

当秦声古韵遇上直播间

——陕西文艺院团探寻数字化破圈之路



2026“DOU来艺播·秦风传韵”活动在西安举办,陕西多家文艺院团试水直播,在数字舞台探索传统艺术破圈新路径。

本报综合报道 近日,2026“DOU来艺播·秦风传韵”活动在西安举办,陕西省戏曲研究院等7家陕西本土文艺院团现场签约,正式加入“艺播计划—抖音直播院团专项”(以下简称“艺播计划”)。经过几年实践,陕西多家国有文艺院团完成线上演出的迭代,走出简单把线下剧目搬上直播间的初级阶段,逐步向适配网络媒介、专门创作线上作品转型。直播间不再仅仅是剧场演出的宣传补充,正在成为院团拓展受众、反哺线下市场的新空间。

截至2026年7月,全国已有30个省区市的598家国有文艺院团、近9000名专业演员参与该计划,累计直播128万场,观看人次超67.2亿。

线上舞台拓宽传统艺术受众面

长期以来,受剧场座位、巡演成本制约,即便打磨精良的舞台剧目,能够触达的观众群体也始终有限。2025年6月18日,陕西省歌舞剧院(以下简称“陕歌”)开启团播,成为全国首个试水团播模式的歌舞剧院。不过线上演出刚起步时,内部并非没有争议,有老艺术家曾提出质疑:“咱们是专业院团,对着手机演出,掉不掉价?”

线上运营的数据,回应了这份疑虑。截至目前,陕歌累计线上演出超350场,抖音粉丝从开播前3万增长至33.5万,直播观看总人次突破2250万,单场最高曝光543万人次。线上流量反哺线下演出,自2025年11月起,《仿唐乐舞》散客票房同比增长约20%。

同样面临受众局限的还有成立于1950年的陕西省广播电视民族乐团(以下简称“陕广乐团”)。以往乐团的演出集中在音乐厅、剧院,一场投入大量精力排演的节目,剧场能够容纳的观众往往仅有一两千人。该团团长宋小雷坦言:“刚刚启动抖音直播时,团队心里并没有十足把握,不确定专业民乐能否被网络用户接受,年轻人愿不愿意驻足聆听。但实践证明,很多年轻人不是不喜欢民乐,只是缺少走进它的入口。”

为此,陕广乐团搭建起乐团、乐队、独奏

演员多级矩阵账号,打造民乐IP,常态化开展展演与民乐科普,月均直播超40场。宋小雷认为:“舞台没有消失,只是在延伸;观众没有离开,只是接受艺术的方式变了。我们要做的,就是主动走到观众所在的地方。”

线上打开受众增量之后,新的问题随之浮现:把成熟的线下演出直接搬进直播间,并不等于就能收获线上认可,不少院团都遭遇过“演得专业,就是看不懂”的困境。

转变创作逻辑适配线上受众审美

陕歌早期也曾直接将经典剧目《仿唐乐舞》搬到线上,本以为专业的舞台表演能够获得好评,实际反馈却不尽如人意。复盘之后院团意识到,线上探索的方向没有错,但沿用线下剧场的横屏思维做手机直播,没有贴合线上用户观看习惯,内容表达方式出现偏差。

基于此,院团确立从“我们觉得好”转向“观众喜欢看”的思路,着手对演出内容进行适配改造:将横屏构图调整为竖屏,萃取经典剧目精华片段重新编舞,根据镜头特点调整表演动作幅度;在节目间隙增加诗词讲解,通俗阐释舞蹈背后承载的文化内涵。

内容改造很快见到效果。2025年7月23日,陕歌联合二胡主播推出“古艺新声,三方共舞”武侠主题直播,14名舞蹈演员同台,一级编导坐镇策划。这场直播开播10分钟点赞即破千万,整场观看人数达210万人,最高在线5万人,直播间在线人数也从最初二三十人提升至稳定数千人的同步观看。

