

神曲金榜：《最炫民族风》

——超越民族、超越情感、超越心灵

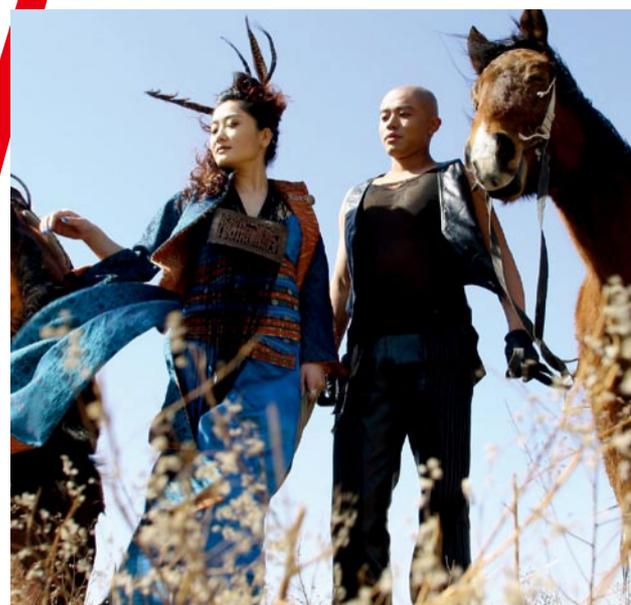
吉克隽逸姑娘有一句名言——我要把民族的唱到世界去。她能不能去，还是个未解之谜……但《最炫民族风》显然已经完成了这项艰巨而喜人的任务，它的成功已经远远超出了人们的期待，甚至可能也超出了凤凰传奇自己的期望，因为，《最炫民族风》已经超神了。

《最炫民族风》以它广场集体舞一般的动人旋律、由心喷薄而出的原始情感，让人们为之心动，嗯，心动还不足以形容乍闻这首神曲大红于世的心情，大概还是心颤比较合适。《最炫民族风》还告诉了大家一个质朴的真理——是金子总会发光。这首2009年就横空出世的神曲，一度被掩埋了光华，但石头裹不住钻石，尘土遮不住珠玉，《最炫民族风》以它强而有力的生命力，红在了2011年，持续到了2012年。它的足迹遍布世界各个角落，从相亲节目到NBA球场，它的光彩谁也掩不住，不管是嘹亮高亢还是五音不全，只要有一颗最炫的心，民族风什么的都能刮得风生水起。

最“炫”的地方，大概不是什么民族风，而是网友们为之津津乐道的“神契合”，从港台剧集到日韩偶像，再

到英美系列，无论是谈情说爱、擒贼吉凶，还是惊悚悬疑，统统都可以与《最炫民族风》相亲相爱，绝不会有血不相融的尴尬场面，各位小主皆可放心。

当然，制造了神曲的神人，在这里一定要隆重推荐，掌声有请——凤凰传奇！这是一支比神曲还要珍稀保护的物种：神人。他们就像传说中会下蛋的金母鸡，每一次“咯咯蛋”总伴随着令人意外的惊喜。《最炫民族风》是厚积薄发的那一枚，此前，还有让全国KTV竞相加固玻璃的《月亮之上》，MV里那婀娜的身段、帅气的墨镜、天大地大的背景，无一不是神曲的必备素材，有一阵，一到月黑风高，就必须《月亮之上》，比狼人变身还要令人亢奋。神人的厉害之处在于，他们所有歌曲都以节奏见长，听上个一两两，就算不能完整唱出歌词，但高潮一定还能哼上几句，这就是神曲至高的奥义——可以很简单，但不能不亲民。



更多

同类神曲：《忐忑》

有一阵，龚琳娜真是忙疯了，采访约到几条街外、饭局多到需要争抢。《忐忑》最红的时候，下至8岁，上至80岁的男女童，无论有牙的没牙的、会唱的不会唱的，统统都要“逮逮个兜”，没听过这首神曲的国人要么是古墓派的，要么是外星来的。

话说，《忐忑》也不知是被哪个促狭的网友率先挖了出来，再加上微博这个新生事物的恐怖传播力，让其迅速家喻户晓。想不关注都难，主要是龚琳娜实在是个舞台功力深厚的表演者，视频中，她惟妙惟肖的表演，很好地诠释了《忐忑》的要义——运用戏曲锣鼓经作为唱词，老旦、老生、黑头、花旦等多个音色在极其快速的节奏中变化无穷，夸张变形，独具新意。因为她时而瞪圆了她那本就不小的眼睛、时而皱起了那原就英气的眉头，一张一弛、大开大合之间，神态和歌声一样令人想入非非。

历史的经验告诉大家，一个成功的女人背后，或许有一群男人和女人，神曲的背后也有推波助澜的人们，如果他们还凑巧有点儿名气，那这事儿就大发了。彼时，王菲的推荐绝对起到了让这首歌的爆红推波助澜的作用。她说这首歌激起了自己“强烈的翻唱欲”。此话一出，瞬间引发了网友的热烈回应。不过，仅仅过了一天，王菲又在博客上“认输”，承认自己实在学不会《忐忑》：“眼珠子都转丢了，也没找着那劲儿，擦肩而过吧。”而比天后王菲更有娱乐精神的杜泽则经过一番勤学苦练，通过一段自己传到网上的翻唱视频表达了对这首“神曲”的致敬。他在表演过程中，先是把手指竖到鼻尖，努力地作出对眼的表情，然后努力地学着戏曲锣鼓经经典手眼身法，后来因为实在坚持不住，以笑场作结。

