写情书,递纸条,发短信,献殷勤,送玫瑰……经历过爱情的人们,这些表白方式您还记得吗?如果您还没有表白过,那么先看看他们是怎么表白的吧。从50后到90后,本编选取了5位不同年龄段的爱情达人,与大家一起分享他们那个年代独特的爱情表白方式。

回忆 属于他们年代的独特表白方式

50后到90后的爱情达人

本刊 综合

出场人物:刘玉兰

行为表白 默契会意

家住市区的刘玉兰回忆说:“以前,我天天早晨骑自行车上班。有一段时间,他总准时出现在我家楼下,陪我一起去上班。”虽然一路上聊天的内容无非就是工作、天气等,但日子久了,两人的意思也就相互明了了。据刘玉兰介绍,当年结婚没有现在那么多礼数,唯独有个彩礼,还是毛主席语录和毛主席像章。到现在,二老家里还有张一家人举着毛主席语录拍的结婚照片。

对于50后们,他们的表白方式略显委婉。大部分经过相亲认识的年轻人会比较害羞,经常选择通过媒人传话儿来表达爱意。可是,也不乏一些回味无穷的表白方式。比如:一次双眸含情脉脉的对视,这就足以传递两个情窦初开年轻人的爱意。

出场人物:李斌

羞涩腼腆 寄情于信

60后的人群正是当今社会的中流砥柱,上有两家老人需要照料,下有教育培养子女的重任,整天匆匆地在工作事业和家庭中操劳、奔波。

一封封书信是他们传递爱意最普遍的方式。45岁的李斌回想当年他追女孩子的时候说:“那个时候都害羞,什么事儿都不好意思当面说,就千方百计地去了解女孩儿的地址,给她写信表白。”无论是否身在同一个城市,有爱的两人都会默契地用手中的笔来书写心中的情,再由邮递员传递到对方手中。这种时间与空间的距离是给爱情一个酿造的机会。每当寄出一封信时,心中无限的期待便开始升温,想象着对方看信的心情、回信的内容。漫长的等待虽然是煎熬,但收到回信时的那种激动和快乐是无与伦比的。

出场人物:周文

吉他音乐 奏响爱歌

如果说50后、60后的表白方式是“山楂树”般的纯情,那属于70后的表白则贴上了一张“流行”的标签。

周文和丈夫相识于“青葱”的草样年华,她羞涩地告诉笔者:“我之前收到过他写的情书。‘透过你多愁善感的眼睛,我看到了美丽、善良、可爱……’‘多想为你盘起秀发,为你缝制嫁衣’……”后来,他见情书表白后久久没有回音,又改用另一招数——弹吉他。

出场人物:王呓

直率潇洒 浪漫满屋

提到表白方式,爽朗的王呓说:“写信、弹吉他唱歌这些表白方式在80后眼中是老掉牙的把戏了,如果还用这些招数哄女孩子开心,结果很可能会背道而驰。”“有一天,我突然收到他的一条信息,上面写着‘我喜欢你,做我女朋友吧’。他这个人很直率,虽然表白短信来得有些突然,但我还是考虑和他相处一下。”王呓告诉笔者。在80后这个群体里,短信表白成功的例子比比皆是。

80后还多会选择当面献花表达爱意。大大的一捧玫瑰花,预示着自己火热的爱情,羞涩而又疯狂地站在心爱的人对面,大声说出自己的爱。你可以理解成为是爱情点燃的冲动之火,也可以解释为这就是80后的激情岁月。

出场人物:小张

用心良苦 花招百出

还在上大学的小张发来邮件告诉笔者:“因为我和她是在北京相识的,所以我当初表白之前,跑了整个北京城,在定点的地铁站摆姿势拍照。最后选定的地铁站点连起来是一个心形,把定点的照片连起来,那些姿势也能拼成一个爱心。”最后,小张费尽周折完成了一份表白礼物,心爱的女孩儿看了后感动万分,两人紧紧地拥抱在一起。

