

“伪娘”南希美艳照惹网友热议——

# 反串男星：高跟鞋和大红唇不是女人“专利”

■主角 >>



换完衣服后的南希从男卫生间出来，他开玩笑说这样穿好走出来经常会吓到路人。

南希在闪光灯下像换了个人似的，摆出各种pose，一扫平日羞涩。

## 南希：穿高跟鞋抹红唇，男人也行

平时，南希（化名）是名普通的男生，从事IT行业，工作两年，面对陌生人略显腼腆。动漫展上，南希是一名“伪娘”，驾驭着8厘米的高跟鞋和大红唇，举手投足间尽是女性的柔弱妩媚。

“扮演‘伪娘’的人，有的是单纯好奇尝试，有的是为了快速获得关注，也有的是探索内心深处的诉求。”南希说他可能是属于第三种。当他穿上高跟鞋，开始化妆，他觉得那是另一个真实的自己。

对南希而言，动漫展犹如一场戏剧，华美的服装为塑造角色而存在，也帮他一次次打开认识自我的大门。南希第一次发觉自己对女性身份更认同，是在高中时的一次车祸后。那时，他得到了不少女性朋友的陪伴和安慰，女生体贴的特质让他觉得能融化人与人之间的隔阂。这之后，南希慢慢开始了找寻自我的尝试。虽然现实生活里，南希还不能完全做自己，但至少在网络世界，他

已经可以完全用女性的口吻来塑造自己的身份了。

在动漫展的舞台上展示自己，南希累并享受着。通过动漫展，南希认识了不少coser圈的朋友，有男有女，大家对南希表示理解。除了coser圈的朋友，让南希一直感谢的是陪伴多年的女友，女友支持他勇敢地去进行自我的探索。在朋友们面前，南希也从不掩饰自己对男性的喜爱，虽然不是所有的时候都被“懂得”，南希仍被身边人的善意包围着。

演员慢慢退下舞台，回到各自的生活。在女装的自己和宅男之间，南希在努力找寻着平衡。“我要努力变得更美。”这是南希现阶段的目标。

换回平时衣服后，南希开始用湿纸巾卸妆。



整理/李诗韵  
“伪娘”一词来源于动漫界，它是指男性通过女装或被迫女装后，达到女性化外貌的动漫角色。反串男星，显然符合这一特征——“比女人还女人的男人”满足了看客的好奇心，但对这些“特殊”明星而言，意味着什么？

近日，国内著名反串男星南希的一组红唇黑丝照引发网友的热议。在一片指责和谩骂声中，南希大胆反击：“高跟鞋和大红唇不是女人的专利！”其实，不仅是南希，在演艺圈里，还有一群像他一样扮演着女人的男星，他们的故事同样精彩……

链接 >>

## 丁浩：为了反串“范爷”，与家人闹翻

2013年11月，在湘潭市华宇国际大剧院内，随着舞台上的一张美丽而熟悉的面孔出现和观众们大声的尖叫声，大明星“范冰冰”站在了舞台上——伸展着婀娜曼妙的身姿，演唱着美妙动听的《潇洒走一回》，将演出活动推向了高潮……

这个“范冰冰”不是女人，而是25岁的反串男演员丁浩。丁浩常年在全国各地巡演，并在中央电视台《欢乐总动员》、湖南卫视《谁是英雄》等电视节目以及一些时尚杂志崭露头角。“我很喜欢明星范冰冰！”丁浩透露，为了心中的“偶像”，他决定通过反串艺术来演绎好她。于是，本身学音乐的大男孩，放弃读大学，高中一毕业就开始反串范冰冰。

丁浩说，为了反串，他与父母闹翻了。“很不能理解我，极力反对我！我的母亲为我付出了很多，忍受了很多。”丁浩说，为了追求表演艺术，他和父亲多次吵架，母亲为他忍受了邻居们的讥讽。

丁浩也曾想按照父母的意愿，做一份安稳的工作，早日成家立业。但是，他无法遏制对表演艺术的追求。“范冰冰饰演的每一个角色，每一个装扮，我都会反复看，仔细琢磨！”他曾花费4万元将范冰冰出席戛纳电影节的一套青花瓷造型服装买下来。除了每天研究范冰冰的言谈举止，他还每天跳拉丁舞，找声乐老师学变声。



