

美女讲师团掌门人告诉你如何找到自己的定位，
活出生命的奇迹，找到持久真实的幸福！

杨路◎著

雅致女人

THE ONE WOMAN

品牌增值12项魅力修炼

一本给天下女人看的书 一门给中国女人开的课

中国纺织出版社



My Girl

My Girl (2001) [DVD] [Region 4] [R14] [US Import] [Widescreen] [Mandarin] [CC: English Subtitles]

My Girl (2001) [DVD] [Region 4] [R14] [US Import] [Widescreen] [Mandarin] [CC: English Subtitles]

My Girl (2001) [DVD] [Region 4] [R14] [US Import] [Widescreen] [Mandarin] [CC: English Subtitles]

梳理高附加值的人生，梳理随岁月流失而不断增值的人生，
梳理有影响力的人生，梳理均衡幸福感的风格人生。



雅致女人

THE ONE WOMAN

品牌增值，2项魅力修炼

一本给天下女人看的书 一门给中国女人开的课

杨路◎著

美女讲师团掌门人告诉你如何找到自己的定位，
活出生命的奇迹，找到持久真实的幸福！

 中国纺织出版社

内 容 提 要

有事业没爱情，有爱情没收入。不！女人的幸福应该是均衡的体现——爱情、事业、家庭、经济、健康一切皆有。让自己增值，让别人羡慕！雅致女人品牌增值12项魅力修炼，揭示出了做一个幸福女人的秘密：认识自己——做自己——喜欢做自己的良性循环。找到自己的定位，活出生命的奇迹，得到生命的恩典，拥有持久真实的幸福！本书作者、雅致美女讲师团掌门人帮助你梳理高附加值的人生，梳理随岁月不断流失不断增值的人生，梳理有影响力的人生，梳理有均衡幸福感的风格人生。

图书在版编目 (CIP) 数据

雅致女人品牌增值12项魅力修炼 / 杨路著. —北京：中国纺织出版社，2010.4

ISBN 978-7-5064-5882-5

I. 雅… II. 杨… III. 女性—修养—通俗读物 IV. B825.49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第137720号

策划编辑：林少波

责任编辑：王 慧

特约编辑：徐屹然

责任印制：周 强

中国纺织出版社出版发行

地址：北京东直门南大街6号 邮政编码：100027

邮购电话：010-64168110 传真：010-64168231

http: // www. c-textilep. com

E-mail: faxing@c-textilep. com

北京画中画印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年4月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：13

字数：192千字 定价：39.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

鸣谢

Special Thanks

这本凝聚着众多心血的书从酝酿到付梓，短短数月就顺利完成！这得益于雅致全体同仁以及雅致讲师团讲师们的帮助，我在这里要特别地感谢马晓霞老师对书籍的装帧设计、祁娜老师对部分章节的资料整理、段丽梅老师对书稿的组织和协调，以及感谢芷维老师对品牌章节、谭珍妮老师对情商章节、朱与墨老师对解读男人章节、赵兰菊老师对养生与健康章节等内容的整理及提出的中肯建议。同时衷心地感谢著名理财师陈宁老师对理财章节给予的支持。

诚挚地感谢每一位提出建议的好朋友，是你们的帮助给了我莫大的创作动力和激情，才能使此书完美地呈现在大家面前。

——杨路



马晓霞 老师



祁娜 老师



段丽梅 老师



郭剑华 老师



田芷维 老师



张亚娟 老师



田甜 老师



刘艺伟 老师



谭珍妮 老师



龚航宇 老师



赵兰菊 老师



付刚 老师



朱与墨 老师



陈宁 老师



王宗明 老师

前言

Preface

雅致女人
品牌增值12项魅力修炼

个人品牌的实质：世界是属于谁的

“个人品牌”这个词在品牌界里并不陌生，但是对于大众来说，它还是一个新鲜事物。品牌界对于个人品牌的塑造起源于帮助那些声名显赫的企业家塑造形象，之后逐渐延伸到渴望在事业上获得成功的人士。

