

好意外 张玮OUT 吴莫愁IN



超人气选手张玮意外出局



阿磊探营好声音

昨晚,《中国好声音》第二场导师终极考核结果揭晓,出乎意料的是,网上呼声很高的“音乐疯子”张玮没能从那英组里杀出重围,而备受争议的“魔女”吴莫愁最终从庾澄庆那一组中脱颖而出。今晚,“好声音”将播出杨坤组的“终极考核”。

庾澄庆组的后半场考核以及那英组的全场秀昨晚播出,对于这场比赛“意外”绝对是最贴切的评价了。上周五节目播出后,颇具争议的“魔女”吴莫愁已经被许多人质疑过于造作,但在昨天的比赛中,导师庾澄庆以及现场的媒体评审团对其依然青睐有加,最终吴莫愁PK掉“光头师太”王韵壹,成为庾澄庆组最

终的胜利者。

而那英组中清一色的好男儿,让现场的对决火药味十足。这个由张赫宣、多亮、梁博、张玮四人组成的黄金战队,每个人都有各自的特色和优势。虽然张赫宣一路走来,一直被那英看好,但是却意外在媒体评审团的投



吴莫愁晋级总决赛

票中率先出局。“情歌王子”多亮也在与“音乐疯子”张玮的对决中败下阵来。在最终的对决中,张玮碰到了黑马梁博。因为有了《HIGH歌》的珠玉在前,在昨晚比赛中张玮的歌曲都一直难以超越他的这个代表作。昨晚,张玮将两首年代、曲风都截然不同的歌曲:曾经风靡全国的神曲《忐忑》和迈克·杰克逊的经典之作《Bad》以串烧的形式呈献给大家,天马行空的嫁接手法让四位导师颇为意外,刘欢老师表示自己听完之后“一下子没反应过来”。相比之下,东北大男孩梁博依旧延续孤独自我的摇滚风格。最终,梁博战胜张玮成为那英组的最终胜出者。

对于这样的结果,网友们吵翻了天。争议的焦点就集中在吴莫愁和张玮身上。“吴莫愁都晋级了,张玮却被淘汰了,这个结果真心没法接受,不想再看了。”“张玮竟然没有进4强,天理何在啊!” 现代快报记者 刘磊

好冷清 百花不开 明星不来

昨天,第31届大众电影百花奖提名颁奖典礼在浙江绍兴拉开帷幕,冷清的气氛让人大跌眼镜。李冰冰没来!周迅没来!徐帆没来!文章没来!陈坤没来!最佳男女主角提名获得者10位明星中来的只有李雪健、赵文瑄和白百何三人。很多媒体提出质疑,“百花”究竟有没有必要存在呢?



李雪健是当天最大的“腕儿”

“提名奖”如同鸡肋

金鸡百花电影节“提名奖颁奖典礼”,即在闭幕式颁奖典礼前一天向所有人入围影片的主创颁发“提名奖杯”。今年非常冷清,全部9个奖项的提名中,来领奖的明星寥寥可数,李雪健、赵文瑄、白百何,还有胡歌、孙淳、王耀庆、李沁、张子萱、张子枫,扳着手指都能数得过来。最尴尬的是,最佳女配角提名的颁奖则因为没有一位受到提名的女配角到场而干脆取消这一环节的颁奖。

大众评委成“追星族”

大众电影百花奖的最终结果,源自于101位大众评审的选择。大众评审在电影节期间对候选影片进行观摩和讨论,最后在百花奖颁奖典礼现场当场投票,评选出获奖者。昨日的提名奖颁奖典礼上,大多数大众评审化身

粉丝,满场飞地去追前来捧场的李雪健、胡歌、白百合等几位明星,拉着明星签名并拍合影留念。甚至有些大众评委在记者采访明星时,理直气壮地把明星拉到一边去合影。而明星们也颇为“讨好”这些大众评委,不仅现场拉票,而且全程配合。

公信力饱受质疑

近日,老艺术家祝希娟对大众评审的公信力提出疑问,“这101位大众评审怎么选出来的,是个大问号。对这种形式,我真不敢恭维。”昨天,一位评审告诉记者,自己参加了绍兴电视台的选拔,“通过海选,然后表演朗诵等才艺,一路晋级成为大众评审。”另一位大众评审则透露了自己主要的工作:“主办方组织我们一起观看提名影片,我们来回机票及吃住费用都是主办方包了。”

现代快报记者 刘磊 绍兴报道

宝庆连锁再发“新枝”

宝庆尚品1818正洪街旗舰店 9月29日盛大开业



9月29日,“宝庆尚品1818”新街口正洪街店盛大开业啦!以“精致”和“原创”为特色,意在满足18岁到45岁之间的时尚人群的消费需求的“宝庆尚品1818”,是潮人们的福地,热爱珠宝人士的绝佳去处。

“我们有绝对的信心,在5年内,面向全国拓展连锁店100家以上,让这只新诞生的时尚品牌稳步地走出去,因为市场有需求,年轻消费者有期待,我们顺势而为。”宝庆尚品1818品牌负责人如是说。

