



[美]著名女性形象设计师：贝蒂·斯迪芬 (Beatty H Stefan) 著



谁是最美的女人

标准东方女性手册

光明日报出版社出版

B834.3

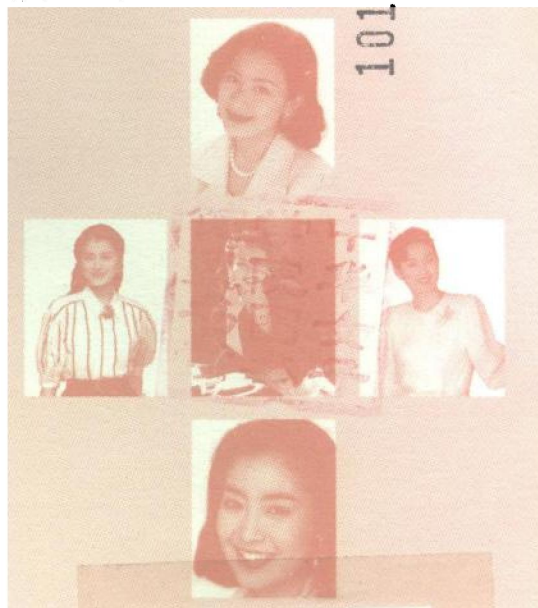
9

谁是最美的女人

原著：贝蒂·斯迪芬〔美〕

翻译：蔡玄辉

101661



女子学院 0108148

光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

谁是最美的女人:标准东方女性手册/(美)斯迪芬(Stefan, B. H.)著;蔡玄辉译. —北京:光明日报出版社, 2000. 1

ISBN 7-80145-239-9

I. 谁… II. ①斯…②蔡… III. 女性-生活-美学-通俗读物
IV. B834.3-49

…中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 00855 号

谁是最美的女人

——标准东方女性手册

著作者:[美]贝蒂·斯迪芬

翻 译:蔡玄辉

责任编辑:陈友政

封面设计: 

出版者:光明日报出版社

发行者:新华书店经销

印刷者:北京市通州运河印刷厂印刷

版 次:2000 年 1 月第 1 版

印 次:2000 年 1 月第 1 次印刷

开 本:850×1168 1/32 15 印张 320 千字

印 数:1~10000 册

ISBN 7-80145-239-9/G·133

定价:28.00 元

只讲给世界的女孩听

我们的办公室实际就设在里兹——卡尔顿饭店F座的办公区，可麦克尔在纽约时报的招聘广告上故意不把面考地点写得十分清楚。

今天，我们摩拉斯形象公司实际只招收4名形象小姐。条件很简单但年薪确非常诱人：

- A. 使客户过目不忘；
- B. 有教养(受过良好教育)；
- C. 字娟人秀(一门外语熟练)；

——只有三条，年薪却是9万美金。

于是，早晨8点，公司的会客大厅里就挤满了女孩：白人居多，有黑人，当然也有韩国和中国人。

选人工作只能在5月2日之前完成。我们准备将4名形象小姐派往如下分支机构：

- 国内的佐治亚州的梅肯分部；
- 法国的利康纳斯分部；
- 香港的查理大道分部；
- 南非的依罗菲尔渡分部。

目的只有一个：配合当地企划经理，做公司的外部形象工作。

我作为主考官，自然有自己的主见。我们不是在挑选模特，但这一挑选说白了就是：寻找具有世界性认同感

2026/33-2.6

的、良好素质的女孩。

可她们是什么样子？

——鬼才会提前知道。

面考结束了。我选中了5位，她们就是今天工作在：

佐治亚州梅肯的沙利文小姐

利康纳斯的凯瑟琳小姐

查理大道的朴顺玉小姐

依罗菲尔德的丽斯妮小姐

还有一位就是曾经工作在我身边的维拉小姐。

我常笃信“只有心妆才会超凡”这句对女性而言的格言。如今事实上，各公司在招募员工时，大多是以此为依据的，即使像我们这样的公司在招募形象小姐时也不例外。我们强调的是外部化妆的得体——恰到好处；我们重视的是心理素质的自我完善——这里包括女性为人处世的方方面面；我们还会悄悄地留意你的服装（服装的选择能够说明你的追求层次）；我们同样会注意你在言谈中的选词（这里能够体现你的教养）；我们会问一些你的爱情问题（这里包含了你的追求方向、力度、技巧）；我们还会问一些你感到意外的问题。

