

全国空中乘务专业规划教材

FLIGHT SERVICE SERIES



空乘人员化妆技巧与形象塑造

主编 李 勤 副主编 陈丹红 杨 静

MAKING-UP AND
IMAGE IMPROVEMENT



旅游教育出版社

全国空中乘务专业规划教材

FLIGHT SERVICE SERIES



空乘人员化妆技巧与形象塑造

主 编 李 勤

副主编 陈丹红 杨 静

编 委 熊 莹 邹 昊 罗 丹 徐国立 亢 元 丁永玲

旅游教育出版社

· 北 京 ·

总策划:张 斌

执行策划:李红丽 刘智勇

责任编辑:晋小涵

部分摄影:李顺弟

部分制图:李有生

图书在版编目(CIP)数据

空乘人员化妆技巧与形象塑造/李勤主编. —北京:旅游教育出版社,2007.7

(全国空中乘务专业规划教材)

ISBN 978-7-5637-1520-6

I. 空… II. 李… III. ①民用航空—乘务人员—化妆—教育 ②民用航空—乘务人员—形象—设计—教材 IV. F560.9 TS974.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 091421 号

全国空中乘务专业规划教材
空乘人员化妆技巧与形象塑造

主 编 李 勤

副主编 陈丹红 杨 静

编 委 熊 莹 邹 昊 罗 丹
徐国立 亢 元 丁永玲

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
E-mail	tepfx@163.com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排部
印刷单位	河北省三河市灵山红旗印刷厂
装订单位	河北省三河市金星装订厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	19.25
字 数	289 千字
版 次	2007 年 7 月第 1 版
印 次	2007 年 7 月第 1 次印刷
印 数	1-5000 册
定 价	26.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

“十五”期间,我国的国民经济保持了持续快速的增长,旅游及相关产业也蓬勃发展,越来越多的商务和度假旅客在交通方式上改变了观念,选择乘坐飞机出行。这些变化带动了我国民航产业的快速发展。

伴随产业的重组,我国民航业进入了第二个高速发展期,逐步呈现出迅猛发展的趋势。根据中国民航总局的规划,“十一五”期间我国民航机队规模将达到一千五百余架,净增飞机六百多架。目前,国际民航平均的人机比例是100:1,按这个比例计算,“十一五”期间中国民航业至少需要吸收数万名民航专业人才。而且,随着近年民航总局对外国航空公司开辟中国航线的政策逐渐放宽,许多外国航空公司开辟了中国航线,对中国乘务人才的需求也在不断增加。同时,每年因为会有相当数量的乘务人员自然减员,需要大量专业人才迅速补充。这些因素都使民航专业人才的需求呈现上升趋势。

民航业的快速、多样化发展,对各类人才的大量需求,为教育市场的迅速扩大提供了强大的动力,民航业人才培养的模式也从原来单一依靠民航系统院校培养,发展成为多点、多层次的培养。据不完全统计,我国目前专门培养空中乘务人才的学校(或专业)和培训机构已有百余家,他们在空中乘务专业的培养方案、教学内容、教学方法等方面,各有所长,各具特色。主要体现在两方面:其一,依托不同的专业学科基础,形成了不同的专业建设走势,如分别依托公共关系学科、旅游管理学科、艺术类学科、外语或经济商务学科为基础发展空乘专业;其二,依托不同的办学环境和地域特点,形成了不同的人才培养模式,或者专门培养空乘服务人才,或者以空乘服务、民航地面服务为方向双重定位,或者同时定位于空乘服务、民航地面服务和相关服务行业(旅游、饭店和其他行业)等。然而,在此蓬勃发展的空乘人才培养格局下,我们不得不注意到,空中乘务专业在学科建设与教材建设上缺乏规范性、前瞻性与实用性,造成人才培养长期以来一直在较低水平徘徊,严重滞后于行业对高质

量、高素质人才需求的现状。

追究个中原因,体系化、专业化教材的匮乏以及不同培养机构缺乏交流与合作应该是其中很重要的两个方面。“从各自为战,走向交流;从封闭办学,走向开放;从竞争走向合作”应该成为我国空乘人才培养的崭新模式。基于这样的宗旨,我们联合多所民航专业院校及开设有民航服务或空乘服务专业的相关院校,组织编写了这套面向民航服务、空中乘务或空中商务专业学生,或有志于进入航空服务行业工作的社会人才,旨在培养高素质、专业化的民航空乘专业人才的“全国空中乘务专业规划教材”。

