

從吳亦凡到張哲瀚事件：扒開娛樂圈的“遮羞布”

最近打開手機，各種娛樂圈“猛料”充斥著屏幕，吸引了一大堆“吃瓜群眾”。從吳亦凡、霍尊到近期的張哲瀚事件，讓更多人意識到，這些負面事件並非個案，或許還有更多不為人知的事情依然存在。

這些負面事件，除了讓藝人本身的事業和生活受到影響，或涉及退圈（退出娛樂圈），或涉及承擔法律責任等，更是扒開了娛樂圈長期以來的畸形合作模式和太多灰色收益鏈條的秘密。

由於娛樂圈負面事件密集發生，相關行業協會和一些機構也開始注重藝人的藝德培訓，對於一些劣迹藝人進行抵制。而那些原本主要祇看數據流量的商家，在經歷了這一輪明星“塌房”（形象崩塌）和經濟損失後，也開始慎重選擇合作對象，對於合作藝人的品行考量成爲一項重要衡量標準。

走紅靠演技還是靠資源？

坐在記者對面，顧小美看起來年輕漂亮，身材骨感，臉也很小，這是標準的上鏡形象，可謂是“老天爺賞飯吃”。顧小美是藝術類院校表演專業科班出身的演員，但是她從幾年前就開始逐步退圈了。

“我覺得我在娛樂圈是沒有什麼出頭機會的。我不懷疑我自己的樣貌和演技，但是我没有辦法獲得更多資源。在這個圈子裏，如果你要出名，那麼就得有好的作品或流量，作品就是你需獲得角色，尤其是優質作品的優質角色。或者你擁有非常龐大的粉絲基礎，流量極高。而要擁有優質作品或流量明星的地位，你背後必須要有資源支持，包括資金的投入和人脈支持，否則你很可能永遠祇能是配角，甚至僅僅是跑龍套。”顧小美對記者說，自己雖然是90後，但很快就接近30歲了，如今依然是籍籍無名，作爲一個女演員，她在演藝圈應該不會有什麼起色了，幾年前自己已經意識到這個問題，所以逐步退圈了。

像顧小美這樣的演員很多，每年藝術類院校畢業的俊男美女不在少數，其中不乏有演技不錯的，但是最後能“出得來”的明星占比非常低。

“原因很簡單，因爲機會是有限的，你很漂亮，我很美麗，我們也都有演技，那麼就看誰有‘本事’拿下這些機會。這個‘本事’是具有綜合因素的，包括了你本身的業務能力、形象氣質、背後資源方支持和人脈關係等。多年前的演藝圈‘潛規則’風波就是如此，那位女演員在沒有其他資源支持的情況下，祇能以被‘潛規則’來獲取影視劇的出演機會。所以很多藝人從一開始就需要有背後的資源支持，首先就是資金支持，俗稱‘金主’，比如你選秀、出道、宣傳等都需要投入資金，給你維持熱度，包括之前很多選秀節目的打榜投票，都需要宣發。而積累粉絲也是一個‘燒錢’的過程，等你粉絲達到一定數量了，你才可以運作粉絲經濟，吃到流量的紅利。”同樣是表演專業出身的吳珍妮對記者透露。

吳珍妮和顧小美的長相、身材看起來非常“同款”，瘦削而漂亮，而吳珍妮和顧小美的選擇也差不多——退圈。坐在記者面前，吳珍妮很淡定地喝了一口咖啡，然後自嘲地說：“我幾年前還演過一個大制作電影的配角，和我搭戲的是個大明星，他演江湖大哥，我演他身邊的一個情人，就那麼幾場戲。我後來的一些作品就連配角都算不上，甚至你在演員表都不一定看得到我的名字。我很清楚，我没有什麼背後資金方，當然拿不到什麼重要角色，所以我覺得與其消耗青春，還不如趕緊轉行。”如今的吳珍妮自己經營一家傳媒公關公司，雖然辛苦，但她覺得生活得很踏實。

