理空间以及非实体、结构性空间关系的呈现或编排，并将其传递给用户的过程。前者主要包括对代表渔村特色的房屋、渔船、码头、海鲜加工工厂和海鲜市场等物理空间的编排加工。后者则包括两个方面：一方面是对城乡空间关系的编排，例如，海头镇的主播倾向于展现渔村的传统、简朴以及远离城市的特性，以此服务于其海鲜的“原生态”“无污染”“绿色”“健康”叙事，而较少展现渔村的城镇化进程；另一方面是对渔民、海鲜批发商、加工厂、海鲜市场、消费者等之间关系结构的编排与传递，主播试图传达直播带货减少了商品流通的中间环节，以此支持海产品的“源头发货”“零添加”“价格优惠”的叙事^②。网络视频按照“资本”与“话语”的逻辑对真实空间进行再生产，赋予原有空间新的经济和关系意义（王建磊，2019）。海头镇主播发布的短视频和直播间的场景体现了这一特征。主播依托渔村的独特位置与景观，开展以“海鲜原产地”为名的直播活动，并迎合观众的想象与需求，精心编排具有“渔村特色”的空间以及“源头发货”的空间关系，从而为观众呈现一个极具吸引力的海鲜购物场景。

相较于传统的货架电商，直播电商能够更加全面和立体地呈现农产品的形态和质量，进一步传达“原产地”“原生态”“零添加”“价格优惠”等信息。同时，直播电商更具社交属性，吸引了大量对“三农”类直播感兴趣的用户。“人”“货”“场”信息的实时传递以及主播与用户之间的即时互动，满足了这些用户的娱乐和社交需求，增加了用户的下单可能性。在此过程中，移动互联网技术和信息等新兴生产要素与乡村既有的资源要素（景观资源、农产品、人力等）相结合，推动了农产品的“线下”流动，并促进了收益附加值的提升。乡村景观成为吸引乡村带货主播线下集聚的场景资源，促进了产业链上人员、技术、资金、管理等要素的流入，对乡村产业的可持续发展提供了全面的要素支持。

（二）“线下”的商品实体流动

依托于“线上”场景化信息（“人”“货”“场”）的协同与在全国范围的流动，海头镇海产品的销售与流通实现了飞跃式发展，并呈现“先流入一再流出”的特征。常见的流量主播及其直播团队带货，往往由供应商直接向消费者发货并处理售后问题。与此不同，海头镇的大多数主播将打包发货和售后服务牢牢掌握在自家手中，而商家则需将海产品送至主播指定的打包发货场所（一般为其自家

^①受访人贾先生（主播兼直播团队老板）透露：“直播间（聊天室）里那些低价起哄的，一般都是我们自己人在带节奏，我们在直播间里大声商讨价格，同意低价后再放出购买链接，观众对这个过程满意，停留时间就长，平台才会推更多的流量……”（访谈时间：2022年9月28日）

^②例如云哥（主播兼直播团队老板）在直播间展示捕鱼归来的场景，并说道：“以前我们（渔民）的海鲜卖给批发商，再卖到你们当地的市场，价格就贵了，现在我们是源头给你们发货，良心价，就希望哥哥姐姐不在海边吃遍海鲜……我们都是出海一回来就给你们直播，这些海鲜没有经过加工，没有冻货，零添加哦。”（观察时间：2023年6月5日）

院子)。因此，为满足直播带来的大量的多样化的海鲜订单，专供电商、外地调货的供应链商家应运而生，并产生了相应的货源调动网络。大量外地海产品^①以及进口海产品（作为资源性要素）流向海头镇，并再度流往全国范围的消费者。

就农产品的流通过程而言，冷链物流的发展至关重要，涉及农产品的预冷、储存、加工、运输、配送等诸多环节。直播电商带来的巨大销量促进了冷链物流技术升级与仓储布局的发展完善，并深刻影响了农产品的流动范围与时效。据海头镇电商办主任介绍，“城发智慧冷链”等项目建成后，海头镇年冷链仓储能力将从2万吨提升至10万吨^②。同时，顺丰、京东等大型物流公司纷纷入驻赣榆区，设立专供海鲜集散的物流分拣中心，开设直发冷链物流线路，京东和顺丰的直发冷链线路，实际寄递时间比普通线路至少节省12小时。位于海前村的顺丰海鲜冷链物流中心项目建成后，将通过自动化与信息化技术实现仓储、分拣及运输过程的智能温度监控，与物流末端配送网络无缝对接，承接苏北、苏南以及鲁中地区的海鲜快递，每天可处理20万件快递中转^③。

直播带货的订单推动了物流基础设施的完善，以及运输过程的信息化和数字化，从而保障了农产品流通过程中的信息可视化和透明化。流动过程中生成的物流信息经过数据分析，形成了信息和数据要素，为优化物流线路、仓网布局以及提高配送时效提供了进一步的决策支持。现代信息化物流主导的农产品流通实现了实体网络与信息网络的高度整合（郑中玉和何明升，2004），减少了订单流动的时空限制，有望通过信息处理与数据分析进一步对物流过程进行优化，在流动空间中及时安排、实时监控和迅速调整物流过程，物流线路与仓网布局在地域空间中得到完善。大数据驱动的工业化生产和模块化管理模式，也将伴随社会资本与物流企业的入驻进一步流入乡村。