美国著名的形象咨询公司Color Me Beautiful（简称CMB）对世界著名的金融公司的300名决策人调查发现：在公司中职位越高的人越认为形象和品牌是成功的关键。要想获得高职位，必须注重形象的塑造和个人品牌的管理。世界属于有个人品牌的人们。个人品牌的成功让他们从行业的众多卓越者中脱颖而出，成为世人的焦点；个人品牌的成功让他们不断攀上人生更高峰；个人品牌的成功让他们享有更多的人生机会和一个不断增值的人生！

那么，个人品牌究竟是什么呢？在雅致LOTUSNIGHT品牌管理中，它是一种生存的观念和态度，一种信念，一种始终坚持的精神，一个对人生的承诺和不断清晰的人生定位。因为这个承诺，知道什么事可为、什么事不可为，人生因此而聚焦，并不断正向积累。个人品牌更是一个动词，其表达了你在品牌生态圈的生活态度以及你决定要与外部世界建立一种什么样的“恋爱关系”。个人品牌经营的方式可以树立我们最重要的信念体系和在周围人心目中的印象。

世界不属于有权人，也不属于有钱人，而是属于那些以品牌理念经营自己人生的人。

雅致女人个人品牌增值12项魅力修炼对于中国女性的特殊意义

有人形容十几岁的女孩像草莓，好看不好吃；二十几岁的女人像菠萝，好吃不好看；三十几岁的女人像番茄，已经算不上什么水果了。

有人曾经提出这样一种观点：中国女人在主流价值体系中被分成八个等级，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，三十岁之后，抛物线的一端将会向下无限地延伸下去。女人的幸福感也会随着抛物线的一端无限地向下延伸。不可否认，在这个体系当中，年轻的女孩更容易受到欣赏。可是年轻的女孩都会长大，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。面对未来漫长的岁月，女人应该如何去寻找快乐与幸福呢？

如果将生命比喻成一根木头，你是要用贤惠燃尽一生，还是以时光为斧将之雕刻成艺术品？如果将生命比喻成一条曲线，你是从30岁开始安心地做世人眼中的“豆腐渣”，还是要拥有一个不断增值的人生？

雅致女人个人品牌增值12项魅力修炼，启动女性个人价值随岁月增长的时代，第一次揭示出了做一个幸福品牌女人的秘密，那就是：认识自己——做自己——喜欢做自己的良性循环。你可以重新找到自己的定位，激发和汇聚你的能量，引领你修成爱的正果，活出生命的奇迹，得到生命的恩典，找到你要的持久真实的幸福！

你是想成为只是他希望你成为的女人，还是先成为拥有个人品牌并不断增值的女人，再去与他共舞呢？

女人除去爱一个男人，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，却也能以信念酿出女人醉人的风情。女人肩负着家庭健康的责任，同时女人还代表着家庭的色彩与温暖。雅致个人品牌增值女人，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。

雅致女人个人品牌增值12项魅力修炼，以个人品牌增值的观念，帮助女人梳理一个高附加值的人生，梳理一个随着岁月流失不断增值的人生，梳理一个有影响力的人生，梳理出一个充满均衡幸福感的风格人生。让一切从喜欢做自己开始，因为每个女人都是生命的奇迹！

雅致女人个人品牌增值12项魅力修炼将带给中国女性的实质内容

（一）为那些希望一生拥有幸福的女人而生，教会女人如何去幸福地活着。告诉女人想要拥有幸福的一生，前提是你的一生必须是增值的。

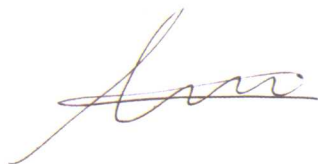
（二）教会女人拥有个人品牌的观念，用一种个人品牌增值的观念思考自己的人生，经营自己的人生。

