

最炫民族风炼成记

在韩国神曲《江南 Style》风靡之前,中国音乐组合凤凰传奇的一曲《最炫民族风》,影响力也是飞向了国际的——就连美国NBA球赛,都在中场休息时用这首歌来活跃气氛。在国内,不仅是年轻人,就算是从不听歌的扫地大妈,大概都会哼上几段。这就是它的魅力,那这首神曲是如何练成?背后又有哪些故事?

■文|青牧 ■图|资料

是金子一定会发光

尖叫声,欢呼声,吸引了底下全部人的目光,柔和的橘色聚光灯瞬间打向舞台中央……凤凰传奇飞奔着朝舞台跑去。“轰!——”掌声、欢呼声,掩盖不了曾毅具有爆发力的一声嘶吼,闪烁的聚光随意舞动,歌迷的欢呼声此起彼伏,凤凰传奇舞动身姿,唱起了他们的拿手歌曲《最炫民族风》。这一幕发生在10月14日美国纽约。这是凤凰传奇第一次去美国,对于美国歌迷的热情,这对组合有些意外,走下舞台,玲花对百人娱乐CEO徐明朝说,“你看到了吗?我们的歌连美国人都会唱。”当然,这样的自我优越感,在第二天立马被鸟叔打败。第二天,玲花和徐明朝出门逛街,无论是餐馆还是街头几乎都在放《江南Style》。一开始,两人暗自不爽,后来玲花实在憋不住了说“要不我们也弄首鸟叔类型的歌?”但立马被徐明朝回答否决,“我们和他是不同的风格,鸟叔虽然非常火,但不是我们的风格,我们现在最重要的工作是准备11月24日那场深圳演唱会。”

这句宽慰的话,立马让玲花心情大好,生活中,徐明朝还有一个身份是杨魏玲花的丈夫,这让平时玲花与他说话时少了一份顾忌,比如,玲花该不该在记者面前啃香瓜?又比如在接下来巡演中该如何谢幕?

这些看似鸡毛蒜皮的事情,却让他们俩乐此不疲。当然在他们的聊天中,聊得最多的还是组合的未来,比如自己会不会成为典型的单曲歌手?当出完第二张专辑后,玲花与徐明朝聊得最多的是,第三张专辑《最炫民族风》会不会一炮走红?对于《最炫民族风》的走红,玲花是有些意外的。其实当初她并不看好这曲子。“一开始听小样时,有一个转音好麻烦,录音时也觉得一般。当时曾毅还特地录了一个R&B版本,后来都被公司否决了。”最后还是徐明朝坚持,他说音乐的节奏一定要动感,触碰到心脏才行。对于意外走红的惊讶,并非只有玲花一人,还有这首歌的词作曲张超。

1981年出生的张超,并不是音乐专业出身,中文系毕业后,做了半年的白领后辞职了。不为别的,就为了一个音乐梦想。但是之后的一年,张超的生活很艰难,基本没有收入,除了在家埋头写歌,就是像无头苍蝇一样四处投稿。“直到他遇上了孔雀唱片,一首郑源《不要在寂寞的时候说爱我》小样,被孔雀唱片老板陈仁泰一眼相中。

三天创作《最炫民族风》

时至今日,张超在接受生活周刊记者采访时,仍然对陈仁泰带有感恩之情,当然张超也没辜负陈仁泰,之后的日子里,创作出《自由飞翔》、《荷塘月色》、《最炫民族风》等一系列脍炙人口的神曲。

也许从小在山区长大的缘故,张超对于民族风有着自己独特的理解,用了3天时间就创作出了《最炫民族风》,虽然只用了3天,但是背后却是多年的积淀,“因为我太了解他们的声音特质,玲花的声音比较高亢,有爆发力,而曾毅的声音比较适合流行乐。”

张超告诉记者,他曾经做过一个实验,发现神曲是有规律的,把近20年当红歌曲的谱录入软件,经过比较发现,这些歌曲最抓人耳朵的也就一两句,曲调一般是一句往上,两句往下。音乐创作也讲究速度,时值为68就让人感觉平和轻松,90~128则容易让人兴奋,所以很多人说《最炫民族风》与舞曲同步,并不奇怪。此外,歌词上也要下工夫,比如要考虑到大部分人的阅读力,词语要是大家经常用的,不能复杂,咬字也要好咬。

