

数字平台介入的消费空间重构机制：新零售地理学的研究视角

曹流

西交利物浦大学

摘要：数字经济背景下，数字平台与人类活动密不可分的关系促进了人文地理学研究的“数字转向”，其中一点主要关注数字平台对人类消费实践带来的改变。中国则是受数字平台影响消费的典型国家之一。从早期的线上购物平台如淘宝、京东等，到现在以小红书、抖音等社交媒体平台为基础，以博主、名人等“网红”进行直播带货的数字消费形式，体现了国家 2023 年出台的《关于恢复和扩大消费的措施》政策中，为全面促进消费和把握数字经济需求导向，加快传统数字消费转型、积极发展直播经济、促进线上线下消费融合发展的政策响应。在此基础上，本研究结合国家发展需求和人文地理学科发展进程，通过分析本土“网红消费”城市新现象，借助新零售地理学的研究视角，在深度访谈、参与观察、焦点小组访谈等传统质性研究方法的基础上，结合媒体与传播学中的内容分析法，通过定量和定性分析，试图阐述数字平台作用下的消费活动对促进城市发展的作用机制和效应。通过对广州东山口的典型案例研究，本研究指出，中国背景下“网红消费”中的“打卡”活动，表现了人类活动是如何给地方增加数字资本，从而推进了数字时代下的城市发展。与此同时，由于数字平台与人类活动密不可分的关系，情感也成为了一种促进城市发展的生产原料。该研究成果可在人文地理学数字转向下对平台算法和技术的过多关注的背景下，提供另一种文化方向的研究视角，也可从中国实证内容拓展近年来的平台城市主义研究理论。

关键词：消费地理，数字平台，城市发展