

# 绝响：永远的邓丽君

姜捷



**34.放下婚姻谈友谊**

热恋中的女人随时透露着幸福，她一边准备着婚嫁喜事的琐事，一边筹备在港台两地的告别演唱会，也开开心心把手上婚戒秀给好朋友看，眉宇之间透出掩饰不住的“喜气”，让朋友们为她又喜又羡。那一年是邓丽君一生最快乐的日子，但随之从高处跌下来的痛楚，也成为她一生最巨大的伤痛。

郭家是南洋富甲一方的名门望族，有严谨的家规要遵守，邓丽君不愿他在婚事曝光后被媒体追踪而困扰，于是放低姿态、保持沉默。邓妈妈记得郭公子非常有诚意，那时邓爸中风行动不便，他特地来台湾看邓爸，当然是和邓丽君已经有深厚的感情；同时，他的父亲也请邓妈妈吃过两次饭，双方印象都很好，郭妈妈非常喜欢邓丽君，也颇为欣赏她的歌，还送她一条价值不菲的珠宝项链，让她戴着在告别演唱会上闪闪发光。

可惜，不久之后，罹患乳癌末期的郭妈妈不幸去世，郭家人提出希望在百日之内结婚，否则就要等三年以后再谈。然而，郭家权势颇大的高龄祖母此时却提出严苛条件要求邓丽君：“停止一切演唱活动，专心做个妻子，更要断绝和演艺界的所有关系，所有追求她的男朋友当然也不得再来往，必须划清界限。”邓丽君为了爱，答应做到所有要求，愿意放弃璀璨的舞台生涯，但只求郭家能允许她只做一个单纯的唱片歌手，因为如果连这最低的底线都弃守，她就再也不是她了。

邓丽君的委曲求全并没有得到同情，她在矛盾中想寻求奥援时，郭公子也没有出面支持她，三个月期限未到，郭家就传出解除婚约的消息，充满憧憬的婚姻成为泡影，邓丽君内心极度不平衡，却谨守分际，不争不闹，黯然离开，从此绝口不提这桩婚事。邓妈妈看了真是疼在心里，没办法劝也没办法分担，她感叹地说，如果郭妈妈还在世，这桩婚姻肯定是谈得成的，只怪她没有这个命。

邓丽君自此放下伤心，努力于事业上冲

刺，她在日本连拿三连霸的高峰期，就是“婚变”之后的移情作用，如果她真的应允郭家而早早退出演艺圈，这一切的荣耀都不会发生，邓丽君的人生也就完全不是那么回事了。

“放下婚姻谈友谊”是邓丽君一向的作风，分手后，两人反而成为纯粹的朋友。多年之后，他还带着女儿造访邓丽君在赤柱的家。明姊说：“那是在1989年，家里来了一位很体面的陌生客人，和一般访客没两样，带着一盒燕窝当伴手礼，小姐客客气气引他进客厅，两人礼貌地坐着谈了好一阵子，她一直微笑着，看不出小姐有什么特别的情绪，也看不出客人有什么不寻常，两人像很熟稔的老朋友，小姐还直夸他的女儿很可爱、很漂亮。送走他不久，小姐才淡淡地说，那位就是郭先生。”

1989年之后，邓丽君已把歌唱事业的全部重心放在幕后，几乎没有公开的演唱活动，生活也算惬意：定居巴黎，在香榭丽舍附近买了古色古香的房子，一边学法文，一边持续飞去伦敦上声乐课和歌剧方面的课程；周末假日跑博物院、美术馆，充实自己的艺术涵养，日子丰富而充实；偶尔抽空来回于中国香港、日本之间，多半是为了录音，并且积极学习音乐监制、研究作曲、填词等幕后工作，心情渐渐稳定。

扎个马尾的史蒂芬，比邓丽君小十五岁，有一股属于法国人的浪漫特质，他们在法国的一间录音室认识。当时，他完全不知道她是一位享誉国际的巨星，只觉得这个中国女人的气质非常特别，随即从工作上发展友谊。由于他从事拍摄工作，邓丽君又特别重视摄影，两个人有了共同的话题，史蒂芬愿意帮邓丽君留下最有韵味的影像生活，两个人在摄影认知上有了交集，展开一段特别的情缘。

