



文化|滋养|民族



新闻|启迪|财智

# 首都演艺周刊

## Beijing Performing Arts Weekly

总第217期 今日4版 每周五出版  
联合主办 北京市文化局 北京日报社  
主编 卢扬

### B1-B4

2018.11.16

# 剧场脱口秀 真火还是虚火

《吐槽大会》、《奇葩说》等多档线上脱口秀综艺的热播，也让线下脱口秀演出悄然走红。据从业者透露，今年北京市内的脱口秀演出场次增长近五成，而演出场地也从原本的酒吧，走向小剧场等更大规模的领域。在京城剧场脱口秀演出越演越火的同时，如何能够构成“聚众效应”形成品牌，并实现“驻场式”落地，将是未来脱口秀演出面临的新考题。



## 走红

经过两年时间发酵，国内线上脱口秀的热度并未像此前昙花一现消失在观众视线中，而是维持着当前的热度并逐渐形成生态，除了幕后人才的不断扩充以及台前人才的发掘，脱口秀行业的蝶变也激发了一批线下脱口秀团队的崛起，从剧场到酒吧，加持着线下演出的场次。

多方面影响也让脱口秀线下演出收获到了年轻观众的目光，2018年喜剧受众中已有超过六成用户观看过线下脱口秀演出，甚至越来越多的“90后”、“00后”已经将自己的职业规划方向锁定在脱口秀行业之上。数据显示，仅2017年就有4万人开始学习脱口秀，其中有600人脱颖而出成为演员。

以笑果文化为例，在2018年内成为专职脱口秀演员或编剧的员工共有50余人，其中包含10位应届毕业生，这也是国内第一批将脱口秀演员、编剧作为职业选择的大学生。

脱口秀爱好者王勉表示：“噗嗤校园行演出时，我认为台上演员还没自己好笑，于是上台自己讲了一段，由此进入脱口秀行业。2018年毕业后签约成为正式的脱口秀演员。”

负责青年文化活动统筹工作的王则暄认为，虽然行业入局者以及线下脱口秀演出场次目前呈上升趋势，但很多都是以开放麦形式展现。开放麦顾名思义就是任何人都可以上台进行演出，有

些演出是专门用来实验新段子是否能戳中大众笑点，而另一部分演出则是给真正希望成为脱口秀演员的业余爱好者设置的，许多兼职脱口秀演员都是从开放麦尝试，从而真正入行。

## 探因

对比目前脱口秀惊人的蹿红速度来说，此前国内脱口秀发展更多处于不温不火的状态，虽然也有脱口秀节目红极一时，但大都无法持续维持热度。

但2017年也正是脱口秀行业以蝶变的惊人速度“闪入”大众视线的一年，这一年内脱口秀的形式发生了变化，从复制海外脱口秀模式转变成落地新模式，这就是现象级网络综艺《吐槽大会》的开播。数据显示，该节目自2017年1月8日播出起，上线4天播放量就已破亿，7天时间播放量破2亿大关，《吐槽大会》开播七期，网上点播量达7亿多次，单期最高点播量过2亿。

公开资料显示，《吐槽大会》百度指数峰值达到了1011435，另外在社交网络上，其微博话题的阅读总量超12.71亿，热播期间持续登上热搜29次，互动量高达162万多，整体覆盖人群超10亿。

在演出行业分析人士黎昕宇看来，线上脱口秀的走红首先契合了年轻人笑点，另外其形式不再是以单一的对话形式展现，而是以“犀利吐槽”、“麻辣点评”在现场与明星以及公众人物作出互动，并且事先的稿件编排将明星的过往和很多节目刻意避开的话

题公之于众。

“但是，这也是线下脱口秀演出与线上根本不同的地方，就目前现状来看，线下演出还是存在着很大的问题。因为线下演出很少有明星前来加持流量，顶多是比较有名的脱口秀演员作为噱头。并且国内的脱口秀和美国相比仍没有形成生态，因为美国地区大量的脱口秀俱乐部早已聚集了大量的粉丝，演员可以进行赶场演出从而达到生计的目的，在演出的刺激下脱口秀演员自然会进行快速成长，但显然国内的脱口秀行业形势无法达到这个要求。”黎昕宇如是说。

## 破局

线下脱口秀粉丝王先生向北京商报记者表示：“现在市面上的脱口秀演出质量良莠不齐，我之前在南锣鼓巷看过一个小型演出，票价为50元，场地大概能容纳50人左右，我进场的时候演出已经开始，但整场演出观众也就10人左右，过程中还有不少观众离场，最后结束的时候只有5个人。很多有舞台经验的人可以在现场把每个笑点铺垫得很好，但是缺乏经验的演员就会让我们觉得是在框架中硬塞内容。”

在业内人士看来，脱口秀之所以能飞速发展，就是在于新事物的创造和对生活细节的细微观察，这也在一定程度上要求了从业者的全面素质，对整体演出的把控、肢体语言的刻画、语气的描写以及随机应变的能力等都非常重要，

若非如此就会让台下观众感到尴尬，失去了脱口秀幽默以及活跃气氛功能。

王则暄指出，目前对业余脱口秀演员的培养还没有形成一定的良性循环，应该将所有的资源整合，让脱口秀行业形成专属自己的生态。例如，业余演员可以从短时间开始尝试3分钟、5分钟、15分钟，直到可以独当一面的时候就可以进行剧场演出，这种模式将会为场地积累一批自有粉丝，长此以往专门脱口秀俱乐部就可以应声而起。

另外，若想盘活线下脱口秀演出资源，需要的是打通线上线下体系，线上可以成为最终成品的输出口，但是线下演出也不能一味成为“试段子”的地方，而是需要真正优秀的脱口秀演员将场地“热”起来。以开心麻花为例，现在其所拥有的线下IP都是经过百场的排演，以观众的反映来不断完善演员、完善剧目，日积月累的调整才能造就优秀的作品和稳定的演员表演，不依靠别人的热度，而是提升整体演员的素养，这就是在以工业化流程作为支撑。

“目前笑果文化的噗嗤校园行其实已经形成了培养潜在高校人才的节奏，因为高校是年轻人聚集最多的地方，并且高校中人才培养不会面临职场人辞职的这一门槛，并且相对社会性演出场所，高校的演出场所更容易聚集观众，尤其是以社团的方式，可以影响一批又一批新人才的发掘。”王则暄如是说。

北京商报记者 卢扬 实习记者 穆慕/文 宋媛媛/漫画