

周韦彤这个名字,对很多人来说可能很陌生,但她在宅男圈里似乎来头不小,这两年在荧屏上也很是活跃。现在同时播出的真人秀节目里,她一人就参加了俩,《极速前进》和《明星家族的2天1夜》里她都是固定成员。不仅节目参加得多,在节目中的表现也是很“拼”,可以说是一大“黑马”——白黑的千里马。

你说,175cm的大高个,面容姣好(整容的事儿暂且不谈),好好做个花瓶其实也不赖,非要换和什么真人秀。

在《明星家族的2天1夜》里,她尽管娇气、矫情,但可能因为节目设定问题,比赛输赢也没有那么重要,她的表现尚且还能让人忍受。但在《极速前进》里,这档竞技类节目每个环节拼的就是输赢,就像另一位嘉宾陈小春说的,“人性的丑恶就显示出来了”。特别是在第五期的节目中,周韦彤先是执行任务时要阴谋骗陈小春的花拿错了,诱使别组犯错,后又公开挑衅称对方为“loser”,惹得直肠子陈小春一脸不爽。

周韦彤开心时亲吻拥抱齐上阵,不开心时就发飙耍脾气,就连队友辰亦儒也招架不住,“累觉不爱”。比如,在遇到选择高空跳伞还是滑雪项目时,周韦彤一味因为好玩就执意要选滑雪,完全不顾对团队利害关系。辰亦儒任性提醒:“我们今天有可能会被淘汰。”没想到周韦彤却任性地地说:“我不管,我要去滑雪。滑雪比较好玩,真的。”辰亦儒忍无可忍:“不是好玩不好玩,这是比赛要晋级!”两人在激烈争执的同时,还迫使下一组选手只能在一旁等待,浪费比赛时间,引起公愤。

网友们怎会错过吐槽的良机,从年龄造假、整容、黑历史等一系列的问题对周韦彤进行了大起底,网络上满是“好久没有这么讨厌一个人了,原来我不是一个人,看见大家都不喜欢她也就安心了。”周韦彤微博下的评论更是惨不忍睹,她已经被迫关闭了评论,但愿这样的处境真能让她有所反思。

有趣的是,辰亦儒虽然比赛成绩被极品队友拖累,但也因祸得福,他的好脾气、宽容、善解人意通通被观众看在眼里,有了周韦彤做对比,更是高下立见,引来路人纷纷点赞。



《极速前进》
周韦彤
原本形象:性感火辣
“宅男女神”
反差:刁蛮任性的
“心机女”



11·11 唯有爱情不打折

——奥迪爱你一生一世情歌专场《中国好声音》Live Show



双十一,这个原本普通的日子,却在众多电商有意无意的联手策划下,被成功地打上了“半价”、“打折”、“全民疯抢”等标签,使“光棍节”成为了一个真正意义上的“全民购物节”。然而,在这促销、打折的纷纷声响中,一向坚持“真声音、真音乐”的《中国好声音》却在11月11日推出“爱你一生一世”《中国好声音》情歌专场Live Show,并由一汽-大众奥迪独家冠名,似乎正是以行动宣告“11·11,唯有爱情不打折”。

奥迪爱你一生一世情歌专场《中国好声音》Live Show是主办方为11月11日“光棍节”特别策划的专场演出,邀请到了《中国好声音》第二季的人气学员田丹,以及第三季人气学员王凯琪、张卓含威、魏然、刘珂、夏恒等6人同台献艺,为观众奉献了150分钟超长版演出。所有学员的歌曲经过精心挑选,不仅有学员们各自的成名曲,更有他们全新演绎的“经典老歌”,现场不时呈现千人K歌的欢乐场面。

值得一提的是,不同于传统演唱

会,此次Live Show在演出前新增了“学员走红毯”环节,6位学员分坐3辆奥迪A3轿车,缓缓进入红毯区,集时尚简约与动感潮流为一身的奥迪A3与“好声音”超人气学员青春靓丽的形象相得益彰,共同构成申城当晚最亮丽的瞬间。此外,早在前期宣传阶段,主办方就已通过中国好声音天猫旗舰店、微博、微信等多个公众平台,公开征集11月11日生日的观众和11月11日结婚的观众,可以获得到现场观看Live show的机会。与此同时,主办方还为他们精心准备了“生日趴”环节,由6名学员为他们送出特别的祝福,为“寿星们”现场演唱了《特别的爱给特别的你》作为整场演出的结束,可谓别有新意。

秋意渐浓,奥迪爱你一生一世情歌专场《中国好声音》Live Show虽已完美落幕,但《中国好声音》Live Show的精彩仍在继续,并在11月22日起的每个周末,开启第二轮《中国好声音》Live Show周演模式,继续为广大的歌迷和观众带来前所未有的视听震撼,敬请期待吧。

真人秀? 照妖镜!

