

上海何以成为中国脱口秀「高地」

业内人士表示有四大「密码」，期待更多人才加入

本报记者 陈佳琳

周六19时30分,位于上海新天地的“SpicyComedy”剧场内灯光渐暗。梳着高马尾、装扮简单随性的Norah掀开一侧的黑色门帘,在此起彼伏的欢呼声中,三步并作两步地冲上舞台。面对台下近200名观众,她用流利的英语讲起了开场白,语调轻快:“你们好!欢迎来到Norah特别秀!”

在互联网上,流传着一句话:“中国的脱口秀‘高地’在上海。”大麦平台数据显示,2024年,上海地区脱口秀演出场次突破1.5万场。作为一种新兴的娱乐方式,脱口秀为何能在上海“势如破竹”?这座城市又为其发展提供了怎样的土壤?记者实地走访观察,寻找答案。



脱口秀演员“71” 受访者供图

爆笑连连的夜晚

“这位来自悉尼的上海先生,你是从事什么行业的?”

“我的工作按小时来付工资的。”

“所以——你是我们说的‘钟点工’咯?”话音刚落,现场一片笑声。“也就是,悉尼‘阿姨’?”剧场再次被笑声淹没。这是一场英语脱口秀。一杆话筒、一束亮光,加上一个人,构成了整个舞台的全部。虽然看上去简单朴素,但演出开始前一小时,不少观众已赶至剧场门口排起了队。从浦东赶来的林喧恒排在队伍的最前方,只为抢一个“好座位”,“既要视野好,但又不容易被cue(互动)到”。

林喧恒今年30岁,来自浙江,已在上海生活8年,目前在一家外企工作。不久前,她在互联网上刷到了Norah的一个“爆款”表演切片后垂直“入坑”。她注意到,相比于普通话或沪语,Norah的英语脱口秀氛围更加轻松搞笑,于是约上两名好友第一时间抢了票。“期待能在现场看到Norah和观众的精彩互动。”

这场特别的脱口秀,是Norah打磨数月推出的新产品——不同于传统讲段子,Norah会展现出更多个人特色和接梗能力。中途还有两人作为“助演”嘉宾,讲述他们自己的故事,让现场气氛更活跃。尽管身经百战,但要出色完成演出并不轻松。一方面,当天的演出日程很紧凑,距离上一场沪语脱口秀结束不到两小时,需要迅速切换状态;另一方面,互动的随机性需要强大的临场应变能力,不间断地抛出一个个“梗”。为此,她一边在开放麦中

锻炼状态,一边提前理清了文本思路。一个半小时的演出里,整个剧场如同一个充满笑料的盒子,不同肤色、不同口音、打扮新潮的人相聚于此,邂逅了一个爆笑连连的夜晚。演出结束,林喧恒仍意犹未尽:“Norah现场更‘嗨’,体验感满分!”

不只是周末。工作日夜晚,SpicyComedy也热闹非凡。脱口秀演员“71”的沪语脱口秀开演前15分钟,现场座位只剩“边角料”。记者注意到,走进剧场的,不仅有学生、上班族,还出现了头发泛白的阿姨爷叔。演出伊始,“71”试探性地问:“现场有没有不会说上海话的朋友,可以拍拍手。”空气沉默了几秒,观众席后方响起了几声不合时宜的掌声。“71”比了个大拇指:“很有勇气!”随即他话锋一转,“那你可以出去了”。出其不意的180度大转弯,加上沪语的喜剧效果,让观众乐开了花。演出现场笑点密集,无论是结婚恋爱,还是工作生活,“71”都能稳稳接住。正如他在现场抛出的一句“广告词”:“如果有情绪问题,可以先来看我的脱口秀,说不定就不用去宛平南路600号了。”

21时许,脱口秀落幕。灯光亮起,观众带着快乐的余温,从剧场涌而出,脸上表情仍难掩生动。回家途中,观众黄女士与同行的好友仍在回味一个个call back(用新的笑话来重提旧有的梗):“感觉‘班味’都散了。”

毕竟,大多打工人的不开心,只需要一场脱口秀拯救。

意外闯入的“蓝海”

Norah是个85后,本名杨梦琦,是中国知名的多语种脱口秀演员。从上外附中到复旦大学、杜克大学,她一路名校、成绩优异,毕业后也从事了市场研究、战略咨询等好几份专业性较强的工作。

2016年,对脱口秀一无所知的Norah去香港看了一场当地的演出,台上全是外国演员,台下也大部分是外国观众。那天,一位外国演员讲了“中国人爱喝热水”的段子。演出结束后,他对Norah说:“我看得出来你是唯一一个中国观众,希望你没有感到被冒犯。”趁着酒劲,Norah精彩地怼了回去,引发全场大笑,也让这位外国演员惊喜不已。

这是她第一次与脱口秀有了交点,也是缘分原点。回到上海后,她被推荐参加一家多语种俱乐部的开放麦活动。每天下班后,Norah的时间几乎都被脱口秀占据,最高峰时,一周去三场开放麦:“脱口秀最迷人的,就是它的即时感和不可掌控性,有点像在‘开盲盒’。”

可惜好景不长,俱乐部老板回国了,Norah所在的英语脱口秀舞台轰然倒塌。“别人能做,我为什么不能做?”顶住各方压力,她以SpicyComedy的名义“试水”,做起了零散的商演,经过两三年积淀,每场门票都能早早售罄。

