

第一本关于**女性个人品牌管理**的时尚书籍

影响中国幸福指数的女性圣经



夜荷唐的星女人

芷维 著



新华出版社



夜荷唐的星女人

芷维 著

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

夜荷唐的星女人/芷维著. —北京:新华出版社,2008.6

ISBN 978-7-5011-8376-0

I. 夜... II. 芷... III. 女性—修养—通俗读物 IV. B825-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 070849 号

夜荷唐的星女人

选题策划:卢瑞华 博士德

责任编辑:卢瑞华 冉晓冬

装帧设计:Z2 书籍装帧设计工作室

出版发行:新华出版社

网 址:<http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

地 址:北京石景山区京原路8号

邮 编:100040

经 销:新华书店

印 刷:三河市华晨印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:14

字 数:150千字

版 次:2008年6月第一版

印 次:2008年6月第一次印刷

书 号:ISBN 978-7-5011-8376-0

定 价:30.00元

本社购书热线:(010)63077122

中国新闻书店电话:(010)63072012

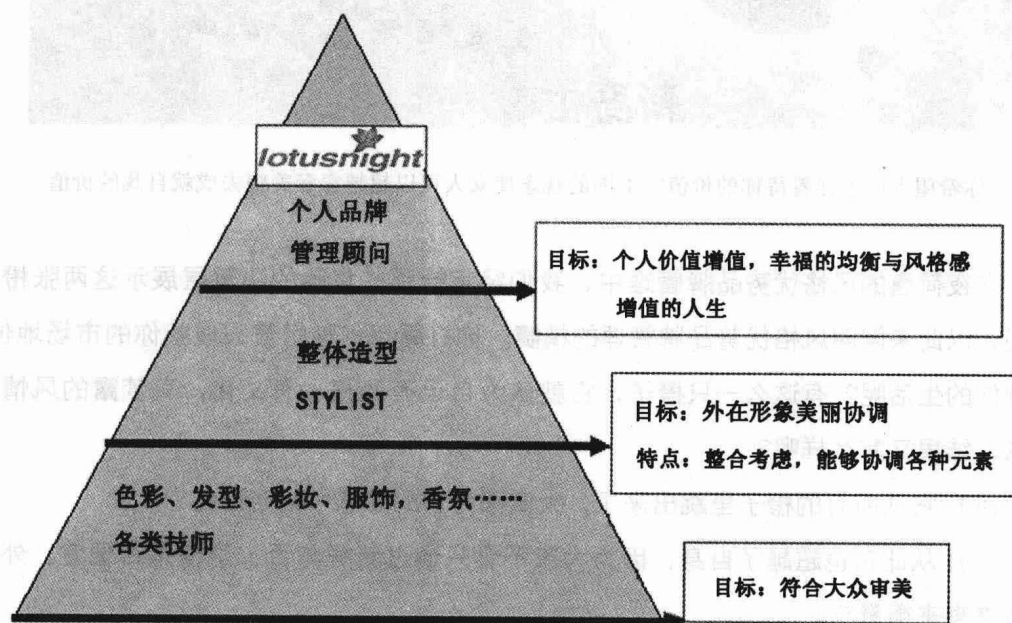
图书如有印装质量问题,请与印刷厂联系调换 电话:(010)88423459

前言

夜荷唐的星女人

LOTUSNIGHT 女性个人品牌管理：启动女性个人价值随岁月增长的时代

前言



女性个人品牌管理

启动个人价值增长，幸福地风格着的均衡女性时代

品牌资产增值的人生才是可以持续幸福的人生

大凡一本书一定会谈到它的读者定位。想起十多年来，我总是不断被客户问到同样的问题，那就是，你们擅长服务什么样的客户？我们的回答总是百试不爽：对于那些希望以品牌的方式经营自己企业的客户，即使是卖橙子，它也不是光靠价钱，而是以卖新奇士的方式，或者说做老鼠，它也要做一只米老鼠，有这种观念的都是我们的客户。

前言



你希望人们怎样看待你的价值？上图的观念使女人可以超越青春美貌去成就自我的价值

在夜荷唐的风格优势品牌管理中，我们经常给那些集团的决策层展示这两张橙子的图，以此来阐明风格优势品牌管理的精髓。你打算用何种智慧去成就你的市场地位，成就你的生活呢？有这么一只橙子，它就认为自己有风格、有文化，有梦露的风情和性感，结果又怎么样呢？

