

名人下海悲喜錄



团结出版社

思雅 编著

名
人
下
海
悲
喜
录

团结出版社

一九九四·北京

(京)新登字 174 号

图书在版编目(CIP)数据

名人下海悲喜录/思雅编著. —北京:团结出版社,1994.3
ISBN7-80061-898-6

I. 名… II. 思… III. 通讯—特写(文学)—中国—现代
N. 1253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 02029 号

书 名:名人下海悲喜录

编 者:思 雅

责任编辑:唐得阳 书籍装帧:银河艺术制作所

出版发行:团结出版社(北京市东皇城根南街 84 号)

经 销:新华书店总店北京发行所

电脑照排:北京市银河文化信息咨询公司数据处理中心

(北京市海淀区海淀路西苑操场海淀体育场东 3 号)

印 刷:文联印刷厂

开 本:787×1092 毫米 1/32

字 数:230 千字

印 张:10.5

版 次:1994 年 5 月北京第 1 版

印 次:1994 年 5 月北京第 1 次

印 数:1—10 000

书 号:ISBN7-80061-898-6/I·192

定 价:6.80 元

目

录

前言 【1】

商潮滚滚文艺军 【3】

影坛商界“大姐大”刘晓庆 【10】

“周总理”日理万机做生意 【37】

商战女杰李秀明 【43】

影商双星属宋佳 【48】

走下银幕的赶“海”女 【53】

- 赵本山既做艺人又当商人 【56】
- 拍广告的明星们 【62】
- 杨延晋“海”中再创辉煌 【71】
- 老影人谢晋“海”中弄潮 【74】
- 从歌唱家到企业家的朱明瑛 【80】
- 导演大腕也玩广告 【84】
- “济公”要做企业家 【93】
- 蒋大为不当团长当个体 【95】
- 兄妹歌星与服装店 【97】
- 地道的生意人王晓棠 【99】
- 父子双星南方创业 【102】
- 韦唯欲过把老板瘾 【104】
- 冯巩初次试“海” 【110】
- “虎姐”下“洋海” 【112】
- 徐沛东当歌手 【117】
- 校长杭天琪 【120】
- “唐老鸭”李扬打进“卫视” 【123】
- 寻找歌星安冬 【127】
- “林黛玉”潇洒闯商场 【129】
- “王子”开酒家 【133】

- 梨园名角大念生意经 【136】
- 李谷一歌厅献艺 【139】
- 从“少林寺”走出的富商 【141】
- 明星纷纷大炒楼 【146】
- “孙悟空”新传：大闹商海 【154】
- 卷入第二职业的大腕们 【156】
- 健美明星商战不凡 【162】
- “刘三姐”闯入商潮展辉煌 【165】
- 谁个大腕没走穴 【175】
- 歌星侃走穴 【183】
- 川剧名角下海入牢门 【191】
- 作家大亨张贤亮 【196】
- 胡万春问津生意场 【202】
- 陆文夫眼前有个“海” 【205】
- 程乃珊香港“卖文”记 【210】
- 作家大追踪 【214】
- 叶永烈汪国真当了“国际倒爷” 【218】
- 作家新路：以商养文 【223】
- 侃爷王朔的“神话” 【228】
- 坐在轮椅上的董事长张海迪 【241】

- 薛飞赶“海”正忙碌 【250】
- 郭凤莲从商记 【253】
- 蒯大富杀进乡镇企业 【260】
- 张铁生商潮中不再交白卷 【266】
- 李宁：商场胜似赛场 【273】
- 宋晓波：走出球场进商场 【277】
- 体育名将“海”中风采 【281】
- 薄一波之子辞官从商 【285】
- 市长摆地摊 【288】
- 经济学家下海搞经济 【292】
- 中国新“儒商” 【297】
- 水中扑腾的黄阿原 【305】
- 庄则栋美国执教 【307】
- 郭跃华、丛学娣蹈“商海” 【310】
- 董必武的儿子“弃官为民” 【312】
- 魏明伦下海奇招 【316】
- 今日武传斌 【319】
- 先行者的苦涩 【323】
- 童非走出“围城”【325】
- 后记 【328】

