



胡馨云 Jessica

《自我介绍》



胡馨云 Jessica

□ 台湾资深唱片人

□ 整合营销广告人

□ 电影电视制片人

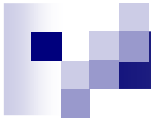
- 台湾艺人成为两岸三地年轻人所崇拜的偶像艺人集散地。这样的「传奇」创造者正是一些极度有创意的影剧幕后工作者的努力。胡馨云经营过的偶像明星与商品相当多，充满挑战，包括如何在正式演出前三天才开始卖票的李宗盛演唱会；甚至是将原本冷门的陈升跨年演唱会，变成年度盛事。
- 小虾米战胜大鲸鱼！**Aiwa** 音响打败 **Sony** 勇夺台湾市场占有率第一名，胡馨云转换跑道，凭音乐营销连续两年拿下全球双冠军。
- 以胡馨云个人经历为故事主轴的电视喜剧《杰西卡和她的朋友们》荣获大陆广电总局批准开拍，即将搬上中央电视台。

台湾资深唱片人

■ 胡馨云的三个时期

- 滚石时期：养成
- 魔岩与滚石传播时期：蜕变
- 上华与索尼时期：飞跃





台湾资深唱片人

■ 滚石时期：养成

- 刚开始，胡馨云只是一个唱片公司小会计！
- 进入版权部，掌管国内外版权，更了解唱片业。滚石除代理**EMI & BMG**国际厂牌外，旗下音乐厂牌如**DISNEY**等多达五十个以上。
- 认识艺人，又会谈代理，打下日后成为经纪人的好根基。



台湾资深唱片人

■ 魔岩与滚石传播时期：蜕变

- 协助成立波丽佳音台湾分公司，偷学詹宏志的趋势观点。
- 九二年，第一次进军大陆就拿到可口可乐赞助，于北京和上海开设电台节目《滚石音乐杂志》。
- 两岸音乐交流，胡馨云让台湾听见唐朝、黑豹、张楚、窦唯、李泉、艾敬，创下海外唱片公司以合作版方式与大陆音像出版社合作发行大陆音乐。
- 滚石跨国成立分公司，重回滚石，进入滚石传播担任演唱会制作人举办巡回演出！
- 台湾滚石唱片集团—滚石传播协理



台湾资深唱片人

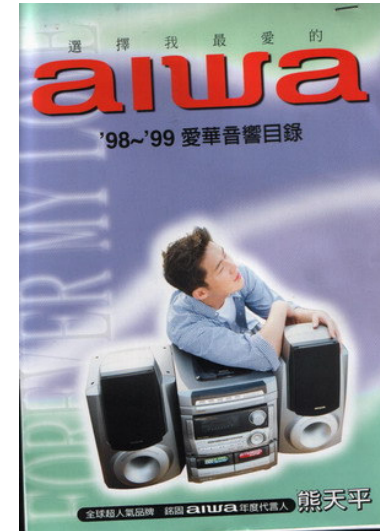
■ 上华与索尼时期：飞跃

- 异业结盟 强强联手 一加一等于三！
- 动力火车只唱歌，不说话！打造亲和形象，连续两年担任麦当劳广告代言人
- 营销也疯狂！拿到**AIWA**台币八百万预算。红了熊天平，也红了**AIWA**音响
- 台湾上华唱片总公司项目统筹跳槽台湾新力音乐 项目活动经纪部协理
- 三度进军大陆，为李玟抢下娃哈哈和波导手机广告代言与张惠妹分庭抗理争夺天后宝座。

整合营销广告人

■ 胡馨云的五个成功案例

- 没人看好被扣上非主流帽子的陈升演唱会，不但让滚石老板跌破眼镜更让媒体直呼大爆冷门成为年度盛事。胡馨云不靠大牌全凭企划概念，赢得关键性两百万台币赞助。方向对了，概念对了，赞助自然来，地道乌龙茶就爱陈升的新台湾味！
- 左手唱片，右手音乐营销 = 连续两年AIWA音响全球销售和广告营销双冠军！
- 一千万变两亿，胡馨云用许茹芸一元Call机让寻易电信赚翻天！
- 雪碧大战娃哈哈，李玟单挑张惠妹！
- 公益赚大钱，好心有好报。群星大唱蜗牛，饥饿三十三天募得一亿二



电影电视制片人

■ 新世代观点的偶像定位

- 一个好故事势必有一个灵魂人物，红透亚洲的韩剧《大长今》里的徐长今，从一个「厨娘」变为人人敬重的女医官，这是加入现代观点，重新诠释历史角色的佳作。为什么从南韩到全亚洲的观众，会对一个从来不认识的历史角色有共鸣？每天晚上随着她的命运转折而起舞？这是因为《大长今》加入了现代女性独立自主、不向命运低头的意义。
- 《杰西卡和她的朋友们》，胡馨云将以其善长包装流行音乐偶像的手法，再次打造新世代女性偶像定位，引领流行风潮。