(1) 它从所有的橙子里跳出来了，大家因为它的性感风格而记住它。

(2) 从此它也超越了自身：因为大家不会只通过新鲜与否，价格是否便宜，外表是否漂亮来衡量它。

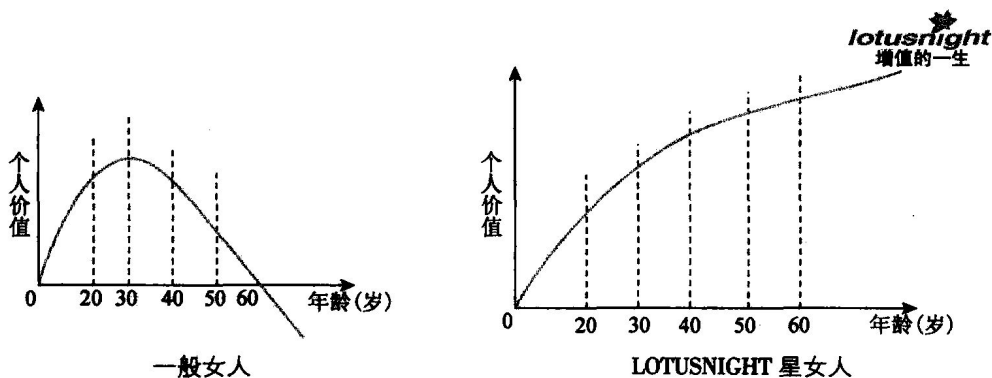
女人是所有品牌中最有风格的品种，所以风格优势品牌管理更能启发女人对自己的思考：你其实也可以像那个自以为是梦露的橙子，超越自身、超越岁月，用均衡和风格去增值自己。

《夜荷唐的星女人》正是写给这些女人的，她们可以是公众的巨星，也可以是普通

的女人，但她们都希望以品牌的方式经营自己的人生，成为自己生活中最亮的明星。以品牌的方式，首先是有一个对自己人生的承诺，这个承诺或大或小，生命因此有了自己的重心和存在的意义。而事实上，夜荷唐的星女人正是现实生活中已经存在的一群平凡而精彩的女人样本，我们试图把她们的经验分享给更多的女人。

LOTUSNIGHT 品牌经营下的人生增值对中国女性有什么特殊意义呢？

中国女人在主流价值体系中被分成了八个等级，过了三十的女人，结过婚的女人，都会在这个体系中贬值。该体系显示，女人的一生像一个开口向下的抛物线，30 岁之后，抛物线的一端将会向下无限地贬值下去。不可否认，在这个幼稚的体系当中，清纯的女孩更易受到欣赏。可是清纯的女孩都会长大，都会成为别人的妻子，都会有人生经历，不可能一辈子清纯，所以每个中国女人早早地就要面临自身的贬值或者是自欺欺人。面对未来那漫长的岁月，女人该如何去寻找快乐与幸福呢？



个人品牌的增值对现阶段的中国女人来说又多了另一种意义。

什么是个人品牌增值呢？

增值就意味着你的人生随着岁月的流逝有更多更好的选择：对职业、男人、生活方式的选择。有选择，才有优雅高贵和幸福而言。

令我们惊讶的是，名人当中如张曼玉、西蔓等，都是过了 30 岁，甚至到了 40 岁，才有了品牌经营的意识，才发现自我风格和品牌定位，人生渐入佳境，个人品牌不断增值。而在我们研究的女性目标群当中，被



我们称为夜荷唐的星女人的精彩女人，年纪大部分也已经超过三十，某些女人还离过一次婚甚至是两个孩子的母亲，但是她们的幸福感超过那些 20 多岁、在主流价值体系中条件最好的女孩。她们人生的选择也大大拓宽。

邓波儿是有两个孩子的离异妈妈，可是我们看到她至少在广州、上海、北京都有非常不错的亲密男人，她自己非常喜欢这个状态；阿弥唐主更绝，她在上一次婚姻中非常悲惨，但是，30 多岁的她，有政府官员和一个著名集团的董事长同时向她求婚，但是她并没有太动心，因为她非常喜欢她现在的工作和生活状态。她们都有一个共同点，非常喜欢自己现在的状态，清楚自己想要什么，比年轻的时候在生活方式上拥有更多的选择，她们在对待男人的态度上非常自我，但反过来却成了男人的掌中宝。

