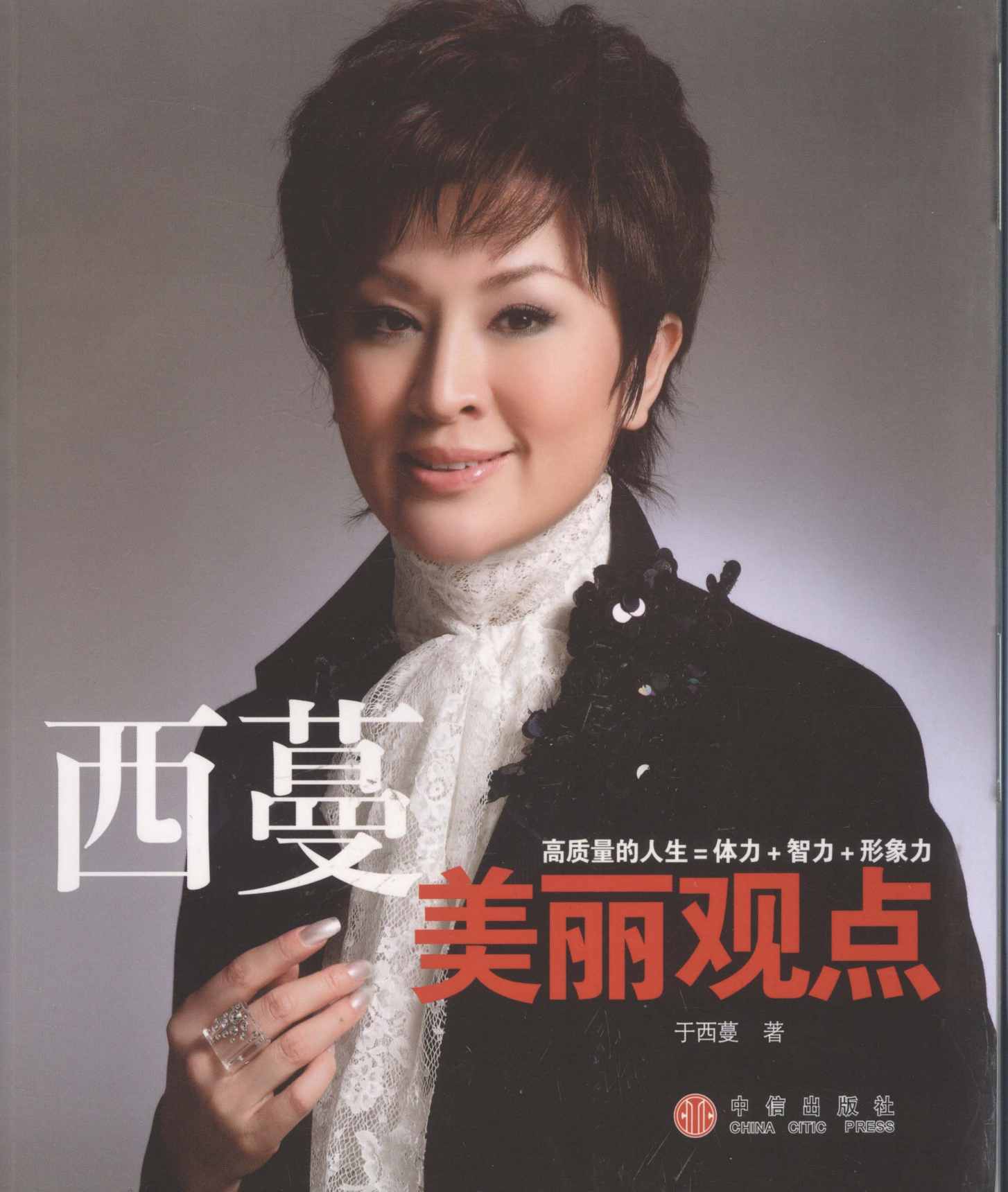




# 西蔓

高质量的人生 = 体力 + 智力 + 形象力

# 美丽观点

于西蔓 著



中信出版社  
CHINA CITIC PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

西蔓美丽观点 / 于西蔓著. —北京: 中信出版社,

2007.1

ISBN 978-7-5086-0810-5

I.西... II.于... III.个人-形象-设计-通俗

读物 IV.B834.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第157202号

## 西蔓美丽观点

XIMAN MEILI GUANDIAN

---

著 者: 于西蔓

责任编辑: 符红霞 温 慧

出 版 者: 中信出版社(北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京国彩印刷有限公司

开 本: 965mm × 1270mm 1/24 印 张: 8 字 数: 72千字

版 次: 2007年1月第1版 印 次: 2007年4月第6次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-0810-5/G · 209

