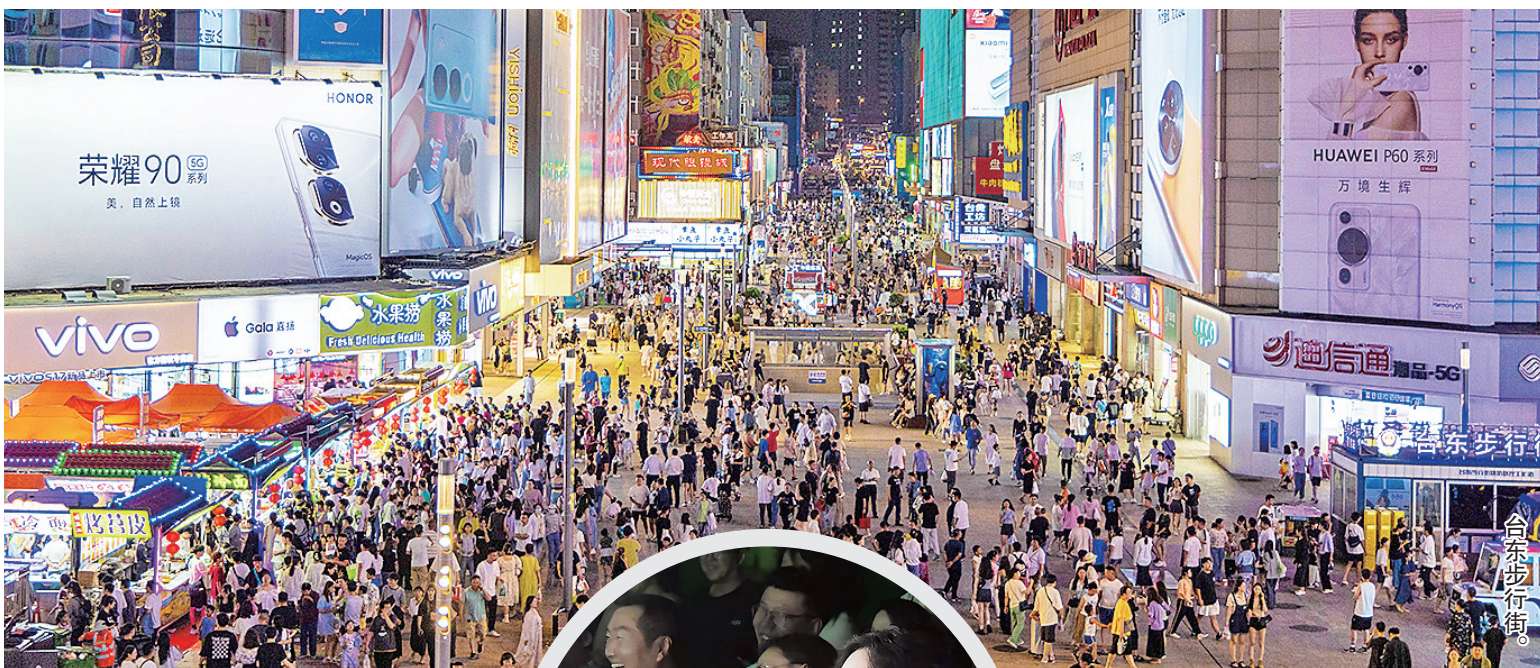


# 夜幕下的笑声：「幽默经济」的新活力

## 台东商圈将传统商圈打造成集文化、娱乐、消费于一体的城市新地标



当夜幕降临,台东步行街的霓虹灯次第亮起,上客喜剧俱乐部门口早已排起长队。年轻人手持门票,脸上写满期待——他们即将在接下来的90分钟里,用笑声消解一天的疲惫。这种场景,正在成为台东商圈的新常态。

