

做淑女 才有竞争力

落英 王晶 编著

一本有关女性素质教育的图书
女性在无性别教育之外的必修课



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



做淑女 才有竞争力

落英 王晶 编著

一本有关女性素质教育的图书
女性在无性别教育之外的必修课



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

做淑女才有竞争力/落英,王晶编著. —武汉:武汉大学出版社,2010.9

ISBN 978-7-307-07863-5

I. 做… II. ①落… ②王… III. 女性—修养—通俗读物 IV. B825-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 102419 号

责任编辑:夏敏玲

责任编辑:黄添生

版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北恒泰印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:6.875 字数:164千字 插页:1

版次:2010年9月第1版 2010年9月第1次印刷

ISBN 978-7-307-07863-5/B·264 定价:18.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

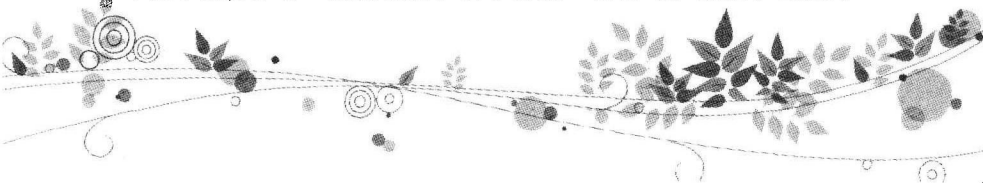
主流？非主流？

身边经常有男士抱怨现在的女人是如何如何越来越不像样，越来越不女人。他们说，这个时代满眼皆是“非常”女人，独独缺乏“正常”女人，“阿尔法女孩”们像男人一般野心勃勃，事事都要“第一”、“最好”，好比希腊字母中的第一个字母“ α ”（阿尔法）一样；“肉食女”们温柔不见，矜持全无，一旦看见中意的男性，会如饿虎扑食一样主动表达爱意，完全不顾旁观者的诧异目光；“三不女”们在感情上不善良、不等待、不言败，完全不把男人放在眼里；“败犬女”们，高收入、高学历、事业成功，过了30岁高龄，却一任感情空窗，不嫁为人妇；“口暴女”们老娘长老娘短，还满嘴TNND、TMD、Kao、Cao，不以为耻反以为荣……

我知道他们说得比较偏激，坚信这些尚属非主流，但是作为现象存在的，呈现在人们眼前的往往是非主流。非主流总是具有强力吸睛效果，她们极大地混淆着大众的视听，摧毁着人们对“正常”的信仰。而对于沉默的绝大多数，却没有人去关注。

朋友一遍遍的激越之辞引起了我的反思，既然非主流大有侵吞主流、将主流边缘化之势，为什么不荡去这些浮萍，还原主流呢？我想到了一个久违的词汇：淑女。是的，就是它。

淑女，自古以来在人们心目中就一直处于受人敬重的地位。中华文学开篇即有“窈窕淑女，君子好逑”的诗句，道出了社会对



2 做淑女才有竞争力

淑女的崇尚和认同。淑女优雅的仪态，温柔可人的形象，秀外慧中的气度，镇定自若的从容，顾全大局的境界，百转千回的贤淑，体贴入微的细致，无不让人心驰神往、朝思暮想。淑女在时光隧道的传输过程中，发生位移，时至今日，她的正统地位正遭遇着挑战。在曾经很长的历史长空中，淑女是一种再正常不过的现象；放眼望去，天下何处无淑女，可是，在美女越来越多的今天，淑女越来越少，少到几乎没有几个女人敢自称淑女了。

宋代禅宗大师青原行思提出参禅的三重境界：参禅之初，看山是山，看水是水；禅有悟时，看山不是山，看水不是水；禅彻悟时，看山还是山，看水还是水。这三重境界，曾被人拿来喻示人生的三重境界。现在的年轻女性们也经历着做女人的三重境界。所谓看山是山，看水是水阶段，即是在父母的影响下，学着做秉持传统的淑女；所谓看山不是山，看水不是水阶段，即是渐渐独立、自我觉醒的时候，开始叛逆，开始走与母亲她们不一样的路线，坚决不做淑女，因为她认为淑女最没有竞争力；所谓看山还是山，看水还是水阶段，即是在折腾得受尽了伤，等到成家、为人母的时候，才发现好女人的标准，原来还是淑女，只有淑女才具备持久的竞争力。