那么究竟是什么使得这些主流价值体系下条件很差的女人，反而更有把握幸福的能力，更有增值的能力呢？这正是我们想通过这本书分享给更多的女人的，因为她们是我们身边的普通人，更有借鉴意义。

前言

LOTUSNIGHT 个人品牌管理下的增值意味着：

(1) 你在身体均衡方面经营得很好，30、40、50 岁，你的容貌和身体素质变化不大。我们看到张曼玉的 40 岁比她的 30 岁更漂亮、夜荷唐的女人当中也有这种情况，她们能够熟练地使用排毒和修复的均衡技术，50 岁的女人，也能保持着优美的身型，皮肤紧致有光泽。我们这些唐主从青春期开始就学会了识别垃圾食品 and 营养食物的方法，掌握了排毒和修复均衡技术。可以确定，在以后的岁月里，她们会比同龄人年轻得多。

(2) 精准的个人品牌定位和核心价值体系梳理，才是个人品牌能够增值的起点，也会让女人在社会角色中显得越来越重要。我们会看到，她的薪酬在走高，她越来越抢手。

(3) 发现自我品牌风格，并经营这种风格，是 LOTUSNIGHT 女人超越岁月的秘诀。我们看到很多女人，魅力随着岁月增长，拥有更有品质的男人的爱慕。

这些正是 LOTUSNIGHT 个人品牌管理的精髓和使命所在。一个增值的人生才有可能给女人带来持久的幸福感。

在这本书里，我们准备奉献一种全新的生活方式和品牌理念，并不打算用来娱乐大家，它不是一本消遣的书，而是一本有用和有趣的书。现在有太多看似美味和过度娱乐的东西正在让我们的身体颓废，精神萎靡，在这样的被动循环中，制造出的看似

美味的精神垃圾来剥蚀我们的生命色泽。而真正有营养的是那些能够使我们更加认真对待生命，使心灵强健起来的智慧。也许这些智慧像《金刚经》一样开始看起来会有些晦涩，但是一旦读懂，是越读越有力量和有趣，并且能让我们发现更多关于自我生命的价值。

品牌很浅，道理却很深，相信这本书细细读来，会给女性朋友带来“心”的发现。在夜荷唐中修炼一个高附加值的人生，一个随岁月流失不断增值的人生，一个有影响力的人生，一个充满着均衡幸福感的风格人生。希望越来越多的女性朋友重视自我品牌，在这个害怕做自己、喜欢做他人的时代，LOTUSNIGHT 女人高呼：让一切从喜欢做自己开始，因为每个女人都是生命的奇迹！

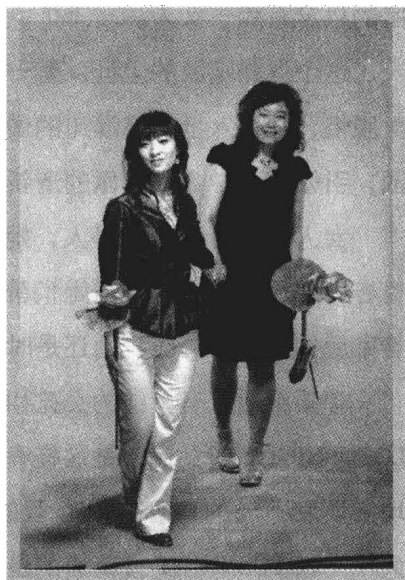
LOTUSNIGHT 个人品牌箴言：拥有品牌的观念，用一种品牌的观念思考自己的人生，经营自己的人生。

LOTUSNIGHT 个人品牌的核心观点在于整合和可持续性。我们在自己的一生中常会陷入各种困境、矛盾之中，让我们变得焦虑、不愉快，阻碍着我们的事业，影响着我们的生活。而这些问题的出现正是因为我们没有用一种品牌的观点去经营我们的人生，没有很好地协调这其中的矛盾。生活中，我们面临着虚与实的矛盾、理想与现实的矛盾、艺术与商业的矛盾、兴趣与事业的矛盾……LOTUSNIGHT 个人品牌管理正是要教会每个人如何协调这其中的矛盾，达到自身的一种均衡，用品牌的理念规划经营自己想要的蓝图。

