

直播带货中的价值传递研究

马玮玮

(湖北工业大学, 湖北 武汉 430068)

【摘要】价值传递是指人们获得和继承社会文化中价值观念的过程和方式,直播带货作为直播领域的新兴业态,坐拥庞大的受众群体,其在营销商品的同时,也在传递着某种文化和价值观念。本文在阐述直播带货与价值传递的关系的基础上,探究价值传递及其实现,并由此引发对当下直播带货如何更好地实现社会主流价值观念传递的启示与思考。研究主题与视角均具有创新性,也回应了“直播带货”这个时代性极强的热点话题,希望本研究能“抛砖引玉”,推动直播带货中价值传递问题的理论研究深入展开,以推动社会积极、健康、充满正能量的价值观在直播带货的营销实践中得到切实的渗透与传递。

【关键词】直播带货;价值传递

一、直播带货与价值传递的关系梳理

(一) 直播带货

直播带货是一种直播领域的新兴业态。通过视频直播的形式,让买家对商品进行展示和推销,并在直播过程中向观众介绍产品的特点和使用方法,以及向观众介绍各种优惠券和促销活动。直播带货相较于传统的营销模式,具有成本低,效率高,体验感仪式感强的优点。这些优点是传统销售方式所不具备的。直播带货在中国已经得到了广泛的运用,并取得了极大的成功,成为一种重要的营销渠道。近年来随着互联网的迅速发展,手机等智能设备的迅速普及和社交媒体的迅速发展,越来越多的企业开始关注和使用这种电子商务方式,以获取更加高效、更加低成本的营销效果。

2019年,是网络直播平台发展的一个重要的节点。2019年初,随着《电子商务法》正式实施,电子商务规范化发展。电商企业纷纷加入直播行业,促使直播电商蓬勃发展。2020年,由于新型冠状病毒在我国全面爆发,线下实体经济遭到严重打击,再次加速了直播电商的迅猛发展,我国进入全民直播的时代。^[1]和常规的网络购物直播方式比较,电子商务直播间的市场准入门槛更低,不论是网络明星还是普通百姓,只需要具备一台智能手机以及良好的网络环境,便可以进行“一对多”的直播。^[2]在人们物质财富得到极大满足的今天,人们的消费升级,不仅重视产品本身的消费体验,也重视产品给自身带来的精神价值,比如直播带货中主播与观众的互动,对观众的理解力与同理心,购买过程的体验与仪式感,都能够增加购物过程的精神价值。直播带货具备传统商业模式所不具备的优势,这吸引了许多人去尝试。

抖音等融媒体的迅速发展和智能手机的迅速普

及给直播带货行业提供了条件。中国的网络直播用户近年来迅速增加,从2016年的3.1亿人增加到2021年的6.35亿人。直播带货行业获得了巨大的发展。一方面,受疫情影响,人们居家时间增加,外出购物的时间减少,直播用户的规模迅速增加。另一方面,使许多原来的线下生意的实体生意纷纷加入直播带货行业。

(二) 价值传递

价值传递是通过教育、教学、研究等方式,传递或表达某种价值观念、理念、信念等内容。这些价值观念、理念、信念等内容可以是社会主义核心价值观、民族精神、爱国主义、集体主义、人文关怀、道德规范等。同时,价值传递也是思想政治教育的重要内容之一,它有助于提高学生的思想政治素质,增强他们的爱国主义情感和社会责任感,从而推动社会主义现代化建设。

当下正处于世界百年未有之大变局,意识形态领域的斗争日益激烈,在信息网络飞速发展的时代,网络成为人们生活中不可缺少的部分。网络中充斥着各种各样的信息,信息大爆炸,有正面的,也有负面的,有积极的,也有消极的,良莠不齐,鱼龙混杂,加强对网络主流意识的引导,对于增强主流意识形态领域的话语权至关重要。

(三) 直播带货中渗透着价值传递

直播带货借助网络信息平台,在价值传递上呈现出影响受众广、突破时空限制、快捷等特点。直播带货的主播对产品进行详细地介绍,包括产品的材质、功能、使用方法等,通过这些介绍,无形地渗透着一定的品牌文化和消费观念。直播带货中,主播会介绍品牌的文化和故事,让消费者更好地了解品牌的背景和理念,从而产生对品牌的认同感和信任感;主播会对消费观念进行引导,例如提倡环保、健康、

科技等消费理念，让消费者在购买产品的同时也能了解到一些新的消费观念和生活方式。总的来说，直播带货过程中，通过品牌文化和消费观念的引导，让消费者更好地了解产品和品牌，进而提高消费者的购买决策和购买体验。