“那段时间，小姐变得特别年轻也特别快乐。”明姊回忆她和史蒂芬初识的情景，那时她会开心地哼着歌，拿出一件件衣服来在镜子前比来比去，还问明姊要穿哪一件才会显得年轻一点。每当这个时候，明姊就知道她要

**8.选聘上榜**

在北京环球大酒店的贵宾房，刚回国的海潮投资集团尹董事长，接到副总裁施金祥的电话。对方先汇报集团党政工作会议的情况，然后着重谈到华贵大酒店副总的人选问题，并先入为主地告之“人民来信”的内容以及核查的概况。

尹董事长耐心地听着施金祥的来电，头脑却在分辨其汇报的用意。挂断电话后，他思忖着这样一些问题：施金祥要让他表明在周松明聘任问题上的态度，这里面是否隐藏着个人的目的？集团的领导层面的人，都清楚自己对周松明有好感，又为何趁本人出国之机，要讨论华贵大酒店副总的任命？难道一封匿名信就可以决定一个干部的前途？难道两个未婚成人感情有点冲动，就能贬低一个人生活作风和工作才能？然而这些事都聚集在这当口是偶然的吗？……尹董事长是思维清晰的人，处理这种问题对他来说无须费力。他考虑片刻后，给集团马总裁去了电话，首先是认同会议的决议，其次是两人商量过后做出决定：黄玄兴担任华贵大酒店副总，主管后勤与新楼筹建工作。周松明聘为酒店总经理助理，主管酒店日常运行工作。此决定真正的用意，恐怕只有他自己心里明白。

宋春花这两天情绪十分低落，她真的不明白，一个像自己这样漂亮的女人，要表达真情会这样艰难。今天她坐在柜台后的凳上，回想起昨晚在酒吧与生意上的朋友、顺风建设服务公司老板吴大腾小聚时谈话……黄玄兴这人一向阴险狡猾，与人初交时，接触起来蛮热情，但谁要相信他，就一定会吃亏……宋春花也听到有人在传她与周松明发生的事，经追问源头还是出自黄玄兴……她归纳起来得出一个结论：那封匿名信，黄玄兴肯定逃不掉干系。因为如果周松明落聘了，他是最大的得益者。昨晚睡觉前，她就准备今天找表哥陆方平，戳穿黄玄兴的伎俩，但现在考虑到这任命权在上面的集团，只得作罢，但不管怎样，她还是暗暗地下了决心：只要找到机会，一定要出这口怨气，否则实在难以咽下。

下午酒店突然通知，召开全体管理人员紧急会议，凡是领班以上的都得参加，连休息在家的管理人员也要赶来。黄玄兴已从副总裁施金祥电话中得知，自己被提升的消息，突然像换了一个人似的，特意地将头吹了风，发丝油光锃亮；连脚上的皮鞋，也擦得一尘不染，周松明是接到了乔雅的短信，才晓得选聘的最后结果。虽然隐约感到事情复杂和对手的奸猾，但他依旧淡然处之，整了整服装去参加会议。在会议厅门口他被集团的田永涛叫住，按惯例进行会前简单的谈话。

会议由酒店总经理主持，集团组织人事部经理田永涛宣读集团任命，集团副总裁施金祥代表集团领导讲话。陆方平在会议结束前还宣布：“经酒店党政会议决定：董小慧接替黄玄兴担任办公室主任、乔雅接替周松明担任前厅部经理、张炳鑫接替乔雅担任组织人事部副经理、胡佳担任客房部副经理。酒店保卫部增设涉外安全干事岗位，选拔迎宾员韩根宝担任。黄玄兴听到自己工作主管范围，兴奋的脸色突然变得十分难看，他约莫感到职务好不容易提升了，但所管的工作却是退色了。而周松明仍然带着他那往日的微笑，匆匆地离开了会场。

在会场外等待的宋春花，见到葛婷婷走出会场，不顾旁人的猜疑，硬推着她来到僻静处，关切地问：“你阿哥上了没有？”葛婷婷一脸快快不悦，“上了？不下就很好了！我猜想……压根就没有报上去……”“那黄与周呢？”宋春花紧追地问。“把姓黄的抬上去啦……你那天的预报真灵，肯定是有人捅出来的……恐怕暗箱操作早定了，把我们当猫耍……白相。”