（三）让女人了解身体均衡经营观念，学习排毒和修复的均衡技术，知晓30岁、40岁、50岁的女人容貌和身体素质变化，学习雅致女人抵抗和超越岁月侵蚀的秘诀。

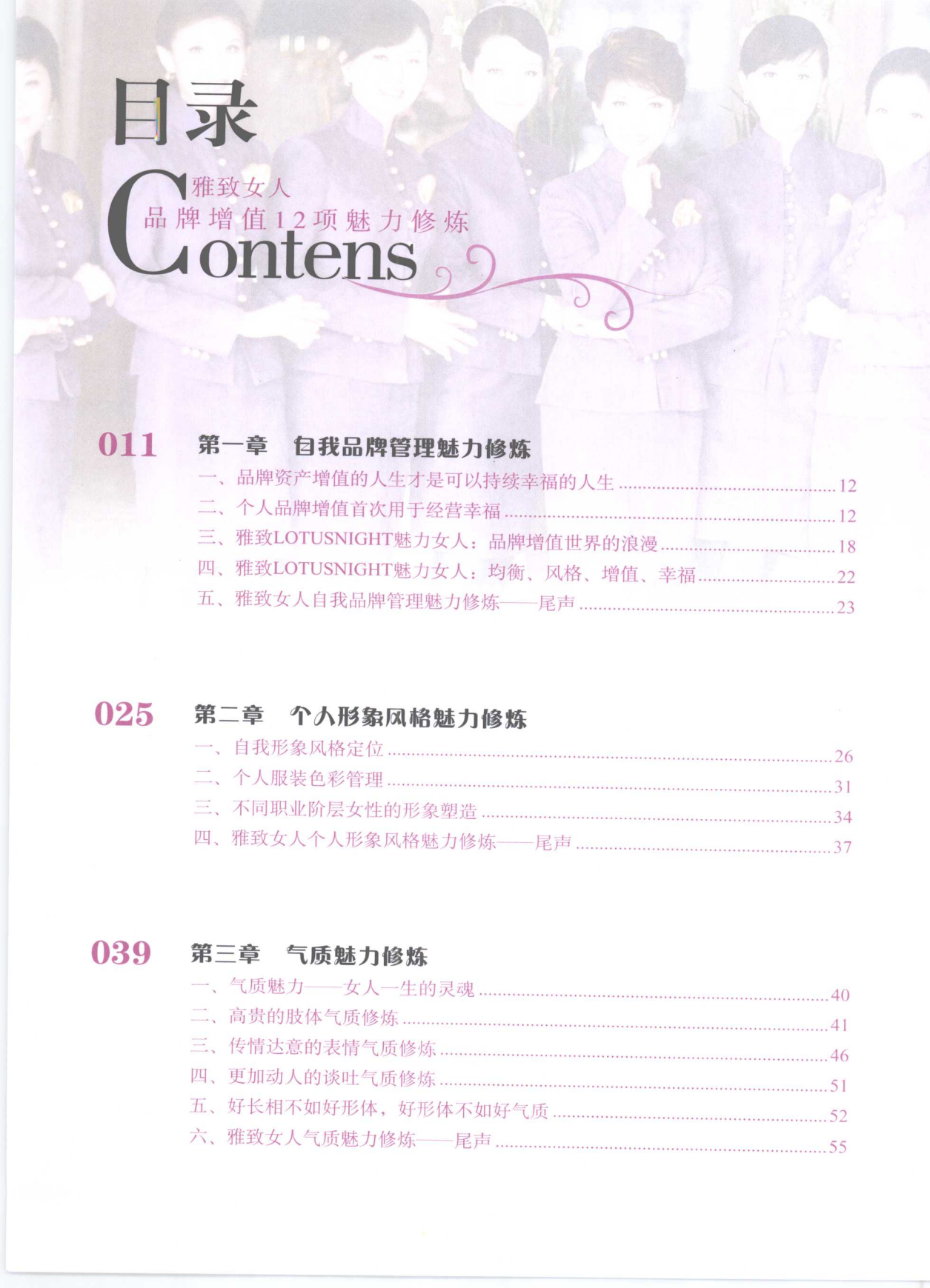
（四）帮助女人从形象、气质、品位修养、个人理财、情绪商数管理中发现自我风格。

（五）教会女人如何协调兴趣与事业、家庭与个人、男人与女人之间的矛盾，达到自身的一种均衡幸福感，用品牌的理念规划经营自己想要的蓝图。

（六）链接健康与美丽，让女人知晓雅致女人如何治未病，雅致女人如何爱吃不胖。



北京雅致人生管理顾问有限公司总裁 杨 路



目录

雅致女人 品牌增值12项魅力修炼 Contents

011 第一章 自我品牌管理魅力修炼

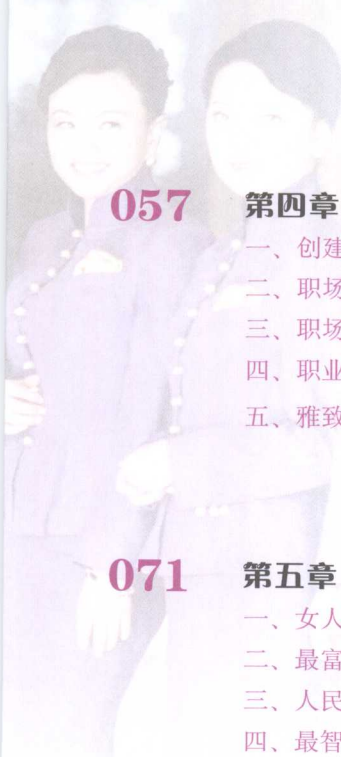
- 一、品牌资产增值的人生才是可以持续幸福的人生 12
- 二、个人品牌增值首次用于经营幸福 12
- 三、雅致LOTUSNIGHT魅力女人：品牌增值世界的浪漫 18
- 四、雅致LOTUSNIGHT魅力女人：均衡、风格、增值、幸福 22
- 五、雅致女人自我品牌管理魅力修炼——尾声 23

025 第二章 个人形象风格魅力修炼

- 一、自我形象风格定位 26
- 二、个人服装色彩管理 31
- 三、不同职业阶层女性的形象塑造 34
- 四、雅致女人个人形象风格魅力修炼——尾声 37

039 第三章 气质魅力修炼

- 一、气质魅力——女人一生的灵魂 40
- 二、高贵的肢体气质修炼 41
- 三、传情达意的表情气质修炼 46
- 四、更加动人的谈吐气质修炼 51
- 五、好长相不如好形体，好形体不如好气质 52
- 六、雅致女人气质魅力修炼——尾声 55



057 第四章 职场处事魅力修炼

- 一、创建自己的职场生存空间 58
- 二、职场女性与上司相处之道 62
- 三、职场平级相处之道 64
- 四、职业女性自我保护七法则 67
- 五、雅致女人职场处事魅力修炼——尾声 69

