



TO BE PERFECT

脱颖而出

诗 澜 著

大学生面试入职形象设计

购书就送
免费形象指导



辽宁科学技术出版社

LIAONING SCIENCE AND TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

TO BE PERFECT

G647.38

76

2007

脱颖而出

大学生面试入职形象设计

诗澜 著

图书在版编目 (CIP) 数据

脱颖而出:大学生面试入职形象设计/诗澜 著. —沈阳:
辽宁科学技术出版社, 2007.1
ISBN 978-7-5381-4781-0

I. 脱... II. 诗... III. 大学生—职业选择—形象—设计
IV. ①G647.38②B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第072184号

出 版 者: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮政编码: 110003)

印 刷 者: 辽宁虎地广告印刷有限公司

发 行 者: 辽宁科学技术出版社

幅面尺寸: 186mm × 210mm

印 张: 4

字 数: 160千字

印 数: 1-6000册

出版时间: 2007年1月第1版

印 刷 时 间: 2007年1月第1次印刷

责任编辑: 赵敏超

封面设计: 冰宇设计工作室

版式设计: 胡 妍

责任校对: 刘 庶

定 价: 18.00元

感谢冰宇设计工作室的大力支持

摄影: 赵玉明 刘冰宇 姜 蕊

模特: 张 越 (春季)

郭小红 (深夏季)

康 倩 (春季)

敬 超 (浅秋季)

孙晖丹 (浅冬季)

明 月 (夏季)

葛玲君 (浅秋季)

作者简介

■ 诗 澜

从事形象设计工作近十年，2001年开创沈阳市色彩诊断、个人形象咨询业先河。系辽宁省第一位CMB专业色彩顾问，享有“沈阳色彩第一人”的美誉。其领导的艾诗澜色彩形象工作室（艾诗澜整体形象设计公司）成立5年来，致力于为广大女性普及美丽知识，数以万计的顾客受益于色彩扮靓的综合指导。现在艾诗澜色彩形象工作室已成为沈城人获得穿衣、化妆等个人形象方面最佳建议的首选；其创建的艾诗澜美丽学堂，在沈阳具有极高的知名度；经其培训的学员已遍及沈沈各地区，众多形象扮靓机构也随之如雨后春笋般崛起，一个服务于大众的全新时尚产业正逐渐在沈阳形成。



- ★ 艾诗澜整体形象顾问公司创始人、技术总监、资深形象设计专家
- ★ 中国色彩流行色协会会员、国家高级化妆师
- ★ 辽宁省工商业联合会色彩委员会主任
- ★ 曾在首届东三省东北丽人大赛、辽宁省高尔夫形象小姐大赛，以及沈阳首届格集体婚礼等大型活动中出任形象总监及决赛评委

前言



求职的成功与否，不仅取决于对主考官问题的回答，也取决于外观给人的第一印象。这不但包括涵盖了你身体近90%面积的服装，也包括表情、姿态、仪表、语言等方面给对方的印象。一些经验丰富的主考官得出结论：男士面试的成败是在面试中决定的；女性面试的成败在面试前就已经决定了。就是说，主考官特别在意女性的穿戴是否符合公司的工作性质及工作内容，这与公司形象关系很大，即使你能力很强，但外观形象没有给考官留下良好印象，也可能要失去机会。所以说，有时“优秀的形象比研究生学历还重要”这句话并不夸张。

在心理学上有“印象管理”的概念，指的是在社交过程中控制自己留给他人的形象和印象的一些战略和技巧，其中服装、服饰是人的文化品位、感情、心态、个性等的集中体现。在我多年工作中，发现不少国内女性对穿衣打扮与印象管理方面的知识非常欠缺，几乎是空白。不论男性、女性朋友，都普遍缺乏这方面的能力和相应的知识储备，特别是观念上，大多数人仅仅把对服饰的需求停留在“差不多就行”上，穿春打扮多出自于个人喜爱。至于在究竟怎样运用才能使服饰为自己服务，体现服饰搭配的艺术性，反映出你的与众不同等方面是非常不够的。很多情况下甚至事与愿违而自毁前程。服饰也是一种艺术，像学习其他艺术一样，也需要了解基本原理和常识，然后进行正确的运用和实践。

为了在短暂的面试中将魅力最大程度地发挥出来，给对方留下好印象，“印象管理”就变得十分重要，特别是女孩子，通过外表形象、举手投足、言谈举止等，都可以表达出你“认真对待求职”的态度及“希望获得工作”的愿望。从而给面试官留下你态度积极、品行端正的好印象。