定 价: 39.80元

---

## 版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换

服务热线: 010 85322521

<http://www.publish.citic.com>

010 85322522

E-mail: [sales@citicpub.com](mailto:sales@citicpub.com)

[author@citicpub.com](mailto:author@citicpub.com)

## 于西蔓 女士

著名形象咨询专家

著名色彩专家

■ 1983年毕业于中国民航学院。后留学日本，就读于早稻田大学研究生院商学研究科。获日本文部省“色彩搭配师”资格认证。1998年回国，创立知名色彩与形象咨询品牌——西蔓色彩。多年来，致力于个人形象管理、产品色彩营销和城市景观色彩规划等视觉形象领域的咨询服务与管理研究。其创立的“中国人形象规律分析系统”填补了国内个人整体形象咨询领域的理论空白。

■ 现任北京西蔓色彩文化发展有限公司董事长、中国流行色协会副会长、中国美发美容协会副会长、中国人民大学商学院MBA客座教授、北京服装学院艺术设计学院客座教授、研究生导师。2003年及2004年连续两年被提名为“中国十大经济女性年度人物”。

■ 著有：《女性个人色彩诊断》

《女性个人款式风格诊断》

《男士个人色彩与着装风格诊断》

《找对色彩就美丽》

《选对款式就时尚》

《关注色彩》

《关注风格》

《中国人形象规律教程

——女性个人色彩搭配分册》

《中国人形象规律教程

——女性个人服饰风格分册》

《中国人形象规律教程

——男士个人色彩与风格分册》

◎ 有着“中国色彩咨询业创始人”

之称的于西蔓女士，在中国开展形象管理业务八年之后，首次推出综合阐释其有关个人形象管理观点的著作。透过七十多个独特视角，通过作者亲历的形象事实，阐述了让个人形象成功的诸多新颖观点和一些具体的实操方法。其丰富的专业背景知识与时尚而亲和的写作方式相得益彰，并配合精美的图片，使本书观点鲜活、表述生动、通俗易懂，有着超强的实用性。

责任编辑：符红霞 温 慧

装帧设计：印象·设计  
13910575075

经 销：中信联合发行有限责任公司

西蔓

高质量的人生 = 体力 + 智力 + 形象力

美丽观点

于西蔓 著



中信出版社  
CHINA CITIC PRESS

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

## 前言：美丽永远等在前方

006

### 1

#### 形象是一生的战略问题

- 1.1 形象是一生的战略问题
- 1.2 你的形象告诉了人们什么？
- 1.3 从AIDMA法则看“第一印象”
- 1.4 警惕周围人对你的沉默

008

### 2

#### 摒弃形象旧观念

- 2.1 说说中国的“馅儿”文化
- 2.2 坚守“素面朝天”的人，你敢“素体朝天”吗？
- 2.3 不美之人的借口
- 2.4 美人未必没有美丽思想

020

### 3

#### 建立形象新观念

- 3.1 美是学出来的，不是悟出来的
- 3.2 “素材型”美女VS“努力型”美女
- 3.3 长得不美，才有打扮的空间
- 3.4 打扮，是从突显优点开始的
- 3.5 不会用镜子的人，成不了美女
- 3.6 扮靓，需要“利己主义”精神
- 3.7 扮靓有步骤，不能乱弹琴
- 3.8 扮靓，说白了就是跟“自己”较劲

