

走红全网，让村娱从小地方的人情消遣，变成了风靡基层、全网热议的文娱现象。

一场从田埂上蔓延开来的文化现象，正在重塑中国乡村的精神图景。而在这出时代大戏里，有人站在聚光灯下，有人在角落努力向上生长。

村娱的六十年流变

上世纪六七十年代，“送戏下乡”活动正式推行。

自1979年起，江西省宜春市经楼镇后窑村的剧团“送戏下乡”，多年来足迹遍布三省55个县，如今每年开展送戏下乡等惠民活动100场以上。

河南省许昌市鄢陵县豫剧团的演员拉着自制木板车，“上山到顶，下乡到底”，几辆简易板车拼成流动舞台，“板车送戏”的故事流传至今。

改革开放后，“走穴”兴起，歌手和艺人们开始流动于乡村的婚丧嫁娶、庙会节庆。老百姓不再满足于被动接收“送来”的节目，他们有了自主选择权。但彼时的乡村娱乐，仍然是城市文化的单向下沉——城里演什么，乡里看什么。

短视频平台的崛起，彻底改写了这场游戏的规则。手机屏幕让乡村与城市之间的审美

时差被压缩到几乎为零。一个韩国新歌MV发布后的几分钟，农村小伙就能在自家院子里跟着跳起来。村民们不再满足于几出传统大戏或几张熟悉面孔，他们想要“和手机上一样热闹”的场面。

于是，年轻人带着从互联网、从城市学来的潮流文化，以一种极其草根的方式，嫁接回了乡土。

2024年，安徽省“送戏进万村”演出突破1.7万场，实现全省行政村全覆盖，惠及群众超500万人次，民营院团增至2800家。村娱已经从零散的草台班子表演，长成了一片体量可观的市场。

四川泸县也给出了这样一组数据：这个川南农业大县整合了全县140余支演艺团队、2800余名农民演员，在2025年建立起全国首个农村演艺实体，年承接演出1.2万余场次，年演出收入约2.5亿元。

兰希，从事村娱表演的年轻歌手，16岁踏入演艺行业，20岁独自登台唱歌。2019年，兰希先去深圳做了两年销售，2021年返乡回重庆，加入当地演艺群。

“刚开始也犹豫过，觉得自己好不容易从村里出去，又回来了，面子上挂不住。”兰希告诉《新民周刊》。

真正让她下定决心的，是一次在亲戚婚礼上帮忙唱歌的经

历。“全场的大爷大妈举着手机拍我，还有人打开手电筒挥舞，那感觉和在酒吧驻唱完全不同。他们是真心实意地觉得‘这姑娘唱得好’，不是敷衍。”

如今，兰希一年要接几十场演出，婚庆、寿宴、乔迁、庙会，各类场合都有。“我们表演的内容比前几年丰富太多了。”兰希说，以前农村商演就是老歌串烧加几段小品，现在主人家会提前发短视频到群里，点名要看某段网红舞。

除了走街串户的商演歌手，村娱生态里的团体也颇受热捧。兰希曾和卫士舞团合作过女团表演。歌曲选用的是Lady Gaga的《Bad Romance》和蔡依林的《大艺术家》。尽管当时排练时间短，兰希一度紧张到有点忘记动作，但观众仍然很买账。

身在云南省昭通市鲁甸县龙树乡的关恒五兄弟，更是将这种“城乡审美合流”推向了极致。2025年10月份，五兄弟因模仿BIGBANG而爆红，这条视频在抖音点赞量超过430万，粉丝从60多万一路飙升至270多万。

五兄弟并非科班出身，但全开麦唱跳，走位卡点精准，对于一个乡土成长起来的团体来说实属不易。队长关恒初中毕业，干过理发、搬过砖、在酒吧驻唱过；老四关亚读到高中；老五关正是五兄弟中唯一读完大学的。关恒