在台东,脱口秀正演变为年轻人的社交“新语言”。以“上客喜剧”为代表的本土脱口秀正以幽默为笔,在百年商埠的历史画卷上书写着城市文化消费的新篇章。数据显示,2024年青岛5000人以上大型营业性演出同比增长152%,票房收入超3.3亿元,而脱口秀这一小而美的表演形态,正以燎原之势成为激活商圈活力的“幽默引擎”。

### 本土化战略 让脱口秀扎根青岛

“山东观众尤其喜欢本土化的梗,青岛的段子在这里特别响。”上客喜剧主理人杜金岭的这句话,道破了台东脱口秀经济的核心逻辑。

在这个方言文化浓厚的城市,本土化内容正成为连接演员与观众最有力的纽带。作为青岛首家以商业演出为核心的脱口秀俱乐部,上客喜剧从创立之初便确立了“本土化”战略。为此,俱乐部签约了近10名山东本土全职演员,如齐明、张无为等。他们通过开放麦、读稿会、热点讨论等方式精心打磨内容,将青岛方言、本地生活观察融入段子,占比20%—30%。例如,演员齐明在互动环节常以“台东步行街的打卡文化”“青岛啤酒节趣事”为切入点,迅速拉近与观众的距离,生动印证了“本土化”的独特价值。

与早期脱口秀演员“野蛮生长”的状态不同,上客喜剧构建了一套专业化的艺人培养机制。新人通过每周5—6次的高频次开放麦积累经验,并参与“新梗赛”等内部竞赛,优胜者可获得奖金激励。签约艺人合同期通常为3年,这一设计不仅保障了内容的独家性,更让俱乐部能够系统性培育本土喜剧人才。当知名演员翟佳宁等大咖登上上客喜剧的舞台时,这种“引进来”的策略,既提升了品牌影响力,也为本土演员树立了职业标杆。

演员张无为感慨道:“上客喜剧为脱口秀演员提供了海量演出机会,如今一个月的演出量堪比过去一年,这种实战打磨对新人成长至关重要。”

### 互动+社群 构建脱口秀沉浸式生态

在数字化时代,上客喜剧深谙社群运营的精髓。

“每一场演出结束后,我们都会组建演出群,观众不仅能在群里互动交流,我们也会在群里更新后续演出信息,方便观众购票。”杜金岭介绍道。观众群不仅是演出信息的发布渠道,更演变为粉丝互动的社交空间。这种“演出+社群”的模式,与年轻观众群体形成了高度黏



脱口秀观众。

性。本地人超六成的占比和较高的复购率,充分印证了本土化策略的成功。

当传统脱口秀还在依赖演员单口输出时,上客喜剧的“互动专场”已开辟出差异化赛道。每周日下午5点的互动专场,已成为上客喜剧的金字招牌。与传统脱口秀不同,互动专场以即兴游戏、观众访谈为核心,预设多种情境下的现挂反应。例如,通过“分享感情经历”“现场嗑CP”等环节,演员与观众共同制造笑点,同时满足年轻人的社交需求。“每场互动都是未知的,观众的反应决定了演出走向。”张无为说。

这种不确定性恰恰满足了年轻人对新鲜体验的追求。更值得关注的是,演出结束后观众自发组织的聚餐、酒吧聚会,让剧场从单纯的表演空间转变为社交枢纽。今年4月,上客喜剧与台东步行街管委会合作的大型相亲互动活动,更将脱口秀的社交属性推向高潮,吸引了从本地观众到外地游客的多元客群。

互动专场的成功,也推动俱乐部探索喜剧衍生模式。例如,与本地品牌联名冠名、开发脱口秀主题衍生品等,逐步构建多元化产业链。主理人透露:“未来打算举办互动相亲活动,同时创新多种形式,进一步丰富内容矩阵。”

除此之外,台东还涌现出多种“脱口秀+”模式。比如,青岛魔脱喜剧“脱口秀+魔术”的跨界尝试,进一步拓宽了表演边界。“当脱口秀的语言幽默遇上魔术的视觉惊喜,产生的化学反应远超单一形式。”青岛魔脱喜剧的负责人表示。