前

言

在

商品经济日益发展的新世纪之中国，长期被人轻蔑、冷落商业领域，忽然被时代所推崇，被人们所看重，顿显热闹而火爆，成为当今社会乐此不疲的热点。

我们不会忘记改革开放后的中国，经历了这样几个经济热潮的洗礼：

1984年，中国人干什么？经商！

1987年，中国人忙什么？办公司！

1992年，中国人玩什么？股票！

1993年，中国人炒什么？房地产！

而今年，1994年，中国人热什么？

在大经商、大发财的商潮席卷中华大地之际，滚滚商海之中，有一支引人注目的、异常活跃的生力军——名人“下海”大军。他们以自己得天独厚的优势，以如雷灌耳的声名而挤入激烈的商战，在商业竞争中大显身手，异军突起。

刘晓庆、谢晋、朱明瑛、张艺谋、赵本山、王铁成、游本昌、斯琴高娃、六小龄童、黄婉秋、李宁、张贤亮、胡万春、薛飞、李秀明、宋佳、叶永烈、汪国真、陆文夫、蒋大为、李谷一、王朔、薄熙成、巩俐、杭天琪、李扬、潘虹、杨延晋、徐沛东、崔健、谭小燕、王晓棠、韦唯、冯巩、李连杰、周洁、程乃珊、秦怡、谌容、梁天、航鹰、安冬、史丰收、宋晓波、梁艳、许绍发、蒋学模、张海迪、蒯大富、张铁生、郭风莲，等等，等等，这些响遍中华以至世界的名字，在各自的领域、不同的时代，获得了巨大的成功或取得了“名人资格”之后，又不约而同地把眼光投向了崭新而又热闹的商海，重新展示自己新的价值，去获得新的成功。