明星出演综艺节目自然是为增加曝光度。但秀真人可不是你往镜头前那么一站,台词滚瓜烂熟,颜值深情并茂就可以搞定了的。有些人演别人演习惯了,一演自己反而失了控,无法NG的表演很可能就会“糟糕了”;也有些人看起来有些神经大条,行为更是“四次元”,但质地纯粹、棱角鲜明……这种天生综艺感的“反差萌”棒棒哒。

■文|蔡娟 ■图|资料



《明星到我家》
张柏芝
原本形象:高冷大明星
反差:吃苦耐劳的好妈咪

《明星家族的2天1夜》
白举纲
原本形象:90后愣头青
反差:新一代暖男

那位不知究竟是70后还是80后的姐姐还在使小性,这位90后的新人类倒是显得格外靠谱。

白举纲和周韦彤一样,是共同参加《明星家族的2天1夜》和《极速前进》两档节目的拼命三郎,但这个“老么”话虽不多,却是个实干派。他在节目里直率、勇敢又有责任感,因为年龄最小又热心于帮助人,“生活担当”白举纲一度被赞人缘最好,成为了众多“90后”标榜的新一代暖男。

他一直被调侃,一直被“欺负”,却总是默默地完成所有自己能做的,憨憨地笑了笑之。叫他跳王心凌的“扭屁股舞”,他就乖乖掀起屁股,哪怕肢体僵硬也竭尽所能,却屡次被王心凌调戏“屁股翘”,让他一脸羞涩;让他跟一群大妈跳广场舞,他依然是一脸从容,一板一眼地扭动起来,毫无违和感,任凭旁边的队友们“笑CRY”。

节目组的整盘方法层出不穷,既采萌,又是老么,白举纲自然是频频

穿着《喜剧之王》里那一身清纯学生装的张柏芝还是像当年一样漂亮,她在《明星到我家》里就这样乘着大红花轿“嫁”进了云南的一户普通农家。原本十指不沾阳春水的女明星,“嫁”到农家做村姑,本来就是等着看你如何手忙脚乱的,再加上张柏芝本身就是话题人物,单亲妈妈又遭遇前夫新旧绯闻纠缠不休,不知道有多少人在等着看她的笑话。可是,真实性情的她并没有如好事者所愿,一脸消极的弃妇样,反而都是忙忙碌碌,心态积极,敢说敢做。第一天“嫁”进门就忙活下厨,帮忙农事,和几位相对娇气的明星媳妇形成了强烈的对比。

张柏芝在节目一开头就毫不避讳地大谈婆媳关系,直言自己结过婚、离过婚,了解婆媳之道。她在节目中的表现也很好地印证了这一点,虽然有时候给人一种大大咧咧的感觉,但她心里有着一把尺子,知晓分寸,进退得当。比如,她带着26件行李进门,原以为都是女明星为了形象所准备的衣物。谁知,里面大多都是日常必需品,很多都是精心准备用来补贴婆家家用的,比如罐头、调味料等等,还自己准备了“加蛋豪华版”早餐,虽然简陋了点,但起码没有赖在床上大睡懒觉。

张柏芝兴起时,还会跟“婆婆”没大没小,唱歌跳舞很是放得开,还给“婆婆”和姐妹们当起了美容顾问,慷慨拿出自己的面膜、化妆品给她们装扮。

的中招大户。比如在一个叫“脚夹肉串”的环节,为了完成任务,白举纲不惜牺牲形象,还让队友帮忙向自己施压,虽然柔韧性的极限挑战让他表情略显痛苦,但还是“囧囧有神”外加“一脸狰狞”地完成了任务。喂!听说你还是个偶像呢?

