

山东脱口秀，线上火爆线下开花

看起来“一本正经”的山东，凭啥成了供应脱口秀人才的大省？

胡玲玲 路董萌 济南报道

想玩脱口秀的人 井喷式增长

10月29日，一场小明喜剧的“开放麦”在济南CCPARK创意港小剧场举行。开放麦是一个练习和打磨段子的场所，无论新人还是经验丰富的演员，只要报名都可以上台试演。

工作日的夜晚，有大学生专程从长清大学城坐公交车赶来学说脱口秀，还有不少观众连续两天来剧场去“班味”。尽管演出前并不确定演出内容和演员阵容，这种“开盲盒”的表演形式仍然备受期待——扎根于本土的文化创作，代表着行业最原始的生命力。

10月23日，《脱口秀和Ta的朋友们》(简称《脱友》)落下帷幕。几天前，《喜剧之王单口季》迎来总决赛。携程数据显示，10月20日到24日，平台脱口秀门票订单量环比前一周增长80%。

在《喜剧之王单口季》中，新人选手和跨界选手占比超过七成，大多数都来自国内相对小的中腰部厂牌，也有不少独立脱口秀演员。而在《脱友》中，新人演员数量占一半左右。今年的两档综艺都透露出一个共识，那就是重视与线下脱口秀厂牌紧密联系，用节目热度反哺线下市场“多点开花”。

10月29日来到小明剧场舞台的，大多是“跨界”脱口秀演员，他们白天专注于本职工作，有人曾是电竞选手，有人从事考编培训，也有人是在规培生。在舞台上，考公轶事、科室见闻、电动车大军都是讨论话题，把子肉、趵突泉等地域元素被频繁提及，串场的主持人从容抛梗，和现场观众互动。

不止脱口秀，漫才、即兴、sketch等新喜剧频繁出现在小明喜剧的演出表，不断拓宽内容边界。

小明喜剧主理人田明媚告诉记者，2017年，山东第一批说脱口秀的人开始活跃，彼时大家更像是一个“兴趣小组”，在跌跌撞撞中前行，终于在2020年正式建立厂牌。如今，每场演出近三成是老观众。最近的脱口秀市场，一个比较突出的现象是，想要上台说脱口秀的人在井喷式增长。

只要你愿意表达 就可以站到舞台中央

成立于2019年4月的泥乐俱乐部，创始人之一是在《脱口秀大会》上“出圈”的山东脱口秀演员孟川。当时，苦于没有演出场地的他发了一条朋友圈，后经朋友介绍，与想书坊概念书店创始人小新达成合作，这家书店成为俱乐部的大本营。

“听脱口秀的那段时间，你可以让自己放松下来，别那么紧绷着。”在小新看来，书和脱口秀都具备塑造可能性的潜力。但在几年前，脱口秀的商业属性远不如现在这般耀眼，即使是免费演出，台下观众有时还没工作人员多，到底能不能盈利，谁也拿不准。

转折点发生在当年9月，《脱口秀大会》第二季中，孟川关于孤独的金句火了，他以一壶正在烧着的开水巧妙切入主题，“嘴里喊着咕嘟咕嘟，内心却翻涌着浪”。9月6日那天，俱乐部来了1400多位观众，本来只准备演一场，后来又临时加演了三场。

小新当时完全被现场气氛所震



▲来到小明剧场舞台的，大多是“跨界”脱口秀演员。

▼仅需一个话筒和一颗想要表达的心，人人都能成为脱口秀演员。



10月份两档热门综艺收官后，脱口秀热度仍居高不下，频繁出现的“山东面孔”让人惊喜。看起来“一本正经”的山东，凭啥成了供应脱口秀人才的大省？

连日来，记者实地探访了济南两家脱口秀俱乐部。在素有“曲山艺海”美誉的济南，脱口秀早已生根发芽，走向大众视野。

撼，朋友打趣他是观众里笑得最大声的人。“其实搞笑只是基础要求，好的脱口秀能让观众在欢笑之余，咂摸滋味，产生共鸣。”俱乐部成立到现在已有5年时间，如今，小新对脱口秀有了更细致入微的感受。

小明喜剧的签约演员“火锅”也表露出类似看法。“无论什么年龄，职业，处在什么样的人生阶段，只要你愿意表达，就可以来到舞台中央，讲述一段属于自己的故事。脱口秀不是单纯为了逗乐子，而是更看重内容表达。”

仅需一个话筒，一束灯光，和一颗想要表达的心，人人都能成为五分钟的脱口秀演员。脱口秀无法解决现实问题，但能够提供一条更为开阔的思考路径。在这里，一些容易被忽略的东西渐渐被人们“意识到”。

山东乡音让人“上头” 不少演员走红全国

长久以来，山东都是互联网的流量担当。在大众认知里，山东人厚道、实在，高情商山东人的另一面，是擅长一本正经地搞笑。其中，山东方言“功不可没”，倒装句、儿化音……山东脱口秀演员标志性的乡音，让人听了很“上头”。

唐香玉以“30岁没结婚的女硕士”的视角，调侃“回家吃席被全村人审判”的经历。程璐化身领导给员工“画大饼”，声称要把山东打造成脱口秀第一大省。

“火锅”的喜剧搭档“小席”总结，山东脱口秀演员身上有个特点——洞察社会的同时，敢于打破陈规，“老一辈的观念和年轻人的观点能碰撞出很多火花，而这些火花正是想传达给观众的。”