近几年,90后已经成功地在社会中发出他们这一代的光芒,让我们不得不注意他们,不得不尝试用他们的眼光看世界。他们是放荡不羁的一代。他们会在女生寝室楼下摆一圈蜡烛,围成爱心的形状,站在中间大喊:“我爱×××!”纵使引来全楼女生的围观,也旁若无人地继续表白。后来,这种招数用俗了,他们便将蜡烛换成酒精棉、声控灯、氢气球等等,创意十足。

⊙资 讯

挑战行业潜规则从价格战到价值战

泰山原浆啤酒重品质 增值服务消费者

罗兰贝格总结世界各国啤酒发展规律:在啤酒市场走向垄断的过程中,主力品牌会打压地方品牌,地方品牌大量被收购或者倒闭,生存比较艰难,当市场被强势品牌所垄断的时候,由于无法满足消费者多样化的需求,一批个性化、差异化、区域化的企业开始壮大。

在激烈的啤酒市场垄断竞争中,啤酒巨头们不断在终端投入高额费用,通过买店、专营的方式排挤竞争对手,希望通过这种“一劳永逸”的方式解决竞争问题。当以这种方式实现品牌垄断销售后,带来的后果是消费者的话语权很微薄,最终也必将提高酒店终端的利益。

做为中小企业的泰山啤酒厂家,以产品、服务的差异化作为切入点,实行蓝海战略,通过价值创新来获取竞争优势,推出泰山原浆啤酒和黑麦啤酒特色产品,规避与其它品牌拼投入、抢终端的红海竞争,逐步建立竞争优势,同时也是树立竞争壁垒。

行业内专家表示,泰山原浆啤酒以其新鲜、营养等高品质特色大大区别于市场上的普通啤酒,同时不断进行技术改进和体系优化,以迅捷物流模式做保障,采用厂家直送模式,以大众价格投放市场,其中一个重要的原因就是不会跟随其它竞争对手采取买店、专营等手段,将节省下来的费用让利于消费者。(于茹)

红羽毛名医联合生殖医学实验室 挽救不孕患者的婚姻幸福

李丽(化名)是一家广告公司的客户部主任,有着相当不错的收入,可是看似幸福的女人也有烦心事,刚结婚的时候,李丽和老公商量要过两人世界,不要“第三者”插足。李丽告诉笔者说:“身在职场,总是身不由己,深怕老板不满,每次流产两三天后,就去上班了。眼看自己快30了,一心要孩子的时候,就迟迟不能如愿。”一次偶然的机会李丽在电视上看见济宁协和医院成立了不孕不育医学生殖实验室,于是李丽第二天就请假来到了协和医院。

生殖医学实验室学科带头人刘海兵主任接待了她,经过详细检查,李丽的双侧输卵管粘连,还伴有严重的盆腔炎症。李丽在实验室显示器上也清楚的看到了自己的输卵管病变严重。刘主任耐心的为她讲解,并同红羽毛名医专家团的成员进行商讨,制定了治疗方案。一周后,经复查,李丽的各项体征都符合手术,专家又对其实施了宫腹腔下三镜一丝手术,经过后期的药物调理,现在李丽已怀孕37天了。

笔者了解到,自2011年4月28日由中国医疗质量监督委员会、中国医师联合会、济宁市红十字会等单位指导,济宁电视台、济宁市老科技工作者协会、红羽毛医疗援助计划办公室主办,济宁协和医院承办的100万红羽毛医疗援助计划自开展以来,已为2643位贫困患者实施医疗援助,援助金额累计163.7万元。同时济宁协和医院在中国医师联合会的共同合作下,聘请美国、北京、上海等知名妇科、泌尿外科、不孕不育权威专家,结合医院本地名医,组建了一支拥有国际先进医疗水平的红羽毛医疗专家团队,切实为患者解除病痛,让爱心和疗效并存。

(李从伟)