（三）平台中介：流动的实现与整合

乡村的资源禀赋和村民的直播实践，通过平台的场景化功能和交易功能，支撑了直播带货过程中的信息流动，并实现了商品流动。这将促进配套供应链与物流组织的发展，进而提升农产品流通效率，提升乡村要素收益率，吸引更多的人员、资本、数据等要素流入乡村，形成产业内部的良性循环。其中，平台的作用是最为关键的，平台制定了流量分配和交易支付等一系列规则。这些规则成为乡村节点以及各类流动遵从的流动空间组织逻辑。具体来看，主要体现在三个方面。

第一，平台的直播功能和场景化信息传输技术，结合平台的流量供给与分配，促成了乡村商品的销售与流动。直播交易的产生依赖于“线上”信息的流动效果，而“线上”信息的流动效果取决于主播在平台拥有的粉丝量以及数字技术支撑的流量分配机制（邵占鹏，2020）。平台的流量储备与分配机制提高了主播及其产品的可见性，从而扩大了农产品销售的市场规模。在平台的流量分配机制下，

^①主要来自山东省、辽宁省、浙江省、福建省等地。

^②访谈时间：2022年10月20日。

^③资料来源：海头镇镇政府提供的《赣榆海产品电商产业集聚区申报材料》《把握“特色农产品+直播+产业”新机遇，打造中国海鲜电商第一镇》等资料，以及公众号“赣榆集结号”文章《【落户赣榆】点赞！顺丰集团全国第一个自动化、信息化海鲜发运中心海头镇顺丰海鲜冷链物流中心项目公示》。

乡村场景、自然风光以及村民的生产生活过程作为场景资源，成为直播获益的条件。村民的渔业知识和海鲜销售经验，在接入平台的过程中转化为“人力资本”，为村民的职业转型和增收提供了可能，提升了乡村本地要素的收益率（邱泽奇等，2016）。平台根据海量的数据信息，通过数字技术向有“三农”类内容观看习惯或具有海鲜购买经历的观众推荐相应的海鲜带货直播间。同时，平台逐渐控制了交易过程中的客户寻找、客户信息分类与传递、客户资源集中、客户数据占有、客户注意力分类等环节，并通过数字技术实现了对供需关系和流量分配的控制。如果脱离了平台，主播（商家）的商品将无法进行场景化展示，更无从形成交易网络（项飙，2021）。

第二，平台的资金收付系统促成了乡村商品价值和要素收益的实现，并参与和影响了价值的分配。平台通过订单的数字化支付，对订单结算、支付安全和物流运输进行“跨部门”整合，实现了资金的流动。在此过程中，平台通过对资金结算进行调控，影响乡村产业的要素配置效率。例如，消费者提交订单后，所支付的资金首先进入直播平台的支付系统，消费者确认收货后的3~30天^①，资金才能到达主播账户。有学者指出，这使得平台占据了大量流动资金及金融资本，同时，回款周期的长短直接影响了主播和相关乡村产业链的投入再生产规模与速率（邵占鹏，2020）。店铺保证金、流量服务费、销售分成费用等的交纳，使商品交易带来的资金收益部分流向了平台。同时，主播和其他环节的资金投入与成本上升，直接影响了乡村产业链的要素配置，尤其是资本要素。在海头镇的多个主播群里，民间借贷的广告较多，这些借贷多与主播的资金投入和资金周转有关。平台对资金流动的控制与当地现有的社会经济条件之间形成了互动关系。两者的互动促进了当地资金融通行为的发生，推动了资金流动和借贷网络的形成，进一步影响了资本要素在产业链条中的流向^②。正因如此，直播产业链对平台的支付系统和乡村的资金融通均提出了“加速”需求。

第三，在生产要素的吸收、流动与组织方面，平台中介通过联结用户、促成交易并生成数据，实现生产要素的转移。一方面，平台生成了反映商品销售和要素收益率的各种数据，这些数据体现为粉丝数（流量）、订单类型与数量、价格、品牌效应等，并成为其他生产要素流入与否的直接参照。另一方面，流入乡村的要素也需围绕平台逻辑进行组织。直播平台提供的要素提高了传统生产要素的配置效率，产业链上的各环节通过数据对接、分析与预测等方式，促进了各种生产要素在农产品生产与流通环节的合理流动与高效组织。在直播产业快速发展的背景下，乡村一二三产业有望实现融合发展。其中，直播、供应链、加工、冷藏仓储、物流等环节更容易吸纳资金、数据、人才、先进技术与管理方式的流入。平台提供的数据为直播、供应链、加工环节的选品和库存投入提供了决策支持。

^①回款周期一般视网店等级而定，网店等级越低，回款周期越慢。

^②例如，海头镇的供应链商户为部分主播提供“账期”优惠，以减轻主播面临的资金回笼压力。经营供应链业务的孙先生表示：“我们为大主播提供账期优惠，一般是15天左右……我们本身也面临一定的现金流压力，很多工厂并不接受赊账。”（访谈时间：2023年6月15日）直播团队老板阿疤（雇佣主播直播）也表示：“资金压力挺大的，我有两个微信视频号店铺，这次保证金一交就是10万元，钱也是我借的（来自亲朋好友），到了捕鱼旺季我还要去渔船上挣一些工资来贴补直播间。”（访谈时间：2022年10月26日）

