

評論 | Jimmy O. Yang是誰的「自己人」？世界仔真諦與全球華人市場

在美國，他是亞裔美國人成功模範；在大陸，他是有親切感的外國人；而今次返回香港，人們當他是自己人，一個香港仔。



Jimmy O. Yang

Facebook

歐陽萬成（Jimmy O. Yang）自三月份中國之行開始後，六月中在香港紅磡體育館舉辦個人stand-up comedy show（單人脫口秀，港稱「棟篤笑」），七月已安排好在澳門的演出，加之早已透露的未來亞洲及中國大陸巡演大計，一時之間，彷彿全球華語區都彷彿刮起一陣「JIMMY旋風」（2022年也曾計劃台北演出但後來取消）。

他早前在香港紅館的演出合共五場，全場笑話大概九成英語，一成粵語及唱歌。因觀眾反應踴躍，罕有地要加開日場。除少部份觀眾反映不太聽得懂英語棟篤笑，更主流的香港觀眾觀後感，是「很久沒試過笑得那樣開心」。於香港一城，繼上兩周新啟用的啟德體育館滿場當晚，亞洲盃外圍賽香港隊以一比零擊敗印度隊之後，歐陽萬成再令一種短暫的全城興奮情緒，籠罩全港。

又或者說，此刻香港極需要這樣的一種情緒，以及或許差一點被人們遺忘了的「世界仔」精神。世故而面面俱圓，懂「執生」（應變）適應外在轉變，永遠在對自己有利的身份位置間自由切換——這些於歐陽萬成身上，體現於在美國，他是亞裔美國人成功模範；在中國大陸，他是個有親切感的外國人；而今次「返回」香港，人們當他是自己人，一個香港仔。

究竟是沒見識過近年中國城市發展的天真老外典型濾鏡，還是更周詳編排的大外宣？但反正結果就是，美國演藝文化市場、中國大外宣、香港大眾情懷，都在Jimmy O. Yang或歐陽萬成身上，找到想要的東西。








Discover Hong Kong

宣傳新香港，「國家有任務」？

歐陽萬成「回來」得的確正是時候，並且放在一個更大的宣傳及市場開拓層面，他不僅是回到香港，更是「回歸」中國——那個文化意義上的根，也是在他成名期間笑話中經常提及的亞洲家庭成長經驗之來源。

如眾人知道的，他生於香港的上海家庭，成長期和父母主要以上海話溝通，童年時和同學講粵語，十三歲移民美國後，才以英語為主導語言，而同時也略懂國語，這些跨文化性成就了他在演出商業上的成功。作為當今全球華人文化消費中獨特的現象式人物：歡迎他的群體，可方便地把他挪用為可供炫耀的文化輸出，一種廣義上「華裔」文化（並常借用為「中華」文化）之最新勝利；而基於其跨文化成長背景，他又能在最重要的華語城市如香港和上海，輕易令人產生認同感，把他歸類為「自己人」。

在國際演藝市場上（特別是美國），他幸運地搭上近年亞裔影視文化商品熱潮的順風車；他骨子裡已是地道美國人，以至他在社交媒體發佈的中國大陸或香港行程動態，令人有點難以分清究竟是典型的「帶有未見識過近年中國城市發展的天真老外濾鏡」，還是另一種更周詳編排的大外宣使然。反正結果就是，美國演藝文化市場、中國大外宣、香港大眾情懷，都在Jimmy O. Yang或歐陽萬成身上，找到想要的東西。

<  Jimmy O Yang  is with  jackiechan. 
· Follow
11h · 

My hero 成龍 🥰 #jackiechan



其實歐陽萬車的宣傳在開始時，也並非全無負評。不了解香港普遍民情而跟成龍合照發Post，之後又得刪帖，就可算是一種市場觸覺的缺失與補求。雖然作為一個美國華裔，足夠「天真」地跟成龍合照其實情有可原，因為若論成長於近代美國亞裔社群，成龍還是不能繞過的亞裔明星名字。不過再觀察他的香港演出前後行踪，今次「JIMMY旋風」某程度上是得到香港官方認可並應用成宣傳新香港的成份，也不容忽視。