对于初涉社会的毕业生来说，还要注意“学生气”与“职业感”的完美结合。表现出干练的职业感，并不等于全部抹杀自己的“学生气”。事实上，要想在言谈举止上表现得像工作经验丰富的成熟职业人是不现实的。正确的做法是，在保留自己清纯的“学生本色”的基础上，通过服装、发型、化妆和言谈举止的训练，尽可能地表现出自己稳重、干练的特点。

本书所提供的一些规则，不仅因为它们最容易、最快捷，更因为它们已经被国际上很多先进国家证明最正确、最合理、最有效。



CONTENTS

目录

印象篇

- 9 第一印象百分百
- 11 恰当着装
- 19 完美面庞
- 25 印象管理



色彩篇

- 32 色彩信号
- 34 色彩印象
- 39 四季美人



形象篇

- 43 发型
- 49 个性风格的魅力
- 61 配饰



化妆篇

- 65 内在气质
- 66 有效护理皮肤
- 70 化妆
- 80 职业妆容



整体造型篇

- 93 艾诗澜整体形象
顾问公司简介



印象篇



IMPRESSION



IMPRESSION

IMPRESSION

我们对别人的产品包装和广告，愿意相信自己的客观判断和理性思考，可是对别人的了解和认识，却有90%的人会在会晤的最初几分钟就被此进行判断、不信吗？你就反问自己是不是常有“我一看就知道他是什么样的人”的想法，这就是人产生的第一印象，而“一看”无非就是几秒钟的时间，残酷的几秒钟就可以决定一个人的命运。第一印象是我们第一次，有时是唯一一次在别人面前表现自己的机会。这个印象可能是永久性的，所以第一印象非常关键，它决定着别人对你的看法，以及是否愿意再次与你联系和交往。因为人们对某类人会产生产比较固定的看法，而且常常是先入为主，难以改变。你别不信，你是否对警察、教师、军人等的形象已经有了自己的看法？实际上，像“心宽体胖”，“文质书生”这样的成语都带有这种倾向。

社会心理学家唐尔波特说：“用最简单的视觉，在30秒这样短暂的时间里，就能唤起一个复杂的心理过程，对一个陌生人的性别、年龄、体态、民族、职业、婚姻状况、健康状况、经济条件、教育背景、社会地位做出判断，同时估计他的修养、友情、诚实、甚至可靠性和成功的可能性。如果没有进一步了解，

许多印象可能是错的，但这就是人类进行快速总体判断的天性。”别人对你的第一印象虽然只是你生活的一小部分，只是通过你的相貌特征、衣着服饰等少量信息，对你的特点做出判断，但这个“样品”却代表他人对你的全部了解，而且总是带有评定性。更为严重的事实是，在现实中，人们还会认为具备某种优点或缺点的人，尽管没有证据，却会“理所当然”地具备一大串其他的优点或缺点。这就是在人际交往中形成的一种夸大的社会现象，这就是具有明显的主观推断的，“先入为主”的、盲目的心理倾向。例如，如果他感觉你是个乐观的人，接下来就会认为你聪明，事业成功；如果感觉出你流露的抱怨，就会认为你不善外交、懦弱等。



TIPS

“这是一个2分钟的世界，你只有1分钟展示给人们你是谁，另1分钟让他们喜欢你。如果你不想失去任何成功的机会，别忘了第一印象的作用，由于美好的第一印象，生活会为你打开机遇的大门。”

——罗伯特·庞得
(美国形象设计师)

第一印象

百分百

想象一个新情境的情景：小伙子接到面试通知，除了书面上的准备，还要把头面修饰一新：穿上锃亮的皮鞋，西服和领带，还有公文包，这显然是试图想给主考官留下一种成熟、能干的独特印象。

我们已经生活在被称为“30秒文化”的世界中。社会的快速发展和各种媒体的传播，使人的注意力持续时间变短。人们已经习惯于来回拨开电视遥控器来寻找有趣的东西；习惯用快捷的方式获得小批量的信息。现在人们习惯于快节奏中：工作、

快餐、超市、流行音乐等。这些都导致我们的生活节奏在加快。无论我们愿意与否，别人都会对我们的衣着和说话等进行品头论足。

你的服饰写满了你的社会符号。美国的一位总体形象顾问威利·索尔比这样说过，当你走进一个房间，即使房间里没人认识你或以前曾见到你，但是人们仅仅从你的外表上就可以对你做出十个方面的推断：一、经济水平；二、受教育程度；三、可信程度；四、社会地位；五、成熟度；六、家族经济地位；

