

# 年輕母親葆青春 育兒扮靚皆學問

## 「辣媽」雜誌

### 風行東瀛

▼《I LOVE MAMA》雜誌九月號封面 (互聯網)



▲雜誌的讀者可以帶着自己的孩子報名成為模特 (互聯網)

【本報訊】據共同社十八日電：色彩艷麗的頭髮、假睫毛和濃重的眼線——在日本，如此妝容的年輕女性被稱為「辣妹」。很多女性在生子後依然保持「辣妹」形象。《I LOVE MAMA》就是一本面向「辣妹媽媽」的雜誌。該雜誌今年春季創刊至今半年間發行量達到了二十萬冊。

該雜誌的發行方為東京的INFOREST公司，該公司專門發行各種「辣妹」雜誌。該雜誌的「辣妹」模特從讀者中選出，並可以和自己的孩子一起上雜誌。「辣媽」的稱呼也很獨特，單身媽媽被稱為「sin-mama」，媽媽社團的代表則被稱為「mama-cir代表」。

雖然化妝、服裝和交通均由自己負擔費用，但每月都有十幾位讀者從各地報名參加。來自各地的「辣媽」還對其所在地的育兒好處進行宣傳。長野的一位「辣媽」說：「和小孩一起去撿栗子回來做了糯米小豆飯。」埼玉的一位「辣媽」則說：「埼玉的空氣很好。」

#### 既重扮靚也講節約

令人感到意外的是，「辣媽」們料理家務和湊寶寶樣樣皆精，生活中不但講究可愛造型還注重節約。平常穿着也都

是充分利用附近商店裡買來的幾百圓的衣物。被稱為日本辣妹時尚聖地的「澀谷109」百貨店也是打折時才去。雜誌的讀者中「服飾費用每月一萬日圓（約合港幣八百四十七點六元）以下」、「三餐自煮」的節約派佔絕大多數。

該雜誌雖明快卻又認真的風格也受到了讀者的好評。九月的雜誌就以未成年媽媽為主題出了特集，有十八位未成年媽媽述說了各種育兒煩惱。其中有人說：「因為不能上高中，所以很擔心自己能不能教育好小孩。」在以少子化為主題的欄目裡，「辣媽」們紛紛表達為人母的喜悅心情。一位「辣媽」高興的說：「小孩比想像中可愛的多。」

身為「sin-mama」的田尻夏樹說：「通過這本雜誌，我多了很多夥伴，每天都過得很充實。」該雜誌在各地舉行的務農體驗、外出攝影等活動都吸引了大批讀者參加。雜誌總編山下綾子分析說：「因為這本雜誌真實表現了辣媽的生活，所以受到讀者支持。」她還表示雜誌的目標是使「辣媽」們讀後都能為身為人母而感到自豪。



▲漢普爾曼一亞當斯在一個極小的熱氣球吊籃內度過了十四小時 (互聯網)

## 乘熱氣球飛14小時 英冒險家破兩紀錄

【本報訊】據英國《每日電訊報》二十日消息：英國探險家戴維·漢普爾曼一亞當斯乘坐一個小小的熱氣球在美國上空逗留了超過十四小時，打破兩項世界紀錄。五十二歲的漢普爾曼一亞當斯是多項乘坐氣球的紀錄保持者，這一回他在一個只有洗衣籃那麼大的吊籃內度過了十四小時又十五分鐘。他從密蘇里州巴特勒飛起，抵達俄克拉何馬州切羅基的玉米田上空，全程二百多英里。

他打破了AA-01級氣球紀錄，該級別的前紀錄是八小時又十二分鐘，已有超過二十六年未被打破。他還打破了一個更大的AA-02級紀錄。

英國富商兼探險家理查德·布蘭森說，漢普爾曼一亞當斯這次乘坐「CMC市場挑戰」氣球打破紀錄「有點令人震驚」，並說這次飛行「絕對是壯舉」。

漢普爾曼一亞當斯說：「我看到很多美麗風景，也遇到一些嚇人的時刻，另外就是技術真正受到了考驗。」

他說，美國中西部各地成千上萬的風力發電裝置和無線電杆，構成很大危險，尤其是在晚間。「你可以聽到它們就在你下面嗡嗡響，非常危險。無線電杆高達一千英尺，氣球朝它們飛去。我以為自己會被無線電波擊中。」

漢普爾曼一亞當斯說，自己最「討厭」在湖上空飛行，因為着陸在水上是他最擔心的。他還說，在飛行中他得忍受蚊蟲的騷擾，「每當我打開頭燈看地圖，大批蚊子便一擁而來，把我咬得難受死了。」

## 旅美華人掀自製月餅熱

【本報訊】據美國《僑報》二十日報道：隨著中秋節臨近，洛杉磯華裔超市早就開打「月餅大戰」。為了健康，也為了充分體驗節日氣息，一些華裔主婦不怕麻煩，自己動手製作月餅。有的「高手」甚至將月餅製作的全過程「圖解」成大幅照片發布在美食網站上，供大家按步驟DIY（自己動手）。

眼下眾多美國當地的月餅和中國大陸、台灣、香港等地進口的月餅充斥了華裔超市，使人感到濃濃的中秋節氣息。但有些華裔主婦不為琳琅滿目的商品月餅所誘惑，而是自己買原料、買模具，做起了自製月餅。