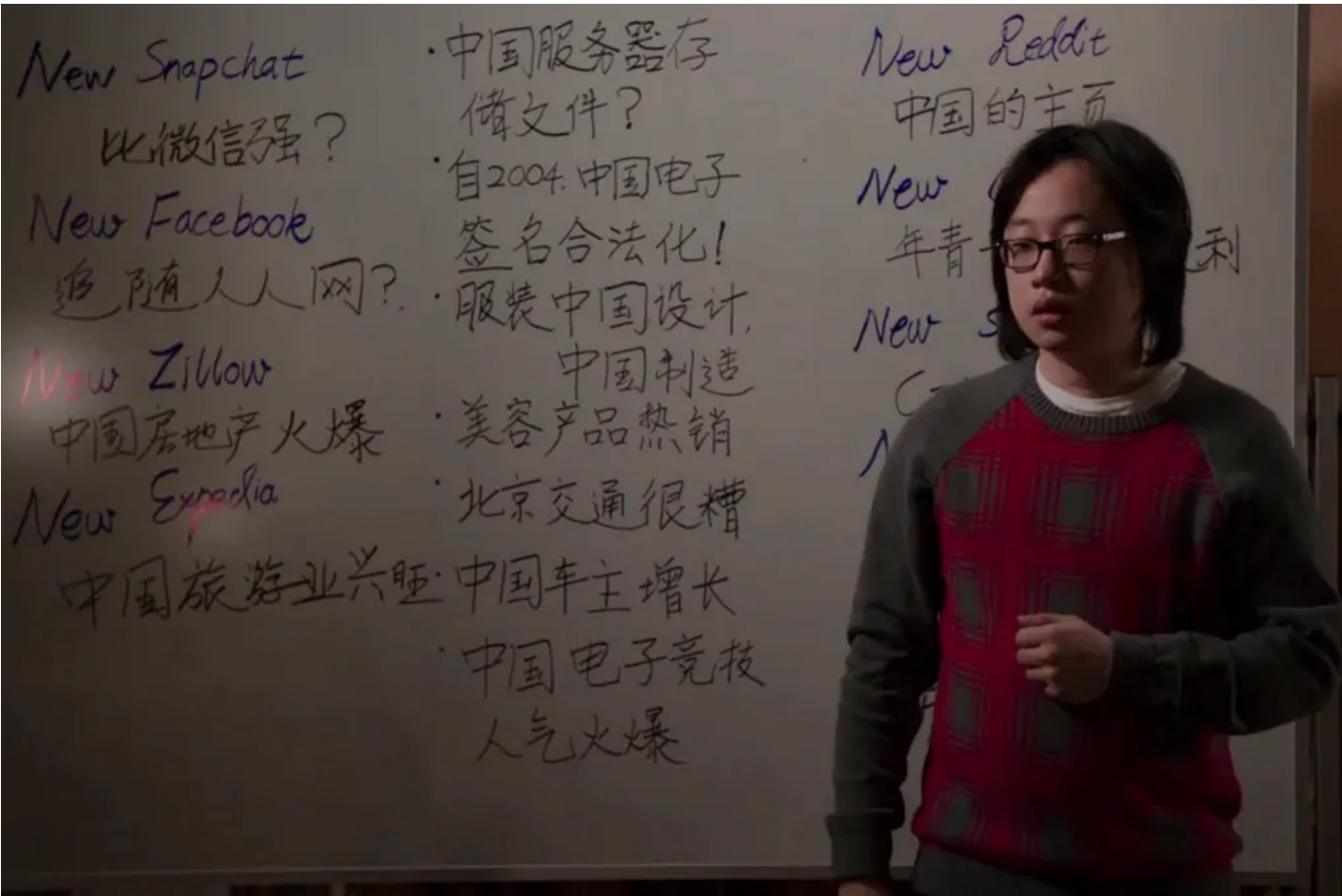
“ 從香港官場到建制社會主流各方對他的認可清晰無誤。他被塑造成一種香港的光榮輸出，到今天時而回饋原鄉，並在香港最需要重拾一種國際性的艱難時刻，希望幫到香港一把。

事實上演出的香港之旅，被他形容為「回家之行」。除了見到周星馳、周潤發、黃子華等一綫香港藝人，他也出現在香港政府總部和馬會，由旅遊發展局帶隊行程，與馬會高層合照，從香港官場到建制社會主流各方的認可清晰無誤。他被塑造成一種香港的光榮輸出，到今天時而回饋原鄉，並在香港最需要重拾一種國際性的艱難時刻，希望幫到香港一把。套用其偶像周星馳的電影橋段，真可說是「國家有任務」交給他了。

事實上，在簽署為Jimmy O. Yang並主要以英文向全球粉絲公開行程和生活點滴的國際社交平台上，他並不諱言且略帶「反擊」（但絕非對抗，依然表現得大方坦誠）地質疑外國朋友見他去了北

