

# 互动仪式链理论下的公益直播带货现象分析

## ——以抖音账号B太为例

随着直播电商行业不断发展,公益直播带货逐步兴起,成为助力乡村振兴、开展民生帮扶的新型公益模式。相较于传统公益形式,公益直播凭借实时互动、低参与门槛、传播范围广等优势,拉近了大众与公益事业的距离,推动全民公益常态化发展。抖音正能量博主B太是民间公益直播的典型代表,本文以互动仪式链理论为依托,以B太常态化公益直播为对象,结合其粉丝规模与直播频次特征,分析其公益直播互动仪式的逻辑,梳理传播优势与存在问题,探索长效发展路径,以期丰富现有研究,为自媒体公益直播的良性发展提供崭新的视角。

### 一、B太公益直播带货的互动仪式链构建现状

(一)虚拟在场:常态化直播实现持续场景聚集

互动仪式是以身体在场为启动前提,新媒体直播打造出数字化虚拟在场场景。截至2026年6月,抖音博主B太拥有2600余万粉丝,坚持定期开展公益直播,单场时长3—5小时,培养了用户稳定的参与习惯。其单场直播峰值在线人数超10万,累计观看达200万人次,大量用户打破时空限制汇聚直播间,借助观看、弹幕、下单等行为完成虚拟在场参与。同时,主播深入乡村、农户与厂房进行实景直播,消解线上疏离感,强化沉浸式体验,为互动仪式有序开展夯实基础。

(二)边界区隔:公益属性构建场景专属圈层  
清晰的圈层边界是保障互动仪式纯粹性与稳定性的关键,可有效区分仪式内部参与者与外部旁观者。B太的公益直播从内容、氛围、粉

丝三个维度构建了完整的圈层边界。内容层面,直播间聚焦公益助农、民生帮扶核心主题,上架产品均为乡村滞销农产品、弱势群体手工艺品等公益性产品,无过度商业化营销,精准筛选公益帮扶适用用户,过滤娱乐消遣、低价薅羊毛等无效流量。氛围层面,直播间形成专属正向话语体系,“助力助农”“微光行善”等正向评论成为主流互动内容,构建统一群体话语共识,与普通商业直播形成鲜明区隔。粉丝层面,长期的正能量内容输出,沉淀出一批认同其真实、公正人设的高粘性核心粉丝,构成直播仪式的核心参与主体,与路人用户形成清晰圈层划分,保障了互动仪式的纯粹运行。

(三)共同焦点:真实公益场景凝聚群体注意力  
统一的关注焦点是激活群体互动、维系仪式持续运转的核心动力。针对行业内摆拍作秀、虚假助农等乱象,B太将“真实透明、务实帮扶”作为直播间全体用户的核心共同焦点,贯穿直播全流程。直播前,团队实地走访帮扶地区,核实农户困境与产品滞销真实情况;直播时,实景展示产品生长环境、农户生活现状与产品定价逻辑;直播结束后,公开销售数据、资金流向与帮扶成果,实现全流程透明化运作。常态化直播进一步固化了这一核心焦点,用户不再单一关注产品价格,更重视公益帮扶的真实性与落地性。直播间内,用户围绕帮扶效果、产品品质互动提问,主播针对性答疑,形成主播与用户、用户与用户之间的注意力联动,持续激活互动仪式,推动仪式链循环延续。

(四)情感共享:共情传播催生群体情感能量  
情感共享是互动仪式的核心内核,也是用户持续参与仪式的内在驱动力。互动仪式链理

论认为,群体持续的注意力聚焦催生情感共鸣,积累集体情感能量,强化群体身份认同。B太依托真实的乡村帮扶场景与真诚的传播语态,搭建起高共情的情感共享氛围。直播中,通过实景画面与真实案例,展现农产品滞销现实问题,唤醒用户善意与共情心理。同时,直播间用户通过弹幕交流公益感悟、相互鼓励支持,庞大的粉丝基数与高频次直播互动,形成稳定的群体情感能量,用户在轻量化公益参与中收获成就感与归属感,这种正向情感成为用户持续参与直播仪式、投身公益帮扶的核心动力。

### 二、B太公益直播带货存在的问题

(一)仪式互动形式单一,用户粘性增长受限  
尽管B太粉丝体量庞大、直播频次稳定,但直播间互动形式较为单一,互动深度不足。目前其直播互动仅局限于点赞、弹幕提问、下单、转发等基础形式,缺乏多元化、沉浸式的互动设计。长期固化的互动模式降低用户新鲜感,导致参与积极性逐步下滑。同时,直播结束后缺乏系统化社群运营与情感延续机制,直播终止后,用户情感能量无法持续沉淀,深度长效互动缺失。多数粉丝仅参与单次直播仪式,难以转化为核心忠实用户,庞大的流量优势无法完全转化为稳定的公益传播优势。