光有“金主”，或許還不足够，有些機會還得有人脈因素。比如

在演藝圈一直流傳的“京圈”或其他圈子。要進入這些圈子，必須要有可以帶領藝人入門的人，這就需要藝人和背後投資方一起去建立人脈關係。

“要獲得人脈，你就要加入這些圈子，從吃飯喝酒開始，到一些活動，如果你不參加，那你就無法融入這些圈子，機會也就不會屬於你。我在劇組拍戲時，也收到過一些還頗有名氣的演員邀約，請我參加一些他們的飯局或活動，我去過幾次後發現，我真的難以接受，我也很清楚，我如果不接受這些社交活動，也就不能打入他們的圈子。我没有金主，也没有人脈，所以我才會決定退圈，早點改行做點別的，或許還有其他發展機會。”顧小美對記者無奈地說。

“我在劇組工作過一段時間，一個角色有時可能有50個候選人爭奪，可以看到很多不大不小的角色是因爲人脈關係而塞進劇組的。比如有一部劇，男主角和女主角的一場戲NG了很多次，導演就發怒了，但是不尋常的是，男主角頗有一點名氣，女主角毫無知名度，而且主要是女主角笑場造成的NG，結果導演一個勁地祇罵男主角，却一句話也不說女主角。後來我才知道，因爲女主角是帶資進組的，背後還有人脈關係。”何雪曾經擔任劇組的現場工作多年，她告訴記者，這種依靠人脈的事情在圈內舉不勝舉，她自己很看不慣這種風氣，所以後來轉行了。

那麼在娛樂圈就沒有相對公平的機會嗎？當然有，比如正午陽光所出品的影視劇，其選角基本以演員的業務能力爲主，演員熱依扎在爭取《山海情》角色時，流量名氣都不如其他女演員，熱依扎當時還要帶着嗷嗷待哺的孩子進組，但導演認爲熱依扎的業務能力是最適合出演的，於是堅決地定了熱依扎。但像這樣完全看業務能力的劇組并不多。此外，根據不少演員透露，如果不是要做流量明星，而祇是把演藝作爲一份工作，那還是會獲得一些機會的，祇是這些機會比較普通，很難讓人走紅，收入也很一般，甚至沒有戲演的時候，收入可能爲零。偶爾也有像丁真這樣“天上掉餡餅”的爆紅，但這樣的概率極小。

流量明星與經濟效益

既然要打造一個流量明星，背後需要資本方、人脈圈等支持，耗費了大量的資源，那麼一旦這個流量明星走紅，則該明星必須肩負起回本并賺大錢的重擔。

有業內人士透露，正因爲打造一個流量明星的成本很高，所以成名後，這些明星開出的片酬價格也會更高，以此來達成投資回報率。此外，互聯網時代，流量是一個重要指標，很多商家在選擇代言合作、綜藝節目組在邀請嘉賓、劇組在選擇演員的時候，都會看流量數據，有時爲了獲得一個頂流明星的加盟，節目組和劇組動輒開出數千萬元的天價，這一方面是由于頂流明星的價碼本來就很高，另一方面則是開出高價獲得頂流明星參與後，節目組和劇組可以開出更高的招商價格去吸引商家投放。於是圈內的天價片酬“水漲船高”，這才有了此前鄭爽這類演員被指逾億元的片酬風波。

數千萬元的片酬在圈內不在少數。有一位綜藝節目組的工作人員對記者透露，如果邀請藝人，就要看幾個要素，包括有沒有綜藝感、是不是有巨大的粉絲基礎、整體流量數據等，一旦被認爲是適合的人選，則節目組就算花費上千萬元的價格也要簽下這個藝人，因爲後期的節目收視和點擊量、商業資源等都要靠這個流量明星。而劇組的商業邏輯也是如此。

“從演員的角度而言，走紅後，他們會覺得綜藝節目更好賺錢，畢竟一部影視劇總要耗費數月的時間去拍攝，如果要演好，還需要體



驗生活，代入情緒等，很是費神。但綜藝節目或廣告商業代言則比較輕鬆，尤其是廣告，可能幾天就拍完了，性價比很高。”長期經營娛樂整合公關業務的從業者張杰煜對記者表示。

即便是一些知名度不高的藝人，祇要其經紀公司還能花費一些成本，打造還算可觀的流量數據，也可以“撈一把”。記者多方採訪了解到，比如小有一點名氣的藝人，隨便轉發一個微博的商業廣告，至少也是20多萬~30多萬元的價碼，一些商業代言的表演，開價在數十萬元一場。如果達到二線演員左右的地位，則這類合作的商業價格基本可達百萬元級別。

