

说，走上网红这条路是没有办法的选择，一直想多读书，但现实不允许。

鲁甸县龙树乡里，大多是留守的老人和孩子。80多岁的张大爷看不懂手机里的唱跳，只说“不吵不骂，不干坏事，就挺好”。小卖部的老板娘说“挺热闹”。年轻一代则刷得停不下来：“别人舞台效果烟雾要钱，他们的要柴，性价比直接拉满。”

为什么大家都爱村娱？

村娱能火，关键在于两个词——熟悉又新鲜。

一边是雪山田野、苞谷地的乡土背景，一边是精准复刻的潮流唱跳；一边是“下播干农活”的朴实日常，一边是全开麦的专业表现。这种自带烟火气的反差，反而击中了人心的柔软。

《新民周刊》记者采访了乡村宴席的多个主人家，得知村民们主动花钱聘请年轻团队演出，不再只是为了撑场面、讲排场，更是为了满足全家人的娱乐需求，或许在家族群里还能收获一片“你家真会玩”的羡慕。

在村娱粉丝可乐眼里，一边吃席，一边欣赏表演，村娱偶像零距离的亲近感是独一份的。2022年，可乐参加一场婚宴，被舞台上的气氛感染，举起手机

拍摄了现场，台上的歌手很快朝她热切比心，回应“饭撒”（英语“fan service”的音译，意为“粉丝服务”）。“农村的音响乐队进步很大，互动性强，愣是唱出了演唱会的感觉。”一位现场观演的年轻人也如此感叹。

家住广东茂名的00后阿杰，也是村娱围观爱好者。“我以前不懂粤剧，就跟着大人去现场凑热闹，结果配着旁边的字幕，看了一晚上，直接爱上了。”他形容那种感觉就像“解锁了一个新世界”。舞台简陋，但演员唱念做打一丝不苟。

关恒五兄弟运营的账号“蹦山咔拉咔”是较早形成村娱粉丝团雏形的账号。其账号旗下的十个粉丝群目前已经满员。购物平台上，印着他们卡通形象的周边产品及真人照片周边也已上线。就连他们有一次在机场转机时，也有粉丝前来“接机”。

23岁的小鹿是五兄弟的270多万粉丝之一，有人叫她“赛博站姐”。她曾耗费两小时从蹦山咔拉咔直播间里截取了六七百张图，选一张修成高清图，发在社交媒体上。小鹿说，早期蹦山咔拉咔经常在漏雨的棚里淋着雨拍摄，她看着直播红了眼眶；喜欢关恒的原因，就是因为他和自己有相似的经历，这种喜爱像一种“情感寄托”：“希望努力生活的人能被更多人看到。”

调查中，记者还发现，这股潮流催生的不只是表演者，越来越多的“本土偶像”走向台前。2025年10月份，云南昭通“滇疯舞团”正是受到云南BIGBANG的启发，选择了在苹果园里唱跳，意外收获大量关注。“滇疯”既代表云南简称，又寓意活泼开朗与“巅峰”期许。网友根据穿搭为她们取名为头巾妹、格子妹等。

团队里有六个人，四个是零零后，年龄最大的青霞刚满30岁。大家因热爱舞蹈而聚在一起。

团队成员中的小粉今年27岁，之前在当地小酒吧做过驻唱。她告诉《新民周刊》，她们的拍摄场所是昭通市郊一片苹果园，由于没有专业舞蹈室，她们就在家中或借用教室排练；音响靠朋友手持，摄影也由朋友义务帮忙。一周更新一条，全开麦真唱、自学韩语歌词，将家乡特产与风景融入舞蹈动作。

村娱的蓬勃发展，也让一些地方敏锐地捕捉到了文化赋能的契机。云南文旅部门将关恒团队纳入“乡村网红培育计划”，并授予旅游推广大使聘书。泸县则将农民演艺与特色节庆相结合，桂圆采摘节、油菜花节等活动年吸引游客超10万人次。

村娱不仅成为乡村年轻人的一种职业选择，更成为连接乡土与外部世界的桥梁。