



## 艺人签约“卖身”给公司 “小红靠捧,大红靠命”

经纪人宁哥称,以演艺行业为例,新艺人一般有几个来源。有的是从表演系、舞蹈系、播音系等专业院校学生中挖掘;有的从选秀艺人中找可以演戏的;有的公开招募演员、举办选角大赛等,既招人又做宣传;也有新技术催生的渠道,比如从网红、博主里找话题度高、自带流量的KOL(网红博主)转行;当然还有一些“资本大佬”的关系户,干女儿、情人什么的,直接安插过来;也有一些有经验、有一定人气和演技的龙套演员。为了挖新人,不少经纪公司甚至盯着艺考培训机构,想在艺考前就先下手为强。

通常,公司招募到签约艺人后,艺人跟公司签约,相当于“卖身”给公司,公司负责对艺人进行包装、培养、推广、投资拍摄,利用艺人给公司挣钱。双方也是合作关系,艺人利用公司的渠道、资源、平台,提升自己,把自己推广展现出去。艺人挣的钱,公司和艺人可以分成。艺人越红,分成的比例就越高,利润也就越多。

至于分成的比例,如果艺人自带流量,分成就比较高;如果是“小白”艺人,公司负责配资源、宣发、法务等,一般是四六或三七开,公司拿大头。毕竟给新人投资也需要大量砸钱。

签约艺人之后,经纪公司会用哪些手段打造明星?

经纪人老张称,按照业界定律,8个字:“小红靠捧,大红靠命”。要红至少有几个途径:参加选秀;接好本子的网剧;接本公司大演员出演作品中的小角色,一般来说一个大演员带本公司3个小演员,这是圈子里不成文的规矩;还有炒CP;另外就是在网上做话题、参加真人秀等。

现在流行“以剧捧人”,爆款电视剧是捧红演员最快的途径,用网剧培养新人也是近来最热的趋势。一些网剧制作公司手里有好的剧本,虽然不是传统的演艺公司,但因为适应这种新造星手段,反而能更精准地捧红“素人”,而且成本还低,因为他们既是制作公司又是经纪公司。现在很多传统的经纪公司都在投资开发影视项目。

## 能力和技术可以不论 没有话题和人气可不行

经纪人吴姐称,诚实地说,除非选手本身实力非常超群,否则大部分都是用钱、用资源“做票”。有的是艺人自己家里就特别有钱,他的家庭就跟公司一起做票;也有艺人的母公司投钱做票;还有就是这些互联网平台方自己炒节目,自己做票。

大家都追逐这种方式有几个原因。艺人自己有资源有钱,就是想红。还有就是一些选手在参加选秀前,本身已经有一些广告合约或者在拍的剧本,为了流量效果来参加选秀,那当然更要砸钱出道、造话题,为自己的广告或影视剧做铺垫。至于互联网公司炒作,那当然也是为了自己的节目效果来制造话题。

其实,文娱行业热衷炒作也不是一两天了,现在有什么新手段?

经纪人老张说,最简单的就是买热搜,艺人各种鸡毛蒜皮的事都能上热搜。炒CP当然也很好用。还有就是经纪公司自己买水军、买软文,当需要炒作时,要么找“粉头”,粉丝圈派任务炒作,要么给买通的媒体、自媒体派任务。又或者炒作人设,深情、学霸、运动、减肥……只要能让大家想起你就行。当然还可以去找大明星蹭流量、带流量。

重点说一下水军。其实水军也分黑白,有正面水军也有反串水军。正面水军好理解,流量明星们微博下面的转发和点赞,以及无脑吹捧的评论。不是之前有明星一条微博转发过亿嘛,很快被人戳穿是买的流量。反串水军就是,冒充“黑粉”去刺激真的粉丝,或者冒充“脑残粉”去刺激群众,让普通人觉得烦,又或者去碰瓷别的粉圈。总之,有话题就行,管你是吵架还是讨论、干仗还是高兴,话题就是流量。

之前明星绝大多数热搜都是买的。没人气的买人气,有剧集要播的攒人气。平时我们会买某某的日常这些生活类热搜,有作品的时候就炒CP、炒剧中台词,或者是宣传歌曲相关的内容。现在很多制片人在选角的时候会考虑热搜、粉丝量。一个剧里谁在什么位置,海报上、发布会上谁站什么位置,都要考虑粉丝建议,并且随时观察网上反应调整策略,这都是技术讲究的。

大家能看出来,现在很多艺人演技唱功都不行,可能就一张脸,那该怎么红?就是炒CP、拉踩同行、撕番位、讲究海报站位之类的。水平、能力、技术怎么样可以不论,没有话题和人气就不行了。

最近,文娱行业迎来重拳整治,文娱行业乱象由来已久,即便圈外人也能感知一二。但这些现象究竟是怎么产生的?恐怕还是业内人士最有发言权。接受采访的三位明星经纪人有多年的从业经历,带过多位知名或不知名艺人。他们对行业乱象尤其是资本造星问题的讲述和反思,非常有料。

# “资本造星” 水有多浑? 三位明星经纪人揭秘



延伸阅读

## 对劣迹艺人 加大处罚力度最有效

据经纪人宁哥介绍,为应对国家近期对文娱行业进行的综合整治,大多数公司在加强法律知识的普及,增加公司法务部门的人手,以前很多都是外包法务,现在都在找专员。又如“耽改”剧,现在加了“审原著”,挺好的,至少可以根据原著判断价值观,清理源头。