京，開首就只問他關於空氣質素的問題，從而直指北京及上海各種美食和城市發展的先進，似是不乏宣傳意味。

只是或許「幸運」的是，這些對他中國之行的質疑，也並沒真正發酵成指摘他作為大外宣棋子的過大爭議。而在香港的行程中，他發佈的看來都只是不會有錯的、對地道美食及奇觀見聞的讚嘆，似乎經歷了甲亢哥（ISHOWSPEED）之亂，香港當局已學懂多一點社交宣傳玩法，看來至少是在對KOL的涉港發佈中，有了一定的有效溝通。



| Silicon Valley

老派上海風範：可面對大陸審查環境？

“ 他的上海話用語及發音凝固在父母一代的習慣中，反而有點老派上海風範。好奇點正在於，如果將來他真要在上海、北京等大城市開騷（show），要如何編寫演出用語或內容？

歐陽萬成確切的成長經驗與曾經的在地性似乎幫了他不少，在中國大陸和香港之行中，一種衣錦還鄉的情懷和以他為傲的認同感，蓋過了大外宣批評，縱然他在中國大陸的被接收方式，跟在香港的截然不同。

在中國大陸，他始終保持着一種講英文的華人面孔定位，認識他的觀眾，本身就是他的粉絲。他們透過不同形式的網絡「資源」或盜版，了解到他的亞裔角色及笑話在美國的地位，並以熟知這藝人的口味、笑話而自豪。這裡說的「資源」，意思是中國正規媒體雖然沒法播出其笑話演出或劇集作品，但極為成熟又流通量廣的網上資源，早已培養出大量美國影視流行文化愛好者，歐陽萬成也一直也以「占美歐陽」之名，通過脫口秀視頻和美劇《Silicon Valley》為中國觀眾熟悉。

換言之，在中國大陸，歐陽萬成是以一個在國際闖出名堂的「中國人」來被接收的，但因他主要講英語，這種「中國性」又伴隨了某種「外國性」。他的國語水準可能有限，但當他回到父母的家鄉上海，以上海話拍攝的短片和講出的笑話梗，卻都極為討好，一種「自己人」的認同感不再是拿來的，而是實在的。

在這次上海加北京的尋根加市場探索之旅中，他和上海著名棟篤笑演出者共同拍攝節目，期間大秀上海話及對上海俚語的認識，又測試將上海名詞譯做英文（如上海話「猪頭三」意謂「too stupid to be true」），還真的在小型俱樂部突擊演出數分鐘；在為中國著名雜誌《週末畫報》拍攝的短劇《Who's Jimmy》中，他一人分飾四個正在打麻將的人，以英語、上海話、國語及粵語四種語言，大開自己玩笑。

基於上海話是他主要跟父母溝通的語言，就如一個時間膠囊，他的用語及發音凝固在父母一代的習慣中，反而有點老派的上海風範。好奇點正在於，如果將來他真要在上海、北京等大城市開騷（show），要如何編寫演出用語或內容？上海場他自然會大秀自己的上海話，但還得顧及其他非上海語群體的反應，而他的普通話程度很普通，相信也是會以英語為主，並敏感地發現一些中國城市生活話題。

在大陸，歐陽萬成是以一個在國際闖出名堂的「中國人」來被接收的，但因他主要講英語，這種「中國性」又伴隨了某種「外國性」，成功保持了一個「外國人」的身份。

這可能比在香港難度更高，因為現在的中國大陸脫口秀演出「笑果」出事之前，確曾是一個被寄予厚望的娛樂朝陽產業，城市白領和中產的新興文化消費，但有趣的笑料每每來自冒犯，而在中國大陸，冒犯邊界可大可小，因而輕易出現舉報行為。行業巨頭「笑果」旗下藝人便曾因涉及人民子弟兵的素材而被舉報，自此，行業遭壓，演出內容要事前經審批，往往也有文化糾察在現場監控確保依稿進行，打住了產業的發展潛力。如今，大陸脫口秀演出經歷過去幾年「淨化運動」，已掉失了棟篤笑該有的即興發揮與尖酸挖苦。正在極力探索這市場的歐陽萬成，必須知道分寸。

而巧妙正在於，通過主要是使用英語面對群眾，在大陸市場中，縱使他被理解為「中國人」，卻成功保持了一個「外國人」的身份，就是一個因愛慕中國文化，自己中文有限、但也極力配合、使出有限中文的外國人。這也是如今當紅的歐陽萬成，跟曾經走紅的另一美國華裔棟篤笑藝人黃西（JOE WONG）之差別，黃西回到中國發展後，以中文做棟篤笑（並成立公司簽約棟篤笑藝人，邁向廠牌發展方向），也就回到中國人的內部身份，看起來不夠國際化。



