

随书附赠价值近2万元的
《小私优惠券》，
适用于全国各大品牌店！

撞衫、撞包、撞色、撞鞋，你撞够了没？
一本“小资”到“小私”的变身“指南”
一部关于“私家定制”的百科全书式的“宝典”
一张挖掘个性定制生活的“藏宝图”
从今天开始让自己独一无二！

小私生活

ACIA定制行业联盟创始人

还在做
“小私”才是你的选择！

2013年冯小刚电影
《私人定制》必备手册！

“小私”不“小资”，人人可“小私”！
“私家定制”决不是有钱人的专属！

*Xiǎosī
Shēnghuó*

“小资”时代渐行渐远 “小私”生活空降来袭！



化学工业出版社



ACIA定制行业联盟创始人 华艺尚品 张宇虹◎主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

适合自己的，才是最好的。一件再漂亮的衣服，如果不合身，也不会穿出惊艳的效果。生活也是如此，每个人都有自己对生活不同的看法与期待，如果生活可以定制，听自己安排，那么，小资时代也能过得很“小私”。

出门前，有私人造型师为你设计打造形象；用餐时，有私人营养师推荐合理的膳食搭配；下午茶时，私人理财师会告诉你最近的理财收益；下班后，有私人健身教练指导健身；晚饭时，和友人在私人会所享受精致的晚餐；如果生病了，私人医生会提供上门治疗；遇到事务纠纷，就简单地说句“请跟我的律师联系”……想要享尽这全套的私人定制服务，未免有些奢侈，而做一个平凡的“小私”，也许只实现其中一项，生活就会变得大不一样。选择了私人定制服务，就选择了一种新的生活方式：从别人的身上得到自己需要的资源和技能，从而让自己从大众框架的束缚中解脱出来，成为自由身。这应该就是私人定制的魅力所在。

图书在版编目（CIP）数据

小私生活 / 张宇虹主编. —北京：化学工业出版社，2012.11
ISBN 978-7-122-15358-6

I. ①小… II. ①张… III. ①生活方式—通俗读物
IV. C913.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第222006号

责任编辑：王 津 李岩松
责任校对：王素芹

装帧设计：芒果设计

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号） 邮政编码100011
印 装：北京博海升彩色印刷有限公司
710mm×1000mm 1/16 印张12 $\frac{1}{2}$ 字数300千字 2013年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：58.00元

版权所有 违者必究

前言 · Preface · 说在前面

对于定制生活，现在很多人都有一個误区：认为定制是有錢人的專利，然而事实并非如此。就如一位热衷于“定制”的王小姐所讲：“虽然我目前还没有能力去定制高级跑车，但我的手链、自行车、T恤、牛仔裤可都是自己定制或参与设计而来的。”是否能拥有“定制生活”，早已不是仅靠貧富来衡量的，更重要的还是看你对品质与个性化的追求，取决于你对待生活的态度。

选择“定制”，就是选择一种生活方式。新居装修时不用研读家居设计理念，也无需为家装四处奔波，只需交给定制家居顾问，一切便能称心如意；假期打算出游，不想跟人群随波逐流，可由定制旅游顾问来帮您制订一份独一无二的出游计划，妥妥当当地安排出行；如果你们是一对新婚夫妇，试想一下，在床头用标有双方DNA序列的定制壁画来取代传统婚纱照会是多么新颖，又是多么生动的结合象征；待Baby（宝宝）出生以后，通过特别定制的“成长电影”记录下小天使满月、长第一颗牙齿、开始走路等美好的瞬间，为自己和孩子留下永恒；如果有些闲钱又不懂股票、基金、K线图，就签约私人理财顾问吧，可以轻松获得符合预期的收益回报……

定制的内涵在于“为个人量身打造”，提供 only for you（只为你）的专属服务。它是都市繁忙生活中饱含“小私”情调的生活情趣，是一种全新的生活态度，是朝九晚五之外的自我欣赏和肯定，是消费理念和生活状态的全新升级。

国内很多拥有远见卓识的商人、设计师、艺术家看到了定制的美好前景，并投身定制服务的大潮，他们用自己灵巧的双手、独特的创意、真诚的服务，营造出色彩斑斓、丰富多彩的定制世界。

ACIA（定制行业联盟）作为定制行业的服务者、定制生活的倡导者，一直致力于为所有积极热爱生活，对品质生活有着独到见解，对自我心存个性追求的人们提供“定制服务向导”。也是基于这样的理念策划出了《小私生活》一书，以发生在主人公“瓦塔熙”