宋春花突然面色凝重起来，仍一根筋地发问：“那么姓周的呢……只能原地踏步踏了？”葛婷婷看看旁边无人注意，无奈地答道：“也不错，上了半级……”说完自顾自地离开了。“只上了半级……只上了半级……”纳闷中的宋春花有点神经兮兮，嘴里反复唠叨着。她不知什么缘故，蓦地又激动起来，快步向酒店办公区走去。她要立即找到乔雅，讲清楚那天与周松明接触的实际情形，向她赔礼道歉。宋春花的性格左右她的人，来去都是一阵风。

范潮龙

## 石库门酒店



### 直击目标消费群体

# Polo 品牌引领潮流走向

据乘联会数据显示，2013年以来，Polo 品牌两厢车型月销始终过万，6月销售 13,235 辆，上半年累计销量达到 85,294 辆，彰显出强大的市场号召力。作为精品小车的典范，上海大众 Polo 品牌自进入中国市场以来，便始终位列细分市场的第一销量阵营，指引着潮流走向，精准的市场定位和丰富的产品矩阵则是其成功的秘诀。

**以精准市场定位直击目标人群**

随着 80 后消费群体的日益成熟，他们已逐步成长为汽车消费的中坚力量，相比传统的 70 后消费者，他们更注重个性的彰显和自我的表达，在购买时也更多考虑价格因素，因此，兼具时尚潮流与价格优势的小车显然更符合他们的口味。上海大众汽车凭借着强劲的调研分析能力和超前的市场洞察力，在第一时间了解到这些年轻消费者的需求，为 Polo 品牌制定了清晰精准的定位，直击目标人群，引领市场潮流。

Polo 从最早引入中国市场起，便以“高性价比紧凑型轿车”的定位在市场上开辟了一个全新概念，一鸣惊人。“R U POLO”一时间成为全国流行的问候语，随后的“Polo Young”则让 Polo 车型年轻、时尚、动感的气质更深入人心，树立了车坛潮流引领者的地位。对于市场的成功把控，上海大众更以一系列年轻化的市场营销手段，全面贴近目标消费者：举办 Polo Day 正点派对，与超人气组合“牛奶 @ 咖啡”合作《信仰年轻》MV，为整部剧讲述与以 Polo 为原型改造的 6 号赛车的感人故事等，引发目标消费群体共鸣，进一步深化了 Polo 车型年轻时尚的品牌形象，为 Polo 品牌的成功推波助澜。

**以丰富产品矩阵满足个性需求**

在为品牌制定了精准的市场定位之余，上海大众更时刻留意市场动向，根据目标消费者审美身定制出了一款兼具精湛造车工艺和时尚造型设计的 Polo 车型，不断完善和扩充产品线，备受年轻消费群体追捧。如今，Polo 家族拥有 Cross Polo、Polo GTI 和 Polo 2013 款三位个性鲜明的成员，它们完美传承着 Polo 品牌年轻时尚的精髓，又各具各自的专属特质，为品牌注入着更丰沛饱满的意义，也为不同个性和气质的人群提供了丰富的购车选择。

Cross Polo 以时尚率性的造型语言，搭配领驭智能的科技配置，为坚持自我、突破传统、敢于尝试、充满激情的前卫年轻人群，量身打造兼具经典品质与时尚跨界元素的个性精品小车。A0 级性能车的代表 Polo GTI 以蓬勃充沛的动能，极尽动感的外观内饰与卓越先进的科技配置，散发令人砰然心潮的快感诱惑，吸引了大批追求痛快到底的自信大胆年轻人群。Polo 2013 款不仅拥有时尚利落的造型设计，智能科技元素的注入更能满足驾驭者丰富需求，以潮流先锋的形象为国内消费者带来了一款与时俱进、驾趣十足的精品小车。三款车型在丰富品牌内涵的同时，更进一步提升了产品力，使得 Polo 品牌在激烈的车市里始终保持领先姿态。

清晰精准的定位和完备丰富的产品线成就了 Polo 品牌市场风向标的美誉，相信凭借这些优势，面对更广阔的市场机遇和挑战，Polo 品牌将继续优异成绩，领跑细分市场，创造新的辉煌。