

一代女神林青霞60岁了

出新书与大家分享一甲子的人、事、情



林青霞新书封面



年轻时的连体裤造型风靡一时。

昨天,林青霞60岁的生日,她推出了新书《云去云来》作为给自己准备的生日礼物。

林青霞是华人影坛的传奇,是一代人心目中的“女神”。退出影坛的林青霞淡出公众视野,直到2010年她出版了第一本书《窗外》,引起很大轰动,成功转型。作家琼瑶称赞,“虽然知道林青霞一直在写作,但没想到写得这么好。”此后林青霞依旧笔耕不辍,4年后再出书,她说:“人生很难有两个甲子,我唯一一个甲子的岁月出了第二本书,当是给自己的一份礼物,也好跟大家分享我这一甲子的人、事、情。”

接拍电影《窗外》时,林青霞只有17岁。当年她高考落榜,前途迷茫,却因这部电影无意中改变了人生;与秦汉、秦祥林之间的三角恋,把她折磨得瘦骨嶙峋,憔悴不堪,极度抑郁下,每晚只能靠服用安眠药入睡……青春耗了一大半,直到1994年,林青霞遇到了可以结婚的人。嫁入豪门,各种流言不断,她鲜少

分辩,只把自己的日子过得神采飞扬。

林青霞并非当真美得空前绝后。这40年里,在眉眼气质上,能和她比肩甚至超过她的大有人在,但难得的是,她禀性朴素、不张扬,“甚至有些老实”。她闲暇时学画、练书法,去大学听一些学者的讲座。2005年,她每周“打飞的”去听蒋勋讲《红楼梦》,有一年又跑到香港大学听了一学期龙应台的写作课,还找了香港作家金圣华学习英文翻译。

要论人世间最令人伤心之事,美人迟暮绝对要算一个。但其实,如果把标准放在人生的角度,每个阶段都有它的美。青春年少时,自然是前额光洁,马尾荡漾;人到中年,就应当端庄丰满,有酒醇之美;到晚年时,白发与皱纹也能增加韵味。

60岁,于一个人的一生而言,是一个重要的时间点。香港知名电影美术指导及服装设计张叔平说,“因为那份气质,林青霞到老也会很美丽”。

本报综合报道

八一广博今晚客场战四川

本报讯(记者 戴斌) 2014—2015WCBA今晚将进行第二轮较量,八一广博女篮在成都客场迎战四川金强队。后者是今年新组建的一支新军,这支队伍的班底是原来的云南队。

作为新军,四川队今年没有明确的成绩目标,赛季开始前该队的表态是“希望能积累经验,球队要在联赛中站稳脚跟”。她们参加了本赛季的揭幕战,结果58:68不敌上海队。不过金强女篮阵容也还是有亮点:外援凯尔西·博尼此前效力于WNBA康涅狄格太阳队,最近一个赛季出场32次,场均上场23.6分钟得到9.3分5.2个篮板;此外前国手马增玉也加盟了四川女篮,今年的WCBA季前赛上她表现不俗。

八一广博女篮上一场取得开门红,非常关键的一点就是队员们多点开花,6人得分上双。今晚如果能够保持这样的状态,那么客场连胜应当在情理之中。

“最牛背包客”将来甬讲述幸福

本报讯(记者 金晓 通讯员 范进剑) 11月8日下午2点,集作家、主持人、民谣歌手等多重身份于一身的大冰将作客鄞州书城“周六悦读沙龙”,与您讲述幸福、品味感动。想参与的读者可以到鄞州书城、悦读时光书吧及百丈新华书店领取免费入场券,数量有限。

大冰,1980年出生于山东烟台,毕业于山东艺术学院戏剧系。他是民谣歌手、酒吧老板,也是驴友心中“最牛的背包客”,只为享受心中的理想生活。继80万册畅销书《他们最幸福》之后,2014年他推出了新作《乖,摸摸头》。

要购物,上淘宝 淘宝网

天猫双11来了 强势攻略助你扫好货

海外大牌扎堆 明星陪你一起买



扫码进入天猫预售会场

距离天猫1111购物狂欢节还有一周的时间,夏小姐早已挑好了满满一购物车的东西,等待最后下单的“心动一刻”。而在这些商品里不乏来自海外的国际大牌,“我已经给自己和家人预购了好几款国外的护肤品,还给爸妈定了来自美国的橙子和小龙虾尝鲜。”夏小姐说。