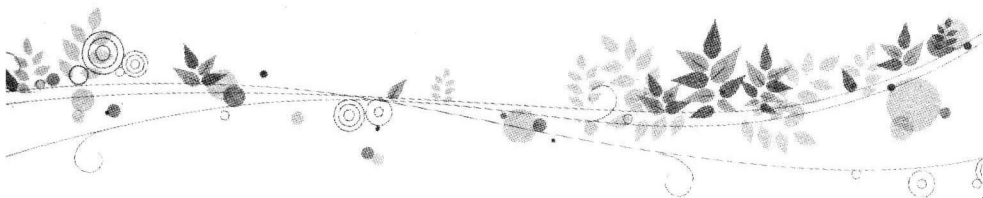
无论是各式各样的“非常”女性，还是沉默的绝大多数女人，她们的内心都住着一个共同的完美女人，那就是淑女。每个女人都有着或多或少的淑女情结。毕竟女人们对于幸福的理解、对于最终归宿的向往是相似的。

女人终究还是要做女人，女人也只需要做女人。女人不必要像男人一样去战斗，不必靠走中性路线来模糊自己，不必为自己身为女人而懊丧。女人不需要掩饰自己的女性特质，而是要放大自己的女性化特质，将女性优势发挥到极致。做最好的自己，就会拥有最

强大的竞争力。

不争是最大的竞争。淑女，以奋争者的姿态，奉行不争主义。“最是那一低头的温柔”，貌似与世无争、与人不争的淑女却历来掌握着主动权，成为别人争取的对象。

与所有女性共勉！



目录

Part 1 呼唤淑女归来

她世纪：淑女，IN？ OUT？ /3

伪淑女的凡此种种 /8

仅仅淑在表面不叫淑女 /11

淑女的几项指标 /15

魅在中庸——淑女法则 /18

做淑女才有竞争力 /21

Part 2 爱情：窈窕淑女，君子好逑

坚决不做败犬 /29

爱情与容貌无关 /32

有一种力量叫作温柔 /34

女人的根本是母性 /38

矜持择偶的“牵马理论” /40

接受不完美的另一半 /43

一起吃苦的幸福 /47

我的婚恋我做主 /50

学会“放风筝” /53

撒娇是一门艺术 /55

做他背后的女人 /58



2 做淑女才有竞争力

- 打理自己的天空 /61
- 淑女不随“性” /64
- 啰唆最因小失大 /66
- 明里暗里不做“母老虎” /70
- 女人要宠，男人要哄 /72

Part 3 职场：外柔内刚，温柔有力

- 要工作，更要快乐 /77
- 要事业，更要女人味 /80
- 要 IQ，更要 EQ /82
- 面试，淑女最具“秒杀力” /86
- 善用女性柔情魅力 /89
- 学那么一点“媚上”术 /91
- 能力内敛，柔弱示人 /94
- 不要和同事走得太近 /96
- 懂得控制眼泪和情绪 /99
- 细节决定成败 /100
- 掌握拒绝别人的技巧 /103
- 拒绝“潜规则” /106



- 坚决不做“长舌妇” /108
- 不玩办公室猫腻 /111
- 与男同事共事原则 /113
- 不要去妒忌女同事 /115
- 大事精明，小事糊涂 /118
- 无刺的玫瑰盛开在职场高原 /121

Part 4 家政：温情脉脉，有容乃大

- 女人有两份事业 /127
- 女人有多重身份 /130
- 家就是我的城堡 /132
- 让家庭充满爱 /134
- 做好家教的天职工作 /137
- 保姆不能取代你自己 /140
- 精打细算过日子 /142
- 投资理财，经营未来 /145
- 爱生活，会烹饪 /148
- 袅袅茶香绕我家 /150
- 营造绿色小世界 /152



