

美在当下 形象管理

辰微

著

美是一种
信仰

—

引领新时代女性，
心之处，让美生根发芽。

友社

美在当下 形象管理

辰薇——著



图书在版编目 (C I P) 数据

美在当下, 形象管理 / 辰薇著. — 北京: 中国文史出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5205-0499-7

I. ①美… II. ①辰… III. ①形象-设计 IV.

①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 198834 号

责任编辑: 卜伟欣

出版发行: 中国文史出版社

社 址: 北京市西城区太平桥大街 23 号 邮 编: 100811

电 话: 010—66173572 66168268 66192736 (发行部)

传 真: 010—66192703

印 装: 北京联合互通彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 710mm × 1010mm 1/32

印 张: 5

字 数: 120 千字

版 次: 2018 年 11 月北京第 1 版

印 次: 2018 年 11 月北京第 1 次印刷

定 价: 59.00 元

文史版图书, 版权所有, 侵权必究。

文史版图书, 印装错误可与发行部联系退换。

序 言

写这篇序的时候，我正身处南方，借由此篇和大家分享一下出版《美在当下，形象管理》这本书的初心。

选择了一个专业，也选择了一份事业

从大学到今天一眨眼的功夫，感觉时间流逝地太快，还记得十几年前的我跌跌撞撞考进了人物形象设计这个专业。

直到我走进象牙塔那一刻我才知道，我选择了一个打造个人形象的专业，包括化妆造型、服装搭配等外在形象设计。我当时很兴奋，因为从小我就是家人眼中那个爱臭美的小孩。感觉自己对美的追求在这里有了用武之地。

记得大一的第一堂化妆课，我们的专业老师王珊的一席话对我影响很深。她说我们未来从事的行业是“化装”而非“化妆”。这两个词是她中戏的老师霍起弟先生提出的。那个时候我开始了解了我所学习的专业不仅仅是简单的化妆而已，而是全方位从头到脚的形象包装。那也是我第一次听到中国化妆界泰斗霍起弟老师的名字。多年过去，如今霍老师于我亦师亦友亦

榜样。

就这样我开始了自己懵懵懂懂的大学生活，那时候还没有形象管理的概念，我们称其为形象设计。当时在中国的综合类大学开设这个专业的并不多，中国传媒大学、北京电影学院、中央戏剧学院、上海戏剧学院、河北传媒学院等艺术类大学刚刚开设这门课程。也可以说我和我的同学们见证了形象设计在中国发展起步的阶段。

那时候在中国形象领域我们听到最多的就是于西蔓老师，那时候我们的科班教育也是从西蔓体系中剥离出来的专业知识进行学习。当时四季色彩正在亚洲国家风靡，我也很有幸踏着第一班形象列车学习了专业知识。那正是美学的第一代体系。

校园打开了另一扇门

人物形象设计专业毕业后，我又考取了中国传媒大学的播音与主持艺术专业，当时的想法很简单，不想这么快步入社会，对校园生活依旧充满留恋。对待校园生活我有着自己专属的情节，因为爷爷是老师的缘故，我从小就生活在校园里。

因此，大学毕业之后我并没有想太多便也走上了教育的道路。我的第一份正式工作就是在北京一所民办院校做一名培训老师。当时我负责教授化妆课程，我也成为了当时学校内唯一一位科班出身的老师。但是人生的第一次打击就来自于我的科班出身，本以为是优势，但开始工作才发现科班出身的我在专业技能方面和社会培训班存在着很大差距。社会培训班的效率和技能非常过硬，因此在那三年的从业经历中，我将自己的专业技能提高，同时深耕形象设计的专业学习。

当时我将形象设计的课程开展到了这家院校，让美业人有更多机会了解到形象设计。学生们也开始越来越喜欢我的课程，会觉得这位老师和其他单

纯讲授化妆的老师有很多不同。

在此阶段，形象设计在中国的发展也在经历着全新的冲击与变化。传统的四季色彩已经不能满足所有人群的分类，系统中越来越多的问题，导致系统不得不进行升级。于是第二代美学体系诞生了。

这时候有了风格的深度定位以及色彩季型的扩充。从四季到八季再到后来的十二季型。形象美学在中国正经历着天翻地覆的革命。由简到繁的过程在继续。

走出校门，做自己

随着第二代美学体系的升级，我的工作也发生了质的飞跃。与一位朋友一起，在北京的国贸商圈做起了形象美妆学院。年龄并不大的我一时间需要拥有三头六臂，因为我必须负责学院的运营，处理从前台招生到教学再到网络推广的几乎所有问题。

