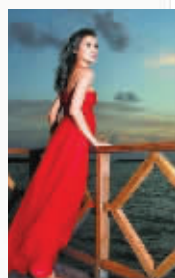


面朝大海 幸福花开

林熙蕾昨日马尔代夫大婚



和杨晨秀恩爱



海边婚纱照

现年37岁的台湾女星林熙蕾昨日在马尔代夫嫁给美籍商人杨晨。尽管她一路保密,台湾媒体还是接获“线报”,25日尾随她的家人同班机抵达马尔代夫,26日更直击她与杨晨在碧海蓝天下拍摄的浪漫婚纱照。

交往半年后火速定终身

林熙蕾与在洛杉矶经营服装事业的男友杨晨(Chris Young)之前爆出将在国外结婚,但她始终保持神秘不露口风,结果婚礼日期既不是外传的3月20日,地点也并非菲律宾长滩岛。昨天的婚礼,林熙蕾邀请了30位亲友从洛杉矶、台北、香港、上海等地千里迢迢飞抵马尔代夫,见证恋情开花结果。

据了解,杨晨在美国长大,8年前在朋友介绍下和蕾蕾有一面之缘,去年10月,朋友再度介绍两人见面,当时蕾蕾刚拍完《夺命心跳》,身

心陷入低潮在美国休养,杨晨殷勤照顾她,两人交往半年后火速定终身,情海沉浮多年的蕾蕾终于点头下嫁成为杨太太。

26日傍晚,台湾记者拍到林熙蕾换上一袭象牙白色长礼服,到海边拍摄婚纱照,小两口还搭着小船取景,洋溢出爱之船的浪漫气息。

媒体从亲友团打听到,婚期最终确定昨日(28日),男方觉得日期8讨吉利,地点则是由担任婚礼总召的林妹妹和新郎提议,亲友团都很开心来到马尔代夫见证小两口的幸福时刻。

链接

林熙蕾老公并非“富二代”

台湾媒体透露,杨晨虽然比较富有,但并非外传的“富二代”,其父母当年以学生身份赴美,家境不好,杨晨是独子,都睡在客厅,从小被家人笑称“厅长”。杨晨目前自己经营服装,有着自创的品牌,主要是制作大学校服服装与年轻休闲服饰。

舒淇现场送上龙凤金镯

舒淇和林熙蕾情同姐妹,曾经相约如果都嫁不掉,要相伴共度余生。如今林熙蕾觅得好归宿,为了参加好姐妹的婚礼,舒淇向《李爱》剧组告假3天,还赶了很多天夜戏才飞来马尔代夫,并特地准备了保值的龙凤黄金手镯当贺礼。

林熙蕾找到另一半,两人就不能相伴一生了,舒淇在接受媒体采访时说:“还是祝福她,希望她幸福,结婚了我们还是可以当一辈子的好姐妹啊。”至于自己送的礼物,舒淇笑谈:“我很土的,买了龙凤金手镯,哈!给她配婚

纱应该蛮土的。但黄金保值、金光闪闪,可以有好的运气,最重要赶快生两个小孩给我玩啦。”据悉,杨晨之前曾追求过舒淇,无奈郎有情妹无意而无疾而终,最后反倒促成好姐妹恋情。

快报记者 应嘉轩 整理



中国梦·梦之蓝牵手王菲 超高端经典联袂亮相

——“中国梦·梦之蓝”王菲2011巡唱

北京时间3月28日下午2点,在南京威斯汀酒店举办的“王菲2011巡唱中国梦·梦之蓝主题发布会暨签约仪式”上,苏酒集团旗下超高端品牌“梦之蓝”正式成为了王菲2011巡回演唱会的冠名赞助商。

随着香港站的演唱顺利落下帷幕,王菲以980元港币的票价创下了香港明星演唱会的最高纪录,在娱乐圈引起不小的轰动。很快,王菲也将带着她空灵的歌声唱响南京,和几百万歌迷们共度激情之夜。据悉,“中国梦·梦之蓝”王菲2011巡回演唱会将于5月27日和28日两天,在

奥体中心体育馆上空唱响!垫伏了五年之后,王菲这位华语音乐天后的复出,对于她的歌迷来说,无疑是个天大的好消息,很多人表示“已经等不及买票”,也有人表示,她能早日出新的专辑也很值得期待。

王菲这次复出演唱会声势盛大,正式宣告开唱之前就已经炒了将近半年工夫,早先坊间一直有传闻,因天后开出的冠名费门槛太高,让赞助商们望而却步,相当长一段时间,都无人问津。因此,此次苏酒集团与王菲的深度合作,不能不称为大手笔。至于为什么会找

王菲做冠名,在签约仪式结束后进行的新闻发布会上,苏酒实业股份有限公司的副总经理张学谦就这次签约表达了自己的观点。此次和王菲的牵手,主要是考虑到天后在歌坛的超高端地位和梦之蓝品牌的超高端形象非常吻合,二者的联袂,相信能够带来更高的影响力。

王菲自出道至今,已有二十多年,她不仅在华人世界拥有很高知名度,在海外尤其在日本也有相当高的人气和知名度。据吉尼斯世界纪录大全计算,她在中国台湾、香港地区与日本有据可考的正版总

销量达970万张,是华语乐坛粤语专辑销量最高女歌手,甚至曲曲被奉为经典。王菲凭借独树一帜的个人风格,以空灵的声音、率真的个性、智慧的眼睛、慵懒的表情,有时无奈、有时轻狂、有时平静、有时激昂,将内心情感与生活领悟呈现在歌曲作品中,也通过歌曲来表达真实自己,成为华语歌坛自1990年初至今,当之无愧的天后级人物。

回首她的成名之路,从王靖雯到做回自己,从相夫教子到重返歌坛,她从未停止过对梦想的追逐。不管外界如何评价,始终坚持自己的

信念与风格,怀抱梦想并努力实践。驱动她追寻成功的动力,并非只是单纯的积累原始财富,而是实现梦想、实现自身价值的远大抱负。当今社会,像她这样的,不乏其人。他们也正作为一个新兴的阶层,不断成为各行各业的意见领袖,成为推动中国前进的核心力量,这就是“梦一代”。苏酒集团超高端品牌梦之蓝贴近梦一代的核心需求,顺应时代精神,以独特的品牌内涵、文化主张及其人性诉求,与梦一代的精神渴望有机融合在一起,形成了美妙、默契的文化共鸣关系。