

锁定明星老板，盘点娱乐明星理财高手妙招；
借鉴成功经验，学习明星老板投资赚钱秘诀。

张 峰 / 编著

BUSINESS BIBLE OF CELEBRITIES 明星生意经

BUSINESS BIBLE OF CELEBRITIES 明星生意经

张 峰 / 编著



企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

明星生意经/张峰编著. -北京: 企业管理出版社, 2010. 5

ISBN 978 - 7 - 80255 - 560 - 0

I. ①明… II. ①张… III. ①商业经营 - 经验 - 中国
IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 082661 号

书 名: 明星生意经

作 者: 张 峰

责任编辑: 饶 丽

书 号: ISBN 978 - 7 - 80255 - 560 - 0

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68467871 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 香河县宏润印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米×240 毫米 16 开本 16.75 印张 221 千字

版 次: 2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前言

在普通百姓的眼里,影视娱乐明星们是社会的宠儿,他们衣着光鲜,珠光宝气,开着豪车,住着豪宅;他们拥有台前幕后的鲜花与掌声,身边总是围绕着光环与流言。

拂去表面的胭脂粉黛,其实,他们也是普普通通的公民,也有正常的平淡生活,也有追求财富的欲望与权利。我们可以清晰地看到,明星们创造财富的历史,正是改革开放 30 年来中国社会变迁的缩影,直接或间接地折射了社会的进步以及人们对待财富的观念。

上个世纪 80 年代其实并不遥远,那个时代的电影明星,艺术价值大于商业价值。他们的定位是演员,是艺术工作者;他们拍电影不拿片酬,只拿工资;他们对财富的追求会被认为是“拜金主义”。

当 16 家国有电影制片厂和国有艺术院团的垄断体制被冲破后,明星们褪去了“艺术工作者”的光环,除了从事影视文艺工作,他们有了另外一个身份——创业者。

明星的身份,无疑让他们省去了不少原始积累的麻烦,同时也带给了他们无数的眼球与人气。但上天总是公平的,有带来的,就有带不来的:比如对市场搏杀残酷性的认识,对商业理念的认知,日积月累的管理与营销经验,对财务知识的熟悉和运用。一旦明星们走上了独立创业的道路,脱离了原本擅长的领域,其实他们面临的问题与普通创业者并无二致。

从与草根创业者们抢地盘,到另辟蹊径、独树一帜;从开餐馆、酒店的“玩票”,到越来越多地进入专业化领域、高端行业。这一切,折射出资本门槛的提高,也折射出现代商业理念不断植入对中国创业者们的影响。此时,明星们才算是真正与草根拉开了差距,他们正在成为市场的主体、资本的新贵。

明星们追逐财富被社会唾弃的 80 年代早已渐行渐远。财富,正在成为助推中国文化娱乐产业市场化进程的原动力;明星,这个群体或许会在商业领域里有更大的用武之地。

编者

目录

前言

第一章 明星 30 年

——从文艺工作者到财富追求者的渐变

- 第一节 80 年代,明星“偷”走穴,谈论财富是耻辱 / 3
- 第二节 90 年代,明星“忙”下海,奔赴全民经商热潮 / 6
- 第三节 21 世纪,明星推动商业时代,形成财富产业链 / 10

第二章 明星生意经

——明星个人案例篇

- 第一节 “喜剧之王”周星驰——星爷要做商业大鳄 / 17
- 第二节 笑星朱时茂——淡出春晚舞台,商海搏击 / 24
- 第三节 “小品王”赵本山——从二人转演员到本山传媒集团掌门人 / 29
- 第四节 “跳水王子”田亮——从奥运冠军到亿万富翁 / 42
- 第五节 杨澜的阳光文化——商业模式与文化理想的完美结合 / 48
- 第六节 娱乐圈“大哥”成龙——财路广,生财有道 / 55
- 第七节 德云社郭德纲——传统曲艺复兴的商业化蜕变 / 62
- 第八节 “小巨人”姚明——明星球员到俱乐部老板的华丽转身 / 70
- 第九节 “综艺天王”吴宗宪——产业遍地开花,弃娱从商 / 78