同时，冷藏仓储和物流环节对平台数据的分析将直接影响仓网布局、设备投入、承载量设置与线路规划。总之，平台提供的数据要素提高了传统生产要素在产业链条中的流动效率、配置效率和收益率，并不断生成新的数据要素。

本文将这一流动系统的实现过程总结如图2所示。

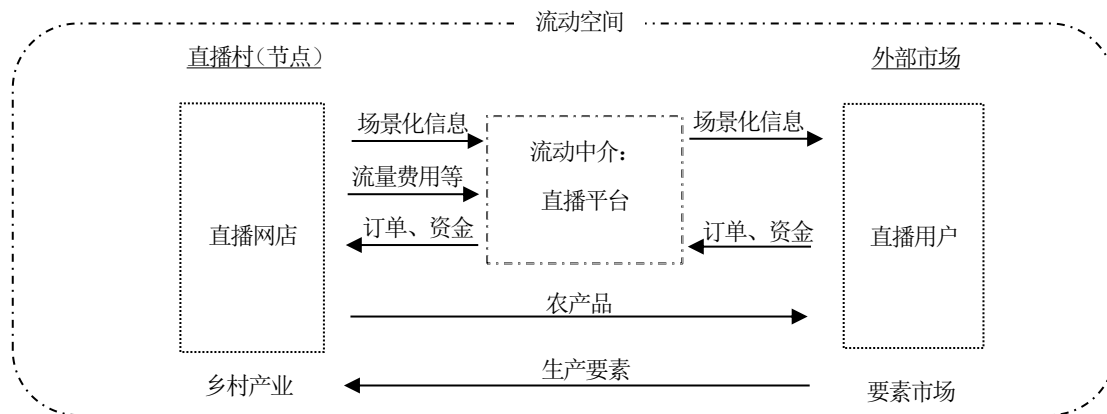


图2 平台引导的乡村流动系统

（四）网络联结：以直播平台为中心的商品交易网络

在直播过程中，线上信息与商品分布网络、物流网络、资金流动网络相互协同配合，形成了以直播平台为中心的商品交易网络，从而建立了流动空间内有效且紧密的网络联结。依托于信息要素、商品和各种生产要素的流动，乡村作为新增节点，嵌入这一网络联结，并在平台的中介作用下实现流动的系统化与组织化（见图2）。具体而言，在直播过程中，即时且丰富的信息流动，以及“超地域”的平台组织逻辑，推动了流动空间的形成与拓展。各参与主体（产业链上的各参与者）与节点（如乡村等地方节点）共享平台规则，形成功能性联结与时空压缩。在流动空间的驱动下，信息流、商品流、物流和资金流呈现一种“极速”甚至“即时”的状态，为乡村带来了更高的流动性和更强的网络联结。同时，这种网络联结的建立与增强，也有赖于具体地方节点、产业链网络与村民的积极实践，为商品与生产要素的流动提供了物质性与实践性基础。

与此同时，以直播平台为中心的商品交易网络对乡村的农产品市场与产业链的应对能力提出了较高要求。一方面，生产要素的流入为乡村市场对接、产业链延伸提供了支持，产业内部有望逐渐形成生产要素流入与农产品流通高质量发展的良性循环。另一方面，伴随生产要素的流入与在地组织，村民将有机会通过建立远距离的经济合作与社会联结，不断拓展“超地域”的产业链网络（如前文提及的货源调动网络、资金借贷网络等）成为商品与生产要素流动网络的转接中枢，从而实现在地发展。由此，乡村直播逐步推动乡村以自身为基础拓展网络联结，提升货源供应乃至产业链布局的空间延伸性与外部关联性，进而促进乡村在全国乃至全球的网络联结中实现商品与生产要素的组织与配置。

综上所述，在流动空间与乡村节点的互动过程中，乡村成功接入以直播平台为中心的商品交易网络。在这一网络联结中，生产要素实现有效流动与再组织，从而为地方产业链的拓展赋能。乡村在获

取流动效应的同时，也需要不断应对流动空间的功能需求，并在此过程中不断拓展基于自身的网络联结，以实现乡村的主体性发展。最终，乡村地域将参与并影响直播产业链所覆盖的各种网络，在多重空间尺度内实现资源整合与经济协作（吴越菲，2019a）。因此，本文将进一步分析：一方面，探讨流动与网络联结给乡村带来的影响；另一方面，考察乡村与村民的主体性实践如何推动要素流动与网络联结的拓展。这将有助于更完整地理解直播经济中乡村与流动空间及其网络之间的互动关系。

五、流动效应：人的在地发展与乡村空间网络化

直播平台通过流动空间组织乡村地方生产及其配套设施，这一过程必然引发新的社会联结与关系再造（郑中玉和何明升，2004）。随着乡村流动系统的不断发展，生产要素的流入与组织成为乡村经济社会形态重建的重要基础（Zhang et al., 2018），进而促进农产品市场的变革与产业链的延伸。依托流动网络的联结功能，海头镇不仅作为集聚中心吸纳生产要素流入，而且通过村民网络资本的发展，开展多种经营，实现对外投资。海头镇对产业链空间结构进行“超地域”的调整和拓展（曼纽尔·卡斯特新和王志弘，2006；Urry, 2007），逐渐成为多向联系的网络节点。由此，乡村空间进一步网络化（Zhang et al., 2018；吴越菲，2019b），实现了与外部空间更多的功能性互动，乡村得以在全国乃至全球的网络联结中统筹商品与生产要素的流动。

