

刀郎经纪人作客电子科大畅谈创业心得 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/281/2021_2022__E5_88_80_E9_83_8E_E7_BB_8F_E7_c123_281973.htm 昨（7）日，一身休闲打扮的著名歌手刀郎经纪人、资深娱乐从业人员李松强作客电子科技大学，和红杉投资基金创始及执行合伙人张帆、占座网CEO一起与学生们畅谈风险投资与创业的心得体会。在与学生聊天时，李松强透露了不少当年刀郎成名的幕后故事，同时，他赠言台下同学应时刻谨记并反思自我：当一个机会到来时，自己准备好没有？一个空白刀郎来了 李松强胖胖的脸上随时保持着微笑，10多年前与刀郎在一个乐队里相识，并成了好朋友。1998年，他转成为刀郎的经纪人。有人说“没有李松强，就没有刀郎”，对此，李松强笑着说“没有刀郎，也没有我，我们是相辅相成的”。李松强说，刀郎的走红，其实是抓住了一个时机：SARS。“非典结束后，媒体以及大众突然发现，找不到集体关注的点，就这样，刀郎借着网络媒体来了。因为它符合了中国音乐发展的一个点，那时需要这样一个音色，或者说需要一个很真情的东西，而《2002年的第一场雪》恰好填补了这一文化空缺。”刀郎“包装费”不足6000元 李松强说，当年刀郎走红后，他的手机几乎3分钟就能接到一个电话，“绝大部分都是邀请去演出的。”而之前，公司根本就没有资金、背景、也没人帮助，除了创意和想法，全公司只有8000元资金，“能给刀郎用的不到6000元。”试过各种方法后，李松强选择了几乎不花成本，并对它一窍不通的网络。“没想到，种子放在那里，它就发芽了”，最终才有了事业发展的可能性。“刀郎不太喜欢

做演出，他喜欢坐在家里将内心最近最好的感触溶入音乐。
”虽然刀郎已经与方文山等人合作，并且与环球公司有合作，但接下来并没有刻意的计划。针对海外的市场主要在“新加坡和马来西亚，华人多的地方”，而将具有民族风格的中国流行音乐推向海外，也是刀郎的一大心愿。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com