030

# 4

## 打造形象基础架构

- 4.1 先与身体对话，再与服饰对话
- 4.2 “色形材”传递着关于你的信息
- 4.3 观体色，才知道适合的服饰色
- 4.4 观身形，才知道适合的款型
- 4.5 你与质地的关系
- 4.6 你与图案的关系
- 4.7 适合与不适合的妆面界限
- 4.8 适合与不适合的发型界限
- 4.9 场合衣橱法则
- 4.10 买五个包，保职业形象圆满
- 4.11 女人的“三鞋”比三围更重要

050

# 5

## 从基础形象扩张

- 5.1 服装是用来粉饰身材的
- 5.2 饰品是用来掩饰局部缺点的
- 5.3 饰品的“点数”法则
- 5.4 眼镜是用来校正脸形的
- 5.5 发型不好，人漂亮不到哪儿去
- 5.6 让自己成为半个发型师
- 5.7 如果你过了三十岁，请打粉底
- 5.8 什么不画也要画眼睛
- 5.9 你的眉毛“立场坚定”吗？

082

# 6

## 让形象向多元化发展

- 6.1 职业形象，是指职业第一，美丽第二
- 6.2 面试，是先试你的形象，再猜你的价值
- 6.3 约会装必须传情达意
- 6.4 Party的出众法则
- 6.5 加法法则叠加喜庆
- 6.6 减法法则减向肃静
- 6.7 休闲装不是怎么穿怎么脏都没事儿的衣服
- 6.8 女人的胸前战略
- 6.9 黑色，“搭”到极致才万能
- 6.10 鲜艳未必媚俗
- 6.11 别丢了让你成为配色美人的小布块儿
- 6.12 名牌告诉我们什么叫品质
- 6.13 搭配高手逛街不带钱包
- 6.14 职业女性的“救场”法则
- 6.15 女人的“放电日”与“充电日”
- 6.16 美女不问出处
- 6.17 慢动作映像优雅女人
- 6.18 内衣，防止一脱不女人
- 6.19 清除不雅的毛发
- 6.20 管理自己的气味
- 6.21 洗手间无情地划分着教养级别

102

# 7

## 学习型人格铸造美女

- 7.1 每年定一个美丽目标
- 7.2 找两个人做形象偶像
- 7.3 “阴谋”与穿衣

146

# 8

## 理性构建形象生涯

- 8.1 二十多岁的女人应有的扮靓观
- 8.2 三十多岁的女人应有的扮靓观
- 8.3 四十多岁的女人应有的扮靓观
- 8.4 五十多岁的女人应有的扮靓观

154

# 9

## 形象的社会责任

- 9.1 官员们应立足于政治责任
- 9.2 明星们应渲染巅峰时尚
- 9.3 主持人须引领基础潮流
- 9.4 时尚人士应率先影响时尚
- 9.5 高管们须传递时代信息
- 9.6 百姓们构成一国形象
- 9.7 形象顾问们的社会责任

164

# 10

## 视觉形象管理是一门科学

- 10.1 形象经济学
- 10.2 自我形象的案头管理
- 10.3 形象监测法
- 10.4 做自我形象的职业经理人

180

后记：送给男人的西蔓观点：

男人不是在穿衣，而是在穿“政治”

190

# 美丽永远等在前方

打扮,无关长相,而在于是否科学。

这本书是我从八年前回国创业,涉猎视觉形象管理领域后一直想写的一本书。八年来,我看到了太多的非科学扮靓的人和事,促使我想冲着人群呐喊:知识社会里的人,应该科学扮靓!

仍然有太多的人在粗放地经营着自己的形象。在形象方面,大部分的人还在靠“悟”去面对一切。记得刚回国时,作家张抗抗在接触了我的职业后,曾以《穿错半生》一文来释放她的感慨。多年后,她所描述的现象仍比比皆是。

“穿错”,意味着对自己的误会和丑化;“穿错”,意味着花出去的钱白花了;“穿错”,意味着你正在为一个不是自己的“自己”尽心竭力;“穿错”,更意味着你默许自己的外形对内在的背叛。穿着也许不该论对错,但从科学的角度看,穿着一定关乎美丑,关乎人作为资源的增值和贬值。

