



# 为看场秀、解个谜、住一晚、吃几餐慷慨解囊 “快乐经济”凭什么俘获年轻人？

当逛街聚餐不再是年轻人休闲的首选，小剧场里的脱口秀、即兴喜剧正成为新宠。

中国演出行业协会发布的数据显示，2024年全年，小型戏剧、音乐会、魔术等多种艺术类型赢得年轻消费者青睐，全国剧场类演出票房达119.29亿元，观众超5400万人次。

《2025年轻人文娱消费趋势图鉴报告》显示，现在，年轻人对于文化娱乐的消费趋势发生了转变，越来越多的人愿意为“快乐”慷慨解囊。“快乐经济”究竟凭什么俘获了年轻人？

## 不断加场的同时是70分到100分的竞争

深夜，话剧制作人满顶还在修改《庆余年》剧本，准备暑期第二轮演出。音乐剧制作公司莫瑞吉总经理赵宇豪也排好了暑假计划，“7、8月是小剧场一年最好的演出档期。”

伴随“垂直生长的戏剧街区”亚洲大厦品牌效应外溢，亚洲大厦、上海大世界、第一百货、世茂广场构成上海小剧场观演“黄金四角”，2020年到今年5月，59个小剧场演出23644场，观众人次149.52万。从“黄金四角”向外延伸，遍布上海各大商场、旅游地标的小剧场正在释放引流大能量，暑期更成为必争黄金档。“平时看戏的

大多是本地观众。7、8月暑假，外地学生群体尤其多，有些场次卖爆了，肯定要加场。暑期场次增量将达50%。”赵宇豪瞄准暑假演出旺季。

2025年，什么样的剧目最受市场欢迎？满顶不假思索回答“悬疑剧、喜剧”。暑假，很难满意戏剧工作室新剧《新生》在人民大舞台首演，该剧主打悬疑、反诈。“如果不计投入，只为艺术理想，想尝试什么题材都可以。如果希望通过票房尽快回收成本，得在悬疑剧和喜剧中二选一。”满顶说。

制作人坦言，如今的小剧场已从“数量竞争”转向“质量厮杀”。小剧场制作人毫不留情

砍掉不叫好也不叫座的剧目。即便长寿剧目，也在不断迭代升级。赵宇豪坦言，今年制作成本同比增长50%，“一部分是设备更新，更主要是好演员、好主创很贵”。

20—35岁女性为主力的观众群，既要求“解压”的内容共鸣，也期待媲美大剧场的声光电体验。“我们之前偏重剧目数量，有70分质量就不愁票房。现在小剧场越来越多，竞争白热化，必须得做出90分、100分的剧目，小剧场才可以活下来。”赵宇豪在音乐剧《流星之绊》中采用Trusound空间音频技术，精准定位每个声音对象的空间坐标，实现“声”临其境。

## 年轻人喜欢的环境式戏剧是什么样的？

“夜幕低垂，剧院灯光暗淡而神秘，音乐剧演员‘安雅’在休息室中诡异地离世，狭窄的空间中弥漫着窒息的恐惧气息……”

在6月10日，中央民族歌舞团民族剧院的环境式悬疑戏剧《切西娅》为北京海淀的观众们带来一场充满肾上腺素的沉浸式解谜盛宴。

相比传统剧目，《切西娅》以悬疑而紧张的剧情、复杂的人物关系及多样的游戏玩法，赢得了观众的热烈赞誉。当帷幕开启，舞台瞬间化为“命案现场”，1:1重现的后台化妆间内，散落的乐谱沾染着可疑的污迹，未寄出的情书藏匿于半开衣柜，而上锁的首饰盒则暗藏杀人动机。在剧情中，观众不仅是旁观者，

而且要化身为“高能搜证官”，手握探案手册，穿梭于精心设计的证据点，在专业NPC（非玩家角色）的指引下，通过32条支线剧情追寻安雅离奇死亡的真相。

演出中，演员们穿梭于观众席，与观众互动，询问细节，观众通过观察、搜集线索甚至直接与角色对峙，推动剧情发展。

首场演出现场，欢呼声和讨论声此起彼伏，观众投票决定的“真凶”结局引发热烈争论。“如同置身于一部活的推理小说，每一个选择都可能改变故事的走向！”观众李先生激动地说。

“观众与演员间的隔阂被打破，观众们不再只是静静观望，而是化身福尔摩斯，全程都

在破案！两个多小时里，我在剧场里不断查找线索，还与冒充剧团成员的嫌疑人进行智斗，自拿纸笔记录了满满的线索。参与其中的感觉实在是太震撼了，真是刷新了我对戏剧的认识！”另一位观众表示。