据了解,在此次天猫双11预售中,首次采用了全球直采的模式,并与500强品牌联动全球推广,通过大包装量贩定制,让网上的消费者能够尽享批发底价。预售期间,快消品类各个品牌销售纪录被不断刷新。

全球品牌直采 在线享批发价

今年双11的一大特色是“买遍全球,全球可买”,就是让国内的消费者能买到全球的商品,包括美国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰、英国、法国、意大利、德国等。全球的消费者也能买到国内的商品。

依赖海外品牌直采的模式,天猫运营甄选全球时令货品后,与海外品牌商家或进口商询价,随后将商品引进给平台商家,商家进货入仓,完成全球品牌直采,并将获取的价格优势让利给消费者。

天猫相关负责人表示,通过这样的方式,消费者可以享受到来自全球新鲜时令的高端产品,包括首次解禁的美国大牌橙子,全程冷链包机直送的波士顿龙虾、澳洲鲜奶,以及全球同步首发的一线大牌童装都会登陆天猫双11。“今年天猫双11是全球进口品牌的一次线上巡演。天猫作为非常了解中国互联网消费需求的平台,吸引和汇聚了众多全球500强集团旗下著名品牌联合发声,为国际一线品牌提供了跨过中间环节,直接跟中国消费者亲密互动。”

家庭主妇陈女士是第三次参加天猫双11,非常吸引她



的是大包装量贩商品。“比如洗发液、沐浴液这种,通常我都会选择买家庭装的大瓶,但是从超市提回家很费力,又不常能遇到超市打折,自从参加了天猫双11,我几乎每次都是采购好几大瓶,全家人能用上半年时间。”陈女士说。

天猫通过量贩定制,让消费者在线享受批发价格优势,在充分满足家庭基本生活所需,享受购物乐趣同时节省购物时间和成本。仅在双11快消品行业的个人护理品类,就有全球20个知名大品牌为天猫特设生产线,定制商品和包装。

量贩商品因价优物美备受精明的消费者青睐。一款天猫专供的量贩装某大品牌去屑洗发水早已在预售中售罄,预售中消费者已付定金金额超过10万元。而另一品牌的多效修护洗发产品也已有超过44000名消费者预订。

不止是5折 拍档一起BUY

对于很多“剁手族”来说,在即将到来的天猫双11中有更多的期待,他们不仅仅希望买到性价比高、便宜的

商品,更希望能买到符合自己个性的商品。从事编辑职业的方小姐考虑在天猫双11中购进一些衣服,但不愿跟随潮流的她希望能选到一件有品牌保证、价格适中同时不容易撞衫的OL风格的小西装。

为了让消费者在今年的双11不仅能买到好货,也为了大家参与双11变得更好玩,今年天猫双11找来了23位明星拍档,60位设计拍档,11家时尚拍档,21个互动游戏拍档,6位技术拍档以及红包拍档和更多的参与者将组成天猫双11“全民拍档”。

明星拍档会和众多网络达人通过个人微博给粉丝发双11红包。天猫设计师平台和天猫商家的60位大牌设计师拍档还会全程参与天猫手袋,天猫专属包裹盒等产品的设计中来。

作为天猫双11媒体拍档的YOKA执行副总裁Sandy表示,YOKA整个编辑团队策划了40多个选题,并从中精选了20个新风尚选题,每一个选题下至少从天猫的商品池中精选30~50个产品,推荐给消费者。“那些都是我们编辑的积累,把自己的品味和鉴赏带给客户,让他们边逛、边看、边买,把他们心仪的时尚带回家。希望双11给用户带来更好的体验,从海量商品中找到他们精准的产品,让用户的衣柜越来越时尚。”Sandy说。

90后大学生Cindy希望双11有更多的趣味性。“单纯的打折已经很难吸引我注意了,在折扣之外,希望有新鲜好玩的互动游戏等。”而今年双11,消费者领红包的途径还可以从玩游戏中获得,只要参与商家推出的互动游戏,在手机上点点屏幕玩一玩,就有机会获得天猫红包和商家推出的特惠商品,好玩的同时更有惊喜。