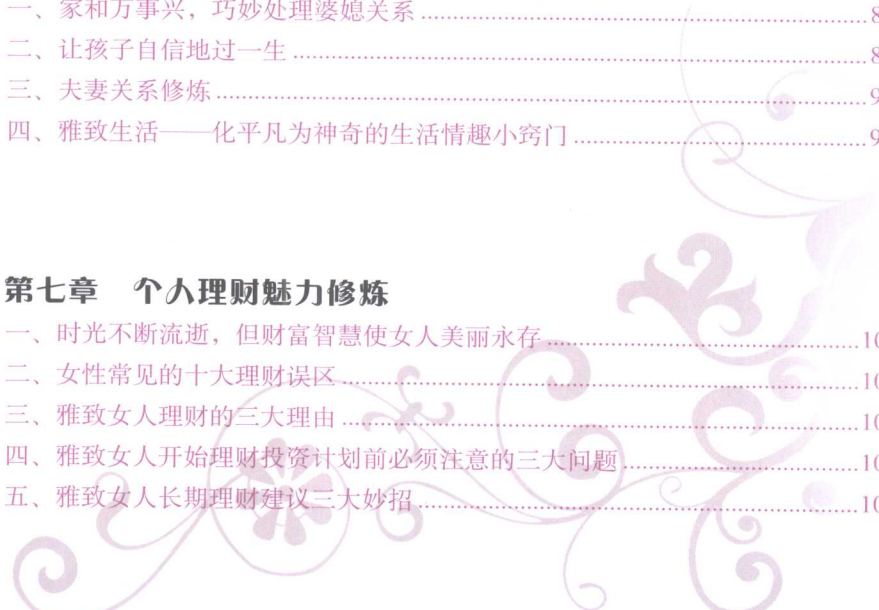
071 第五章 情爱魅力修炼

- 一、女人的大情大爱 72
- 二、最富有的穷人——特雷莎修女 73
- 三、人民的王妃——戴安娜 75
- 四、最智慧的总统夫人——希拉里·克林顿 78
- 五、永远的魅力女神——奥黛丽·赫本 80
- 六、雅致女人情爱魅力修炼——尾声 82

085 第六章 家庭关系魅力修炼

- 一、家和万事兴，巧妙处理婆媳关系 86
- 二、让孩子自信地过一生 88
- 三、夫妻关系修炼 91
- 四、雅致生活——化平凡为神奇的生活情趣小窍门 98

101 第七章 个人理财魅力修炼

- 一、时光不断流逝，但财富智慧使女人美丽永存 102
 - 二、女性常见的十大理财误区 102
 - 三、雅致女人理财的三大理由 106
 - 四、雅致女人开始理财投资计划前必须注意的三大问题 107
 - 五、雅致女人长期理财建议三大妙招 109
- 

目录

C 雅致女人 品牌增值12项魅力修炼 Contents

115	第八章 养生与健康魅力修炼	
	一、内养篇：雅致女人春夏秋冬的养生之道	116
	二、修炼篇：雅致魅力女人的均衡营养膳食	121
	三、关爱篇：雅致魅力女人“爱吃不胖”	123
129	第九章 品位修养魅力修炼	
	一、品味咖啡——世间极品	130
	二、葡萄酒，气氛与感官的享受	133
	三、腕上风情，世界名表鉴赏	135
	四、香水之魅力香氛，闻香识你	139
	五、珠宝之钻石鉴赏，世间华美的极致	142
	六、雅致女人品位修养魅力修炼——尾声	143
145	第十章 职业生涯管理魅力修炼	
	一、职业生涯与自我	146
	二、全民职业规划时代中的女人	147
	三、性格优劣势与职业生涯发展	150
	四、选择正确的职业生涯路线	154
	五、不能这样选择你的职业	155
	六、是“生”还是“升”	158
	七、在职场的岔路口，应对职业危机	160

165 第十一章 “解读男人”魅力修炼

一、来自另一个星球的同类	166
二、了解男人的四大法宝	172
三、男人的感情像橡皮筋	173
四、培养共同兴趣的必要	177
五、十种该扔进垃圾箱的男人	179
六、不要被错觉迷倒	183
七、在男人当中选择潜力股	185

187 第十二章 情商管理魅力修炼

一、发现情商	188
二、了解自我	192
三、高情商修炼	194
四、努力消除情绪的波动	202







雅致女人

品牌增值12项魅力修炼

第一章

自我品牌管理魅力修炼

如果将生命比喻成一根木头，你是要用贤惠燃尽一生，还是以时光为斧将之雕刻成艺术品？如果将生命比喻成一条曲线，你是从30岁开始安心地做世人眼中的“豆腐渣”，还是要拥有一个不断增值的人生？雅致女人自我品牌管理魅力修炼，为你带来一种全新的生活方式和理念，让你的生命充满色泽，经营你的个人风格，告诉你女人超越岁月的秘诀。同时，它还让你拥有塑造自我品牌的观念，用一种品牌的观念思考自己的人生，经营自己的增值人生。