在《极速前进》中,白举纲虽只参加了2期节目就惨遭淘汰,但其中的原因竟然是他太“暖”了。白举纲的队友是同样身为90后的关晓彤,这位姑娘也常因为娇气被网友集体吐槽。比如,因为她“怕动物”又“怕高”,所以白举纲违反规则则一人肩挑两项挑战内容,最终被罚30分钟而遗憾出局。网友为他打抱不平,而他本人却淡然、乐观,并表示“没关系,以后再努力!”所以,连竞争对手应采儿都被他“暖”到:“找男人就该找这样的。”网友们也是一致点赞,封他为“新一代暖男”,并“怒刷”热词“嫁人就嫁白举纲”。

王老吉勇夺央视“第一标” 《新闻联播》冠上中国红

中标结果		
时间单元	一单元	广告长度 10
播出位置	正数第一	广告长度 10
投标号	628	
中标价	81,000,000	
捌仟壹佰万元整		

日程之上。

据悉,除了取得中央电视台的一系列资源外,王老吉2015年还锁定了部分强势地方卫视的优势资源,这一系列部署形成了从中央到地方多点投放、辐射全国之势。

而面对营销手段的多样化,王老吉正在以开放创新的心态迎接移动互联网时代。在广告宣传和媒介投放策略上,2014年以来,王老吉一方面在全国寻找优质传统媒体资源进行合作,保持品牌的知名度与声量;另一方面,加强社交媒体、数字媒体等新媒体合作,持续与消费进行情感沟通和互动。同时,营销下沉与市场推广深度结合,展开接地气、拉动销售的线下活动也是王老吉整合营销的一大特点。

广告战告捷 正宗王老吉2015值得期待

拿下央视“第一标”,王老吉可谓赢得了2015年全年大战的“开门红”。但对于企业来讲,这只是代表其品牌实力的因素之一,广告背后,产品品质的提升、销售渠道的扩展、产能的扩大、销售额的增长才是品牌的硬实力。

2012年5月,收回“王老吉”商标使用权后,面临“三无”窘境,经过整个团队的努力,在短短一个月的时间,红罐王老吉新装上市。同时,国药集团公布了“王老吉凉茶136发展方略”,目标是“将王老吉从民族品牌打造成世界品牌”,到2017年实现300亿元销售,2020年力争达到600亿元。当年9月王老吉已基本完成了全国范围内市、县、镇各级市场的销售渠道建设,2014年7月王老吉雅安工厂全面投产,至此王老吉基本完成全国产能布局,2013年,王老吉实现了150亿元的销售目标,2014年有望突破200亿元。

今年3月,王老吉在北京设立了北方总部,与广州总部形成南北双核,布局全国,同时发布“品字形”发展战略,从“时尚”、“文化”、“科技”三大板块进行战略部署。借势世界杯、电影《亲爱的》,王老吉组合运用娱乐营销、体育营销、借势营销等诸多营销手段,使得王老吉品牌营销日臻成熟。而“吉文化”的全球推广以及联合诺贝尔奖得主穆拉德博士共同开展凉茶国际标准的研究又进一步完善了王老吉“文化”和“科技”的布局。“时尚”、“文化”、“科技”的全方位部署已展开,王老吉正在按着既定的步伐,向前迈进。

王老吉正在全面发力,抢占中国凉茶行业的最高峰。2015年,王老吉将会以更加矫健的步伐全面迈进。

“汉秀”演员技惊四座 “人体炮弹”27.5米高空轰炸



“汉秀”卧虎藏龙八仙过海各显神通

“汉秀”,世界顶级舞台秀,在这里云集世界级的大师团队,配备世界级的舞美科技,典藏世界的艺术创意,当然也要凤鸣角的世界级演员,才能将“汉秀”的神来之笔演绎得淋漓尽致。目前,“汉秀”拥有93名演员,分别来自全球13个国家,他们各个身怀绝技,都是专业里的顶尖人才,称之为“神人”一点都不为过,齐聚“汉秀”看他们如何各显神通。

作为“汉秀”挑战人类极限的表演项目之一,27.5米高空跳水可谓让观众既新奇又心跳,值得一提的是,“汉秀”不是一个人,而是组团表演,虽然只有2秒多的昙花一现,演员就像“炮弹”一样落入水中,相当惊险和刺激,观众体验绝对回味无穷。

专家指出,高台跳水通常不能超过24.4米,这也是保障不会造成人体伤害的临界点,而“汉秀”的27.5米高度设置,完全突破了这一常态界定,可见演员的高超技艺着实让人叹为观止,而这一高度,在世界上所有的秀场中也是首屈一指的。

在“汉秀”的舞台上,每一处皆风景,每一名演员皆传奇,他们用辛勤和汗水带给观众震撼体验,用独门秘籍创造了一场前所未有的艺术之美。

每一人,皆传奇,93名演员,93位龙虎神仙,12月20日在中国武汉,看他们如何各显神通!