



初夏，那条囤了很久的MANGO撞色连衣裙终于可以上身，亮橙色雪纺上装搭配米色A字短裙，一根黑色细腰带拦腰一束，小小的金色腰带扣巧妙掩饰住撞色的中间地带，再配上一条若隐若现的锁骨链、一只体积小巧的黑色挎包，立马彰显十足女人味。小区里、办公楼里遇到相识的人，不管熟的不熟的，都会赞上一句“衣服好看！”

搁以前，我是打死不敢尝试这种亮眼的装扮，总觉得吸引来别人的目光，自己身材、肤色上的缺点也会随之放大，这样一想便会浑身不自在，宁可躲进那些有安全感而无存在感的衣服里面，把“显瘦”作为穿衣打扮的唯一标准。而现在——管它呢！把臭美当爱好一路“玩”下来，已经越来越有信心甩开保险路线，尝试一些自己喜欢的风格，每天穿得漂漂亮亮昂首走出家门，在听到别人夸赞时貌似谦虚，心中小小的得意，大大的欢喜。

前些日子的一篇拙作《穿衣这件小事》出乎意料地引来不少共鸣，一位闺蜜兼知音在深刻检讨了自己目前的“半主妇状态”后，让我着重展开写写时尚心得，来“拯救我们这些濒临‘堕落’的女银……”哎，折煞我也！若说时尚，自己怕是连勺子把还摸不到呢，但论心得，却也有几分。毕竟，从过去的“土妞”，到现在的“辣妈”，进步显而易见。闺蜜作为多年好友，想必也是把我的变化看在眼里，故有此感慨。

我想说，年轻时谁没土过？每次看见自己以前的照片都想撞墙。有一张站在西湖边的旧照，典型的在景区里面“煞风景”——阔口牛仔七分裤搭配短靴，外罩一件孔雀绿色的长风衣，敞着怀，脖子上还莫名其妙挂一串明黄色的毛衣链，看上去像蒙古包里端马奶献哈达的；也曾经勇气可嘉地穿着背带工装短裤，脚下踩一双凉鞋跑去参加品牌活动，背个竹篓都能直接下河摸鱼了……即便年龄的优势也挽救不了品位的悲催，像很多天生爱美却后知后觉的女同胞一样，一路跌跌撞撞不得要领，足以写就一本“穿衣血泪史”了。

看到这里，我那帮闺蜜损友们一定又要嚷嚷：少啰嗦，说重点！好吧……后来之所以在穿衣搭配方面找到一点点感觉，多亏参悟了两个关键词：品质和精致。

窃以为，女人迈过三十岁的槛儿，一定要把“品质”二字当成穿衣的军规铁律，那些做工低劣的、风格浮夸的、印着大大的卡通图案或是洋溢可爱少女风的衣服统统可以打包处理了，它们只会让你看上去“整个人都不好了”。这时的你，应该本着宁缺毋滥、求质不求量的原则，对看上眼的服饰严加把关，不要让打折或便宜成为你置装的唯一理由，更要远离商场换季清仓时的积压款，或是所谓的“淘宝爆款”。生活中我们经常看到有人走马灯似的换衣服穿，却总是难以让人打心里“点个赞”，说白了，那种脱离了品质标准，不符合年龄定位的衣服，买再多换再勤也无益。

但我对“什么年纪的女人穿什么年纪的衣服”这一论调更加不以为然，如果你不到四十岁，那么商场里三层以上美其名曰“气质女人区”其实更像妈妈装的楼层这不应是你光顾的场所(四十岁后我恐怕也不会光顾)。只有那些品牌定位介于少女女装和成熟女装之间，质地精良、剪裁得体、简洁不失优雅的服装，才配得上此时的你，至少不会让你出错出糗，沦为别人眼里“乱穿衣”的负面典型。