(二)流量转化不均衡,仪式覆盖深度不足  
B太海量的粉丝流量存在转化失衡问题,仪式情感渗透深度不足。其2600万粉丝中,常态化参与公益互动的活跃粉丝占比不多,多数粉丝处于静默观望状态,仅观看不参与,并未真正融入互动仪式。同时,直播热度高度集中于直播时段,直播结束后公益话题热度快速消退,缺

乏长效传播与流量延续机制。高频次直播仅实现了流量的广度覆盖,未完成情感深度渗透,部分用户的仪式参与仅为跟风行为,仪式互动流于表面,难以形成稳定的情感能量循环。

(三)公益商业平衡困难,仪式纯粹性受冲击  
常态化公益直播需要人力、场地、运营等成本支撑,纯公益零商业化模式难以长效运营,导致B太直播面临公益属性与商业属性的平衡难题。为保障直播常态化开展,直播间会少量上架合规助农产品,获取基础运营收益。但大众对其公益纯粹性的期待持续提升,用户对商业化内容包容度降低,少量商业植入极易引发“公益变现”的负面质疑,破坏直播间长期构建的纯粹公益氛围,冲击群体情感共享状态,打破互动仪式稳定闭环,影响群体团结与用户情感能量积累。

### 三、互动仪式链优化视角下公益直播带货发展路径

(一)丰富互动形式,深化仪式情感联结  
针对互动形式单一、用户粘性不足的问题,需创新直播互动模式,深化用户情感联结。直播中可新增农户连麦专访、公益故事分享、用户公益打卡等多元化互动形式,打破单一弹幕互动模式,让用户沉浸式感受公益帮扶价值。同时,搭建专属粉丝公益社群,在非直播时段开展成果公示、公益话题讨论、助农知识科普等活动,延续直播仪式情感氛围,打破时空限制,持续沉淀用户情感能量,提升粉丝忠诚度与仪式参与深度。

(二)精准激活流量,拓宽仪式覆盖深度  
充分盘活存量粉丝流量,精准激活静默用

户。通过用户分层运营模式,为新粉丝、静默粉丝、核心粉丝打造差异化内容,设置轻量化公益互动任务,以可视化公益成果唤醒用户参与意愿,推动用户从被动观看向主动参与。同时,打造系列化公益直播专场,聚焦不同地区、不同品类的帮扶需求,构建系统化公益直播体系,持续强化用户情感积累。依托短视频花絮、成果复盘等内容延续直播热度,实现流量无缝衔接,拓宽仪式覆盖的广度与深度。

(三)平衡公益与商业,守护仪式纯粹性  
设置透明化、规范化的商业化运营体系,实现公益与商业良性平衡。严格把控产品准入标准,仅上架助农帮扶类公益产品,避免过度商业化植入。全程公开产品定价,成本构成与收益用途,明确商业收益全部用于公益帮扶与直播常态化运营,消除用户质疑。严控商业化内容占比,坚守公益内容主体地位,以透明合规的运营模式守护直播间纯粹公益氛围,保障仪式互动的稳定性与纯粹性。

### 四、结论

新媒体时代,公益直播带货成为助力全民公益与乡村振兴的重要数字化路径。本文以抖音博主B太为案例,结合互动仪式链理论,从虚拟在场、边界区隔、共同焦点、情感共享四个维度展开研究。B太依靠常态化直播构建起成熟的线上互动仪式体系,取得了显著的公益成效。但其直播也存在互动形式单一、流量转化不均、公益与商业难以协调等问题。针对现存不足,本文提出对应的优化路径,以此推动公益直播稳健发展,真正实现流量向善、直播赋能民生。

作者:刘小崇(贵州民族大学)

# 以人海和谐为引领 谱写绿色海洋发展新篇章

海洋是地球表层系统中最为活跃的组成部分,既构成国家战略资源的重要储备,也是沿海区域经济社会可持续发展的关键依托。推进中国式现代化必须推动海洋经济高质量发展,走出一条具有中国特色的向海图强之路。党的二十大报告明确提出“发展海洋经济,保护海洋生态环境,加快建设海洋强国”的战略部署,党的二十届四中全会进一步对加强重点海域生态环境保护修复提出了明确要求。从早期“向海而兴”的开发实践,到当前“人海和谐、绿色低碳”的发展共识,海洋强国建设的价值主线日益清晰。在此背景下,国家层面围绕海洋经济高质量发展提出“五个更加注重”——更加注重创新驱动、更加注重高效协同、更加注重产业更新、更加注重人海和谐与更加注重合作共赢,为统筹海洋开发与保护提供了清晰的行为导向。