我们不仅要看到生命的宽度，更要懂得驾驭生命的长度。不要轻易放弃自己，LOTUSNIGHT 个人品牌管理教你规划自己一生的长度。

LOTUSNIGHT 认为，世界上的万物都是分为无形和有形两类，而其中无形的事物驾驭着有形的事物。你的灵魂驾驭着你的躯体，你的思想统治着你的行动，你的观念指导着你的行迹……

《夜荷唐的星女人》是一部通过个人品牌管理实现人生增值，通过观念的改变与修历给女人带来幸福的书。建设和谐社会离不开社会的稳定，而家庭是社会的细胞，家



庭的稳定有赖于女人。

这个浮躁喧嚣的尘世，有一种女人就好像是茁壮智慧的荷花。她们像荷花一样出类脱俗，却很入世，将混沌的淤泥化为成长的营养，在转型和多元化文化冲击下的中国，引领着一种令人敬佩的清新健康的生活方式。

女人除去会爱一个男人，她更需要成为家庭文化的掌门人。岁月可以褪去女人的青春，却也能以信念酿出她们醉人的风情。她肩负着家庭健康的责任，同时她还代表着家庭的色彩与温暖，她还是时尚的引领者。家庭在和睦中稳定，社会在多彩中进步。

中国难道只有单纯的女孩和保守的母亲吗？女人的品牌角色是多层次的、立体的，LOTUSNIGHT 的女人就是这样有风格有气质，是能够掌握幸福的女人，以身体的营养均衡焕发不老青春，以心智的营养均衡掌握人生的幸福，这就是夜荷唐的荷花女人——LOTUSNIGHT 夜荷唐的星女人。

目录

Contents

	PAGE
第一部分 LOTUSNIGHT 个人品牌	03
喜欢做自己 你本是生命的奇迹	04

06

12

17

18

23

26

31

34

37

第二部分 均衡

认识真实的自我，建立内在的品牌价值体系，形成有质量和自我掌控力的生命均衡体，拥有增值的内在动力和幸福源泉。

45

46

50

第一章 LOTUSNIGHT 的前世今生

1. 阿宝的故事：和谁在一起，青春都会流失
2. 个人品牌管理首次用于经营幸福
3. 夜荷唐的星女人

第二章 LOTUSNIGHT 个人品牌

1. 个人品牌的实质：世界是属于谁的
2. 生命是一段旅程：从发现自己到喜欢做自己
3. 认识 LOTUSNIGHT：天地间，你才是最大的品牌
4. 个人品牌的萌芽：发现自己（WHO AM I）
5. LOTUSNIGHT 女人的特质
6. LOTUSNIGHT 透视女人的品牌管理故事

第三章 LOTUSNIGHT 内在价值定位

1. 我的 LOTUSNIGHT——从梅兰竹菊向荷花的意象转变，找准女人自我的品牌形象
2. 我的精神世界：核心价值观确立，品牌建设的起点

第三部分 风格

风格成就着忠诚，风格吸引着热爱，风格聚敛了最多的财富与拥戴。

- 54 3. 有使命感的人生
- 57 4. 我的人生承诺

第四章 LOTUSNIGHT 均衡女人

- 64 1. 精神的均衡
- 67 2. 身体的营养均衡
- 76 3. LOTUSNIGHT 均衡女人
- 79 4. 均衡操练 ABC：当巨蟹座遭遇射手座——在善变与执著中均衡
- 81 5. 拥有了均衡，美丽就是自然而然的事了

第五章 LOTUSNIGHT 品牌风格

- 85 1. 通常的女性风格元素
- 86 2. LOTUSNIGHT 风格：区别于时尚界的风格
- 89 3. LOTUSNIGHT 风格价值
- 93 4. 建立 LOTUSNIGHT 风格原则
- 95

第六章 LOTUSNIGHT 风格元素

- 97 1. LOTUSNIGHT 风格
 - 98 2. 我的品牌称谓：自我风格的一生暗示
 - 100 3. 我的品牌形象：风格的外在呈现
 - 103 4. 我的情感，我的性爱：女性个人风格品牌中的灵魂元素
 - 107 5. 我的品牌故事：风格传奇元素
 - 115 6. 我的品牌符号：风格的独家标签
 - 119 7. LOTUSNIGHT 风格优势——终生的魅力
 - 121
-