关键在于，你是要做一个标准的女孩吗？

“我失败在哪里？”

“我有良好的基础！为什么没有我一份？”

“我是‘96州际小姐的季军，可你们是什么标准？”

亲爱的，我过去不能告诉你——因为我在拿公司的薪水。现在我开始领养老金了。

我的前夫从加州打来电话说，让美国的女孩停止那

种浪费年龄的事情吧,快告诉她们——标准是什么!

《标准女性手册》也许是有伤旧情之作——世界著名的摩拉斯形象公司在过去的很多年里,为世界上的近百位总统夫人设计过形象,为世界上无数富贾的女人们做过外在个性建议书,为以上著名人士的子女专门工作过数万次。书中的标准均综合于对她们的设计服务。但是,摩拉斯形象公司根本没有公开这一标准的本意。在此一手册的引言中,我要向公司总裁安德鲁·尼奥夫先生、公司形象部主管约翰·戴克尔先生表示友善的歉意。

我所做的这一切,都是为了尽早、更多地节省女孩们已经浪费掉的女性最宝贵的、惟一的资源:

——她们的青春。

Beatty H Stefan

谁是最美的女人

世纪末的人们生活在越来越自闭的沙漠化生活中，媒体成为沟通人与人心灵的桥梁，成为抚慰人类寂寞空虚心灵的一片绿洲。而女性，就是这片绿洲中最亮丽的一道风景线。女性与生俱来的亲和力，温柔感，总能给人带来意外的欣喜，带来更多的希望。但是，在媒体的狂轰烂炸下，整个社会也为女性布置了一个美丽的圈套。影视、杂志、T型舞台的美女形象总在提醒现代的女性关注自己的不足，甚至误导了一部分女性的审美价值观。于是，将美丽待价以沽的观念更加流行，容貌依然是女人的武器之一。当越来越多的女性冲进社会，办公室里、楼道里，到处都散发着脂粉的香气，到处都爆发着肆无忌惮的女性笑声，到处都忽闪着红唇皓齿，爱美的你夹在众多比较者中又怎能对自己的形象掉以轻心？

这是一个盛产美女的色彩缤纷的时代，人们的物质生活水平日见提高，美女熙熙攘攘一望无际。这样一个玲珑浮凸风情万种又竞争激烈的时代，你要靠什么样的条件去取得成功？

年轻的时候，曾经和三个朋友在 lolo bar 聚会。和大多数的女人一样，我们在评点完对方的衣着和妆扮之后，接着谈论起自己的形象与感觉。

身材丰满，珠圆玉润的 Antonio Cox 现在是 Noble & Angle

公司的人力资源部主管。繁忙的工作并没有使她消瘦下去，为此她愁容满面，两年来尝尽了世间的减肥药，却不见任何效果。谈到现状，她痛苦不堪，因为她总认为公司的男同事当她是隐形人；Issey Dana，电视台的节目主持人，有着典型的加利福尼亚州女孩的健康皮肤，她抱怨说找不到合适的美白润肤露；而主管电脑设计的 Conwe Tam 则自嘲说以前大家都叫她“四眼田鸡”，害得她现在只能从早到晚配带隐形眼镜。

