



■ 图为靳羽西与罗紫琳的合影

将美丽投注城市色彩

——访环球小姐中国区大赛总裁靳羽西

“如果你怕衰老,那么就该用自己的努力,去越变越好。当美貌不在的时候,美就不是离你而去,而是从外貌融进了身体里。”从去年起担当环球小姐中国区大赛总裁的靳羽西,在努力向国际舞台展现东方美丽的同时,更是用美丽在推广着慈善事业。不久前她接受了本报专访。她说:“我为我们的佳丽能够运用美丽做积极的事而感到高兴。”

让东方美绽放国际舞台

“中国环球小姐大赛不仅仅是选美,是中国现代女性的形象大赛,我们的宗旨一是为中国女性喝彩,二是为祖国争光。”羽西解释道。据悉,2012 年环球小姐中国区大赛目前尚在分赛区的比赛阶段。最终进入中国总决赛的前 30 强佳丽将在今年 8 月进行为期一个月的集训,9 月初参加总决赛。谈起选手的选拔标准,羽西表示,外形是第一,其次是性格和谈吐,“性格的作用占到了 80%。你往台上一站,评委就能看到你的性格。有些女孩子看上去很漂亮,但一说话就没有料了,可能是接受的教育还不够,这

样的话,就算我花一个月的时间去培养,也来不及,怎么塞也塞不进去。”

对于罗紫琳,羽西总是亲切地称她为“我的女孩儿”。去年,罗紫琳在巴西圣保罗的第 60 届环球小姐总决赛上获得了第五名的好成绩,这是中国选手近八年来的最好成绩。而今年,羽西仍然希望可以再创佳绩,再次向世界展现东方之美。

为慈善付出大量心血

“中国环球小姐大赛是一个鼓励人们去从事慈善活动、创造正面形象的重要事业,我为我们的佳丽能够运用美丽做积极的事而感到高兴。”羽西这么说。前段时间,为了筹备“上海宋

庆龄基金会·中国环球小姐美基金慈善晚宴”,羽西亲力亲为操持晚宴的许多细节。“这次我许多好朋友帮了我很大的忙。比如 Trisha Wilson,她是世界最有名的室内设计公司 Wilson Associates 的创始人,我 19 岁就认识了她。这次她为我免费设计了会场,并且动用了她在全世界的资源帮我做这个活动。还有 Christian Louboutin,他亲自为晚宴设计了两款限量版的鞋子参与慈善拍卖。我很感激他们。”

在各方人士的共同努力下,慈善晚宴共筹集到了 15 份出色的现场拍品、36 份静拍品。其中包括卢森堡王子 Prince Robert 的全球限量侯伯王 75 年美酒、珍珠之父 Robert Wan 特别提供的稀有珍珠项链等。羽西表示,这些别致的拍品总价超越数百万元人民币,而更珍贵的,是拍品捐赠者对慈善事业所投注的热情。而晚宴最终筹得善款 1320 多万元,据悉,这些善款将用于三个慈善项目:母婴平安爱心行动、为中国裂唇儿童提供手术治疗和术后康复的“微笑行动”,以及资助四名女导演的微电影公益计划。

周曼妮 小月 文 董鸿景 摄

时间与速度激情碰撞



2012 年法拉利赛道日嘉年华暨法拉利倍耐力杯亚太挑战赛,日前在上海国际赛车场举行。来自全国各地的 700 多位法拉利车主和数万名车迷共聚赛道,享受速度带来的激情。

在此次活动上,作为法拉利的官方计时,宇舶表隆重推出法拉利中国版限量腕表,以此向时间与速度的激情碰撞献礼。这款腕表 9 点钟位置的法拉利跃马标识精工雕刻于镂空表盘,60 秒计时小表盘的红色指针与刻度和法拉利仪表盘完美呼应;2 点钟位置的计时按钮触感犹如法拉利油门般顺滑无阻。这不仅向两大顶级奢侈品品牌强强联合致敬之作,同时也为庆祝“首辆法拉利跑车进入中国大陆市场 20 周年”及“法拉利 458 Italia 中国限量版”上市而特别推出。

叶子

中国超级品牌公布

作为全球最大的独立品牌研究与评判机构,Superbrands 日前在沪宣布 2012Superbrands 中国项目正式启动,并为获奖品牌进行了认证,国航、立邦漆、雀巢、飞利浦等八家入选。Superbrands 全球 CEO Eamonn Sadler 表示:“中国的本土品牌正在形成、成功并走向全球,越来越多的中国品牌进入国外市场,我们希望能帮助这些品牌传达交流他们的价值和历史。”据悉,Superbrands 期待通过与一线品牌的紧密合作,为中国的品牌与市场推广建立一个极具价值的平台,从而为中国消费者打造可靠的消费环境和舒适的消费体验。

