

好笑的底色加上深刻的表达

喜剧大赛的舞台有众多出色的组合，吕严和土豆所组的“胖达人”，凭借自身才华和默契的配合，获得了众多粉丝。在很多人看来，吕严和土豆是绝对的“天赋型”选手，他们不仅具备喜剧创作和表演的高敏感度，更是骨子里自带搞笑基因。

喜剧不单单是梗

第一季“胖达人”出场亮相时带来的《大巴车上的奇怪邻座》，没有逻辑，没有故事，但就是能让人一顿爆笑，这种不讲道理的漫画题材让观众眼前一亮。《父亲的葬礼》是许多观众在第一季节目里最喜欢的作品，荒诞中透着哲理，好笑里包着亲情。但当提到是否每次都能保证观众“笑够”时，吕严直言“不敢保证”，“喜剧的创作过程无比主观，喜剧的评判标准无比客观。”

吕严说，一千个人眼中有一千个啥姆雷特，观众觉得好不好笑，创作者无法提前预判，但喜剧首当其冲的第一点便是要好笑。幽默是一种社交手段，是一种调节情绪的好方法，从喜剧中收获放肆的笑，是观众所期盼的，更是创作者所追求的，快乐之于喜剧的意义莫过于此。“好笑是其一，表演者要用自己的幽默让观众信服，你讲出来的应是轻松诙谐的故事，因为喜剧其实就是故事。其二，要在故事里面看到人物，人物一定要饱满，要有完整的心路历程，他说的每句话、做的每个动作一定要有统一性。故事还要有共鸣性，观众看完你的故事，能感受到你想传达什么，甚至能从故事中看到自己，产生共鸣、共情。”

在吕严看来，喜剧内容创作不单单是指梗，喜剧首先是个剧，剧作者定故事内容和发展方向、内核，“喜”是让它变得好笑的东西，土豆用了一下午写了故事框架和走向，担当的是“剧”创作者，但其中一波又一波好笑的梗则是一起讨论得出的。

不断学习以免“德不配位”

对于喜剧创作者来说，喜剧创作是极度内耗的，对创作瓶颈的担忧或多或少每个喜剧人都会。吕严直言，“我自己目前并没有太担心，因为还有好多的想法，好多的点子。我在生活中观察到好玩、有趣的事，会第一时间记在备忘录里，然后看看有没有可能发展成作品，等备忘录上的点子呈现出来大家觉得不好笑了，或者我再也无法往备忘录上记录新的东西了，那时可能就是江郎才尽了。至于会不会害怕哪一天江郎才尽？每一个创作者都害怕这一天啊，如果有这一天的话，我就像之前一样再去唱唱歌、演演戏也不是不行。”但正是因为对创作灵感枯竭所产生的畏惧感，在台下，吕严时刻都激励着自己去不断汲取新知识，“无论是看书，还是多看、多学习别人创作的东西，都是对我有启发的，每天的阅读时间和阅片时间也都不能减少，这是保证我能够一直往前走的一个推进力。”

参加完《一年一度喜剧大赛2》后，吕严获得了越来越多的关注，但流量和人气对他来说似乎不那么重要，持续在喜剧道路上深耕，不断挖掘自己的潜力，用作品说话，这才是吕严追求的。“第一季的时候还好，不温不火的。现在呢，演出的时候捧你，见到了就拍照合影，觉得有一些‘德不配位’。但我觉得还是要把好的作品呈现给观众，观众看我的作品觉得开心，这就是对我最大的支持。得到更多人的支持，意味着承担了更多的信任，以前没事还会开直播，现在言行举止上都得注意，会更加激励自己拿出更好的作品，用作品说话。”

故事

关于梦想

篮球梦、歌手梦到喜剧演员

每个人年幼时都曾有过纯真无邪、五彩斑斓的梦想，小时候的吕严也不例外。看《灌篮高手》的时候，他曾梦想自己将来能成为一名篮球运动员，但当初二个子长到1米83就不再长后，篮球梦似乎便就此破碎了。后来，吕严又怀揣着歌手梦继续学习音乐，自认为还有一定音乐天赋的他，在见识了其他真正的音乐天才后，再次认清现实，放弃了歌手梦。“后来尝试了很多职业，意识到艺术这一块是真的很吃天赋。”

在成都上大学时学主持专业的吕严，毕业后曾按着父母的期许回老家做了两年的电台主持人。“我不太喜欢，虽然每天只直播两三个小时，坐班时间很少，但是它让我感到精神损耗，后来逐渐意识到这不是我真正追求的梦想。”

