

线上选新人 线下造场景

《笑有新生》开启喜剧IP“新玩法”

玩得开心、笑得开心成了眼下视听内容竞争的新战场，由中央广播电视总台出品的喜剧新人选培节目《笑有新生》，经过大半年的筹备，在12月6日终于揭开面纱。以阿苏导演为核心的团队今年初已经落户成都高新区，这家由天府文旅参投，名为“喜芽传媒”的“成都籍”文化企业新秀，成立后的首部作品便是《笑有新生》。

新人迭出新意不断

好内容催生消费新场景

据了解，《笑有新生》定档12月6日起每周六21点档播出，可在央视综艺频道（CCTV-3）、央视网同步观看，并在爱奇艺、腾讯视频、优酷、B站同步上线。这是一档以挖掘符合时代潮流的“喜剧新生”为目标的全新喜剧新人选培节目，旨在寻找“新生”的喜剧面孔，探索艺术表达的“新生”突破。

阿苏介绍，《笑有新生》的演员是来自多维度、多圈层的喜剧新面孔，他们中不仅有来自高校、喜剧厂牌的“科班”新生，更有代表着新鲜创意与潮流表达的社交平台人气博主。

作为“中国喜剧梦工厂”签约导演，阿苏在业界已是资深内容孵化专家，他参与或领衔策划制作了《开播！情景喜剧》系列、《单排喜剧大赛》系列及《欢乐喜剧人》《笑傲江湖》《欢乐中国人》《谢天谢地你来啦》《演员的诞生》《演员请就位》《王牌对王牌》等知名喜剧、演技等类型综艺，成为不少知名喜剧人的“幕后推手”。

阿苏表示，“中国喜剧梦工厂”一直希望能够找到更多喜欢喜剧的年轻人，“这次和央视的合作，不仅能够让更多年轻的喜剧人从这里走上更大的舞台，从内容制作上来说，也提供了更多的幕后人员参与到央视项目中的机会。”据悉，与《笑有新生》重在发掘新人、托举新人的思路不谋而合，“中国喜剧梦工厂”也旨在通过策划制作系列喜剧综艺节目，一方面孵化积累内容和人才的新IP，一方面积极探索创造消费新

场景。

正在上海制播的《单排喜剧大赛2》就展现了“喜剧+直播”新模式的强大潜力，与节目同时推出的“风光大瓣·豆瓣咖啡”上海—成都双城联动活动，这一“综艺内容+地域文化+实体消费”的创新型模式因“玩出消费新花样”获得好评。节目的衍生系列——“喜人百货”也应势“开柜”，未来将系统性尝试整合四川特色文创、农创产品，并借助“中国喜剧梦工厂”对其进行品牌赋能和市场重塑，构建一个从IP曝光、产品孵化到商业变现的完整闭环。

线上笑得开心 线下玩得开心

京沪蓉联动布局影旅融合

从精品内容创作到喜剧人才培养，从IP打造到消费转化，“中国喜剧梦工厂”正加速形成以“笑声经济”为核心的文旅融合生态圈。

除了巩固位于成都的天府宽窄和光影天府两家公司的区域领军地位外，天府文旅已布局长三角，投资成立了上海臻好影旅文化发展有限公司，下一步还将进军首都，投资成立北京福气影旅文化发展有限公司，形成以成都、上海、北京为阵地的联动态势。从《单排喜剧大赛》节目衍生出的全国首个线下体验空间也在上海第一百货亮相，既是《单排喜剧大赛2》的录制场地，也被打造为“内容生产+文化体验+社交打卡+消费转化”的复合型商业枢纽。

由天府文旅参投孵化的成都喜芽传媒，不仅借助了总台综艺的强势传播优势，还联动天府宽窄、光影天府共同研发线下消费新场景——“中国喜剧梦工厂”首座文旅融合新型消费综合体。这个线下消费新

场景不仅会从旅游视角，把传统影视、演艺、阅读、时尚体验，串联成可感知、可消费的游览动线，还可以根据不同人群的消费需求，量身打造个性化十足的系列套餐。

“中国喜剧梦工厂”总策划、成都天府宽窄文化传播有限公司、上海臻好影旅文化发展有限公司董事长兼总经理赵斌表示：“这将把看好戏、读好书、玩好物、交朋友用各种组合串联在一起。目前团队正在多个城市精心选址，这个创新空间有望在2026年上半年正式亮相。”

据紫牛新闻

↓导演阿苏。

↓《笑有新生》海报。