有人说，山东脱口秀是“墙内开花墙外香”，不少山东脱口秀演员在全国性舞台上获得认可，但本土市场表现不够亮眼。田明媚坦言，济南的脱口秀演员处于“一边培养、一边流失”的状态，“当演员已经相对成熟，脱口秀市场还没跟上节奏，部分演员选择去厂牌更集中的城市也是无奈之举”。

在脱口秀的风口期，亦有业内人士表示担忧，一些并没有建立基本行业认知的人涌入其中，希望依靠蹭热度，赚一波快钱。小新说，这种重视宣传的“草台班子”，可能会给观众对于线下演出质量带来错误的感知。

“也许用‘墙内开花满庭香’来形容更贴切”，火锅提供了另一种解读方式，能在线上综艺被看见的，只是少部分头部厂牌和演员，更深的根基还得靠线下市场，打磨好口碑，脱口秀才能更长久发展。

回想起2020年厂牌的第一场开放麦演出，音响由咖啡馆提供，话筒架和手机支架靠演员赞助，两年前发展即兴喜剧，很多道具也是演员自己从家里拿来的，田明媚感慨，“未来的行业能发展成什么样，谁也无法预料，我很好奇，所以想一直做下去。”

延伸报道

最近，《脱口秀和Ta的朋友们》《喜剧之王单口季》等喜剧类综艺节目在网上热播。其中，一些相声演员也“跨界”登上脱口秀舞台，表现突出，受到年轻观众的关注和讨论。

除了“秀”嘴皮子功夫，值得一提的是，这些相声演员的脱口秀段子也颇有启发意义。他们用幽默的口吻去展现相声行业现状，也丝毫不避讳去正面回应一些年轻人对相声现状的“吐槽”。

例如，德云社相声演员阎鹤祥凭借深厚的文化底蕴、扎实的喜剧功底以及在德云社的经历，在综艺中表现亮眼。在表演过程中，这位相声演员多个响亮的“包袱”都是即兴发挥，也就是脱口秀圈常说的“现挂”。

阎鹤祥的段子不仅仅限于搞笑，最终的落脚点也颇有深意。他以自己和“德云社少班主”郭麒麟的搭档关系切入，之后举重若轻地道出个人对相声师承传统、相声舞台发展、从业者现状等问题的思考。

这位相声演员诚恳提到，自己做了很多尝试，目的是“想把相声这门传统艺术和这个新鲜的世界做一个万能的接口”，成为相声界和流行文化之间的“type-c”。

这不由引发观众去思考，当脱口秀、单口喜剧等新型喜剧表演形式涌入市场，受到年轻人追捧，相对“传统”的相声、小品等形式如何发展，赢得新一代受众？

相声和脱口秀，都是在舞台上表演“笑料”的艺术。当相声演员开始去说脱口秀、单口喜剧，网友评价他们在表演、台词这方面很可能是“降维打击”。毕竟一名相声演员的成长，要经历严格的拜师学艺过程，要走过苦练说学逗唱基本功的“硬核”长路，在摸爬滚打的训练中，积攒丰富的线下表演、互动经验。

作为根植于中国文化土壤的喜剧形式，相声本身蕴含语言“急智”的魅力，让观众在一个已经很熟悉的语言节奏下，猝不及防被切入另一个语境中，产生强烈反差感，进而发笑。这种喜剧观感，和脱口秀有相通之处。

在脱口秀流行的这阵风里，相声或许可以融入一些更吸引年轻受众的元素、特质，例如能更快抓住“新梗”，迅速吸纳网络流行的话题，表演形式更鲜活，舞台视觉呈现模式有所创新等。另外，脱口秀圈对普通爱好者的“无门槛”吸纳也值得借鉴。

透过近年来口碑较高的综艺节目，我们看到，只要创作者保持对生活足够的敏感度和洞察力，就能打破不同表达形式之间的屏障，形成喜剧“万能接口”。

当下，一批富有创新魄力的青年喜剧创作者，为相声、小品等经典喜剧形式注入鲜活的养料。在今年一档综艺节目《喜人奇妙夜》中，《小品的世界》节目致敬了一系列印刻在我们童年记忆里的经典小品之作，如《装修》《吉祥三宝》《钟点工》等，让熟悉的“大锤八十，小锤四十”声音贯穿全程。

而这个节目又深刻解构了小品“标配”的那些元素，比如挂在屋里的春联、追求对仗的四六句台词、“13分钟解决所有矛盾”等。节目“打破第四堵墙”，呼吁创作要贴合现实，戳中观众内心的“真实笑点”。

所以，无论是对相声、小品等“老牌”喜剧形式，还是对脱口秀、单口喜剧等“新宠”，我们不妨保持开放的心态，让“新老”文艺形式相互融合，互相学习彼此的可取之处，汲取助力文艺发展的营养。

相声演员的台词功底、舞台感染力令观众称道；脱口秀表达内容和年轻人的距离之近、表演风格之活泼也值得借鉴。喜剧形式没有高低之分，创作者保持和青年群体所思所想的亲密度，“和新鲜的世界做一个万能的接口”，这一点至关重要。

据中国青年报

传统艺术如何探寻时尚「接口」

相声演员说脱口秀？