对吕严来说，他的人生从不设限，追求实现自我价值的步伐更是从未停止。父母所期许的按部就班、稳定的工作既然不是自己真正想要的，吕严便又选择回到了成都，在这里继续找寻梦想。酒吧歌手、编剧、配音、制片等工作他都尝试过，后来进入了一家喜剧公司从事市场营销的工作。一开始是在

幕后，但从这时起，吕严便不知不觉地以喜剧为主业，梦想的形状慢慢勾勒成形。

成为喜剧演员并不是人生规划中已定的道路，在吕严看来，似乎一切是阴差阳错、机缘巧合，但又有迹可循。作为动漫迷的吕严喜欢看各种搞笑节目，“我喜欢的喜剧种类特别多，从日式的搞笑动漫、搞笑番，到《M-1》的漫才和《短剧之王》；美国的SNL、‘黑人兄弟’的sketch以及脱口秀节目；中国的喜剧呢，我从小看周星驰的作品，看各种情景喜剧以及喜剧电影，冯小刚、宁浩导演的作品也看。”也许正是生活中对喜剧这门爱好的积累，让他对喜剧表演有着热切的向往，也为后来参与喜剧节目时的表演和创作打下了一定的基础。

能将爱好变成职业是很多人追求但又缺乏勇气去实现的，在这个过程中，迈出尝试的第一步往往是最困难的。吕严也曾对自己能否站在台前表演感到怀疑，但他没有畏惧迈出第一步。在喜剧公司工作时，一次内部表演中吕严自告奋勇站了出来，演完后台下的阵阵掌声让他心里一震，当即认定表演带来的喜悦和迸发的火花，正是自己想要的“梦想”。



农历新年快过到十五了，不少观众在春节假期“入坑”或选择“二刷”“三刷”《一年一度喜剧大赛》等热门喜剧综艺，有人甚至说，春晚过后，节日期间的快乐就被《一年一度喜剧大赛》承包了。

观众有多么需要喜剧？看看《喜剧大赛》等喜剧综艺近两年的受欢迎程度即可知一二。在互联网语境下，喜剧综艺贴近年轻人的笑点和痛点，传递纯粹简单的快乐和热爱生活的能量，似乎成为观众轻松下饭的“电子榨菜”。

在最近一批走进大众视野的喜剧演员中，就有以吕严、土豆为代表的成都喜剧力量，他们的作品获得了越来越多人的关注。今日聚焦关注吕严，见证一位从未停下追梦脚步，将爱好变成职业，实现自我价值的喜剧演员的成长。



吕严 何以为“喜” 何以为“剧”

手记

兔年春晚，讨论度最高的节目类别当属小品类节目，张若昀吃烧鸡、马丽的鞋跟断了、撒贝宁的“栓Q”……这些春晚“名场面”，即使你没看过，也能借着热搜榜的热闹有所耳闻。圆桌脱口秀《给我一分钟》以28.6%的收视率排在节目收视率第一位，沈腾马丽的辛辣讽刺“躺平式干部”的小品还成为央视春晚被回看最多的片段。

观众有多么需要喜剧？在现代人紧张忙碌的日子里，喜剧早已成为一种生活刚需。所以小品节目成为春晚必不可少的重要部分，每年春晚语言类节目总能成为网友热议度极高的“笑点共鸣”或“吐槽”对象。春节后各大电视台循环播放的也都少不了春晚语言类节目。除了小品，脱口秀这种备受年轻人追捧的喜剧类型更是首次登上了兔年春晚的舞台，在网络热播的喜剧类综艺《脱口秀大会》和《一年一度喜剧大赛》中崭露头角的喜剧演员则成了春晚的新鲜血液。

春晚是除夕的快乐期盼，过年期间的欢乐氛围带动喜剧类节目热度水涨船高——不少观众在春节假期“入坑”或选择“二刷”“三刷”《一年一度喜剧大赛》等热门喜剧综艺。据爱奇艺提供的数据显示，春节7天，爱奇艺综艺频道的用户时长较节前一周上涨128%，《喜剧大赛2》则拿下爱奇艺风云榜综艺热播亚军，仅次于央视春晚，而收官一年的《喜剧大赛1》热度也随之回到综艺榜前10名。

事实证明，近年来随着喜剧综艺、脱口秀节目横空出世，观众对喜剧的热情有增无减，优质IP涌现的同时，喜剧综艺更成为近两年来最受观众欢迎的综艺品类。喜剧综艺为观众带来简单直接、毫无负担的快乐，成为大家释放压力和治愈的源泉。

在互联网语境下，喜剧综艺契合年轻人的审美趣味和与时俱进的内容，似乎成为观众轻松下饭的“电子榨菜”。喜剧综艺在年轻人中获得极大关注度的另一个重要原因，是它关注青年群体生活，聚焦社会热点，婚姻、性别、职场、家庭等现实生活中的真实事件都可以成为素材，观众在笑声中卸下疲惫压力，寻找同频共振，对不同观点、不同事物达成共鸣共情共识。

