

# 当专业院团拥抱网络团播

□新华社记者 白瀛 李傲秋

盛夏的夜幕中，江苏省歌舞剧院的演员们走上舞台，开始表演舞蹈诗《水墨江南》。与往常不同的是，他们这次直接面对的不是观众，而是镜头，他们展示的也不是现场演出的复刻，而是专为“团播”打造的版本。

随着移动端直播间的兴起，越来越多的专业院团参与到团播之中，将其作为剧场之外的“第二舞台”。

## 从剧场到直播间

团播，顾名思义，是由多名主播组成的团体开展的直播形式。据中国演出行业协会统计，2025年我国团播市场营收突破150亿元，日均开播房间数同比增长超20%；截至今年6月下旬，全国已有57家文艺院团在抖音开展常态化团播，累计直播超1.6万场，覆盖观众3.2亿人次。

“从2020年前后线下演出团体的初步试水，到规模化复制阶段的快速成长，再到如今迈入价值转型的关键期，团播早已不再是个人直播的补充形式，而是成长为网络表演行业中兼具内容张力与商业潜力的重要赛道。”中国演出行业协会副会长兼秘书长潘燕说。

在文化和旅游部市场管理

司指导下，“大戏上团播”经典剧目团播扶持计划不久前启动。对于入围的《只此青绿》《醒·狮》《水墨江南》《大江东去》等团播剧目，平台提供现金扶持、流量倾斜、分成激励、运营指导等支持。

“这个计划的初衷，是依托平台在内容分发、用户连接、生态运营等方面的能力，让优质演出兼顾剧场呈现与日常传播，也让更多艺术创作者在新舞台获得应有的回报。”计划负责人陶侃说。

文旅部市场管理司网络市场监管处处长武芳梅表示，团播作为新兴网络表演形态，凭借专业化内容、互动化传播的优势，已成为线上文化演出的重要阵地，其优质文化与新型团播模式深度融合，既能突破剧场时空限制、拓宽文艺传播边界，也能引领网络表演向专业化、品质化发展，构建线上线下联动模式。

“观众注意力转移至手机，舞台便延伸至屏幕。”陕西省歌舞剧院团播项目业务代表黄晓宇说，团播不是“不务正业”，而是艺术传播阵地的转移，让观众接触专业表演，在潜移默化中受到文化熏陶。

**专业表演如何在直播间“被看见”**

“跳得很专业，就是看不懂。”

这条弹幕，让黄晓宇记了很久。

剧院起初将驻场剧目《仿唐乐舞》原样搬进抖音直播间，但在线人数寥寥，观众停留时间短暂，效果远不及预期。与同行交流后，黄晓宇意识到，团播不是把传统舞台上的表演简单录制成影像，也不能简单照搬舞台模式。

“和相对完整、固定观看的戏剧影像不同，团播作为一种直播形式，需要适应竖屏观看，这就要求专业院团重构表演内容，来吸引剧场之外的新观众。”广州歌舞剧院有限公司副总经理高万军说。

经过反复摸索，文艺院团逐渐达成共识：院团做直播，要贴合线上受众的观看习惯，根据团播快节奏的特点重新设计选曲、编舞、走位、服装、灯光和节目结构，针对竖屏重新打磨镜头语言。

“剧场里靠整体气势打动人，直播间里一个眼神、一个手势、一个翻身都会被放大，所以要靠细节、节奏和互动留住观众。”中国东方演艺集团团播负责人宛林戎说。

点进直播间，舞剧《只此青绿》使观众看清演员的眼神、腰背控制和手部线条，近距离感受宋代山水美学和中国古典舞的

气韵；舞剧《醒·狮》让观众看清狮头、鼓点、步伐、身法之间的配合，看到演员如何在有限空间里呈现“狮醒”“狮跃”“狮舞”的精气神……

“专业艺术表演要在团播直播间真正‘被看见’，关键在于能否完成从剧场逻辑到直播逻辑的转换。只有这样，专业院团的艺术积累才能真正转化为网络空间中的传播优势。”北京航空航天大学人文社会科学学院教授牛梦笛说。

