



更珍惜 之六 經歷過

疫情三年對娛樂行業而言不亞於一場寒冬。不時散發的疫情引發各地摸不到規律的封控和限流，讓以聚集型消費為主要營收的娛樂行業終日蕭瑟。對於從業人員而言，每度一日戰戰兢兢，每行一步如履薄冰，他們既需要保持一定的曝光度以免被觀眾們遺忘，又需愛惜羽毛不能不顧搵食相而導致塌房。如今內地防控全面調整，各行業亦迎來了復甦，望着過往三年一直空蕩蕩的觀眾席，他們表示經過三年的沉澱與反思，會更加重視和珍惜來之不易的機會，以更專業和更大的熱忱，回應大家的期盼。

◆香港文匯報記者 胡若璋、李薇
廣州、深圳報道

◀ 在行情尚好的2021年，「硬核喜劇」在深圳的演出幾乎場場爆滿。
香港文匯報
深圳傳真

三年冷凳失票友 重登舞台酬知音 市場寒盡春將生 演藝人蓄勢再出發

「疫情三年，2022年是最艱難的一年」，這是演藝行業人士對2022年的普遍感受。數據顯示，2022年演出市場規模不足300億元，較疫情前的2019年折損近半。中國演出行業協會在去年三月份更是爆出全國有9,000場演出取消，一萬多家註冊演藝機構和團體解散，佔到整個行業的三分之一以上。這一年，「硬核喜劇」脫口秀俱樂部在內地營業收入銳減50%，也裁員近三分之一。

自製視頻專欄 線上引流自救

危機對「硬核喜劇」的主理人子龍而言是危中有機的。回到2022年，休整期的「硬核喜劇」沒有「乾等」營業。在B站上，他們自製了一檔全女脫口秀視頻專欄《Ladies First | 我們都是搞笑女》，每集3至5分鐘，一共8集，上線以後全網點擊量過百萬，不少KOL在小紅書上為他們宣傳點讚。同時，在深圳總部，「硬核喜劇」也推出了為期60天的免費培訓班「喜劇練習室」，希望借此挖掘優秀的脫口秀新人，給廠牌增加新鮮血液。
「我們也會給衛視寫節目本子，賺點外快。」子龍承認，在2021年大環境尚可的時候，「硬核喜劇」是不願意給節目寫本子的，覺得這是一個伺候別人的事，做起來憋屈。「但2022年經濟環境的確很差，有些事情就還是得做。」至於直播、運營抖音，這些都不在「硬核喜劇」的考慮範圍內。抖音雖然群體龐大，但用戶大都享受不用動腦的快樂。「脫口秀如果你沒有在文字裏感受到快樂，你是無法進入內容本身的，這和抖音的邏輯是相反的。」

屢遭停演 何去何從成關鍵

「硬核喜劇」在北京三里屯附近的場地，於過去十二個月裏只營業了一個月；上海所有場地從三月到七月間是停業狀態，不得已還關閉了其中一個自營場地；廣州因政策關係，原本計劃開張的新場地也不得不擱置；情況最好的深圳，也有三個月無法營業，好不容易開張了，最慘淡的一天，180個座位的場子只賣出不到30張票，而這點票錢根本不夠支付場地租金。
有的脫口秀演員把這樣的停演當成休假，有的開始謀求出路轉型，但更多的人是在反覆的折騰中失去了心氣，感到洩氣和迷茫。

演出計劃將重質不重量

「優秀的人做什麼都不會差，但如果本身就一般，在危機面前就需要考慮自救。」子龍毫不客氣點出，疫情不過是加速了市場萎縮，更核心的問題是真正在看脫口秀的人，比講脫口秀的人更懂脫口秀。「懂脫口秀的人對演員的要求非常高，目前市場上99%的線下演員是無法滿足他們的。再加上疫情影響，脫口秀的市場、營銷、媒介、流量都在萎縮，預算、人員成本也只能跟着削減。」
聊到2023年的規劃，子龍說，除了會繼續做《Ladies First》第二季、「喜劇練習室」第二輪招募，「硬核喜劇」也會在線上演出上做一些方向調整。例如原本一周會在北、上、廣、深、杭五地開展30+場的單口喜劇現場演出，現在會減量並與保利、大劇院等大型劇院談合作，「做10場50人的，不如做1場500人的。」另外也會在東莞、南昌等二三四線城市進行全國巡演。「2023年我們求質不求多，希望進一步夯實線下和廠牌知名度。」

線上，藝人直播帶貨是當時能夠發展業務的方式。」譚彥斐說，直播基地在發展最好的階段，每天都有四五個藝人在開播。但在2022年10月，廣州疫情再次反覆，整體直播業務基本屬於停滯狀態。而面對現下疫情防控調整，海西又重啟了發展規劃，「但很多事情需要重新出發，對我們來說又是新一輪的人力、物力投入。也有不少項目在那時候是剛需，現在又不合適了。」譚彥斐說。

