

黄斌版
“说3年”黄晓明经纪人黄斌
首度畅谈合伙心路

黄斌(两图左)与黄晓明合作三年,堪称一对“热血小伙伴”。

9月28日晚,黄晓明在金鸡奖领奖台上,捧着影帝的奖杯说:“其实我是一个演员。”这句台词道尽他三年来的种种不易。彼时,他的经纪人黄斌坐在台下,看似平静,实则感慨万千。作为被黄晓明在致辞中特意感谢的小伙伴,“影帝”这座奖杯,在黄斌心目中的分量,并不亚于黄晓明。他在接受记者采访时有点不好意思地说:“金鸡奖之后的那个晚上,我大哭了一场,把我们这三年的种种艰难、委屈、不容易全哭出来了。”

这对小伙伴不约而同地说到,三年前那句著名的广告语“我不是演技派”并不只是自嘲,还是一个赌注。用黄斌的话说:“晓明说出那句话的那天,就是为了以后站在别人面前说,其实我是一个演员。这句广告语是我们下的一个赌注。如果我们做不到,那就真的仅仅是个自嘲。如果我们做到了,自嘲就变成了一种承诺,一个发愿。”但他们都没想到,从“我不是演技派”到“我是一个演员”,中间只用了短短三年的时间。

1 结缘

“黄晓明是一个想拥有一个王国的男人”

在没有成为黄晓明的经纪人之前,80后的黄斌已经是业内颇有锋芒的制片人和电影营销策划人,拥有自己的工作室。他曾负责陈凯歌导演的电影《无极》的宣传营销工

作,2009年他担任制片人的第一部电影——王小帅导演的《左右》就拿下柏林电影节的银熊奖。之后又担任电影《赵氏孤儿》的执行制片人。他和黄晓明的缘分正是始于《赵氏孤儿》。

“当时晓明处于比较迷茫的时期,他之前拥有很多荣耀,但突然之间出现很多事,又刚刚离开华谊这个温暖集体开始单飞。”在这种状态下,黄晓明主动找上黄斌,希望能有更深度的合作。“他知道我在做宣传这件事上是有口皆碑的,这恰好是他的短板。更重要的是,他希望在电影方面有所作为。”黄斌说。

而对于一个电影发烧友来说,从制片人转去做经纪人并不是一个很轻易的选择。如果选择跟着黄晓明,他短期内都不太可能再有分心做电影项目。最后促使他做出选择的,是黄晓明的上进心,或者说野心——第一次聊天时,黄晓明对黄斌说:我想做的是一个品牌,而非单纯的艺人。“晓明哥身上有种野心,他是一个想拥有一个王国的男人。”这一点,让热血青年黄斌感觉到震撼。

“保姆式的经纪人不适合我,但如果他想把自己当品牌,我有兴趣。所以说,我们俩之间既是缘分,又是各自需求的重组。”

就这样,两位热血小伙伴一拍即合。2010年1月,黄斌和黄晓明正式成为娱乐圈的“合伙人”。

2 出击

“用‘我不是演技派’让人看到态度”

所有人都以为,成为黄晓明的经纪人后,黄斌会做的第一件事就是危机公关,帮他从中媒体和大众中挽回舆论阵地。出乎意料的是,他却并没有着急做这件事。在他看来,“宣传最重要不是不停发稿,不停做,而是碰到机会。我们一直在等这个机会”。

凡客广告就是他们等来的第一个机会。

当时,凡客找上黄晓明做形象代言。经过反复讨论,他们共同商定后来传播甚广的“我不是演技派”的广告文案,还拍了一个用《愤怒的公牛》做广告曲的广告。“为什么接这个广告,并不是为了赚钱,而是希望通过广告商的推广,帮艺人做形象推广,让大家看到黄晓明的态度和温度。这两样东西也是之前晓明哥最缺的。”广告引起的反响之大,争议之大,其实都在他们意料之中,“对我们来说,有争议是好事。”在接手黄晓明的业务后,黄斌做了个样本分析,在他看来,黄晓明是最好的偶像范本。“偶像是什么?就是那种能让大家陪他一起成长的人,能让人想要去感受到他的体温,他的冷暖。广告在自嘲的过程中,也有他的失落——失落才是这个广告的情绪。”黄斌说。