一、品牌资产增值的人生才是可以持续幸福的人生

在 雅致人生LOTUSNIGHT风格优势品牌管理中，我们经常给个人及企业集团的决策层展示两张橙子的图片，以此来阐述风格优势品牌管理的精髓。

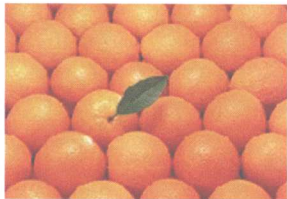
你打算用何种智慧去成就你的地位，成就你的生活呢？有这么一个橙子，它认为自己有风格、有文化、有梦露的风情和性感，结果又怎样呢？

(1) 它从所有的橙子中跳出来了，大家因为它的性感风格而记住它。

(2) 从此它也超越了自己：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，所以雅致女人个人品牌增值魅力修炼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一样，超越自身、超越岁月的侵蚀，用均衡和风格去增值自己。

雅致女人个人品牌增值魅力修炼正是为这些女人设计的，她们可以是公众的明星，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。以品牌的方式经营人生，首先是一个人对自身人生的承诺，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。



二、个人品牌增值首次用于经营幸福

几 年前的一个秋天，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，“求你了，不要离开我，和我结婚吧。”

谁知，我看到的却是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，就像国际钻石贸易公司（Diamond Trading Compang，简称DTC）那样浪漫：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，无论疾病还是困苦都会不离不弃携手共度……

而当时的场景正在吞噬我关于婚姻的憧憬与幻想，我记得当时我那冷酷得像冰一样的话语令两个当事人对视沉默了很久：“阿宝，走吧，即使不和LEO在一起，你的青春也一样会流失。给自己一点儿尊严吧。”

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。但这一巴掌也重重地落在了我的身上，那种疼痛异常清晰。

这样的例子在当今社会比比皆是，阿宝的恐惧和呜咽代表了一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，从十几岁就在一起，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人，可是为什么没有经营起一个增值的阿宝呢？这个男人和他的事业不断增值，为何伴随在他身边的阿宝却在不断贬值？阿宝的言语透露了答案：她所有的重心并不在自己身上，她所做一切的出发点根本不是经营自己的个人品牌，因此又如何能增值呢？

阿宝在长久的沉默后，忽然“哇”的一声哭着跑开了。后来，她到了纽约继续深造工业设计，生活在无奈中拉开了新的一页。但可以肯定，在那个环境中，她会发现原来大海里的鱼不只这一条，也知道了生活中无论发生什么，都不能用尊严去乞求。

30岁算什么，只要你依旧充满活力，不放弃自我，女人，你的精彩才刚刚开始。世界上已经有很多男子能够超越生物本能，去体味真正的性感和陈酿红酒般女人令人沉醉的内涵了。

在传承素质文明和品牌管理领域服务了多年，由

雅致女人 THE ONE WOMAN 品牌增值12项魅力修炼

中国女人是全世界男人都公认的好女人，贤惠、吃苦、忠贞，很多外国朋友现在都以娶得中国女人为妻自豪呢，但是什么令我们感到幸福却少得可怜呢？一些关于幸福的智慧或者观念我们缺失了，于是，我们在思考一个问题：作为女人，你是希望自己像是一根木头贤惠地把自己燃烧尽了，还是把这根木头当作品牌来经营，用时光雕刻成艺术品呢？正是基于这样的使命，我及我的雅致人生美女讲师团开始踏上经营女性幸福的梦想之途。

于接触各企事业单位、女性俱乐部以及各产业的品牌管理及培训，不断与世界各国、各个层次的男性与女性接触，我感受到的不仅仅是中国社会的技术水平、管理效率与西方国家的差距，感触更深的是中国的女性与家庭，在感受和制造幸福的能力上与西方国家相比也同样有着巨大的差距。传统的文化与价值观念受到了前所未有的冲击，家庭的稳定与和谐在开放中也受到了巨大的冲击，在这文化断层中，中国女性承受着比西方国家女性更为巨大的压力以及来自传统与现代文化夹击的煎熬。