本套教材前期运作共有12本,分别是:《民航概论》《空乘服务概论》《民航旅客运输》《民航法律法规与实务》《客舱设备运行及管理》《民航地勤服务》《民航服务心理与实务》《空乘服务沟通与播音技巧》《航空卫生保健与急救》《民航乘务英语会话》《空乘人员形体及体能训练》和《空乘人员化妆技巧及形象塑造》。

本套教材的开发和编写以教育部关于空中乘务专业的要求和民航总局关于空乘人员的素质、能力要求为依据,遵循权威性、系统性、适用性、实践性和前瞻性的原则,以期学生通过对本套书的学习,能全面提升自己的体能和形象,锻炼自己的心理适应和承受能力,提高自己的外语能力、专业服务意识与技能以及快速、恰当处理问题的能力,在空乘职业生涯中走得更好、更远。

本套教材是多所院校的教师们交流与合作的集体智慧结晶。参与和支持本套教材编写的院校特提名如下:沈阳航空工业学院、上海工程技术大学、南昌航空大学、广州民航职业技术学院、郑州航空工业管理学院、成都航空职业技术学院、张家界航空职业学院、沈阳大学等十多家专业高校。在此,我们要特别向这些学校及其老师们表示衷心的感谢和敬意。

高质量空乘服务人才的培养需要建立在科学的培养模式、规范的课程体系以及合理的课程内容与有效的教学方法基础上。希望本套教材的出版能在优化全国空中乘务及相关专业培养计划、完善课程设置、丰富课程内容、传播交流有效教学方法方面,尽绵薄之力。对于教材使用中的问题,我们希望能够得到广大师生的积极反馈及专家学者的批评指正,我们会全力以赴地不断提升教材的品质,以回报给予我们大力支持的广大师生。

如有建议或疑问,欢迎发邮件至:wytpe@126.com。

旅游教育出版社

前言

“欲把西湖比西子，浓妆淡抹总相宜”。自古以来，人们从来没有停止过对美的追求，为了扬长避短，美化容颜，人们用化妆对面部和五官进行修饰，同时通过服装、首饰等装扮出良好的形象，从而提升个人的综合魅力。

化妆，在中国古代称为“香妆”、“妆点”、“妆饰”。从历代仕女图中可以看出，古代中国在化妆方面非常讲究，尤其对眉部的妆饰非常注重，甚至成为“女子”的代言词，如《诗经》中的“螓首蛾眉”，白居易《长恨歌》中的“宛转蛾眉马前死”等，都以蛾眉描写古代妇女的容貌。唐朝时期，由于经济发达，生活富足，妆容浓艳的特征可以显示出其时代的繁荣鼎盛；宋代出现了“瓦肆”、“勾栏”等供说唱艺术和戏曲表演的场所，在勾栏中所设的化妆场所，便成了历史上最早的化妆室；到了元代，随着戏曲艺术——元曲的昌盛，其化妆艺术成为了塑造艺术形象的重要组成部分；明清时期，美容化妆不再是宫廷、官宦人家的专利，各种美容化妆手法已在民间广为流传，皮肤保养在当时已成为时尚。据史料记载，慈禧是美容护肤的典型人物，为追求皮肤的白皙细嫩，用贡米磨成香粉，用鸡蛋清制作面膜，玫瑰花瓣榨汁制成胭脂等，并以种种手法进行辅助按摩，从而达到容颜不老、延年益寿的效果。

国外的化妆起源于古埃及，人们常说的“埃及艳后”克丽佩托娜是化妆史上的代表人物。古埃及的化妆品和化妆术传入到古罗马后，受到了贵族妇女们的推崇，她们用牛奶、面包和美酒制作面膜，用鲜花和蔬菜所提制的天然色素作为配方来修饰面颊与嘴唇，当时贵族妇女的女奴被称做“化妆女”，可见其化妆的重要地位。古希腊人有崇尚人体艺术和面容美的传统，面涂香粉，口涂朱砂，还用一种特殊的香精烧成黑灰来描画眼影，他们还发明了整护头发、养护皮肤、修甲等许多妙方。

随着时代的发展，社会的进步，化妆与美容经历了不断的

更新和发展,见证了历史的兴衰。在现代生活中,随着女性社会地位的不断提高,社会交际频繁复杂的发展,化妆与形象设计已经成为现代女性的必修课程。人们对美的追求再也不是“为悦己者容”,而是以此作为自尊自爱、展示自我、尊重他人、增进友谊的手段,同时也是适应现代生活方式、社会交往、职业活动的需要,体现良好精神风貌,提升整体社会形象。

