

从“听戏喝茶”到“边喝边演”，长沙老茶馆越玩越有味，成年轻人新聚集地

端起盖碗茶，你就已经是故事里的人了



扫码看视频

哈哈镜喜
话社演出现场。
受访者 供图



5月31日，长沙年嘉湖畔朝晖楼老茶馆内，八仙桌旁的茶客端起盖碗茶，台上的花鼓戏演员一个甩袖，引来满堂喝彩；东茅街茶馆里，观众围坐品茗，与“辛追夫人”同赴一场汉代家宴；都正街得乐社内，相声演员抖出一个包袱，全场笑声此起彼伏……

最近，“茶馆+演艺”在长沙悄然升温。从传统戏曲到相声喜剧，从沉浸式演出到互动话剧，越来越多年轻人重新走进茶馆。茶馆不再只是喝茶歇脚的场所，而逐渐成为集演出、社交、体验于一体的文化空间。

■文/视频 三湘都市报全媒体见习记者 宋科铖

从“听戏喝茶”到“边喝边演”

长沙的茶馆从来就有“戏码头”的基因。东茅街茶馆常态化上演花鼓戏、弹词等非遗节目，还推出《西汉有戏·辛追的家宴》等沉浸式演出。观众围坐八仙桌，边喝茶边看戏，甚至能参与剧情互动。

都正街得乐社则把相声、脱口秀搬进茶馆。“在这里既能喝茶聊天，又能看演出，一坐就是一下午。”市民谭琳说。

此外，湖南烈士公园年嘉湖畔的朝晖楼老茶馆，作为“馆园融合”升级项目，5月刚挂上“东风大舞台朝晖楼剧场”的牌子，免费向市民开放，民乐、杂技、湘剧、变脸轮番上演。

不同形态的茶馆背后，呈现的是同一个趋势：观众越来越不满足于“坐着看”，而希望获得更多参与感和陪伴感。而在洋湖水街的哈哈镜喜话社，这种参与感被推到了极致。

观众不再是观众，而是故事里的人

每周六晚，哈哈镜喜话社里120个座位座无虚席。演出还没开始，观众已忙活起来：有人拿着“银票”四处赚钱，有人寻找隐藏的“凶器”，有人给自己设计身份，准备进入角色……整个剧场像一个热闹的古集市。

演出正式开始，观众又成为故事的一部分。“沉浸式喜剧《大拍卖之绑定财神系统》中，主角刚开场就会意外死亡，而决定主角是否活下去的是观众手中的‘银票’。”创办人曾敏介绍，“如果没人花钱救他，故事一分钟就结束。”

很多人将这种模式称为创新，但曾敏并不认同，“我觉得自己是在复古。”在她看来，老北京戏园子里的喝茶、听戏、捧角儿，本就是观众与演员

共同完成的艺术。“我想找回的，正是这种人与人之间真实的连接。”

更打动观众的是背后那群人

比起“茶馆+话剧”的新鲜感，更打动观众的，其实是背后那群人。为了办剧场，曾敏倾尽所有，“没想过赚多少钱，只想让演员们能继续演下去。”

剧场最初只有十来名成员，大多刚毕业，有人离开，也有人留下。有演员原本送外卖月收入过万元，却选择继续排练；有人是退伍兵，因为热爱戏剧主动找上门，排练到深夜就在剧场沙发上睡觉……

合伙人大雄曾在长沙“笑工场”演出多年，如今除了演戏，还得负责剧场运营、检票、宣传、道具制作等。“很多道具都是我们自己手搓的。”大雄坦言，“从没想过什么时候能回本，现在最大的目标就是能养得起演员。”为了维持剧场运转，大家还得在外接单挣钱，再反哺演出。

即便如此，这部戏依然保持着近乎执拗的更新速度。观众凌晨一点发来的意见，曾敏都会认真阅读。“不是发现自己有问题才改，而是看见了观众的渴望。”

“这里的演出一下子就迷到我了，像是真的穿越了一样。”“90后”观众鲁科告诉记者。

“观众从戏外走来成为戏中的一分子，从看出戏变成了亲身经历一段故事。演员和观众都成为了完善发展这一‘小世界’的一分子。”曾敏说。

“我关注的始终是人。”曾敏告诉记者，她想做儿童剧，讨论亲子关系；想做中医题材话剧，探索情绪疗愈；还想做生命教育题材作品。在曾敏看来，长沙是一座充满烟火气的城市，“大家未必需要高高在上的艺术，但却愿意为真实的情感共鸣而停下脚步”。

热浪带火夏日防晒经济

黑科技全能防晒装成今夏消费新主流



扫码看视频

可喝水护颈防晒面罩、五合一全能防晒衣……持续来袭的热浪带火了夏日防晒经济，5月31日，记者走访发现，今年黑科技面料、全脸防护成为消费者买单的关键词，防晒装备正从“功能款”全面迈向“科技全能款”。

带有黑科技的全能款最受欢迎

“以前出门要戴帽子、墨镜、口罩、冰袖，再撑把伞，麻烦又闷热。今年这件‘五合一’防晒衣一件搞定，连脖子和手背都护住了，冰冰凉凉的。”长沙梅溪湖一家商场内，正在试穿新款防晒衣的市民李女士说。

记者注意到，该商场不少门店还特意设置了防晒专区，各类新款黑科技防晒装备琳琅满目。

“入夏以来，防晒新品销量大幅增长，今年带有黑科技的全能款最受欢迎。”长沙梅溪湖波司登门店店员介绍，以前的防晒衣多为涂层式，洗几次就会失去防晒效果，“现在主流是‘原纱型’五合一防晒衣，可实现防晒、透气、防紫外线、防风、抑菌等多重功效。比如这款售价399元原纱防晒衣，将防晒成分融入面料制作，即便反复水洗也不会降低防晒力，还具备凉感速干等特点”。

与此同时，防晒面罩也玩出了新花样。SI-INSIIN今年推出的“可喝水护颈防晒面罩”和“一片式半脸护颈面罩”，售价分别为89.9元和59.9元。“可喝水护颈防晒面罩采用了三抗冰皮科技，带有软骨支撑条，能撑起面罩贴合脸部轮廓。”SI-INSIIN步步高梅溪湖门店的工作人员说，这个面罩很适合日常出行，5D立体剪裁不闷汗、不压脸，预留了饮水开口设计，解决了夏日喝水的难题。

冰感透气、全维防护等成为行业核心竞争力

随着大众防晒意识持续升级，传统防晒帽、防晒衣已难以满足市民精细化防护需求。

“现在防晒更看重专业度和实用性。”正在门店选购防晒装备的市民刘女士告诉记者，普通防晒衣帽存在防护死角、闷热不透气的的问题，今年特意选择冰感原纱材质的全能防晒衣，更全面也更舒适。“如今的防晒装备有简约高级的配色、修身百搭的版型，兼具实用性与时髦感。”刘女士说。

对于今年防晒市场迭代升级，业内人士分析认为，一方面，随着全民健康防晒理念普及，消费者防晒需求从“被动防晒”转向“主动精细化防晒”，不再满足于基础遮挡，对紫外线全维度防护、夏日穿着体感、产品耐用性提出更高要求。另一方面，消费年轻化、场景多元化推动产品迭代升级，消费者需要一款适配多场景、多功能、高颜值的全能防晒装备。

“2026年防晒市场已彻底告别基础功能内卷，原纱防晒、冰感透气、全维防护正成为行业核心竞争力。”

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚
通讯员 钟小雨 王若惜