- 第十节 “影后”刘嘉玲——不懂股票偏爱房产 / 84
- 第十一节 超级访问李静——从娱乐偶像到商业偶像的转变 / 88
- 第十二节 “帝王”张国立——当老板的实力派演员 / 97
- 第十三节 华谊兄弟王中军——潇洒投资的艺术家人 / 106
- 第十四节 “商业奇才”任泉——拍戏经商两不误的生活乐趣 / 116
- 第十五节 潮人陈冠希——自创品牌,从花花公子到商业狂人 / 121
- 第十六节 “小旋风”林志颖——“偶像老板”经商有道 / 127
- 第十七节 寻找周杰伦——亚洲小天王升格当老板 / 133
- 第十八节 “霹雳虎”吴奇隆——经营有道,生意兴隆 / 139
- 第十九节 时尚锋芒郭敬明——商业力量和明星效应的交融 / 144
- 第二十节 杜拉拉升职记——才女徐静蕾的财富故事 / 149
- 第二十一节 “情歌王子”张信哲——投资生意来源于兴趣 / 157

第三章 明星生意经

——传统行业篇

- 第一节 梁天的“东八区茶餐厅” / 169
- 第二节 方力钧的“茶马古道” / 172
- 第三节 孙悦的“平安天悦”饺子馆 / 174
- 第四节 孙楠的“北京都太国际连锁海鲜寿司自助” / 177
- 第五节 高明骏的“为人民服务”、“甲 21 号招待所” / 179
- 第六节 李丹阳的“丹阳食府” / 183

第四章 明星生意经

——股市风云篇

- 第一节 余秋雨——购买原始股 8 年赚上亿元 / 189

- 第二节 华谊群星——认购华谊股权瞬间变亿万富豪 / 192
- 第三节 暴富神话——陈好投资 ST 股 3 年赚 2 700 万 / 195
- 第四节 黄圣依——掌舵巨力影视,成亿万新贵 / 197
- 第五节 湘妹子汤灿——投身股海,跌就补仓 / 199
- 第六节 笑星郭冬临——股坛常青树 / 201
- 第七节 金融危机,明星炒股“各显神通” / 203

第五章 明星生意经

——新派女强人篇

- 第一节 李湘——从主持人到影视投资人 / 210
- 第二节 范冰冰——喜欢做“老板”的感觉 / 216
- 第三节 章子怡——完美经营自己的演艺之路 / 220
- 第四节 张靓颖——自立门户只为自己做主音乐梦 / 225
- 第五节 伊能静——童年时代的电影梦想 / 229

第六章 明星生意经

——时尚商业篇

- 第一节 潮人李晨——创业是顺理成章的事 / 234
- 第二节 隐忍的奢华——时尚马艳丽的高级服装定制 / 239
- 第三节 时尚刘孜——不是生意,是生活 / 243
- 第四节 自创服装潮流品牌的明星们 / 250

后记 / 257

第一章

明星 30 年 ——从文艺工作者到财富追求者的渐变

本章主要内容

第一节 80年代,明星“偷”走穴,谈论财富是耻辱

第二节 90年代,明星“忙”下海,奔赴全民经商热潮

第三节 21世纪,明星推动商业时代,形成财富产业链



第一节 80年代，明星“偷”走穴， 谈论财富是耻辱

明星“走穴”成风尚

“穴头”和“走穴”是上世纪80年代最引人注目的文化经济现象。

1978年后伴随经济的改革开放，海外家电产品大量涌入中国内地，打先锋的是盒式录音机和与之相配合的录音磁带，气势一时颇为迅猛。尤以邓丽君的流行歌曲盒带传播最广，其次有刘文正、凤飞飞、张帝等。当时，港台歌曲一度风靡全国。