空乘人员,指的是航空运输行业的服务人员。由于其行业的特殊性,常常被称做是美的化身。空乘服务是高标准、高质量的优质服务,而空乘人员则是这种优质服务行业的窗口。在人们的脑海中,“空姐”是美丽的代言人,“空姐”这个名词,给人的印象往往定格为:漂亮的外表和清新的装扮,美丽的脸蛋和甜甜的微笑。一个合格的空乘人员,不仅仅要体现在外部表象上的容貌美;还要在服务过程中,通过对旅客的关爱、周到的服务等,体现其高尚品质与素养的心灵美;通过在举手投足之间自然流露出的个性、气质美,给人以深刻的印象。掌握形象与气质的内涵,学习化妆与形象设计技巧,是空乘人员的必需,也是提升服务业整体形象的必要。

空乘人员的化妆与形象塑造所蕴含的内容是极其丰富的。本书充分阐释了形象设计、美容化妆的概念,从色彩、光线、形态、美学等多个角度,诠释形象塑造的内涵;并通过服饰搭配、运动与保健、心理与美容、日常保健护理手法等,充分说明了形象塑造的完整性、科学性,以及美容化妆的实用性等特点。以模块阐述的方式,详细讲解了有关空乘人员的职业装扮、各类化妆手法、发型、护肤、美甲等常识,将知识点与技巧训练有机地结合起来。本教程既能使空乘人员了解和掌握化妆技巧与形象塑造的实质,又能使他们的动手能力得到锻炼和提高,产生真正意义上的指导作用,帮助航空服务的从业人员成为“美的化身”、“形象的使者”。

本书在编著过程中,注重系统性、全面性、实用性、有针对性等原则特点,既可作为大中专院校的理论实训课教材,也适用于所有服务行业从业人员的职业培训,同时也可作为社会上一切爱美人士的参考资料。

期望此书为美化生活、装点世界起到积极的作用!

编 者

目录

第一单元 形象设计概论	1
1 模块一 形象设计的概念	
一、形象设计的提出 /1	
二、形象设计的思想基础 /3	
三、形象设计的定义 /4	
四、个体外在形象设计的基本内容 /5	
7 模块二 形象设计的基本原则	
一、实用性原则 /8	
二、经济性原则 /8	
三、和谐性原则 /9	
四、美观性原则 /9	
10 模块三 形象设计的前提——形象定位	
一、形象定位的含义 /10	
二、形象定位的意义 /10	
三、形象定位的要点 /10	
四、形象定位的细节 /11	
11 模块四 形象设计的构思	
一、形象设计构想的过程 /12	
二、形象设计构想的实践步骤 /12	
第二单元 形象设计的形式因素	16
16 模块一 形象设计中的色彩美学	
一、色彩的属性 /17	
二、色彩的排列规律 /18	
三、三原色及其混合规律 /19	

	四、色彩的感觉与功能 / 21
	五、色彩的社会观念 / 25
	六、色彩的组合手法 / 27
	七、色彩与形象设计 / 29
31	模块二 神奇的光线
	一、光线的传播形式 / 31
	二、光线的造型特点 / 32
33	模块三 多姿的形态
	一、点的艺术 / 34
	二、线的艺术 / 34
	三、面的艺术 / 37
第三单元 形象设计的美学	
39	模块一 形象设计的美学原理
	一、单纯齐一和对称均衡 / 40
	二、调和对比与比例 / 42
	三、节奏韵律与多样统一 / 46
48	模块二 个体形象设计的美学原理
	一、美的含义 / 48
	二、美的基本形态 / 49
	三、人体审美的内容 / 51
	四、推崇自然 / 53
第四单元 空乘人员形象气质的构成与塑造	
57	模块一 形象气质的构成
	一、形象与气质的内涵 / 58
	二、形象与气质的表现 / 59
	三、空乘人员形象与气质的特殊性 / 60
61	模块二 形象气质与品质素养的关系
	一、品质与素养的内涵 / 61
	二、品质与素养的外化 / 62

64	模块三 良好形象气质的塑造
	一、良好行为与习惯的培养 / 64
	二、良好性格与人脉的培养 / 67
	三、良好心态与意志力的培养 / 69
第五单元 服饰与形象塑造 71	
72	模块一 服装色彩的搭配
	一、服装色彩搭配基本原则 / 72
	二、服装色彩搭配技巧 / 75
81	模块二 服装搭配的运用
	一、服装搭配基本要领 / 82
	二、服装与体型的搭配 / 84
	三、服装与季节的搭配 / 89
92	模块三 首饰的搭配
	一、首饰的种类 / 93
	二、首饰的原料 / 93
	三、首饰的保养 / 96
	四、民航乘务员佩戴首饰基本要求 / 97
	五、首饰的佩戴 / 101
107	模块四 不同场合的服饰搭配技巧
	一、民航乘务员的工作装要求 / 108
	二、民航乘务员的生活装 / 109
	三、礼服搭配技巧 / 110
	四、领带基本常识 / 114
第六单元 美容化妆用品 119	
119	模块一 美容化妆的基础知识
	一、美容化妆的概念 / 119
	二、美容化妆的目的和作用 / 120
	三、美容化妆的基本原则 / 121
122	模块二 化妆品的分类
	一、按使用部位分 / 122
	二、按使用目的分 / 122