现在市面上的烂剧太多了,为了流量什么都敢拍。影视剧作品直接影响一代人,宁哥说自己也不想小孩看着这种粗制滥造的东西长大。

经纪人吴姐则说,有人说大陆的饭圈、流量文化是从日韩来的,的确有影响。以前中国的选秀单纯是选好声音、有实力的,不光看长相。后来看到日本、韩国这一套完整的资本模式,觉得好用、有用,才照搬过来。从韩国回来的一些中国艺人,带回来一种风气,他们没演技但有流量,也有专业粉丝团、“粉头”,一起做数据、抱团搞CP等。

以前艺人出了事,公司还能帮担着,帮着发律师函,现在国家明文规定经纪团队如纵容、袒护艺人劣迹行为,经纪团队也会受到法律制裁,圈内一下子就紧张起来了。

吴姐说,她觉得外部约束对劣迹艺人最有用。说实话,艺人们的文化水平普遍不高,每天还被人捧着,你觉得他们的道德水准能有多高?所以,从内部来说,经纪公司要自己规范起来,制定一套规范艺人的守则,定期培训定期考核;从外部来说,加大处罚力度,加强舆论监督,还是动真格的最有效果。

## 天价片酬阴阳合同很普遍 偷逃税途径多得说不完

如果碰到负面舆情怎么办?经纪人吴姐说,首先搞清楚情况。如果自家艺人没错,恭喜,一次大好的炒作机会。不断买热搜让大家看到艺人有多冤,然后号召粉丝团炒话题。如果艺人做错了,那就花钱撤热搜,或者买其他明星的热搜,转移注意力。再有就是舆情控制,明星道歉的文章,公司文案团队有很多模板,替换内容,法务审核,就可以发了,速度很快。

吴姐说,她曾经带过一个艺人,出轨,有实锤,而且当时他的剧集正在热播。舆情一出,制作方发行方,也就是媒体口中的资本,直接找上门来,最终公司赔付了一些款项。负面新闻很可怕,会有直接经济损失,同时失掉代言、粉丝。所以,一般在舆论有苗头时,公司就会试图压下去,找当事人、狗仔队,用钱压,谈条件,谈交换资源。

至于如何将艺人资源迅速变现,经纪人宁哥称有几种方法,要么疯狂接广告,但会出现广告质量不高,三无产品代言等问题;要么接网剧,因为网剧拍得快,卖得好;或者接综艺,继续炒热人气,从而植入广告;还有直播带货、微博主接广告;更直接的就是从粉丝那里集资。

这种明星都是批量制造的,有的火有的不火,那就火的带不火的,然后公司不断挖新人。如果新人一年都不火,就考虑放弃,及时止损,或者让他们转去做网红、直播。

至于天价片酬、阴阳合同、偷漏税等问题,很普遍,大公司有大公司的玩法,小公司有小公司的手段。比如说天价片酬,那都是业内不断比价、竞争的产物,同等咖位的明星当然要一样价格,别人天价了,我们家明星不也得这个价?

偷逃税的途径就更多了,分批次签合同,分种类签合同、开各种名目的子公司、去低税处开公司、开证券公司、做假数据、和厂家串通买明星代言产品的销量、票房数据作假、包空白场次、套现转移资产到境外、在境外开公司、境外置业……这里头的道道,每个都能说一天。

## “造”出来的不是“真星” 都是资本的工具人

经纪人吴姐告诉记者,公司有专门负责粉丝运营、对接“粉头”的部门。有新作品发布,会提前通知粉丝,提前做数据,联合搞应援策略。

现在有很多职业粉丝。线下的就蹲守在艺人经常出没的地方,拍照、录像、索要签名,再把这些兜售给粉丝,从中谋利;线上的则大多与经纪公司项目合作或雇佣关系,每天斡旋于公司和粉丝之间,帮经纪公司“操纵粉丝,为我所用”。对粉丝来说,他们的工作就是洗脑、立威、争夺领导权;对外,他们的工作是引战、吸粉,扩大艺人和组织影响力。通过职业粉丝的运营,经纪公司可以将粉丝转化为“粉丝经济”,为艺人带来更大影响力和经济收益。这些职业粉丝的所有行为都明码标价。

饭圈是非常稳定的,比路人想象的稳定多了,轻易打不动的。饭圈又分为高层、中场、底层,公司可以指挥粉圈高层,很多“粉头”“大粉”都是公司的下属职员;底层都是小粉丝,高中生、大学生、妈妈粉之类,主要负责掏钱。粉丝有完整的体系分工,有负责文案、P图、摄影、控评的,还有数据组、反黑组,比公司还专业。

关于“资本造星”这事,经纪人老张说,资本就需要一个帅、干净、有爆点、有一点点才华又听话的人。这样能在最短的时间吸引粉丝并变现。

从他个人的角度看,资本造星的结果必然是良莠不齐,坏苗居多。因为需要不断补充新鲜血液,就不断地以次充好。往往一个新人还没培养几天就出来挣钱了,那必然没时间再练基本功,学专业知道了,水平怎能提高?

再说作品,以前影视剧是很多经典名著改编的,那内容能不好看吗?现在都是听都没听过的网络小说改的,甚至一篇爆款网文都能直接扩成一部电影,内容充斥着狗血剧情和废话连篇,质量必然不高。

老张说,刚入行时对粉丝是感恩的,感恩他们喜欢他家明星。现在不一样了,粉丝是公司的免费劳动力,也是工具人。公司在各个榜单上搞一搞排名,剩下就交给粉丝去冲了。粉丝真金白银砸钱,榜单的所有方比如微博、billboard得利,明星也得利。还有明星代言的东西,粉丝们去买,去刷单,品牌方就看得见销量,明星带货数据有了,才会有大牌奢侈品来找艺人代言,粉丝也更有荣誉感。

资本造星,都说是“造”了,那就不是“真星”。说白了,那都是资本的工具人。据微信公众号“侠客岛”