

端 x 华尔街日报 广场

这个遍布中国的西方面孔竟是无名之辈

十多年来，一个西方面孔随著中国床垫品牌慕思的广告出现在中国乃至全世界的街巷，引发好奇和猜测，并在去年引来中国证监会质问。



床垫品牌慕思(De Rucci) 的网页。图：网页截图

WSJ

华尔街日报 ✓

华尔街日报记者 Sha Hua | 2022-01-29

本文原刊于《华尔街日报》，端传媒获授权转载。目前，《华尔街日报》中文版全部内容仅向付费会员开放，我们强烈推荐您购买/升级成为“端传媒尊享会员”，以低于原价 70% 的价格，畅读端传媒和《华尔街日报》全部内容。

澳大利亚作家兼制片人司马优 (Sam Voutas) 清晰地记得十年前他第一次在中国看到那块广告牌：一个长相酷似史蒂夫·乔布斯 (Steve Jobs) 的人摆出一副疑惑的表情，兜售一张白得发亮的床垫。床垫品牌叫慕思 (De Rucci)，其宣传语写着：“睡眠系统 健康睡眠”。

司马优记得自己当时挺纳闷，“这个床垫大佬是谁？”

29岁的Toni Koraza是一家营销机构的创始人，2019年和2020年他在中国生活期间，这个脸庞瘦削、胡子花白的“慕思男”似乎无处不在。“我的好多照片里，背景中都有他。”他说。Toni Koraza把这张无处不在的西方面孔以及它的高辨识度说成是“互联网时代的天才创意”，在一份出版物中，他甚至将其称为“全中国最著名的面孔。”

在美国、澳大利亚和中国的机场，全球无数旅客在印有“慕思男”头像的广告牌下来来往往，但没有人知晓他的真实身份。关于他身份谜团的讨论出现在Reddit、博客或是YouTube影片中。

第一条线索出现在慕思健康睡眠股份有限公司 (De Rucci Healthy Sleep Co.) 去年提交的长达777页的招股说明书中的第227页。当时，该公司向中国证监会提交了这份文件，寻求在深圳证券交易所进行首次公开募股 (IPO)，筹集约19亿元人民币 (约合3亿美元) 的资金。

根据招股书中提到的一句话，2009年8月15日，慕思与蒂莫西·詹姆斯·金曼 (Timothy James Kingman) 签署协议，可以在广告宣传中永久使用他的形象，但协议金额未予披露。

然而，这条信息非但没有满足人们的好奇心，对于金曼以及那家让他的面孔从“无人知晓”到“无人不知”的公司，人们反倒产生了更多疑问。

慕思曾宣称公司创立于1868年，创始人是一位名叫莱昂纳多·德鲁奇 (Leonardo de Rucci) 的法国人。后来，有人对这段自诩的历史提出怀疑，于是慕思将这位假想中的“德鲁奇”从公司网站上删除，并将公司宣传语改为“来自1868的眷恋”。但随后，这句广告语也被弃用。

实际上，慕思2004年创立于中国城市东莞，创始人为王炳坤和林集永。2020年，慕思主要产品销售收入达到约44亿元人民币 (约合6.9亿美元)，当时它在中国已拥有4,200家店铺，其奢华的展厅更是遍及巴黎、洛杉矶、墨尔本等地。

针对记者的置评请求，该公司表示可参考之前的招股书，并指出它目前正处于IPO前的静默期。

2019年，慕思曾聘请篮球巨星科比·布莱恩特（Kobe Bryant）出席该公司赞助的一场国内赛事。科比在宣传片中说，“记住，今晚睡个好觉，我们明天北京见。”

尽管面临同类产品的竞争，但慕思广告中金曼那双摄人心魄的眼睛还是“迷住了”不少人，有的广告画面中，金曼还拿著一支烟斗。家注意大利比萨（Pisa）的Amber Concas说，她有一个姐妹住在澳大利亚，2020年时她曾在家庭聊天群里发过金曼的照片。