4 做淑女才有竞争力

伺候好家中的皇太后 /154

在家务活中寻找成就感 /157

Part 5 修炼：淑女可以后天培养

淑女与相貌、财力无关 /163

淑女是“装”出来的 /164

淑女是“妆”出来的 /168

常常微笑是淑女的招牌 /169

沁人心脾的赞美 /172

嘴边常挂的应酬语 /174

幽默是最好的润滑剂 /177

优雅大方的举手投足 /179

有所语，有所不语 /182

善于倾听，静若处子 /184

学会保持距离 /188

给自己贴上开朗的标签 /191

女人不老的秘密是底蕴 /194

淑女必读书 /196

有知识，还要有文化 /199

善结人缘，广积人脉 /201

像明矾一样 /204

美丽并健康着 /207

做最好的自己 /209



Part 1

呼唤淑女归来

从小学到大学，男女生接受着同样的学历教育，但性别之间是有区别的，社会角色中首先就会对性别进行定位。能够清晰地认识到这一点，是女性步入社会的重要一步。社会竞争激烈，求职要竞争，升迁要竞争，就连恋爱婚姻中都避免不了要竞争。如何才有竞争力呢？做女人中的女人——淑女。



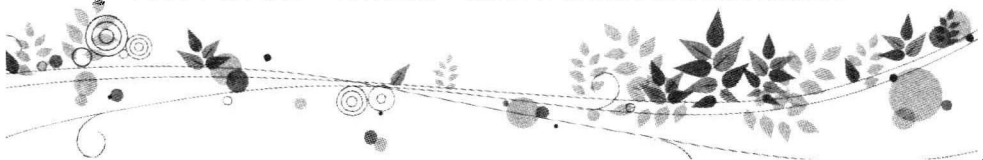
她世纪：淑女，IN? OUT?

“关关雎鸠，在河之洲。窈窕淑女，君子好逑。”两千多年前，我们最早的文学开篇就是对淑女的称赞。如今，“淑女”这个词已久违了，越来越多的女孩喊口号似地表示自己愿意做“潮女”，做“宅女”，做“酷女”，做“干物女”、“野蛮女”、“胜犬女”……但就是没有人愿意自称“淑女”。淑女，OUT了？

在这个泛美丽、她世纪的年代，淑女已成为一种稀缺资源，正在走向边缘化的尴尬境地。

早在上个世纪，西方的研究者就预言：21 世纪将告别“他世纪”，进入“她世纪”。美国方言学会举行过一次有趣的“世纪之字”评选活动，结果出人意料：“她”以绝对优势战胜“科学”等候选词汇，成为“21 世纪最重要的一个字”。人类学家海伦·费希甚至在她的著作《第一性：女性的天赋及她们如何改变世界》里指出：“女人将是 21 世纪的第一性。”“男性的特点可能使他们在工业社会略胜一筹，但在由电子商务、网络社会和协作精神构成的新背景下，男性的优势就不那么明显了。”

“荷包掌握在她手中”，将“21 世纪——她世纪”化为现实的，还是那些敏感的商人。犹太人的那句名言如今已被全世界的商人奉为主臬：“女人的钱最好赚。”现在，在超越了传统以男性为主导的市场之后，“为她服务”成为商人们最为流行的经营策略。



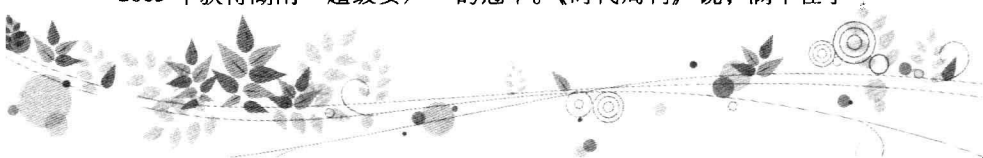
4 做淑女才有竞争力

国际广告协会主席卡·波尔在中国讲学时，阐述的一个最重要的观点就是：“以男性为主的消费主义正在转变为以女性为中心的消费主义。”他说这话的时候，大量女性杂志、女性畅销书、女性网站乃至女性电视频道已经大张旗鼓地占据了市场。

记得撒切尔夫人在英国当政时，曾经流传这样一个笑话——一个女孩问男孩：“你长大以后想做什么？”男孩说：“当首相。”女孩很吃惊：“男人也能当首相吗？”

