

张晓梅

著

新修炼魅力女人集

品位绝佳卷

最不可替代的女性魅力修炼经典



江苏出版社

图书在版编目(CIP)数据

新修炼魅力女人全集. 品位绝佳卷 / 张晓梅著. --桂林: 漓江出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5407-4989-7

I. ①新… II. ①张… III. ①女性 - 修养 - 通俗读物 IV. ①B825-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第246185号

新修炼魅力女人全集. 品位绝佳卷

作 者: 张晓梅

策划统筹: 符红霞

责任编辑: 王欣宇

责任监印: 唐慧群

出 版 人: 李朝晖

出版发行: 漓江出版社

社 址: 广西桂林市南环路22号

邮 编: 541002

发行电话: 0773-2583322 010-85893190

传 真: 0773-2582200 010-85800274

邮购热线: 0773-2583322

电子信箱: ljcs@163.com

<http://www.Lijiang-pub.com>

印 制: 北京鹏润伟业印刷有限公司

开 本: 850×1310 1/32 印 张: 6.25 字 数: 120千字

版 次: 2011年1月第1版 印 次: 2011年1月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5407-4989-7

定 价: 25.00元

漓江版图书: 版权所有·侵权必究

漓江版图书: 如有印装质量问题, 可随时与工厂调换



阅美文化

“幸福女人关键词”

□宁静 □丰富 □独立 □光彩照人



阅美文化 光影照人 图书推介



我爱时尚

[韩]金性逸 朴太轮 / 著
2011年1月出版
定价：38.00元



衣服会说话

梁 艳 / 著
2011年1月出版
定价：35.00元



围所欲围

李 昀 / 著
2011年1月出版
定价：30.00元



选对色彩穿对衣
新版

王 静 / 著
2011年1月出版
定价：30.00元

阅读让生活更美好

新修炼魅力女人集

品位绝佳卷

张晓梅 著

漓江出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.eritongbook.com



目 录

第一章 服饰

- 什么左右你的穿着 / 008
- 逛得“精”的女人最时尚 / 012
- 奢侈品背后的CPW公式 / 015
- 简约款等于优雅混搭 / 019
- 智慧女人“跨界”穿衣 / 022
- 用色，穿衣的升级第一步 / 025
- AraFour**，女人无龄着装态度 / 029
- 别致穿着，俏丽升级女人味 / 033
- 红衣女人更迷人 / 036
- 职业装的正面造型 / 040
- 白衬衫与晋级必备 / 043
- 新熟女“敢动”穿衣关键词 / 046
- 穿长裤的“希拉里大女人” / 049
- 小黑裙的风格指向标 / 052
- 订制的人性积极力量 / 055

第二章 饰品

- 饰品点缀出视觉中心 / 060
- 如何成为饰品“富人” / 063

像抹香水那样戴首饰	/ 066
“半米美人”与“两米尤物”	/ 069
太阳眼镜减龄装饰品	/ 072
成功女人和10只表	/ 076
别做“制服式”丝巾女人	/ 079
颈纹出现前的围巾攻略	/ 082
配合帽子的东方发型美	/ 085
腰带决定的时尚度	/ 088
“包”在女人身外的家	/ 091
“无负担”的乐活口袋	/ 094
预算“包”的细节能力?	/ 097
性感丝袜的大腿妆容	/ 100
用挑男人的眼光选好鞋	/ 103

第三章 品牌

品位决定女人的圈子	/ 108
好品牌养出好品位	/ 111
跃升品位的强效单品	/ 114
顶级品牌的“富二代”	/ 119
设计师品牌的独立精神	/ 122

无可替代的皮具尚品	/ 125
女人格调和手腕腕表	/ 129
对话护肤品的平价与奢侈	/ 133
小众护肤品升级的时尚度	/ 137
要专业还是生活彩妆	/ 141
不容错过的经典婚戒	/ 146

第四章 性感

中国式性感	/ 152
女人的身体就是一幅性感地图	/ 155
烙上专属性感标签	/ 158
外表为性感指数加分	/ 161
态度决定你的性感度	/ 164
肢体间流动的性感之魅	/ 167
声音中蕴含的性感魔咒	/ 170
散发性感女人香	/ 173
展露你的居家性感	/ 176
高跟鞋，性感的利器	/ 179
职场女性要专业也要性感	/ 182
舞出性感女人味	/ 185

发丝上流淌的性感	/ 188
指尖上滑动的性感	/ 191
红唇上的性感诱惑	/ 194
水润肌肤显性感	/ 197



第一章

服饰

什么左右你的穿着

审美是一种能力，当你伸出手取下衣架上的衣物时，当你付了款把衣物变为己有穿在身上时，是什么在左右你的选择？答案是审美能力。>>>>

美国的总统礼仪顾问威廉·索尔比这样说过，当你走进某个房间，即使房间里的人并不认识你，但从你的服饰外表他们可以做出以下八个方面的推断：经济状况、受教育程度、可信任程度、社会地位、成熟度、教养背景、是否成功人士以及品行等。