（日语“私（watashi）”的谐音）身边的事件为主线，从消费者角度出发，将五花八门、形式多样的定制服务进行系统地分类和精心编排，力争以图文并茂、高标准的方式尝试将原本零落分散的定制服务信息整合在一起，便于广大小私一族阅读查找，成为人们开启个性化定制生活的最佳工具和向导。

希望通过我们的努力可以为读者朋友们奉上一本从“小资”到“小私”的变身指南，一本具有参考价值的“定制宝典”，一张挖掘个性定制生活的“藏宝图”。鼓励更多朋友借助定制之手勇敢展现自我，积极享受生活，并最终成为名副其实的“私享家”。

同时，我们也真诚期待所有加入 ACIA 并被挖掘和推荐且奋斗在中国定制行业一线的品牌，能够携起手来共创中国定制行业的辉煌未来，早日将祖国头顶“奢侈品第一消费大国”的帽子换成“定制品牌第一原创大国”，向世界证明中国人不只会大把花钱去买外国货，还有属于我们自己的原创精品。

虽然在本书策划和创作过程中工作人员进行了大量的调研、搜集、采写和协调工作，但由于篇幅有限，所以还有很多优秀的定制品牌未能收录其中。也由于经验和时间关系未能尽善尽美，书中不可避免地会存在不足。敬请广大小私及读者朋友们见谅，并真诚希望聆听您的宝贵意见与建议。

张宇虹

（ACIA 定制行业联盟创始人）

2012.05 北京

我叫瓦塔熙，大家都喜欢叫我“小私”，是一个日本朋友起的，后来大家就都这么称呼我。因为“瓦塔熙”的发音在日语里是“わたし (watashi)”，写作“私”“我”的意思。呵呵，这可不是崇洋媚外，纯属意外。

我长得不错也不瘦，不高也不矮，属于标准版本，没有老到只剩钱的份儿上，但也沒年轻到只有嫩的程度。有一点儿自信，有一点儿张狂，有一点儿叛逆，有一点儿忧伤。有一份体面的工作，一份衣食无忧的收入，一对唠唠叨叨的父母，上帝对我如此眷顾，连我自己都觉得不太好意思。我爱读书、爱电影、爱旅游、爱时尚、爱购物、爱睡觉，没事喜欢搞点小资小调，找个有沙发和阳光的咖啡馆看半天小说，做一回时尚文艺女青年，当然也时常幻想有个彬彬有礼的绅士过来问：“打扰一下，请问我可以借您的手机用一下吗？”

对于理想生活的追求，我一刻都没有停下脚步。非常喜欢自己的昵称——小私，不是自私，也不是唯我独尊，我认为它代表一种注重自我感受的特立独行的生活方式。我不会看重菜单上的价格，如果合口味，10块钱的盒饭也能吃得津津有味；我不会注重衣服的品牌，哪怕是奶奶传给我的丝巾，也能搭配出自己的时尚。我要寻找的是：最适合我的，我最适合的，只属于我的。