宝庆连锁再度“发力”打造时尚风格品牌

“宝庆尚品1818”给所有人的第一印象就是跟“宝庆银楼尚品”的亲缘关系。是的,“宝庆尚品1818”与“宝庆银楼尚品”一样,同属于南京宝庆银楼连锁发展有限公司旗下。南京宝庆银楼连锁发展有限公司成立于2004年底,而后,在对宝庆银楼品牌时尚形象提升的成功运作下,宝庆品牌的销售额从2004年的2个亿跃升至2011年底突破40亿。对此,宝庆尚品1818品牌负责人介绍:“正因为有了成功运作宝庆品牌的经验,为了寻求品牌的多元化发展,同



时顺应市场细分、迎合消费者不同的时尚购买需求,宝庆连锁经过5年的精心准备,打造了‘宝庆尚品1818’品牌。”“这个品牌,将在宝庆连锁旗下各品牌中,以‘特立独行’的‘年轻、时尚、精致、原创’的品牌精神鲜明地区分出来。它与姊妹品牌‘宝庆银楼尚品’,一个紧跟时尚,一个专注经典,形成了良好的互补,完成了一次从经典到时尚的完美嬗变!”

谈到宝庆尚品1818的品牌风格,宝庆尚品1818品牌负责人说:“正如宝庆尚品1818品牌名称所包含的意义,它既表达了宝庆尚品1818品牌的时尚创造精神,又象征着对源于公元1818年的百年品牌精工内涵的尊重和延续。”

专注原创设计打造“爱的礼物”

如果说,“精致”和“原创”是贯穿宝庆尚品1818品牌的“关键词”。那么,宝庆尚品1818的设计团队无疑是让品牌贴上这一标签的灵魂。宝庆尚品1818品牌负责人介绍说:“我们主要的顾客群是在18岁到45岁之间,为了满足这一年龄段间的时尚人群的消费需求,同时保持品牌自身的时尚属性,宝庆尚品1818精心打造了一只由香港、巴黎的新锐设计师和一流的‘时尚买手’组成的产品创意团队。”据介绍,这些宝庆尚品1818特聘的全职、兼职的时尚创

作人员将每天活跃于纽约、东京、米兰、巴黎、香港等国际都会的时尚秀场,向国内发回前瞻性的珠宝流行资讯。“正是这些讯息保障了宝庆尚品1818高效灵敏的时尚供应体系,让它能够始终保持与国际时尚品牌同步的原创精神。”

此外,为了保证设计新品的汰换率,宝庆尚品1818品牌内部每年还会召集这些新锐珠宝设计师进行“春夏”和“秋冬”两季的新品创意分享Party,此后,每年4月和9月将会全面推广“时装珠宝”和“经典珠宝”作品。“届时,宝庆尚品1818的每一件产品,无论是璀璨的钻饰、鲜明的彩宝还是精致的黄金,都将有着属于它自己的主题故事。”

除了珠宝主题之外,宝庆尚品1818也为自己寻找到了一个品牌主题,即“爱的礼物”。宝庆尚品1818的品牌负责人介绍:“‘爱的礼物’是宝庆尚品1818品牌的创意初衷,因此,无论是店堂内象征着‘纯洁’‘永恒’和‘爱’的品牌标准色——白色,还是各种代表‘礼物’‘梦想’和蝴蝶结元素,都是围绕了这一品牌主题。”

联合香港厂商会获得工业设计支撑

据了解,为了增强宝庆尚品1818品牌的专业度,南京宝庆银楼连锁公司与香港珠宝制造业厂商会联合,并得到了来自香港珠

宝制造业厂商会服务全球的前沿珠宝加工工艺及众多国际奢侈品牌封面设计师带来的设计理念支持。

“香港珠宝制造业厂商会,创立于1988年,是代表香港珠宝制造厂商的行业商会,它不仅促成业内最新资讯的沟通和交流,还在珠宝制造工艺和设计水平上增强了国际的交融和互通。宝庆尚品1818与香港珠宝制造业厂商会联合,获得了如CNC工艺等目前国际上最先进的珠宝加工工艺支持,同时依靠香港珠宝制造业厂商会的设计师联盟推出来自世界各地设计概念的主题新品。”

宝庆尚品1818品牌负责人介绍说:“以宝庆尚品1818秋季婚庆主打——教堂系列为例,‘教堂系列’的法籍珠宝设计师根据世界三大婚姻、爱情圣地为创作灵感,分别开发了代表浪漫的‘普罗旺斯之约’、象征忠贞的‘维罗纳的情歌’及寓意永恒的‘奥比都斯的誓言’三大主题款,这三大主题款采用了或简洁、或婉约、或奢华的不同设计风格,表现婚戒所肩负的‘爱的使命’和时尚装饰性。”

该负责人还介绍说:不同于宝庆连锁旗下其他姊妹品牌,在产品上,宝庆尚品1818除部分工艺精致的时尚黄金之外,更擅长于钻石镶嵌产品的开发,“在宝庆尚品1818的店内,你将能感受到超过5000款的时尚钻饰所带来的不可抗拒的吸引力!”(邱孟兰)