这让我想起北大曾做过的一项调查研究：当询问人们购买服装的动机是为了“跟时尚、符合身份还是日常穿戴”时，回答“跟时尚”的有34.2%，回答“符合身份”的是29.0%。这表明，人们对服装的符号价值的消费倾向已经超过60%。

服饰常常覆盖了接近90%的身体面积，往往，当我们还没有看清或观察到对方的容貌，来不及揣测对方的心理状态时，大面积的服饰已经给出了重要的提示。我们生活在一个匆匆而过的“Fast Fashion”中，无论你喜欢与否，在社交中起决定作用的是你留给他人的第一印象。你的信誉感，以及你终生在他人心中所处的位置，往往都是通过最初的印象建立起来的，并很难有所改观。相信我，这绝不是夸大其词。

现代快节奏的生活中，人们很难对初次交往时没有兴趣的人再进行第二次、第三次和长期交往，这种超乎个人能力的潜在力量影响着人的未来。今天，我们处在越来越强调个性、平等、自由的社会中，服饰更具有强烈的社会属性和文化属性，明显地成为社会符号，还以它特有的审美功能创造了形形色色、风格各异

的人群和阶层。

在长年从事美容传媒工作中，我发现不少中国女性在印象管理方面的知识是很缺乏的，有的甚至几乎为零。这话听起来有些刺耳，但是客观事实的确如此。大多数的人穿着服装仅仅是为了美、为了漂亮，穿什么衣服大多凭直觉和个人的喜好，不去学习究竟怎样运用好服饰。

在这一点上欧美人的普遍素质要好很多。记得有一次在法国巴黎的老佛爷购物中心，在两件非常漂亮的外套面前我徘徊了很久。这两件外套款式相同色彩不同，一件是黑色，一件是新颖的橄榄绿加棕色的复合色，站在一旁的售货小姐看出了我的犹豫，她对我说：“黑色容易搭配；而这种颜色是今年的流行新色，很时尚，也很适合你的气质与个性，但搭配起来有局限。就看你如何选择。”而她仅仅是一个普通的商场售货员。

服饰是人的品位、感情、心态、个性等等集中的物化表现，服饰也是一门艺术，像学习其他艺术一样，同样需要了解基本常识和正确地实践运用。

有些女人之所以出众和迷人，除了修养和气质之外，她们对时尚流行的敏感度，对服饰修饰的控制力也似乎有着独特的驾驭能力。其实，主导这种驾驭力的最重要因素是个性，服饰是思想和个性的形象表达。无论流行什么风格，这些女人都能用自己的思想和个性主导自我的表达风格，她们最擅长的是扬长避短，能够选择出烘托自己体型、气质的服饰和装束。有个性的女人是有个性精神的，她们喜欢表达个性，也喜欢不断地尝试创新，喜欢和别人不一样的感觉。久而久之，越来越富有个性的创造性，反而越来越产生独特的韵味和气质。个性是品位女人的内涵，是魅力女人的一种精神，是你鲜活的社会符号。

有句老话说：“不怕手低，就怕眼低。”你能不能驾驭好服饰，关键在于你的审美能力。

我在各地的巡回讲座中常举这样一个例子：假设让现场的数百人去某个商场购买服饰，如果给她们同样多的可以买到全套服装、

鞋袜、手袋和饰品的钱，结果会是什么呢？会有三种：第一种是，买好穿上，明显提高了个人的形象，有美感，甚至让人眼前一亮；第二种是，感觉平平，既不好也没什么不好；第三种是，感觉不好，甚至很差，降低了形象和品位。

同样的钱却买来了截然不同的效果，问题到底出在哪里？当然跟购买者的审美眼光分不开。审美是一种能力，当你伸出手取下衣架上的衣物时，当你付了款把衣物变为已有穿在身上时，是什么在左右你的选择？答案是审美能力。

不要忽视服饰的隐语作用。你每天每一个场合穿的服饰，不仅表现美或不美，还无形中发出许多信号，代表了你的审美水准。没有人愿意失去应有的认同和尊重，如果你不想被评价为是个没有品位和修养的人，首先得提高修养，提高审美能力。

在人们一般的认识中，只有高学历有文化的人才具有良好的审美能力，似乎只有这样的人才有掌握服饰艺术的能力？其实不然。事实证明，对于服饰审美品位而言，良好的修养和教育是必要的，但也是可以不断提升的。

每一位女性都可以通过努力大幅度地提高审美能力，让自己的外表更和谐。提高审美能力是持续性的，一方面要通过学习、读书、结识有学识的人。另一方面，可以通过学习一些规律性的着装常识，在短期内提高，比如以下这些规律和常识：