我们中国人在一些领域缺乏量化的严谨，却在某些不该量化的方面体现出超人的天赋，女人是不幸被等级量化的一个群体，这使得中国的女人非常害怕做自己，这种定型分级的方式，使得女人在漫长的一生中，幸福感不是很强。来看看中国世俗标准中公认的女人档次化，这样的标准当然是由男人主导的，可以看出他们的矛盾、自卑和本能，与当今发达的文明世界尊重生命过程的做法格格不入，但最终还是演变成了中国社会强加在女人身上的主流价值体系。滑稽的是，这块石头最终又会砸在男人自己的脚上，那中国式离婚的女人最后的压力不也得释放到丈夫身上吗？于是，很多男人害怕婚姻，认为它是枷锁。看看他们是怎样给女人定型的吧：

每个中国女人的初始都是100分的女人，就在加加减减的过程中，女人和女人之间有了距离，拉开了档次。（从那个无奈的宋代就开始的愚蠢观念，女人的每一次情感经历不是积累而是玷污，那女人到底跟男人爱还是不爱？）

第一个档次的中国女人是16~20岁的青春少女。这个年龄段的青春少女犹如刚刚



剖开的新鲜水果，芳香宜人，有益健康。这个阶段是中国女人一生中最美的时期。

（16~20岁，一共就4年的美好时光，如果把人生按80年来计算，那么让短短的4年在漫长的一生中占多少比例呢？更何况这4年还有高考和青春期的烦恼。）

第二个档次的中国女人是60岁以后的健康老人。到了这个年龄的老人，经历了无数的沧桑，她会变得慈祥而豁达。

第三个档次的中国女人是人到中年的贤妻良母。这个时期的女人，相夫教子，平淡中有无奈，坚守中有希望。（将一生像柴一样烧了的黄脸女人，坚守自己，却看着丈夫在外拈花惹草，你还能笑着说说自己幸福？）

第四个档次的中国女人是职业女性。这样的女人有品位、有修养、有志向，注重生活细节，很懂风情，但有些这样的女人好高骛远。一旦蒙受打击或遭遇坎坷，很容易一蹶不振。

第五个档次的中国女人是离婚未育的女人。但是，一旦提及这样的女人，都会强调一番是“离过婚的”，好像下市的大白菜。（离过婚就是下市的大白菜？看那些陈旧的社会旧观念是怎样践踏生命和歧视生命过程的痕迹的，在自己的生活伴侣这件严肃的事情上千万不能这样愚昧。）

雅致女人 THE ONE WOMAN

品牌增值12项魅力修炼

个人品牌究竟是什么呢？在雅致 LOTUSNIGHT品牌管理中，它是一种生存的观念和态度，一种信念，一种始终坚持的精神，一个对人生的承诺和不断清晰的人生定位。因为这个承诺，知道什么事可为、什么事不可为，人生因此而聚焦，并不断正向积累。个人品牌更是一个动词，其表达了你在品牌生态圈的生活态度，你决定要与外部世界建立一种什么样的“恋爱关系”。个人品牌经营的方式可以树立我们最重要的信念体系和在周围人心目中的印象。

第六个档次的中国女人是拥有硕士以上学历的未婚大龄青年。没有靓丽的外表，甚至缺少必要的生活技能等都是有关高学历“剩女”的关键词。有专家说，女性受到的高等教育以6年为极限，跨越了这个极限，婚姻幸福指数呈曲线下滑。（总不能大字不识，但高了，又成了剩女！）

第七个档次的中国女人是被人包养的情人。这样的女人是很悲壮的。因为这样的女人将会背负一辈子的压力，成为一生的梦魇。（家中妻子担心丈夫有外遇，但是在外邂逅的那个女人就很幸福吗？一生的阴暗又是怎样的代价？女人不结婚紧张，结了婚更得紧张，大部分女人一生还是义务的监狱看守长。）

第八个档次的女人是离婚有小孩的女人。离婚女人带着小孩，这样的女人命运总是很坎坷。

这也无怪乎，很多中国式离婚上演得如此惨烈。