三、按适用部位和用途分/123

四、按专业性特点分/124

五、按原料加工程序分/124

六、按加入的成份分/125

七、按功能或作用分/125

八、按化妆品存在形态分/125

九、按化妆品的 pH 性分/126

十、按适用人群分/126

127 模块三 化妆品的成分

一、基质/127

二、香料/128

三、防腐剂/128

四、色素/128

五、保湿剂/128

六、表面活性剂/129

七、水溶性高分子化合物/129

八、化妆品用药物/129

九、金属离子/129

130 模块四 化妆品品牌简介

一、法国 LANCÔME(兰蔻)/130

二、美国 ESTÉE LAUDER(雅诗兰黛)/130

三、法国 DIOR(迪奥)/131

四、法国 CHANEL(香奈尔)/131

五、美国 CLINIQUE(倩碧)/131

六、日本 SK-II/131

七、法国 BIOTHERM(碧欧泉)/132

八、法国 HR(赫莲娜)/132

九、美国 ELIZABETH ARDEN

(伊丽莎白·雅顿)/132

十、法国 CLARINS(娇韵诗)/133

十一、法国 GUERLAIN(娇兰)/133

十二、法国 SISLEY(希思黎)/133

	十三、美国 BOBBI BROWN (波比·布朗,简称 BB)/134
	十四、美国~H ₂ O+(水芝澳)/134
	十五、韩国 LANEIGE(兰芝)/134
	十六、法国 L'OREAL(巴黎欧莱雅)/135
	十七、法国 VICHY(薇姿)/135
	十八、法国 AVÈNE(雅漾)/136
136	模块五 化妆用品简介
	一、洁肤类/136
	二、护肤类/138
	三、粉饰类/139
143	模块六 常用面部化妆工具
	一、粉底和定妆用具的选用/144
	二、修饰眉毛用具的选用/145
	三、修饰眼睛和唇部用具的选用/147
	四、修饰面色、面型用具的选用/149
149	模块七 选用化妆品应注意的问题
	一、如何选择化妆品/149
	二、选择化妆品的技巧/151
	三、化妆品的保存/152
156	模块八 香水的使用
	一、使用香水的目的与意义/156
	二、香型的分类/156
	三、香水的挑选及注意事项/156
	四、香水的等级分类、使用及保存方法/158
第七单元 空乘人员的基础化妆 164	
164	模块一 清洁皮肤
	一、了解皮肤/165
	二、洁面/166
169	模块二 了解脸型
	一、面部的内外轮廓/170

	二、面部的结构 / 170
	三、面部各部位的名称 / 171
	四、面部的标准比例 / 173
	五、脸形的分类 / 174
176	模块三 基础化妆手法
	化妆的程序和步骤 / 176
第八单元 空乘人员的客舱化妆 184	
184	模块一 客舱化妆的基本原则
	职业特点对化妆的要求 / 184
185	模块二 客舱化妆的一般程序
	一、护肤三部曲 / 185
	二、上妆程序九步骤 / 186
188	模块三 空乘人员的化妆与自身特点
	一、文雅秀气型 / 188
	二、理智慧敏型 / 189
	三、天真活泼型 / 189
	四、古朴典雅型 / 189
	五、清纯甜美型 / 190
190	模块四 女乘务员工作妆
	化妆与季节搭配 / 190
195	模块五 男乘务员工作妆
	一、男性化妆基本原则及要领 / 195
	二、男性化妆的基本步骤 / 196
第九单元 其他化妆技巧 199	
199	模块一 生活妆
	一、生活妆之塑造个性 / 200
	二、四季生活妆 / 201
204	模块二 晚妆
	一、宴会妆 / 204
	二、舞会妆 / 205