- ⊙ 色彩的重要性远远大于款式和面料；
- ⊙ 视觉平衡能带给别人更好的感受；
- ⊙ 单色穿着是最为简单易行的法则；
- ⊙ 两种颜色搭配时应避免1：1的比例关系；
- ⊙ 垂直线条塑造你修长的身段；
- ⊙ 依场合着装，时时处处显魅力；
- ⊙ 善用饰品，增添光彩；
- ⊙ 注重服饰细节，突显不凡品位；
- ⊙ 营造视觉中心能让着装更加出彩。

女性着装的魅力各具风采、各有特色。其实提升审美力，远远

不能用以上几条简单的原则概括。我在这里只是给大家一点提示，这些有价值的常识和原则是着装的精华，是许多有水准和有经验的大师研究和摸索出来的，你要学会掌握并针对自己的实际情况进行试用，对快速提高审美力是很有帮助的。

逛得“精”的女人最时尚

逛街是女人成长过程中的必修课，它绝不是简单的“血拼”。真正聪慧的女人，懂得在刷卡买单前，先为自己列出一个完美的采买计划，只有逛得“精”，才能时刻穿出女人最动人的那一面。>>>>>

服饰是表达女性魅力的一种无声语言，这种语言不会从天而降，也不会由地而生，是需要你从逛街和购买中学会的。市场研究公司AC.尼尔森(AC Nielsen)的一项网上调查，访问了全球42个市场的2.2万名互联网用户，其中74%的受访者承认，他们即使没有购物的需要也会逛街，视逛街为娱乐。而以时尚著称的美国人，有68%的受访者自称在没有购物需要的情况下也会逛街。

我是力求每月都要逛街的，有时是想逛，有时是强迫自己去逛，不想逛的时候，我就对自己说：“别懒惰，去新鲜新鲜。”于是，虽然步子沉了点，还是力求跟上时尚的气息。如果去国外，纽约的曼哈顿、巴黎的香榭丽舍大道、东京的银座都是我首选去逛的地方。

我会把女人热爱逛街的指数看作女性魅力的一个辅助指数，虽然这个指数并不一定准确，但是没有找寻和购买热情的女人，魅力指数能不大折扣吗？女人要热爱逛街，要持续培养和保持对Shopping的热度和感情。我还建议你逛常去的地方归为两个大类。一类是超出你消费能力的高档商场，这类商场能帮助你提升品位，感受到更充分的时尚气息，刺激你提升魅力的激情和进取心。另一大类是符合你消费能力的地方。

“Shop Smart”是现代女性消费心理成熟的一种标志，这里所

说的“Shop Smart”就是指通过逛街购衣，让你自己的穿着品位美丽时尚且卓尔不群。要做到这一点，我认为例出一张购买清单是必不可少的，这张清单需要将购买的服饰分类，并有比例划分。这样解释也许你很难明白，下面就以我自己为例进行采买分析，列份清单做详细说明：

办公基本款——占总采买比例的50%

我从事的是时尚媒体工作，又有一些社会职务，日常办公室工作和社交活动几乎各占50%。因此，我的服饰中，外出职业装和公务礼服所占的比例较大，大约在50%以上。这类服饰，通常款式简洁。稍正式的款式如衬衫、西装，在色彩上我会以黑色、红色和白色为主；而诸如T恤和背心这些用于里面搭配的款式，色彩则比较变化多样。因为穿着这类服装时需要与人近距离接触，所以，品质要求也较高。这类服装是“一件多搭配”的日常品，也许它们单看并不出挑，可也不被潮流所限制。我通常考虑购买的单品包括西装、吊带背心、T恤、长裤及衬衫。虽然它们的单价偏高，但因为是常常穿着的，所以，平均消费价值会较低，即使“血拼”了也不会心痛。

这类衣服一定得多，这是我10年前从美国人那儿得来并一直奉行的经验。大多数美国白领人士的服饰数量都很多，一个中等消费水平的女人，有100余件基本款服装是很平常的。

特定场合经典款——占总采买比例的20%

为了得体地出席各种晚会和宴会，你还必须有一定比例的晚礼服，大约占10%。这类服饰个性化和装饰化要求较高，要力求在人群中突出独有的气质和风韵，除了服装主体外，特别要重视配饰的组合和搭配。像是Chanel和YSL的小黑裙，都是女性朋友在参加鸡尾酒会或是宣传活动时可以选择穿着的单品。如果不喜欢太过深沉的黑色，可以留意红色、粉色、蓝色等代表活力的缤纷色系。

另外，我由于时常需要接受电视报刊等媒体的采访，要考虑哪些衣服适宜出境而又不会反复重复，这就大约需要10%的比例，并要