这种生活，不需要多么富有，只需要有勇气、有自信、有创意、有对自我的充分认识就能够拥有。求和我一起开启一段全新的“小私”旅程吧！

个人介绍

姓名：瓦塔熙 昵称：小私 性别：女 年龄：保密
身高：165cm 体重：保密 家庭成员：父母 小妹

出场人物

最佳女主角：



小私 跟我一起去寻找最真实、最个性、最时尚的自己吧！

友情出演：



小妹 咱可是私享一族，跟我走准没错！

闺蜜 还在犹豫什么？追求自我的道路上有我相伴，赶快出发吧！

妈妈 50岁的人，18岁的心，我可是时代前沿的魅力女性。

IT男 我是IT界的型男，型男界的技术员。



► 小私人学测验

1. 年龄在 20~45 岁之间，受过良好的教育，认同活在当下、追求品质生活的观点；
2. 有份相对体面的工作和稳定的收入，消费上不算拮据，也不盲目奢侈；
3. 拥有一个或更多 1000 元以上的包包；
4. 至少拥有一件自认为是独一无二的单品（服装、饰品、用品、藏品等皆可）；
5. 爱 SHOPPING（购物），但能打动自己的未必是名牌，风格才是重点！抗拒“千人一面”，拒绝“撞衫”，Never（绝不）！
6. 香奈尔 5 号再迷人，还是希望能拥有属于自己的味道；
7. 每天洗澡，不是晚上而是早上；
8. 喜欢裸睡，偶尔失眠时会在阳台上看看月亮吹吹风；
9. 有一两个小癖好，比如收集瓶子或火柴盒；
10. 常去电影院看电影，也是小剧场的常客；
11. 有阅读习惯，钟爱在一个阳光明媚的下午或阴雨缠绵的雨天拿本小说坐在阳台靠椅上翻阅或在咖啡吧细读；
12. 安静、善良，有一颗童稚之心，内心深处有着孩童的好奇、天真与点点热情；
13. 爱地球，爱环保，爱公益；
14. 酷爱旅行，但不会是所有的地方；
15. 去过健身房，接受过私人健身教练的专业指导，感觉还不错；
16. 嚷嚷过减肥，做过或长或短的努力，比如节食、食素、针灸、拔罐……
17. 打理发会倾向选择固定的理发师；
18. 痛恨去医院排队挂号，头疼脑热搜百度，食谱疗程用百科……想照顾好自己和家人的身板儿，希望天上能掉下个好顾问；
19. 已经或渴望自己能酷酷说一次“有事情和我律师去说”；
20. 体验过或希望体验一次以下服务：私人心理顾问、私人医生、私人体重管理师、私人助理、私人保姆、私人形象顾问、私人旅行顾问、私人理财顾问……

► 分析：

A：10 项以上 种种迹象表明，你已步入小私家族的门槛。你注重格调和自身生存方式：工作，不是为赚钱；唱歌，不管是否有人听。面对现实，也沉溺在自我的世界，喜欢他人称赞，但不至于左右自己的认知与行为。只要自己喜欢，会不计代价、不计成本，常常被人不解和误会，而这恰恰就成为小私情调的代名词，彰显属于自己格调气息！

B：5 项—9 项 恭喜你成为准小私。你的生活，比起纯小私多了点理性和觉醒，也多了点对现实的妥协。你的小私情怀是酒足饭饱后的点点谈资，是闲来无事的短暂消遣，是巧遇心仪物品时的冲动消费。但这些隐隐若现的迹象足以让人看到你真正的内在——小私。

C：4 项以内 啥也不说了，快翻开本书认真研读吧！你虽不盲从，但也不主导。你可以吸收小私享受生活的情调，也同样深受大众生活的影响，因此你的生活难免有诸多矛盾。你也许会突然意兴大发地高谈阔论一番对生活的种种畅想，同时你也会对某些意识流的东西表现得茫然和不屑。因此，如果你想有些改变，立刻翻看本书会是明智之选！



· 我是小私

小私入学测验

001 { 扫盲篇 } 小私初体验

002 第一章 小妹归国，别号“私享家”

- 002 · 定制？听说过 没做过
- 004 · 定制，其实并不遥远
- 006 · 小私中流传的定制传奇

012 第二章 怕撞衫？让定制处理一切

- 013 · 顶级定制的前世今生
- 016 · 走起来，女装独立设计师
- 021 · 一件定制美服的诞生

024 第三章 小私的珠宝之恋

- 025 · 走进顶级珠宝的炫目世界
- 029 · 小私搜城记之京城寻宝
- 033 · 小私搜城记之鉴宝密招

036 第四章 老友来访，吃饭让我犯了难

- 037 · 小私必吃十大饕餮圣地
- 042 · 种自己的菜，让别人吃去吧
- 046 · 小私的另类饮食法



CONTENTS

目录

{ 粉丝篇 } 小私新生活

051

第五章 以时间换空间 假期逃离 去旅行 052

- 新派旅行 出游可以很新鲜 · 053
- 随心而行 定制我的私人旅程 · 055
- 完美旅程 始于“定制” · 060
- 减压必去 小私休闲驿站 · 064

第六章 闺蜜结婚 我当伴娘 068

- 婚纱礼服定制宝典 · 070
- 婚礼定制专家支招“小私”婚礼 · 073
- 让人瞠目结舌的另类婚礼 · 075
- 定制二人世界 小私独享蜜月秘境 · 078

第七章 “定制”男朋友 082

- 百搭型男 从定制开始 · 082
- 女靠化妆 男靠衣装 · 084
- 一双皮鞋引发的约会 · 089
- 手机中的绝不“撞机” · 092
- 给 TA 我的专属标签 · 097

