



《一年一度喜剧大赛》剧照。



的喟叹和思考。

回顾中国喜剧往事，不难发现，喜剧的发展脉络从各个地区衍生，又因为特殊的时代汇集于春节联欢晚会（以下简称“春晚”）。后来随着影视技术的发展，喜剧慢慢走进各地电视台、广播，最终铺写在各大视频网站上。

虽然，线上喜剧综艺火热、线下喜剧演出稳固，但走过这么多年，中国喜剧产业并不成熟。大多数喜剧人不太出名，有的人甚至生活清贫，在喜剧行业耕耘多年却难见曙光，唯有热爱才能坚持。

正如《一年一度》主持人、米未传媒创始人马东在节目开场时反复诵读的台词：“热爱可抵漫长岁月。”

喜剧人是否等来了“最好的时代”？

搞笑，我们是认真的

在过去很长一段时间里，喜剧总是和央视春晚相伴相行。如今春晚已走过 40 载，喜剧也随着经济的发展和技术的迭代，流布在不同的平台上。

作为一手打造了《笑傲江湖》和《欢乐喜剧人》两档现象级喜剧节目的幕后推手，东方卫视副总监施嘉宁在喜剧领域拥有绝对话语权。

回顾喜剧综艺的变迁过程，施嘉宁在接受《新民周刊》采访时感慨万千：“我最早开始做第一季《笑傲江湖》时，国内还没有专门的喜剧类综艺节目，等于是抢了一个新赛道。”

时间倒回至 2013 年，在 SMG 搞的创新创优提案比赛上，施嘉宁就提了一个喜剧类节目的方案。

“当时，音乐选秀类节目已经是一片红海。”施嘉宁敏锐地察觉到，喜剧赛道或许会是一片新的蓝海。

“首先，喜剧类节目是有观众基础的。当时，喜剧类电影正处于一个爆发期，比如《泰囧》，大家都爱看。其次，每个人的生活压力特别大，需要喜剧类的节目来解压。”施嘉宁认为，笑确实是刚需。

但在当时，想要汇聚众多顶尖的喜剧门派是不可想象的，而且“南方人并不怎么接触北方的喜剧圈”。于是，做过《中国达人秀》和《妈妈咪呀》的施嘉宁便想到了“喜剧+达人秀”的模式，于是就有了《笑傲江湖》，“我们要做的就是非常贴近生活，从生活中寻找灵感，纯素人的喜剧综艺”。