女人不仅成为新时代的消费主体，而且也成功跻身于权力世界。从第二次世界大战后的世界历史看，成为国家领导人的女性人数呈上升之势：20世纪50年代有1人，60年代有3人，70年代有7人，80年代有11人，90年代则超过20人。今天，女性在政治经济决策方面的参与程度不断加深，女性总统、总理层出不穷。我们的前国务院副总理吴仪就是其中的一位，她以犀利的言词和机敏应对的谈判风格著称，被誉为中国政坛铁娘子。有人甚至认为：世界正在回到人类远古的母系时代。不仅在朝如此，在野也如此。当下，在大大小小的企业里，“强力女性”类的女性管理者司空见惯。

年龄层下放，我们可以看到，随着80年代这一批独生女长大成人，中国传统女性的形象逐渐被颠覆。从小被家长娇惯着长大，父母的忍耐和迁就，造就了一大批霸道任性的小公主，她们觉得发脾气是天经地义的，是女人的特权，反正现在男多女少不愁嫁。韩国电影《我的野蛮女友》热播，成为全民野蛮的导火索，这种新鲜感带给新一代人的心理影响难以估量，女人野蛮任性，成为时尚。她们烟视媚行，她们随心所欲，她们颠倒众生，她们到处遇到愿意爱她们的人，并心安理得地享受甚至挥霍着这些宠爱。李宇春2005年获得湖南“超级女声”的冠军。《时代周刊》说，满不在乎



的个性及双性色彩的演出使她成为中国的新偶像。

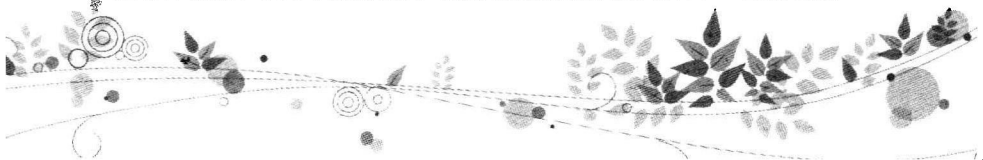
一切流向似乎证明着这样一个事实：这是一个强力女人备受娇宠的时代。就像蔡琴歌中唱的：到处都是大女人！来自台湾的大女人代表小S曾振臂高呼：男人没钱不能要！男人不帅更不能要！女性摒弃了传统的娇柔，结束了“被选择”的命运。

“亭亭玉立，款款而行，笑不露齿，行不招风。”曾经，林妹妹、宝姐姐是我们孜孜不倦追求的目标和偶像。而今，似乎身量苗条、体格风骚、眉目传情、气质性感的凤哥儿在男人堆里更招风惹眼。

她世纪，果真是大女人当道？

奥黛莉·赫本，数以万计的女人心目中的偶像。她的黑色短发，秀丽脸庞，改变了好莱坞只爱“金发碧眼”的历史。她消瘦、苗条的身材，如天使般的面孔，天真、甜美、高贵的形象气质，一度成为好莱坞的票房保证。她喜欢自己在电影里的装扮，生活中的她也保持着这种清纯的美丽。高贵典雅、端庄独立、简单随意的穿着是奥黛莉·赫本喜爱的风格。清丽脱俗的奥黛莉·赫本，是时尚圈公认古往今来自然魅力的完美体现，清新优雅的淑女风格、自然不矫作的举手投足，她的穿着、她的发型、她的一切，都是所有女孩梦想拥有也争相模仿的。经典欧式淑女风，赫本绝对是其中最具代表性的人物。

中国的奥黛莉·赫本——赵雅芝，1954年出生于香港，尽管已经50多岁，但无论是外貌和气质，都不输于很多年轻艺人。容颜不变，气质也没变。赵雅芝一路走来，将温婉贤淑、淡泊名利进行到底。她说：“我是一个传统的女人，一个普通的女人，我有我的家庭，我要尽到做母亲的责任。再多的钱，事业再好，没有家庭还有什么用？红了又怎么样？红得发紫发光又怎么样？”在最负盛