通过前卫的沉浸式和强互动艺术表现，《切西娅》为戏剧艺术与当代青年之间的深度对话开辟了全新的模式，进行了超500场的全国巡演，观众人数超过10万。据主创团队介绍，这种模式准确满足了青年群体渴望参与、表达和共创的文化需求，有效激活了青年在艺术领域中的参与感，为他们提供了触摸艺术魅力和激发创意潜能的新平台。

## 从“嘴替”到圈子，笑成为一味“解药”

在SM厦门三期4楼，来疯喜剧场看似平平，但推门而入后，却是另一番天地——100多个座椅错落有致地排列，打破了传统剧场空间的分隔感；舞台上，一杆话筒、一束亮光，加上一名表演者，便成为全场瞩目的焦点。

灯光渐暗，聚光灯锁定在麦克风前，演员挑眉抛出第一个梗，观众席立刻炸开一片笑声。“这位穿红衣服的姑娘，你笑得太用力了。”演员突然指向台下，“我差点以为你是我雇的托儿。”观众的目光扫过满脸通红的女孩，又掀起一阵声浪……

“我喜欢看脱口秀演出，主要是因为它的表演内容很贴近现实生活。升学、就业、职场竞争、婚恋压力……我们遭遇的现实问题都可以成为演出中被调侃的段子。在

观看新喜剧的过程中，我很容易看到自己的影子。”观众林轩恒说，脱口秀演出的态度是比较犀利的，许多日常生活中的事情，在舞台上得到夸张性展示，演员们就像观众的“嘴替”，用嬉笑怒骂表达日常积累的情绪。“幽默是一种武器，是我们跟这个世界和解的一种方式。”

当被问及为什么愿意为脱口秀等喜剧产品付费，年轻人给出的答案纷纷指向一个词——压力。生活的压力面前，笑成为一味“解药”，为脱口秀等喜剧业态的发展提供了契机。与此同时，这种感同身受，还催生出特定的群体认同。

“虽然线上也有许多相关综艺可以看，但我还是觉得线下的体验更好。剧场里坐的大都是同龄人，笑点是一样的，能引起共鸣的梗

也是一样的。”今年25岁的李欣是一名普通上班族，她表示，这些观众的工作学习原本并无交集，可是因为共同的话题和观演体验，在交流的过程中会慢慢产生共鸣，形成一个小圈子。“平时会互相分享一些观看体验，久而久之就成为生活中的朋友。”

经常在剧场遇到志趣相投的观众后，李欣和他们渐渐熟络起来。对他们来说，来到剧场，看一场脱口秀，已经从“一次性打卡”变成“高频复刷”。

来疯喜剧俱乐部主理人肖璐茜说，很多人认为脱口秀是年轻人的专属，其实现在剧场有很多中年甚至老年观众。最近几年，脱口秀行业的兴起导致观众的画像变得更加多元，线上脱口秀节目的走红也在一定程度上促进了线下脱口秀观众数量的增长。

## 让文化流量变成城市增量

近日，由中国传媒大学文旅融合创新研究院出品、制作的治愈环境式音乐剧《时光花舍》在北京爱乐汇艺术空间·时空剧场登台。该剧以花店为时空锚点，讲述奶奶胡玉兰、爷爷穆晓蕊、孙子穆阳与女孩方菡跨越近四十年的温情故事。曲目融合流行、民乐与摇滚元素，打造“听得见年代感、听得见感染力”的原创曲目，16首歌曲成为情感纽带，构建时空对话，让三代人的遗憾在音符中消融，也让观众从剧中感受到温情和美好。

作为一部小剧场环境式音乐剧，《时光花舍》将剧场空间解构为“三重奏”——现代花舍、玉兰树下与诗意阁楼。观众入场后无论在哪个地方就座，都可以在不同阶段感受到不同的心理体验，可以化身顾客，与

主角互动购花，也可以参与角色间的对话，解锁更深层次的情感路径，拥有一次新奇的体验。

环境式空间不仅是剧场设计，更是情感共鸣的载体，通过精心设计的布景，让每个位置都成为个体与故事的交汇点，充分运用戏剧的在场性，重温那个年代人与人之间简单淳朴的交流交互。

作为中国传媒大学文旅融合创新研究院的重点孵化项目，《时光花舍》在文化产业模式上尝试创新。爱乐汇艺术空间·时空剧场被改造为“生长型舞台”，助力推动时空剧场从“演出场所”升级为“城市文化共生体”。

