

在上海,一群年轻人组成的“相声会馆”悄然走红,场场爆满。他们白手起家,甚至没有几个专业演员,却低调地连连创造沪上演出票房纪录

“80 后”相声班

■摄影撰文/戴焱淼 申江

周五,品欢相声会馆照例开演。不到19点30分,演出地乡音剧场门口就立上了一个大大的“满”字。相声会馆捧红的名角金岩跳进来对创始人之一的邓涛说:“加座也加不了了,多个胖子都坐不下。”

对于相声会馆来说,这似乎是常事。“下三周的票提前都卖完了。”来买票的只能加座。180人的场子,最终坐了210多人。撑起这么火的场子的,却是一群80后的相声演员!他们很少人是专业背景出身,之前都干着一份体面的工作,有良好的教育背景。他们或者辞职,或者兼职,都说起了相声……

“专业相声演员只是在演,我们是这样生活”

如果你以为相声到上海就会水土不服,那就大错特错了。乡音剧场里的人头攒动证明了这种传统艺术的魅力。更令人惊异的是,场子里百分之九十都是年轻人。

大部分人都都会买一袋瓜子,以表对会馆的支持。在自发组成的QQ群里,还有人吆喝着一起去看戏,“我发瓜子!”并各自戏称为“票友”。记者在现场看到,场子里的许多观众都是成群结队而来,嗑着瓜子,气氛颇为轻松。“我们下班后就来了。”有观众告诉记者,他们的频率是两周一次,不挑场子,有时间就来。“我们的观众一般都是上班族,二十七八岁到三十七八岁。大学毕业两三年,甚至是个小Leader。收入还不错。”邓涛指一指门外道,“停在门口的奔驰、宝马很多的。”至于职业,邓涛也摸出了个大概:“我们淘宝卖票已经卖到五钻了,出了几万张票。送票的地址,律师事务所、会计师事务所、公务员这些占了30%。”

相声会馆的段子似乎很适合这样的群体听,经常会蹦出一些让白领心领神会的话来。比如“跨省追捕”、“11刀是自杀”等等调侃,除了点中了大家的笑穴外,还引来了阵阵掌声。“美罗城”、“来福士”、“复兴公园”等白领地标以及时不时冒出的上海话,更是让台下观众很有共鸣。“我们和专业相声演员的不同在于,他们只是在演,而我们本身就是这样生活着。”创办人邓涛对此很自信,同样一个本子,他认为他们理解得更深。“我们的演员本身与我们的观众离得很近,都是大学毕业,年轻,有文化的群体。”而他认为,那些从小学相声表演的演员,许多人是初中甚至小学毕业,就算把段子给他们说,他们也只是在演。

“我们的观众,其实很少消遣的地方”

创办人邓涛最初干的也不是相声,而是一个媒体工作者。在自己的领域里做得颇为不错,还干到了领导级别。而现在的他,辞去了令人艳羡的工作,专门做起了相声。他觉得这没有什么不可理解的。因为除了喜欢,他还嗅到了里面的商机。“谁都以为相声是个赔钱的买卖,就算做起来也是中老年人看,做不久的。”可邓涛却不觉得。媒体出身的他习惯进行受众分析。“我们瞄准的人群是大学学历以上,文化层次较高的白领。”邓涛觉得这些年轻人的娱乐生活太少了,“娱乐项目,你数数也能数得出来。看电影?电影烂片多,不如买盗版回家看;看话剧?好的话剧一年不超过10部;然后就是泡吧、去夜店。但我们观众的这个层次,90%是不去这些地方的。”邓涛想把这些无处消遣的白领们拉到剧场来。

想法很好,但实践起来却不一帆风顺。2009年刚起步时,场子很冷。“不过,比郭德纲好,他只有一个人在下面听,我们是十几个人在下面听。”邓涛有着相声演员幽默与乐观的基因。虽然那时候讲一场赔几千、一周赔1万,他还是觉得:“肯定得好起来!赔这点钱算什么?”

邓涛开始充分运用媒体人的优势。“相声和做媒体一样啊,我们也要开选题会的,只不过我们最终呈现的方式不一样。”他一周可以写出三个本子,保证场场不重样,来自于以前写新闻的锻炼。海报设计也是他担纲,因为编辑、排版都做过,早有训练。每场相声的名字对吸引观众功不可没,堪称‘标题党’。邓涛更是觉得天经地义:“我可是做编辑的,取标题太简单了!”