### 场景进化 激活商圈消费新生态

上客喜剧的快速发展,离不开市北区政府政府的“精细化服务”。成立初期推行的“线上无纸化审批”,将演出报批流程效率提升超50%,大幅降低了运营成本;文旅局多次实地调研,协助对接宣传资源,为俱乐部的品牌推广铺路。“一年上百场演出,若按传统流程,成本将不堪重负。”杜金岭的感慨,道出了政策支持的关键作用。这种政府与市场的良性互动,不仅为本土文化企业减负,更营造了鼓励创新的政策环境,让“幽默经济”得以在沃土中生根发芽。

如今的上客喜剧已在青岛、济南开设3家直营剧场,签约演员跨城演出的模式,形成了“本土培养—全国输送”的良性循环。这种区域

联动不仅扩大了品牌影响力,更让“青岛模式”的喜剧经验得以输出。未来,上客喜剧计划与更多城市剧场合作,深化与政府联动,探索喜剧文化和旅游、商业的深度融合,展现出本土文化企业的战略眼光。

从早期咖啡馆、酒吧的“游击战”,到如今连锁化运营并落位商业综合体,脱口秀剧场的空间进化史,折射出文化消费场景的迭代升级。“进商场看秀”成为新的生活方式,而脱口秀与餐饮、购物业态的互补,让“吃完饭看场脱口秀”成为台东商圈的消费新标配。这种业态融合不仅提升了商圈的文化调性,更通过消费链条的延长,实现了商业价值的最大化。

日均超10万人次的客流量,以年轻客群为主的消费结构,让台东商圈成为脱口秀剧场的天然流量池。上客喜剧选址于此,与周边业态形成完美互补——餐饮为剧场输送客源,演出则为商圈延长消费时间。随着多家喜剧俱乐部的入驻,台东正从传统商业区向文化娱乐集聚地转型。

“脱口秀为台东注入活力,商圈人气反哺行业发展,这是双向成就。”杜金岭的总结,道破了这种共生关系的本质。Live House、密室逃脱等业态云集,台东已成为年轻人的“一站式娱乐天堂”,而“幽默经济”正是这一生态系统的核心驱动力。

### 文化IP 高质量发展的新动能

喜剧不仅是娱乐,更是城市文化的表达。

五一假期224.5万人次的客流量、总计20278万元的营业额,背后是台东步行街对消费场景的不断创新。全时段氛围营造、夜间经济激活、音乐Live聚集,让不同时段的消费者都能找到契合需求的体验。唐朝诡事录国潮沉浸剧场、VR体验馆等业态的云集,构建起多元的“沉浸式”消费矩阵。而“首店经济”的持续走热,103个国内外首店、旗舰店的落户,为商圈注入源源不断的新鲜感。这种“场景+首店+文化”的组合拳,正让台东成为年轻人的消费引力场。

从“脱口秀+”到“国潮沉浸”,台东商圈正在打造具有辨识度的文化IP。上客喜剧的本土化创作、魔脱喜剧的跨界融合,以及天幕城改造升级的文化市场,共同构成了多元的文化生态。当“幽默经济”与城市记忆、地域文化深度绑定,其产生的不仅是即时的消费数据,更是持久的文化认同。这种文化IP的价值深挖,让台东从单纯的商业街区升华为城市文化符号,为高质量发展积蓄澎湃动能。

当“幽默经济”成为撬动产城融合的支点,台东所探索的是一条以文化赋能商业、以商业激活城市的创新之路。步行街正通过不断吸引新业态、玩转新场景,助力街区消费升级,持续释放发展活力,创造一个又一个“流量密码”。

青岛早报/观海新闻记者 刘文超  
照片由市北区融媒体中心提供



扫码关注“政青岛”  
了解更多详情