第八章 气质修行 我家小私初长成 101

- 造型定制 揭秘小私“变身术” · 101
- 我不想成为花瓶 · 104
- 我的“私塾”时光 · 109
- 那些绝对“私念”的经典 · 114
- 粉墨登场 大“话”舞台 · 117



122 第九章 私享家晋级之旅

- 123 · 品酒 & 酒品
- 126 · 心情的邂逅 私咖啡
- 130 · 吸的不是雪茄是姿态
- 132 · 私享丽人的运动秘笈

136 第十章 工作狂上司住院了

- 137 · 如何合理定制健康计划
- 139 · “粉私”小病不求人
- 141 · 私人营养师：定制健康人生
- 144 · 私家汤补：健康喝出来

148 第十一章 座驾的气质学说

- 149 · 小私的座驾情缘
- 156 · 小私的座驾“变身术”
- 160 · “两个”轮子上的“私”生活

164 第十二章 你不理财，财不理你

- 165 · 人人都需要理财师
- 168 · 理财能力小测试
- 170 · 小私的理财方案
- 174 · 小私的理财妙招

176 第十三章 玩转 PARTY

- 176 · 究竟什么是派对
- 178 · 派对策划师 万能的“哆啦 A 梦”
- 181 · 派对圣地 小私的秘密基地

184 型格魔方

186 私享家的私享宣言

188 小私结业测试

189 懒人账本



{ 扫盲篇 }

小私初体验

Early Experience

🔍小私初体验①



第一章 小妹归国，别号“私享家”

一大清早，我的心就扑通扑通地狂跳，不是要面试、也不是要相亲，而是要去机场接我那从法国学成而归的小妹，真是想死这个臭丫头了！

远远地就看见一个时髦的摩登女郎伸长了胳膊冲我狂招手，“小妹吗？”心中疑惑，“真的是她！”刚刚反应过来，小妹已经走到我眼前，热情地给了我一个熊抱，“China！我回来啦！姐姐，我回来啦！”

法国的
高级定制时装，
人们把它叫做
Haute Couture

What?
定制？
听说过 没做过
Customize

回家的路上，小妹一直兴致勃勃地打量着沿途的风景，我却一路打量着小妹。

“中国变化真大啊！哦，不对，应该是祖国变化真大啊！哈哈。”小妹一脸狡黠。

“你的变化也很大嘛，一个不修边幅的宅女，没想到现在这么有格调。”

我的话貌似正中小妹下怀。

“才看出来啊！看我这一身，别说在国内，就算是全球你也不可能找到一模一样的，不可能找到比这再合身的衣服，这可都是定制的。定制，你知道吗？”

“定制谁不知道啊，找个裁缝做身衣服不就是定制，这个连咱奶奶都知道！”我不屑地回敬她。

“姐，此定制非彼定制，听我慢慢道来！”

你

听说过这个故事吗？英国首相温斯顿·丘吉尔的兒子健忘成性，这位爱子心切的老爸便为儿子定制了一款卡地亚纯金烟盒，盒面上采用的是回邮信封的构思设计，并附有珐琅材质的邮印章，这样即使烟盒丢失也能物归原主。

美国第三任总统托马斯·杰斐逊在法国拉菲堡酒庄定制了一瓶葡萄酒，还在瓶身上刻上了自己的姓名缩写，这瓶酒便成为只为杰斐逊而存在的专属，也是世界上第一瓶定制酒。

据说，大卫·贝克汉姆在其大儿子布鲁克林9个月大的时候为他定制了一辆双座柴油迷你法拉利，这辆车可是五脏俱全、货真价实的超级跑车，甚至还设有专门放置玩具的空间，当然价格也不菲。

再看看格莱美颁奖典礼上，布鲁诺·马尔斯、克里斯·布朗等巨星耳部星光闪闪的耳机都是“量耳打造”的定制款。

为什么大家都这么热衷于定制？因为定制是融入消费者个性化需求的高品质服务，将每一个消费者当做极限细分市场，提供差异化、个性化的服务，消费者的需求能通过定制得到最大限度的满足。

