

# 李敏镐 大长腿来袭

安娜 / 文 米小雪 / 摄

去年由李敏镐主演的大热韩剧《继承者们》在短短的三个月内网络上的搜索和播放量高达 13 亿,成为史上第一;而李敏镐在新浪微博上的微访谈更是创下了一小时 52.5 万多次提问的全新纪录。2014 年伊始,李敏镐作为首位韩国艺人登上了央视春晚的舞台。“李敏镐热”不断升温,“大长腿”更是跨到了上海。



## 人气“爆棚”获赞敬业

因主演剧集的大热播映,李敏镐成为了目前在国内最具人气的韩国男明星之一。要知道采访“欧巴”是一件多难的事,而“时尚”做到了。不久前情人节,李敏镐现身上海,为意大利服饰品牌 FILA 携手华裔设计师 Anna Sui 的 Anna Sui for FILA 跨界合作发布庆典站台。灰色针织开衫搭配橘色卡其长裤,闲适简约的装扮透出他的帅气与阳光,而李敏镐自己也说:“今天一身是很舒适,橘黄色搭配灰色我也很喜欢。”由于最近行程很满,所以舒适轻便的服装成为了近期的常备款,生活中他自言比较喜欢大的外套。当天的特殊节日也因为李敏镐收获了众多粉丝的礼物而心情不错。

本是模特出身的李敏镐,眼光独到,当天秀上的紫色天鹅绒套装让他印象深刻,觉得“充满朝气却又不失女性的柔美”,而他也建议女生不用追求某种特定的风格,而应该“穿适合自己的衣服,把自己有魅力的一面展现出来。”相对于平时穿着的舒适随意,《继承者们》中李敏镐可谓贵气逼人。据说,为了扮演好剧中“财阀二代”的角色,为了追求形神兼备的感觉,李敏镐不惜个人斥资 6000 万韩元(约 30 万元人民币)以上购买行头,包括衣服、裤子、皮鞋、手表配饰等。而为了表演更加贴近原著,他会主动研究各种奢侈品潮流和富家子弟应有的生活。而李敏镐的敬业也让曾采访过他的央视主播王宁印象深刻,“他为了更好的配合我进行采访,(采访前)看了我几乎所有的资料包括视频,这样的职业敬业演员,让我尊敬。”王宁说。虽然来过中国很多次,但每次都是工作结束后就离开,感觉很遗憾,李敏镐说特别希望有一天,能有自己的时间来中国,去看看那些名胜古迹,品尝真正的当地美食。

## 演员是给希望和勇气的职业

从小梦想成为足球运动员的李敏镐在腿部意外受伤后,误打误撞地成为了演员,并从此爱上了这个职业。他喜欢在表演中尝试一个个生故事,感受大喜大悲。他所塑造的角色总能带给观众正能量,《继承者们》让他在 SBS 演技大赏中荣获五个大奖。他用他的戏证明了他的实力。

下个月,李敏镐将投入新电影《江南布鲁斯》的拍摄。在这之前,玄彬等大牌男演员都对此片的男主角很感兴趣,不过,柳河导演却坚持认定李敏镐才是影片男主角的最佳人选。值得期待的是:片中,李敏镐不但会有一系列高难度的残酷动作戏,还将第一次尝试饰演一位命运悲惨的悲剧人物。毫无疑问,扮演智商超凡、身世显赫的“魅力公子”李敏镐很是享受,然而,隐藏起俊朗外型,扮演在黑社会和政客之间周旋、潦倒的小人物却更令李敏镐感觉过瘾。不过度的表演是李敏镐的强项所在,比如悲伤的时候不哀嚎挣扎也能让人感受到伤心。那种“我很难过,请你看懂”的表演方式是他所介怀的。每次投入新的角色,李敏镐都有着自己的办法。习惯角色的习惯,习惯了这个人就会进入这个人,了解了角色自然说得对白拿得住重心,打动自己才能打动别人。一个好的演员应该经常呈现不同的自己,李敏镐有着强烈的明星光环,但只要融入角色,就很难再找到他的影子。李敏镐说,很多角色他还没尝试过,每一部作品中的突破都是成功。演戏,只是自己喜欢而已,对一件事情很喜欢就会很投入地去做,表演对他来说就是享受。