名人效应即是商业价值。

越来越多的名人借自己的影响从商，用自己的名声赚钱，充分利用与开掘名人效应的商业潜力。这是观念大转变，改革大深入，经济大发展的“海”中又一壮观的奇景。

商业时代呼唤着包括名人在内的所有人为之拼搏、为之奋斗、为之创立辉煌。名人“下海”现象，给浩瀚的“商海”增添了丰富的内容，增添了人们热衷评说的话题。

瞧，50余位曾经或正在红得发紫的名人们，正迈着潇洒的步伐，从滚滚的商海中，从本书以下的叙述中向我们走来，走来……

商潮滚滚文艺军

呼

啦啦，“谁持彩练当空舞”。

以往略有沉寂的文艺界，眼下又红红火火地喧闹起来了。众明星眼下正纷纷“跳海”，投身“经商热”，赶追“下海潮”。

“下海”的众多明星中，刘晓庆算是领风气之先，自办了“刘晓庆实业开发总公司”，自任为公司董事长；

谢晋、王铁成、赵本山和黄婉秋等也相继办起公司，出任各自公司的董事长；

杨延晋“下海”身兼三职；

朱明瑛、王文娟、谭小燕、陈晓旭、王萍等纷纷当起了各自公司的总经理；

李连杰当上了大老板；

张艺谋、巩俐、李默然、马季、葛优、侯跃华、陈佩斯、潘虹、向梅、吕丽萍、陈小艺、凌元……纷纷进入了广告的世界；

李秀明、宋佳、游本昌、蒋大为、冯巩、徐沛东、李谷一、六小龄童等则各显自己的神通；

茅善玉移情公司，赵志刚升帐酒家，朱逢博挑起第三产业的大旗，在“逢博酒家”闹起了革命；

……

其他各路神仙也相继脱盔换甲，各占一方，准备拼个你死我活了。

一时间，众明星“下海”不亦乐乎。

周洁卸下《杨贵妃》的浓妆，又粉墨登场在另一片“舞台”上。她从小在上海浦东长大，自然也忘不了投身浦东开发这一热潮。

1993年，周洁一边拍戏，一边奔波于海内外，引进外资，修建上海继南浦、杨浦、金山大桥之后的第4座桥——“贵妃大桥”。

功夫不负周洁，由上海奉贤工贸总公司投资20%和澳门利联国际投资有限公司投资80%联合兴建的“贵妃大桥”已于1993年春天破土动工。

有别于其它大桥的“贵妃大桥”，艺术性强，别具一格。

周洁为建设大桥引进数亿外资，又一次塑造了她光彩照人的形象。

眼下，以她名字命名的“周洁精品屋”也已隆重推出。

拥有无数影迷的老一辈电影明星秦怡，也出任了上海影

视公司董事长，前几年，她和公司的同仁一起，拍摄了十多部电视剧和艺术片，深受好评。

近来，又拍摄了《火马》、《刘知侠与芳林嫂》、《山、海、梦》、《谁是儿子》、《梦非梦》等电视剧和10集电视连续剧《华西村的故事》等。

并且，她自编、自导、自演描写精神病人心态和遭遇的多集电视剧《期待》已初见端倪。

步入了古稀之年的秦怡尚叹分身乏术。4集专题片《城隍的后代》刚完不久。昔日银幕上俊丽自如的女主角，此番一改常态，以荧屏主持人的身份，带领观众去老上海的祖地寻根，领略申城浦东新区日新月异的风貌和巨大变迁。

目前，作为上海影视公司的董事长，最忙的仍是公司的业务。竞争的商业海洋，使秦怡不得不多花些时间和精力。

孙周拍《心香》绝对是纯正的艺术味。

但也正因为 he 独特的艺术感觉，现在的 he 成了南方制药厂与广东太阳神保健集团的广告总代理。

每年上千万元的广告代理费，使孙周有实力在广州五星级酒店租下办公室。

并且，使用国办第一流的摄影器材拍出一流的广告，孙周该算是将艺术与商业结合得最完美的一位。

在生意场上转几圈，这些明星该明白了，在舞台上是一回事，谈判桌上又是另外的一回事。

为了作一名成功的商人，他们就必须进入角色，这时，他们就不得不放弃艺术家的异想天开。商场如战场，明星们一旦成为商人所面对的，主要是敌手而非崇拜者。

有人云，明年是个捞钱年，只要你低头，遍地是黄金。

明星——名人，经商有着他们的优势，他们的知名度和社会关系就是一笔相当有效的投资。

于是，一张张熟悉的面孔在大大小小的场景里推销自己，憋得满脸通红地向你挤出各式各样的微笑。真是“乱哄哄，你方唱罢我登场”，一派热闹非凡的景象。

更有甚者，“下海”往深处跳，自己干起了单干，成了文艺个体户。

当申军谊主演《乌龙山剿匪记》一炮打响后，我们方知这是中国影视界第一个文艺个体户。

如今，电影界的马晓晴、盖丽丽、高宝宝、吴玉华、阎青……也相继放下铁饭碗，成了影视个体户。

歌星个体户则是一大家族：解晓东、解晓卫、李娜、那英、安冬、井岗山、赵新军、红豆、张暴默均在其列。

中央乐团的首席一级指挥阎惠昌，也毅然登上了文艺个体户的舞台，让指挥界大吃一惊，成为乐团中第一个文艺个体户。

这些文艺个体户没有组织，相互也无联系，只是在某次晚会或电视台组织的大型文艺晚会上碰碰面，而平时则各忙各的，录音、演出、外请……难觅行迹。

文艺个体户该算是改革开放的今天，商品经济大潮冲击下出现的另一奇观。

时光过得真快，商潮起落，英雄辈出，先期“下海”的明星们似乎大都以崭新的面目衣锦还乡。他们的、派头和脸色红润、两眼放光的神采，使那些未涉“海”水的明星有点黯然神伤，他们左看右看，在另一个舞台——社会大舞台，角色的变换如此快，立刻出现了一种岌岌可危的感觉。

“下海”吧！这再也不是危言耸听。情势所迫，这已成了新的定位、新的选择。财富，毕竟还是诱人的。

商品文化的扩散和冲击不可遏制地刺激着那些未“下海”的明星们。

“让我们下海去”许多明星又奋不顾身，纵然“下海”。

.....

