

让团播承载更多文化功能

全国数十家国有文艺院团将经典剧目搬进直播间



□ 本报记者 赵丽
□ 本报实习生 刘培溪

“烽烟三国起红妆，一曲相思戏入场。”主持人话音落下，古风舞台灯光次第亮起，舞者扬起水袖，直播间弹幕纷纷发问：这般精良的国风演出，究竟出自哪家娱乐直播团队？

事实上，这场唐风舞蹈直播，来自拥有86年积淀的国有文艺院团陕西省歌舞剧院（以下简称“陕歌”）。一代代文艺从业者打磨完善的经典唐风舞作，如今走出线下剧场，亮相直播间，在方寸屏幕之上演绎古韵。

2026年7月3日，中央网信办启动“清朗·网络娱乐团播乱象整治”专项行动，剑指团播场景内容低俗不良等六类突出问题。当此之时，娱乐团播领域已经悄然涌现一股“清流”——中国演出行业协会的数据显示，截至2026年7月，全国已有57家国有文艺院团正以专业的水准、规范的运营，将《只此青绿》《醒·狮》等经典剧目搬进直播间。

团播，是指以团队化运营方式开展的多人直播形态。专业院团的团播，则是把一台经过重新编排的“微缩版舞台演出”搬进手机屏幕，让观众足不出户就能获得接近剧场演出的体验。

这股“清流”缘何而起？专业院团入局，又为娱乐团播行业带来了怎样的改变？

直播比想象中更难

“不好好线下演出，为什么还要花力气做团播？”这是“陕歌”院长孟丁彼时听到的疑问。孟丁1985年进入“陕歌”，深耕线下剧场多年，当初听到“做直播”的提议，他心里也持怀疑态度。演员们更是“清一色地抵触”，有人觉得“对着手机演出丢了魂”，有人甚至说：“直播可以，能不能别让我亲戚朋友看到？”

但是，“陕歌”还是进场尝试做团播，并且成为全国最早尝试做团播的专业院团之一。

专业院团做团播的初衷，并非被动“下场”。中国东方演艺集团数字与演播中心直播负责人宛林戎告诉《法治日报》记者，做团播的出发点，本质上是打破剧场的“围墙”。

“剧场座位有限、场次有限、地域壁垒明显。很多喜欢我们作品的观众，受限于地域、时间等因素，少有机会走进剧场。”宛林戎说，把专业的舞台搬到大众的手机上，让优质文艺内容触达更多受众，这不是对线下演出的替代，而是一种补充和延伸。

为了推动团播工作，“陕歌”推出了兼职项目制，8小时内完成本职工作，8小时外参与团播的编舞、排练、演出和运营，按“多劳多得、优劳优得”挂钩薪酬。这一制度既保障了线下主业不受冲击，也让演员的额外付出得到实实在在的回报。与此同时，即便直播占据了大量精力，演员们的每日练功却并未中断。

“第一次面对直播镜头，眼神不知道放哪里，一直盯

着镜头，特别死板，不看又容易飘忽。”3年前进入“陕歌”的崔佳艺向记者回忆，即使跳的是烂熟于心的舞蹈片段，也因为紧张导致动作拘谨，情绪不到位。

她的感受并非个例。“陕歌”舞蹈演员王岚有着十几年习舞经验，第一次面对直播镜头时同样手足无措：“跟线下舞台有观众喝彩不同，线上演出初期就像对着空气跳舞。”

记者在调查中发现，几乎所有初入直播间的专业演员，最初几场直播都会出现不同程度的“镜头僵硬期”，动作幅度要么太大出框，要么太小缺乏张力，眼神游离找不到焦点。

更大的挑战来自心态。崔佳艺说：“刚开始没人看，就怀疑自己不够好，越在意直播间的人数和评论，就越紧张，越容易出错。”后来她反复观看回放，一条条抠自己的问题，慢慢不再纠结数据和评论，而是专注跳舞。

