

男左女右

无“礼”取闹

◆ 冷 汐

新年,情人节……一年之中最喜悦的时间,也是他向她表达爱意的最好机会,送不停的礼物,让人欣喜若狂,却让男人头疼不已,感情真的要用送礼来表达吗?送,或不送,还真是个问题。

焦 阳(男)
28岁
人事经理

毕 铮(女)
24岁
广告策划

我觉得女人都喜欢收礼物吧,反正我女朋友很喜欢,我们在一起已经4年,刚开始恋爱的时候,有一次好像是六一儿童节,她问我送她什么礼物,我当时就觉得特别好笑,一个大人过什么儿童节,还要礼物,我以为她开玩笑,就没放心上,结果她居然生气了,差点没跟我分了。那件事之后,我就记下了,但凡有个节日啥的,都想着送她点东西,好在她也不是很贪心的那种女生,即便不是很贵重的礼物收到了也很开心。我觉得女人喜欢礼物可能是因为在意那份心意吧,我女朋友总跟我说,不在乎我送什么,但收到礼物的时候就知道我想着她。身边有些哥们常抱怨说自己媳妇难伺候,总跟别的女人比谁的老公大方,肯为媳妇花钱,让他们挺抓狂的,昨天一个大学的哥们跟我说她媳妇怕他工作忙忘记,已经跟他预报过圣诞节了,让他务必准备好礼物,他打电话给我想

问问看送什么好,说年年送礼物实在是黔驴技穷了,呵呵,我给他的意见就是“自己想”,哪有工夫帮他想啊,我自己给女朋友的礼物还没想好呢。

礼物?当然喜欢啊,不过经常送应该也会觉得没意思吧,所以我男朋友总说我很作,送也不是,不送也不是,其实我觉得是他不了解女人。前两天一个同事过生日,她老公送了她一个卡地亚的手镯,那个款式很经典,我一直很喜欢,所以看着多少有些羡慕,这刚好好圣诞节快到了,我就跟男友说我也想要那个手镯,他就不理解,觉得这有什么可比的,他没明白,这不是比的问题,我是真的很喜欢那个手镯。其实为礼物这事,我和男友没少吵架,他是做贸易的,经常要到外地出差,去年情人节的时候,他刚好要去深圳出差,临走前丢给我一张信用卡,说让我自己去给自己买个礼物,我当时就生气了,礼物这东西也可以自己买给自己吗?他

就说我无理取闹,反正是用他的钱买的,而且我自己买还能买自己喜欢的,他选的我还未必喜欢。听着特别有道理,但其实这就是男人的逻辑,凡事都喜欢用有没有道理去解释,谈恋爱又不是谈判,哪来那么多的道理。

{ 冷汐爱问答 }

爱情之中的礼物有那么重要吗?有“礼”走遍天下,无“礼”寸步难行,这该不会是真的吧?女人往往有种错觉,男人肯送礼物才代表爱;男人常常有种误解,女人喜欢的只是礼物。其实,在两性情感中,礼物并非单纯的物质呈现,更重要的是情感承载,代表了一方对另一方的关心和爱意。特别是当我们在言语和肢体表达上比较笨拙的时候,礼物就成了最简单的爱的语言。与其说我们在乎礼物,不如说更在意的送礼人为此花费的心思。肯花钱是花心思的一种,却不是衡量礼物的唯一标准。礼物可以有多种,对于现在的都市人来说,时间和精力往往比钱更珍贵,在节日或生日的时候,厌倦了所谓的包包和首饰,不妨换个方式,用心为对方准备一顿晚餐或策划一次旅行,都会是一次与众不同的爱恋体验。

把爱唤醒

不凑合去爱,不过凑合的人生

Q:小鹏老师,前一段时间在网上看到一则关于谈恋爱的微博,发微博的男孩儿在为他的室友抱打不平,他说:“我们宿舍老三,女朋友是五月天歌迷,想看五月天演唱会,而且还要买1255元内场票。老三咬牙饿了三天又找我借了500块买了张

票给女朋友,自己在体育场外站了2个小时。我觉得这事真好笑!一个连一场演唱会的票都买不起的男生就别找女朋友了!一个为了场演唱会让男朋友如此落魄的女生也不配有男朋友!”您说对吗?

小宇

A:小宇你好!现在以大部分人的“正常”思路,看偶像的演出,买张80元上下的票就可以了,作为学生的男孩子给女朋友买票呢,想办法劝劝她,差不多就得了,80元一张,160元两张,我还能陪你看呢。而且没啥钱就别看什么演唱会啦,不如买一张碟回家还可以反复地听。这样的想法和做法也没错,大多数人也是这么做的。

但是如果我们换一个角度来看,可以发现另一个有趣的现象:公众的凑合心态。看偶像的演出凑合,满足女友的需求凑合,对待工作也凑合,相亲谈恋爱凑和,年龄大啦随便找个人凑合结婚,装修房子也就凑合,一切都凑合了。于是一一对普普通通的夫妻出现了。凑合的爱,凑合的人生,就这样凑合一辈子了。

反过来看这一对大学生。女孩子为了近距离看偶像宁可下血本,男孩子为了爱不顾一切。从女孩子身上我至少能看到她对生活的要求,从男孩子身上看到了他为爱不顾一切的拼劲儿。不过这个判断是需要前提的,因为微博只言片语信息有限,所以我必须设定前提。前提是,女孩子平时的生活不是追求

奢侈,而是追求品质,要么不要,就要高品质。平时是一个自尊自立,能为他人着想的女孩子。只是追求高消费而不顾及别人的女人,不在讨论范围之内,这样的女人是将来家庭的灾难。再看这个男孩子,他能这么拼,能这样对待自己爱的女人,这么做,一点错没有。对自己爱的女人能付出的,也能对事业对家庭付出,我们无法否定一个敢拼敢担当的男人。我们可以推测,只要是他想做的事情,一定能做到,一定能做好。