上个世纪80年代末到90年代初，央视春节文艺晚会成了一个制造明星的机器，由此推动了大杂烩式的综艺晚会的火爆。内地一些聪明的文化人看到演出有利可图，于是就组织一些明星大腕儿到全国各地去“走穴”演出。上世纪80年代，和所有拿工资的普通中国人一样，演艺明星都是靠工资吃饭。工资低，因而演艺明星们热衷于走穴。这就使得“走穴”潮悄然兴起，大批年轻歌手相继加入“走穴”的行列。起初，参加“走穴”的流行歌手，大部分是民族歌手或戏曲演员出身，他们仗着扎实的演唱功底，转行唱流行歌，带动流行音乐在中国大陆风靡一时。那时的“走穴”歌手也有“粉丝”，很多观众一个地方接着一个地方地追着看，还有不少追随者买了香烟、饮料，到后台送给自己喜爱的歌手。

刘晓庆曾在其一篇博客中披露了自己早期当演员的艰辛生活，1983年，她拍摄电影《火烧圆明园》、《垂帘听政》的时候，没有足够的钱吃饭，她羞恼得大哭了一场，从那以后，刘晓庆开始了“走穴”。她工资以外的第一笔钱就是“走穴”得来的。她已经记不清第一次有人请她演出是什么时候，但她清楚地记得对方开价两块钱一场。她算了算，这样的演出，一天演五六场，演几天就比工资高。她决定去演，演出内容多是朗

诵，或者演电影片断。从开始两块钱一场，逐渐涨到每场20块、50块、100块……

刘晓庆这样的明星无疑是台柱子，每场“走穴”必须有一个像她这样的明星，压轴出场，拿的钱自然最多。早期，国有体制内的演员是不能“走穴”的。如果被同事发现，会被看作是拜金主义分子和投机分子；被领导发现，动辄罚款，严重的要开除。

主持人孙国庆是学古典音乐出身，毕业后被分配到国有院团拉大提琴。院团不让穿喇叭裤，不让烫头发，不让唱流行歌曲。在音乐界小有名气之后，孙国庆开始偷偷“走穴”。他回忆：“一般穴头通知在北京站的西钟楼见，到了那儿，才知道这场演出都有谁一起去。还有的穴头更绝，不告诉你去哪儿，大家下了车才知道去东北佳木斯。穴头为了省钱，租住的地方女的睡床上，男的睡地下。”

随着越来越多的人加入到“走穴”行列，1984年中国第一次出现“走穴”浪潮。

“走穴”没有合同，没有保障，但它带给明星最直接的是金钱刺激。穴头在后台直接发钱。很多明星后来坦言，“走穴”让他们赚到了人生的第一桶金。

1987年，文化部、公安部、国家工商行政管理局发布了《关于改进舞会管理的通知》，正式认可营业性舞会等文化娱乐经营性活动。“走穴”不再是演艺明星偷偷摸摸的赚钱行为，明星的临时演出场所也开始转变为歌舞厅，在里面进行演艺表演。

纳税问题困扰，“走穴”淡出历史

“走穴”让明星们迅速致富，在社会上成为了一个高收入阶层。但“走穴”带来的问题也不少，如演职员私演私分、偷税漏税，穴头索要高价、牟取暴利、演出质量差等。其中，偷税漏税最为人诟病。“走穴”曾经一时成了偷税漏税的代名词。

1980年代，艺人在国家体制之外纷纷到各地“走穴”。而“走穴”是未经政府文化行政管理部门批准，未经文化、工商行政管理部门注册登记

的，是不具备法人资格的私人经营的营业性演出，属违法行为。因此包括明星在内的许多艺人大肆偷税漏税，触犯了法律。

1989年，年仅26岁的毛阿敏经历了第一次“税案风波”。据《哈尔滨晚报》报道，毛阿敏在黑龙江演出5天，赚了6万，却偷税漏税近4万。1996年，毛阿敏再度因偷税被税务机关立案查处。

国家税务总局1998年9月底宣布的调查数据显示，毛阿敏自1994年1月至1996年3月期间，在我国内地13个省的109场演出中，共获取收入471.11万元。在已完成调查工作并确认有违法行为的65场演出中，少缴税款106.08万元。

在巨大的舆论压力下，毛阿敏曾先后两次自杀。最后，毛阿敏选择出国逃避。

其后，刘晓庆因偷税漏税而入狱，更是轰动一时。

1997年，文化部发布的《营业性演出管理条例》明确了演出主体单位，对演出的主体单位实行经营许可证制度，演出经纪机构逐渐取代了“穴头”，“穴头”就从这个市场上淡出了。