中国东方演艺集团舞蹈演员洪子洋此前参加过综艺节目的拍摄，镜头感比一般舞蹈演员好，但她依旧觉得直播是另一回事——综艺有剪辑、有后期制作，直播是实时演出。

洪子洋第一次直播时，直播间里没多少观众，但她感觉特别紧张。实际上，为了做好直播准备，她在排练时花了大量时间打磨动作细节，指尖延伸向哪个角度最好看，裙摆甩到什么弧度刚好入画。她发现，剧场里动作要“打开”，镜头前要学会“收”，但细节必须准确。

随着时间的推移，一些变化也在直播间之外悄然发生。洪子洋看到，有人在评论区留言说，看了他们的直播后开始让孩子去学舞蹈，“如果只在剧场跳舞，观众数量有限，能去的城市也有限。直播以后，观众范围越来越广。舞蹈的价值从来不是由表演场地决定的”。

镜头前重新编舞蹈

台上的演员在适应，幕后的团队同样如此。一场团播的运转，远不止舞者站在镜头前跳舞那么简单。舞台两侧，导演盯着监视器切换机位，游机师扛着摄像机跟随调度推拉摇移，运营人员盯着后台数据实时调整策略，而主持人则要独立完成串场、解读、互动、控场等任务。

“陕歌”直播间的主持人冯柏桦原本从事办公室行政工作，被推到镜头前时没有任何现成的路径可循，没有课程、没有教学，也不知道跟谁学，只能看其他直播间的主持人怎么做，跟着扒话术、扒流程。他渐渐地摸索出自己的主持特色——每隔几分钟穿插一段诗词讲解，发起弹幕点赞歌、风格投票之类的互动，让观众从单纯的“旁观者”变成“参与者”。起初有人觉得这些设计“节奏拖沓”，但冯柏桦坚持做下来，反倒成了“陕歌”直播间的标识，后来还被其他直播间模仿。

真正的挑战，其实在于团播内容本身。一场线下演出动辄一两个小时，到了直播间必须压缩、重组，重新表达。“陕歌”线上团播业务代表黄晓宇对此感触很深：“把近两个小时

的剧目每一段铺垫，递进都有它的功能。”

最终，为了更好的“剧目”呈现效果，“陕歌”选择走沉浸式舞台路线，古风舞美配合主持人古诗串场，营造长安气韵。

中国东方演艺集团则把完整剧目拆解成若干片段，保留最核心的舞蹈质感，再穿插演员讲解、降低欣赏门槛。宛林戎解释说：“线上直播间节奏不能太慢，但也绝不能把作品拆得支离破碎。”

改编，成了所有入场院团的必修课。

但这只是第一步，所有院团都面临一个核心难题：如何把横屏舞台“装”进竖屏手机？

据了解，剧院舞台是横向的宽空间，群舞、三人舞调度都是横向展开。但手机是竖屏，窄画幅，常规队形放进去会出框。

宛林戎回忆说：“排练时经常出现的情况是，群舞刚散开，导播就从监视器后面探出头来说‘左边两个出框了’。重来，再散开，导播又说‘右边那个人只剩半张脸’，再重来。”团队只能把横向调度改成纵向纵深调度，机位跟踪演员，保证观众看到每一个细节。

成为线下演出“蓄水池”

中国演出行业协会的数据显示，2025年，团播市场营收突破150亿元，日均开播房间数超8000个。其中，专业文艺院团的集体入场，成为最值得关注的标志性变化。截至2026年7月，全国已有57家国有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。

与此同时，各大院团也在探索差异化直播路径。记者了解到，成都艺术剧院把直播间搬到了西岭雪山脚下，舞者在雪中起舞，将自然景观与舞蹈艺术融为一体。从沉浸式舞台到户外实景，从古诗串场到雪山起舞，各家院团正在用自己的方式回答问题：团播不是流水线上的标准化产品，而是可以有温度、有辨识度的内容表达。

宛林戎表示，希望专业院团的入场能“拉高整个行业的内容上限，让团播承载更多的文化功能”。

但并不意味着专业院团入局就可以坐享行业红利。宛林戎说：“一定要尊重直播的传播规律，沉下心做用户喜欢看的东西，同时守住艺术底线。”