我们大多数人都是平凡的,普通的。而这些平凡普通的人里面却有太多温吞吞的人,对待生活永远一副凑凑合合的标准,在爱情面前永远一副不愿全力付出的态度,在婚姻中永远遇到难题就逃避妥协不奋力解决。

所以能为自己喜欢的东西付出,甚至全力的付出的人,我相信他们会收获精彩的人生,幸福的爱情。

周小鹏:中科院心理所发展及教育心理学硕士、百合网首席婚恋专家、国家职业资格培训婚姻家庭咨询师三级教材编委。邮箱:zhouxp@baihe.com

市场与口碑双丰收 朗行以实力赢得多项大奖

上海大众 LavidA 品牌的越级旅行车 Gran LavidA 朗行,上市五个月即在终端市场赢得了逾五万消费者的青睐,展现出了卓越的市场竞争力。与此同时,Gran LavidA 朗行更是屡屡斩获权威奖项,以实力赢得众多媒体的认可。良好的口碑与优异的市场表现充分彰显出这款越级旅行车的不凡实力。

炙手可热 月均销量过万

作为上海大众汽车精心打造的越级旅行车,朗行以流畅的造型与丰掌的空间,传递出“为生活而生”的态度,不仅改变了中级车市场的格局,更受到了业界的广泛关注,成为消费者瞩目的焦点,由此引发了消费者热切的购买浪潮。

自2013年6月29日正式上市以来,朗行凭借其简洁优雅的造型设计以及超越同级的丰富空间,迅速赢得了热爱生活的消费者的青睐,上市第一个月的销量已接近万辆,随着产能的不断释放,朗行的销量持续攀升。截至11月,朗行累计销量已突破五万辆,以日均破万的骄人成绩,创造了傲人的市场表现。

实力领先 屡获权威大奖

随着销量的不断攀升,朗行不仅获得了消费者的良好口碑,更是在业界获得专业媒体的高度认可。在上市之后不到半年的时间,更是载誉连连,先后赢得了包括《汽

车测试报告》“年度最佳两厢家用轿车”、《每日经济新闻》“轿车”、2013年度创新车型”、《新闻晚报》“年度最受欢迎新车”、太平洋网“2013年中国城市网盟年度总评榜年度人气车”等在内的众多实力奖项。

此外,朗行搭载大众集团最新研发的EA211全铝环保发动机更是凭借出色的动力性能和燃油经济性赢得了多项殊荣。在《汽车周刊》举办的“2013年度动力总成价值榜”和《汽车与运动》举办的“中国心2013年度十佳发动机”评选活动盛典中,朗行EA211全铝环保发动机先后赢得了“2013年度节能动力总成技术”和“年度十佳发动机”的美誉。

大空间 承载丰厚人生

生活,不仅是高度,更是宽度。决定将朗行片上的画面变成脚下的风景;决定穿过繁华城市,只为与久未蒙面的老友叙旧。朗行,将对生活的无限遐想化作实际行动

的力量,用它的大空间包容万象,承载多彩丰富的人生。

朗行越级打造412L行李箱容积,足以装人数周的旅行必备品;其后非座椅通过4/6分割或整体放倒,可以轻松构建一个完全平整、容积高达1283L的超大空间。试想某个平凡而忙碌的清晨,驾驶朗行开始一次说走就走的远足,其超越同级的非凡度量,将装下行李箱、高尔夫球袋、户外帐篷、摄影器材等大物件,与车主共同拓展生活的精彩。不仅如此,朗行方向盘下方储物盒、超大容量的车门杯托、手机支架、储物槽等设计,在细节之处体现对使用者的贴心关怀;其匠心打造宽松的驾乘空间,更满足了车主与亲朋好友分享旅途乐趣的需求,尤其是后排宽适的空间,即便是185mm身高的乘客也能伸展自如,尽享旅途的惬意舒

适。有容乃大的朗行将陪伴车主一同探寻前方更广阔的天地,其大空间亦将伴随车主每一个通向幸福生活的决定。

大智慧 开创精彩生活

生活,不仅是生存,更是享受。享受驱车60公里后的一碗地道风味粗面;享受一场话剧、一个画廊所带来的文化熏陶;享受在忙碌的工程中为自己留出的片刻休憩。朗行,用“大智慧”,启发人们拓展生活无限精彩的意义,越级配备的诸多智能人性化的配置赋予消费者超越一般两厢车的优越感。

朗行搭载的KEYS无钥匙进入/一键启动功能,将传统繁琐的解锁开门、打火启动等动作统统省略,只需靠近车体,而副驾驶座车门或尾门可分别感应,解锁开门变得只是伸手拉动车门把手这么简单。

单。朗行搭载的Climatronic全四区精准恒温空调,悉心照顾着车内每一位成员的冷暖温饱;多媒体影音娱乐系统,拥有8喇叭高保真立体声音响、6.5英寸彩色触摸屏、车载蓝牙手机准备系统等多项智能科技,专旅途增添丰富质感;全程静谧静音科技,让人领略更好的欣赏旅途的欢乐,可归最纯粹的旅行生活。朗行的智能科技极具人性化,让行车更为便捷与舒心。在它的大智慧下,忙碌将不再是属于工作的代名词,而享受生活也可以是另一种忙碌。

作为上海大众汽车2013年推出的LavidA家族新成员,Gran LavidA朗行赢得了市场领先的销量成绩和众多权威奖项的认可,成为LavidA品牌旗下的得力战将,它必将助力品牌开创A级车市全新格局,并登A级车市新高峰。