



金秋,婚礼亮闪闪

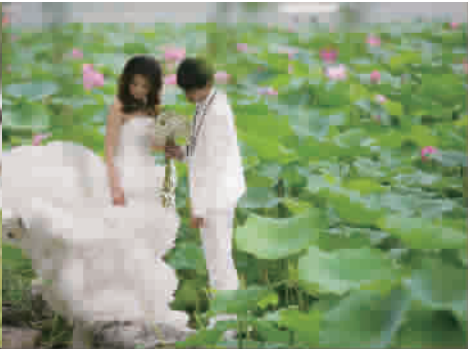
◆ 王蓉

一场婚礼的筹备,像预演一场大型联欢晚会。新娘首先关注穿什么。以前结婚多是租婚纱、旗袍或礼服,现在讲究定制。若尺码合适,直接买成品,一般是3件,出门迎宾多西式纱裙,正式仪式穿主婚纱。多选白色,象征纯洁。有坊间说法,婚纱选红色是二婚。以前新人结婚一身大红。喜庆。那时不兴讲这个。最后是敬酒服。有新娘问,送宾时是不是再换套衣服啊?穿纱裙好,还是小礼服更好啊?客人离席一瞬间,留下最后的惊艳。新郎换行头没那么频繁,也要准备两套。多在细节处下功夫:领带、领扣、袖扣。选大品牌,镶钻,或是K金。花费并不少。不同的礼服,变化不同妆面和造型。雇佣专人化妆师全天跟妆。出门时和在酒店走T台时妆容两样。迎客或敬酒,妆面多素淡;站在强光灯下就必须化稍浓的妆。新人像两只木偶,被化妆师牵着不停转呀转。累到腰细,心里欢喜。谁还在乎有多辛苦呢?

新派与传统你选谁,婚纱摄影最易超预算,往往一倍甚至更多。量身定做,或清新前卫,再加上出游式外景拍照,价钱动辄上万。销售人员口才好,一句“一生一次,不留遗憾”。掏钱吧!上次去青岛出差,海边拍婚纱照的新人扎堆赶潮。上去闲聊,有一对来自上海,新娘说,拍照套餐里不包括往返车费,食宿费等均需自理……我一闺蜜结婚,影楼将照片直接做成请柬发给亲朋好友,照片印成台历作回礼送客。新颖,漂亮。自然价格不菲。有些钱不能省。上海新娘继续说,我朋友结婚,找熟人做婚礼摄像。非科班出身。婚礼上手忙



脚乱,镜头里人头攒动,叠影重重。根本看不出谁是谁。新娘痛心疾首。总不能重来一次吧。季节不同,婚礼所用花束区别大。新娘捧花、新人胸花、花童撒花、现场献花、花车装饰等等,需大量鲜花。秋冬时,花的价钱提升,种类选择也较春夏少。涨价有时不仅仅因花材稀缺。每年5月、10月是结婚旺季,各种婚礼道具、摄影摄像师、婚礼司仪等必不可缺。花束随之紧俏,价格水涨船高。想起我一朋友,提前半年预定,签书面合同。聪明。喜糖虽小,却是婚礼点睛之笔。我曾参加过一个婚礼。喜糖打开,纸上是一个婚俗小图,迎新娘、拜天地等。独特,也有个性的。把新郎新娘的名字,新人想对亲友说的话,打印到包装盒上去。封面是



婚纱照。温馨而浪漫。又一次参加婚礼,喜糖是一个背了英文“love”字样背包的小孩,捏一下背包,小孩嗲一句“I love you”。喜糖吃完,谁舍得丢掉呢,心里赞叹,创意真好。喜糖不仅只是中国特色,老外也送喜糖,但方式不同。我同事克拉拉来自意大利,她结婚时,喜糖一排一排直接摆放在宴会厅出口处长台上。来宾散宴之后,自行到台前取上两盒(寓意好事成双),颜色各异。打开,并不是真的糖,而是沾满糖粉的大杏仁。新颖。也有新人自己动手制作喜糖袋。用日本友禅纸。缝好后把袋口一扎,小巧而可爱。费了些时间,让人爱不释手,值得。