### 一、碧海蓝天:陆海统筹与系统治理下的海洋生态新格局

海洋生态系统的整体性和流动性,决定了其治理必须超越“头痛医头、脚痛医脚”的碎片

化模式,转向陆海统筹、河海联动的系统思维。近年来,“坚持陆海统筹、河海联动,持续推进重点海域综合治理”已成为海洋环境治理的基本遵循。以美丽海湾建设为切入点和主要抓手,我国海洋生态治理正在实现从治标向治本、从局部示范向全域推进的深刻转型。

我国283个海湾分布于11个沿海省份,自然禀赋和开发强度差异显著。近年来,有关部门先后发布多批美丽海湾优秀案例,覆盖海宜屋型、生态保育型、绿色产业型等差异化样本。2026年5月,生态环境部印发《海湾清洁指数评价技术方法(试行)》,以单个海湾为基本评价单元,综合运用无人机航拍和人工实地调查两种技术手段,构建海滩垃圾密度、海滩垃圾密度和海面漂浮垃圾密度三项核心指标,并将海湾清洁程度划分为“优、良、中、差、极差”五个等级。这一技术文件的出台,标志着美丽海湾建设从定性规范迈向定量评价、从示范引领迈向全面提升提质增效的新阶段。

### 二、绿色发展:以新质生产力驱动海洋经济实现人海和谐

推动海洋经济高质量发展,需要从根本上扭转“重开发、轻保护”的粗放发展逻辑。绿色本身就是新质生产力的内在要求,也是其最鲜明的底色。具体到海洋领域,新质生产力实质上是一场要素结构的深层转换——用“技术、人才、数据”替代传统的“资源、劳力、资本”。所谓“新”,主要体现在深海探测、智能装备、生物医药等前沿领域的技术突破上;而“质”,则集中表现为效率提升、结构优化与生态友好三者之间的协同共进。

目前,我国海洋经济发展持续实现稳中向好,海洋渔业、海上风电等产业规模位居全球前列。2025年全国海洋生产总值达到10.5万亿元,比2012年翻了一番多,占国内生产总值的7.8%。进入2026年,海洋经济继续向新向优发展,一季度初步核算我国海洋生产总值2.6万亿元,同比增长5.4%;全国新增用海用岛项目589个,批准用海用岛面积5.3万公顷,涉及投资额2523亿元,同比增长35.9%;海洋工程装备新接、交付和手持订单金额同比分别增长36.4%、60.0%和8.9%;全球首台20兆瓦海上风电机组在福建海域并网发电,年发电量预计超

8000万千瓦时。另外,“蛟龙”号、“深海勇士”号、“奋斗者”号、“梦想”号等一批批大国重器持续向深海挺进。

### 三、全球视野:在践行海洋命运共同体理念中贡献中国方案

人海和谐既是国内海洋治理的内在追求,也是参与全球海洋治理的重要贡献。2026年,正值“海洋命运共同体”理念提出七周年,第二届“海洋命运共同体”上海论坛以“共护海洋安全共促蓝色发展”为主题召开,汇聚中外专家围绕海洋安全、全球海洋治理、蓝色经济合作等议题展开讨论。论坛发布了《全球海洋安全态势评估与展望(2025—2026)》报告,并由11名中外大学生共同发起《共护海洋安全共筑蓝色未来》倡议。这些动向表明,构建海洋命运共同体正在从理论共识走向实际行动。

中国在美丽海湾建设、陆海统筹治理、红树林修复、蓝碳核算等领域的积极探索,目前正通过联合国大会圆桌会、中柬海洋空间规划联合实验室、海丝港口合作论坛以及国际海洋碳汇交流会等渠道,逐步向国际社会敞开。从东南

亚的滨海湿地修复,到欧洲学者参考中国的蓝碳方法学做本土化调整,这些实践经验正在被不同国家借鉴。可以说,中国提供的不是一套放之四海而皆准的模板,而是一批经过验证、可以按需改造的实践方案。