Facebook

急凍香港：小學舊同學重逢

這位小學同學帶來的不止看來沒有惡意，更是這時刻這社會，不少香港人想單純重溫的故夢，一個曾經那麼多采又好味的昔日香港，那個凝固在他十三歲離開時的2000年「急凍香港」。

再返到香港，歐陽萬成之旅無疑是滿帶情感，完全看得出一種發自其內心的感懷，而且看來放鬆得多。相比起沒有真正於中國大陸生活過，某程度上，他是真正的香港仔。香港觀眾接收他的角度，更似與一位小學同學重逢，那個坐在旁邊，十三歲移民去了美國的舊友。他會分享過的到美國以後的成長故事笑與淚，他最擅長的有關長大於亞裔家庭的壓力與苦惱，不忘勵志如何成功追尋個人夢想，這種美國夢的實現，在香港一直奉為圭臬。

也正因為像舊同學重逢，因此，香港人對他也是客客氣氣，關於他對近年香港的不熟悉及不在場的重大變故，甚至立場的模糊也不會斤斤計較。更重要的是，這位小學同學帶來的，不止看來沒有惡意，更是這時刻、這社會，不少香港人想單純重溫的故夢，一個曾經那麼多采又好味的昔日香港，那個凝固在他十三歲離開時的2000年「急凍香港」。沒有過多意識形態爭議，高雅低俗不分，街頭美食引人。他記得童年的羅文、尹光歌曲，找來許冠傑到李克勤捧場（勉強的笑話是李克勤作為出名的曼聯球隊球迷，跟「萬成」過不去，粵語中「曼」跟「萬」同音），都可說無傷大雅。

儘管他努力重拾童年碎片，看來為這次「回家」度身訂造表達並懷念的香港，跟當下的香港其實是兩個世界，懷舊之餘帶神話氣息，但可能在部分新一代香港年輕人眼中，這正就是那個長久以來他們一直聽聞的傳說。無論跟現實有多大距離，在充滿娛樂性又流暢的個人化敘事中，批判的意識也暫時消解，先陶醉在值回票價的笑聲之中。

🗣 這些精準的、不會惹反感的笑話背後，過多的溫情是違反了棟篤笑的某種元神樂趣，即如冒犯與即興。

而當然，這些精準的不會惹反感的笑話背後，過多的溫情是違反了棟篤笑的某種元神樂趣，即如冒犯與即興。美國的棟篤笑演出，冒犯是常用的手法，包括冒犯他人或自嘲（冒犯自己），過於乾淨的內容或不敢去冒犯，往往就令笑話不夠過癮。在美國普遍流行由少數族裔講的族群笑話，玩的就是對各種定見濫調的冒犯，如亞裔父母對子女讀書就業的期望，對黑人或拉丁裔的偏見等，而去到最終，是通過冒犯自己及所屬族群以產生終極的嬉笑效果。

歐陽萬成笑話中，除了少量冒犯自己，志也不在冒犯香港，這使為他作暖場演出的另一演出者阿V即VIVEK MAHBUBANI 的拿手笑話，更具這時代的香港在地性，而非單靠賣弄那過去的香港記憶。阿V是香港土生土長印度裔棟篤笑藝人，能以英文和粵語演棟篤笑，他之前其中一個笑話大意是說在香港作為「外國人」，找不到工的話，白人可以去教英文，黑人可以去靠RAP搵食，印度人就沒人相信，「淨係多毛和一陣咖喱味」。典型的少數族裔自我冒犯的題材，也點出了主流香港社會長期忽略了的一些階層盲點。

香港當前存在的主流問題，未必是傳統意義上的族群問題，少數族裔如印度或尼泊爾人話題，其實並沒在粵語主流社會中引起足夠關注，而更該被重視及寫出諷刺笑話的，反而是原香港人和新移民或稱「新香港人」的相處關係或矛盾。可這方面的冒犯，此情此景，也會被視為是政治不正確，反諷冒犯無從談起。



港式「世界仔」之真諦

“歐陽萬成在美國代表亞裔，在中國社交平台跟吳彥祖這兩位美籍人士一起宣稱自己是中國人，回到香港是香港人就不用說，也是一種「世界仔」的最佳示範。

但有趣的，是當只有香港地把他當作香港人，坊間輿論也普遍受落（除了個別負評竟嫌他不夠誠意不多講粵語）之時，香港人於此的認同，樂於把他據為己有的原委，除了懷舊，或許還正在於從一個「香港仔」出發，他體現了港式「世界仔」的真諦。或者說，是一種香港坊間一直相信的價值之重現。

