

他可以接受衣食上的傲娇潮流，却无法接受隐居山野的未来。

山居

【文/于是】



潮流具有洗脑的效果。P先生自小看母亲在衣橱里翻云覆雨，早明白了这一点。在他的认知能力所及的范围里，女人跟随潮流要一只包、一双鞋、一套保养品都是天经地义的。他自己也会对网红店里的奇特创意多看几眼，但让他排几个小时队喝一杯茶，他是坚决不听的。他说，这叫理性消费。P太太就笑他：“你根本没打算消费，国家经济靠你就完蛋了。”

P太太确实很撑国家经济，换言之，她很爱消费，也很爱赚钱，她和很多高能都市女子一样视其为女性独立自主的表现。P先生很爱她，换言之，很爱她可以自己买单。当然，他很识相地在每年的N多纪念日主动示好，送她的东西从名牌包到新车都有，还有几次豪华境外游。眼看着今年的结婚纪念日迫近了，他有点黔驴技穷，索性直白地问：“你想要什么？”从问出这个问题开始，P太太隔三差五就发些公众号里的东西给他看——八百年历史古村里的绝美民宿，江边古寨里的神秘私宅，天境湖边的纯白家园，卧虎藏龙的书香咖啡馆……全是这些。

看前五篇时，P先生还以为太太想度一个清净的假期，过过两人世界；看到第二十篇，建筑平面图都有了，他才恍然大悟：她是要在山间湖畔造自己的宅子啊！这次洗脑搞

大了！P先生很苦恼，仔细一想，早有端倪：她经历了一波断舍离，继而沉浸于eco生活方式，不再买皮革和皮草，改头换面穿低碳衣，吃有机食品，能走路就走路，一边甩肉一边环保……衣食住行，现在果然上升到住的层面了！

但在P先生的心里有一条坚硬的分割线，隔开了向往和现实。P太太据理力争：“你用理性消费的思路去想，在山间打造养老别墅，无论如何也比在上海市中心买一套房子便宜。”P先生就反咬一口：“既然是养老，跑到山沟沟里，医疗怎么办？”P太太先让一步：“就算不养老，当个度假屋也好。”P先生再咬：“你我都习惯了城市生活，天知道能过多久那样的隐居生活。”P太太再进一步：“那就先去体验一下，从这个古寨民宿开始！”

结婚纪念日就决定在深山中过了，P太太三下五除二定好了房间、机票和租车，麻利得让P先生没有机会反悔。他担心天气不好，担心山里日子厌气，更担心老婆一冲动就在古寨里定下二十年租约什么的——因为她有实力这样做，他要拦是拦不住的。

明天，P先生就将被裹挟在最新的潮流思想中，被太太拽到闻所未闻的大山里去了。让我们祝他一路平安，纪念日快乐，有望落实养老别墅！

乐活记

>>>

电影版《昼颜》成功捞金。一个电视剧题材的日本偶像片，完成得却有一定的精致度。

精致度源自细节的设计，《昼颜》同名日剧的结尾，男女主角一起签署了《分手协议》，从此不见面，不联系。电影是日剧的续集，两个人如何重逢，是检验编剧功底的一个看点。上户彩饰演的纱和原本没注意到信箱里的传单，闷热的屋子里飞来一只虫，独居的女人去打虫，虫子落到了传单上，她注意到上面印有生物讲座信息，和那个主讲人的名字——北野裕一郎。剧作第一个设计点就是“昆虫传情”。昆虫是他们爱的信使。

第二个剧作设计点是萤火虫这个符号。影片特地强调了水生萤火虫的特点，幼虫存活艰难，只有短短5天的生命。它们在日落后开始活跃，相互用光芒吸引对方。它们在黑夜中相爱与繁殖。整个萤火虫符号贯穿全片，隐喻了二人的这段短暂的恋爱。他们终于还是在了一起了。在两人正式复合前，导演放了一个空镜头，黑夜的溪流中，两只散发迷人绿光的萤火虫安然度过了水生幼虫阶段，飞向了充满未知与危险的夜空。

男主和老婆正式分居，慢慢洽谈离婚协议，剧情也渐渐由唯美转向狗血。男主的原配因为受不了离婚而跳楼未遂，半身瘫痪。原配坐轮椅的镜头一出来，还以为《一帘幽梦》了。纱和穿上了传统和服，参加小镇的庆典，影片出现《教父》里广为传颂的平行蒙太奇手法。前妻载着男主报复性地撞车，欲与男主同归于尽，纱和跳着舞，等待爱人的归来。车祸与烟花交织剪在一起，烟花就是他们不被世人接受的短暂的爱情。

男主被前妻杀死，纱和崩溃了，躺在铁轨上，模糊的视线看上去，远处的两盏交通灯一闪一闪，发出诡异的绿色光芒。萤火虫的符号再次隐晦地出现，这段爱情在溪水中孕育，危险的黑夜象征世俗世界，他们的爱情和萤火虫一样度过了短暂的一生。

影片借由这个爱情悲剧也探讨了一个主题，重组的恋情为何都是不被祝福的？可是，这世上最适合你的那个人哪有那么凑巧是一次性找对的？只要在一起了，难道就不能发现自己原来找错人了吗？难道就不能重新选择吗？从小到大，学校都教订正卷子，没有人教我们如何订正人生。

从小到大，学校都教订正卷子，没有人教我们如何订正人生。

订正人生

【文/陈黛曦】



燃情绿茵场 东风悦达起亚带你去看世界杯

6月14日至7月15日，万众瞩目的2018年世界杯将在俄罗斯举行。作为世界杯官方赞助商起亚汽车的中方合作伙伴，东风悦达起亚早早便吹响了世界杯营销的“号角”，与中国消费者共享足球激情。



东风悦达起亚在4月推出了世界杯超级球童招募活动和“走！新一代智跑带你去看世界杯”活动，让赛事深度体验成为世界杯营销的最大亮点。

东风悦达起亚在世界杯超级球童招募活动中将选拔出1名超级球童，在家长的陪伴下前往俄罗斯参加6月18日韩国VS瑞典的比赛。“走！新一代智跑带你去看世

界杯”活动期间，消费者购买新一代智跑，即可获得抽奖机会。东风悦达起亚将抽取20名幸运车主参加“俄罗斯世界杯观赛游”活动。

东风悦达起亚多年来积极创新，邀请体育明星担当车型代言人，举办五人制足球赛等，其年轻、活力、激情的品牌形象深入人心。多次赞助FIBA钻石杯篮球赛、斯坦科维奇洲际篮球赛、环太湖国际公路自行车赛等国际性赛事，成功带动了企业品牌力的持续提升。

2018年，企业将再度携手斯坦科维奇洲际篮球赛，为中国球迷献上丰富的篮球盛宴。

首届上海国际舞会暨国际领袖论坛圆满落幕

日前，由卡枚连官方主办的首届上海国际舞会暨国际领袖论坛在上海外滩华尔道夫酒店落幕。10位主舞嘉宾——顾薇薇、左伊玄、曹维、彭玲、胡秀清、崔月仙、须丽融、丁琴、边咪咪、张翔随着华尔兹音乐翩翩起舞，优雅绽放，并作为“她领袖”分享爱的故事。卡枚连创始人范玥婷、董事周海佳出席活动，并邀请了英国前首相卡梅伦、顾佳斌、荣文蔚、陈凛、沈东军、谢玲玲、黄舒骏、李思卫、胡润等众多政商名流。本次舞会将“爱”作为主题，以华尔兹为序、演讲为媒、对话为引，和大家一起见证了新阶层力量的崛起，引领女性文化的传播。

