

月经羞耻，送外卖的南瓜用说笑话的形式轻松化解了《逆行人生》中的那些苦难，年过花甲的山山在台上坦然聊生死和儿子啃老……

与之相比，过去屹立在脱口秀舞台上的脱口秀“老人”则显得普遍失去了斗志，要么段子不够接地气，要么包袱不怎么响。老选手们“内部梗”（inside jokes）的使用还是比较普遍。内部梗基于演员之间的共同经历或特定圈子内的流行语，创作上相对简单，有时甚至不需要真正的创作，只需提及某个关键词或事件即可引发特定听众的笑声。这种创作是偷懒的。所以，《脱友》的漫才选手看到何广智又说起与徐志胜的内部梗，用的是“愤怒”一词。更致命的问题是，老选手们的“生活烦恼”，多数已经不是普通人的烦恼了。

对于大多数新人而言，《脱友》和《喜单》给了他们线上展现自己脱口秀的机会，虽然不少人已经在线下市场演出过很多次了，但他们只在所在城市或者脱口秀圈子内小有名气。想要通过脱口秀节目而爆

火的概率，比徐志胜出道时要低很多。

《喜单》和《脱友》中不少选手都将去年脱口秀线下停摆、失去工作的经历写进了段子，也可以看到一些脱口秀演员陆续转换了赛道，有的从原公司跳槽，有的开始直播带货，有的在一些剧中参演，有的成为了综艺常客。但另一方面，一些脱口秀演员的线下专场仍在继续，小鹿、童漠男等演员专场都曾进入售罄模式。

今时今日之脱口秀市场，虽然新人辈出，但由于脱口秀厂牌也多了，反而成熟的脱口秀演员成了香饽饽。

肆笑喜剧主理人海涵告诉《新民周刊》，国内的脱口秀市场，演员基数还不够大，俱乐部和演员盈利模式相对单一。这就导致脱口秀演出市场相对成熟，但是行业不成熟的尴尬现状。“从市场角度，这个行业如果有100个呼兰，100个徐志胜，1000个以上各种各样有带票能力的演员，10000个候补演员出现时，可能整个行业才是开始真正好

起来了。”

笑场喜剧的长帅对《新民周刊》表示，为了更好普及脱口秀文化和培养新人，笑场喜剧已经在洛阳开设了脱口秀的青年艺术夜校，类似上海的市民夜校，希望能够为脱口秀输送更多新鲜血液。

几位主理人不约而同提到俱乐部和演员都在做自媒体。SpicyComedy就在B站、抖音、小红书和视频号有账号，经常把脱口秀演员的精彩表演片段切条上传。而其他厂牌的脱口秀演员们，也是在多渠道争取曝光，比如做自媒体、拍短视频、做播客等。

不少人是网上刷到视频后，才去线下买票进剧场看演出的。但这又给脱口秀演员提出了新挑战：如何让线下的观众不会因为看到线上的段子而失去新鲜感？

SpicyComedy主理人Norah告诉《新民周刊》，她会建议观众对于同一个脱口秀演员可以每4到6个月才进剧场看一次演出，这样就能避免看到重复的段子。当然，线上节目和线下表演完全是两个不同的概念。“脱口秀演出剧场其实灯光很有讲究，因为这是一个只靠人讲的场合，所以你要让观众没有任何别的干扰因素，只关注在台上这个演员身上，只有一束光在演员身上，背景不能太花哨。但脱口秀综艺是截然相反的，灯光很亮，这给观众带来的观看体验很不一样，这给演员带来了很大挑战。”

与此同时，除了商务演出所涉及的领域可能不熟悉，每一个脱口秀演员都是自己写段子。这也是为什么两档节目中往往新人的段子更容易产生共鸣，因为更接近普通人

下图：笑场喜剧已经考虑挖掘洛阳的文化底蕴而开设河南话专场的脱口秀，希望借此打造当地文旅的金字招牌。

