



微卷首

再不相爱就老了

□韩爽

收音机里，电视机里，大街小巷的高音喇叭里，李宇春反复吟唱着那句“再不疯狂我们就老了……”80后的时间紧迫感似乎从未如此强烈过。

同样刺激单身80后神经的，还有微博上一条被疯狂转发的“光棍节”段子：眼看着00后开始恋爱了，90后开始离婚了，而大批80后却还是“光棍一根”，是你想不明白还是这社会变化太快？

说起来，中国人的晚婚年龄，这些年发展到一个前所未有的程度。古时男子20岁加冠，女子16岁及笄，即可成婚，宋代更有“凡男年15，女年13，并听婚嫁”的习俗。与之相比，现代人的平均结婚年龄足足延迟了近一倍，城市里30岁左右婚姻大事尚无着落的单身男女比比皆是。在学业和事业的多重压力下，“男大当婚，女大当嫁”这句祖训显得如此苍白无力。

“得益”于城市剩女剩男现象日益严重，光棍节这个带有几分戏谑性的节日这两年骤然火爆起来。从上世纪七八十年代男性“困难户”居多，到本世纪初城市女青年过剩，“光棍”的定律早已从“自身条件困难”，演变为“越优秀越单身”。大批条件出众的男男女女，明明有相爱的资本，却偏偏找不到相爱的那个人，于是，光棍节成了他们理直气壮的宣泄日和抱团取暖的“励志日”。

人生苦短，韶华难留，再不相爱，真的就老了。尽管我们也可以大肆渲染“单着”也是一种幸福，光棍节你一个人过也照样精彩，但我们更希望单男单女们能够抓住青春的尾巴，化被动为主动，走出个人世界封闭的小圈子，积极寻真爱，大胆说LOVE。本期“光棍节脱单读本”，我们将充分发扬“红娘”精神，继承“月老”美德，把有限的版面投入到无限的为大龄青年“牵线搭桥”的辉煌事业中去，为你的光棍节“脱单”大计提供手把手的案头指导。

如果你是个以结婚为人生归宿的人，那就别把“随缘”当借口，别让这一天过的像此前的每一天一样平淡无奇。抓住光棍节这个“大日子”，制造一切可以“脱单”的机会，去寻找，去邂逅，去表白！就算再“失恋”一回又有什么了不起？反正也光棍了快三分之一世纪了。

但愿人长久，光棍不再有。最后，祝你度过人生中最后一个快乐的光棍节！

微链接

◎【“光棍”也有级别】

25到27岁——级别为“初级剩客”。他(她)们有着大好的青春，会为继续寻找自己的伴侣而奋斗，也称“剩斗士”；

28到31岁——级别为“中级剩客”。他(她)们整日忙于事业无暇寻觅对象，被称为“必剩客”；

32到36岁——级别为“高级剩客”。不管是事业还是情感上，他(她)们有实力，有能力，他们在

等待机会，被尊称为“齐天大剩”；
36岁以后——级别为“斗战剩佛”。

◎【“高危”单身族群】

白骨精——“白领”、“骨干”、“精英”的简称，多是才貌双全，工作中独当一面却适龄未嫁的现代女性。她们的3S特性是：Single(单身)，Stuck(被卡住的)，Seventies(大多是出生于20世纪70年代)。

电车男——电车男原型本为典型御宅族，后

经电视电影改造后影响扩散，逐渐演变为泛指性格自闭，交际圈狭窄，对陌生事物、异性感觉恐惧，避之不及的懦弱男性类型。

御宅族——指一些人因为过分沉迷于某种事物，如网络、游戏、动漫，把自己完全封闭于自我世界中，社会适应力低下，无法与外界、异性进行有效沟通。

寄生族——子女成年后仍与父母同住，借以节省生活开支，收入却投入于“3P”：个人电脑(PC)、移动通讯(Pager)、游戏机(Playstation)及娱乐聚会等非必要消费之中。

消费，
是一门艺术
消费，
是一种态度

微词典

光棍节

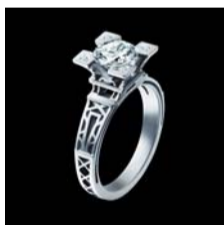
光棍节，其实既非“土节”也非“洋节”，于上世纪九十年代初诞生于南京高校，是校园趣味文化的代表产品之一，并通过网络等媒介传播，逐渐形成了一种光棍节文化。1月1日是“小光棍节”，1月11日和11月1日是“中光棍节”，而11月11日由于有4个1，所以被称为“大光棍节”，一般光棍节即指11月11日的大光棍节。