众明星“下海”，溅起的社会讨论浪花四起。人们对众星经商喜忧参半。

忧者认为，明星“下海”经商，这对本来就太不景气的文化市场和不太稳定的文艺队伍来说，犹如雪上加霜。

在八方人士大经商、在赶“海”的时候，中国文艺界却时有“狼来了”的声音传来：

全国16家电影制片厂，一半左右发生亏损，观众逐年下降，银幕已出现空前“片荒”。

已有36年历史的中央乐团近年来演出一年少于一年，身为中国“皇家乐团”的演员们怀着深深的失落感。一向以管理严格、人才辈出而著称的东方歌舞团，目前面临人才严重流失的危机。

中国画家在世界各国中是最多的，几年来创作了大量包涵东方文化神韵的上流作品，可是由于没有完善的美术市场，不得已形成了“大陆人画画，海外客挣钱”的情形。

大量艺术人才外流，大量表演剧团经济受窘。大陆歌坛风靡的是港台歌手，新加坡、港台电视连续剧更是一次次地把大陆观众牢牢抓住。

中国文艺界已是“狼烟四起”。

文艺要繁荣，需要文艺明星众志成城地推动发展，而现

在不少人却“下海”经商，势必荒了这“一亩三分自留地”，长此以往，本来就不景气的文艺，势必出现大滑坡。

喜者认为，商界亦需“精英”投入，明星“下海”，可能使文艺舞台上少一颗“星”，但是商场则多一员骁将，我们的市场体制还很不成熟，需要优秀人才涉足其中，这样也可以改善“生意人”的结构。同时，明星们通过经商致富了，也不会再埋怨“手术刀不如剃头刀”、“脑体倒挂”。

对于目前文艺界的现状，一味哀叹“难以为继”，消极坐等“政府扶持”，还不如“以商养艺”。

众说纷坛，人们褒贬抑扬，莫衷一是，谁对谁错，时间自会作出公正的胜负判断。

正当人们正在打这场“笔墨官司”之时，文艺界也出现了新的景观：

之一：在北京的舞台，出现了个体户的演出。这些演员不是专业演员“下海”后的个体户，而全部是劳动者个体户演员。

这是在北京京丰宾馆礼堂开幕的“全国首届个体劳动者文艺汇演”，规定不是个体户不能上台表演。

舞台，给了个体户。

之二：演戏搞推销。

排完戏，贴广告，寄买票。多少年来就这样过来的。

可是，等来等去，看戏的人却越来越少。

这时，宁夏话剧团借用了一种很时髦的推销手段：

开洽谈订货会，而且与整个艺术生产过程同步，排一出戏开几次会。

剧本有了构思，有了故事，先把“买主”请来，然后，讲

给他们听。

他们感兴趣，便开始接意图创作。

剧本完成后，又给“买主”读，求得认可后再投入排练。

排完后再开洽谈会正式“订货”。

这种方法居然产生了奇迹般的效果。

几个剧目上演后都过了百场。

而且，这个奇迹是在一块很贫瘠的土地上创造的——宁夏。在宁夏，本来许多农民连话剧是什么都不知道。

之三：北京，某四星级大饭店。

余音绕梁的《春江花月夜》。

人们或许会感到不解，这些曾经在世界性比赛中夺过大奖、在国际乐坛上屈指可数的音乐天才怎么会每晚在这普遍的晚宴上轻易露面，从“高山流水”到“下里巴人”？

一位笛子演奏家叹道：“大规模的正式演出一年轮不上几次，与其呆在团里，不如出来换换空气，也让咱这传统的严肃音乐发挥点经济效益。”

影坛商界“大姐大”刘晓庆

在

中国观众心目中，在世界影坛上，刘晓庆的名字如雷灌耳，在众多下海经商的明星中，最引人瞩目的灿烂之星，非刘晓庆莫属。

这位五次荣获金鸡奖和百花奖，享誉海内外的中国影坛“大姐大”，如今她却在商海中大显身手。

刘晓庆自 1978 年出演电影《小花》而扬名，到 1985 年第一次做制片兼主演拍《无情的情人》；自 1986 年在美国举办个人专场——“刘晓庆之夜”，到现在已举办 1000 多场演唱会；自 1980 年第一本自传