■ 剧情铺陈流行音乐画龙点睛

- 电影《新天堂乐园》处处可见电影配乐大师 Ennio Morricone 贯穿银幕空间与影片深度的交响乐，《蓝色生死恋》中理查德·克莱德曼的《爱情是蓝色的》，情到深处意转浓，俨然形成了绝妙搭配的音乐，配合着如画般铺开的纯美画面，唯美的境界已经炉火纯青。
- 《杰西卡和她的朋友们》，胡馨云将以十多年唱片人的经验邀集一流音乐人加入制作团队，企图掀起另一波音乐风潮。

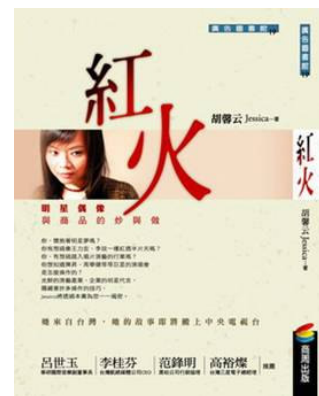
■ 多元强势新闻话题炒作植入营销商机无限

- 往年掀起收视热潮的偶像剧，电视主题曲唱片也都同步畅销。从《流星花园》《蓝色生死恋》、《情定大饭店》、《爱上女主播》，甚至到历史大戏《大长今》，里头的配乐都冲上当年的销售排行榜。胡馨云将以炒作新闻议题媒体策略，佐以一贯异业结盟强强联手导入结合唱片、动漫等相关商品，创造商机。



胡馨云小档案

1965年生
经历
台湾滚石唱片集团－滚石传播协理 ↓ 台湾上华唱片总公司项目统筹 ↓ 台湾新力音乐 项目活动经纪部协理 ↓ 越聆国际有限公司总经理 ↓ 深圳北新家居公司营销顾问 ↓ 大陆中央电视台连续剧原创剧本 & 执行制片人 台湾宇峻奥汀科技大陆休闲游戏平台经营主管 北京青年周刊专栏作家
戏剧
中央电视台连续剧 <杰西卡和她的朋友们> 即将上映播出
获奖记录/成功案例
连续二年全球 AIWA 音响销售冠军与广告宣传金奖 ↓ 连续二年,年度营业额新台币 2 亿元的寻易「芸 Call 机」 ↓ 台湾世界展望会「饥饿三十援外十周年」募款超过台币 1.2 亿元
著作
北京青年周刊专栏作家 红火(简体版) 2005 年 5 月 大陆知识出版社 ↓ 红火(繁体版) 2004 年 8 月 台湾商周出版社 ↓ A 钱女王(繁体版) 2003 年 3 月 台湾博博文化



胡馨云小档案

广告营销活动

三星电子「蓝眼机」宋慧乔、宋承宪来台造势活动 ↓
 黑松世界微风广场黑松博物馆「时光隧道春夏秋冬」展场音乐制作 ↓
 台湾世界展望会「饥饿三十援外十周年」募款活动 ↓
 北京可口可乐赞助滚石音乐杂志电台节目合作案

演唱会制作

林忆莲	花王馥柔林忆莲全省巡回演唱会
周华健	1. 三阳机车赞助全省巡回演唱会、 2. 维他露基金会赞助「受虐儿童保护活动」巡回募款演唱会 3. 新加坡统一「来一客」演唱会
李宗盛	1. 「我们都爱李宗盛」 2. 「暂别」演唱会
杜德伟	Hang Ten 赞助演唱会
陈升	1. 地道乌龙茶赞助跨年演唱会 2. 爱德恩牛仔裤赞助跨年演唱会 3. Toyota 赞助 9 武岭演唱
赵传	红牌饮料演唱会
巫启贤	台湾国父纪念馆演唱会
滚石群星	7-Eleven 绿色希望环保演唱会



胡馨云小档案

演艺经纪	
Coco 李玟	1. 大陆娃哈哈「非常柠檬」饮料 2. 波导手机 3. Cartier 亚洲区代言
王力宏	1. 美国棉 2. 古道绿茶
林忆莲	花王馥柔沐浴乳
周华健	舒跑饮料
许茹芸	1. 海伦仙度丝洗发精亚洲代言 2. 寻易「芸 Call 机」营销活动
动力火车	1. 和信轻松打 2. 麦当劳 3. 麒麟力水 4. 动力火车超能运动饮料
陈奕迅	黑松沙士
熊天平	1. Aiwa 音响 2. 泰国亚运代言
杜德伟	Hang Ten 代言
郑雪儿	1. 光阳机车 2. 和信 600 3. 米乐啤酒 4. 苏菲卫生棉



