



## 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；另外就是在网上传话题、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，诚实地讲，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，他的家庭就跟着公司一起做票；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，很快被人截穿是买的流量。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，这都是有技术讲究的。

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、做博主接广告；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有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，公司可以指挥饭圈高层，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、学专业知识了，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。据微信公号“侠客岛”