## 网络和舞台的“双向奔赴”

团播，是网络演出行业和舞台演出行业的一场“双向奔赴”。对于网络演出行业而言，专业院团提升了团播的内容质量。

作为新生事物，团播曾暴露出种种乱象，部分直播间以暧昧话术、夸张PK、惩罚游戏吸引流量，刺激打赏，对此近年来相关主管部门持续予以规范、整治。同时，提供高质量的团播内容、实现“良币驱逐劣币”，无疑是提升团播内容质量的根本。

“专业演艺力量的批量入场，正在重塑整个赛道的价值底色。”潘燕说，由此团播从“流量驱动”转向“内容驱动”。

对于舞台演出行业而言，团播能引导观众由线上走进剧场。相较于影视艺术，舞台艺术

受时间和空间限制，长期存在传播半径有限、普惠覆盖不足的瓶颈。而团播不是对线下剧场的替代，而是一个新的观众入口，重塑了院团与观众建立联系的方式。

“直播间的片段呈现是一个‘钩子’——用舞台的精髓吸引观众注意力，进而引导他们走进剧场，观看完整的线下演出。”广州歌舞剧院有限公司总经理张毅说，团播带动线下演出收入明显增长，并带来更多的商业合作机会。

对于文艺创作而言，团播实现了传播的即时反馈和评价。相比线下演出，网络团播的即时互动机制，消弭了演出与反馈之间的“时差”，观众的停留、点赞、弹幕，不再只是演出结束后的评价，而是实时进入传播过程。

“这意味着，院团要理解平台规则和观众习惯——哪些片段更适合竖屏呈现，哪些动作需要近景捕捉，哪些专业内容需要用更通俗的讲解。”陕西省歌舞剧院院长孟丁说，“导播、主持和演员都需要及时调整表演内容和形式，回应观众提问，引导观众从‘看热闹’逐渐走向‘看门道’。”

（新华社北京8月4日电）

# 汛期野游热背后的冷思考

□新华社“新华视点”记者 吴文诩 刘洋 张晨霖

7月25日晚，一45人户外徒步团被困于河北“网红”野山饮牛渠，直至26日凌晨，才被当地救援力量营救下山。

进入汛期以来，降雨频次增多，山洪、滑坡、河道涨水风险攀升。然而，仍有人贸然前往野山野水，多地发生游客涉险被困事件。

野游屡禁不止，如何破解这一安全治理难题？

## 暗藏风险

7月20日10时，北京市启动全市防汛四级应急响应。防御指引提示：“请市民密切关注天气变化，非必要不前往山区，切勿进山露营，避免涉山涉水户外活动。”

20日傍晚，记者来到永定河京雄大桥附近水域，发现不少游泳划船的市民。在“禁止游泳”警示牌前，循环播放提醒的喇叭声中，有人跳水嬉戏，有人划着桨板漂向河道中央，同伴在水中拍摄视频。岸边一救生物品存放箱背面，贴有“桨板出租，五十两小时”的广告语。

比个人“探险家”风险更大的，是无资质运营的商业“野团”。记者在小红书上发布“寻找徒步搭子”的帖子，24小时内收到十多家户外机构留言，这些机构平均每周会组织十几场活动。

一家持平台企业蓝标认证的机构推荐了一条曾有意外发生的

野线，记者就此询问时，运营人员回复“知道，但不影响周末发团，下雨穿雨衣就行”。记者问及是否有安全装备，对方表示“所有装备自理”。

有从业者透露，组织一场京郊徒步成本约2000元，含大巴、领队费用，20人即可回本，最多能带47人，“人越多赚得越多”。但全程仅两名领队，无法覆盖全员，领队也并无相关资质。“没人看证书”“不提供保姆级服务”，该从业者说。

公开报道显示，今年汛期以来，已经出现多起游客盲目闯入野山导致被困事件。这类行为不仅将自身置于险地，一旦遇险，也会消耗宝贵的公共救援力量。

6月4日，一家四口徒步铁骆驼山，被困四天四夜。

6月25日，一女子打卡野生溪谷落龙潭，被湍急水流冲走不幸身亡。

6月28日，9名户外探险人员在刺刀峡谷进行户外活动时发生意外，其中5人溺水。通报称，刺刀峡谷属非景区景点，尚未对社会公众开放。有救援人员表示，峡谷地形复杂陡峭、溪谷落差大，汛期雨水集中，山洪暴涨快、隐蔽性极强，无任何安全防护与救援保障，极易发生失联、溺水、被困险情。