空间改造带来的贴近与便利，正重塑着人们的文化消费习惯。

去年12月底，开心麻花福建省的首个

自营剧场在中山路人民剧场正式开启运营。这座始建于1952年的剧场摇身一变，成为“小而精”“活而美”的喜剧新空间，为古老商业街带来全新的文化体验。“节假日平均每一场演出，上座率都会达到八九成。”厦门开心麻花人民剧场营销负责人林文燕说。“这种热情不局限于本地观众，还有来自广州、长沙、沈阳等地的观众。他们怀着对喜剧的热爱，跨越千山万水，特地赶来厦门打卡。”林文燕介绍说。

“为一场演出奔赴一座城”，文娱业态的蓬勃兴起，为各地文旅商融合发展开辟了更大的想象空间——看场戏、逛条街、住一晚、吃几餐，来自“快乐”的文化流量正在悄悄变为城市的消费增量。（综合东南网、《解放日报》、《北京青年报》等）

### 新闻多一点

## 贵阳脱口秀爆火 方言段子笑出“欢乐经济”

今年，积极发展“演艺经济”首次写入《贵州省政府工作报告》。脱口秀作为演艺的一种形式，近年来迅速崛起，成为年轻人假期消费的新宠，也成为城市文化生活的一部分。在贵阳一批风格各异的脱口秀俱乐部悄然出现，为这座城市带来了源源不断的欢笑与经济活力。

“么儿去吃重庆火锅”的贵阳话段子逗得满场捧腹，仅仅几十元的门票让年轻人扎堆涌入——如今在贵阳，脱口秀正从小众爱好变身城市文化新IP。

目前，这座西南山城已悄然崛起6家脱口秀俱乐部，200余位本土演员用“方言幽默+轻资产运营”模式，在咖啡吧、露天广场等市井空间里，炸出一片蓬勃生长的“笑经济”蓝海。

“贵阳人可以把么儿用在各种关系里。”演员袁维婧的方言段子视频在抖音爆火300万次，这种将“丝娃娃”“肠旺面”等本地元素融入的脱口秀，很受贵阳年轻人喜欢，22岁的脱口秀演员庞博也找到了成就感：“观众笑出声时，感觉自己的段子有了生命。”脱口秀演员、大学老师乌云开则把讲台智慧转化为幽默能量：“用学术思维解构生活，反而更有反差笑点。”

除了传统的脱口秀演出，一些脱口秀俱乐部还将即兴喜剧和喜剧魔术等内容搬上舞台，并定期和外地俱乐部对接合作。邀请国内知名脱口秀演员开设专场。某俱乐部创办三年来，共开设400多场演出，接待5万余人次。

贵州财经大学经济学院副教授周文介绍，脱口秀产业的快速发展是一种消费升级的典型代表，是第三产业质量提升的集中体现，也是贵州大力发展文旅融合的一种创新实践。政府应该大力推动脱口秀与地区的文化、旅游、电商、教育等跨界合作，组织与全国脱口秀俱乐部联盟的交流，提升贵州脱口秀产业的影响力。

（据动静新闻 林佳艺 黄梓仓 杨俊 邓伟）

### 链接

## 2025年轻人文娱消费趋势

- **沉浸式体验** 年轻人重视消费中的情感需求，追求沉浸式体验和深度参与感。沉浸式演出市场发展迅速，如环境式戏剧《阿波罗尼亚》、沉浸式戏剧《不眠之夜》打破传统表演限制，增强观众互动。剧本杀、密室逃脱等实景娱乐成为社交新宠，乙女游戏凭借3D化和互动系统让玩家沉浸于虚拟恋爱。
- **女性叙事** 2024年是“女性主义影视元年”，多部女性影视作品取得突破，展现多元女性形象，女性创作者崭露头角。全女综艺类型丰富，全方位展现女性力量。女性脱口秀演员用幽默方式呈现隐秘话题，激励女性发声。
- **精神乌托邦** 面对生活压力，年轻人渴望精神疗愈，慢综艺因此受到欢迎。纪实类综艺如《种地吧》《跳进地理书的旅行》《边走边唱》，通过真实记录带来治愈感；文化慢综为年轻人提供思考空间；生活类慢综聚焦日常生活细节，满足年轻人对真实生活和情感的需求。

- **碎片提升** 播客成为年轻人自我提升的重要方式，其用户规模持续攀升，内容丰富多彩，满足年轻人深度思考、打破信息壁垒等需求。
- **速食主义** 在信息过载和注意力稀缺的背景下，年轻人倾向于“速食”内容。短剧以爽文叙事成为“电子榨菜”，影视解说满足观众快速体验影视的需求，AI整活为内容创作带来新形式。（据艺恩数据）