這些「高手」還在海外的網站美食版上大秀手藝，有的自製月餅甚至

比商品月餅更加精緻和健康。一位網友說，自製月餅並不是因為在美國買不到，洛杉磯的月餅品種和種類都很齊全，各地款式和風味的月餅都可以買得到。自製月餅也不是因為華裔超市的一些月餅價格偏貴。自己動手主要是因為健康考慮，因為商品月餅的糖、油含量比較高，而自製月餅自己可以控制成分，配方可根據口味作出調整。

許多美食版上都掀起了一股「自製月餅熱」，從烤的、蒸的到冷藏的，從月餅的餡料配製到塑料、木質月餅模具的探討，網友的討論提供了製作各種月餅的詳細配方和注意事項，其中毛媽媽自製家庭健康月餅的博文很受歡迎。



▲毛媽媽自製月餅過程圖及成品 (互聯網)



## 「美髯公」齊聚鬍子大賽

【本報訊】據英國《每日郵報》二十日消息：一年一度的世界鬍子錦標賽十九日在德國法蘭克福附近地區舉行。一班「美髯公」趁機盡情展示自己悉心打理的鬍子造型，看誰的最叫好。這個比賽在歐洲吸引一百六十多人參與。他們全都嘗試證明自己確能長出漂亮鬍子，並且「能屈能伸」。

比賽分成「達利」、「英式」、「蒂髯」、「自然」等十七個鬍子造型類別進行比試。參賽者可以選擇其中一個類別進行競逐。評判最後也會選出整個比賽的總

冠軍。鬍子的評分方式和奧運會中的滑冰和體操等項目差不多。每位參賽者都要面對評判團接受評分，以十分為滿分。結果，二〇〇九年比賽的全場總冠軍是來自美國阿拉斯加州的特拉弗，總亞軍是德國的希爾，總季軍是美國加州的帕西翁。

特拉弗的鬍子經上蠟、整平和編織，造出柳條編織的效果。他是代表南中阿拉斯加鬍子俱樂部參賽的。英國人塞德曼則在「傳滿洲式山羊鬍子」造型類別奪得第一名，另一名英國人傑斐遜則在「自然」造型類別奪得第二名。

## 慕尼黑啤酒節「開飲」

【本報訊】據新華社柏林十九日電：德國巴伐利亞州首府慕尼黑市長克里斯蒂安·烏德十九日正午按照傳統慣例打開了第一桶啤酒，宣告世界上「最大的啤酒節」——第一百七十六屆慕尼黑啤酒節開幕。

今年啤酒節的主會場依然設在慕尼黑市區的特赫森維斯廣場一帶，佔地約三十一公頃。主辦方預計今年的啤酒節將吸引來自全球各地的六百萬名遊客。

今年的啤酒節對愛飲酒的人來說有一條不利的消息：啤酒漲價了，每扎一升容量的啤酒的價格從八點一歐元起漲到了八點六歐元起（約合港幣九

十八元）。去年的啤酒節期間共售出約六百六十七萬扎啤酒。

參加啤酒節的遊客還面臨另一大煩惱：找住處。在啤酒節期間，慕尼黑的旅館不僅收費暴漲，而且大都爆滿。啤酒節開幕當天，巴伐利亞州官方表示，啤酒節期間，當地警方加強了特別安保措施，今年的啤酒節無安全威脅之隱憂。

慕尼黑啤酒節始於一八一〇年。近年，這一狂歡盛會每年吸引約六百萬名參與者，每屆啤酒節要消費約六百萬升啤酒、五十萬隻雞、一百頭牛，同時為慕尼黑帶來八點三億歐元的收入。本屆啤酒節將於十月四日閉幕。



## 倫敦時裝展洋溢復蘇暖意

全球金融危機發生一周年之際，「2010倫敦春夏時裝周」在世界創意之都倫敦開幕。對於前來參加時裝周的展商和設計師而言，伴隨着春夏新裝的發布，經濟嚴冬似乎正在悄然逝去。

去年九月十五日，隨着美國第四大投資銀行雷曼兄弟公司宣布申請破產保護，華爾街金融危機開始向全球蔓延，並最終引發世界性經濟衰退。受此影響，在今年二月舉行的「2009倫敦秋冬時裝周」上，歷來奢華的T台走秀減少，取而代之的是小型展示會；一些設計師的宣傳材料也十分簡樸，某些請柬看起來就像是家用複印機印出來的。

而自九月十八日「2010倫敦春夏時裝周」開幕以來，從倫敦的大街小巷到時裝騷場，到處洋溢着時尚、熱情的氣息，無論設計師、展商還是

消費者都對時尚產業從經濟衰退中復蘇充滿信心。許多參展商認為，經濟衰退雖然尚未完全結束，但是人們勒緊的褲腰帶正在不知不覺地鬆開。

這種樂觀的情緒還來自英國政府對時裝業的有力支持。倫敦市長莊翰生前來為時裝周捧場，笑談倫敦時尚產業與經濟復蘇關係密切：「英國的時尚產業處於世界領先水準，這也是我認為倫敦能夠走出經濟危機的原因之一。」放眼鎂光燈閃爍的騷場、櫛窗林立的商業街，時裝業的樂觀前景也調動了消費者的熱情。正如一位消費者所言：「年初的情況似乎挺糟糕，我覺得我不能再頻繁購物了。但是現在我並沒有被經濟衰退嚇倒，寧願把自己打扮得漂亮一點。」

倫敦時裝周每年舉辦兩次，與紐約、巴黎、米蘭時裝周並稱全球四大時裝周。 (新華社)



▲模特們十九日在倫敦時裝周上展示英國設計師Kinder Aggugini的作品 (美聯社)