

# 及物性过程视角下直播带货话语策略分析——以广东夫妇波司登专场直播为例

刘欣欣

西安外国语大学英文学院, 陕西西安, 710100;

**摘要:** 本文以韩礼德系统功能语法中的及物性理论为支撑, 选取抖音平台波司登羽绒服直播为研究对象, 通过转写直播语料, 结合定量与定性的方法, 分析物质、关系、言语、心理、存在、行为六大及物性过程在带货话语中的分布特点、策略作用。研究发现, 直播带货话语展现了多种及物性过程, 各种及物性过程相互配合, 最终服务于促成商品交易的目标。这篇论文丰富了及物性理论在网络商业话语中的应用, 也为电商直播带货者优化话语策略提供参考。

**关键词:** 及物性过程; 直播带货; 话语策略

**DOI:** 10.69979/3041-0673.26.03.101

## 1 引言

### 1.1 研究背景

近年来, 直播电商行业发展迅猛, 已经从最初的流量风口转变为常态化的商品销售模式。在直播带货场景中, 主播的话语不再是简单的商品介绍, 而是影响受众购买决策、决定转化效率的关键因素。

目前, 关于直播带货话语的研究多集中在营销技巧、互动模式等层面, 运用及物性理论来解读带货话语的研究较为少。广东夫妇作为抖音平台的头部主播, 粉丝量超千万, 其2025年12月12日的波司登羽绒服专场直播流程完整、话语针对性强, 单品牌单品的聚焦模式也避免了品类切换带来的话语干扰, 有较高的研究典型性。

从理论层面来看, 本文从及物性理论出发, 将其应用于直播带货这一商业场景, 为研究电商话语分析提供了一个新的语言学视角。从实践层面来讲, 本文通过拆解直播话语中的及物性过程策略, 能为主播、电商从业者直播策略提供改进方向, 帮助他们精准把握不同话语类型的应用场景, 让语言表达更贴合受众需求, 进而提升直播转化效率。

### 1.2 国内外研究现状

及物性理论作为韩礼德系统功能语法的核心构成, 韩礼德将及物性界定为概念元功能的核心实现方式, 通过物质、关系、言语、心理、存在、行为六大过程完成对客观世界的语义表征 (Halliday, 1985)。

20世纪90年代至21世纪初, 国外及物性理论研究

与跨语篇应用结合起来。21世纪以来, 国外研究呈现跨学科发展趋势。韩礼德在《功能语法导论》第三版中, 补充跨语言及物性案例, 强化理论的跨文化适配性。

国内及物性理论研究始于20世纪80年代, 随韩礼德系统功能语法引入逐步开展。早期以理论梳理与验证为核心, 胡壮麟较早翻译介绍韩礼德学术思想, 将及物性相关理论引入国内; 胡壮麟(1994)结合汉语语料验证理论适配性, 提出需兼顾汉语无形态变化的特性, 搭建起汉语语境下的研究框架; 朱永生(2003)系统阐释六大及物性过程内涵, 进一步夯实本土研究基础。

## 2 理论基础

在《功能语法导论》中, 韩礼德明确指出, 及物性的本质在于将人类多样的经验转化为语言语义结构, 通过划分不同类型的过程, 实现对客观世界现象、个体内心活动及社会互动场景等各类经验的编码与呈现。这一系统的核心由六大及物性过程构成:

物质过程主要用来描述外部世界中的物理动作, 也就是个体或群体作用于外部事物、引发物理变化的具体事件, 是与客观实践联系最为紧密的一类语义过程。其核心构成包含动作者、动作和目标三个部分: 动作者即发起动作的主体, 目标是动作所指向的对象。

关系过程聚焦于事物之间存在的各类关联, 主要分为身份识别与属性描述两个方向, 是界定事物语义特征、建立事物间关联的关键过程。与物质过程不同, 关系过程无明显的动作指向, 核心构成要素可分为两类: 一类是载体与属性, 用于阐释事物的固有特质、所处状态;

另一类是识别者与被识别者，用于明确事物的身份归属。

言语过程用以描述人们通过语言开展交流的各类行为，涵盖陈述、提问、命令、告知、转述等多种语言活动，是编码社会互动经验的重要语义载体。其核心要素包括说话者、说话内容与听话者：说话者是语言行为的发起方，说话内容是交流的核心信息，听话者则可根据具体语境灵活省略。这类过程既带有说话者的主观意图，又承担着搭建人际沟通桥梁的功能，主观性与互动性兼具，是社会交往中不可或缺的语义表达形式。

心理过程专门刻画人类内心世界的活动状态，包括感知、认知、情感、意愿四个核心维度，将个体主观经验转化为语言表达。其核心构成是感知者与心理现象：感知者必须是具备主观意识的个体，心理现象则是感知者所体验、认知、共情或渴求的对象。与物质过程的物理可感不同，心理过程具有较强的主观性，无法通过外部手段直接验证。

存在过程主要描述某一实体的存在或出现状态，是说明“特定时空范围内有某事物存在”。这类过程的构成较为简洁，仅包含存在物与存在语境两个核心要素：存在物是表述的实体，存在语境则用于限定该实体所处的时间与空间范围。