本期主打>>>

光棍节脱单读本 07-09



因为爱情，
李亚鹏携I Do
“小铁塔”赠王菲



2012年11月2日的丽江，由COART艺术基金发起的亚洲青年艺术现场晚会上，活动发起人李亚鹏在“埃菲尔铁塔”的见证下，向爱妻王菲献上一枚I Do香榭之吻钻戒。

这次在丽江，他用以巴黎“埃菲尔铁塔”为灵感而设计的“小铁塔”——I Do香榭之吻钻戒赠与爱妻，开启他们幸福婚姻的第N个七年。而I Do香榭之吻系列钻戒正是由法国珠宝大师Philippe Tournaire以埃菲尔铁塔背后的故事为灵感而设计，每一枚I Do香榭之吻钻戒都成为对爱情的承诺。正面看，钻戒中间一颗华美的主石诉说着两人相守一生的承诺，戒托造型为铁塔底座，新颖独特，它不同于一般的戒托，是由铁塔底座四个方角形成主石的爪，而在每个造型中间都镶嵌着一颗闪亮的配钻，这好似埃菲尔铁塔坚实底座的造型，稳稳的把承诺包围在其中。如果你聪明地将戒指倒立，整个铁塔就会出现在眼前。这一设计将I Do“用珍稀的，为珍惜的”品牌理念，以及大师对于爱和幸福的深刻感悟在作品中渗透的淋漓尽致。

当晚，在众多明星朋友的见证下，李亚鹏将这枚饱含着爱和幸福深刻感悟的“小铁塔”——I Do香榭之吻钻戒献与王菲，用最真实的场景，描述着那句动人的名言——“世界上最温暖的话不是‘我爱你’，而是‘我愿意’，Yes I Do。”

“动 出格”

——2012年全新李宁Remax系列产品强劲上市



素的视听盛宴。更有名人签名鞋款亮相会场，成为互动环节的“重磅炸弹”！

李宁品牌新品Remax系列下方低、中、高鞋三款，各具魅力：低帮版线条简约流畅，中帮款加强保护；高帮款成就专业级运动。三款产品均选用反毛皮为基本材质，另外分别辅以马毛、裂纹皮及平纹布和细腻的车缝线包裹出脚部的品质感和时尚度。特别值得一提的是，李宁品牌设计师创新融合冬季专属设计“Winterized”和全新科技材质“Thinsulate 新雪丽”，双“剑”合璧有效提升了相应鞋款保暖度，成功摆脱传统秋冬季鞋子厚重感，保留了街头运动的灵活性和日常穿搭的时尚感；另外，Remax系列特有的专属汉麻工艺鞋底，不仅天然抑菌，防臭除湿，还能带来持久的高弹(缓震和反弹)性能，实现了品质的优化。

作为支持运动、引领潮流的重磅产品，李宁品牌在本季的设计中成功“牵手”

奥运冠军林丹及潮流名人李灿森、Frankie、Kobe、Subcrew团体，并以LD X SUBCREW BY LI-NING ID的合作方式潜心推出极富二者型格元素的个人“ID特别款”，旨在展现出品牌由专业到潮流，从赛场到街头的自如转变。而林李二人对此也给予了高度的肯定，均认为Remax从概念到产品都成功折射出他们内心的声音：在不拘一格的环境中，以运动塑造风格，以风格引领运动，打破界限，追求新鲜。Remax正是这一诉求的完美结合：在多元元素中追求专业品质。

缔造品质，袭承经典，塑造风格，专注运动本身的李宁品牌在本季大胆尝试，要以专业的态度重塑个性的选择。在“型动无界”的目标指引下，成就个性、鲜活的“出格”印象！而作为跨界碰撞的成功典范，李宁街头文化系列亦将在“动出格”的品牌概念下应运而生，成为李宁品牌爱好者和当红潮流追随者的不二之选！



等爱的冬天

银座八一店开展向济南市
儿童福利院捐款、捐物活动

11月7日是农历立冬，银座八一店团委及优秀员工代表一行17人携带单位全体员工的爱心捐赠物品，慰问济南市儿童福利院。

银座八一店开业十年以来，在实现自身的成长与经济价值的同时，始终不忘社会责任，将“献爱心、施善举”的中华民族扶贫济困的优良传统发扬光大。



有你更精彩

第四千家门店开幕典礼

中国大众流行女鞋第一品牌达芙妮，不久前在上海光启城举行了其内地第4000家门店的新店开幕仪式，并借此活动正式拉开了集团25周年庆典的序幕。为此，达芙妮品牌形象代言人、台湾知名组合S.H.E到场倾情助阵。在活动现场，主办方还特别设置了展示区，将达芙妮25年的制鞋历史娓娓道来。从品牌诞生的第一双鞋款，到第一百万、第一亿双，再到有史以来销量第一的经典永恒款，这些弥足珍贵的达芙妮纪念鞋款令来宾们大饱眼福。