（一）赋权与韧性：人的在地发展与市场联合

伴随直播产业的发展以及流动的系统化，海头镇的海鲜贸易在流动空间中获得了流动基础与交易中介，乡村要素收益率逐步提升，外部生产要素不断流入，并向农产品流通领域集聚。这一进程与当地海产品“先流入一再流出”的商品流通相结合，逆向推动了当地农产品市场的变革，主要表现为参与主体与流通渠道的多元化、组织化，以及货源网络的“超地域”市场联合。

在海头镇，传统的海产品流动过程一般为：渔民（生产者）→产地（港口）中间商→加工厂→市场批发商→市场中间商→零售商→消费者。在这种结构中，仅少数占有传统性生产要素的村民有能力与市场建立较强联结，如捕捞量巨大、具备较强定价能力的船主，以及部分发展成为中间商和批发商的村民。他们拥有更强的网络资本，有条件将家人亲属安排到海鲜与市场之间的关系网络中，掌握甚至控制了海产品的流通渠道。其他缺乏资金或者关系网的村民只能成为受雇渔工、海鲜加工工人、运输者，或者从事种植业与服务业，又或者外出务工等。乡村直播兴起后，由于获取信息资源的成本和门槛较低，原先处于边缘位置的村民通过直播带货与线上消费者建立了交易关系。他们借助信息与商品的流动，获得资金，进而获得更多要素支持，在地获得了经济收益的提升。同时，部分拥有资金、人脉和教育背景的人才回归乡土，加入直播电商行列，成为为主播供货的供应链商户。这些商户多采取公司化经营，通过专业团队和现代会计制度来运营直播账号、把控成本与收益，经营范围涵盖供应链、直播带货、主播孵化等多项业务，拥有较强的促成资金和货源流动的能力。他们通过免费提供主播孵化、账号运营等服务，与更多的主播建立合作关系，或为主播提供“账期优惠”，通过互惠和债权债务关系与主播深度绑定。

由此，海头镇的海产品流通过程发生了转变，变为：渔民（生产者）→产地（港口）中间商→加工厂→供应链商户→主播→消费者。有学者从农产品流通的视角出发，认为乡村电商有利于小农户直接与消费者对接，摆脱中间商的挤压与控制，降低交易成本，提高收入（何宇鹏和武舜臣，2019）。另有学者指出，乡村电商降低了交易成本，但产生了专供电商的中间商，这些中间商在产业链和价值分配中扮演了去中介和再中介的双重角色（聂召英和王伊欢，2021）。海头镇更符合后者的情况，直播产业链中的专业中间商并没有消失，反而产生了专供直播电商和多地调货的供应链商户，这些商户搭建了高效且充满韧性的货源供给网络。供应链的发展最终强化了海头镇海产品流通渠道的组织化水平，提升了海头镇应对线上市场变化的韧性。可见，就农产品的流通与销售而言，线上市场逐渐成为农产品交易的重要组成部分。销量巨大的直播村需要嵌入全国乃至全球的农产品流通网络，才能形成强韧的货源供应与市场联合效应。

在海头镇，社会资本多投入物流基础设施、冷链仓储设施以及产业园区建设，为流通渠道的多元化与组织化提供了基础设施支持，而较少涉及货源调动、供给等供应链业务。在很多电商村中，农产品收购与流通往往由外部资本主导，本地人作为小生产者被锁定在生产环节（陈义媛，2023）。与此不同，海头镇的本地村民拥有较强的缔结交易能力，供应链商家和主播多为本地人，并与当地批发商一同掌控海鲜的流通与贸易。尽管如此，仍有一些群体因未能有效提升在产业链中的地位而未能增加收益，如只拥有小型作业船的小生产者与受雇渔工等。

总体而言，直播产业的发展以及流动的系统化促使乡村进一步嵌入线上信息与商品交易网络，并融入大型物流企业搭建的物流网络。同时，这也将逆向推动乡村以自身为基础，与全国乃至全球的生产加工网络有机结合。当乡村成为多向联系的节点时，村民有望借助这一节点位置，获取信息、货源、资金、物流服务等支持，实现自身的在地发展，并不断拓展网络资本，提升在线上或线下市场中缔结交易的能力（曼纽尔·卡斯特和王志弘，2006；Urry，2007）。

（二）整合与张力：网络拓展与产业链延伸

乡村经济和社会的发展依赖于农产品附加值的增加和产业链的延伸（朱启臻，2018）。以平台为中心的商品交易网络通过供给侧与需求侧的对接以及生产要素的再组织，为地方产业链的拓展赋能。伴随生产要素的流入与组织，乡村产业链不断延伸，形成模块化的分工协作网络（中国社会科学院工业经济研究所课题组，2021），从而使乡村产业链的每一环节都有对应的关系网络相连接。以海头镇的直播产业链为例：直播带货环节的从业者连接了线上信息与商品交易网络；线下的供应链环节涉及的网络则更为复杂，除了与主播组成的供货网络外，还包含支撑货源供给的货源调度网络等；同时，基础农业部门关联着海鲜的捕捞、养殖和批发网络；配套企业部门经营着海鲜生产加工网络、包装材料生产与供应网络；物流部门关联着物流网络；银行、小额贷款公司与供应链商户为主播提供了融资网络等。在这些网络中，线上信息与商品交易网络是流动空间的核心内容，成为整个直播产业链的支配性逻辑。其他网络则需要具备更强的“韧性”与“变通性”，以适应产业链整合的要求。依托生产要素的流入与组织，海头镇从业者的网络资本不断强化，上述功能性网络得以不断跨越地域边界、拓展空间尺度，进一步强化乡村产业链的外部关联性。

