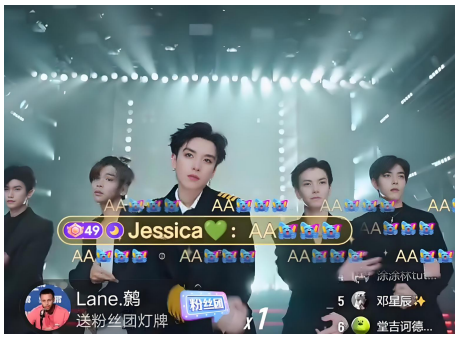
“短剧热”后，年轻人为何又迷上“团播”

2025 年 07 月 14 日 07:28　来源：中国青年报



前几天，我无意中点进短视频平台上的一个直播间，变换的灯光下，六七个光鲜亮丽的年轻人跳着时下流行的舞蹈，背景音乐中夹杂着主播激情的喊麦声。以往见到这么热闹的直播间，我都下意识赶紧“绕道走”，那天却鬼使神差地点了进去，足足看了 40 分钟。后来知道，这种新兴的直播方式叫作“团播”，据说是继短剧之后年轻人追捧的“新宠”。

这种直播形式由多名主播共同参与，通常由 4-8 人一起进行才艺表演，并配有控场主持人。2022 年“团播”兴起之初，场景设置大多还只是纯色背景、固定灯光和单一机位。但是发展到今天的“团播”，几乎可以说是眼花缭乱，灯光、舞美、布景、运镜、舞者，无一不精致，无一不“吸睛”。

看了几日“团播”后，我基本明白了一个事实：通过在屏幕外刷弹幕、送礼等方式，观众可以“指挥”屏幕里任意一个人为其跳舞，并且只要“财大气粗”，就能让最喜欢的那个人获得最多的表现机会和人气，让他们赚得更多、成长得更快。

而我也从最开始的“绕道走”，到后来主持人喊出“差 1 万点赞解锁团舞”时能熟练地狂点屏幕送赞。这不禁让人思考，这“团播”到底是怎么让我“上钩”的？

权力感，是我能想到的第一个理由。

屏幕里的俊男靓女一刻不停地卖力跳舞表演，屏幕外的人躺在沙发上动动手指就可以决定谁能脱颖而出，如果是竞争模式，那更能直接决定这些直播间“偶像”的输赢。曾经选秀综艺火透半边天的那几年，无数年轻人疯狂地为自己支持的选手拉票打投，就是为了能送他们出道成为“偶像”。如今这个模式搬到了直播间，即使选手是一群“素人”，输赢也一样能够挑动观众敏感的神经。

年轻人在现实中可能无法获得的掌控感和影响力，在虚拟空间被“拉满了”，这种权力感带来的情绪价值就是“团播”的核心魅力，毕竟短剧的“爽感”还需要追到大结局才能获得，但是在“团播”随时都可以信手拈来。如果说短剧是编

本教材仅限天天中文内部使用

剧造的梦，观众始终是局外人，那“团播”就是让观众自己写剧本造星，成本不过是一个“嘉年华”。

相较于传统娱乐圈的追星方式，“团播”主播往往起点更“素人化”，距离感更小，降低了接触偶像和参与娱乐的门槛，这也为观众和参与者提供了一种压力更小的追星方式。只要打赏就能获得快乐，主播通过实时的反馈调整让观众获得情绪价值，观众也在主播自身的成长中获得满足和欣慰。在“培养”直播“偶像”的过程中，观众能切切实实看到自己的参与和贡献，直播公司也通过这种“去中心化”的造星模式，强调主播的成名路径更多依赖于观众的直接支持，而非传统经纪公司的包装和资源垄断，这在形式上也满足了年轻人对“公平”和“努力可见”的期待。加之通常情况下，大部分观众的打赏数额都较小，心理负担也较轻，总体而言是一种轻量化的追星方式。

其实，细细审视时下最受年轻人追捧的事物，从宠物到 Labubu，从短剧到“团播”……好像万物都离不开一个“情绪价值”，人们总愿意为情绪价值买单。不由得想，当有一天“团播”的舞台创意枯竭，主播不再足够“吸睛”，年轻人是否会再度迁徙？或许，比追问风口更重要的，是看清每一轮娱乐消费中，年轻人需要的到底是什么。

单词：

jiāzá	kòngchǎng	xījīng	guǐshǐshénchāi
夹杂	控场	吸睛	鬼使神差
shànggōu	lāpiào	xūnǐ	xìnshǒuniānlái
上钩	拉票	虚拟	信手拈来
xīnwèi	lǒngduàn	dǎshǎng	kūjié
欣慰	垄断	打赏	枯竭

讨论：1.你追过偶像吗？给主播刷一个小礼物（比如 5 元人民币）你觉得“值”还是“不值”？为什么？

2.在日本，你有没有看过类似“团播”的直播（多人一起唱跳、观众可以投票或打赏决定谁留下）？如果有，你觉得它和中国的“团播”有什么不一样？

源新闻：https://www.chinanews.com.cn/sh/2025/07-14/10447317.shtml

音声 URL：http://ttcn.co.jp/sound/text/files20250811754888564.mp3

本教材仅限天天中文内部使用