时隔三年回头看,两位小伙伴联手的第一击,让黄斌最感动的其实是黄晓明无限信任他的态度。说到这里,黄斌脱口而出:“黄晓明不成功,天理不容。在目前的中国社会里,他有些特别牛逼的特质,比如当他开始和我合作后,就选择无限地信任我。当然,他也相信自己就算再碰到几个挫折也能挺过去。”正是这种信任感和冒险精神的结合,让他们做成了这个案例。“如果你犹豫三分,我犹豫三分,事情就变成一分了。”

黄斌

3 突围

“我们要成为偶像派中的实力派,实力派中的偶像派”

对于一个演员来说,最有说服力的东西还是作品。而当时摆在黄斌面前最让人尴尬的现状是:因为前两年各种风波的耽搁,加上没有很好规划,黄晓明在他接手前拍摄的电影《神奇》《一场风花雪月的事》都没能在当年上映。“2010年一整年没有任何作品(包括电影和电视剧)上画。这是我当时面临的最大危机。”接下来很长一段时间,黄斌让黄晓明通过广告、颁奖礼维持很高的曝光率,与此同时,帮他接下大量片约。

关于黄晓明,黄斌的定位是“全民偶像、大众情人”。“我们首先把自己定位为‘偶像’,但我们要成为偶像派中的实力派,实力派中的偶像派。”相比起之前的角色,黄晓明在这三年中刻意尝试了各种不同的角色,从《匹夫》中的大当家,到《血滴子》中的天狼,《中国合伙人》的成东青,再到他刚刚拍摄完成的新片《暴疯语》,他努力地向大家展示和固有形象不同的各种面向。

“一个演员不该固定在一个戏路,如果永远拍甜甜蜜蜜的爱情片,永远装帅摆酷,那就完了。这三年做的另一个努力是打破青春饭的魔咒,希望挖掘黄晓明的不同面。他时而能成为天狼,时而是心理医生,这样他就可以红二十年三十年。”黄斌说。

和黄斌合作后,黄晓明接拍的第一部电影是杨树鹏导演的《匹夫》,在片中饰演土匪头子“大当家”,留起胡子扛起枪,扒下外衣大秀肌肉。为了拍摄这部片,他连吃了数个月的白水煮鸡肉练就一身肌肉,为了演出狂野邈邈说一不二的土匪头子吃尽苦头。“我希望能通过和杨树鹏合作,让晓明把偶像的包袱卸下来。杨树鹏是非

科班出身,他心中无规则,但晓明拍了那么多戏,他身上规则太多,我就是希望这样的导演能破一破他身上的程式。”黄斌这样解释自己坚持让黄晓明出演该片的初衷。

这次,事情的发展并不像他们预期得那么顺利。《匹夫》最后无论在口碑还是票房,都不尽如人意。黄斌说:“当票房出来时,我其实不太敢面对晓明的目光。我们为了《匹夫》推掉了好几部商业大片,后来票房都比《匹夫》好。”虽然从一开始,黄晓明就表示接拍这部片是为了支持新导演,但业内所有人都知道,杨树鹏导演的第一部电影《我的唐朝兄弟》,黄斌就是制片人之一。一时间,针对黄斌的争议声四起。晓明却并没有因此而责怪黄斌。《匹夫》的失利,说没有后悔都是骗人的,我悔得肠子都青了!所有人都觉得是我逼着晓明去演,我也感激他的无限信任。”黄斌说。

其实,对待《匹夫》的失利,黄晓明远没有黄斌这么纠结。他在接受采访时说:“我们事先永远都不知道结果是怎样,只能尽量去试试。”

奇妙的是,后来陈可辛找到黄晓明出演《中国合伙人》时告诉他,就是因为看了《匹夫》,看到不一样的晓明。“在这处播下的种子,在那处开出了繁盛的花朵,这就是时间的魅力。”黄斌感慨道,“每次选择都是不可逆的。我们也是因为这些选择才变成今天的我们。现在回过头想,《匹夫》是一个起点,是一个百变黄晓明的起点。”

从《匹夫》、《血滴子》、《中国合伙人》到还没上映的《无问西东》、《新白发魔女传》、《暴疯语》,黄晓明三年里连拍六部电影。

4 回归

“通过电视节目接地气,晓明本身就是能接地气的人”