2023年初,SpicyComedy正式诞生,Norah也成了一名全职演员。彼时,怀揣着做英语脱口秀梦想的她从未想过,作为上海为数不多的多语种脱口秀俱乐部,他们竟意外闯入了一片“蓝海”——随着普通话脱口秀越来越“卷”,原本为了填

补演出空档开发的各类语种脱口秀能够吸引的观众各不相同,进一步细分了受众,拓宽了市场。

互联网的兴起,也给脱口秀行业带来了“春天”。一开始,Norah在抖音创立了自己的账号,自拍自剪。一条“爆款”视频,能带来数万粉丝。日积月累,Norah全网粉丝量如今已超过900万。在Norah特别秀沪语专场,记者遇到了00后大学生张奕嘉。他坦言,在互联网上关注Norah已有一两年,但抢票时总是“败北”,这次提前蹲点抢票终于成功,还拉上了妈妈一起来看。

有了Norah这个成功样板,SpicyComedy依葫芦画瓢,在各类社交平台发布演出切片,并通过已出圈的IP联动增加曝光度,孵化其他演员的个人IP。“脱口秀行业与鲜明的个人形象密切相关,一旦有了标签,就有了市场识别度。”上海金融与法律研究院研究员、副院长晁日明说。

以“71”为例,他一半时间在菲律宾教潜水,另一半时间回国表演脱口秀。在Norah眼里,“71”是一位老少咸宜的脱口秀演员,“他看上去滑稽亲切,但又不会让人觉得油腻”。今年,“71”的个人号凭借着每周2条切片的更新频次吸粉无数,演出门票几乎场场秒空,也为SpicyComedy有效引流。

今年3月起,Norah还带着SpicyComedy的英语脱口秀演员们开启了全国巡演之旅,社交平台上repo(粉丝的心得)满天飞。记者采访时,他们刚结束成都站的巡演,后续还将前往香港、长沙、厦门等地,开拓新版图,提升影响力。

作为一种新兴的喜剧形式,脱口秀行业经历了一段时间的“野蛮生长”。2024年,在小剧场和新空间演出中,脱口秀(单口喜剧)演出场次和票房上升幅度最大,分别上升53%和48%。在上海几乎每晚,都会有一场脱口秀上演,有英语、沪语、普通话,甚至是粤语。无论是本地的“老克勒”、外地的游客,还是金发碧眼的外国人,都能找到兴趣点。晁日明分析,脱口秀的火爆,离不开《脱口秀大会》《喜剧之王·单口季》等综艺节目的助推。同时,传统娱乐方式缺乏创新,受众存在一定审美疲劳,而脱口秀恰好填补了空白。更关键的是,相比于周期长、成本高的话剧、音乐剧,脱口秀以其简洁和灵活性得到许多剧场的青睐。

“脱口秀票价覆盖面广,能够匹配不同消费能力群体。”身在上海,Norah也敏锐地感觉到行业热度攀升的同时,许多变化正悄然发生。自2017年至今,脱口秀演出的产品形式逐渐丰富,厂牌数量大幅增长。演员群体大多从“票友”变成了“全职”,观众也不再拘泥于“感受氛围”,而是对演员与产品形式有了明确偏好……

晁日明提到,脱口秀本质是小众文化,即便火爆,覆盖人群仍然有限,“没有密度,就没有消费和流量,无法支撑起业态”。而上海,恰好有着适宜脱口秀业态生长的土壤。“高密度的中心城区、包容开放的文化氛围、尊重市场的商业环境和对生活品质的普遍注重,让上海成为了国内独一无二的脱口秀高地。”晁日明认为,一方面,作为国际化大都市,上海对新文化形态接受度高、包容性强,年轻、高学历、中产收入群体构成核心受众,其文化消费意愿强,能够支撑起稳定的市场需求;另一方面,线下脱口秀依赖密集的演出场地和观众群体,而上海人口高度集中于中心城区,交通便利,既吸引了大量人流,也方便演员赶场。其他文化娱乐场所也往往聚集于中心城区,促进了行业的共同繁荣。

然而,即便有着先天优势,上海脱口秀行业发展仍面临着多重困境。以SpicyComedy为例,要找到合适的小语种演员,并非易事。“一名优秀的脱口秀演员需要天分,难以通过标准化流程批量培养。”晁日明说。如何促进上海脱口秀行业进一步发展?晁日明建议允许更多社会议题进入创作视野,并完善户籍、人才引进等配套政策,吸引包括脱口秀演员在内的新一批创新人才扎根上海。同时,鼓励更多扎根于上海的脱口秀演员可以通过全国巡演输出文化影响力,进一步促进业态繁荣。

学无止境。Norah带着厂牌里的其他脱口秀演员一起做起了喜剧课程。最近,她还抽空自学法语。“我有个小目标——学习拓展更多语言与语种,将SpicyComedy打造成亚洲最酷的国际化脱口秀俱乐部。”

SpicyComedy的日程表里,专场、特别秀与拼盘轮番上阵,5月乃至6月的演出已排得满满当当。

下一个夜晚,静谧的剧场又将与笑声重逢。

适宜生长的土壤