主播在直播带货中所传达出的消费观念和价值理念中存在双重性质，有积极的和消极的，正面的和负面的。比如某些主播会人为地制造稀缺，某产品只剩几件，在直播中频繁强调商品的限时折扣和促销，忽视商品的实际品质与质量，鼓动消费者抓住机会购买，过度消费；或者是直播带货中夸大商品的功效与效果，甚至故意编造虚假信息来吸引观众购买；在直播带货中强调一种“我消费我快乐”的消费主义文化，鼓励观众通过消费来解决自己情感上需求，忽视了经济上的支付能力。直播带货遍地开花野蛮生长，其同质化的营销套路和所传达的低俗的消费理念已经不能满足观众日益提高的审美能力和精神诉求。在直播带货中，价值传递是非常重要的。主播不仅仅是一个商品的销售者，更是一个价值传递者。他们通过自己的言谈举止、生活方式、消费观念等方面，向消费者传递着一种特定的价值观念。这种价值观念，不仅仅是商品本身的价值，一种生活方式、一种社会价值观念。

二、直播带货背后的价值传递

（一）直播带货的火爆盛况

直播带货已经成为时下最热门的购物方式之一。不仅仅是衣食住行的商品，更包括各行各业的产品。从时尚服饰、美妆产品到家居家电、健康养生，直播带货已经渗透到了各个领域。

在直播带货的火爆盛况中，商家们展示出了极高的创意和智慧。他们不仅打造了精心设计的直播间，提供温馨的购物环境，还通过展示商品的特点、使用方法和效果，吸引了消费者的兴趣。同时，商家们也充分利用了直播互动的特点。观众们可以通过弹幕、礼物、评论等方式与主播互动，提出问题、分享想法、表达购买意愿。这种互动不仅增加了直播带货的趣味性，还让消费者更加了解和信任产品。直播带货的火爆盛况也彰显了社交媒体的力量。观众们可以通过朋友圈、社交平台分享自己喜欢的商品和购物体验，引起更多人的关注和参与。这种社交传播的效应，使得直播带货的影响力不断扩大。

值得一提的是，直播带货并不仅仅是商家带动的销售方式，也给消费者带来了更多的便利。通过观看直播，消费者可以直接了解商品的特点和实际效果，避免了传统线下购物中的盲目购买和退换货的烦恼。与此同时，直播带货也给小微商家和个体创业者提供了更广阔的销售平台。他们可以通过直播平台展示自己的产品，与观众进行直接沟通，打造属于自己的品

牌形象。这种平等、开放的销售机制，让更多人有机会实现自己的创业梦想。直播带货的火爆盛况无疑揭示出了一种新的消费趋势和商业模式。这种直播带货的方式不仅丰富了人们的购物体验，也促使商家们不断创新和提高产品质量。它正在重塑着商业生态，成为一个充满无限可能的市场。相信未来，直播带货还将有更为火爆的发展。

（二）直播带货背后的价值传递

在直播带货中，凡是影响大的，无一不是能够在精神上引起大家共鸣的。人们的消费也不再是一种单纯的物质消费，也更多地包含着精神上的消费。

其一，直播带货农产品，表现出其对农村、农民、农业的热爱，向社会传递出真诚、善良、担当的价值取向。介绍农产品，触发了观众对于童年的回忆，回忆农村的各种趣事。主播们用诗意的语言，勾起了观众对于童年，对于农村的回忆。在我们最初的时候，我们真实、善良，从主播们的言语中，观众可以感受到他们是带着感情的。缩短了农产品销售的中间环节，既保证了农产品的新鲜度，又节省了交易成本，降低了农产品的损耗，增加了农民的收入。^[3] 改革开放以来，城乡区域间的发展差距日益扩大，一部分人先富了起来，但是能够“先富带动后富”，增加农业发展，提高了农民的收入。

其二，在直播间中关于书籍的介绍和推广，传播真善美。书中自有黄金屋，书中自有颜如玉。对书籍的介绍和推广，向社会传递出了直播带货的正面影响，是一种崇尚和追求知识的价值取向，鼓励观众不断学习，终身学习。

其三，邀请知名人物，交流他们的著作和个人经历和故事，传播优秀的精神品质。在一场轻松愉快的交流中，分享个人故事和打拼搏斗历程。直播间中，对话没有固定的课题，天马行空，畅所欲言，往往涉及一些社会热点，比如焦虑、躺平、内耗、孩子教育等社会生活的方方面面，给予后代或者是正在挣扎当中的人们一些建议看法，或多或少地为人们指明方向，答疑解惑。给予观众的是一种积极正向的价值引导，传播正能量。

其四，在货品的介绍方面，诚实守信，追求品质、按需购买、积极健康。首先，在货品介绍中，传递的一种健康的生活方式。主播会向观众介绍一些健康的食品、保健品等商品。他会告诉观众这些商品的功效和作用，还会分享自己的健康生活经验。这种健康的生活方式，符合现代人对健康的追求，也符合消费者对商品的需求。其次，传递的一种品质至上的消费观念。主播们经常会强调商品的品质和质量。会告诉观众这些商品的材料、工艺、产地等信息，让观众了解商品的品质和价值。这种品质至上的消费观念，符合现代人对消费的追求，也符合消费者对商品的需求。