205 模块三 矫正化妆

- 一、不同脸形的矫正化妆方法 / 205
- 二、眉形的矫正化妆方法 / 208
- 三、嘴形的矫正化妆方法 / 211

第十单元 日常护理与形象塑造 214**214 模块一 饮食与美容**

- 一、饮食与美容的关系 / 215
- 二、饮食对美容的影响 / 216

225 模块二 季节与美肤

- 一、春季皮肤保养法 / 225
- 二、夏季皮肤保养法 / 228
- 三、秋季皮肤保养法 / 230
- 四、冬季皮肤保养法 / 231

235 模块三 运动与保健

- 一、运动与健身 / 235
- 二、运动与形体健美 / 245

250 模块四 心理与美容

- 一、心理与美容的关系 / 251
- 二、心理美容的方法 / 252

259 模块五 美甲技巧

- 一、指甲的构成 / 259
- 二、民航乘务员的指甲要求 / 260
- 三、美甲工具 / 260
- 四、指甲油的选择及使用 / 262
- 五、指甲保养 / 265
- 六、修指甲 / 267

269 模块六 头发修饰

- 一、头发的生理 / 270
- 二、发型的选择 / 270
- 三、民航乘务员发型基本要求 / 275
- 四、头发的养护 / 276

五、洗发基本步骤 / 278

280 模块七 按摩与美容

一、美容按摩的常用手法 / 281

二、自我美容按摩 / 283

286 附 录

一、广播声音形象塑造 / 286

二、男性乘务员形象塑造 / 287

三、健康资讯 / 288

参考书目 292

后 记 293

第一单元

形象设计概论

● 课前导读 ●

形象设计的内涵十分广泛,包罗万象;大至社会的形象设计、城市或环境的形象设计,小至个体人物的形象塑造,都属于形象设计学的范畴。本教程,则定位在个体人物的整体形象设计。

本章着重讲述形象设计的基本概念,形象设计所涉及的基本内容和原则,以及实践步骤。

教学目标

1. 理解形象、形象设计的含义以及形象设计的思想基础。
2. 了解个体外在形象设计的基本内容。
3. 明确形象定位是形象设计的前提。
4. 领会形象设计构思的过程和实践步骤。

模块一 形象设计的概念

一、形象设计的提出

(一) 形象(Image)词源考证及其基本含义

“形象”,由“形”与“象”两个词构成,理当是个合成词。

《荀子·天论》云:“形具而神生”。

英语中,与汉语“形象”一词可以对应的词不止一个,除“image”外,还有“figure”、“form”、“identity”等,各词的含义有多种,且在不断拓展中。“image”,按《韦氏大百科全书》(Wesbster's Encydopedic Unabridged Dictionary, 1994)的解释,最基本含义是:1. 通过照相、绘画、雕塑或其他方式制作的人、动物或事物的可视的相似物;2. 通过镜子反射或光线折射而成的物体的图像;3. 大脑的反映、观念或概念。西方学者科特勒(Philip Kotler, 1997)认为,形象就是指人们所持有的关于某一对象的信念、观念与印象。

《辞海》的定义是:1. 指形体、形状、相貌。2. 指文学艺术区别于科学的一种反映现实的特殊手段。即根据现实生活各种现象加以选择、综合所创造出来的具有一定思想内容和审美意义的具体生动的图画。社会生活和自然现象都是文艺作品的描写对象,但社会生活是主要描写对象。因此,文艺作品中的形象主要是指人物形象,其次也包括社会的、自然的环境和景物的形象。

由此可见,“形象”的含义具有广义和狭义两种内涵。广义的“形象”是指人和物,包括社会的、自然的环境和景物。狭义的“形象”则专指人而言,指具体个人的形体、相貌、气质、行为以及思想品德所构成的综合整体。形象是一种抽象的东西,它是对事物形状、性质、状态的抽象化概念,是一种和评价相关联的观念状态。

(二) 设计(Design)

英语解释为“图案”。

《辞海》中解释为:设置、筹划,根据一定的目的要求,预先制定出方案、图样等。

《汉语大词典》的定义是:“根据一定要求,对某项工作预先制定图样、方案。”也就是说,设计必须通过具体的操作实施才能完整表现,它不同于一般意义的“创作”。例如,绘画被称为“创作”,它是一次完成的艺术,画家的思想表达出来了,也就完成了作品。而同为美术范畴的工艺美术则被称作“设计”,不是一次完成的艺术,工艺美术家的设计只是塑造思想和表现计划的开端,设计之后还要根据图纸进行加工,经过一系列的工艺流程才能成为完整的作品。也就是说,它要通过集体或者由多步骤的具体操作实施才能完整表现设计者的思想,设计者是第一位创作者,但不是作品的最后完成者。

设计是为了构筑形象,其目的是运用不同的手段来表现新的形象。

(三) 形象设计(又称形象塑造, Image - building)

形象设计,是运用多种设计手段,利用多种不同环境和客观因素,通过视觉