



法斯宾德 波特曼 “情人”还是老的好

两大明星加盟《拿起枪的简》，计划明年初开机

据海外媒体报道，男明星迈克尔·法斯宾德日前应邀加盟一部西部犯罪题材影片《拿起枪的简》(Jane Got a Gun)，片中他将饰演娜塔莉·波特曼的前任情人。两大明星同台对戏，令影迷期待无比。据悉，该片计划于明年初开机，而具体上映日期则暂未确定。

潜力剧本被看好

《拿起枪的简》剧本由布莱恩·杜菲尔德创作，曾被列入好莱坞最具潜力剧本“黑名单”。将由曾经

执导过《我们需要谈谈凯文》的女导演琳恩·拉姆塞掌镜，讲述了一名女子(娜塔莉·波特曼饰)的黑帮老公遭到枪击，身负重伤回到家中奄奄一息。然而黑帮刺客仍不肯放过他，为了保护家人，该女子被迫向旧情人求助，希望他能助她一臂之力守护农场。而法斯宾德要饰演的角色，正是这名昔日情人。

两大红人拍片忙

参演《拿起枪的简》的两位红人目前均片约缠身。自

《危险方法》《羞耻》后，法斯宾德的演艺之路越发顺畅。除史蒂夫·麦奎因执导的《黑奴十二年》以及雷德利·斯科特导演的《顾问》，他还有望以演员和制作人的双重身份加盟游戏改编电影《刺客信条》。同时，他还在筹划一部关于爱尔兰本土英雄库丘林的影片，并计划亲自出演。而刚刚与本杰明·米尔派完婚的娜塔莉·波特曼的下一部片子是《雷神2》，她还会出演泰伦斯·马力克两部明星云集的新片《无法无天》和《圣杯骑士》。

编译：刘子骥

恋爱ING



帕丁森疗伤

“暮光女”克里斯汀·斯图尔特劈腿门事件后，男友罗伯特·帕丁森(上图)黯然搬出两人共同的住所，借宿在瑞希·威瑟斯彭的度假屋中疗伤。而刚刚与约翰·梅耶闪电分手的凯蒂·佩里(下图)则大不相同，她似乎已从痛苦中走出，日前更邀约同样“失恋”的好友帕丁森共享烛光晚餐。



失恋同盟



新“蜘蛛侠”庆生

日前，新任“蜘蛛侠”安德鲁·加菲尔德与女友艾玛·斯通共同现身迪斯尼乐园，为自己的29岁庆生。这对小情侣十分甜蜜、开心地一起玩了幽灵鬼屋、太空山等惊险项目。在乘坐“飞溅船”时，一向御姐范儿十足的艾玛低头尖叫，尽显小女生本色。

责编 古珺姝 图编 谢家燕 美编 倪萍 责校 庄文涓

梅西再拍创意广告，脚“踢”篮球上演绝杀



近日，世界足球先生里奥·梅西为国际营养巨头康宝莱(Herbalife)拍摄的品牌创意广告片即将在中国市场全新发布。但这次他并没有在广告片中大秀任意球球技，而竟然改秀起了篮球！以灵敏的动作和小个子在球场著称的梅西，面对魄力十足的高大对手该如何接招？

小跳蚤也能大灌篮

在8月中旬刚结束的热身赛上，远征罗马尼亚的梅西以4战5球的成绩为其赢得了“射手王”的美誉。并以275球超越前巴萨传奇射手库巴拉，成为红蓝史上正式和非正式全部比赛中当之无愧的头号射手。而在地球的另一端，梅西也正在筹备着给观众又一项备受瞩目的“惊喜”：脚“踢”篮球上演绝杀！

身高不足170，绰号“小跳蚤”的梅西打起篮球来会是什么样子？根据先前康宝莱透露的信息：梅西在广告片中将与高人高马大的对手展开一对一的斗牛

PK，梅西的身高劣势并没有阻止他精彩的投篮，但被无奈盖帽也是理所当然的事情。最后，在落后一分的情况下，全程始终面带微笑的梅西用一记大力抽射，让篮球以绝佳的弧度飞向篮筐，空心进球，最终上演绝杀！

据康宝莱方面介绍，该广告片由世界著名广告公司创意制作，耗资数百万美元在西班牙进行拍摄。而邀请梅西进行这一番精彩的“跨界”演出正是为了体现“运动无限制”的理念：无论是足球运动员或者是篮球选手，只要有热爱运动的心，无论什么运动你都能取得成功，哪怕是跨界演出也一样精彩。而这也与康宝莱一贯追求的健康运动理念不谋而合。

再度携手康宝莱上演创意广告

你以为让梅西打篮球的创意是独树一帜么？那就大错特错。这已经是国际知名保健品品牌康宝莱(Herbalife)与

世界足球先生里奥·梅西的第二次合作。而上一支广告片同样也是创意十足：信心满满的梅西在2011年充当了一回乒乓选手，面对对手正手反拍十分专业，最后还不忘大秀脚踢乒乓的绝技，模样十分帅气。而这一支创意十足的广告片也一度成为当时网络谈论的热点。想必这次的梅西打篮球的广告创意更会借着梅西最近优异的发挥得到更大的关注，引起新一轮的传播热点。

据介绍，该广告片将于2012年8月正式投放中国市场，采用电视+户外+网络的全方位整合立体覆盖的媒体传播策略，抢占主流媒体平台、主流栏目位置，掀起新一轮康宝莱品牌广告投放狂潮。从8月18日起，该广告片将播江苏卫视高收视率栏目《非诚勿扰》；9月1日起登陆浙江卫视、东方卫视、北京卫视黄金剧场广告插播；并在央视1套、3套、8套等强档联播。网络方面，9月1日起优酷和PPS网络平台上的多档热播电视剧将冠名康宝莱剧场，直击目标消费群，形成全方位、全媒体、高密度的整合媒体覆盖。

健康品牌将体育进行到底

康宝莱与梅西的这一轮强势合作始于2010年，康宝莱与巴塞罗那足球俱乐部签署了为期三年价值数百万美元的赞助协议，成为了巴塞罗那俱乐部的官方营养赞助商，也是球队健康和运动产品的唯一赞助商。同时，康宝莱还与梅西签订了一份赞助协议，使他成为公司的品牌代言人。梅西曾不止一次表示：“非常高兴能和全球知名的营养品公司康宝莱合作。我们将一起在全球发扬健康营养能提高运动员训练效能的理念。同时，我们也将联手致力于帮助需要援助的儿童。”

除世界足球先生梅西外，康宝莱同

时为全世界超过70项体育赛事、健身活动及运动员提供赞助。在今年3月，康宝莱又宣布将继续担任银河队的官方协办赞助商及球衣广告商，双方签订了创纪录的10年长约，总价值超过4千4百万美元，成为大联盟史上金额最高、为期最长的单项赞助协议。

康宝莱国际公司(纽交所代码HLF)由马克·休斯于1980年在美国创立，是一家专业营销体重管理产品、个人营养保健品的跨国企业，致力于为社会大众提供优质的产品和良好的商业机会，并寄望以此来改善人们的生活质量。目前康宝莱在全球84个国家建立了销售中心，拥有超过270万名营销人员。2011年，康宝莱公司全球销售额达54亿美元。

康宝莱公司的研发团队汇集了健康医学领域众多资深专家，并在世界各处成立了产品研发基地。同时，康宝莱公司多年来一直致力于慈善事业，其设立的康宝莱家庭基金会已在全球成立了72家康宝莱之家，每天帮助世界上超过20,000名儿童。