除了在大银幕上发力,黄晓明在这三年也开始回归电视。从《岳飞》到《中国梦之声》,这位从电视剧中走出来的“当红小生”再度回归小荧屏。有人说他是因为担心人气不行,为了“吸粉”,也有人质疑他自降身价。毕竟在大多数人的概念中,对于转战大银幕的明星来说,电影才是身价的象征。

黄斌则开宗明义地说:“参加《中国梦之声》,拍电视剧《岳飞》,主要目的都不是‘吸粉’。而是基于对黄晓明的定位,他不是那种只能做奢侈品的明星,他可以国际化,也可以老少咸宜。晓明是和赵薇同一类的明星,很有亲和力。这和他的性格有关。”对他们而言,《岳飞》其实是碰上了好的题材,但即使没碰上《岳飞》,根据他们的计划,晚个一年半载,黄晓明也会回来拍电视剧,前提是找到合适的题材。

《中国梦之声》反而是他们最难作选择的一个项目。“晓明一开始有犹豫。”黄斌回忆,接下《中国梦之声》前,公司开了个会,99%的人都不同意,大家反对的意见主要在于,晓明不是个善于表达的人,也不是个音乐人,还有些其他的大牌明星做了节目后争议很大,大家觉得没有信

心。黄斌当时没表态,但态度很明确,希望晓明接。他是从很商务的角度去考量这件事的:“第一,东方卫视会集合全台的资源把这个节目打造好;第二,我是上海人,能在沟通上取得便利,对节目有足够的控制力;第三,电视是我们特别需要的手段,要通过电视接地气,而且最关键的是,晓明是个能接地气的人。他内心深处有很多草根情结,只要把他天性的东西表现出来,就OK。”后来,《中国梦之声》取得很好的口碑和反响,黄晓明的粉丝数量也因此剧增,黄斌笑说:“而且多了各个年龄层次的粉丝。说明他的群众基础加深了。”

每次回忆起这些难以选择的瞬间,黄斌总是很感动于黄晓明在关键时刻对他的全盘信任。

“他身上有特别好的部分,就是他足够开放。如果一个艺人封闭自己,不愿意做改变,把自己架得很高,你就很难介入。但黄晓明本人是个能低得下来的人,低得下来的人就有很多人能帮助他。有一次我们拍广告,有人对我说,为什么愿意帮助黄晓明,因为他姿态很低。这也是他能成功的原因。这个圈子有太多牛逼哄哄的人,但太少人能在成功了以后还保持谦和。”

5 蓝图

“我们还有很多王国的梦想”

从结果论的角度来看,金鸡奖影帝可以算是这对“娱乐圈合伙人”所取得的一个阶段性成果。

但相比起一座奖杯,黄斌更看重的是黄晓明这个品牌价值,黄斌开玩笑地将自己比喻为一个产品经理,而黄晓明就是一个娱乐营销的品牌。除了接戏、上节目,他鼓励晓明在公众平台上发声,在微博上连载“土鳖黄语录”、“钢钉侠日记”等,“润物细无声”地传达自己的品牌精神。

他说,品牌最重要的就是精神含义。“把‘不是演技派’变成‘金鸡影帝’的人,这就是品牌。今天很多人说黄晓明励志、温暖、勤奋,正是因为他经历过那么多的低谷,又爬了起来。有些东西是量变到质变,这是我们的过程。”

黄晓明交游广阔,接收到的信息十分芜杂,作为他的小伙伴,黄斌做的一件重要的事情就是让他不要听那么多声音。“我们很专注地去做一些事情。在互联网上有七个字口诀,我们一直在运用,那就是:专注、极致、口碑、快。”

艺人和经纪人的关系其实很像情侣,亲密而微妙。这三年来,外界对于两位小伙伴的关系的揣测和流言不断。谈到两人的关系,黄斌说:“小分歧不断,大分歧没有。”

他们有共同的目标,那就是他们第一次聊天就聊到热血沸腾的“王国梦想”。“晓明有很多王国的梦想。我们买了些小说的版权,开发剧本,也会做独立制片工作室。在大的方向上,我们的目标是一致的。”