

相关链接

英国瑞典公司
引进“大码”人模

英国德本汉姆百货公司最近在位于伦敦著名商业街牛津街的旗舰店引进 16 码人模。

公司董事埃德·沃森说：“我们希望从小处着手，帮助人们接受自己的身材，并且带动零售商跟进。”

议员罗伯逊欢迎此举，希望这家公司把正常尺码的人模推广到旗下所有商店，并呼吁其他公司效仿。

英国媒体认为，在英国 有 170 家店铺的德本汉姆百货公司引进大码人模，或许是因为看到瑞典百货公司 Ahlens 这样做产生的积极效应。

Ahlens 3 年前开始用反映真实身材的人模展示女式内衣。今年初，一张赞扬这种做法的照片在网上疯传，极大提升了公司声誉。



■ Ahlens使用的正常身材人模

选美机构眼中“美”在表面 委内瑞拉向“美”之路邪乎
对人下手前先给人模“整形”

委内瑞拉女性整形成风,许多穷人省吃俭用也要攒钱做整形手术。受这种风气影响,连摆在橱窗里展示服装的人体模型也开始整形。制造商迎合大众审美趣味,把模型做得胸更大、腰更细、腿更长,越发不像大多数女性的天然形象。

“整形”人模销路佳

埃列泽·阿尔瓦雷斯是委内瑞拉巴伦西亚一家人模工厂的老板。像其他许多同行一样，他的工厂以前为产品销路犯愁，后来重新设计模型，让模型更接近那种女人们需要整形才能获得的身材，情况立即好转。看到产品受欢迎，阿尔瓦雷斯今年新建了一个车间扩大生产。

服装店老板亚丽察·莫利纳在橱窗摆放“整形”人模后，顾客明显增多。有些顾客对她说：“我想长得像人模那样。”莫利纳往往告诉她们：“可以，那就去做个手术吧。”

如今，这种身材好得“邪乎”的人模遍及委内瑞拉各种规模的商店，无论是服务蓝领阶层的廉价服



■ 委内瑞拉商店橱窗里的“整形”人模

本版图片 GJ

装店还是高档时装店的橱窗，都爱用“整形”人模招徕顾客。

阿尔瓦雷斯的妻子内雷达·科罗说：“过去女人的身材是天然的，人模的身材也是天然的，但现在女人和人模的身材都变了样。”

在阿尔瓦雷斯工厂里打工的雷娜·帕拉达一边用砂纸打磨一具人模躯干一边说：“你看到这样一个女人，就会想要是长得像她一样该多好。”帕拉达凭眼下收入还做不起整形手术，但是她希望有一天能够攒钱，“那会给你更多自尊”。

委内瑞拉女性把整形看作美化形象的一个基本步骤，经过整形的身材被看作“正常”身材，没有经过整形的身材被看作“不达标”身材。女性毫不讳言自己接受过什么整形

手术，甚至以此为荣。

查韦斯生前反对

3 月去世的委内瑞拉总统乌戈·查韦斯生前明确反对整形风潮，称那些低收入女性省下日常开销去接受昂贵的整形手术“不可理喻”。

过去两年，委内瑞拉媒体几次曝光女性接受隆臀注射后死亡的事件，但并未阻止女性对整形的狂热。

为何委内瑞拉女性对整形如此着迷?《纽约时报》认为，委内瑞拉石油储量丰富，培育了一种爱挥霍金钱的文化和做事喜欢立竿见影的心理，女性觉得只要肯花钱就能获得自己希望的美貌。

美国达特茅斯学院学者劳伦·居尔巴说：“委内瑞拉以石油闻名，

以美女闻名，漂亮容貌在委内瑞拉人看来如此重要。”

奥斯梅尔·索萨对委内瑞拉整形热经久不衰“功不可没”。这名资深选美机构领导者鼓吹整形，曾建议第一个荣获“环球小姐”桂冠的“委内瑞拉小姐”接受鼻整形手术。

“如果能用手术轻松搞定，为什么不去做呢？”在索萨眼中，美就停留在表面，“内在美不存在，那只是不漂亮女人的遮羞布”。

英呼吁健康审美

就在委内瑞拉对整形乐此不疲时，英国人却开始反思时尚界对公众健康的影响，呼吁时尚界采取行动，倡导健康审美观。

苏格兰议员丹尼斯·罗伯逊的女儿卡罗琳 2011 年因厌食症去世，年仅 18 岁。罗伯逊伤悼爱女之余，呼唤社会对饮食紊乱疾病危害的重视。日前他在议会讨论中呼吁时装商店扩大人模尺寸，不要只用身材完美的人模。