除了自编自导自演外,邓涛还做起了公关,开始是在纸媒与电视媒体上做广告,成效不大。一年来一直时好时坏。最终摸索出了网络营销之路。“在宽带山、篱笆网上,效果最明显。”于是,这个在传统媒体上鲜有报道的团体终于迎来了它的春天,不仅活了,而且还赚钱了。“一周有五六场商业演出,一个月20多场。从来不靠送票。”

相声是正职, 法语翻译兼兼职

在相声会馆,有像邓涛这样辞了职专门干相声的,还有一些人则做着两份工。张弘骏白天是国企员工。本来过着“朝九晚五”的生活,自从发现了相声会馆后,就开始起早摸黑。

5点半下班后,回家吃口饭,7点就赶到相声会馆排练,一直练到10点。除了周一休息,周二到周五,甚至连周末都得去,不亚于正职工作。每天这么连轴转,就只能牺牲睡眠时间了。“有时候中午眯一会,或者在公交车里睡。”更夸张的是,他曾经为了迁就一个搭档,每天从宝山骑车1个半小时到江苏路来排练,直到换了一个搭档后才开始坐公交车。这样坚持下来,就是因为喜欢。

与他同样的有戚元元,也是从小看着相声长大。虽然留学加拿大的魁北克,修的是与相声不搭界的“法语语言学”,也丝毫不影响他毕业后选择讲相声。回国还没开始找工作时,他发现了这家相声会馆,就决定以此为业了。“我就和父母讲:我喜欢相声都20多年了,你就让我试试吧。”

按照会馆的规矩,得接受3个月的考验。在这期间,戚元元就做着搬桌子、搬话筒的苦力,也没有人搭理,哪天能登台也不知道。这是“组织”上对他的考验,“看是不是真的喜欢相声,家里能不能接受。不能的话都走了。”戚元元坚持下来了,两个多月就登台说相声了。“现在有很多一个月赚好几千的法语兼职找我,与我们演出冲了,所以不行。”戚元元现在在找的兼职都是迁就着相声这个正职来。

金岩是相声会馆里少有的非上海人,但他觉得相声没有地域之别。“只要是中国人,都能听得懂,我说的那些方言大家都懂,你得通过语气、表情领着大家听懂。”

金岩很享受这里的工作。“我们就是在玩,我们的办公室里有街机、有三国杀、有电脑。不玩出了新东西,我们的相声都是聊出来的。”“别把我们弄苦情了,我们很开心的。”邓涛笑道,“来讲相声有什么不好呢?工资也能拿到和上班族一样的,还这么开心。”

镜头纪实



■如果你以为相声到上海就会水土不服,那就大错特错了

■来买票的只能加座。180人的场子,最终坐了210多人

■撑起这么火的场子的,却是一群“80后”相声演员



- | | |
|---|---|
| 1 | 1、2011年11月,艺海剧场的专场演出开始前,相声会馆全体会员在侧台后场。 |
| 2 | 2、2009年8月,在相声会馆定点演出的乡音剧苑,演员们在琢磨段子,金岩(中)在悠然踱步。 |
| 3 | 3、2011年3月,金岩在后台风尘仆仆。 |
| 5 | 4、2010年4月,邓涛(中)、金岩(左)和演员们在化妆间。 |
| 3 | 5、2011年5月,“我爱上海”专场体现了海派相声精髓。 |
| 4 | 题图:在演出后台,“老板”邓涛的光头与相声会馆的LOGO交相呼应。 |

链 接

■大家说

上海曲艺家协会主席王汝刚: 这些在上海打拼的年轻相声人是曲艺界的一支新生力量,其中不乏好的苗子。成立相声专业委员会是希望可以为他们提供一个平台,增加艺术交流。

上海相声专业委员会主任葛明铭: 将为民间相声团体提供参与评奖的渠道、提供维权服务等具体帮助。

相声会馆演员戚元元: 会馆的演员中上海人占了半数左右,南方人和北方人的笑点不一样,作为上海人可以更了解自己的观众。

相声大会创始人赵松涛: 遍布上海各区县的社区文化中心是这些相声“民间力量”的“发源地”,曾经也是他们的主要“战场”。

■节目单

《上海晚九朝五》《超级玩家》《小话西游》《金拉拉升职记》《电影时代》《火之恋》《大话上海》《武林正传》《小话西游》《相声帝国》《预测大师》《爱之初体验》《时尚与经典》