冀打造灣區「S+」綜藝

相較2021年，2022年藝人的演出和活動少了很多。不過2023年她又帶著團隊梳理出了新一年的目標關鍵詞：整合營銷。這個整合不但指向一個藝人的多元價值創造和開發，也旨在和大灣區的同行、對品牌宣傳有需求的企業去聯動，創造屬於大灣區的文化娛樂活動，也希望聯動各大文化娛樂公司製作出一檔屬於大灣區的「S+」綜藝（內地綜藝節目級別，根據類型，嘉賓評定。一般一個季度一個平台只有一個S+級別的綜藝。節目製作上會花費大量的人力物力，資金過億），為「灣區品牌」製造新內容。
「一個項目可能客戶是盯着我們的藝人直播陣營來的，但我不能只談直播，我也會問對方要不要藝人代言，要不要其他的活動參與，諸如此類去盡可能地拓展合作層面。」譚彥斐笑說。



◆「硬核喜劇」主理人子龍。香港文匯報深圳傳真



特稿

從蘇州回廣州的前一天，黃一山在蘇州租住的院子旁看了一場不錯的回園日落，這種「歸園田居」的生活得益於朋友此前的邀約。黃一山應約帶着自己的自媒體團隊移陣長三角，策劃拍攝了《我花2,000元租的老宅今天交房了》《七天挑戰改造廚房》等系列短視頻，「抖音做得好，工作機會就會增多，所以2023年運營抖音依舊是我的工作重點。」
疫情三年，黃一山兼顧拍戲、做短視頻，也嘗試直播帶貨。但他從未忘記自己演員的身份，也總是會從喜劇內核出發去解構和創作。他始終相信，人不是隨隨便便能發達的。
「2020年是我收入的高峰期。當時很多香港演員過不來內地，一些需要香港演員的戲也都找過來了，我在內地就成了『香餡餅』。」這一年他一氣出演了近10部網絡電影。足跡遍布廣州、上海、海口、西雙版納……回看2020年的工作行程，黃一山一直是在「飛」的。

不用聲名為直播帶貨「背書」

疫情前，內地正值直播帶貨熱潮，大量明星藝人用明星的光環下場搏「熱錢」。黃一山稱當時沒有心癢過，因為「疫情前面一年多，拍戲都算正常。作為演員，拍戲比直播帶貨划算。」
但到2022年，黃一山還是走進了直播間。「其實我的態度一直沒變，直播帶貨是當下為了照顧團隊吃飯的考量」，黃一山坦言。和很多演員直播帶貨的方式不同，黃一山更像是出席一場線上的商演，「就是收一定的保底費，不去參與每件產品30%收益分成。」黃一山很珍惜自己多年的口碑，因為以演員身份去「背書」產品，如果不能保證質量，就會遭遇信任危機。「我更多是在直播間活絡氣氛，網友覺得合適可按需下單，因為都有『七天無理由退貨』保障。」
做直播帶貨，黃一山對自己的要求是，不能每天都去播，只要維持自媒體團隊成員日常營生即可。他深信，演員才是一輩子的的工作。「只要演技過硬，老戲骨的口碑會讓你80歲都不愁戲拍。但做網紅，可能會對演員的本職工作產生傷害。」
憑借努力，疫情三年間黃一山每年的收入較之前一年都能有10%的上漲。但如今防控調整，經濟逐漸復常，黃一山反而有着淡淡的憂愁。「香港和內地自由通關後，很多香港的演員朋友可以隨時過來，競爭肯定會很激烈。」黃一山直言這是大勢所趨，而自己唯一能做的就是不斷增值、裝備自己。

黃一山：演員才是一輩子的的工作

香港「金牌配角」聚灣區 文傳企業多面發展拓商機



◆譚彥斐（右一）和同事溝通工作。香港文匯報記者胡若璋 攝

落地廣州一年半多，海西傳媒集團董事、華南區總部總經理譚彥斐出去談業務或者參加行業交流會議，在這些社交場上自報家門時，一些人的「早有耳聞」「盛名在外」，令她相信這不是純客套。因為海西傳媒華南區在過去已經陸續簽約了苑瓊丹、張文慈、林曉峰、陳嘉佳、鄺文珣、阮兆祥、黎瑞恩、梁俊一等等香港金牌配角。他們甚至還計劃在2023年與更多優秀的香港藝人合作。
海西傳媒成立於2011年，是一家集經紀、演出、製作、合作、投資運營於一體的綜合性文化傳媒公司，公司總部位於北京。
疫下三年，譚彥斐認為最難的是2022年下半年。她手中有一個海西主導的大灣區綜藝項目，原本一切準備就緒只等開拍，但疫情來了，只能說取消就取消。這意味從年中開始做的所有準備一下子都沒有了，「這種被擱淺的打擊還是蠻大的。」
「疫情防控制期間，出行不便，市民的主動或被動的需求都轉移到



◆黃一山、苑瓊丹（中）、黎耀祥（右）早前在廣州一起拍攝微綜藝。香港文匯報廣州傳真