但“不出错”，只能视为穿衣的初级阶段，在此前提下，如何让自己“更出彩”需要我们好好花一番心思，也是穿衣打扮这件事最好玩的地方。你看巴黎街头的时髦女郎，总是善用配饰点缀，将黑白灰三原色穿出仪态万千——项链、手链、胸针、丝巾、帽子、手袋、高跟鞋等等，都是出彩的利器，可以让原本平凡无奇的衣服呈现出惊艳的面貌。就拿项链来说，那种古拙的挂绳上坠一个大圆圈的款式，几乎可以搭配任何休闲look；而珍珠项链可以使精致的装扮愈发精致；锁骨链则可以衬出美颈并适用于任何衣服领型……需要记住的是，饰品是用来给整体装扮加分而不是用来砸场子的，如果说品质是服装的灵魂，精致则是饰品的灵魂，千万不要贪便宜在网上下一堆订单，到手后发现与地摊货无异。当然，与大牌珠宝比起来，商场里一些饰品店的价格就要可爱得多，可以让你一站式获得自己需要的各种风格。

所以，各种单品储备很重要啊，它们能大大丰富和拓宽你的“衣路”——比如我以前从不会多看一眼的无袖连衣裙，现在只要喜欢一样可以拿下，因为有轻薄的万能小开衫巧妙掩饰胖胳膊；那种剪裁得体但略显沉闷的职业装也不在话下，可以用鲜艳明快的丝巾或胸针点睛，让你的造型一下子就从职场的千人一面中跳出来……

随着胆子越来越大，灵感越来越多，你大可以在自己能够接受的范围内玩一玩色彩游戏，近两年大热的粉蓝色、淡紫色、橙红色、马卡龙色并非只是年轻女孩的专利，你可以用袖口一点柠檬黄的风衣，与同色系的包包或者鞋子相呼应，看似随心所欲，实则暗藏规则。再接下来，彩色的面积可以放大一点，比如这一季大热的花裤子，选择自己喜欢的花色，搭配一件没有任何多余装饰的素净上衣，无论上班还是逛街，尽情享受那份任性慵懒的愉悦心境吧。

怕只怕人到中年，品位还在原地徘徊，又少了扮靓自己的那份心气儿，形象一路急转直下，生活变得越来越糟……事实上，把我们阻挡在时尚之外的，从来都不是金钱和身材，而是一份认真生活的态度和一颗爱“嘚瑟”的心。

一起倒计时 5·18和蒙牛纯甄一起见证吉尼斯

●万人品鉴，“用味觉见证奇迹”！

2014年5月18日，蒙牛纯甄酸牛奶“最多人参与的酸奶品尝调查”吉尼斯世界纪录™活动，将在北京、上海、南京、杭州、合肥、成都、重庆、青岛、郑州、西安十座城市同步展开。此次吉尼斯挑战活动——“最多人参与的酸奶品尝调查”，紧紧围绕着酸奶口味这一核心话题。奶香够浓郁，口感更粘稠。究竟什么才是真正好口味的酸奶？蒙牛纯甄对于酸奶奶好口味的定义是“好口味·不添加”！

●十座城市一万人！共同挑战双重吉尼斯世界纪录！

蒙牛纯甄酸牛奶的这次吉尼斯世界纪录挑战活动，涉及十座城市，期间预计会有万余人共同参与挑战活动。这在吉尼斯历史上是前所未有的。也许你觉得不能亲临现场，会少了很

多挑战的乐趣。别担心，纯甄也想到了这一点，为了让更多的消费者能够体验到亲自创造吉尼斯世界纪录的快感，此次纯甄吉尼斯活动，不再局限于线下挑战！纯甄发起了线上吉尼斯世界纪录挑战活动。网友上传写有自己“纯甄宣言”的便笺照片，就能够成为挑战“最大的互联网便笺照片集”的一员，并且上传成功还有惊喜大奖！

●纯甄吉尼斯官方网站点赞，万人挑战一触即发！

随着时间的推进，距离5月18日日益临近，想见证蒙牛纯甄酸牛奶“好口味·不添加”的人们也是摩拳擦掌，等待着用自己的味觉来见证纯甄的口味奇迹！创造一个吉尼斯世界纪录有多简单？只需带上你的味蕾，剩下的事情交给“好口味·不添加”的蒙牛纯甄酸奶就好，用你的味觉见证奇迹！