海头镇直播产业发展的重要方式是对产业链空间结构进行调整。产业链在不同区域的分布反映了其重要的空间结构特点——跨主体、跨产业和跨区域的资源整合与配置（中国社会科学院工业经济研究所课题组，2021）。相关从业者通过在更广阔的空间寻找低价货源、仓储和物流等方式，实现了直播产业链的结构优化，以此增加收入与效益。海产品供应与全国乃至全球的农产品生产加工有机结合，部分供应链商家甚至规划在更多的海鲜产地、中转地和销售地投资设立仓库，如山东省、福建省、海南省、成都市等地，以提高订单运输的物流时效^①。这些分仓相比于普通冷库，将实现智能温度监控以及仓储、物流的信息化管理。如果这一设想能够实现，必将重塑相关海产品供应链的空间分布，促进供应链的信息化转型以及全国多地冷链物流的发展。这预示着在信息流的联结下，一个组织货源调度、仓网布局与仓储管理的复杂网络将逐渐形成。可见，伴随资本、人员、数据等生产要素的流入，海头镇已开展对外投资，促进生产要素的双向流动。同时，部分村民有望根据自身的经济生产需求，在流动空间中发展自身的网络联结，打破时空限制，延伸产业链条。

流动的系统化以及“超地域”的网络联结，推动了直播产业链的“超地域”整合，以及生产要素的优化配置。但是，需求侧与供给侧的对接仍然存在一定的张力，产业链的各环节在面对“超地域”联结时存在“适配”问题。海头镇电商办主任提到，“消费者直播购物不再是图新鲜了，贯标产品才能有持久稳定的需求”^②。这一观点反映，与平台中介及线上消费者的深度联结推动了当地品牌意识的增强。同时，地方政府试图通过直播产业的发展推动当地海产品加工业的优化升级，为精加工海产品拓展线上市场。目前，海头镇有大小海产品加工企业65家，并培育了海娃食品、恺旗食品等龙头企业及食品品牌，以及“鲜美海头”这一区域公用品牌^③，体现了其在产业链延伸方面的努力。然而，海产品加工业嵌入直播产业链的过程仍面临较大挑战，具体包括：直播中的低价竞争策略阻碍精加工海产品的升级，当前直播营销策略与精加工海产品的受众细分不匹配，加工业的技术积累、品牌积淀与直播产销模式的快速迭代逻辑之间存在冲突（颜燕华，2023），以及部分厂商的线下销售渠道与线上渠道难以衔接等问题^④。

^①经营供应链业务的闫先生对此解释道：“流量成本高了，大家又在搞低价竞争，利润上不去了，现在就是要通过降低运输成本提升价格优势。”（访谈时间：2023年7月1日）同行董先生也补充道：“外地调货（进入海头镇）产生了更多的成本投入，不如在更多的海鲜产地或者中转地设立分仓，代为发货节省成本与运输时间。不过很多主播不信任我们，怕发的是陈货、坏货，只想由他们自己去主宰发货。”（访谈时间：2023年7月8日）为了争取主播的同意与合作，闫先生及其团队正在提供账号运营、主播孵化等服务，虽然这些服务免费，但相应的直播账号与主播必须“带”他们的货，通过主播的“同意”推进其商业设想。

^②访谈时间：2023年12月26日。

^③资料来源：海头镇镇政府提供的《把握“特色农产品+直播+产业”新机遇，打造中国海鲜电商第一镇》。

^④例如，受访人张先生（即食海鲜加工厂法人代表）曾表示：“主播希望产品价格低，但这怎么保障质量？我生产专供电商的产品是不会贴上自己发展多年的品牌的（而是用另一个新品牌标识），这个品牌有稳定的销售渠道与受众，我不想砸牌子。”（访谈时间：2023年6月3日）

（三）主体性的网络联结强化：“超地域”的产业链网络

面对流动空间对地点的支配性，卡斯特提出了拓展以地点为基础的信息、决策和战略性联盟网络（曼纽尔·卡斯特和王志弘，2006）。通过这种方式，地点在适应平台组织逻辑的同时，能够逐渐强化以自身主体性为基础的网络联结。对于乡村而言，其流动空间节点位置的巩固与发展，离不开村民网络资本的积累以及以乡村物质条件为基础的产业链网络的发展。乡村在对接农产品市场和延伸产业链的过程中，与其他地点形成网络联结，从而能够在更大的空间范围内调整产业链资源的配置，以增强自身的发展韧性与自主性。

