

## 精耕细作正当时 数字文娱看重庆

## 团播如何成为重庆城市发展新赛道



“以前叫野蛮生长，现在叫精细耕作。”重庆歌舞团艺术创作中心副主任、重庆市舞蹈家协会街舞专委会副主任郭鹏的这句话，精准勾勒出团播行业在短短两三年间的跨越式发展。从直播新业态到文化产业新势力，团播正成为重庆数字文娱产业的重要增长极。

来自中国演出行业协会的数据显示，2025年团播市场规模预计突破150亿元，直播间日均开播量超8000个。而在这场团播热潮中，重庆一度集聚全国80%的团播队伍。

有从业者表示，在重庆开展团播业务的机构至少有上千家，数量位于全国各个省级行政区前列。

短短几年，重庆团播行业为何能快速发展，并一跃成为全国“团播重镇”？重庆晚报记者近日进行了深入调查。

## 从早期“个人秀”到“线上综艺”

“最早的团播，就是凑几个人跳跳舞。”海川星辰公会团播负责人回忆。但如今，这一局面早已被颠覆。

“以前团播公司模式简单，人员到位后，舞蹈老师选几首曲子编排一下就开播。”而改变源于一批传统综艺幕后人才的入局。“现在许多电视台、综艺节目的制作人员都进入团播领域，带来了全新的创作理念。”上述负责人表示。

在如今的海川星辰，一个新团的诞生需经历完整的策划流程：从团队搭建、宣发方案到内容编排，形成系统性制作体系。台前是7至9人的主播团，幕后则有约20人的专业团队协同配合，分属内容编导、视觉技术、运营执行、保障支持四大板块。“以一首30秒的歌曲为例，我们会拆解为前中后三个段落，每个段落匹配不同的灯光变换、舞美设计和动作编排。”

另一家团播公会——长鲸传媒同样经历了多次迭代，从最初的简单模式发展到如今的“节目化、主题化、线上小综艺”形态。长鲸传媒公会负责人李超鹏介绍，公司引入专业灯光、舞美、运镜团队，通过专业舞台技术呈现才艺。

郭鹏从专业舞蹈编排角度，将这种变化归纳为“场景化”“风格化”“专业化”。“过去的团播编排单一，每个人依次进行舞蹈展示。现在的团播则注重整体打造，通过特定场景来呈现：工业风搭配街舞，江南小镇风配合小调舞蹈，内容与场景深度融合。”

从早期的个人秀到如今的“舞台秀+综艺互动”，团播已成长为内容精美、编排专业的文化产业。

## 人才沃土托起“团播第一城”

团播为何在重庆爆发？答案藏在这座城市的文娱基因里。

1988年，重庆在全国率先举办霹雳舞大奖赛，成为中国街舞发源地之一。数十年间，这里形成了从培训到演艺赛事、文化消费的完整产业链。郭鹏表示，“街舞因自由无门槛深受

年轻人喜爱，将其融入团播，形成独特的风格化表达。”

在郭鹏看来，重庆的艺术人才储备得天独厚。“一方面，市级专业歌舞团及各区县艺术团构成专业人才梯队；另一方面，重庆各大专业院校持续输送新鲜血液，人才基础十分扎实。”

长鲸传媒对此深有体会。“重庆街舞氛围浓厚，专业舞者、艺校生数量众多，舞蹈基本功扎实，面试成功率很高。”李超鹏表示，“加之重庆多年演出行业积累，沉淀了大量灯光师、摄像师、编导、主持等专业人才，他们熟悉舞台、精通娱乐。”目前，长鲸传媒已与四川音乐学院、吉林艺术学院等多所高校建立校企合作，形成稳定的人才储备基地。

海川星辰则将街舞赛事与人才选拔巧妙结合，通过每年举办多场街舞大赛挖掘优质主播。

重庆本就是仅次于杭州的热门直播城市。在团播业态崛起前，重庆中心城区已集聚网络直播企业超4000家。叠加相对适中的创业成本，正如李超鹏所言，“与杭州相比，重庆的场地、用人、运营成本都更具优势”。多重因素共同作用，让重庆稳坐“团播第一城”交椅。

据重庆网络直播专委会数据，2024年重庆全市直播总营收突破480亿元，其中文旅演艺直播占比达25%。

## 新舞台提供大量就业岗位

今年全国两会，政府工作报告提出“构建就业友好型发展方式”。团播产业的健康有序发展，正是这一理念的生动实践。

重庆市文旅委相关处室负责人将团播定位为三重角色：文旅产业创新的“加速器”、青年就业创业的“蓄水池”、城市形象传播的“新窗口”。

“我们公司现在专门配备了服装搭配师。”海川星辰团播负责人举例，“他们是服装设计专业出身，过去主要流向服装厂，现在可以在团播公司发挥专长，根据团队需求进行原创设计。”另一个岗位是舞美编导。“这一职位在电视台较为常见，从两年前开始进入团播领域，负责统筹灯光、运镜、主持与画面的整体配合。”

来自海川星辰的团播主播“航不易”的经历颇具代表性。这位学习街舞十余年的舞者，曾因演出机会匮乏只能

在街头直播。加入团播后，他获得专业编舞、妆造、灯光舞美等全方位支持，如今拥有近8万粉丝。

长鲸传媒则从艺术生切入，阐述了团播在促进社会就业方面的价值。“高校艺术生就业竞争比较激烈，比如舞蹈专业大多进入培训机构代课或跑商演，收入不稳定且缺乏曝光。”李超鹏坦言，“但加入团播后，他们不仅获得稳定收入，还能通过大量曝光提升个人影响力和身价。”他补充道，编导、灯光、摄像等专业毕业生同样受益，团播行业为各类人才开辟了新赛道。

## 未来团播将走出直播间

在产业层面，团播推动了传统文娱与直播经济的深度融合。长鲸传媒已尝试“川剧非遗主题”直播，将变脸技艺与现代编舞相结合，单场观看量达320万。李超鹏介绍，他们还开展了318国道直播、酉阳户外直播等文旅联动项目，丰富直播内容的同时，也为文旅带来可观流量，“我们在节目中融入川剧变脸、蜀绣等本土文化元素，让团播成为展示重庆文化底蕴的窗口。”

对于未来发展，从业者和专家们有着共同期待：走出直播间，拥抱更广阔的天地。

郭鹏描绘了一幅清晰蓝图：“目前团播多局限于室内，未来完全可以走出去。重庆拥有众多优质景区，团播可与区县文旅板块深度融合。比如在武隆仙女山，当地需要宣传景点时，团播IP团队可以参与合作，实现双向赋能。”

他相信，这是一个相互促进的过程。“随着团播专业化程度提升，未来可能形成完整的节目储备。现在三四分钟的小舞蹈，未来或许会发展为娱乐化晚会，用制作专业晚会的思维制作团播内容。”

2026年春节期间，由重庆市委网信办主办的“2026‘马’上开团”新春特别策划上线，向全国展现了团结向上、奋进有为的新重庆形象。

从直播间的火热表演，到全产业链的蓬勃发展，再到与文旅的深度融合，重庆团播正在为城市文娱产业注入全新动能。从野蛮生长到精细耕作，重庆团播的进阶之路，正为这座城市的文娱产业快速发展写下生动注脚。

重庆晚报-厢遇记者 万里