罗伯逊说：“我认为对付饮食紊乱疾病不能全靠医务人员，媒体和时装业也必须拿出行动，确保公众，特别是年轻人对各种身材和尺寸有积极的认识。”

罗伯逊认为，许多高级时装店的橱窗人模代表不真实的情况，相当多英国女性穿英制 16 码服装合适，而橱窗人模的身材总是 8 码或 10 码，“年轻人可能受橱窗人模或杂志广告的影响”。
欧飒

新帕萨特 无法抗拒的绅士魅力

帕萨特,1973 年诞生于德国,40 年的发展更迭,已然历练成一名儒雅的绅士。凭借着不可抗拒的德系魅力,帕萨特品牌的全球累计销量已突破了 2000 万辆。

帕萨特,2000 年在中国成功上市。在上海大众的精心打造之下,它以累计突破 150 万的傲人销量,创造了国内中高级车市一个又一个里程碑,魅力历久弥新。

而今,在诸多荣耀聚光灯下的新帕萨特,依然保持着那份优雅、睿智和沉稳,以瞬间俘获众人倾慕的浑然魅力继续演绎着帕萨特品牌的经典传奇。

绅士魅力之优雅尊贵

温文尔雅,低调尊贵一直是新帕萨特给人的“外貌印象”。水平横拉式进气格栅与两个熏黑前大灯融为一体,营造出深邃的表情。精致镀铬装饰搭配 Nappa 高级真皮座椅、尊贵米色内饰融合高档桃木纹方向盘,独具匠心的设计无处不在。无论从外观到内饰,还是从轮廓到细节,新帕萨特在每一处都给你最尊贵的品质享受,尽显优雅大气的绅士风度。

绅士魅力之从容睿智

除了在外观和内饰上充满吸引力之外,睿智的“内在思想”更是



New Passat 新帕萨特

绅士魅力之沉稳安心

然而,作为绅士的新帕萨特,稳重和安全感更是必不可少。新版全能 ESP 车身动态电子稳定系统,可分别对各车轮单独施加制动,甚至调整节气门来保持车辆的行驶稳定性,避免危险情况发生,为你提供最大程度的安全保障。另外,全方位安全气囊、WOKS 安全头枕和燃爆式预紧限力安全带,三管齐下,能够在事故发生时,确保任何部位的碰撞都能获得完善的保护。同时,缩短驾乘人员头部和头枕之间的距离,尽量缓冲对人体头部冲击力。配以安全带的瞬间预警,将事故的危害降

到最低,成就无虞安全表现。无论你是驾驶或是乘坐它,新帕萨特都体现了无与伦比的责任感,将你的安全和信任放在首位。

十多年前,在中国汽车工业全面进入高速发展轨道之时,帕萨特便以绅士之名,翩翩而来,为中国 B 级车市注入了全新的血液。如今,新帕萨特秉承了帕萨特品牌精益求精的品质、锐意求新的精神,以时光承载荣耀,以品质书写尊崇,将绅士魅力演绎得更加淋漓尽致;更以创领格局的姿态,撰写着中高级车市新的传奇。

新帕萨特魅力的源泉。智能化的 KESSY 一键启动系统,让传统繁琐的开门、启动等动作统统省略。驾驶座椅智能记忆,将你的需求铭记于心,为你提供专属服务。不仅如此,它还配备 Climatronic 双温区自动恒温空调和 AQS 空气质量自动控制系统,温柔地关怀到你每一寸肌肤的触感和你周围每一片的空气洁净度。当然,它在给予你悉心呵护的同时,也不会忘了带给你快乐。6.5 英寸彩色触摸屏 DVD 娱乐系统和 Fender 8 立体声音响的完美搭配,为你打造一个移动的试听空间,让每一次的出行都倍添乐趣。