“他太瘦了，就像是舒服二字的反义词。”Amber Concas说。她对这个人充满了好奇，甚至制作了一段八分钟的YouTube影片来研究这个她称之为“史上最有名的神秘人。”

《华尔街日报》（The Wall Street Journal）查看公共记录后发现，美国没有叫蒂莫西·詹姆斯·金曼的人，居住在中国的人当中也没有人登记过这个名字。不过，一个公共记录数据库中倒是出现了一个名叫蒂莫西·J·金曼（Timothy J. Kingman）的美国人，此人生于1943年，去世于2012年6月1日。可除了一个社会保险号以及俄勒冈州纽特苏（Neotsu）的一个邮政信箱外，关于此人，几乎没有其他可查信息。

公共记录将他与一个名叫约翰·蒂莫西·德斯汀（John Timothy Dirstine）的人联系起来，后者和他死于同一天，社保号码和邮政信箱也和他一样。

2012年6月10日的《西雅图时报》（Seattle Times）上登载了德斯汀的一则简短讣告。讣告里说，他曾在斯坦福大学（Stanford University）求学，参加过越南战争，之后在国外生活了20年，期间主要是待在中国。根据讣告里的信息，德斯汀（人称蒂姆）死于2012年5月31日脑瘤手术后的并发症，他的前妻依然在世，但两人没有子女。他还有一个姊妹和两个外甥也都在世。

2000年代中期，在一些科技论坛上，曾有一位署名“蒂莫西·金曼”（Timothy Kingman）的用户自称是生活在中国的英语老师，正在寻找如何帮助学生提高听力的方法。

德斯汀的姊妹、住在华盛顿州哈德洛克-艾恩代尔港（Port Hadlock-Irondale）的乔安·汉森（Joann Hansen）说，她的兄弟晚年时曾在中国生活，但一想到他竟会出现在世界各地的广告中，她也觉得很困惑。除此之外，关于德斯汀，她几乎没有提供别的信息。

德斯汀1962年毕业于西雅图预科中学（Seattle Preparatory School）高中部，在该校校友杂志上的一张照片中可以看到年轻时身穿礼服的德斯汀，照片中的他与慕思广告中的男子有著明显的相似之处。西雅图预科中学网络版权重新发布该照片

澳大利亚作家司马优怀疑，德斯汀是拿了慕思的钱才替它拍照的，慕思可能是想找一个西方模特儿来标榜自己的海外血统。这种广告策略又称“面子策略”，一度在中国俯拾皆是。而今，它已沦为人们的批评对象。

国有媒体《中国日报》(China Daily)曾在上月的一篇社论中质问“慕思是否在用一张白人的脸来冒充欧洲公司”，它对强调“欧洲血统”的慕思广告进行了猛烈抨击。

社论说，“这种盲目崇拜在中国没有必要，因为它已经是全球第二大经济体。”

如今在慕思床垫的广告中，你更有可能看到的是备受中国人喜爱的中国女排队。去年，慕思发布了一段音乐短片，画面中，一群身穿蓝色绸缎睡袍的中国中年母亲以合唱的形式表达了良好睡眠的重要性。她们唱道，“做梦都想要减肥，熬夜肥胖风险高一倍。”

“德鲁奇”的脸正渐渐淡出人们的视线，现在主要是作为慕思的头像出现在社交平台上。而对于区区几张照片如何铺就了一段离奇的成名之路，就连慕思的粉丝们也依然一脸错愕。

“你不需要有什么地方与众不同。”司马优说，“真正让你与众不同的，是围绕你打造的那个故事。”

更正声明

根据慕思健康睡眠股份有限公司去年提交的招股说明书，该公司寻求在首次公开募股中筹资约19亿元人民币。本文之前一个版本误称该公司寻求在IPO中筹集的金额约相当于逾6000万美元。

英文原文：[The Quest to Identify a Westerner Called ‘The Most Famous Face in China’](#)