

**Q:**上海哪个地方让你印象最深刻?

**A:**安福路的上海话剧艺术中心。我当时去念艺校,学表演,不是想进演艺圈,那时候,我们崇拜的都是濮存昕老师这样的,不是什么偶像,后来就选择了一条我认为最好的道路,上中国最好的表演类大学,进剧团,一辈子演话剧。进了上话是我当时很好的归属,安福路吧,特洋气,每天来回那条路,你知道的,安福路原来是租界,可漂亮了,那时候,觉得自己是个艺术家,当然,是自以为的。

**Q:**之前《断奶》里的李俊鹏和《宝贝》里的陈QQ,让大家给你一个标签,叫“轻熟男”,你自己怎么解读?

**A:**其实,我现在挺需要一个标签的,因为我以前演的角色,大家比较熟悉的就《黄金大劫案》的“小东北”,现在我演了李俊鹏这样的上海男人和陈QQ这样的奶爸,大家觉得可以重新给我一个定义,我觉得挺好的,至少大家还是记住了。

**Q:**从上海走出去的男演员不算太多,但贵在精,大家都说这两年你发展得很不错,你自己有什么规划?

**A:**我挺矛盾的,最近我接了一个电影——《记忆碎片》,大家都觉得我可能应该往电影方面发展,我也的确是这么想的,但我拍一个电影的机会,我可能就不得不放弃几个电视剧,这是有个算法在里头,我会更加小心地去选择。当然,我从一开始就没想拼命接戏,一般一年就两三部,不想粗制滥造。



## 我的上海 My Shanghai

《断奶》里的李俊鹏,嘀嘀呱呱的上海男人范儿,观众都说似模似样,殊不知扮演者雷佳音却是个纯正的东北爷们。只是,他曾经有过一段幸福的上海岁月,如今也定居申城的他,演起上海小囡来,才那么不失偏颇。

图1 毛子倩 图1 资料



“李俊鹏是上海人,我在上海生活了10年,这是第一次演上海男人。”雷佳音的10年不可谓不精彩纷呈,从艺校毕业,雷佳音考进了上海戏剧学院,被他誉为“表演类最好的大学”,如果没记错,好像没有加之一,可见感情深邃。

在上海话剧艺术中心的那段岁月,不那么遥远,说起来,他和“票房蜜糖”何念的合作,真是水乳交融的。尤其值得推荐的片段,大概就是《21克拉》了,他说:“那会儿,女主角的名字还是跟着我取的呢。”不说不知道,如此想来,“刘佳音”这名儿的出处原来在他身上。

上话的生活是充实而暖人的,雷佳音现在回忆起来,还是笑的:“那个时候,我根本没想进演艺圈,就想着进剧团,一辈子演话剧。”后来,上话所在的安福路就成了雷佳音每天的向往,“每天来回那条路,你知道的,安福路原来是租界,可漂亮了,那时候,觉得自己是个艺术家,当然,是自以为的。”想到阳光正好的安福路,雷佳音的话语里有叹息也有喜悦,觉得自己当初真是没选错职业。

演技好是很多人对雷佳音的中肯评价,无论是《杜拉拉升职记》里的约翰常,还是《单身公主相亲记》里的常盛,再到《断奶》《宝贝》里的奶爸,用行云流水来形容演技再恰当没有了。回想一番,当年田水导的《12个人》里,雷佳音的演技就是备受称赞的,他也承认,当年在上海的那段话剧岁月对他影响很大。

“你知道《武林外传》吧,我跟何念合作了很长时间,光《武林外传》我就演了100场,我在上话那段时间,就是在磨练技术了。”雷佳音说,那段长时间舞台表演的日子为他此后的电视、电影的演出奠定了基础。“重复演出,意味着死亡。”上话教会了他如果不想死亡,就要寻求改变,哪怕是同样的角色,也要每回演出不同来。