雪姨也疯狂

夏天最热的时候，《情深深雨濛濛》中的雪姨莫名其妙地在网络上红了起来。

事情是这样的：8月的时候，有网友在贴吧里举行了用雪姨做CD封面的小活动，引发众多网友的参与，各种效果爆棚的专辑封面让“雪姨很忙”系列恶搞运动达到高潮。在流传最广的一个专辑封面上，网友给雪姨在剧中的形象加上了墨镜，专辑名称“好大的口气”则被刻意写成拼音，感觉瞬间有了欧美大牌的气势。还有许多封面是在其他歌手的专辑封面基础上PS出来的。

与此同时，正在美国留学、还不满18岁的大一经济专业学生“Boychouchou可以叫我男孩臭臭”留意到了网上这场狂欢运动。当他看到唱片封套里戴着墨镜、涂着大红嘴唇一笑的雪姨时，脑子里不禁打了个问号：有专辑怎么没有歌？于是，他决定自己动手。只是，他并不喜欢看琼瑶剧，也无意自制一首歌给雪姨，只是一直不停地剪辑《情深深雨濛濛》中雪姨敲门的镜头，并给画面配上节奏，六个小时后，雪姨“迷幻电音首张单曲MV”《你有本事抢男人》面世了。

随着这首歌的爆红，各种其它MV纷纷来拯救可危的唱片市场，主力队员包括容光、华、包大人……各路网友们玩得不亦乐乎。



国庆欢乐总动员

瑞虹新城璟庭打造童趣人生



彩泥雕塑的童话世界、甜蜜可口的趣味人生、时尚个性的潮鞋彩绘、画神闲哥哥的精彩涂鸦……国庆期间，瑞虹新城璟庭举办了一系列童趣人生主题活动，为客户和孩子们打造了一个缤纷难忘、精彩纷呈的假期。

瑞虹新城璟庭 童趣人生欢乐不停

为期4天的活动中，孩子们从触觉、味觉、视觉、听觉全方位参与其中，经历了4个充满乐趣的午后。10月4日，瑞虹新城璟庭携手手嘉手艺术中心，为孩子们打造了一个彩泥的童话世界。孩子们既体验了传统的民间艺术，又发挥了动手能力，亲手控制属于自己的面塑。次日，瑞虹新城璟庭特邀名厨亲临现场，为大家展示美味的西点制作，并现场教学小朋友如何制作苹果派，如何在奶冻上裱花，既让孩子们享受到了经典美味，又让家长有机会品尝到自己孩子制作的甜蜜西点。而手绘潮鞋活动，不仅展现出孩子们非凡的创造力，更吸引到各位潮爸潮妈们积极参与，帮助小孩一起描绘潮鞋，彰显出独特的时尚品位。

在最后一天的活动中，瑞虹新城璟庭更是邀请到当红幼儿节目主持人画神闲哥哥，一起为孩子们讲故事，并邀请孩子们一起互动涂鸦，描绘可爱的麦兜，将快乐尽情挥洒。现场更是化身为一欢乐的海洋，七彩汽球飞舞，彩色儿童滑梯更是受到了小孩们的欢迎。

CAMEL骆驼鞋类霸主 欲建户外休闲双王国



9月20日，从CAMEL骆驼“挑战珠峰”活动启动发布会上了解到，以户外休闲著称的CAMEL骆驼，正式将其休闲大盘“分家”为商务、户外两大板块，商务板块继续保持领先优势，户外板块则在户外休闲基础上，加深加大户外专业市场的开拓。

拓深专业户外，大户外

据CAMEL骆驼活动负责人介绍，发布会现场精心准备的珠峰冰雕亮灯仪式，寓意CAMEL骆驼在大户外领域将再攀高峰，同时通过征集民间勇士挑战珠峰活动等一系列推广计划，鼓励和引导大众走向户外，亲近自然。

由此，CAMEL骆驼布局“大户外”市场的战略意图不彰自显。

在完成休闲市场的攻城掠地后，CAMEL骆驼鞋将引

导产品线深度扩张，进军专业户外市场，实现金字塔式攀升。CAMEL骆驼当家人万金刚透露，骆驼休闲鞋份额已占据整个市场的30%，2013年CAMEL骆驼将逐渐加大力度，主要是对户外专业产品线进行梳理、研发、测试，以骆驼一直以来的优秀品质，生产顶尖的专业户外装备。由于我们在休闲领域的强大市场基础，实现邻近品类的深度扩张，这对骆驼并不是难事。此外，会考虑加大与顾客的互动体验营销，带动更多人感受户外乐趣。

占据电商份额，赢未来

CAMEL骆驼被业界视为传统品牌成功电商运营的代表，对此，其当家人万金刚透露，品牌商的电商格局经过传统品牌、淘品牌间的交叉混战，基本格局已初现，未来时期，难有大变化。

万金刚进一步透露，传统品牌运营电商容易水土不服，而网络品牌则缺乏足够商业经验与实力支持，但未来零售市场，电商是必不可改的趋势，CAMEL骆驼已完成电商市场首轮抢跑，拓深专业户外，既是看中了越来越兴起的户外风潮，又是提升市场增长力的关键一步棋。CAMEL骆驼在品牌、产品线、客户群、渠道的优势支持下，建立户外、休闲双王国的战略显得顺理成章。

根据艾瑞网预测，2012年国内电子商务市场交易规模有望接近10万亿元，整体增长率达39%。目前，CAMEL骆驼在淘宝、天猫等电商网站非常活跃，系列品牌大促活动陆续上演，大有为电子商务交易做出空前贡献之势。