行为过程处于物质过程与心理过程之间，专门描述人类生理或心理层面的持续性行为，既带有物理动作的表层特征，又蕴含主观体验的深层属性。其核心要素是行为者与行为本身：行为者多为人类个体，行为则以无意识或半有意识的持续活动为主，比如呼吸、咳嗽、做梦、犹豫等。

### 3 研究设计与语料处理

#### 3.1 研究对象选取

本文的研究语料来源于广东夫妇2025年12月12日波司登羽绒服专场直播的抖音官方回放，专门选取其中09:00-10:00的完整片段，时长1小时。选取该语料开展及物性分析，基于以下三点考量，确保分析的有效性与针对性：

第一，语料适配及物性过程分析。广东夫妇作为抖音头部主播，其直播带货语言能涵盖及物性系统中的各类过程，尤其是言语过程、物质过程的高频使用，符合及物性理论对真实语篇的分析场景，所呈现的及物性过程分布特征具有行业代表性。

其二，语料能支撑及物性过程的全面分析。1小时

的完整片段完整覆盖商品介绍、弹幕互动、价格公示、下单引导等直播全环节，各环节语言功能的切换的同时，必然伴随及物性过程的动态变化。该语料可完整捕捉不同交际目的下物质、言语、心理等过程的选择与转换。

其三，语料聚焦能够提升及物性分析的精准度。单品牌、单品的专场直播模式，使得主播语言围绕固定核心展开，能更清晰地凸显同一交际场景下及物性过程的使用偏好、搭配特征，为准确分析及物性系统的语义编码功能提供较为纯净语料环境。

#### 3.2 语料处理流程

语料处理具体流程分为语料转写与语料标注两步，围绕及物性系统分析需求操作，确保语料可用于后续深度研究。

第一步为语料转写，目的是实现直播口语向书面文本的精准转化，同时保障语义完整与特征留存。转写过程中，以直播官方回放为依据，逐字记录主播话术、互动回应，完整保留直播口语的固有特征，包括语气词、停顿标记、口语化句式等，同时同步标注主播的关键动作描述（如展示商品、指向链接等）及弹幕互动提示（如念读弹幕内容、回应观众疑问等），还原真实交际场景。针对直播口语中常见的成分省略问题，结合上下文语境补全省略的施事、目标、载体等及物性核心要素，避免语义模糊，例如将主播口语中的“特别保暖”补充为“这件波司登羽绒服特别保暖”，明确关系过程中的载体与属性；将“赶紧抢”补充为“大家赶紧抢这件羽绒服”，补全物质过程中的动作者与目标，确保每条话语的语义完整。

第二步为语料标注与误差控制，核心是实现语料的标准化分类，满足及物性过程分析需求。标注阶段，以韩礼德六大及物性过程为分类依据，逐一对照转写后的每条话语进行精准标注，明确区分物质、关系、言语、心理、存在、行为六大过程，清晰呈现及物性过程的语义结构。

#### 4 直播带货话语及物性过程分布与策略分析

通过对1小时直播语料的统计分析，六大及物性过程的分布呈现明显的差异化特征。其中，物质过程出现132次；关系过程出现98次；言语过程出现56次；心理过程出现29次；存在过程出现23次；行为过程出现8次。

从标注好的语料能看出来,物质过程在广东夫妇这场波司登直播里占比最高,是主播给大家讲清商品、劝大家下单的主要方式。直播里主播用的物质过程主要分两种:一种是演示商品功能的动作,另一种是讲优惠怎么发、怎么下单的动作,都包含“谁来做、做什么、针对什么”,能让观众感受到真实的消费场景。比如为了展示羽绒服防水,主播演示说:“大家看好了,我现在把水直接泼到这件羽绒服上,你们看,水都结成小水珠滑下去了,一点都渗不进面料里。平时下雨下雪穿也不怕湿,这防水性是真的好。”这句话里,主播是动作的发出者,做了“泼”这个动作,对象是水和羽绒服表面。通过描述这个实实在在的防水动作,把“防水性好”这个抽象说法变成了肉眼可见的画面,比直接说优点更有说服力。再比如讲优惠发放时,主播说:“我现在点后台设置,给大家上满300减50的优惠券,你们刷新链接就能看到,领了券再下单更划算。”这里主播是动作发出者,做了“点击”“上架”的动作,对象是优惠券和链接,把优惠怎么来、怎么领拆解得明明白白,让观众清楚福利是真的,更愿意参与。

关系过程的占比仅次于物质过程,主要作用就是说清商品的属性、特点,帮观众把商品的价值搞明白,快速判断这东西是不是自己想要的。直播时,主播通过关系过程讲透商品卖点,像材质、充绒量、版型、保暖效果、适合穿的场合都能覆盖到,把商品价值准确传递给观众。比如讲羽绒服保暖效果时,主播说:“这件波司登填的是90%白鹅绒,充绒量足足有250克,是中长款加厚的,零下30度都能穿。北方的朋友冬天上班、出门逛街穿,完全够暖,不会觉得冷。”这里说的核心对象是这件波司登羽绒服,通过“90%白鹅绒”“250克充绒量”“中长款加厚”“零下30度能穿”这些具体数据和描述,把商品参数传达准确,还精准对接了北方观众的保暖需求,让大家清楚这衣服保暖性够强。