什么叫美?怎样才能美?怎样是不美?什么是适合的东西?什么是不适合的东西?什么是符合自己的扮靓规律?这是每一个人都必须搞清楚的问题。

任何事,都有规律可循。美,也不例外。亚里士多德说,“美是和谐”。唯有和谐,才能带来美的视觉感受。因此,一个想要漂亮起来的人,其实就是一个要掌握规律,并处理好和谐关系的人。

关系,就是比例、分寸感,取舍和处理。而所谓漂亮,就是在比例上的考量,分寸感上的把握,对物质元素的取舍,对主客观关系的处理。世上有千千万万种人,也有千千万万种东西。要想美丽,必须先研究自己,再研究东西,找到自己和东西间的视觉平衡规律,才能达到目的。因此,一个人如果真想让自己在其他人眼里看起来是美的,只有一个方法,就是要科学而理性地找到自己的美丽规律,并沿着这个规律装扮自己。

在知晓了自己的个人装扮规律后,更重要的一个问题,就是“学习力”了。人既容易因形象而烦恼,又容易因形象而满足。所以,我整天抱着电脑,一边播放着《完美女性的形象管理学》,一边倾力倡导“学习能够改变形象”。

按说,美是一种状态,是相对的概念,是不可以用完美一词去量化的东西。这主要是因为人的潜力太大了。每个人都拥有着无数的形象角度还没有被发现,当然也就还有无数的形象空间还没有被挖掘。一个人通过科学的方式用形象唤起了周围人对她的美好感觉,她可以完全自信地给自己打 100 分甚至 500 分。但静下来的时候,人心里要知道,自己还不是很够,还要努力,因为还有更好的自己等在前方。

美丽之所以没有终点站,就是因为完美永远等在前方。因此,我喜欢鲁迅先生的一句名言:“一劳永逸”的话,有是有的,而“一劳永逸”的事却极少。女人要本着“博学之,审问之,慎思之,明辨之,笃行之”的理性观念和态度,在雅与俗、高与低、美与丑、对与错、善与恶之间做出正确的形象选择。

在这本书中,我透过七十多个视角,通过我亲历的形象事实,阐述了让个人形象成功的诸多观点和一些具体的操作方法。方法是工具,工具有无数,重要的是正确的扮靓观的确立。书中我所呼吁的一切,应该不仅仅是我,而且是多年来给了我无数事业支持的媒体、客户、朋友、家人共同想向所有关注美的人说的话。尤其感谢和我一道把“让中国人漂亮起来”的美丽事业推向高潮的西蔓员工和全国的形象顾问们,正是他(她)们的耕耘,使得“美不是悟出来的,而是学出来的”的观念在各地深入人心。感谢中信出版社的符红霞主编给我时间上的宽恕,感谢郦晓玲为书中插图所付出的辛勤劳作,感谢刘志明、崔蓓蓓、王悦在我因时间无法周转疲惫不堪时给我的环节链接。

这是我和所有爱美的人送给关注美的人的一本书。

(有美丽形象烦恼的朋友,请将你的烦恼发到 [yuximan@ximancolor.com](mailto:yuximan@ximancolor.com))

# 1

## 形象是一生的战略问题

**正式会议：**开会啦！不管会议的议题如何，这都是个绝对正式的场合，需要正统的套装与衬衫相搭配，干净利落的发型与妆面、富有职业感的佩饰。在这个场合出现的东西一定要注意突出职业感。

> > > > > > >



# 形象是一生的战略问题

“谈穿衣服就谈穿衣服，别跟我们谈战略！”曾有人在网上直言不讳地对我这样说。的确，“战略”是个大而空泛的词。但开宗明义，我还是想从这里说起。

事实上，任何人的一生都面临着成长和发展中的战略问题。回顾一下个人的历史，你会发现很多时候，自己都在做着人生的重大选择。从当初拼命考大学，到慎择结婚对象，到慎之又慎地转职，等等。无数次的战略性选择，构成了现在的人生结果。有一个问题不知道大家想得多不多，那就是，有时我们过于在乎的，往往是自己对世界的筛与选，却忽略了世界对自己的取与舍。