喜剧综艺的火，让许多喜剧段子成为网络爆梗，而《脱口秀大会》《一年一度喜剧大赛》等IP的热度更是带动了线下脱口秀演出业态的拓展，越来越多的年轻人开始了解并喜欢上脱口秀，愿意到线下小剧场听脱口秀演出，在笑声中释放生活和工作压力。同时，通过这些喜剧综艺，一批喜剧演员走进了大众视野，之中就有以吕严、土豆为代表的成都喜剧力量。从“胖达人”到“胖达人2”，从《大巴车》《父亲的葬礼》到《代号大本钟》《进化论》，吕严和土豆从未停下自我突破、探索创新的脚步。在《一年一度喜剧大赛》这样一个竞争火热的舞台上，热爱喜剧、保持真诚的他们以一个出圈的作品赢得了越来越多人的关注。



成都日报锦观新闻记者 卢星宇文 图片由受访者提供

本版稿件未经授权严禁转载



《进化论》藏着对人生的思考 《大巴车》中，吕严装傻，土豆吐槽

经验

关于事业

在成都做喜剧 南北笑点共存

在成都生活了近十年的吕严，因着对成都的热爱，促使他想和自己喜欢的喜剧一起在这里扎根。2020年底，他和朋友在成都创办了AUV喜剧厂牌（爱呦嘻喜剧，西南南区首个融合全喜剧表演形式的内容创作者和传播者）。

“成都真的就是一座来了就不想走的城市，但也有人把学的好东西带来啊。我们创立厂牌时，成都基本上没人做新喜剧，因为我之前做即兴喜剧，接触过漫才、日式短剧、sketch、喜剧魔术等新喜剧类型，于是决定把自己喜欢的这些带给成都观众。”

不管是去北京参加各种喜剧比赛，还是后面综艺节目的录制，吕严的初衷都是把更好的喜剧带回成都生根发芽、茁壮成长。“没想到后来阴差阳错地就成了艺人。”吕严说，参加节目走红出圈后，对他自身以及厂牌的规划都带来了很大影响。尽管现在回成都线下演出的机会变少了，但他仍在想方设法地尽力把AUV厂牌做好做大，旗下艺人伟业、星光等也参与多档线上综艺节目，推动厂牌从成都走向全国。

“目前还是会两条线并行，一个是个人演出，另一个是成都这边的演出，偶尔也回俱乐部，俱乐部在全国的巡演，有机会也要参加。我作为厂牌创始人，个人IP得先做，待实力足够强，知名度足够高的时候，再进行线下引流，这样也不错，因为要是单纯闷头做线下的话，可能效率要差一点。”

在运营厂牌的过程中，吕严和团队发现成都喜剧现在面临着一些需要突破的困境。比如，成都夜生活非常丰富，做线下演出，竞争

更多的并非在喜剧这一块，而是其他丰富多彩的娱乐活动。“如何吸引观众放弃其他娱乐，选择看你的演出，这就是一个需要突破的挑战。”其次，成都的喜剧俱乐部在数量上，相比其他热门城市没有那么多，还未形成一个良性的竞争环境，俱乐部可选的演员以及专职喜剧演员也较少。“像北京，一晚上可以有三四场开放麦的演出，成都的演出相对较少，对演员成长还不够友好。”不过吕严也承认，随着两年来的喜剧关注度提高，成都喜剧氛围日渐浓厚，喜剧人辈出、厂牌涌现。“大家都在努力，演出市场也逐渐恢复，越来越热闹，相信之后线下发展会更蓬勃。”再者，则是很多喜剧公司都面临的困境：投入和回报的比重很多时候都不成正比，“俱乐部运营利润确实很低，很多俱乐部可能都不是为爱发电，而是靠发电。”

“但在成都做喜剧，土壤是很好的。”吕严认为，成都的优势是这里的观众包容性极强，演出氛围好。“成都的观众本身就是开心的，你还没演他们就是开心的，而不像北京、上海、深圳这些城市的观众，可能本身就带着巨大的工作压力来看演出，希望得到释放。”

随着喜剧厂牌增多，竞争越发激烈，如何打造出喜剧厂牌的差异化特色？吕严认为要从城市本身的文化出发，挖掘城市所具有的独特味道和文化元素。“成都包容性非常强，我很多来自西北的同学也在成都发展，这里西北方文化融合做得非常好，唱歌、演喜剧、散打等本土特色，以及安逸、休闲的城市气质，都是达到差异化的土壤。”