运筹帷幄求细节。预订婚宴,酒店无疑是整个婚礼中至关重要的。要考虑的因素相对较复杂。并不像许多新人以为的“一锤定音”,往往要多次挑选。前期交通费不少。我常参与婚礼选场,多在3-5家之间挑选。初步确定后,婚礼前至少再去3次。场地在市中心或离家近还好,若在郊外度假村或城堡酒店,频繁往返又添一笔开销。宴席费用几万算起步,十几万常见,几十万不稀奇。若新人有一方是外地的,还要宴请两次。场地选好,接着定菜单。要试吃。若菜式或菜量有问题,马上作调整。确保婚礼当天宾客主欢。有时发现场地提供的免费设施不够,投影机、幕布,桌椅桌布颜色不搭,若有户外仪式,一套音响设备不能少……看吧,又是不少钱。

闺蜜准备半年后举办婚礼。每天一下班直接进健身房。瘦身。一周去两次美容院——眼下时髦“婚前急救套餐”。除固定计划,增加美白、祛斑、焕彩等项目。敷了面膜躺在床上,她在心里一项一项算,越算越多,哎哟,还没算马尔代夫蜜月行呢……

宾馆里的“红装丽人”们

◆ 徐明中

在改革开放大潮中催生的涉外旅游宾馆不仅以光鲜亮丽的面目呈现于世,更以其现代化的管理水平和高素质的员工群体在社会上大放异彩。其间,给我印象最深刻的还是宾馆的高级管理者,特别是那些被誉为“红装丽人”的女性老总们。我和她们长期相处几十年,常对她们果敢明快的工作作风、刚柔相济的处世性格、超前睿智的经营理念、靓丽高雅的气质和外表赞叹不已。她们是女性百花园中的一朵奇葩,是女性世界里的一个卓而不凡、光彩夺目的群体。

B总是我们宾馆开创时期的一位副总,她是旅专一届生,号称“黄埔一期”。这个曾在香港大酒店里长期工作的老总一出场就赢得了满堂彩。她做事规范专业,要求非常严格。对国企中惯有的人浮于事、效率低下的现象深恶痛绝,时常给予下属严厉的批评,要求限期整改,一旦检查不合格,即刻给予行政处罚。刚开始时,很多人对她那种雷厉风行的工作作风很不习惯,甚至很害怕。但时间一久,就立刻显现出管理的成效。所以广大员工对她甚为敬服。B总也有可爱的一面,她人长得很漂亮,喜欢穿一袭艳丽的红色套装。当时就有报刊称她为“红装丽人”。闲暇时也喜欢和员工拉家常,甚至在馆庆日热情地登台一展歌喉。因此,B总虽然离馆时间较早,但员工们对她独特的风采依然念念不忘。

Z总是我们宾馆发展中期的一位副总,虽然性格内敛,不喜张扬,但她精通业务,对工作非常认真仔细。所以对她汇报工作时绝不可以“捣浆糊”,必须事先做好充分的准备。Z总很注意各种数据的精确性,要求她的下属不仅要谈计划的“可行性”,更要注重计划的“可操作性”。所以在这个领导下面工作常会有一种无形的压力,虽然有时很紧张,但当看到各项工作都能做得有条不紊且富有成效时,心里就有一种难以言表的愉悦和满足感。

Y总比我年长几岁,是我敬重的大姐。她清秀、端庄、处事沉稳。由于长期在五星级酒店工作,所以对宾馆管理极有经验。在严格管理的同时,又非常注意加强企业的凝聚力,调动员工的积极性。她曾一再说,“没有快乐的员工,就没有快乐的宾客。”所以在她的任内,企业文化蓬蓬勃勃,员工积极性空前高涨。企业形象和服务质量都得到大幅的提升,连一些懂行的外国宾客都称赞她是一位“很有魅力的企业高级管理人才”。

和这样的宾馆女老总们相处是我一生中的荣幸。不仅向她们学到了很多,更感受到这些特殊女性的特殊魅力。她们是宾馆行业中的一道靓丽的风景,也是职业女性追求卓越、实现自我价值体现的最佳楷模。