第二节 90 年代，明星“忙”下海， 奔赴全民经商热潮

90 年代，中国人都很忙碌，而社会名人们忙于“下海”从商，则构成了一片独特的“风景线”。

那个年代的中国，在表面的安静和克制下，已然涌动着商业的欲望和无序的骚动。当那些拥有常人无法企及的资源，却依然被禁锢在体制内的演艺明星们，洞察到这种欲望和骚动的时候，他们选择了创业。只可惜，他们的生意模式往往太过简单。在这个时期创业的明星，80% 都以失败告终。有人甚至由此而断言，艺人“下海”经商十有八九不会成功。

现在看来，身为明星，如果说他们的本行是“演艺”，那么“下海”、“经商”于他们而言就相当于是一种“赚外快”的方式。这并不足为奇，因为明星虽然风光一时，但吃的是青春饭，不仅要趁年轻、人红时多赚银子，还得学着钱生钱、利滚利地生生不息。所以，大多数明星都会跻身商海，兼职各行各业。

刘晓庆的“下海”在众多明星中可谓开风气之先。“我认为电影演员只是一种职业，而不是一桩事业。”1990 年代初期，名人刘晓庆在发出这样的观点后，毅然跳入商海。当年，很多记者采访刘晓庆时都质问：“做了生意，开了公司后，你还能拍好戏吗？”

在这一时期，刘晓庆同时涉足房地产、影视、食品、美容保健等多个领域，几年时间办起了二十多家公司。

大导演谢晋早先领衔创办过巨星影业公司，几年之后，他又重整旗鼓，挂帅“谢晋影视公司”。

周洁卸下《杨贵妃》的浓妆，粉墨登场在另一片“舞台”上。她在上

海浦东长大，自然也不忘记投身浦东开发这一热潮。1993年，由她的名字命名的“周洁精品屋”隆重推出。

艺界名星“下海”都对自己的知名度抱着一种希望。不少人“下海”都不会忽略这一笔财富，于是，在公司之前冠上自己名字是一法，以自己的成名作命名又是一法。

文艺界还有一则有趣的“下海”现象，是两位“林妹妹”走出《红楼梦》，投身商潮。第一位“林妹妹”是著名的越剧演员王文娟，曾经她坐镇上海久久文化艺术公司浦东经营部。谁也不会想到这位看上去体弱多病的“林妹妹”，在退休之后，也会到商场上搏一回。有人说这一切离不开她的夫君的撑腰。的确，公司开张之际，她的丈夫、电影表演艺术家孙道临泼墨挥毫，题了4个大字“志宏、财义”，除了题字勉励之外，想必这位“非常大总统”在幕后也会鼎力相助的。

第二位“林妹妹”是影视演员陈晓旭。电视连续剧《红楼梦》使陈晓旭一举走红，但是这之后她失踪了。后来她又回来了，不过，不是回到影视界，而是加盟长城国际影视广告有限公司，担任了公司的制作总部经理，在后来又自立门户成立了自己的广告公司并且做得有声有色。有意思的是，当年的“林妹妹”，成了商场上一位指挥众多人马的“陈经理”、“陈老板”。

你下海，他下海，一段时间里，文艺界众“星”捧“商”，不亦乐乎。上海某演员剧团，总共才20来人，但是，有一阵子，据说有15人筹划着办公司做“老板”，占2/3强。后来，果然又冒出了10多位“经理”，还有3位是“总经理”。团长有时想招呼人，连个影子都捉不到。

1997年，文化部发布《营业性演出管理条例》，明确了演出主体单位，对演出的主体单位实行经营许可证制度，演出经纪机构取代了灰色名词“穴头”，而“走穴”脱胎换骨为商业性演出，明星们从此无需遮掩。

后来，有线电视渐渐取代无线，老百姓可收看的电视节目从十几套增加到几十套，电视剧市场竞争变得激烈，靠出演电视剧走红的演员越来越

多，拿到的片酬也越来越高。

赵薇无疑是电视造星的代表人物。1997年，凭借《还珠格格》小燕子一角，尚未从北京电影学院毕业的赵薇风靡两岸三地，拍广告、接商演、出唱片。赵薇是内地第一个有“粉丝”的演员。“粉丝”代表市场，可以说，她是那个年代唯一通过演戏赚翻了的艺人。