七、家族社会地位；八、家庭教养情况；九、是否成功人士；十、品行。当我们还没有看清对方的容貌，来不及揣测对方的心理状态的时候，大面目的服饰已经给出了重要的暗示。一个人的服装形象在第一印象中起到90%以上的作用。所以你在第一次面试时，就要注意自己的形象。良好的外表形象是陌生人了解你的第一手资料，是你的第一张名片。因为现在的社会很少有人愿意花更多的时间去了解、证实一个给他没留下好印象的人。



以下是两个发生在美国的真实故事：

一位中国女博士去美国巴林银行面试，尽管因计算机能力出色而被聘用。但面试时给人留下的普通、平凡的第一印象成为她日后发展的障碍，这也让她的上司感到遗憾：她看起来像个再普通不过的女人，但进入公司后，她的专业能力超乎我们的想象。不幸的是，由于进来时的位置太低，我们只能在那个基础上给她加薪。

而一位老板对另外一位面试成功者的描述却是：从她一进门，我就感到她是我所渴望的人，她身上散发着某种精神，被她那庄重的外表衬托的越发迷人，只有高素质、可信、正直、勤奋的人才会有这样的光芒。30分钟后，我就让她第二天来报到，她也没让我失望，至今也是我们这里最优秀的经理。

毫不夸张地说，现代社会是“以貌取人，先入为主”的社会，无论我们认为从外表衡量人有多么肤浅和愚蠢。但是社会上的大多数人都时刻在根据你的服饰、发型、手势、声调、语言等来判断你。人们普遍喜欢那些衣着得体、为人热情、友好、宽松祥和的人；普遍厌恶那些破衣烂衫、缺乏教养，尖刻、刁钻、好战的人。如果你毫不理会这些，就可能面临着受人误解和自毁前程的危险，所以我们的形象应该是“避免误会，投其所好”。无论你是否愿意，你都在留给别人一个关于你形象的印象：它在影响着你的自尊和自信，影响你的成功应聘、升迁，在商业上的交易，你的人际关系和爱情，最终影响你的人生幸福。



TIPS

美国著名形象设计师莫利先生曾经对美国财富排行榜前300位中的100位执行总裁调查，96%的人认为形象在公司雇人方面极为重要，尤其是那些要求可信度高和与人打交道的工作，例如市场、销售、金融、会计等；97%的人认为懂得并能够展示自己外表魅力的人有更多的升迁机会；93%的人相信在首次面试中是由于不合时的穿着而被拒绝录用；100%的人认为应该有职业形象方面的书籍供员工阅读。

恰当 着装

如何才能穿着恰当呢？基本上应该是遵循色彩和服装款式风格搭配等原则。在穿着时考虑了这些因素，那么大体上就不会让人感到穿得太离谱，其实所谓原则现在已经成为全球通用的语言，它的词汇便是我们的衣服和包括鞋子在内的所有饰品。服装语言作为符号学的分支之一，即暗示科学，是由暗示和标记组成，而成为服装学、心理学研究的内容，它们在你和他人见面开始聊天之前，就提前开始发挥作用了。

有时，一个人会在3分钟内失去生活的信心，原因却很简单，不是感到技不如人，而是因为看到他人的形象和穿着高于自己（大多数的实际情况却未必如此）。所以从你步入职场开始，就要花点儿时间学习一下如何塑造良好形象，

它会教你如何通过色彩、服装、发型、化妆等来巧妙地掩饰你自身的某些缺陷和不足，从而让你独特的优点充分地展示出来，使你与众不同，让人有过目不忘的留恋，同时你也要有意识地注意自己的外表和举止，使自己能自信地走进人群。实际上，在一个人的工作环境中，树立专业形象的时机无所不在，你的老板、同事、客户，以及面试官，每天都是你的观众。

你穿的衣服是让人来认真对待你的一种方法。你的服装要和你所从事的工作和所在的公司相协调。如何选择正确的职业着装也不完全一样，要依据公司的种类、性质、历史与传统等等而定。如果公司的形象与其职员穿着的服装联系不大，不存在明显的着装规定，



那问题就简单了。你只需判断一下是否达到了这样一个标准：如果你是高级职员，那就穿得体的面（职位越高，穿着始终与众不同就越重要）；如果你是一般职员，那也不要穿那些不适于工作的业余服装。因为你的上司并不会认为“没有付给你足够的工资”，而只会认为“你没有购置合适的服装”，由此得出“你没有足够认真来对待自己的工作”的结论。