第四部分 增 值

品牌管理的手段中真正帮助女人去
面对岁月侵蚀的解决方案

127

128

131

133

140

145

146

149

153

156

158

第五部分 幸福杂谈：用整个生 命去开花

月光下嬉戏于夜荷塘里的唐公主们

165

166

168

170

173

175

176

179

182

185

186

188

191

第七章 LOTUSNIGHT 个人品牌增值

1. LOTUSNIGHT 个人品牌增值：帮助
女人面对岁月侵蚀的解决方案
2. LOTUSNIGHT 个人品牌识别系统
3. LOTUSNIGHT 个人品牌沟通
4. LOTUSNIGHT 个人品牌管理

第八章 LOTUSNIGHT 增值人生

1. LOTUSNIGHT 个人品牌增值的典范
2. 王菲：喜欢做自己
3. 希拉里：证明自己是个女人
4. 泽塔琼斯：恣意盛开的荷花女人
5. Chanel：时尚来去匆匆，但风格却
能永恒

第九章 关于个人品牌

1. 用整个生命去开花
2. 欧洲人看芙蓉姐姐被媒体问得最多
的一句话
3. 小心你最亲密的人“偷走你的梦想”
4. 女人要有三千万

第十章 风格与风格情趣

1. 风格优势品牌管理，拉动中国由制
造向创造攀升
2. 用心优雅
3. 什么是喜欢做自己？

第十一章 均衡与爱情两性

1. 别拿你幸福的标尺衡量我的生活
2. 审美取向造成中国男人阳刚不在
3. 化妆是女人的权利，不是女人的义务

193

4. 宁爱真小人，不选伪君子

195

5. 一个青春期的少女撞在一个更年期
老妈的手上

197

6. 如果蓝色是忧郁的，那么爱情是什
么颜色

199

**第十二章 荷唐夜谈：越夜越美
丽，浪一点何妨**

200

1. 乐鱼儿的情爱故事

204

2. 春天，我爱上了一个英国绅士

206

3. 女人们的第一次及性爱 ABC

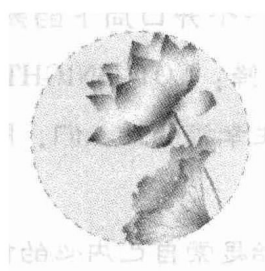
209

4. 爱是做出来的呀

211

后 记

第一部分



LOTUSNIGHT 个人品牌

喜欢做自己 你本是生命的奇迹

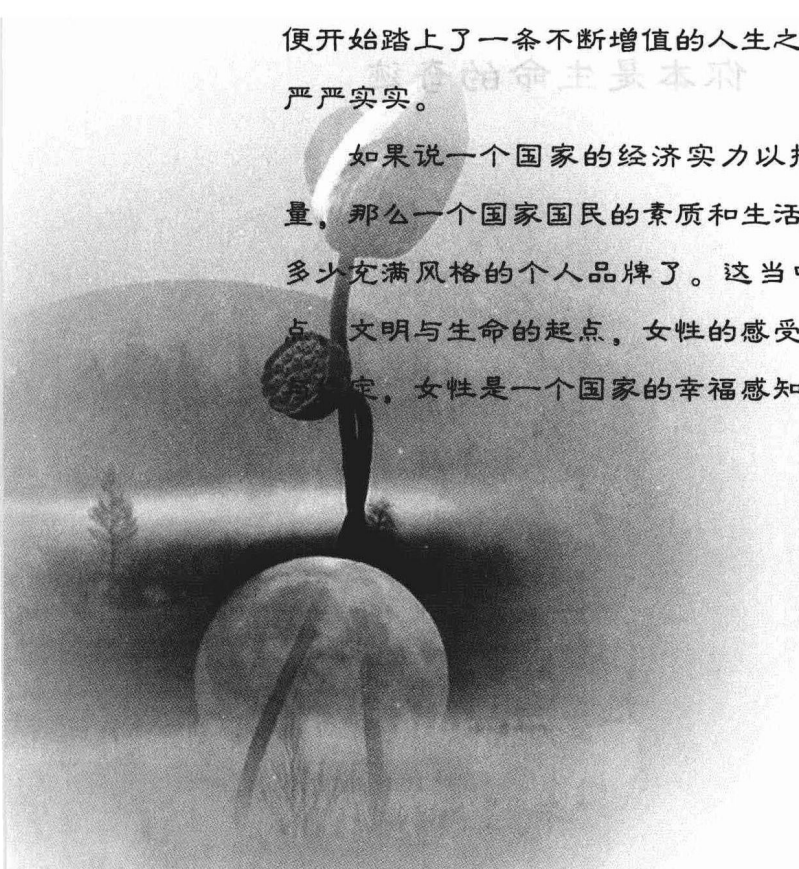
如果将生命比喻成一根木头，你是要用贤惠燃尽一生，还是以时光为斧雕刻成艺术品？

女性是一个民族生命与文明的起点，是一个家庭的色彩和精神支柱，女性的生活幸福指数直接影响着一个国家的生活品质。