在矩阵账号运营上,陕广乐团也经历认知更新。2023年,乐团组建长安风乐队,搭建直播间、设计演出内容。运营过程中团队慢慢发现,吸引并留住观众的,不只有院团的品牌,还有一个个鲜活的演奏者。也正是基于这一判断,乐团搭建多级账号矩阵,依靠演员个人影响力带动乐团传播。唢呐演奏员冯苗苗个人账号粉丝已达27.4万,乐团新媒体矩阵累计粉丝超过60万。

“剧场里的观众少了,专业院团要思考观众在哪里。”宋小雷表示,院团不能固守剧场等待观众上门,需要找准受众所在,用适

配的传播形式拉近传统艺术和大众的距离。

院团核心竞争力落脚精品内容

团播步入正轨后,陕歌也曾尝试追逐短平快内容博取流量,但很快发现,新鲜感褪去,用户留存依旧困难。陕西演艺集团有限公司副总经理、陕歌院长孟丁对此深有感触,真正能够打动观众的,还是专业化、精品化的内容。

跳出流量舒适区,陕歌历时4个月完成全链条打磨,从服化道细节、声光电屏适配,到舞美编排和镜头化重构,同步革新表演逻辑与运营体系,在2026年4月8日推出全网首部以还原唐朝文化为背景的原创竖屏舞剧《长安108坊》。“院团搞直播不是降维,而是拓维。艺术的线上表达不是权宜之计,而是时代发展的必然。”孟丁说。

在宋小雷看来,新媒体时代更不能丢掉本土艺术底色。“陕西的民族乐团,就应该有陕西的声音。热点带来的是一时关注,真正让人记住的永远是内容。”在运营新媒体矩阵的同时,陕广乐团坚持精品创作,先后推出取材陕西民歌的《永远的山丹丹》、联动西安和杭州两座城市的《唐诗·宋词两座城》,以及融合唐诗、新媒体技术与舞台空间的原创民族器乐剧《诗的长安》。“流量最终要依靠内容,专业院团真正的底气始终是作品。”宋小雷说。

经过三年发展,“艺播计划”已经从早期普及尝试,迈入提质深耕阶段。中国演出行业协会副会长兼秘书长潘燕认为,当前网络表演行业已经从比拼流量的注意力经济,转向比拼内容的文化力经济。

数字化浪潮正在深刻重塑文艺传播生态。对国有文艺院团而言,直播间不再是线下演出的简单补充,而是一个独立生长、双向赋能的“新演出现场”。



视点

在长安夜色中“漏”历史

“唐长安城有108坊,里面都住着哪些名人呢?”昭陵博物馆原副馆长、央视《百家讲坛》主讲人李鸿涛向市民游客介绍历史知识。

连日来,西安城墙永宁门瓮城内,在西安城墙暑期“城墙,晚安”主题活动现场,一场场专家与市民游客的“漏闲传”不断上演。活动采取脱口秀方式,搭配墙体投影辅助,邀请博物馆资深研究员、非遗代表性传承人、文博讲解大咖与市民游客像邻里聊天一样,在夜晚共话长安故事。

文博大咖共话千年长安

让躺在展柜里的文物更加贴近群众,首要突破在于叙事方式与呈现场景的革新。

昭陵博物馆工作人员介绍,该主题活动是推动馆藏文物走出展厅、拓宽文化传播边界的创新尝试。借助西安城墙的文旅平台,深藏馆内的昭陵文化资源突破了场馆限制,走近市民游客。

8月下旬开展的“秦砖汉瓦”专题分享中,专家系统梳理了从西周到明代的瓦当纹饰演变脉络,现场集中展示了14件珍品,其中包括“长生无极”“长乐未央”“长安千秋”等汉代名品,以及南北朝时期的兽面瓦、唐代宝相花瓦和明代龙纹瓦。在聚焦西汉瓦当的专场活动中,汉长安城四神瓦当、鸟虫篆“永受嘉福”瓦当等5件文物登场,专家层层揭示秦砖汉瓦中流传千年的“五福”文化内涵。