6 做淑女才有竞争力

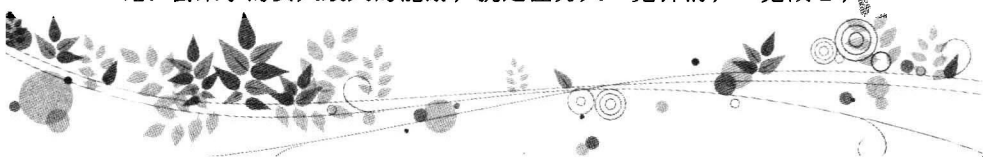
名时，她选择了待在家中照顾孩子，偶尔有时间才出来过过瘾。即便这样，由她所主演的作品都创下了超高的收视率以及良好的口碑。

这两位“一辈子的淑女”，以她们永恒的温婉如玉，战胜一切千娇百媚，穿越了年轮的考验，成为人们心中永恒的迷恋。从她们身上，我们看到了淑女的巨大力量。

淑女是这个浮躁时代男人心底的一股清泉，一抹清凉，一份安稳，一个永久的期待。淑女的温柔、忍耐、自律、奉献，淑女的含蓄、安静、不张扬，给人感觉很舒服、很恬静，在淑女的身边，会觉得心平气和。当男人孤独失意之时，淑女用细柔软语在耳边安慰；当男人无所适从之时，淑女会默默地关心；当男人得意忘形之时，淑女会在旁边柔声提醒……淑女满足男人对女性的一切幻想。

真正的淑女无论何时何地都能使人感受到美的愉悦、美的欣然，这是发自其心底的气质、修养，无可阻挡。实际上，职场上大家也是喜欢淑女的。她们有信仰，有涵养，有自己的判断标准，又有工作能力，这样的女人会很受尊重。她们很有竞争力。淑女在事业上和对手竞争，多半是顾及形象很体面地去竞争，让人感觉优雅而不具威胁性。

我有一个表哥，在政府机关做公务员，各方面条件都很优秀，却迟迟未结婚，当我问他千挑万选为哪般时，他的回答很坚决：“我在等一个淑女……因为我是一个传统男人，讲究浪漫，淑女更符合我的要求。娶淑女既面子上有光，在外面还能给自己撑场面。最重要的是，淑女让人放心。我认为女人贤淑就和男人有责任心一样，这是妻子的一项必备美德。”“你太保守了吧？这样的女人岂不是闷。”当时我意识中“淑女”的概念还很狭隘。“怎么会闷呢？会来事的女人最大的能耐，就是让男人一见钟情，一见倾心，



再见丢魂。在烟视媚行、调情说笑的同时，大大方方地袒露自己的欲望和兴风作浪的本事，肆无忌惮地自然表达，散发一股让人目不转睛的女性魅力。选择这样的女子是需要勇气的。”原来如此！

随着时代的变迁，人们对淑女内在品质的要求，也有了一定的变化。现代的“淑女”不完全等同于我国古代所说的“淑女”，也和西方的“淑女”范畴有所区别。

当今的女性研究者们一直提倡建构一种新型的女性文化。但是女性文化的真正意义不在于让女性的思维方式、行为方式变成男性的，而是在一个充满了出人头地的竞争和冲突的男性世界中，追求个体灵魂的高雅、独特和内在性，使之成为能让所有女性养心、养身的优秀文化。女人的强力，不是要向男性看齐，不是要取代男性，不是要去抗衡男性，而是要将女性的优势发挥到极致。女人可以无限强大，但是女人味不能丢。

做女人中的女人——淑女，既是性别的彰显，更是一种吸引力和竞争力。淑女，永远不会过时。而我们今天所要提倡的淑女，不再是男人心目中的标准女人，而是女人自己心目中的理想女人。现代淑女当是女人中的女人，在她的身上，闪烁着女人的最大化特质，她给人的整体印象，应该是贤惠，温柔，优雅，善良，同时具备现代独立精神、自强意识，有良好的社交能力和事业心。

今天，我们做淑女，不是为了去讨好男人，而是为了做更好的自己，凸显自己生为女性的价值和意义，成为一个强有力的现代竞争个体。做最好的女人，做有竞争力的女人，做自强、自立、自尊、自爱的女人，活得更主流，更自由，更有魅力，更有价值感，这就是回归淑女的现代宗旨。