伴着美国乡村音乐营造的田园氛围，三个年轻的女性在若明若暗的灯光中略显疲倦，忧虑重重，全然没有意识到从多个角度投过来的男士追随的目光。我望着眼前这三个可以称做成功职业女性的同伴，忽然明白“只有心妆才能超凡”。白天的时候，我的这三个同伴，生龙活虎，盛气凌人，骄傲地接受着各种各样的赞美，信心十足地周旋于多种社交场合，然而一旦她们有时间关注个人形象，却也牢骚满腹。夸大个人缺陷是女人的通病。试想，一大早起来，对着镜子，看见满是缺陷的自己，谁又会有好心情呢？视美丽为天分的女人，总有那么多的不满与挑剔。美丽依然被女人所钟爱。美国弗吉尼亚州心理学家托马斯·坎仁(Thomas F. Cash)领导的研究小组得出的结论：48%的女性对自己的身材不满意，而且此比例在逐年增加，从1972年的23%到1985年的30%跃至现在的48%。女性很少有能摆脱容貌与外形加诸于她们的影响。女性越是为自己的外形投注心力和金钱，越是发现对美的追求没有止境，美丽标准越来越高，到头来没有一个人会对自己完全满意：不管是超级美女，中等美女，还

是相貌平平的普通大众。什么时候女性才能懂得爱惜自己，并在每一刻都以美丽的形象和最饱满的自信面对世人呢？

正如我一直强调的“只有心妆才会超凡”一样，美丽三分靠外在，七分来自内心。所以心理素质应该排在首位。只有相信自己是美丽的，美丽才会由表及里，由内至外地散发出来。21世纪的女性理智，成熟，在干练中透出女人味，将高贵的气质与典雅的仪态由体内散发出来。她们随时随地都充满了自信。自信使得女性能拥有红润的脸色、明亮的眼神、洒脱的举止，大器的风度。女人最有力的武器不是美貌，而是智慧。智慧的女性具有与众不同的辨别力，懂得灵活变化自己的形象，在不同的环境中因地制宜，扬己之长，避己之短，鲜活而富有魅力地存活于自然中。21世纪的女性不会整天想着“我的身材不完美”，“我的眼睛太小”，“我的鼻头上长黑斑了”，“我的皮肤角质化了”。事实上，除了辛迪·克劳馥(Cindy Crawford)以外，又有几个人拥有完全符合黄金比例的身材呢？即便完全符合，辛迪的美丽也不能得到所有人的认同。那么，你为什么要那么在意别人的评价呢？你就是你，不是辛迪，也不是你身边的任何一个人。为什么不多想想自己身上好的方面，多挖掘自己与众不同富有个性的优点呢？美丽是我们自己的。只要把较好的部分列出一张清单，你就会发现你也是一个美丽的女人。

那么首先你做的就是认同自己的形象。只有以此为基础，美丽才能不打折扣地展现出来。你可以在每天晚浴后对着镜子说，“是的，很清楚，我认为自己很美”，然后再对自己笑笑。千万

别吝嗇你的笑容,上帝创造它就是为了证明你的美丽。这样,第二天你将会有一整天的好心情,何乐而不为呢?

现在就行动吧,聪明的女孩,不久你就会发现美丽原来并不遥远。然后我会告诉你如何提高整体形象,如何注重细节搭配,但首先你要做的就是——对自己笑!

形象走向

1

One

形象走向



CONTENTS



只讲给世界的女孩听
谁是最美的女人

第一部分

ONE

形象走向

第一章 塑造“另类”(1)

第二章 妙在融合(11) / 百老汇的芭蕾女皇(11) / 风情万种的职业本色(14) / 做标准的中国儿媳(18) / 让野性女孩身价倍增(22) / 风靡美洲形象小姐(29) / 让你不得不憧憬的中国女孩(40)

第二部分

TWO

美丽新说法

第一章 美发(61) / 发型脸型的巧妙搭配(61) / 如何挑选

Occupation the female sex



美发师(67)/护发秘诀(69)/短发也风流(71)/长发更动人(73)

第二章 美容(76)/女人美容一辈子(76)/美丽尽在细微处(83)/眼睛传达信息(83)/让眉毛为你说话(88)/你是否忽略了什么(94)/美耳有术(94)/美鼻有方(99)/亮丽的美唇,你拥有了吗?(101)/塑造“小脸美”(107)/掩饰脸部窘态(111)/美手计划(114)/协调带来魅力(123)/你的防晒计划落伍了(126)/冬季化妆美容法(130)