非遗民俗也在瓮城焕发出全新光彩。相关主题活动让游客近距离感受到传统文化的魅力。

科技则为这一场场沉浸式交流提供了坚实支撑。活动开场前,永宁门文化礼仪广场草坪上的12块冰屏滚动播放文物图。活

动启幕后,瓮城墙体化身巨型光影幕布,依托中控时间码技术,使冰屏画面、墙体投影与城墙灯光实现精准联动。

技术团队在严格遵循文物保护“非接触、可逆”原则的前提下,沿用既有演出配套设备,实现了文物资源、古建实景与现代光影的有机融合。

“传统展览模式是‘文物在展柜里等人来看’。我们希望通过这次活动把文化送到游客身边,让游客从旁观者变成参与者。”9月10日,西安城墙管委会文旅发展部相关负责人朱媛说。

沉浸式文化供给提升夜游活跃度

将博物馆“搬”进城墙瓮城,不仅重塑了游客的文旅体验,还在文旅消费与品牌传播层面释放出显著效能。

统计数据显示,活动累计开展22场文博夜话,吸引超过1万名游客。内蒙古游客陈佳佳感慨:“历史一下子就变得具象了,这趟西安行太值了。”

这种沉浸式文化供给有效拉长了文旅消费链条。活动期间,游客在瓮城核心区域的平均停留时间延长了至少40分钟,提升了夜间文旅的活跃度,并直接带动了周边文创产品、非遗手作等的消费。

在传播维度方面,“城墙,晚安”主题活动形成了线上线下协同共振的良好效果。据统计,该活动全网总曝光量突破100万次。小红书、抖音等社交平台上,大量游客在参与活动后主动撰文晒图,讨论主题由单纯的景区观演延伸为深度的文化漫谈。

这种“线上种草—线下体验—二次传播”的闭环机制,打破了传统博物馆的物理

围墙,覆盖青少年等多元受众群体,达成了文物知识大众化普及的预期目标。

探索文化遗产活化长效机制

“城墙,晚安”主题活动为文化遗产的活化利用开辟了新路径。

“‘馆城联动’并未依赖大规模的资金投入,而是立足既有资源,精准挖掘实景演出散场后的‘暗场时间’。通过高品质文博内容的植入,原本闲置的时空串联起‘观演、分享、消费’全链条,展现出低成本、高协同与可推广的集约化优势。这样的合作能够推动多方主体在资源共用、品牌共塑与成果共享中形成强大合力。”朱媛介绍。

据悉,今年国庆节假期,西安城墙景区将以“古垣颂新声·神州共长安”为主题推出多项活动,将打造WALL是城墙“子四个曰”文博播客,立足西安城墙历史与陕西文物故事,以脱口秀的形式解读文博知识;推出“次元潮聚·梦启安定”狐妖小红娘IP联动活动,实现线上与线下内容全面覆盖。

放眼陕西,一系列打破博物馆物理边界的活动吸引了许多市民游客,在纵横交错的西安地铁线路上,“流动博物馆”专列与站台微展厅让市民游客与千年文脉不期而遇;在偏远山区的校园里,陕历博“流动大篷车”打通文化惠民“最后一公里”;在西安咸阳国际机场,西部机场博物馆将候机空间转化为传播历史文化的“第一窗口”……

文化传播与旅游体验正在双向奔赴,延续千年的历史文脉正在融入当代城市生活。历史从字里行间走出来,化作看得见、听得到、记得住的鲜活记忆。

转载自《陕西日报》赵苒苒

老博会带来“科技温暖”

展馆里人声鼎沸,银发参观者三五成群,有的推着轮椅,有的带着孙辈,有的在各个体验区前排起长队……9月17日,正在举行的第四届西安国际养老产业博览会上,科技养老产品、居家看护系统、智能睡眠床、旅居养老等展位前人头攒动。