因此，以地点为基础的“超地域”产业链网络，是流动效应下的村民在地发展与乡村空间网络化的主要表现特征。在直播经济中，乡村与“以直播平台为中心的商品交易网络”的联结，为商品与生产要素的流动提供了“前端”驱动力。数据、信息、资金、技术、企业家才能等生产要素不断向乡村渗透，为村民参与直播经济、充分就业以及建立并维持远距离的经济协作与社会联结提供了要素支持。在此过程中，乡村和村民需要结合现有的物质性基础，有效利用并配置各种要素，通过积极实践拓展网络资本，巩固现有产业基础，加强对外投资，以实现乡村与全国乃至全球农产品生产加工的有机结合，形成市场联合效应。同时，乡村和村民需要在与直播平台的联结基础上，不断延伸乡村产业链。乡村应在将产业链主体留在乡村的前提下，在更大的空间范围内实现与其他地点的合作。只有这样，才能不断优化直播经济下的流动效应，增加发展自主性，最终形成以直播平台为中心的商品交易网络与乡村产业链网络的良性互动与融合。对地方政府与相关从业者而言，当务之急便是提升产业链外部联结的信息化水平，确保供应链和产业链的各环节、各主体之间的对接与协同，进一步巩固乡村自身的“链主”地位，实现乡村的主体性发展。

六、结语与讨论

流动性研究逐渐推动社会科学研究超越传统取向，摆脱了仅依赖固定地域空间或地理上的“邻近”来承载社会联结的方式（Sheller and Urry, 2006; 吴越菲, 2019b），聚焦于“超地域”的网络组织形式和以信息流动为基础的流动空间。本文以海头镇的海鲜带货直播为例，围绕乡村的流动性，考察直播经济中的生产要素流动与农产品流通，并将其一同纳入平台引导的流动系统加以分析，探讨网络联结与产业链延伸对乡村经济社会发展的促进作用。

研究发现，区别于传统乡村中低效、缺乏组织、相互割裂的商品和要素流动，直播经济引发的乡村流动更符合“新流动性范式”“流动空间”“网络社会”理论所强调的系统性流动、“超地域”网络联结与时空压缩。这一流动机制通过场景化信息传播，推动农产品流通的高质量发展，成为促进生产要素回流乡村的重要动力。乡村和更远距离的地点形成了新的互动和功能网络。这些网络作为一种“超地域”的组织和资源配置方式，拓展了乡村的社会组织与经济生产，形成了一种结构优化的流动性，提升了乡村的外部联结性（吴越菲，2019b）。一方面，作为流动空间的节点，乡村充分嵌入以直播平台为中心的商品交易体系。作为各种关系网络的转接中枢，村民有望通过信息和商品的流动实现

在地发展（熊伟等，2022；王鑫和崔思雨，2023）。另一方面，为了应对流动空间对节点功能的需求，地域空间内的社会关系与经济生产展现出更强的空间延伸性（吴越菲，2019a），表现为“超地域”产业链网络的发展，从而应对直播经济引发的巨大商流。乡村在逐渐网络化的同时，有望实现主体性发展，促进乡村社会的繁荣稳定。

基于对“流动性”理论与海头镇直播经验的梳理，并结合党的二十届三中全会决定和2024年“中央一号”文件等相关政策性指导意见，本文针对更广范围的乡村直播产业发展提出如下政策性建议，旨在提升乡村流动性，支持村民的在地发展并促进乡村振兴。

第一，深入推动线上直播实践，推进县域电商直播基地建设，培育乡村新产业和新业态。建议政府为本地村民和外来创业者提供直播技能培训、账号咨询、孵化等公益服务，提升乡村主播的数字技能和场景化展示能力，帮助主播及其团队有效利用直播平台和流量机制，促进乡村场景化信息和农产品的流动，实现品牌效应。同时，举办“网红节”等活动与仪式，邀请平台官方、全市乃至全国范围内的优秀主播、运营团队、供应链商户等主体参加，打造多方交流平台。

第二，完善直播电商配套设施，推动农村流通高质量发展。建议政府促进本地供应链商户的转型升级，积极培育供应链型电商龙头企业，保障当地村民和企业农产品流通领域的主体地位。同时，加强冷库建设与信息化管理，增加库容，为供应链商户的调货和备货提供基础设施支持。优化农产品冷链物流体系，布局建设县域产地公共冷链物流设施，进一步优化乡村在全国物流线路中的节点位置。

第三，借助直播带货吸引要素流入，壮大县域富民产业，促进乡村一二三产业融合发展。建议政府牵头，与直播电商合作对接，通过高产量、标准化生产和品牌建设提升市场竞争力。积极引入外部投资、先进技术和优秀人才，统筹建设区域性大数据平台，发挥市场联合效应，促进产业链各环节信息协同共享。完善强农惠农富农支持制度，在总体性规划下推动更大范围的政府间和公私部门间合作，推动地方政府、村民、企业以及非正式组织的统筹协调，促进更广泛领域内的要素流动和产业链延伸。

第四，加强互联网监管与治理，规范网络市场秩序，促进新业态健康有序发展。建议对直播平台的流量分配规则、资金收付系统、数据保护措施和公平交易机制等予以监管和引导，发展多层次农业保险，以降低直播产业从业村民的金融风险。同时，贯彻农业农村优先发展的理念，通过政策优惠和支持性条款，鼓励平台对乡村直播进行保护和倾斜，逐步提升乡村在流动空间中的能动性主体性。