“定制”一词，原本产生于法国的高级定制时装，它还有一个专门的用语——Haute Couture，这里的定制，不是像裁缝一样的手工作坊式的生产方式，而是以顾客为导向的营销理念与现代科技的结合。举个简单的例子，日本松下公司的自行车定制工厂通过零售商店里的订单处理系统，便可以与顾客直接联系，收集顾客对车型、款式、颜色、尺寸等的需求并传送到工厂。这些数据被输入电脑，电脑能在3分钟之内将自行车蓝图描绘出来，需要手工操作的时间仅1/60。该工厂提供199种颜色，18种型号供顾客自由组合，一共有11 231 862种选择，自行车的尺寸也能任意改变。这些都是小作坊式的定制所不能企及的。

定制消费在欧美国家已经拥有悠久的发展历史，被人们广泛接受，并已形成成熟、稳定的供需链条。如今，随着定制的范围逐渐丰富，除了人们较为熟悉的定制服装、礼品之外，定制蔬果、定制旅行、定制爱情电影甚至定制婚姻、定制Baby等全新概念的产品和服务也都浮出水面。



♥♥♥♥

据说，贝克汉姆在其大儿子布鲁克林9个月大的时候为他定制了一辆双座柴油迷你法拉利。

“定制”的出现是人们经济水平提升和科技快速发展的必然产物，也是人们自我意识觉醒的必然需求。通过定制，不仅能解决人们生活中常见的“撞衫的尴尬”“不合胃口”等苦恼，还能使消费更具有专属意义：如此量身，甚至量肤、量耳的精密打造，除了做到令人瞩目的合适，还可以镌刻自己的名字、头像、DNA图谱。最重要的是，定制使我们的生活更有质素、更有格调，融入自己见解、理念的定制作品才能真切地诠释出主人的个性与品位。



听了小妹的一番介绍，我不禁感叹：“你还真是定制行家啊！”

“所以啊，我有一个别称‘私享家’。”小妹骄傲地说。

“思想家？恩，你确实挺有思想的，没白留学。”

“不是那个思想！”小妹满脸画着鄙视。

我赶紧改口说：“哦，对不起，是思念、想念家乡啊。”

“不是！是私人的私、享受的享，私享家。”



Q 小私初体验 ①



Customize 定制， 其实并不遥远 IT'S NOT FAR AWAY

我最爱星期六的早晨，天朗气清，惠风和畅，阳光与窗帘藏着猫猫，在屋里投下点点光斑。我紧紧地蜷缩在温暖的被窝里，忘我地酣睡，释放积攒了一周的疲惫。

“咣当”一声，小妹推开房门，惊了我的美梦。

“快起，懒猪，我带你去享受生活。”

我一把用被子蒙住了头，哼唧道：“不，这样最享受，不，不去。”

“我和开服装定制店的同学约好了，我去定制衣服喽，平时可是很难约到的！”

“拜拜！”小妹装模作样地转身向外走。

“定制！我去！”瞌睡虫一下飞到了九霄云外，但一转念，我又胆怯了，“还是不去了吧，定制不是我们这种小老百姓能消费得起的，我，我，还是不去了吧……”

“姐姐，你想多了，定制没有那么遥不可及。”



提到定制，人们总是联想到 Hermès（爱马仕）、PRADA（普拉达）、Dior（迪奥），还有动辄以千万计的豪车名宅。

提到定制，人们总是联想到 Hermès、PRADA、Dior，还有动辄以千万计的豪车名宅。的确，纵观高级定制的发展史，定制一向是皇权贵族、富甲名流专享的特权，任意走进一家法国萨维尔街的服装店，你都能听到店员绘声绘色地讲述为某位王子、某位明星、某位富豪制作服装的趣闻。也因此，定制被打上了“顶级”“御用”“天价”的标签，仿佛是与一般人无缘的奢华。