如今,养老产品不再只是冷冰冰的仪器,而是试图解决老人最具体的痛点:怕忘吃药、怕跌倒、怕孤独、怕给子女添麻烦。与此同时,老人们的养老观念已悄然发生了改变。

居家养老增添“科技温度”

走进展馆,各类适老智能设备整齐陈列,不少中老年人驻足试戴、亲身体验、细致咨询,近距离感受科技养老带来的便捷与安心。

一款可预警心梗、脑梗的生命智能预警手表广受关注。据工作人员介绍,这款手表深耕市场十年,累计销量突破100万台,用户群体集中在40至65岁。

“它能实时监测身体指标,提前预判风险。”现场一位工作人员边演示边说,相较于普通穿戴设备,这款手表通过实时捕捉身体数据,可针对性预警心梗、脑梗等高危隐患。一旦发现异常,可第一时间提醒老人及家属。设备长按十秒即可开启SOS紧急救助功能,自动定位、一键呼救,后台同步向紧急联系人推送位置与预警信息,为突发疾病救治争取宝贵时间,为老年人提供全天候随身安全保障。

一台造型独特的球形石墨烯多物理因子治疗舱,吸引不少市民排队体验。“这个舱外形像一个大球体,里面配有专业理疗座椅。”刚完成十分钟体验的67岁冯叔走出舱门说:“挺舒服的,对常年不适的腰椎、颈椎缓解效果很明显。”

据现场工作人员介绍,这台设备依托红外等多物理因子,主要面向亚健康人群、慢性病患者及术后康复人群。通过将传统物理治疗进行智能化、数字化升级,适用于疼痛调理、慢病康复等场景,目前主要用于康复医院和养老机构。

不同家庭找寻适配养老方案

智能科技守护日常,多样养老模式适配不同家庭需求。星级养老机构展区,人头攒动,咨询火热,不少市民带着真实的家庭养老需求,专程前来对比甄选。

40岁的王先生一早便来到展厅,手里拿着多家养老机构的资料,认真比对各项服务细节。“我母亲生病卧床,需要精细化专业照护,普通保姆

很难做到全方位照料。”王先生说,他专程来为母亲挑选合适的养老机构,最看重收费价位、医疗配套、居住环境和离家距离,希望通过实地考察,找到专业、靠谱、贴心的照护场所,让母亲得到更好的照料。

相较于刚需机构养老的迫切,64岁的许先生养老心态更为从容,带着家人悠闲逛展的他,对养老有着自己的理解。“老话讲养儿防老,但现在年轻人工作压力大、生活节奏快,我们不想给子女添麻烦。”许先生说,自己身体还可以,更偏爱居家养老,也期待社区养老服务持续升级,多推出小区送餐、上门帮扶等5分钟便民服务,让日常小事就近解决、快速办结,让居家养老更省心、更便利。

晚年也能边走边康养

除了机构专业照护、居家智慧养老外,轻松惬意的旅居养老新业态,在本届老博会上持续升温,成为中老年群体追捧的养老新方式。

在一家企业展位前,云南、海南长线康养及省内短途旅居线路备受关注,不少老年人驻足翻看行程资料、咨询食宿配套。工作人员手持机实时直播推介,线上线下同步推广优质旅居康养资源。

“现在老年人养老观念变了,不再只守在家里静养,更追求舒适、放松、健康的生活方式。”展位工作人员介绍,公司的旅居线路主打慢康养、轻旅行,吃住环境适宜,配套康养服务,适配中老年群体身体特点,既可以散心游玩,又能休闲养生,因此越来越受欢迎。

从预警手表、智能药盒到居家看护系统,科技好物正为居家养老撑起“稳稳的安全感”;从机构养老到居家养老,市民带着具体需求寻找答案,也期待社区便民服务更贴心、更就近;从云南、海南到省内短途,旅居养老让“一边旅游一边养老”从愿景走向现实。西安老博会上的一幕幕场景,既是养老产品向科技化、智能化升级的缩影,也是人们观念向多元养老转变的注脚。越来越多贴心的适老产品和养老服务落地生根,让老年人晚年生活更安心、舒适、多彩,也让养老服务更有温度。