你穿的服装，华丽或质朴，高雅或庸俗，流行或保守，都在影响或改变着你与他人沟通交往的方式。我们日常都

会尽可能避免接近一些打扮古怪的陌生人，更乐意帮助面相和善、衣着得体的人。实际上，星级酒店的门卫通常会根据一个人的穿衣打扮来决定是否让其进入。而面试求职、初次约会，甚至法官对犯人的量刑等都可能受到外观的影响而采取不同的行动。所以，服装影响你在社会交往时留给他人的可信度和别人对你的态度。

每个人都有个形象。不会因为你没进行有意识地设计或刻意塑造。在别人眼里就不存在你的形象。因此，上班时穿什么样的衣服，应该经过仔细考虑，而不应该碰到什么就穿什么。要记住一件事情，我们身上的衣服是一个与人沟通的工具。别人能够理解我们所发出去的信息，具有非常职业的形象不会改变你的专业形象。不会影响你与顾

客或同事之间的关系，而是更有助于树立你公司的形象，它与公司的产品或服务相融合，与你的个性相一致，反映你的社会地位，也反映你的才能。最后，所穿的衣服给你什么样的感觉是非常重要的。个人的交流风格不仅体现在语言和文字方面，而且也包括其穿衣打扮、对同事的态度，完成工作任务的责任感——待人处世的方式。无论“精神吝啬”还是“口袋小气”，都会让人不愿意接近你，做个慷慨大方的人，衣服穿着必须舒服，不仅身体感觉舒服，你的心情也随之舒畅起来。你的自信也由此增加。当一个人认自己是“丑小鸭”时，自卑、惶恐、无助会引起一系列行动的失败，而当有一天你发现自己是一只美丽的“白天鹅”时，美好和充满希望的生活便展现在你的面前。



TIPS

“穿着成功不一定保证你成功，但不成功的穿着却保证帮助你失败！”

（凯伦女士 形象设计师）



秘密1 3“A”原则

Aesthetics（美感）：

根据你的体型和肤色，选用着装的颜色、质地、纹理等。上下彼此和谐。

Appropriateness（合适）：

想想是否符合要去场合、时间、地点、天气、文化及约会的人对你的期望。

Attitude（态度）：

穿着将尽显你自己、公司和所从事的工作的状态。

秘笈2 各种职位与角色的着装类型分析——改变世界的方法就是改变自己

从政阶段、公众人物、企业家、政府公务员、经理

类型特点：

理性、成熟，平易近人，兼顾太

职业要求：

“百姓以衣食为天，官员以衣袋为尊，得民心者得天下，得体着装者得信任。”这里讲的得体着装并不意味着你非穿顶级名牌不可，但要以适合自己的身份为主。

服装：首选蓝、灰、棕、黑、米白色的套装或套裙，在中性色的套装下搭配一件颜色鲜艳的衬衫，衬衫的做工、质地良好，并带有细小条纹、图案的是首选。服装的色彩搭配要以同色系为原则。例如：深蓝色套裙搭配松石蓝色衬衫，棕色套装搭配浅橙色衬衫。

要点：

每一位竞选成功的总统身后都有形象顾问的帮助。早在1968年尼克松时代，历届候选总统都雇佣权威而专业的形象设计师，并全力进行形象策划，花费很大精力塑造成功者形象。成功者的形象能吸引更多的投资与帮助。人们往往更愿意积极主动地甚至倾全力去帮助那些值得帮助的人。尤其对公众人物、企业

家和经理来说，成功的穿着成为他们身份、地位的代表，你的穿着已不单纯是代表你个人，而是代表了一个群体或组织的形象。譬如你作为公司的经理、主管而穿着随便，即表示你对自己的身份认识不够，没有考虑到别人会从你的穿着，联想到你的整个公司的礼仪形象及对你的经营管理、财务状况等方面的一些看法，而且你个人的穿着不当，会使你对下属的形象要求也失去了说服力。对公司的企业文化，形象礼仪的要求，一般可以从公司的领导阶层的个人形象判断出来：处于领导地位的人，若对个人穿着要求严谨的话，则对员工的服装要求和仪表训练也就很重视，对这些有要求、有训练的公司，在企业形象和仪表礼仪上就会做得较好。所以，作为以上职位的你，成功的穿着不仅对你个人，而且对公司也有相当大的影响，这样的职业女性以穿保守的、上等的服装为主，表现权威感的、女强人的外观，难怪一位成功人士由衷地感叹：“1套1200元的服装和1套200元的服装，改变的是我的自我感觉。我已经无法在200元的服装中找到自我。”政府公务员的着装则要根据自身的经济水平及场合的需要来进行把握。