## 追溯系统或成今年乳业竞争焦点 合生元等已率先发力

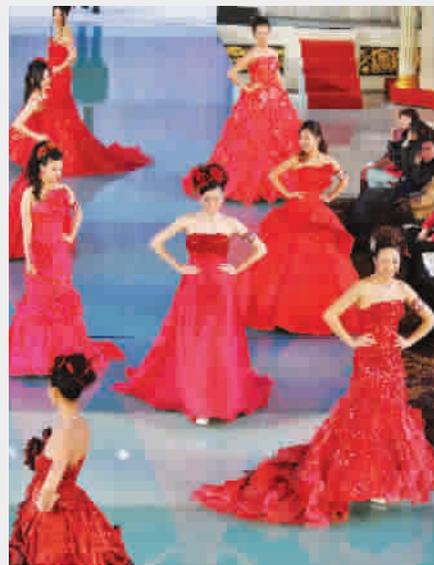
近期在对外并购及投资方面动作不断的国内婴幼儿营养品与护理用品品牌合生元日前又发力产品追溯系统,宣布面向全国消费者启动旗下合生元与素加两个品牌婴幼儿配方奶粉的产品追溯系统。业内人士称,在国家食品药品监督管理总局发布《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则(2013 版)》,要求企业确保产品所有环节都可有效追溯和召回的背景下,合生元此举既是对政府要求的积极响应,也代表了今年乳企市场竞争的最新风向。

一罐奶粉从牧场走到餐桌,让消费者充分了解所购产品,参与监督,保持产品在生产流通过程中的透明度至关重要。据了解,透过合生

元集团的追溯系统,消费者可对 2013 年 1 月 1 日以后生产的合生元、素加两个品牌的奶粉进行追溯。合生元亦将陆续为消费者开放多个终端登录平台,包括该公司官网、妈妈 100 官网、素加官网、妈妈 100 手机 APP 等。合生元集团旗下的每个产品都拥有独一无二的 12 到 14 位的产品序列号,消费者只要将序列号输入系统,该产品的奶源地、生产国、质检等关键环节的信息将一一呈现。合生元技术中心总经理 Patrice Malard 博士表示:“此次推出奶粉追溯机制,有利于消费者与社会公众监督合生元与素加奶粉的生产和质量,增加合生元与素加奶粉的市场竞争力。”

## Fashion News

### 年度婚典形象大使揭晓



结婚是一个女人一生中最美丽、幸福的时刻,那么谁又能为这份美丽和幸福代言呢?华东地区最大的婚礼一站式会馆广场上海婚礼中心举办的“婚尚大典”——暨 2014“年度形象大使”评选活动近日进入到最后的决赛阶段,诞生了首位婚礼中心 2014 年度形象代言人张黎琴。这个活动是从 2014 年度在婚礼中心举行婚典的 500 对新人中产生的,其中 100 对新入中的新娘入围初赛,可谓百里挑一。为了在总决赛上有良好表现,许多新娘选手都精心准备,请专业老师对她们进行辅导培训。

### 日式沙龙让美丽“私人订制”



又到了换季保养的季节,在这个时候女人总是特别的积极,而各种美容美护热潮也随之而起。近日,已有半个世纪历史的日本顶级沙龙 Socié 施舒雅美容世界进驻上海久光。据悉,该沙龙在日本备受名媛明星推崇,而这次开幕也特别请到了上海知性女主播陈蓉助阵,分享其美丽、时尚的心得。而沙龙首推的 Total Beauty 美丽新标准,针对每个人作事前咨询,了解不同需求,再推荐专属的个人疗程。同时,包括从脸部、身体、手足到欧洲流行的海洋疗法等多种疗程,还会跟随季节提供符合女人需求的课程等,让美丽享受“私人订制”。

### 浪漫海岛受新人追捧

一直以来,气质浪漫、惬意的海岛都是新婚旅行的人气之选,马尔代夫、巴厘岛都是中国新人最喜欢的蜜月地之一。以浪漫闻名全球的著名酒店 Eden Rock - St Barths 近日的 Eden Bliss Honeymoon 项目,是针对新婚夫妇的一项全新而特殊的服务,旨在让新婚夫妇沉浸在蜜月的浪漫之中。这震撼人心的法国加勒比小岛,以其奇幻般的宁静美丽而成为蜜月旅行和浪漫之旅的热门目的地,清透的宝石绿海水、悠长的白色沙滩和独特的岛屿魅力都深深地抓住人心。从 2014 年 5 月起,人们就可以预订完全私人化的葛丽泰·嘉宝套房,享受蜜月旅程。