参考文献

- 1.陈晓东、刘洋、周柯，2022：《数字经济提升我国产业链韧性的路径研究》，《经济体制改革》第1期，第95-102页。
- 2.陈奕山，2020：《新中国成立以来乡村生产要素的整合和流动：演变过程及其启示》，《马克思主义与现实》第1期，第170-176页。
- 3.陈义媛，2023：《“圈层型”流通：商业资本对接小生产者的逻辑与策略》，《中国农村观察》第1期，第168-183页。
- 4.崔光野、梁嘉，2021：《平台经济与流通发展——中国商业经济学会商品流通论坛（第12次）专家观点汇总》，《时代经贸》第7期，第10-13页。

- 5.何宇鹏、武舜臣, 2019: 《连接就是赋能: 小农户与现代农业衔接的实践与思考》, 《中国农村经济》第6期, 第28-37页。
- 6.何玉长、王伟, 2021: 《数据要素市场化的理论阐释》, 《当代经济研究》第4期, 第33-44页。
- 7.李小建、胡雪瑶、史焱文、杨慧敏, 2021: 《乡村振兴下的聚落研究: 来自经济地理学视角》, 《地理科学进展》第1期, 第3-14页。
- 8.林聚任、李楠、陆影, 2021: 《快速流动时代背景下社会研究的“流动转向”及新趋势》, 《开放时代》第2期, 第216-223页。
- 9.刘英、石雨晨, 2021: 《“回归”抑或“转向”? ——国外流动性研究的兴起、发展与最新动向》, 《国外社会科学》第2期, 第122-132页。
- 10.罗震东、张艺媛、汤剑虹, 2024: 《虚实互动、双重集聚与流乡村的类型》, 《国际城市规划》, <https://doi.org/10.19830/j.upi.2023.655>。
- 11.马良灿、康宇兰, 2022: 《是“空心化”还是“空巢化”? ——当前中国村落社会存在形态及其演化过程辨识》, 《中国农村观察》第5期, 第123-139页。
- 12.曼纽尔·卡斯特、王志弘, 2006: 《流动空间中社会意义的重建》, 《国外城市规划》第5期, 第101-103页。
- 13.聂召英、王伊欢, 2021: 《链接与断裂: 小农户与互联网市场衔接机制研究——以农村电商的生产经营实践为例》, 《农业经济问题》第1期, 第132-143页。
- 14.牛俊伟, 2014: 《从城市空间到流动空间——卡斯特空间理论述评》, 《中南大学学报(社会科学版)》第2期, 第143-148页。
- 15.邱泽奇, 2019: 《连通性: 5G时代的社会变迁》, 《探索与争鸣》第9期, 第41-43页。
- 16.邱泽奇、张树沁、刘世定、许英康, 2016: 《从数字鸿沟到红利差异——互联网资本的视角》, 《中国社会科学》第10期, 第93-115页。
- 17.邵占鹏, 2019: 《农民网商网络空间表意能力的局限与反思》, 《西北农林科技大学学报(社会科学版)》第2期, 第90-98页。
- 18.邵占鹏, 2020: 《农民网商对电商平台的依附关系及其形成机制》, 《上海对外经贸大学学报》第3期, 第47-55页。
- 19.孙九霞、周尚意、王宁、朱竑、周大明、甄峰、刘行健、杨晶晶、陈敬复、杨茜好, 2016: 《跨学科聚焦的新领域: 流动的时间、空间与社会》, 《地理研究》第10期, 第1801-1818页。
- 20.王慧, 2021: 《短视频与直播赋能乡村振兴的内在逻辑与路径分析》, 《社会科学家》第10期, 第105-110页。
- 21.王建磊, 2019: 《空间再生产: 网络短视频的一种价值阐释》, 《现代传播(中国传媒大学学报)》第7期, 第118-122页。
- 22.王相华, 2021: 《资源外溢承接与内生动力培育: 特大城市周边乡村振兴发展的可行路径——以杭州黄湖镇青山村为例》, 《浙江学刊》第4期, 第42-50页。
- 23.王鑫、崔思雨, 2023: 《约翰·厄里“新流动范式”与传播物质性研究对社会学理论的接合与涵化》, 《国际新闻界》第3期, 第26-45页。