黄晓宇也强调，“我们不是向流量妥协，而是向观众的日常习惯靠拢”。线上是入口，线下才是完整的艺术体验。当越来越多的人通过直播间认识舞蹈，爱上舞蹈、走进剧场，团播这条赛道才真正实现了它的价值。

线上直播是否会分流线下剧场观众？

中国演出行业协会副会长兼秘书长潘燕认为，团播与传统剧场演出是互补共生关系，而非替代关系。团播的繁荣不仅不会降低观众走进剧场的意愿，反而会为线下市场培育更广阔的受众基础，吸引看过经典剧目“预告片”的潜在观众走进剧场。

漫画/李晓军

□ 本报记者 赵丽

2026年6月，在文化和旅游部市场管理司指导下，中国演出行业协会携手相关平台发起“大戏上团播”计划，助推经典剧目开展团播。2026年7月，中央网信办启动“清朗·网络娱乐团播乱象整治”专项行动，集中整治团播场景内容低俗不良等突出问题。这些举措背后折射的信号是什么？专业演艺力量入场娱乐团播赛道意义何在？围绕这些问题，《法治日报》记者采访了中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁、浙江传媒学院副教授、文化娱乐法专家杨吉。

记者：在行业整治的背景下，国有文艺院团批量入局团播赛道，对整个行业转型会带来怎样的影响？

郑宁：中央网信办专项行动的启动，意味着依靠低俗噱头吸引流量的娱乐团播模式的空间将被大幅压缩。相比之下，实名认证、规范运营、内容导向正确——专项行动所强调的这些底线要求，恰是国有文艺院团的基本操守，专业院团以合规为底线、以品质为追求，其入场客观上为行业树立了内容标杆与合规样板，有助于推动娱乐团播从野蛮生长向规范发展转型。

记者：在前述专项行动启动前夕，文化和旅游部市场管理司指导中国演出行业协会发起“大戏上团播”计划，助推《只此青绿》《醒·狮》等经典剧目开展团播。这一举措释放了怎样的政策信号？

郑宁：上述举措印证着一个清晰的趋势，娱乐团播正在从“流量驱动”转向“内容驱动”，专业演艺力量的批量入场将重塑娱乐团播赛道的价值底色。专业院团的人场以高品质内容建立了新的价值标杆，推动娱乐团播从“打赏诱导”的单一逻辑向“艺术传播”的多元价值回归。

杨吉：社会组织、专业机构的人场毫无疑问会增添团播赛道的价值成色，也有利于纠偏当前低俗的团播乱象。这些举措是本着“关注流量中的质量”和“创造质量下的流量”的正向思维，值得肯定和期待。

记者：这种变化能否催生全新的团播内容生产体系？

记者手记

记者连日采访多家专业文艺院团、对话行业从业者与业内专家，再结合对直播间观众的深度回访，看见传统文艺“破屏”出圈的突围之路，也读懂了专业院团入局背后的坚守、磨合与现实考量。

过去，网络娱乐团播常常被低俗噱头、流量套路等裹挟，优质文化内容长期难以立足。中央网信办“清朗”专项行动正本清源，为专业文艺力量进场铺路搭桥，和商业直播靠噱头、打赏变现不同，陕西省歌舞剧院、中国东方演艺集团等院团开展团播，坚持以艺术为本、以传播为核，凭借专业舞台质感出圈，重塑了大众对团播赛道的认知。

这份破圈并不轻松。演员要适应直播镜头，克服镜头僵硬、心态波动；幕后团队也要重新创作：把长剧目拆解重构，适配竖屏手机画幅，打磨互动环节，完成从线下舞台到线上直播间的媒介二度创作，每一处改变都来自反复打磨。

调查中，记者加入陕西省歌舞剧院、浙江歌舞剧院粉丝社群，一对一私信采访了十余位长期追看院团直播的观众，倾听了他们的真实心声。对年轻观众而言，院团团播是零门槛接触传统艺术的绝佳窗口。正在西安读大学的“00后”观众小林，是陕西省歌舞剧院直播间的忠实粉丝，每月固定观看3场以上直播。在她看