### 四、结语:强于天下者必胜于海

从习近平总书记生态文明思想的理论指引到人海和谐的价值导向,中国式现代化进程中“碧海银滩也是金山银山”的绿色发展新图景正在渐次展开。面向未来,要以习近平总书记生态文明思想为根本遵循,全面贯彻“五个更加注重”重要要求,以新质生产力推动海洋传统产业转型升级和新兴产业壮大发展,以系统性、法治化、标准化的治理手段守护海洋生态屏障。坚持以高水平保护支撑高质量发展、以高质量发展推动中国式现代化,走出一条人海和谐、海洋强国道路,让碧海蓝天成为美丽中国的永恒底色,为建设人与自然和谐共生的现代化、实现中华民族伟大复兴凝聚蓝色力量。

作者:杨颖(中共南通市委党校决策咨询研究中心)

# 顺着输水干渠走思政 金融“活水”润田解民忧

当前,我国全面推进乡村振兴战略进入深化阶段,农业农村现代化建设提速,水利基础设施作为农业生产核心支撑,直接关系到国家粮食安全底线和农民收入增长预期。2023年中央金融工作会议明确普惠金融发展方向,要求强化乡村振兴金融支持,引导金融机构坚守以人民为中心的发展理念。灌区管理部门作为守护粮食安全的主力军,“三农”服务的一线主阵地,需要主动担当金融支农的桥梁纽带和平台载体,探索思政政治工作与业务经营深度融合路径,破解农户灌溉领域急难愁盼问题。通过思政政治工作搭建灌区、金融机构、经营主体三方联动纽带,推动解决灌区工程长期依赖政府单一投入、社会资本参与不足的困境,为灌区可持续发展注入金融“活水”。

### 一、灌区金融服务存在的突出短板

(一)思政引领作用发挥不充分,三方联动纽带缺失

灌区思政工作过去上主要聚焦内部干部职工教育,未延伸至灌区上下游各类经营主体,服务边界局限于工程运维管理范畴。思政工作与灌溉融资需求对接脱节,灌区作为连接金

融与农业的关键节点作用未充分发挥,导致灌区、金融机构、农户之间存在信息壁垒。多数灌区未将破解灌溉融资难题、节水改造等项目建设作为思政工作重要内容,党员干部主动对接金融资源、服务经营主体的意识不强。

(二)灌溉金融产品供给失衡,精准匹配度不足

当前市场主流灌溉金融产品以传统农户小额信用贷款为主,单户额度普遍不超过10万元,期限多为1年以内,无法覆盖小型农田水利工程建设、节水灌溉设备购置等中长期资金需求。灌区未主动牵头搭建信息共享平台,向金融机构开放灌区规划、项目清单、用水数据、水费收缴等核心信息,导致金融机构难以准确评估项目价值与风险。灌区未结合自身灌溉需求和受益特点,针对种粮大户规模化灌溉等特定需求,联合金融机构设计定制化产品,新型农业经营主体规模化灌溉项目和灌区小型维修养护项目金融支持存在明显空白。

(三)风险控制体系不完善,信贷投放意愿受限

灌溉项目受自然条件影响较大,收益稳定性较差,农村信用体系建设相对滞后,金融机构面临较高信贷风险。灌区未利用自身专业

优势为灌溉项目提供技术评估和运营监管。灌区未推动将农户用水缴费信用、灌溉设施维护情况纳入农村信用评价体系,信用评价维度单一,难以全面反映经营主体真实信用状况。政府性融资担保机构对灌溉项目担保覆盖率不足20%,风险分担补偿机制不健全,进一步加剧金融机构惜贷情绪。

### 二、构建金融与思政融合的灌溉服务新体系

(一)深化干渠党建思政引领,构建网格化联动服务体系

灌区管理部门成立党员思政先锋队,以辖区内主要输水干渠为脉络划分党建责任区,实行“一名党员包一段干渠、一个支部覆盖一个灌片”的工作模式。每月至少沿干渠开展2次走访调研,深入田间地头同步收集农户灌溉用水需求和资金需求,建立“用水+融资”双台账并动态更新,实现底数清晰、情况明确。发挥灌区主体作用,由党员干部主动对接辖区内金融机构、种粮大户、村集体等,搭建三方常态化沟通桥梁,推动供需精准匹配。将推动金融服务落地、引入社会资本参与灌区渠道维修等项