第三章 美姿(137)/美在举手投足间(137)/餐桌礼仪(142)/谨言慎行——现代淑女的法宝(144)/

CONTENTS



第三部分 *THREE*

美丽人生

第一章 女人最大的幸福，你知道吗(155)/ 辛迪·克劳馥的健美食谱(155)/ 沾花惹草让心情更好(157)/ 健身七要素(164)/ 办公室内健身术(172)

第二章 女人最高的智慧，你利用了吗?(176)/ 如果你的体型不合格(176)/ 苗条秘诀(182)/ 格蕾斯·凯利塑造清新形象(187)/ 让年龄为女性风采增色(192)/ 偷来的技巧(197)

第三章 女人最大的满足，你准备好了吗?(204)/ 求职的自我形象设计(204)/ 设计睿智(207)/ 涉世之初你得有一款好包(213)/ Carolin 的启示(217)/ Leeta 的故事(224)/ 口袋里没钱，照样迷人(232)/ 女教师如何扮靓(239)/ 独处方圆(243)/ 让家居装潢为你润饰(251)

Occupation the female sex



第四部分 **FOUR**

美丽岁月

第一章 春之柔媚(259)/不要把办公室搬到春游中去(259)/春天里的秋天,展示成熟的魅力(265)

第二章 夏之浓烈(269)/春夏之交的流行系列(269)/夏日美丽积木(273)/八月裙裾飘(283)/马背上的女人(286)/意外的德州假日(295)/西班牙之夏(303)

第三章 秋之俏丽(311)/多维塑造(311)/秋天由我来点缀(320)/个性的韵味(324)

第四章 冬之温馨(332)/寻找温暖情调(332)/寒风料峭,动静皆宜(334)/梦幻平安夜(337)/冬日里的中国小姐(345)

CONTENTS



第五部分 FIVE

克隆美丽

第一章 颜色——无声的语言(357)/ 色彩的搭配艺术(359)/ 服饰色彩与气质(364)/ 四种类型气质的服饰色彩(364)/ 蓝调女子(379)/ 红色魅力 古铜幻影(386)/ 服饰颜色与肤色(390)/ 让着装合时宜(398)/ 服饰色彩与场合(400)/ 服装因人而异(406)/ 晚装魅影(413)/ 新娘婚纱装(416)/ 服饰与身份(421)/ 你明天准备发言吗(421)/ 少女一派千姿百态(425)/ 该放手时就放手(428)/ 饰物——制造奇迹的精灵(433)/ 注目女性饰物(433)/ 首饰：点缀万种风情(436)/ 皮包：掏出四季缤纷(440)/ 腰带：显出婀娜多姿(442)/ 围巾：装点斑斓四季(443)/ 头饰：表达与众不同(444)/ 手表：尽展方寸时尚(445)/ 钻石永恒(446)/ 有一种香味可以言说(453)/ 结束语(460)



第一章

塑造“另类”

很奇怪，在我工作的这些年里，大部分时间我在从事装扮“淑女”的事业。也就是说，无论是哪一个行业的成功女性，都希望我为她们设计一个为社会主流所接受的形象，要在突出个人本色的同时遵守基本的潮流规范。

可是，90年代末期的潮流出现了两极分化的趋向。越来越多的女性向我咨询一种“另类”形象的可能性。在她们看来，与主流女性风格——高贵、优雅、可爱、温柔、性感等等相对应，另类女性形象是崭新而强烈的，往往能用意志坚强、充满活力、具有独特别致的夸张魅力等等词汇来形容。另类女性形象确切地说是一种特别难以言喻的搭配——看似不相干的组合元素之间，因为色调或造型某一方面的和谐，变成了令人耳目一新的绝佳拍档，也达到了崭新而强烈的视觉效果。而这些组合元素中有来自80年代的服饰，有“坏女孩风貌”的化妆造型和高科技面料及多变的流行