女人生命的价值不该是一个开口向下的抛物线，30岁以前上升，30岁以后直线下降；LOTUSNIGHT把最前沿的经验奉献给那些有志经营一生幸福的女人们，随着岁月的流逝，你的人生会不断增值。

当你开始关注自己，开始思索自己内心的价值观，开始思考你生命的意义之时，你的个人品牌之芽便开始萌发了，而当你通过对自己的审视认识到了那个最真实的你之后，你便开始踏上了一条不断增值的人生之路，幸福会将你包裹得严严实实。

如果说一个国家的经济实力以拥有多少强势品牌来考量，那么一个国家国民的素质和生活的精彩程度就要看拥有多少充满风格的个人品牌了。这当中，女人是社会的联结点，文明与生命的起点，女性的感受直接决定着家庭的和谐与稳定，女性是一个国家的幸福感知指数的重要决定因素。



光緒皇帝 慈禧太后

第一章

LOTUSNIGHT的前世今生

- 1 阿宝的故事:和谁在一起,青春都会流失
- 2 个人品牌管理首次用于经营幸福
- 3 夜荷唐的星女人

1 阿宝的故事： 和谁在一起，青春都会流失

“阿宝，走吧，即使不是和 LEO 在一起，你的青春也一样会流失……”

2000 年的秋天，当我坐在 LEO 白色的宝马里，从后视镜里看见与 LEO 相处了十几年的女朋友阿宝追在后面，声嘶力竭地喊道：“LEO，我把一切都给了你，我的青春、我的一切，现在都没有了，你赔我呀！”之后变成可怜的呜咽：“求你啦，和我结婚吧。”

这时我看到 LEO 眼里的蔑视和厌恶。那种蔑视像刀一样地割在同为女人的我的心里。我以为求婚本是最美丽、最幸福的，像 DTC 那样的浪漫：在后花园，男人像王子那样虔诚地跪下，以一颗钻石表达那上亿年修成的缘分。爱情恒久远，无论疾病和困苦都会不嫌不弃携手共度……

而此时此刻的场景正在吞噬我们关于婚姻的憧憬与理想，我记得我那冷酷得像冰一样的话语令两个当事人盐柱般地对视沉默了很久：“阿宝，走吧，即使不是和 LEO 在一起，你的青春也一样会流失。给自己留一点尊严吧。”

滑稽的是，LEO 非常感激地看了我一眼，大概是感谢我替他卸下了内疚的负罪恶感吧。我内心并不是想帮他，只是想一巴掌把那个女人掴醒，因为把所有的过错都归到

自己身上，就意味着她开始把重心放回自己身上，外界的任何事物都不能再击倒她。但这一巴掌把我自己也打得很痛。

这样的例子在现今社会比比皆是，阿宝的恐惧和想法也是大部分中国女人害怕衰老，害怕被男人抛弃的主要原因。LEO 其实不是个坏男人，这十多年他并没有去找任何别的女人，只是越来越成功的他并不打算结婚。他们青梅竹马，从 10 多岁起就在一起，他挣钱去养活单亲家庭的阿宝，后来他们同心协力，白手起家开公司，生意蒸蒸日上。一份经营起来的事业和一个经营起来的男