24. 吴重庆, 2021: 《超越“空心化”: 内发型发展视角下的县域城乡流动》, 《南京农业大学学报(社会科学版)》, 第6期, 第91-100页。
25. 吴越菲, 2019a: 《迈向流动性治理: 新地域空间的理论重构及其行动策略》, 《学术月刊》第2期, 第86-95页。
26. 吴越菲, 2019b: 《重建关系性的“乡村”: 实体主义乡村发展观的关系转向及其实践脉络》, 《南京农业大学学报(社会科学版)》第4期, 第28-36页。
27. 项飙, 2021: 《临界中的思考》, 《文化纵横》第3期, 第70-79页。
28. 熊万胜、严子泳, 2024: 《平台地方市场何以形成? ——基于义乌市场转型的调查》, 《社会学研究》第4期, 第92-113页。
29. 熊伟、黄媚娇、蔡晓梅、艾芹、钟诗瑶, 2022: 《新流动范式下非流动性的研究进展与展望》, 《地理研究》第3期, 第748-763页。
30. 许一婷、林颖, 2021: 《网络直播营销驱动消费行为的内在机理——沉浸传播、身体媒介化与情感注入新视点》, 《福建论坛(人文社会科学版)》第12期, 第111-117页。
31. 颜燕华, 2023: 《农产品电商化过程中的红利分配与技能重组——以安溪茶叶产销模式转型为例》, 《中国农业大学学报(社会科学版)》第6期, 第170-184页。
32. 张慧鹏, 2022: 《唯物史观视野下的乡村振兴与农民主体性》, 《中国农业大学学报(社会科学版)》第1期, 第30-45页。
33. 张辽, 2013: 《要素流动、产业转移与经济增长——基于省区面板数据的实证研究》, 《当代经济科学》第5期, 第96-105页。
34. 张添洋、张颖、张坤, 2024: 《农村电商、要素流动与城乡一体化发展》, 《商业经济研究》第5期, 第117-121页。
35. 张小强、李双, 2020: 《网红直播带货: 身体、消费与媒介关系在技术平台的多维度重构》, 《新闻与写作》第6期, 第54-60页。
36. 郑中玉、何明升, 2004: 《“网络社会”的概念辨析》, 《社会学研究》第1期, 第13-21页。
37. 中国社会科学院工业经济研究所课题组, 2021: 《提升产业链供应链现代化水平路径研究》, 《中国工业经济》第2期, 第80-97页。
38. 朱启臻, 2018: 《乡村振兴背景下的乡村产业——产业兴旺的一种社会学解释》, 《中国农业大学学报(社会科学版)》第3期, 第89-95页。
39. 朱璇、解佳、江泓源, 2017: 《移动性抑或流动性? ——翻译、沿革和解析》, 《旅游学刊》第10期, 第104-114页。
40. Castells, M., 1996, *The Rise of the Network Society*, Cambridge: Blackwell Publishing Ltd, 409-417.
41. Sheller, M., and J. Urry, 2006, “The New Mobilities Paradigm”, *Environment and Planning A*, 38(2): 207-226.
42. Urry J., 2000, *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*, London: Routledge, 1-2.
43. Urry, J., 2007, *Mobilities*, Cambridge: Polity Press, 194-195.
44. Yin, R.K., 1994, *Case Study Research: Design and Methods (2nd ed.)*, California: SAGE Publications, 3-20.
45. Zhang, Y., H. Long, L. Ma, S. Tu, Y. Li, D. Ge, 2018, “Analysis of Rural Economic Restructuring Driven by E-Commerce Based on the Space of Flows: The Case of Xiaying Village in Central China”, *Journal of Rural Studies*, 93: 196-209.

Network Connections and Local Development: The Mobility Effects of Production Factors and Goods in Rural Live Streaming

WU Yumei¹ LI Dongxiao²

(1. School of Social Development, East China Normal University;

2. imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel)

Summary: The emergence of live streaming e-commerce has created vast opportunities for local development in rural China. By leveraging digital platforms, rural industries have transitioned from being geographically constrained to becoming integral players in broader national and even global economic networks. This transformation addresses longstanding challenges in rural areas, such as limited connectivity, low resource yields, and economic stagnation. Live streaming facilitates the systemic mobility of information, goods, people, and capital, significantly enhancing rural integration with external markets. These developments not only accelerate rural revitalization but also serve as a model for global rural development strategies. Therefore, research on revealing the mobility process is necessary for understanding how rural areas can effectively integrate into broader economic systems and harness digital technologies for sustainable growth.

This research takes the seafood live streaming sales in Haitou Town, Lianyungang City, Jiangsu Province, China, as a case study to explore the flow mechanisms and effects brought about by rural live streaming. Based on economic principles and incorporating sociological theories of “network society” and “flow space”, and introducing the “new liquidity paradigm”, the study comprehensively analyzes how live streaming platforms help rural areas overcome traditional barriers and achieve development.

This study integrates field investigations, participant observation, and interviews conducted in several live streaming villages. The findings reveal that live streaming significantly enhances their market appeal by offering scenarized, immersive presentations of local products, while its integrated logistical and payment systems streamline the physical movement of goods. Together, these approaches facilitate the systemic mobility of critical production factors — such as information, capital, labor, and managerial expertise — thereby accelerating their circulation. These interconnected mobilities optimize the integration of “online” and “offline” channels, creating a structured and sustainable two-way interaction between rural and external economies. As active nodes within the flow space, rural areas leverage their autonomy to gradually extend the “supra-regional” industrial chain network. They coordinate the supply and allocation of goods and production factors in national and even global networks, responding to platform logic and achieving sustainable development.

This study highlights the profound significance of the mobility effects brought by rural live streaming, including creating development opportunities, enhancing market integration, and strengthening rural social and industrial structures. The findings provide a solid framework for understanding how live streaming practices assist rural areas in overcoming traditional disadvantages and achieving economic development. Furthermore, the results offer important insights for policymakers, helping them promote sustainable rural development through live streaming and digital transformation, and achieve broader goals such as narrowing the urban-rural gap and enhancing economic equity.

Keywords: Factor Mobility; Livestreaming Village; Livestreaming Platform; Network Connectivity; Rural Development

JEL Classification: O18; Q13; R11

(责任编辑：尚友芳)