引发网民恶搞风潮

除了技术上讲究外,在宣传上也下足了工夫。徐明朝与他的百人娱乐就是《最炫民族风》不折不扣的推销员。百人娱乐的宣传总监郭新波告诉记者,在后期的宣传上,凤凰传奇也放弃了一些可以让自己更“红”的玩法。比如唱片业非常普遍的“打榜”是坚决不做的,原因很简单,结果很可能是歌手钱花完了又

没后续了。“这跟赌博似的,我们得考虑长线。”徐明朝补充说道。的确,与那些短暂流行但随之沉寂的歌手不同,凤凰传奇特别火的歌基本上都是两三年前的歌。他们会耐心地通过新闻、社交网络、音乐和视频网站逐渐让更多的人听到,慢慢等待歌曲发酵,以及合适的时机和事件去引爆。郭新波强调:“我们不太在乎电台的打榜,我们的推广更多是基于互联网的各种网络榜单,尤其是在艺人成名之前。互联网推广的成本低,而且可控性很强,歌曲推广后期电视传播的效果非常大。”

当然,在这其中,最重要的还是网络营销。北航硕士毕业的郭新波深知社交网络对于神曲的作用,当然,这几年,他也尝尽了甜头,在郭新波的营销字典里,他把网络推广分为1.0、2.0和3.0三个阶段。其中,1.0阶段就是尽可能的占领推广渠道,“就像超市里卖康师傅、今麦郎这些方便面一样,谁摆进货架最多、位置最好,谁就卖得好”。进入2.0阶段,音乐推广强调通过微博、人人网等SNS平台进行口碑、互动传播,在营销上更加注重社群关系。而3.0阶段则侧重于平台、应用以及移动互联网的营销。

比如2009年推出的《最炫民族风》,印象中真正大红大紫则是今年上半年的事。仿佛是一夜之间,网络上充斥着《最炫民族风》的各种恶搞版本,有网友也参与进来,将恶搞视频传给凤凰传奇。郭新波表示,这些活动的背后,也有公司的引导,我们只是抛砖引玉。一般的做法是制作植入歌曲的推广视频,将音乐同一些国内外的视频画面剪辑到一起,之后,通过一些微博大号转发,成为网络话题;第三阶段,传统媒体跟进带动新一轮网络传播;第四阶段,不少网友也会继续创作类似的视频,起到更好的传播效果。

未来,凤凰传奇的这种2.0式的营销,也将进化到下一个阶段。郭新波说,移动互联网将是下一步的重点,包括手机浏览器弹窗、捆绑、APP等,而这些领域,都还在探索之中。



中国神曲

■文|青牧 刘圣吉 ■图|资料



2002-2004

东北人都是活雷锋 老鼠爱大米

东北人都是活雷锋

作曲:雪村 演唱:雪村

神指数:★★★

2001年初,这首歌通过电子邮件在网络上疯传。“老张开车去东北,撞了!肇事司机耍流氓,跑了!多亏一个东北人……”直接,简单,不追求意境,不强调内涵,曲调和歌词诙谐上口,于是一些大型网站以及个人站点都把它放在下载专区里。此后,又引发了网络上FLASH动画的风潮,随着那句“翠花,上酸菜”蔓延到全国。

辣评:“草根”文化最早在网络歌曲中诞生,荒诞不羁的调调中又偏偏蕴含着几分温情。

老鼠爱大米

作曲:杨臣刚

演唱:(原唱)王启文,(粤语版)Twins,(英文版)香香,(日文版)美山加恋

神指数:★★★

这首杨臣刚的作品首次被听众冠以网络“神曲”之名,实在是因为其歌词的通俗已经到了空前绝后的地步。当然,这绝不仅仅是其走红的原因。歌曲旋律简单优美,冲淡了口水歌的感觉,反而有了一种港台青春偶像剧的小清新,尤其俘获了无数热恋中的男生女生。然而,也有人批评此歌仍然过于俚俗,专业水平不高。

辣评:如果张爱玲曾以饭米粒、蚊子血这样寻常到令人发指的事物形容爱情婚姻,那么老鼠和小米也应该被通融。



网友继续创作类似视频

传统媒体跟进带动新一轮网络传播

通过一些微博大号转发成为网络话题

将音乐同一些国内外的视频画面剪辑到一起