刘晓云 王涛



参会老人体验智趣冰球训练桌。

资讯

陕西省首笔“农业转型+碳排放挂钩”贷款落地

近日,在中国人民银行陕西省分行指导下,兴业银行西安分行成功为陕西正能农牧科技有限责任公司发放6000万元转型金融贷款,专项支持企业生猪养殖环节低碳转型,标志着陕西省首笔面向农业领域的转型金融贷款正式落地。

农业畜牧业是温室气体排放的重要来源之一。陕西正能农牧科技有限责任公司作为国家农业产业化龙头企业,2025年企业养猪边界碳排放量达16,109.45吨二氧化碳当量,养殖环节自身生物源排放合计占排放总量的72.68%,是畜牧业区别于其他行业的特色排放源,也是农业低碳转型的重点和难点。

2026年9月,在中国人民银行陕西省分行指导下,兴业银行西安分行联合专业评估机构对正能农牧转型方案进行了全面评估。正能农牧计划采取的精准饲养、饲料添加剂应用、数字化猪场建设、粪肥还田等转型技术路径,符合《转型金融支持经济活动目录(农业)(试用稿)》相关要求,转型方案科学可行,满足转型金融支持企业的各项标准。

兴业银行西安分行相关负责人介绍,本次转型金融贷款的落地,是服务陕西省农业畜牧业绿色低碳转型的重要举措,对于推进区域应对气候变化、改善环境具有重要意义。

李猛 丁丹

陕西宝鸡发布秋冬季文旅产品

近日,陕西省宝鸡市正式发布2026年秋冬季文旅产品,推出210余项秋冬季文旅活动,4条精品旅游线路、三大冬季主题游和多项惠民举措,邀请广大游客感受西府秋韵、体验冬日温情。

今年,宝鸡统筹自然山水、历史文化、非遗民俗、西府美食、体育竞赛等资源,顺应周边游、周末游、短途微度假消费新趋势,抢抓3小时高铁及自驾交通圈等市场机遇,推出了丰富多彩的文旅特色活动、精品游玩线路和惠民福利。210余项秋冬季文旅活动,包括精品文艺演出、秦腔惠民大戏实景演艺等;推出百余场群众文化活动,包括中秋民俗体验、丰收市集、摄影大赛、登山骑行等;举行35场非遗展示体验活动,涵盖凤翔泥塑、社火脸谱、西秦刺绣、剪纸面塑等;联合举办云南万人包机游宝鸡、新加坡百人包机游宝鸡等专项活动,还将于10月举办宝鸡马拉松、第五届银杏音乐节。

宝鸡市文化和旅游局相关负责人介绍,今年秋季,宝鸡重点推出红叶揽胜线、周秦寻根线、红色研学线、食韵寻踪线4条精品旅游线路。宝鸡还将把夜游、演艺、温泉民宿、特色餐饮等融入线路产品,推动“过路客”向“过夜客”转变。冬季,宝鸡将持续打造“秦岭雪乡、雪地‘鳌’游、赴‘汤’蹈‘火’”三大主题游,游客可到太白山、九龙山等地泡温泉,体验特色铜火锅;到鳌山滑雪场参加滑雪赛事和冰雪趣味活动;乘坐秦岭小火车走进秦岭雪乡,观赏雾凇冰挂,参与雪地社火、羌族民俗表演等特色活动。

惠民举措方面,宝鸡推出“引客入宝”奖励,对组织游客来宝鸡游玩的专列、大巴、研学、自驾等各类团队给予资金奖励;推出宝鸡文旅惠民年卡,88元即可购卡,一年内不限次游玩33家收费景区;用好“票根经济”,针对周边客源推出凭身份证、高铁票、出行订单享受景区、住宿等专属优惠。各经营主体还推出周末联票、组合套餐,并完善自驾游配套,落实停车、充电等相关便利举措,进一步推动“体育+文化+旅游”融合发展。

付玉玮