德国女鞋品牌Gabor 举办2014春夏款推介

日前，享誉全球的德国女鞋品牌Gabor在济南举办2014春夏款推介走秀活动。现场丰富的时尚元素，亮点纷呈，尽显德国严谨完美的制造工艺，吸引了众多消费者和媒体的强烈关注。未来，Gabor将向消费者提供更多高品质、舒适、时尚的产品，让消费者体验全新的、严谨的德国产品工艺设计理念以及鞋的穿着新文化。

Gabor公司是一个家族企业，于1949年创立，是欧洲规模最大的女鞋制造公司之一，2002年进入中国市场。舒适和时尚的完美结合是Gabor非常重要的设计理念。Gabor通过自己所拥有的注册专利减震系统——气垫船系统，以适应足部日常行走的需求，在色彩与时尚中，让鞋子拥有更高的舒适度。绿色环保也是Gabor品牌坚持不懈的目标，从鞋的原材料加工到完成成品的每一个环节都保证了顾客穿着的健康。正是在这些对细节的特别追求中，Gabor证明了自己在制鞋领域的专业 and 实力。其品牌所倡导的“让全球女性优雅、舒适地行走”也得到了全球消费者的认可。

万种玩具引爆儿童节狂欢 亚马逊排行榜解读玩具趋势

在“六一”儿童节来临之际，亚马逊中国(Z.cn)发布了2013年玩具销售排行榜，全面解读当前玩具市场的购买趋势以及不同年龄段、不同性别儿童对玩具的喜好，为父母选购儿童节礼品提供了有益的参考。

亚马逊数据显示，国外品牌销量占到了2013年总销量的70%，由此可见玩具的品质和安全性格外受到父母的关注；从类型来看，婴幼儿玩具和积木拼插类玩具比较畅销，其销量各占25%，益智教育类和遥控电动类玩具紧随其后，积木拼插类和益智教育类玩具合起来则占到40%，充分体现了父母对儿童动手能力、智力开发等方面的重视。

虽然因为年龄和发展阶段的差距，各年龄段的儿童选择的玩具具有较大差别，但是乐高、费雪、澳贝等品牌的商品收到几乎所有年龄段的儿童的欢迎，乐高则成为2013年最畅销的玩具品牌。除此之外，孩之宝、小泰克、迪士尼和芭比等知名国外品牌也榜上有名。



性别不同，喜好也就不同。亚马逊平台销售数据显示，乐高城市组航天中心、乐高城市组警察总局、托马斯&朋友托马斯电动系列之惊险索道套装、孩之宝变形金刚电影3终极擎天柱等是2013年男孩最喜欢的玩具，乐高女孩系列奥丽薇亚的房子、乐高女孩系列城市公园咖啡厅、正版阿里罗火火兔G7专业儿童故事机则最受到女孩的青睐。

基于对2013年玩具榜单和购买喜好的深入分析解

读，亚马逊经过专业评估和筛选，从其逾6万种玩具选品中特别挑选10款品质安全、契合父母购买喜好、广受儿童欢迎的热销商品，作为儿童节礼品推荐。同时，亚马逊中国还一如既往地奉上儿童节促销大礼。

从即日起至6月1日，亚马逊特为儿童节推出力度空前的玩具及母婴商品大规模促销，十大品类万种商品全线促销，不仅涵盖2013年热销商品、2014年儿童节推荐商品和乐高、费雪、澳贝、芭比、迪士尼等2013年最热品牌，更有如LALA布书、百万城、HAPE、卡特彼勒等知名品牌也是一应俱全。分阶段不同主体的大规模促销，玩具、童装、童鞋、母婴用品等万余种商品精彩纷呈，爸爸妈妈们可以尽情选购，用精心挑选的礼物为小朋友们送去一个欢乐的节日。

作为亚马逊平台最重要的品类之一，玩具频道业务得到持续快速发展，目前已拥有超过1000个品牌的20大品类、逾6万种选品，涵盖0-12岁以上及成人等各个年龄段，全方位满足各类需求。同时，玩具频道大力拓展品牌合作，与孩之宝、迪士尼等国际品牌建立了直供关系，芭比、费雪、乐高、小泰克和万代等知名品牌旗舰店也已入驻亚马逊玩具频道，更有大量知名品牌选择亚马逊平台对其新品进行全球首发。亚马逊玩具频道以其种类丰富、品质安全的选品，让小朋友们每一天都享受儿童节般的美好与欢乐。