在这家学院做管理的两年时间，我从一个名不经传的老师转型成为了执行校长。承受巨大工作压力的同时我也得到了前所未有的成长。任职期间我获得了很多渠道资源，承接了很多国内一线艺人委托的工作。对接了一些电视台活动和企业培训等项目。

这段经历让我打开了视野、提升了格局，发现形象设计专业可以很好地嫁接到美妆教育培训当中。那时候，我像打了鸡血一样卖力工作，充满创业的热情。然而，当时的形象设计在中国反而是低潮期。由于陈旧的系统不能满足现代人的需求，而第二代美学系统由于其多样性和复杂性，让很多咨询师学习之后难以复制与落地，更多形象咨询师是凭借感觉判断来工作，因此当时很多学习形象设计专业的人群都转型做起了美妆或者服装产业。形象设计一时被冷化萧条。

体验了一种舒适

也正是在这个阶段我发现自己怀孕并有了宝宝，于是我辞掉了工作。想好休息一下，但在我辞职不久后便接到了来自于北京财贸学院艺术学院院长杜莉老师的电话，电话中她问我愿不愿意到大学工作，她说以我的学历和专业能力正是目前高等教育院校形象设计专业很缺少的人才。杜院长说每周只需要坐班两天，其他时间弹性自由。我一想乐开了花，其实对于忙碌习惯的我突然休息下来真的很不适应，于是我选择了到大学执教。在这期间我可以充分照顾家庭和宝宝，就这样顺利度过了我的哺乳期。

这个阶段，国内的形象设计也滞留在第二代美学系统中进行过渡。

又一次被点燃的创业激情

在我宝宝两岁的时候，我接到了北京某经济公司负责人的电话，邀请我重操旧业为艺人做形象定制。我创业的激情和热情仿佛又被点燃。在大学执教的几年虽然安逸但是发现自己的专业技能在不断退化。不停地将自己掏空而没有新鲜的知识进入是一件很可怕的事情。

我经常和我的学生们讲哈佛大学对于幸福的认知。什么是幸福？幸福是今天比昨天有所成长，感受到每天成长的力量就是幸福。而在大学执教的这个阶段我觉得自己的成长速度十分缓慢。于是我又做出了事业上一次重要的选择——辞职创业。这一次我真正的下海了。

我建立了公司，创立了美在当下形象管理的品牌。我开始积极探索形象管理到底如何在中国落地，咨询师如何脚踏实地地解决客户问题。

与此同时第三代美学的量化系统在欧美国家已经相对完备健全，我也有幸接触到美学的第三代系统。相对于一、二代系统，第三代的升级带来了全新的色彩风格场合视觉革命。同时与大数据的链接真正实现了形象美学的数据化系统化与科学化，实现了美学的系统落地。

使命促使我再次出发

在多次与台湾形象专家李昀老师及海外的一些形象圈朋友的交流中，让我愈发意识到要将第三代美学的量化系统及 ABC 形象管理在中国大陆进行推广，让内地更多的美业人了解学习到国际最为先进的专业美学知识。

于是 2016 年初，一个念头油然而起，我要将形象管理的概念推送给美业人。那时候更多的人听到的都是形象设计，停留在 design 的阶段，但是我更希望传递的是 management 的管理概念。因为在我看来，形象管理如同资产管理一样重要，没有经营就会缩水贬值。而形象的缩水贬值带给你的“负债”可能更为惨重。

在美业摸爬滚打这些年，发现很多人身为美业人自己却没有好的美商。对于站在时尚前沿的美业人而言，如何在时尚流行的元素中找到适合自己的，其实并没有那么容易。

美学的本身和时尚并没有太强的关联，因为美学是相对稳定的知识体系，是有科学的逻辑和规律的，而时尚流行是瞬息万变的。因此，我们需要做到的是在纷繁的流行元素中快速找到适合点。

我希望能把我积累的知识及工作经验分享出来，培养出更多优秀的具有美商的美业从业者。

美在当下启动了

就这样在 2016 年初，美在当下的首届教练班课程启动。课程一经推出得到了同行业的高度认可和好评。从 2016 年到 2018 年两年的时间，美在当下得到了中华全国总工会、清华大学、中国传媒大学、河北传媒学院、北京财贸学院、华辰教育、IMA 教育联盟、国栋造型等平台的大力支持。

目前美业的师资力量明显短缺匮乏，且缺少相关标准。美在当下顺应市

场大潮，推出的师资班课程恰好利用形象管理 ABC 的标准对美业从业者及管理者进行标准化的要求。从外在形象到气质修养、学识、眼界以及语言沟通、表达演讲能力等方面进行全方位的培养，输出美业优秀师资力量，助力美学繁荣发展。