最后,传递的是一种诚信的商业道德。主播们所介绍的商品假一赔十、运费险、明码标价、货真价实、品质放心,观众购买到的产品不用担心“买家秀”与“卖家秀”的强烈反差。

三、对主流价值观社会文化传播的启示

(一) 加强对直播带货等新兴行业的治理,以更好地发挥正向价值传递功能

在互联网信息时代,主播的素养对消费者产生的影响是不可估量的。直播带货是一个相对新兴的行业,在短时间内涌现了很多主播和平台。因此,不同主播的素质水平也存在很大差异,混杂着不同性质的价值传递。

国家相关部门要加大对直播带货行业的监管力度,完善相关法律法规,并且建立健全信用评估体系,清退一些信誉不良、低俗恶劣的主播,并且建立健全消费者维权渠道。商家必须不断强化商品质量,提高商品优惠力度,与消费者建立信任,使消费者放心地购买产品。^[4]

每个人都是抖音上的导演,但由于大部分用户并非视频制作的专业人士,平台上涌现出的大量视频,好的坏的杂陈,泥沙俱下,大量低价值的简单模仿和平庸化的作品沦为作品金字塔的庞大基座。^[5]加强直播带货的行业的规范、准入与退出机制。鼓励正能量直播平台共同制定和引领行业规范。提高从业者素质,从业人员应该接受相关培训,提高专业知识和道德素质。同时,加强直播带货行业的退出机制,对于存在虚假宣传等违法违规、侵犯用户权利的主播,应当被清理退出直播带货行业。

加强宣传与教化。要发挥先锋模范的榜样作用,对于优秀的主播,企业与个人予以鼓励和支持,并鼓励其引导整个行业的发展。

(二) 关注价值传递的时代诉求,以便促进主流价值观传递与时俱进

1. 聚焦现实生活,探寻审美与情感的共振

心理学家艾伯特·麦拉宾说:“一条信息所产生的全部影响力中,7%来自语言文字,38%来自声音,剩下的55%则全部来自无声的身体。”直播间正将这种影响力发挥到极致,在主播的言谈举止中,它包含的不再是单纯的商品信息,而是投射出更多的情感和经历。直播间经常会交流当下社会焦点问题,比如子女教育、内卷、精神内耗、人际关系、性格等问题,通过介绍文学、心理学等书籍作品,引导观众对审美认知和情感体验进行深入的思考,分析和讨论书中的人物、情节、理论等,理解其中蕴含的意义和价值,加深对审美和情感的认知和理解,同时主播亦师亦友,与观众交流沟通,引导其不断突破自身认识局限,明确成长的道路和方向,培养积极向上的审美情趣。

2. 创新价值传递的形式,“随风潜入夜,润物细无声”

传统的价值传递形式固化而又缺乏新意,课堂式的灌输和空洞的口号已经不能满足信息化时代日益复杂的需求。在两千多年前,西方先哲苏格拉底通过对话的方式探讨道德问题,亚里士多德开办的学校因为没有固定教室被称作“逍遥学派”。这对于我们今天的价值传递具有重要的意义。直播带货形式往往别出心裁,往往在一些静谧幽美的自然场景户外直播,聊聊天,喝个下午茶度过悠闲的下午,是一种“不把带货当回事儿”的直播带货,观众看着这样的直播,在潜移默化中受到熏陶和教化。在古代,台上的先生说书讲古,台下观众喝着茶水,气定神闲,通过典型的人物,比如精忠报国的岳飞;交友似孟尝,孝母似专诸的秦琼秦叔宝,义薄云天的关羽关云长,观众在一种非常放松享受的状态,以一种“随风潜入夜,润物细无声”的方式,塑造了忠孝仁义的国民性格。通过互联网平台,在日常生活、休闲娱乐中,以一种潜移默化,“润物细无声”的方式,传播积极健康的价值观念,对于主流价值观社会化传递具有重要借鉴意义。

参考文献:

- [1] 何秋燕.网络主播的即兴能力、价值传递与创业绩效的关系研究[D].浙江财经大学,2023.
- [2] 黎思妤.电商直播行业存在的问题及改进策略[J].产业创新研究,2023(23):102-104.
- [3] 梁若思.新零售背景下农产品直播带货营销策略研究[J].中国集体经济,2023(36):77-80.
- [4] 吴雅萌.网红经济背景下直播带货营销问题分析[J].商场现代化,2023(24):54-56.
- [5] 骆郁廷,李勇图.抖出正能量:抖音在大学生思想政治教育中的运用[J].思想理论教育,2019(03):84-89.
- [6] 沈国权主编,思想政治教育环境论[M].复旦大学出版社,2002.
- [7] 胡国义,思想政治教育价值论[M].浙江教育出版社,2009.
- [8] 赵林,邓晓芒,西方哲学史[M].北京:高等教育出版社,2014.
- [9] 许纪霖,家国天下:现代中国的个人、国家与世界认同.[M]上海:上海人民出版社,2017.
- [10] 斯塔夫里阿诺斯,全球通史[M].北京:北京大学出版社,2006.
- [11] 西奥迪尼,影响力[M].北京:北京联合出版公司,2010.

作者简介: 马玮玮(2001.01.18-),男,山西晋城人,汉族,湖北工业大学马克思主义学院研究,研究方向:中国近现代史基本问题研究,党史党建方向。