

## 微博受中国网民追捧,接受本报独家专访 苍井空中国转型路



大灯陡然转暗,几束暖光“唰”地打在落地白幕上,一个手持羽扇的女子剪影浮现出来。“苍老师来了!”台下有谁小声地说了一句,场内瞬间静了下来。这是3月28日,拥有1000万微博粉丝的日本女优苍井空首部微电影《第二梦》的发布会现场,四分钟的“剪影”表演,外加五分钟的主题曲MV播映,整整九分钟全场鸦雀无声。看到这里,守在一旁的沈永革松了一口气。

《第二梦》是苍井空与沈永革旗下的竹书娱乐签约后的“第一单”。发布会的高潮部分是苍井空挥毫写下“第二梦”三个大字——十足的中国风、有文化气息又不失娱乐性。这是沈永革为《第二梦》定下的基调,而在某种程度上,也是竹书娱乐为苍井空描绘的“未来轮廓”。



微电影《第二梦》主题曲MV中,苍井空羽扇、旗袍造型亮相。

### 中国网民缔造“苍井空之夜”

《第二梦》的发布会看台上,有一个贵宾席位是留给新浪娱乐副主编张阿牧的。而让众多宅男艳羡的是,在苍井空微博关注的38个人中,他是排名榜首的“第一人”。

2010年,国内迎来“微博春天”,各大门户网站掀起抢地盘大战,张阿牧和同事们接到一个任务:能不能把苍井空请来开微博?这是一个棘手的任务,一方面,苍井空是出道近十年的著名AV女优,其职业和身份虽然在日本十分正当,但摆在国内的语境里仍有一定的敏感性。另一方面,此前,日本当红AV女优原纱央莉早已入驻微博,但粉丝数一直停留在数十万级别。

不过,张阿牧和同事们注意到,苍井空有些不同寻常之处。仅2010年4月,她就连续两次成为国内网络热门话题:4月11日晚,一位网友在国外微博网站Twitter上发现了苍

井空的账户,兴奋地在网络上奔走相告,吸引了大量中国网民“翻墙”去给苍井空捧场,一夜之间苍井空的Twitter粉丝从2000多人剧增到一万多人,那一夜,被中国网民戏称为“苍井空之夜”。

几天后,青海玉树发生地震,苍井空决定出售自己的写真壁纸为灾区筹款。4月23日晚,她在Twitter上发出了筹款呼吁,令数万名支持她的中国网民大为感动,新浪微博上诸多用户、包括不少带V字认证的“大号”竞相转发这一消息。“中国有很多人喜欢我、帮助我,看到那里发生不幸的事,我真心想尽一份力”,对本报记者谈起此事时,苍井空说。

抱着试试看的态度,张阿牧从外文出版社找了一个精通日语和日本文化的帮手,开始联系苍井空在日本的事务所Prime Agency,正式启动“拓展”计划。

### 入驻新浪微博谈了七个月

瞄准苍井空的不止新浪一家,国内另两家大型门户网站也向她抛出了橄榄枝,而且明码标价,付钱请她开微博。“我们不能直接给钱,只能告诉她,我们不消费她,而且可以给她创造价值”,张阿牧和助手开始打电话、发邮件,沟通进展十分缓慢。

苍井空出生于日本一个普通家庭,曾在专科学校获得保育员资格,性格开朗。在更新换代极快的女优界出道十年,仍然拥有一定的人气。她参与的演唱组合“惠比寿麴香葡萄”至今常常举办演唱会、出席综艺节目。“这个行业里的女孩子虽然很多,但我那时真的没想到去转型”。苍井空告诉本报记者。

关于“中国行”,苍井空最初也没有太强烈的意愿。6岁开始学书法的苍井空对中国文化并不了解;2009年,她曾来上海参加过一次商业活动,前来捧场的粉丝只有几十人;之后她受邀参演何超仪投资的香港电影《复仇者之死》,也没有人明确建议她来中国发展。

2010年6月,上海电影节期间,苍井空受国内游戏厂商邀请赴上海参加活动,新浪娱乐部的负责人倾巢出动。当天正好遭遇雷暴天气,一向很怕坐飞机的张阿牧硬着头皮

搭机赶到上海,用iPad当场向苍井空和经纪人演示微博如何使用,至此苍井空彻底明白了:“微博应该是和Twitter很像,可以和不同的人聊天,有很多人支持,只不过中国用不了Twitter,要很辛苦地‘翻墙’才行,而在微博上我还可以学更多中文”。

之后的推进就容易多了。为方便工作,2010年秋天,苍井空在中国签约了一家经纪公司“多多罗文化”,日本人三木伸作成为她在中国的经纪代理人,曾从事影视制作的程孝明则成为她在中国的助理。“我们当时经常开会,要确认很多东西,比如什么时候正式开通微博,相关部门是什么反应、会不会被封杀等等,毕竟AV女优这段历史还在”,张阿牧回忆。

不久后,新浪微博内部为苍井空开通了测试微博,“最初没指望她会去发布一些中国本土的独有内容,只想着能同步她在日本的博客和Twitter就行了”。最终,张阿牧与苍井空的经纪团队签订了三方协定,将她的微博“首秀”定在2010年“光棍节”(11月11日)、苍井空27岁生日当天——走到这一步,张阿牧花了近七个月。

(下转C21版)