影视娱乐业逐渐进入商业时代，人们不再把演员、歌手称为“艺术工作者”，而冠以“明星”、“偶像”。像赵薇这样有粉丝的“当红炸子鸡”，迅速形成了一个财富的产业链。

很快，明星们意识到，通过做生意，可以贩卖名气和人脉，把无形资产迅速转化为有形财富。

这一时期，梁天和葛优及谢园开办“好莱西影视公司”；方青卓和冯巩、牛振华联手，在阜城门的一间简陋的办公楼办起了“北京君合文化艺术有限责任公司”；朱时茂的“北京泛太平洋文化娱乐公司”在拍摄了《胡雪岩》后，一时被当作明星办公的范例。

歌手孙悦的东北饺子馆，那英的肥牛火锅店，任泉的蜀地传说在京城陆续开张。每一家餐馆都悬挂着同样的“镇店之宝”：明星老板和圈内好友的合影。一位圈内经纪人告诉记者：“餐馆和美容院是明星们相对熟悉的行业，一来投资少，可以通过名气聚拢人气；二来圈内朋友可以多一个聚会的地方。”

也有明星办学校的，比较知名的有谢晋的恒通影视学校，田华的艺术学校，人艺蓝天野兄弟的艺术学校，吕丽萍的北京群星艺术学校。

也是这个时期，一直在外游荡的“个体户”申军谊被“招安”，转投一家民营公司。公司的老板告诉他：“你是明星，可以提升公司的名气。”

演艺圈竞争激烈，明星表面风光，但内心很自卑。社会称他们为暴发户，明星心理处于弱势，希望通过办公司，开辟第二职业，为未来寻找出路。但经济大海的舞台毕竟与艺术表演舞台大不一样。这里海阔天空，惊涛拍岸。你是个幸运者，善于驾驭航船，就鼓起风帆，能直驶胜利的彼

岸，钱财自然滚滚而来，可是商海又有变幻莫测的特性，暗礁重重，一旦巨浪掀起，汹涌澎湃，也会令你处于翻船覆身的险境。明星在八九十年代开公司，80%都是失败的。失败的原因有两种，一种是明星无暇顾及经营，或不懂经营；另一种情况是，明星开店本身贩卖的是知名度，一旦知名度下滑，就导致资金链断裂。而且，很多明星都是以一种非理性的心态涉足市场。



第三节 21 世纪，明星推动商业时代， 形成财富产业链

2000 年，在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中，第一次提到“文化产业”这一概念。这无疑是一个重大的信号：过去，文化的属性是纯粹的意识形态，是喉舌，是阵地，是教育手段；“文化产业”一词的提出，标志着官方承认了“文化”有娱乐属性、商品属性，是市场经济的组成部分。

2001 年，在中国正式加入 WTO 后，文化市场进一步放开。2004 年，《电影企业经营资格准入暂行规定》第一次提出社会资本可以成立电影制片公司和电影技术公司。

2002 年 4 月，国务院发布《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》，规定了非公有资本和外资进入文化产业领域的范围和原则，鼓励非公有资本进入文化产业。

至此，国有院团和 16 家国有电影制片厂一统天下的体制被彻底打破。

这一时期，民营影视公司如雨后春笋般出现：新画面影业、华谊兄弟、光线传媒、橙天娱乐……

接踵而来的便是民营资本对明星的依赖，很多公司都选择以明星为突破口搭建产业链：华谊兄弟和新画面影视，背靠两个明星导演冯小刚和张艺谋，打造贺岁片，进而捧出一系列明星；光线传媒通过制作娱乐节目，让明星成为“新闻主体”；橙天则以明星为经营资源，笼络陈道明等大腕，一举成为国内最强势的艺人经纪公司。

民营资本的介入，将明星们的艺术价值最大可能地转化为商业价值，在满足市场需要的同时，使得公司和明星本人也获得了丰厚的商业回报。

商业化的结果，是体制外的明星越来越多。演员黄磊是北京电影学院