小温

新新人类推崇“0 成本”约会

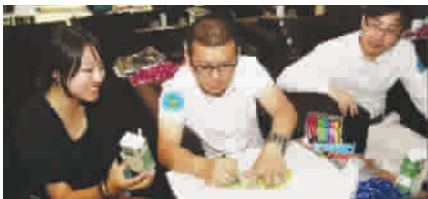
真正的爱情并不需要靠金钱来堆积,继“裸婚”之后,“0 成本”约会也成为一部分追求纯粹的年轻人的“纯爱主张”。为了迎合这一约会潮流,悦达地产旗下的悦达 889 广场携手芳汇广场重磅推出“MEGA SALE 第二季·大约惠”约会 0 成本活动,前来参加的年轻人络绎不绝。

据悉,此次“大约惠”共有六重强势大特惠。除了 6 月底向消费者限量发送 200 张千元约会基金外,至 8 月 19 日前,悦达 889 广场及芳汇广场将推出全场 1 折起超低价大特惠的让利活动。活动期间还会相继推出很多年轻人喜闻乐见的落地活动,比如情侣晒幸福获 Ipad Case、晒约会日志赢约会基金,以及为养狗人士准备的狗狗相亲会等。

现场的许多年轻情侣表示,“0 成本”约会的意义并不只是省钱,而是通过更有意思的互动,来了解对方真正的心意。

为明

有机理念引领消费潮流



近年来,随着有机食品日益引领新的消费潮流,有机生活方式已经成为人们追求健康和时尚生活的全新标准。“金典全国有机知识巡回讲堂”上海站日前落下帷幕,专业讲师针对大家最关心的话题,介绍有机基本概念,讲解有机产品的生产环境、认证标准、监管流程、识别技巧等内容,以深入浅出的语言和生动活泼的形式,不仅让大家了解到有机产品背后的故事,也让大家全面系统地扩充了有机食品的基础知识。而现场的游戏环节,更使参与活动的年轻人对有机概念有了更深入地了解,实实在在地得到了“最解渴”的有机知识。

文刀

亚洲时尚潮流“抢鲜报”

时尚的车轮永不停息。作为当今亚洲时尚发源地的日本,为上海带来了最新的“潮流汇报”。



■ 街头时尚引领风潮

近年来,日本兴起了 Fast Fashion(快时尚)热潮,时尚风格也从“传承历史展现文化的服饰”转变成了“大众街头时尚”,这也成了日本现代文化的象征。这股清新甜美的时尚风潮也随着“东京少女展(Tokyo Girls Collection)”、“神户展(Kobe Collection)”等时尚活动陆续登陆中国,这个夏天在上海街头吹起了日本潮流风。



在位于上海港汇恒隆广场四楼的日本女装品牌集合店 retro gallery,你可以发现,无论是服饰还是饰品配件,都深受众多时尚女性的欢迎。这里将日本最具人气的三大女装品牌网罗其间,有来自日本原宿的 TAPENADE(特美娜),来源于日本的时尚发源地之一新宿的 EMSEX-CITE(艾慕丝),以及以法式休闲为主导的 RETRO GIRL(瑞琪儿)。TAPENADE 的设计总监

板谷告诉我们,今年夏天的主推款是“休闲度假风”,如长裙搭配短款外套,在店中销量很好。

■ 美妆盛会动态发布

2008 年诞生于东京、日本最大的化妆品盛会——东京美妆时尚盛宴(Tokyo Cosmetic Collection)上周末登陆上海。TCC 作为汇集最尖端化妆品及美容品牌的活动,已经成功在日本举行了五届,是行业内最新潮流的发布与汇集地。TCC 上海则毫无疑问地为中国时尚女性掀起了一场美妆风暴。现场,不仅有中日双方的顶尖模特带来彩妆秀和舞台演出,陈慧琳、胡兵,以及日本的“美容教主”佐伯千津、“不老仙妻”水谷雅子都来到现场,与大家分享美丽秘诀。

值得一提的是,现场还展示了一些利用专业技术和新材料开发的全新美容产品,比如来自 MTG 株式会社的铂金电子滚轮美容仪,作为“格莱美大奖”、“奥斯卡金像奖”、“艾美奖”等颁奖典礼的 gift lounge,在日本非常热销。MTG 产品此次在 TCC 上海的亮相也意味着该产品正式登陆中国,当天吸引了不少消费者的关注。西西