## 邹开云：我太美，女友跑了

这个漂亮的“女子”叫邹开云，是湖南卫视《天天向上》节目中捧红的反串男艺人。走在路上，他总被人惊叹“怎么长得比女人还好看”，甚至有人怀疑“他肯定做过变性手术”……

“除了胸部是戴的胸罩，我是如假包换的男人。”邹开云脸部和身上的皮肤白皙，除了嘴唇上不太明显的胡茬痕迹，

早已经习惯了别人异样的眼光，“但我从不觉得自己是女人”。

邹开云说话从来不用女声，穿了女装也一样，他强调自己“只是个演员，一个做反串表演的男演员”。他曾告诉记者，为了保持好身材，他吃过雌性激素，但这个举动让他付出了代价。

“一般人都认为我们这群人不会娶妻生子，其实我们和正常人一样，妻子、票子、孩子一样也不会少。”邹开云说，自己有过好几个女朋友，不过，女朋友压力很大，因为做一个别人眼中的“美女”的“女友”太可怕了！



# 2015 最好的工作看这里！智联招聘启动中国年度最佳雇主评选活动

人力资源奥斯卡再度起航，2015 中国年度最佳雇主评选活动启动，将构建中国“新雇主经济主义”

2015年8月6日，由智联招聘（纽交所代码：ZPIN）联合北京大学企业社会责任与雇主品牌传播研究中心举办的“中国年度最佳雇主”活动正式启动，进入企业报名环节。此次活动以构建中国“新雇主经济主义”为主题，在劳动关系已经成为企业最基本的竞争力的今天，鼓励企业跳出人力资源，放大眼界，将雇主品牌打造成一种社会责任及历史责任，并对雇员意识、诉求、组织、行动的全方位了解，让员工快乐工作，幸福工作。

此次评选活动将坚持公平、公正、公开的原则，除大众调查、专家评审外，还首次增加HR千人评审团。通过科

学的评选，为普通求职者树立一种可量化的评价标准，让求职者了解什么是真正的好工作、“好雇主”。为公众寻找各行业“最值得去的公司”，为企业制定雇主品牌战略提供数据支持。

2005年以来，智联招聘首次将“雇主品牌”概念带入中国企业以来，经过10年的启蒙与推动，“中国年度最佳雇主”评选活动举办至今，已吸引了来自包括世界五百强在内的8000千多家雇主的参与，为改善人力资源环境、提升企业品牌价值贡献颇多：一方面，企业借助智联招聘“中国年度最佳雇主”评选活动等一系列手段，很好地解决了诸如完善

人力资源系统、应对职场个性化需求、提升品牌形象等当下人力资源焦点问题；另一方面，企业还通过“中国年度最佳雇主”评选的舞台，展示了自身品牌形象和独有的优秀人才管理模式，无数经典案例就是佐证。评选活动已在业内和企业中产生了巨大影响力，被誉为中国人力资源行业的“奥斯卡”。

据悉，本次活动亦将在全国32个城市联动开展，包括企业报名、初选、外部调查、外调分析、内部调查、内调分析等多个环节。最终评选出全国百强最佳雇主及30强（排序）最佳雇主，“最佳中小企业雇主30强”以及包括中国

年度“最受大学生关注雇主”、“最受女性关注雇主”、“最具社会责任雇主”在内的3个单项奖。此外，还针对多年来始终入围30强的最佳雇主企业颁发“卓越成就奖”，以此表彰及激励他们在推动雇主品牌建设上的贡献。除此之外，2015中国年度最佳雇主还将开设番外奖：最新锐福利雇主奖、最范儿环境雇主奖及最先锋国际化雇主奖各三名，由网友投票选出。

中国年度最佳雇主 China Best Employer Award 评选是由智联招聘与北京大学企业社会责任与雇主品牌传播研究中心共同举办，智联招聘在2005年将雇主品牌理念引入中国，并

在当年与央视经济频道共同推出了CCTV年度雇主调查。10年积累沉淀，使“中国年度最佳雇主”成为行业唯一通过科学、公平、公正的评选，为普通求职者树立一种权威的、可量化的评价标准，让求职者了解什么是真正的好工作、“好雇主”，而在帮助求职者发现中国好雇主的过程中，有针对性的深入挖掘同时代求职者的需求洞察，为企业制定雇主品牌战略提供数据支持，以实现雇主与雇员的“双赢”。企业可登录智联招聘（zhaopin.com）或直接输入报名地址（best.zhaopin.com）进行报名及了解详情，求职者也可登录发现2015年度“最值得去的好公司”