李俊鹏这样的上海男人,雷佳音拿捏得恰到好处,问他,怎么总结上海这方水土养育出的男人们。他笑着说:“我觉得南方的男孩子吧,比较会表达,他们对女朋友、老婆的爱都是可以说出来、做出来的,比如做个饭啊,收拾个家啊,这是北方的男孩子不那么擅长的。”于是,他便画虎画皮又画骨了。

如今,雷佳音依旧定居在上海,据说是住在机场边上,“我家信号老不好了”,可他还是没有离开的打算,“我没打算离开,以后,可能会在北京买个房子,方便在那儿联络朋友,但我家还在这儿,还在上海。”

# Crocs Style “走得舒适,穿出潮势” 2013秋冬, crocs完美演绎“真我个性”



crocs中国区执行总裁Ted Lee

7月1日,以洞洞鞋被广大消费者熟知的美国时尚休闲品牌Crocs卡骆驰在上海举办了“真我个性”2013秋冬新品发布——be yourself,表现真我; be cool,炫

酷帅性; be chic,步出时尚; be confident,唤醒自信!笔者在活动中有幸采访到Crocs中国区执行总裁李瞰(Ted T. Lee)。

**Q:** Crocs从2002年进入中

国市场,产品很受欢迎,现在在中国市场的销售情况怎么样?

**A:** Crocs在中国市场一直保持着非常强劲的增长。从最初上海的2家门店覆盖到全国130多个城市700多家门店,不仅一、二线城市,包括三、四线城市都已经覆盖。

**Q:** 2013年开店有什么新计划?今年还会增加多少门店?

**A:** 2013年初我们大概不到600家,现在已经有700多家了,通过我们的官网上都可以查找到新的门店。2013年下半年大约还有几十家的增长。

**Q:** 这次秋冬发布会会有很多新品,以前我们知道Crocs是以洞洞鞋为主,那是不是意味着Crocs已经向全线发展了,比如休闲系之类?

**A:** Crocs在中国的定位是舒适、休闲的鞋类品牌。从2005年至2006年我们只有4到5款鞋类的发展下发展到今天的几百款,而且每个季度我们都有100多款推出,其中60%是新款。

**Q:** 每一季都会推出几十款新款吗?

**A:** 对,而且我们也通过一些面料,以不同的创新,结合我们Croslite™的材质一直传承我们品牌的舒适、轻便、休闲。休闲从某种角度上来说是一种生活时尚!

**Q:** 哪些款式比较受欢迎?

**A:** 比如我现在穿的这款时尚沃尔卢,从今年年初进入市场,就成为销量最好的一款男鞋。

**Q:** 前面提到, Crocs在新品方面有一些高科技的材质,能介绍一下吗?

**A:** 比如说我们今年春夏推出的赫瑞绮系列,它就是通过一些比较经典的设计去混搭新的材料,新的工艺设计。

**Q:** 中国消费者对Crocs品牌非常的情有独钟。那么Crocs对中国的消费者或者市场做出什么改变呢?

**A:** 目前我们正在增加符合中国特色的一些元素,从舒适度、时尚来融入一些新的产品开发。现在你所看到的一些鞋子已经融入非常强的本地要求,特别是对于一些时尚元素的把握。

整场活动的沸点在林依晨与Crocs中国区执行总裁李瞰(Ted T.



crocs 2013秋冬新品发布会模特秀

Lee)为Crocs 2013秋冬新品共同启动中点燃,这双作为礼物由Ted先获赠送林依晨的Crocs阿瑞安娜鹿皮短靴作为秋冬主打款,不仅是“be chic步出时尚”的最佳诠释,也完美传递出“走得舒适,穿出潮势(walk in comfort, wear in style)”的时尚理念。活动现场, Ted更充满热情地说道:“每季Crocs新品不仅能给我们带来耳目一新的感觉,更能在穿着中让我们体验到何谓‘走得舒适,穿出潮势’的品牌理念,展现属于每个人不同的真我个性!”



林依晨与Crocs中国区执行总裁Ted共同启动Crocs 2013秋冬新品