## 为何拦不住冒险的脚步

一道道安全警示，为何难挡户外冒险的脚步？个体冲动背后，存在流量导向、认知偏差、监管短板等多重因素。

自入汛以来，多部门已多次发布雷电、山洪、地质灾害预警，反复提示市民远离未开发野山，禁止私自进山徒步、穿越。但记者调查发现，社交平台上仍有不少野线“种草”或招募帖，放大猎奇心理、助推风险传播。

小红书上“户外徒步”相关话题中，不少涉及未经开发、事故频发的野山，一些帖子专门传授绕过管控进山的方法。也有人分享“自然水域游泳点位”，下水点等信息标注详尽。

在抖音平台，有博主在视频中说“现在涨水了”，同时展示横渡金沙江的游泳装备，部分视频中有未成年人参与。在评论区，有人询问具体点位，多人详细标明位置。

中国传媒大学电视学院副教授白晓晴分析，短视频传播具有“高光筛选”特性，一些博主更多展示精彩画面，易让观众产生“别人能去我也能去”的错觉，形成非正式的安全背书，传播效果甚至强于官方警示。平台对高风险内容识别不及时、分类不精细，偏重互动数据的推荐机制，也会形成“越惊险越有流量”的负向激励。

一些游客风险认知存在偏差，侥幸心理消解安全防线。

中国人民大学新闻学院副教授董晨宇表示，打卡野山野水是种“社交货币”，这一身份认同会让人下意识地低估现实风险、高估自身能力。不少游客对汛期山区风险认知不足，存在“不下雨就

安全”“小雨不影响徒步”等误区，对山体滑坡、远程山洪的滞后性风险缺乏认知。

多名一线工作人员表示，野外点位面广线长，线下劝阻存在现实难点。

北京多名基层干部告诉记者，每逢汛期，最“令人头疼”的就是劝阻野游爱好者。降雨、上游泄洪等情况都会令河道水量迅速增加。每当有预警，镇里会安排巡河人员提醒游客抓紧离开，但一些游客置之不理。有人认为巡河人员无权干涉，有人还会抓起手机说：“你看我这显示的是晴天，哪有雨啊。”

此外，受访专家认为，当前大众轻量化、原生态亲水需求持续释放，但在一些地方，免费、就近、管理可控的合规亲水空间供给存在短板，难以满足消暑需求，单一依靠管控手段，反而可能让游客转向风险更高的无人管控水域，催生“越禁越追捧”的治理悖论。

## 守住汛期安全防线

越过安全红线，秘境便成险境。守住汛期安全防线，需要平台守住流量底线，组织者守住经营底线，每一名出游者也要守住生命底线。

白晓晴建议，平台可建立风险分级治理机制，针对高风险内容，强制要求标注区域开放状态、路线难度与保障条件等。运用关键词、地理坐标识别技术，对标注禁入区域、汛期高危点位

的攻略内容加强管控。可进一步打通与相关部门的数据接口，在暴雨预警、景区关闭期间，对相关地点内容实施动态搜索拦截与流量降权。

“对于线上揽客、线下成团的隐蔽模式，可建立平台线索移送与部门联动查处机制。”北京航空航天大学副教授赵精武表示，对无资质组团、汛期组织进入风险区域者，依法进行处罚。发生险情造成人员伤亡的，依法追究。对擅闯禁入区域，引发公共救援的个人，按规定追偿救援费用，切实提高违法成本。

赵精武认为，有必要推动完善户外领队规范化管理，探索推行高风险户外活动领队持证上岗制度，要求团队出行前核查天气预警、配齐安全装备、购买专项户外保险、制定紧急撤离方案。

治理乱象不能“一禁了之”。一些地方已开展探索，如浙江建成多个可供百姓“野游”的公开水域游泳场，经过改造提升，让“野游”的河道湖泊成为有安全保障、可免费游泳的游泳场。

一些基层干部表示，汛期安全宣传不能只停留在“遇险如何自救”的事后应对，更要前移关口，用真实事故案例直观呈现汛期野山涉水的致命风险。受访应急救援人员建议，进一步推动户外安全知识纳入公众科普体系，引导大众树立合规户外、量力而行的理念。

（新华社北京8月4日电）