在这个快节奏的时代里，所有人都处在一种待价而沽的被动状态。形象力作为人力资源的第三大资源，与人的体力和智力资源并举，构成这个时代人力资源的最新结构，也标注了重新认识人力资源的开始。

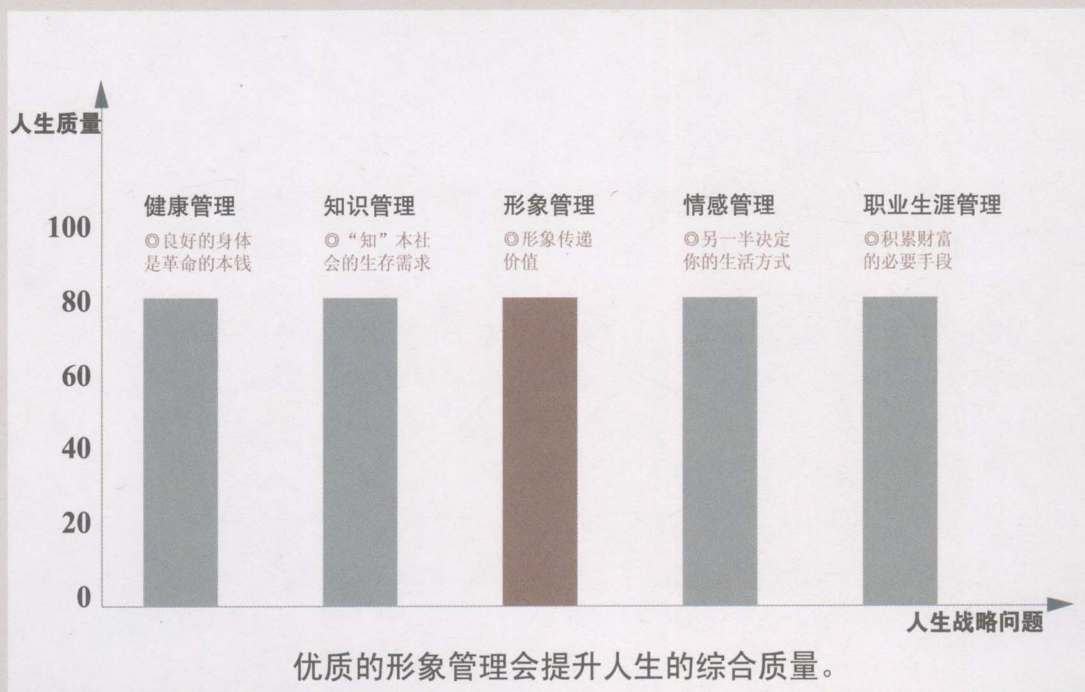
一个高质量的人生，其战略性设计和维护管理，是围绕自己在三方面所拥有的资源来进行的。首先是体力资源管理。这一点很容易明白，一个多病的身体是无法确保人生质量的。其次是智力资源管理。一生中智力资源积累的薄厚，直接关乎人的能力结构，进而决定人能从社会上换取的回报。第三是形象资源管理。一个人能否把自己的健康状态和内在能力结构精准地从外在上表述出来，直接关乎你的资源总值在社会上的评估结果。

人在体力不支时是最有感知的。人们会扔下一切来维护健康，相信有效的健康管理手段会收到回报。当人的智力能力达不到某种要求时，人也是有感知的，甚至会感到恐惧。因此，知识管理和能力结构管理的概念已经被更多的人采纳，并且回报显著。但当一个人的形象资源短缺时，人往往不容易察觉，也不容易引起重视，更不容易寻找到有效的方法去控制和管理，从而成为个人资源管理的一个重大缺口。

人生要讲战略，战略就是决策。无论你是大人物还是小人物，外在形象都会和人的命运、事业密切相关。因此，能否将形象问题战略化地对待，既决定了机遇、好运对你光顾的频率，也决定了你对人生质量的取舍。

## 形象是一生的战略问题

### 人生战略问题与人生质量的关系



### 高质量的人生资源管理

**高质量的人生=体力+智力+形象力**

[ 人生重大战略 ]

[ 健康管理 ] [ 知识与能力管理 ]

[ 形象管理 ]