行业协会推动经典剧目开展团播 主管部门启动乱象整治专项行动

团播将从「流量驱动」转向「内容驱动」

郑宁：专业院团提供内容源头与专业表演力量，平台提供技术、流量与运营支持，行业协会提供标准与规范指引，形成“内容创作—技术适配—合规运营”的闭环，有助于产生新的团播内容生产体系。

杨吉：能够重塑当前的内容端供给格局，也就是PGC（专业组织生产内容）+OGC（职业机构生产内容）并存的内容生产市场。

记者：不过，直播间不是线下舞台，直播间的网友也不是剧场里的观众。如何把线下优质内容搬到线上舞台，并有效触达受众？

杨吉：这其中需要专门的网络与新媒体运营人才。线上的演出从主题设计、内容选择、节奏输出、镜头语言、形象气质等方面不能是对线下演出的简单照搬照抄，否则就会因为不具有网感而疏远了线上用户。观察目前能吸引大量用户观看的优质内容团播，他们的经验值得借鉴和学习，尤其是触达受众这方面，优质内容团播能够带来情绪满足和有效互动。

郑宁：线下剧目不能直接照搬线上，需要适配竖屏传播逻辑，运用特写、互动设计、轻量化改编等方式完成线上适配，贴合直播间受众观看习惯。团播不能简单照搬线下剧目，必须进行媒介适配下的二度创作。

记者：数字化深刻重塑了文艺传播形态与大众文化消费场景，线上阵地已成为文艺作品传播的重要平台，文艺院团如何在打磨线下剧场精品的同时，积极拥抱数字浪潮，进行数字化转型？如何在团播时保护相关剧目的著作权？

郑宁：文艺院团的数字化转型，团播是有益尝试但非全部。文艺院团应在打磨线下精品的基础上，积极拥抱数字浪潮。一方面以团播拓展线上观演路径和增收渠道；另一方面应建立数字化内容资产库，探索线上付费、数字衍生品等多元营收模式。

国有文艺院团打磨的剧目属于著作权法保护的作品范畴，受著作权法保护。相关剧目若遭遇盗播等侵权行为，可依据著作权法相关规定，追究侵权方法律责任。

杨吉：文艺院团要有互联网思维和新媒体媒介素养，要洞察并努力满足网络用户的真实需求，团播内容要浅显易懂。

来，线下剧院距离远，演出票价对学生群体不够友好，而直播间无需奔波、无需付费，就能沉浸式欣赏正统古典舞、国风剧目。更难得的是，线上“种草”最终落地线下，不少像小林一样的年轻观众，在直播间感受唐风乐舞的魅力后，主动购票走进线下剧场，完整观看《仿唐乐舞》等经典剧目，真正实现了线上引流、线下深耕的传播闭环。

但热度之下，短板亦不容忽视。为适配线上传播节奏，完整舞剧大多被剪辑为数分钟高光片段，碎片化观者，容易割裂作品完整叙事与文化内涵。不少观众期待，院团除碎片化片段之外，能够适时推出完整剧目专场直播，兼顾传播热度与艺术深度。

这正是专业团播当下的核心考题：如何在适配网络传播规律的同时，守住艺术的完整性与专业性。

流量转瞬即逝，内容方得长远。所有受访的院团从业者都秉持着一致的清醒：院团团播从不向流量妥协，只向观众习惯靠拢。线上直播是传统文化传播的入口与纽带，线下剧场才是完整艺术体验的核心载体。团播的真正价值，从来不是短期的流量变现与热度收割，而是充当经典文艺的“预告片”，为线下演艺市场蓄水，为传统文化育人赋能。

