

刚刚离开我们的年代经典明星

- 家庭幸福,与丈夫相濡以沫,夫弹妇唱
- 事业成功,扮演喜儿一曲成名
- 承前启后,成为众多青年人的导师伯乐

歌唱家王昆 从战争烽火中 走出来的歌唱家



“北风那个吹，雪花那个飘……”喜欢歌剧《白毛女》的粉丝再也听不到这一经典唱段由第一任喜儿唱出的声音了，就在上周，中国文联荣誉委员、著名歌唱家王昆，因病于在北京去世，享年89岁。

19岁演喜儿一举成名

王昆1925年出生在河北省唐县，1939年4月，刚满14岁的她就被选进了“西北战地服务团”，走遍了晋察冀边区各地，宣传抗日，同行的还包括诗人田间、电影艺术家陈强、凌子风等。王昆年纪最小，但也背着大背包，一路走一路唱。

王昆是18岁那年加入中国共产党的，1944年春又随西战团来到心中向往的延安，进入鲁迅艺术学院学习。次年4月28日，在中央党校大礼堂，王昆首次出演中国共产党领导下创作的第一部歌剧《白毛女》中的女主角喜儿。她独具风格的歌喉，把观众带进了除夕夜的穷苦人杨白劳家中，并由此一举成名。

此外，她还曾参加《东方红》演出。并演出秧歌剧《兄妹开荒》、《夫妻识字》。代表作有《南泥湾》、《秋收》、《夫妻识字》等。

推动流行音乐，发现崔健

上世纪80年代初，当时的流行音乐招致了很多激烈的批评，就是在这种情形之下，王昆表现出一位艺术家的宽广胸怀，她意识到一个新时代的来临，意识到歌唱艺术应该百花齐放。

在她的大力促成下，1985年，东方歌舞团策划并推出了一台名为《让世界充满爱》的演出。也就是在那次演出中，中国第一个摇滚歌星崔健演唱了《一无所有》。“崔健演唱的时候，我就坐在台子上。崔健唱‘难道你爱我一无所有’时，我看到有同志退席了，也有人指责我说，民歌就是这么唱的吗？”王昆说：“我是把《一无所有》当成爱情歌来听的。‘你还很爱我，我一无所有还爱我’，这不是很好嘛！”王昆说，“这首歌

的音乐非常好，很能打动人。所以，我就批准他唱了。”

婚姻美满，与丈夫因歌声结缘

周巍峙与著名歌唱家王昆的美满婚姻，在文艺圈内外有口皆碑。两人相识于1939年，当时年长王昆9岁的周巍峙率领西北战地服务团来到河北唐县。在河北三分区，有人对他说：“唐县妇救会有个女干部歌唱得好。”当他听罢这位14岁少女的歌声，情不自禁地发出“真行”的感叹。这个女孩就是王昆。

后来，俩人经过4年的相处彼此生情相爱，于1943年结为夫妻。婚后的几十年夫妇俩相濡以沫恩爱有加，相互支持在艺术道路上成就辉煌。

在后来的几十年岁月中，他俩相爱弥坚，风雨同舟。周巍峙有着广泛的文艺爱好，喜欢民族音乐、爱唱歌，喜欢吹口琴，钢琴也能弹上几曲，“夫弹妇唱”是这个家庭的保留节目。

摘自《重庆晨报》

高仓健《追捕》中 同款风衣曾在中国热销

据日本媒体报道，日本男演员高仓健（本名小田刚一）于11月10日上午3点49分、因恶性淋巴瘤去世，享年83岁。1978年，由佐藤纯弥执导，高仓健和原田芳雄、西村晃、中野良子、田中邦卫等人主演的《追捕》在国内公映，这是文化大革命之后第一部登陆中国内地的海外影片，一度万人空巷，成为那个年代的标志性文化事件。

妈妈心中的“梦中情人”

除了《千里走单骑》，对大多数年轻观众来讲，高仓健可能已经比较遥远；但在这批年轻观众的父亲、母亲眼里，高仓健一度是他们那个时代的“男神”和“梦中情人”，当时他比现在的偶像巨星们更神秘，更充满魅力。

1978年，由佐藤纯弥执导，高仓健和原田芳雄、西村晃、中野良子、田中邦卫等人主演的《追捕》在国内公映，这是文化大革命之后第一部登

陆中国内地的海外影片，一度万人空巷，成为那个年代的标志性文化事件。

银幕上，主演高仓健刚毅的性格和冷酷的面容曾在当年产生过轰动效应。扣人心弦的故事情节、充满悬念的结构安排使这部影片大受欢迎，检察官杜丘的形象深入人心——刀削般的脸庞、竖领子的风衣、凛冽的眼神，使高仓健成为了当时很多少女心目中的“梦中情人”——当然那些少女现在在大部分都变成了年迈的母亲。

高仓健的中国情缘

1976年，他主演佐藤纯弥导演的《追捕》，这部影片算得上在中国最有影响的日本电影，衍生了无数与《追捕》相关的文艺作品，检察官杜丘的形象深入人心，高仓健由此成为了亿万中国观众的首席日本偶像，当年有个服装厂依照高仓健那款风衣生产了10万件，结果半个月时间就卖光了。



在高仓健的心中，还有一段中国情缘。2000年，张艺谋电影《幸福时光》在日本首映，高仓健特意前往观映，而且派人送上鲜花。张艺谋见到了他最尊重的巨星，立即表达了合作的意愿，高仓健对张艺谋影片一向评价颇高，两人一拍即合。在接连拍摄两部商业大片《英雄》、《十面埋伏》之后，张艺谋为高仓健量身打造了新片《千里走单骑》，并决定除了高仓健之外，全部起用非专业演员陪衬高仓健。全片投资6000万人民币。

摘自《东南商报》

看天下

品牌标志的含义

Logo的形式和样子成千上万，不同的Logo体现着不同的品牌价值。读者真的了解这些品牌吗，又真的了解这些品牌Logo的真正含义和出处吗？



苹果：传说故事都是假的

苹果Logo上缺的一小口，没有任何含义。没有代表什么“同性恋骄傲之旗”，没有那些关于阿兰图灵神秘传说，更不是象征圣经中“伊甸园的黎明”被咬了一口智慧之果。这只是一次Logo设计的摊派任务，但是，我理解苹果电脑（富有创新）的理念，这也是Logo背后最伟大的故事之一。

每一个见到苹果徽标的人都会禁不住问：为什么苹果被咬了一口？这或许正是当初设计苹果徽标的人恰恰所希望达到的效果。



小米：让顾客省一点心

小米的标志设计简单，却又能体现其用心，“MI”在倒过来看就是一个少了一点的心字，寓意着让消费者放心一点，省心一点。

大大的MI，不仅仅是小米科技的英文缩写，更有“Mobile Internet”和“Mission Impossible”两层含义。

Mobile Internet，喻示了小米所领导的移动互联网领域；Mission Impossible，则强调了小米应对挑战的突破能力。



亚马逊：用笑脸向全世界传递品牌价值

亚马逊标志的下方有着一张非常具有亲和力的笑脸箭头，箭头的指向字母则分别为A和Z，其寓意是亚马逊愿意向全球各地的消费者递送自己的商品和服务。据悉，贝索斯当初选择Amazon这个名字其实有两个原因：第一，它能让人联想起亚马孙热带雨林，暗示着亚马逊的巨大经营规模；第二，当时的网站排序是按照字母顺序进行的，因此选择以“A”开头的亚马逊能让网站排序更加靠前。