目建设纳入党员考核、评优评先等工作,激励党员干部主动担当作为。

(二)以灌区为主导,联合开发分层分类灌溉金融产品

由灌区思政部门牵头、财务和工程部门协同,组织金融机构深入田间地头开展需求调研,向金融机构全面开放灌区工程规划、年度维修保养计划、用水数据、主体用水信用记录等核心信息,为金融机构精准画像、风险评估提供支撑。结合灌区自身灌溉需求和受益特点,针对不同经营主体差异化需求,联合开发专属金融产品:针对种粮大户,推出额度更高、期限更长的“灌溉贷”“节水设备贷”;针对村集体,推出“末级渠系改造贷”“灌区维修贷”;针对灌区管理单位,推出“灌区经营性项目贷”,精准匹配各类资金需求。

(三)落实“两手发力”要求,构建多元化灌区投融资体系

灌区思政部门组织干部职工、金融机构、经营主体学习“两手发力”重要论述,引导各方正确认识灌区公益性与经营性结合的属性。灌区项目建设部门牵头,全面梳理灌区可市场化运营和需要引入资金的项目清单,包括干支

渠除险加固、末级渠系改造、节水灌溉工程运营、水肥一体化服务等,结合项目收益特点制定清晰的利益分配方案,明确各方权责利。探索混合所有制模式,以灌区水费收入和经营性收益为基础,引入社会资本、社会资本参与灌区经营性项目建设运营,形成“政府投资引导、金融贷款支持、社会资本参与、农户投贷补充”的多元化投入格局。灌区思政部门牵头,每月召开水利、金融、农业农村、乡镇政府联席会议,通报灌区规划、项目进展、融资需求,形成工作合力。

顺着输水干渠走思政,既是灌区思政工作方法的重大创新,也是践行以人民为中心发展思想的生动体现。这种模式将思政政治工作从会议室搬到田间地头,从理论说教转化为实际行动。灌区管理部门要以思政政治工作为统领,始终坚持水利工作政治性、人民性,不断深化思政与业务深度融合,主动担当金融支农的桥梁纽带,着力破解农户灌溉等民生领域急难愁盼问题,为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化提供有力水利支撑。

作者:梁宇轩(湖南省欧阳海灌区水利水电工程管理局)

# 激活生态价值 赋能绿色发展

## ——评《河北生态产品价值评价及实现路径研究》

当前,建立健全生态产品价值实现机制已成为各地强化生态保护、践行“两山”理念的关键举措。河北省坐拥多样地貌与丰富生态资源,同时作为京津冀生态安全屏障,其生态产品价值转化工作兼具地域特殊性与示范性。但当前仍存在价值实现方式单一、核算标准不统一、市场机制不健全、制度保障滞后等现实难题。因此,如何科学开展生态产品价值评价、打通绿水青山与金山银山的转化通道,成为河北绿色高质量发展必须破解的时代命

题。石家庄铁路职业技术学院李素英教授等所著的《河北生态产品价值评价及实现路径研究》,直面我省生态发展现实困境,聚焦评价体系、价值核算、实现机制、保障措施四大核心板块,为河北省生态产品价值落地提供了完整解决方案,也为其他兄弟省份的生态产品价值实现工作提供了可资借鉴的实践范本。

与过往“重理论、轻落地”“重核算、轻转化”的研究定位不同,该书直指传统核算体系忽视人文感知的缺陷,创新性地引入景观生

态学,将研究落脚到民众生态获得感与满意度的提升上。结合问卷调研、实地走访数据,精准剖析全省生态产品发展成效、现存制约因素,让研究扎根燕赵大地的实际情况。

该论著并未止步于理论探讨,而是构建了一套适配河北省情的完整评价与核算体系。尤其值得一提的是,该书还在传统生态产品三分法的基础上,创新增加了品牌服务类别,由此形成了涵盖供给、调节、文化、品牌四大维度的多层次指标体系。此外,作者还

系统梳理了浙江丽水、深圳、海南等先行地区的成熟做法,总结提炼了各地GEP核算、市场交易、制度建设的实践经验,再结合北运河文旅、承德生态品牌、湿地修复等河北省典型案例,实现了“外地经验本土化”与“本土实践体系化”的有效转化。

从理论溯源、现状分析,到模型构建、案例对标,再到路径设计、措施完善,全书形成了“发现问题—分析问题—解决问题”的完整研究闭环。这一成果不仅丰富了生态产品价

值评价领域的区域研究,完善了融合人文感知、品牌价值的新型核算框架,更立足河北省省情,提出了一整套可落地、可推广的实施策略。总体而言,这部著作理论根基扎实、实证数据充分、现实针对性强,既为河北省推进生态产品价值实现、深化生态文明建设指明了方向,也为其他兄弟省份探索生态优势转化路径,提供了极具参考价值的路径范式与实践思路。

作者:马学(河北省注册会计师协会)