一生助力美学教育

原北大校长蔡元培先生指出：“美学教育应放在基础教育的首位。”我非常认同。

如我一般八零后的孩子，几乎从小听着父母在说“不要和爱臭美的孩子一起玩”“就知道臭美怎么能好好学习”“臭美的孩子都是不务正业”等，似乎爱美的孩子就一定没有思想。我们从小被教育成为要做一个内心善良外表并不重要的孩子。于是成年后，很多女孩子会发现自己虽然成绩优秀工作不错却唯独欠缺审美能力，因此错失了更多发展的机会。

我学习了大概三年的心理学相关知识，渐渐发现美商的欠缺对个体成年后的发展危害可能远远超过了我们可以想到的。如果在童年我们所受到的教育是排斥美的，成年之后就必定需要面对这样的人生课。

我曾经有一个学生特地从日本赶回北京找我学习，在我得知她需要请假，我劝她在休假的时候再过来学习，以免造成不必要的损失。她的态度非常坚决，请假也要学习。几次攀谈之后，我才知道，她的原生家庭给与她的教育是及其严格且排斥美商的教育。父母都是高干，从小对她的教育就是女孩子内心美就好了，外在不重要。导致她成年后一直自卑于自己的形象，且完全不会穿衣搭配，更夸张的是，她不能分辨什么是美丑，有时候买些品牌包包衣服搭在自己身上竟被人认为是假货。30 多岁还没有谈过男朋友，她几乎苦闷到抑郁。和她截然相反的是自己的表妹从小学习成绩没有她好但是美商很高，因此表妹从小就特别自信，一直在学校担任晚会主持工作。高中毕业考入了中国传媒大学，毕业后进入某电视台工作，并且在适当的年龄结

婚生子，享受着一个女人该有的美好生活，这让她好不羡慕。在我对她几番的开导下，她开始意识到自己的问题出现在童年对美商教育的忽视。在形象管理课程的学习后，她开始重新找回自信，学会绽放自我，迎来了人生事业的全新转机。

从事这些年的美学教育工作，从开始的喜好到现在的责任和使命，我帮助过越来越多的女性通过借助形象管理走出困境、活出自我，这让我越发感受到自己的事业是如此美好。借由这本书，我希望可以引领帮助更多女性找到自我、尝试改变、跨越舒适区，活出更美、更优雅、更自信的自己！美在当下立志影响 1 亿亚洲女性美商觉醒，让更多的女性因为邂逅形象管理而遇见更好的自己。

我希望美在当下可以引领更多的新未来女性。能打动人的从来不是花言巧语，而是恰到好处的温柔，真挚的内心，长情的陪伴，若岁月静默安生，时光亦会温柔以待，种植一份初始的心愿，在心之处，让美生根发芽。

辰薇

2018.9.10

Contents 目录

Part

1

形象的秘密

■ 建立美学气质名片

ABC 原则	3
首因印象	5
形象管理的三重境界	7
构建女性的三商	9
着装品位层级的架构	11
美学的结构性思维	15

■ 美学与时尚

以不变应万变——相对不变	17
视觉层面交流	18
心理层面交流	19
管形就是管心	20

■ 形象管理系统升级

第一代 四季色彩	22
第二代 季型的扩充及风格的出现	49
第三代 人物美学量化系统的运用	
与形象四维美学的诞生	51

Part

2

形象四维美学的诞生

■ 美学是鉴赏和选择的科学

美学的量化系统升成和形象四维美学的诞生

57

Part

3

色彩定位

■ 形象管理——色彩定位

三原色	61
三间色	62
复色	63
有彩色	63
无彩色	64
光泽色	64
互补色	65
色相	65
纯度	66
明度	66
色调的整体体系	66

Part 4

色彩心理学

■ 色彩心理学

色彩的认知	71
色彩的感受	73

Part 5

风格诊断

形象管理——风格诊断

人与服装的整体关系	89
服装的形色质	90
TPO 场合着装	97
轮廓的直曲	105
量感的轻重	107
比例的大小	108
女性的八大风格	111
男性的五大风格	119

Part
6

美学营销

■ 美学营销

衣橱整理

127

陪同购物

137

第 1 章

形象的秘密

莎士比亚曾说过：“即使我们沉默不语，我们的服饰与体态也会泄露我们过去的经历。”随着我国经济水平稳步提高，人们参与的社会活动越来越丰富，而第一印象的形成往往是由视觉形象来完成的。如何用得体、悦目的形象来表达自身优秀的内在素养，是很多人都面临的问题。



IMAGE

THE SECRET OF IMAGE

建立美学气质名片

美，不是肤浅的漂亮，
而是审美观与内涵的综合体现，
是商务、社交、休闲不同场合的得体形象的表达。

ABC 原则



形象管理的范畴：

A appearance	外在形象
B behavior	举止行为
C communication	沟通表达