言语过程在直播里主要有两个作用:一是带动互动、摸清观众需求,二是发号施令、让观众下单,是成交的关键。它大多是“谁在说、说什么、对谁说”的结构,有时候不用明确说对谁说,但语气和句式能让观众知道是在跟自己沟通。直播前期,主播会通过提问、让大家扣数字、回弹幕等方式互动,筛选出目标观众、了解大家的需求,把直播间氛围炒热,为后面劝下单做铺垫。比如主播回复直播间弹幕说:“我看到有朋友问有没有大码,有的。这款羽绒服从S码到3XL码都全,180斤

的朋友也能穿,放心拍就行。”后期主播会用指令式的话,告诉大家怎么下单、催大家抓紧买,把互动转化成成交。

存在过程的占比虽然比不上物质、关系、言语这三种,但它的核心作用很关键,就是可以制造稀缺感,通过说清库存剩多少、福利还有多久结束这些情况,逼着观众快点做决定,打消大家“再等等、再看看”的想法。重点就是讲清楚这些东西的存在状态。直播时,主播常会报库存数量、限福利时间、说“卖完就不补了”,营造出“机会难得”的紧张感,让观众别犹豫、赶紧买。通过讲库存的剩余状态和后续后果,让观众觉得“再不买就没了、就贵了”,打破观望心态,促使原本犹豫的人下单。

心理过程主要是帮主播和观众拉近距离、产生情感共鸣。主播会分享自己穿这件衣服的真实感受,让大家更信任商品、愿意下单。直播时,主播常说自己穿衣服的体验,或者说出大家的消费顾虑,既讲清商品好处,又跟观众共情。比如针对冬天怕冷的问题,主播说:“我冬天就常穿这件羽绒服,不管是早上送孩子上学,还是晚上出门遛弯,穿它都特别暖和,一点不觉得冷。而且面料软软的,贴身穿也舒服,完全没有那种硬邦邦的束缚感。”这里主播是感受者,分享了“暖和”“舒服”的穿着体验。用自己的真实感受说话,既让大家知道衣服保暖、舒服,又显得真诚,能引发观众共鸣,让大家觉得这衣服确实实用,更认可它。

行为过程在六大过程里占比最低,但在让大家相信商品上作用很大。它主要是主播做一些试穿、摸面料之类的动作,用实际行动证明商品好,比光说优点更有说服力。这种过程介于动手动作和心理感受之间,既有能看到的动作,又能体现真实体验。直播时,主播试穿衣服、摸面料给大家看,让观众直观看到商品效果,比抽象描述更让人信服。这里主播是动作执行者,做了试穿的动作,再结合现场展示,让观众清楚看到衣服上身效果和版型优势,还说了自己的穿着感受。这比单纯说“版型好”更有说服力。再比如展示面料时,主播做了触摸、揉搓面料的动作,直观展示了面料柔软、耐穿、防水防风的特点,用可验证的动作让大家相信面料质量,打消对材质的顾虑。

## 5 结论与展望

本文以广东夫妇波司登专场直播的语料为研究对

象,依托韩礼德及物性理论,分析了六大及物性过程在带货话语中的分布特点和实际作用。研究发现,直播带货话语里各类及物性过程的使用频率差异明显,其中物质过程和关系过程占比较高,是主播传递商品价值的主要方式。言语、心理、存在、行为这四类过程则相互配合,共同促成消费者下单。

从理论层面来看,本文以及物性理论为切入点,将其应用于直播带货这一商业场景,可以为研究电商话语分析提供了一个新的语言学视角,提供一种新的思路。从实践层面来讲,本文通过拆解直播话语中的及物性过程策略,能为主播、电商从业者提供借鉴。帮助他们精准把握不同话语类型的应用场景,让语言表达更贴合受众需求,进而提升直播转化效率。

未来研究可从不同角度进行拓展:一是扩大语料范围,选取服饰、美妆、食品等不同品类,以及头部、中部、尾部不同层级主播的直播语料,通过跨案例对比,

探析及物性过程在不同场景下的应用差异;二是可引入量化分析工具,对及物性过程的搭配模式、使用频率进行更精准的统计,结合质性解读深化研究深度,为直播话语的语言学分析提供更全面、系统的理论与实践。

#### 参考文献

- [1]Halliday, M. A. K. (1985). *An introduction to functional grammar* (1st ed.). Edward Arnold.
- [2]Halliday, M. A. K. (2004). *An Introduction to Functional Grammar* (3rd ed.). Edward Arnold.
- [3]胡壮麟,朱永生, & 张德禄. (1989). *系统功能语法概论*. 湖南教育出版社
- [4]朱永生. (2003). 话语分析五十年:回顾与展望. *外国语*, 26(3), 43-50.