如今团播行业已然步入规范提质的新阶段。期待国有院团坚守文艺本心，平衡流量热度与文化厚度，让正统优质的国风文艺，在数字直播间持续焕发活力。

浙江常山大数据法律监督模型让带“病”车辆无处遁形

推动机动车排放检验全链条闭环治理

□ 本报记者 王春
□ 本报通讯员 汪臻 毛素仙

“设备运行正常，数据上传及时，复检记录完整。”近日，浙江省衢州市常山县人民检察院公益诉讼检察官走进辖区某机动车检验机构，对车辆环保检测开展“回头看”。

此前，常山县检察院从一群群众举报入手，借助大数据法律监督模型，揭开了部分检测机构为招揽生意，使用作弊设备让尾气超标车辆蒙混过关的“黑色产业链”。

“同样的车，在这家检验机构过不了，换一家却检验合格，太蹊跷了。”2025年3月，常山县一位私家车主向常山县检察院公益诉讼部门反映了自己的遭遇。接到线索后，常山县检察院第二检察部副主任林菲敏锐

地意识到，这背后很可能隐藏着检测机构弄虚作假的产业链。

为了还原检测真实过程，她第一时间调取了这家机动车检验机构2023年以来的检验数据，逐条比对分析。

一组车辆检测异常情况引起了她的注意：同一辆车在同一天内进行环保检测，首检结果为不合格，数分钟后，多次检测的结果却都变成合格；不仅如此，不同品牌、不同年龄的多辆车在检测时，竟出现了完全相同的CALID码（控制单元校准识别码）、CVN码（控制单元校准验证码）。

“CALID码相当于车辆控制系统的身份证，每辆车都是唯一的，正常情况下不可能雷同。”林菲解释道，在机动车环保检测中出现这种情况，很可能是有人在使用作弊设备干扰OBD（车载诊断系统），让一些检测年

限久、尾气排放不合格的车辆蒙混过关。

面对这种手段隐秘、危害性大的检验造假现象，2025年6月，该院搭建了机动车排放检验数据筛查大数据法律监督模型，设置一天同一不同结果、多车同时却同码等监督规则，对辖区内多家机动车检验机构自2023年以来的数据进行全面筛查。

模型运行后，共筛查出异常数据3200余条。“看到这个数字，我们非常震惊，这意味着可能有大量尾气超标的车辆正在带‘病’上路，对空气质量造成严重影响。”林菲回忆道。

为夯实证据链，2025年7月，该院邀请环保领域专家全程参与，对异常数据所涉车辆进行实地复检和模拟实验。实验结果印证了检察官的判断，相关检验机构确实存在使用作弊设备干扰、破坏机动车车载排放诊断

系统的违法事实。

办案检察官进一步调查发现，部分机动车检验机构为提高通过率吸引更多车源，使用作弊设备篡改结果。车主看似省心实为糟心，既掏了冤枉钱，也埋下了环保隐患。

针对该案暴露出的监管盲区，2025年8月，该院向相关行政部门制发检察建议，督促其全面履行监管职责。收到检察建议后，相关行政部门联合公安、交通、市场监管等部门迅速启动机动车检验专项排查整治，对两家涉嫌犯罪的检验机构移送公安机关立案侦查，并累计整改无证上岗、设备未按期检定、培训流于形式等问题20余项。

2026年3月，该院持续跟进监督，推动相关行政部门建立机动车复检机制，统一复检流程与时限，对复检不

通过的车辆，统一引导至合规维修点进行维修，经复检合格后方可上路行驶；同时，推动建立机动车检验机构“双随机”常态化监管机制，定期开展数据质量核查，从源头防范造假行为。

2026年6月15日，该院检察官启动辖区机动车检验机构“回头看”复查行动，对3家机构开展为期一个月的体检式走访。现场复查显示，检测流程合规有序，数据实时上传、全程留痕。某机动车检验机构负责人指着墙面上实时跳动的数据表示，今后将严格执行各项规定，确保每一份检测报告真实可靠。

从群众举报发现线索到检察建议推动治理，常山县检察院以检察公益诉讼参与社会治理，推动机动车检验行业从作弊过检走向阳光检测，让每一辆上路的车辆都经得起检验。