# 你的形象告诉了人们什么？

“当你看一个人的形象的时候，你看到了什么？”

这个问题，我举例问过很多人。“我看到了发型、衣服”，“涂了口红，还戴了耳环”；继续问下去，回答会深化到“她很时尚”，“看起来挺有气质的”；如果再追问下去，回答会变得缓慢但很清晰：“我觉得她是个白领”，“好像文化程度挺高的”，“旁边那个人看不出来职业，感觉她生活得挺累的”……这就是我们在别人眼里的真实情况。

我们总以为别人看自己的时候看的是服饰、发型以及化妆与否，但事实上，人们看到的并不全是这些。人们是通过我们的穿戴，来试图猜测我们身后那些无法直接表现出来的东西，进而判断我们的价值。

形象涉猎“显性”和“隐性”两大元素。这两大元素直指人的外在与内在。外在的，通常一目了然，长相身材，颜色款式，发型妆容，神态举止……内在的，不易看清楚，性格爱好，文化素养，社会地位，生活方式……

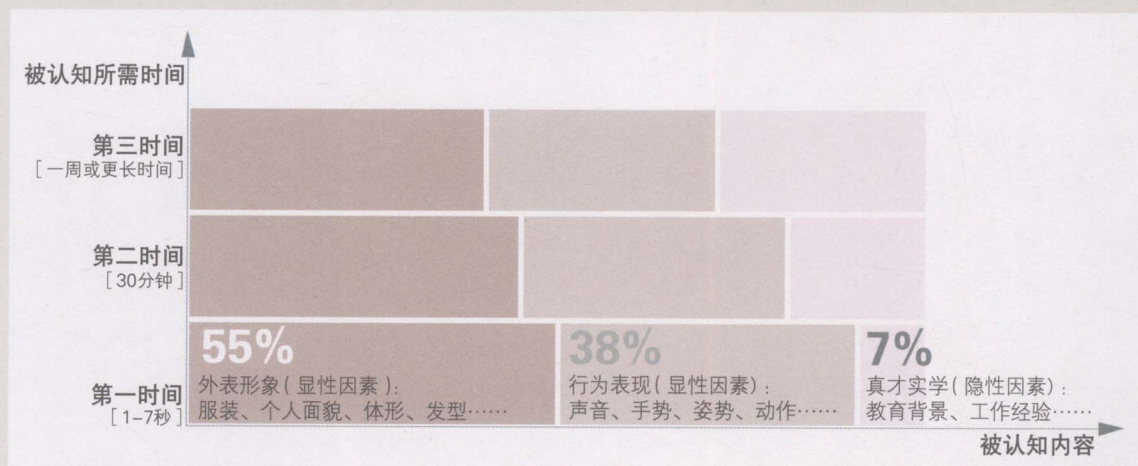
我们常看到两种极端情况。一种情况是，有的人外表装扮诱人，一经接触才发现表里间距离极大。只满足于追求“显性”美的人，充其量只学会了一种“表演”，包装得越精美，伪劣产品的痕迹反而越明显。另一种情况是，有的人内在丰厚，名片上的头衔能把人给吓了一跳，但外表相对来说落差严重，令人惋惜。

从哲学观点上来看，内在与外在越趋于平衡，越符合事物发展的客观规律。在形象问题上也是一样。一个人的“形式美”与“内在美”越接近，个人的价值体现就越接近于最大化，发展得就越好。而如果一个人内外差异过大，一方面对另一方有了毋庸置疑的破坏作用。因此，我们既不能让形式背叛内容，也不能让内容游离于形式。驻足于女人生命中的美，注定只能在内外兼修中共同成长。

就像我常在一些演讲中呼吁的那样，你的形象正在告诉人们关于你的一切！你穿的不仅是衣服，而是关乎你的价值；你化的不仅是妆，而是关乎你的品质；你梳的不仅是发型，而是关乎你的品位。任何一种显性因素的外在表现，说到底，都会最终显现隐性因素中的一些特质。因此，你的形象关乎你的一切价值。

# 你的形象告诉了人们什么？

## 印象认知度分析



## 显性因素与隐性因素的构成