“資本、人脈關係等過分的介入，使流量明星有了報天價的底氣，很多劇方或節目組并不注重演技和藝術水平，僅僅就是看粉絲量，看招商效果等，造成很多流量明星根本記不住臺詞，甚至還有流量明星不到現場拍攝，祇靠摳圖來做後期。這些都嚴重影響了作品的質量，也助長了天價片酬的不健康發展。”上海交通大學媒體與傳播學院副教授邵奇對記者分析。

超乎想象的高收入，讓一部分當紅藝人開始飄飄然。從吳亦凡、霍尊到如今的張哲瀚事件，在業界看來，說到底都是畸形的高收益之下，讓這些藝人過于忘乎所以，然後缺乏對於自身的管理。

“有了名利後，流量明星就可以接觸到更多的資源，就好像馬太效應一樣，加上這幾年所謂的偶像養成、粉絲參與感加強，粉絲經濟崛起，各類灰色收益比如粉絲爲明星集資等越來越多，讓流量明星更會飄起來。于是部分當紅藝人就會去做一些過于放縱的事情，因爲他們覺得自己有這樣的資本，即便出了事情，背後資本方和人脈圈應該也會出手解決。這就使得一些當紅藝人越來越放鬆警惕，絲毫不做自身管理，甚至對合作方態度也很傲慢。要知道，各家藝人都是在爭奪資源和機會的，有些過于飄的藝人不僅自己容易犯錯，同時也容易得罪人，其樹敵後，對家會去挖掘這個傲慢藝人的黑料，一旦曝光這些黑料，那麼這個流量明星就麻煩了。”張杰煜對記者說道。

藝人的嚴于律己不僅僅是在走紅後，即便是籍籍無名時，也應該做好自身管理，畢竟這是一份具有公衆傳播屬性的工作。張哲瀚事件就反映了他缺乏管理，有些地方他根本不應該去，而他不僅去了，還公開曬出照片，這些都是非常不當的行爲。

“不懂得自我管理的藝人，很容易被對家抓到錯處，現在是互聯網時代，黑料被揭開後的傳播速度極快，如果是非常致命的問題，那這個流量明星就慘了。在很多明星工作室，他們都有專門買熱搜和壓熱搜的業務，需要曝光度的時候就買熱搜上去，如果遇到黑料就得壓，當然也包括一些黑對手的事情。可如果藝人所犯的錯實在太

嚴重且證據確鑿，那麼無論如何也壓不住的。比如鄭爽、吳亦凡、霍尊和張哲瀚的風波，怎麼也不可能完全洗白。”張杰煜透露。

很多事情都猶如“雙刃劍”，不出事時，流量明星給合作方帶來的是巨額利益，一旦出事，則合作方也會被直接牽連，經濟損失巨大。

公開信息顯示，截至2021年6月，吳亦凡合作代言的商家包括路易威登、寶格麗、歐萊雅男士、滋源、得寶、立白、樂堡啤酒、蘭蔻、韓束面膜、保時捷、康師傅冰紅茶、華帝、騰訊視頻和王者榮耀等。吳亦凡出事後，上述品牌全部解約，騰訊平臺終止與其合作，且不少商家還在向吳亦凡公司方面索賠，吳亦凡風波甚至拖累了部分上市公司的股價。最慘的就是騰訊S+級的巨制《青簪行》，該劇出品方是企鵝影視、新麗電視、鳳凰聯動影業，主演分別是吳亦凡和楊紫。有消息稱，《青簪行》的投資金額或可達6億元，如今該劇難以播出，所有投資相當于打水漂，如果要播出則必須更換男主角，這又是一大筆費用。

當季實力帶貨明星爲王一博、肖戰、龔俊、張哲瀚和趙露思，因《山河令》嶄露頭角的龔俊和張哲瀚，在二季度的帶貨排名還在不斷上升，團隊迅速反應進行品牌收割，商務合作頻繁，加上粉絲購買熱情高，推動兩人商業價值的提升。就二季度數據來看，90後明星中以王一博、肖戰、張哲瀚和龔俊的“四大流量”帶貨陣營已逐步形成。然而，張哲瀚發生負面事件後，其代言的包含輕奢、美妝個護、日用食品等幾十個品牌接連宣布與其終止合作。8月13日，淘寶官宣張哲瀚不再擔任官方能量官，至此，張哲瀚的代言合作全部終止。第一財經記者登錄優酷平臺發現，張哲瀚的代表作品《山河令》近日已下架。企查查顯示，張哲瀚名下共有5家企業，其中4家注銷、1家在業，在業公司全稱爲青島瀚坤影視文化工作室。中國演出行業協會發布公告稱：“演員張哲瀚的行爲存在嚴重不當，不僅傷害民族感情，而且對其受衆中的青少年群體帶來惡劣的不良影響。根據《演出行業演藝人員從業自律管理辦法》的規定，要求會員單位對其進行從業抵制。”此外，霍尊則自己直接宣布退圈。