在此，「世界仔」有兩重意思，一方面，是字面上的國際化孩子；另一方面，是香港特有的通俗理解，說一個人很「世界仔」，正面是指他八面玲瓏，處事待人懂分寸，適應力強，貶義則指無原則、投機主義，見人講人話見鬼講鬼話。歐陽萬成在美國代表亞裔，在中國社交平台跟吳彥祖這兩位美籍人士一起宣稱自己是中國人，回到香港是香港人就不用說，也是一種「世界仔」的最佳示範。

世界仔可在世界大展拳腳，在於大環境而言，此刻也正值一個世界的華語/華裔文化經濟體的建立，屬於一個更宏觀的文化消費風潮，當中包括了亞裔文化議題的興起，以至因全球範圍內華人高幅於各地增長的消費和口味轉型，是在一個可說是史無前例的華語/華裔風潮的高峰。

在以美國（及英語）為主的世界娛樂版圖上，歐陽萬成得着了毋庸置疑也大眾周知的華裔潮流紅利。近年這波華裔/亞裔潮自《CRAZY RICH ASIANS》（我的超豪男友）開始被注目，經歷《尚氣》至奧斯卡金像獎頒予《奇異女俠玩救地球》（媽的多重宇宙，Everything Everywhere All at Once）過多獎項而達至頂峰（歐陽萬成就曾在金球獎頒獎禮台上開玩笑說，今晚他是唯一沒獲獎的亞裔），起碼在市場熱潮上，亞裔/華裔就是美國今天強調政治正確或提攜策略下的minority文化商品焦點。

這也是歐陽萬成美國走紅的背景，他既是這些亞裔議題的過來人，同時又成功把這些議題變成笑料。不過在這些討論中，其實常把亞裔或華裔搞混，而且一講亞裔只想到中日韓，顯然也沒有足夠把東南亞、南亞或西亞考慮進來。且那怕是東亞本身，那常分不清華裔日裔韓裔也是老生常談的笑話。

而在另一個商業層面中，美國網紅和明星也越來越着緊開發中國市場，無論是配合中國的宣傳，還是光渴望短時間內大幅增加流量和粉絲量，美國網紅早已開始大量作出中國議題，又或走進中國報導。在芸芸這股趕赴中國市場的紅人當中，歐陽萬成的中國行是最理所當然，有尋找文化根源的噱頭和理據。他於今年一月開設小紅書帳號，已快速吸納74萬以上粉絲關注——雖然他在紅館的小紅書段子被認為是失敗的，大意是提到TikTok難民潮，美國KOL紛紛開設小紅書帳號之後，他問了句在場觀眾有沒開小紅書，得到的卻是極冷淡的反應。



stand up comedy Facebook

對國際網紅來說，在中國大陸產生高知名度毫無疑問是另一巨額收入來源。國際紅人現在得由外網再加上中國內網，進行全盤商業市場考慮，歐陽萬成是這大勢之下的其中一員。

但更多外國網紅是直接看到中國市場的價值。最新消息是，全球第一網紅博主MrBeast正計劃進軍中國，這位擁8億粉絲，以設立巨額獎金（常規有50萬美金）大挑戰的瘋狂處境實況節目主創，除了早開了中國地區的多個社交及視頻帳號，最近還高調邀請中國博主合拍，並透露要在中國進行類似的大挑戰。

商業層面而言，現實是當在中國境外市場，這批頭部網紅已發展飽和大幅增長有限，只有中國這尚未開發的市場能為它注入流量和新商機，憑世界對中國實地的好奇（特別是疫情之後），走進中國，也希望再一次提升流量。且同樣重要是，在中國大陸產生高知名度毫無疑問是另一巨額收入來源，早前熱議的IShowSpeed 在中國直播人氣冒起之後，和中國企業的商業合作隨之而來。這都証明了國際紅人現在得由外網再加上中國內網，進行全盤商業市場考慮，歐陽萬成是這大勢之下的其中一員。

在中國社會和政治語境下，至少對內而言，多勉強也好，他象徵了華人或廣義上中華文化的輸出；在美國的商業思維中，則是新興市場開拓。或者真的只有在香港，他真正的出生成長地，就如那些多年後回鄉的金山阿伯，母語口音已變（他稱香港粵語為母語），但又似保留了一點他十三歲時候的「香港」供人短暫懷惜。