新闻剪报

■ 转载自时报周刊1384期 2004年8月31日出刊





新闻简报

■ 大牌歌手制造者，大陆正红火 胡馨云跃上中央电视台

- 「绿色艺人」风波令许多艺人苦无「登陆」之道。但前后担任滚石艺人、熊天平、动力火车、许茹芸、李玟经纪工作的胡馨云，她个人的故事却准备跃上中国中央电视台，拍摄成三百集连续剧；不仅让胡馨云成为台湾首位亲身经历登上大陆戏剧节目的人物，她灵活的行销手法，更是不少向往进军演艺圈幕后工作者的必读教战守则。

被中国中央电视台制作人尚敬「相中」，缘由一本记录自己过去工作职场点滴的书＜红火＞。胡馨云缓缓地说起了她的唱片生涯：「我是学会计出身的，如何能稳坐各大唱片公司的行销或经纪总监职位？其实只要用心观察市场，再加上数字概念以及行销知识，大胆出击就能得到好成绩。」

十多年前，原本只是滚石唱片会计的胡馨云，因缘际会下进入滚石版税部。由于滚石业绩扶摇直上，加上个人会计控管长才，胡馨云升任副理后主导「平价古典乐」风潮，不但让滚石因这项计划在半年内狂卖六十万张古典唱片，赚进六千万元，她参与行销工作之后，更燃起了对唱片行销与歌手经纪的兴趣：「当年的我才二十一岁，但早以立定志向朝唱片业发展。」



新闻剪报

胡馨云说：「在魔岩工作时，我代表公司到大陆开辟市场。当时与飞碟唱片在大陆展开大战，我力主购买广播电台时段，但因为经费有限，我只身前往北京与可口可乐等外商洽谈合作案，那是我第一个行销合作案，主要朝双方合作利基点出发，对方很满意合作内容，接着的各种行销活动与企业合作案，为公司创下不少辉煌成绩。」

结束大陆行销案后，胡馨云回台规划国内各场演唱会，无论周华健、李宗盛、陈升等歌手演唱会安排，都出自她手，所有经纪活动也都曾经她亲手规划。

别看胡馨云光鲜的外表，要成为歌手经纪人并不容易，最基本的是学会写出片计划、安排通告，还必须不断思考怎么做才是对艺人最好，让公司更赚钱、让自己更有价值。她举例：「一场演唱会如果只是安排流程与宣传，那是不够的，一定要让演唱会达到更高效益。我以大陆企业赞助行销案的经验，让演唱会不花半点广告经费，还能赚到赞助费；甚至让年度演唱会每年举办，这都是一个经纪人要仔细规划的地方。」

在滚石打滚数年被挖角到当时正掘起的上华唱片，正式出任经纪与项目研发部负责人。当时熊天平、许茹芸甚至是当红的动力火车，所有经纪活动都出自她手：「像熊天平与许茹芸，从新人一跃成为大牌歌手，就全是经纪活动安排得宜。」熊天平与aiwa音响的行销结合，还有许茹芸与a.b.call的合作让商品热卖、艺人大红，使得双方达到双赢效果。此外，动力火车在麦当劳广告中那段rap的卖汉堡口号，更是她得意代表作。

也想为企业做经纪人

正当胡馨云事业一帆风顺时，因为母亲的一场病，让她停下脚步。「当时为了陪妈妈，我几乎以电话遥控的方式为上华艺人安排经纪活动。虽然吕老板（吕世玉）和顶头上司许常德很体谅我，但总觉得这样对公司不公平；再加上sony开出『钱多、事少、离家近』的条件，让我决定到这个国际型唱片公司闯荡一番。」



新闻剪报

- 她转进sony担任项目活动经纪部协理，接手的第一个艺人，就是李玟COCO，「做个每天飞来飞去的经纪人，是很辛苦的，更何况战场在中国。我得知可口可乐的雪碧在大陆地区有意找张惠妹代言后，积极推动李玟与娃哈哈的代言案。想想看，除了饮料大战，『天后对决天后』不正是消费者最关心的话题吗？」胡馨云不但为李玟谈下千万代言金，更因为娃哈哈强力的电视广告，让李玟的新专辑＜好心情＞在大陆销售创下佳绩。

天后之战让胡馨云步入国际艺人经纪与唱片行销的殿堂，此际的她却萌生退出艺人经纪工作的念头。结束SONY工作后，胡馨云自组越羚国际整合行销公司。最令人印象深刻的，就是三星电子新手机在台上市时，她的公司邀请宋慧乔与宋承宪二位韩星来台参与造势活动；隔了一阵子结束公司营运，她再改行到大陆「深圳家居生活馆」，担任市场行销顾问。