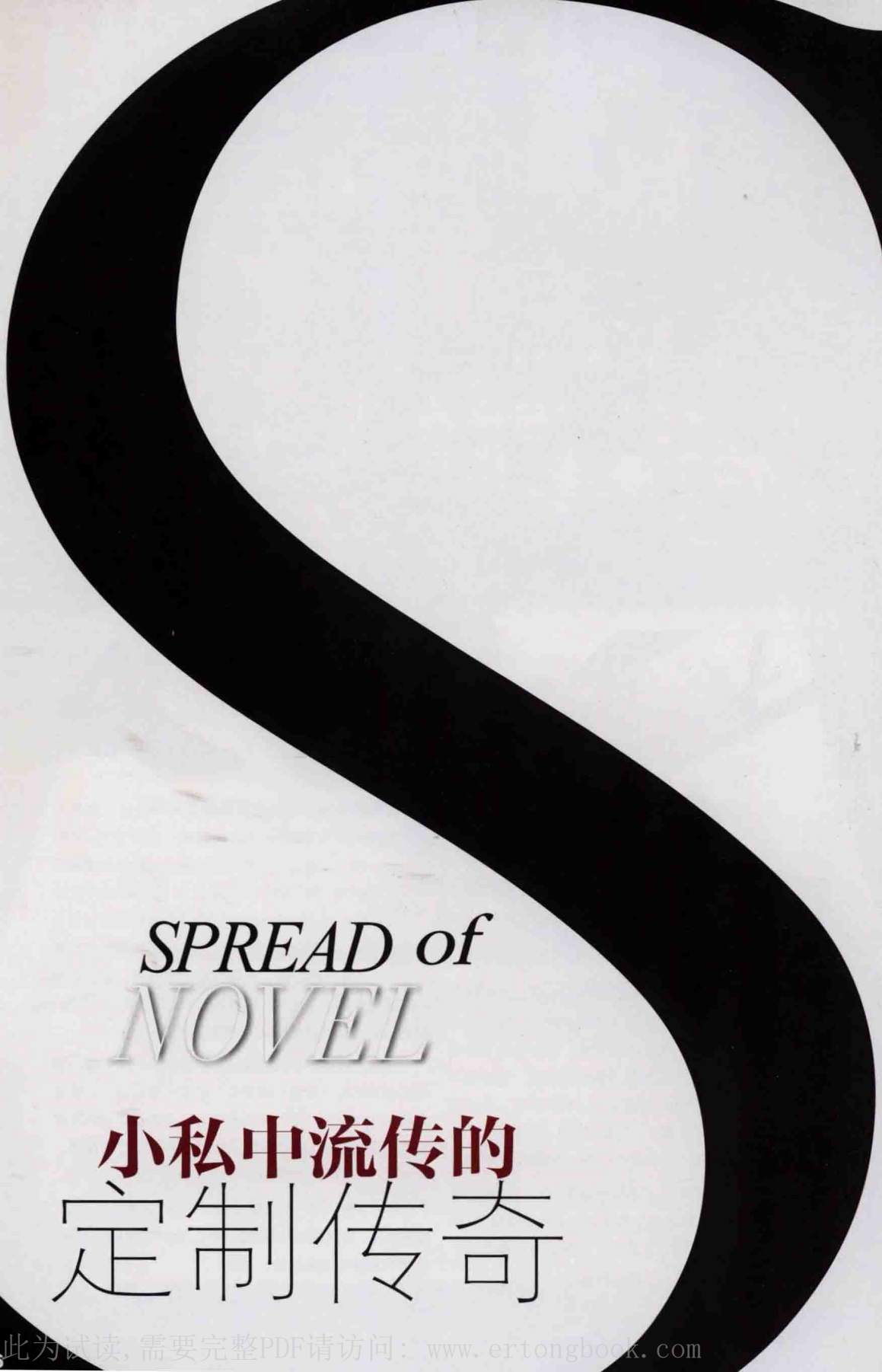
“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，随着个性化消费时代的来临，如今很多高级定制品牌也选择了“低调奢侈”之路，向人数众多的中产阶层俯首；相应地，定制服务也渐渐被普通人了解和接受。

在欧美国家，定制已经演变成一种普通人触手可及、轻松随意的消费形式。在我国，尤其是近 10 年来，也涌现出大量提供高端定制服务的服装设计师，他们或者成长于本土，熟悉中国传统工艺；或者从国外学成归来，带来异域的时尚讯息；与服装休戚相关的珠宝、服饰也随之掀开了羞涩的面纱，从保险箱走进橱窗；还有很多具有远见卓识的艺术家、摄影师、商人等看到了“定制”服务的潜在市场，纷纷加入到定制行列。

定制可以是一个印刻自己名字的 Hermès 手袋、请建筑师特别设计建造一栋豪宅、购买一架以自己名字命名的私人飞机，也可以是让美甲师为自己设计一款漂亮的指甲图案、去农村选择一块土地播种爱吃的蔬菜、或者选择不同颜色的部件自己搭配一辆自行车……

享受定制，不一定要腰缠万贯，但一定要懂得欣赏、懂得生活，有接受新鲜事物的勇气，有对美的独到见解，有颗不愿落俗的跳动的心。





*SPREAD of
NOVEL*

**小私中流传的
定制传奇**