商家轉向，行業整頓

近期發生的一系列風波也讓商家和行業都開始重新審視藝人的藝德問題。

不少商家在經歷了解約和投資作品難以播出等狀況後，對於合作明星的考量不僅僅停留在流量數據和帶貨能力方面，而是轉向將明星的道德品行也列爲是重要考量指標。

“選擇代言人，不能純粹選一些流量明星去帶銷量，這是會走偏的。安踏主品牌選了王一博代言，我們更看重的是他對於運動的熱愛，他本身是愛滑板運動的，他的

形象符合我們品牌的調性。我們制定了一些選擇合作明星的維度，比如外形風格、年齡、專業領域的水平、知名度、美譽度等。由於我們是運動服飾品牌，所以也會選擇一些體育明星來合作。我們也看到了一些影視明星容易陷入緋聞，而一些體育明星也有興奮劑事件等合作風險。我相信今後很多商家對於合作明星的背景調查，尤其是道德品行方面的調查都會加強。”安踏集團首席運營官陳科告訴記者。

還有部分商家則表示，以後未必都請明星做代言人，也可以用虛擬偶像或非真人合作模式來營銷品牌，以此減少明星“塌房”後引發的風險。

除了商家的轉向，行業也在加強藝人藝德方面的整頓。

中央紀委國家監委網站近期發布的《今日銳評：猛藥去疴淨化網絡》文章指出，針對網上不良粉絲文化等問題，中央網信辦、國家廣播電視總局等部門持續加大監管力度，圍繞明星榜單、熱門話題、粉絲社群、互動評論等環節，深入開展專項整治，清理涉粉絲群體違法違規和不良信息，督促網站平臺規範和引導粉絲理性追星。近年來，一些流量明星作爲公衆人物，一次次成爲輿論焦點，暴露出國內娛樂圈存在的畸形病態問題。更有甚者，一些平臺與“飯圈”操縱者或明或暗聯動，信奉“偶像經濟”、流量爲王，祇要藝人能吸金，祇要能給平臺帶來人氣，完全不顧其演技和德行，誰人氣高就拼命捧誰，甚至擱擱不同明星“粉絲”互相攻訐。當然，更“隱秘”的則是資本，唯利是圖，對藝人劣迹視而不見，甚至幫忙遮掩，成爲畸形“飯圈文化”的金主。整治“飯圈”亂象，需要弘揚新風正氣，需要全社會共同努力扶正祛邪。相關部門更需要加強監管、協同發力，打出組合拳，猛藥去疴、刮骨療毒，在治標的同時，拿出治本之策加強對娛樂、演藝、經紀等行業的治理，用法律武器對涉嫌違法犯罪者依法嚴懲，營造清新有序的行業生態，營造風清氣正的網絡環境。

據悉，7月19日~20日，國家廣播電視總局研修學院和中國廣播電視社會組織聯合會聯合主辦了“推動電視劇創作生產高質量發展演員和經紀人培訓班”，雷佳音、熱依扎、張一山、董潔、蔣夢婕、馬蘇、陳赫、高偉光等演員及經紀人共60多位學員參加培訓。8月16日，芒果TV旗下80餘位藝人簽署《自覺踐行崇德尚藝，努力做新時代文藝工作者承諾書》，承諾“堅決抵制違法失德劣行、惡劣粗制表演和歪曲事實惡意炒作”。

“要督促影視機構嚴格執行行業規範，淨化行業生態環境，並加大行業處罰力度。從業人員‘自律’還要與‘他律’相結合。比如嚴格執行行業處罰制度，用‘他律’引導‘自律’，實現從‘他律’到‘自律’，帶動文娛行業健康發展。”邵奇語重心長地分析。