这是一间新型态的家具卖场，胡馨云除了发挥异业结盟长才，让卖场与星巴克咖啡合作外，更引进影剧圈资源，让深圳电台直播室直接设立在卖场内。而电台节目＜明星面对面＞就在家具店里进行，让消费者在店内可以欣赏到艾敬、WINS、陈晓东、草蜢等两岸知名艺人的现场受访过程，同时也让该卖场声名大噪。

问她，是不是对唱片业因盗版与网络下载伤害冲击下，而想要转换跑道，胡馨云表示，台湾唱片业市场规模从一百多亿新台币萎缩到四十亿元，业者纷纷出走大陆或改行，当然自己也要有所因应：「我写书就是为了突破，没想到还被大陆中央电视台相中要拍成连续剧。其实有点惊讶也很高兴，除了发挥当时艺人经纪的实力，我也想为企业做经纪人。」

胡馨云笑着说：「现阶段的我除了好好讨论连续剧的剧本外，也会发挥我担任『深圳家居生活馆』经纪人的实力，和电视台做更多异业结盟。相信以后连续剧里出现的，除了我在演艺圈合作的歌手外，一定也会经常出现家具店。」

新聞剪報

■ 轉載自民生報13版文化版 2004年 8月26日





新闻剪报

■ 看台湾艺人谈偶像炒作大陆要拍成300集电视连续剧

- 近来「绿色艺人」风波，让许多艺人苦无「登陆」之道；一个来自台湾的平凡女孩，究竟有何传奇，让大陆官方的中央电视台要为她量身制播三百集电视剧？出身滚石唱片的胡馨云最近推出新书《红火—明星与偶像商品的炒与做》（商周出版），书中将她过去担任经纪人时期操作偶像明星的内幕一一揭露。这样的劲爆内容，可看性十足，连对岸的大陆都兴致盎然，胡馨云也因此成为台湾第一位被大陆戏剧节目青睐的传奇人物。

胡馨云出身滚石唱片，曾经担任过李玟等多位知名艺人的经纪人，她在新书《红火—明星与偶像商品的炒与做》(商周出版)」中，回顾自己踏入唱片事业十多年来的操作心得，对于想投身娱乐圈与正在这个行业当中的人而言，相当有启发性。由于这些明星与商品都名噪一时，亲手执行的胡馨云说起幕后不为人知的秘闻八卦，堪称权威消息来源。

胡馨云曾经执行过的偶像明星与商品相当多，其中也充满许多挑战与趣事，包括她如何在正式演出前三天才开始卖票的李宗盛演唱会、用同样能歌善舞的杜德伟迎战「香港天王」郭富城，并利用不同服饰厂商竞争的心结，安排以代言的方式来达到唱片知名度的竞争、甚至是将原本冷门的陈升跨年演唱会，变成年度盛事…。她认为，坚持到底的执行力加上天马行空的创意，是她能在唱片业从小会计做到经手大案子的操盘者的原因。

由于胡馨云个人在唱片界操作过无数成功的大牌歌手，也拥有丰富的行销资历，因此在《红火》(商周出版)一书中，揭露了台湾唱片业许多精彩的故事，这正是本书获得大陆电视制作业者重视，进而搬上中央电视台的主要原因。



新闻简报

举例来说，胡馨云是第一个引进韩国明星来台湾代言演出的人；她在魔岩唱片的期间，更引进了第一批大陆摇滚团体来台湾，造成相当大的话题；而在上华唱片时，胡馨云将动力火车捧红为实力派偶像，还是第一个在策划「饥饿三十」公益活动时能赚到钱的人…。这些故事不但吸引原本就对艺人偶像相当熟悉的国人，对于长期接受台湾流行音乐感染的大陆观众而言，胡馨云的音乐事业资历更是相当吸引人的故事。

在现今盗版与网络下载情形严重的冲击下，台湾的唱片业正遭逢前所未有的萧条，市场规模从一百多亿台币萎缩到四十亿不到，在业者纷纷出走大陆或是改行之际，一个来自台湾的唱片行销人员胡馨云，却引起大陆电视业者的注意，将她的故事搬上大陆中央电视台，预备制播成**300集**的情境喜剧「洁西卡与她的朋友们」，她的新书《红火》(商周出版)内容精彩，是可以预期的。

中央电视台认为，胡馨云在《红火》(商周出版)一书中所揭露的故事，十分适合成为「洁西卡与她的朋友们」的故事脚本，藉由胡馨云在本书中所透露的精彩故事，可以让人回味演艺圈的五光十色与成功艺人的操作手法，像是台湾唱片业者与创作者如何受罗大佑启迪、熊天平与王力宏怎么捧红、唱片业者如何鉴定谁是新生代的偶像、李玟是如何以惊人的毅力达到天后地位、许如芸的歌声怎么传遍全台湾…等，这些故事都将一一搬上大陆的中央电视台。