成功的企业家会告诉你，即使像很不起眼或者不起眼的小事上也要注重自己的形象。

行政型：行政人员/人力资源管理

——当我打扮得最漂亮的时候也是我工作最出色的时候

类型特点：

亲切，理性，成熟

职业要求：

假如你参与竞争的岗位是行政管理，这就与一般职位有所不同，你必须在整体形象装扮中充分显示出自己的专业素质和沉着个性，注重成熟为主题的风格，还要考虑现代的人事管理。有的公司已经不同于过去，现代人力资源拒绝严肃，转而以亲切的态度待人。但人力资源的工作毕竟重心在于管理，所以你的着装还是需要有一定的威信度。你的形象越到位，你就会越自信，也会更加看重自己

的价值，从而工作也更加出色，得到别人敬重和认同的程度也就越多。

着装：

色调柔和的套装、套裙。

要点：

以人为工作对象的行业，开会绍会时可穿红色等强烈的色彩，而色调的中性色可在召集顾客开会时穿。看看你第一次面试的女考官的穿着，你就大概知道自己应该穿什么样的服装去应试了。不一定要很时髦，却一定要大方，甚至略微显得成熟一点也无妨。款式和色彩宜取中庸格调，面料做工一定要讲究上乘。切忌前卫样式、幼稚轻薄和粗糙做工。薄而透的小短衫，以及吊带装饰决不适合。一般于净利落的西式套裙/套裤是

最稳妥的装束。在办公室最好穿有领有袖的连衣裙。衣裙的款式有一些时尚元素也没关系，但需剪裁合体，做工精良。裙子长度适度，在膝盖上下3厘米左右，避免穿闪光和涂层面料的服装。总之，形象要光彩照人而又不性感。



最佳着装禁忌：
·避免高领和紧身
·避免色彩的对比
·避免装饰物繁复
·避免材质的对比

文职型：文员/秘书/公关/咨询

类型特点：

甜美，活泼，优雅，精致

职业要求：

应试这些职位的时候，选择剪裁简洁，贴身，简洁的服装，色彩选择如米、咖啡、灰、蓝、黑、白等色，较易令人接受，搭配协调的服装最为实用。采用不具威胁感的，对比强烈的颜色，如海军蓝与白色，令人振奋和充满信心的色彩也

端庄的风度，优雅
得体的举止，注重
亲和力与亲和力的
表达举止。





可以选择。当精力不佳时，一定要注意化妆，保持精神饱满。西装的衣领要挺直，裙长及膝较为理想，短裤长度也要在膝上5厘米以下为标准，而在膝下过多则会显得萎靡老气。穿着时尚优雅，举止有分寸的女秘书就像一缕清风，不仅是老板的好助手，也会得到同事们的一致欢迎。众所周知，漂亮的女秘书对办公室枯燥的工作气氛会起到意想不到的调节作用，因为办公室里的着装不再是个人的时尚写真，而是一个团队的合影。

提示：

注意个人卫生，穿着合身的衣服，给人清新、整洁、明快的感觉，例如精致优雅的小套裙、时装款针织两件套等。套裙是最安全的选择，其次是针织外衣和及膝裙，色彩柔和清新，款式保守中带有时尚感。

重点：

文员/秘书/公关/咨询是办公室中的“常驻军”，很少外出，在着装上可以较少考虑服饰便于运动的要求，所以，

许多外企公司规定秘书/文员日常要穿着短裙，丝袜和半高跟皮鞋。注意裁剪简洁，工艺精良，无需多余的装饰，但注重细节处的手工制作，深色服装容易给人威严的感觉，甜美清新的文员应该亲切可爱，最好避免这些浓郁色彩。突出你的个性风格，可选印花面料，但是过于孩子气或过于成熟性感的服装，例如超短裙、吊带装、紧身衣或具有夸张的色彩与图案的衣服等也要避免。

外宣型：企宣外勤人员

类型特点：

创造性行业，青春朝气，敏捷干练，掌握尺度分寸感

职业要求：

担当公司的对外发布，与一般职员不同，企宣人员是最会“修饰粉饰”的一群人。她们的一大特点就是“自来熟”；从某些方面看，企宣人员与销售人员有些类似，不同的是她们经常接触各种媒体，说话必须很会掌握分寸，往往自然而然地带有一些“世故气”。

提示：

时尚高档的主衣裙、小套裙或套裤。

重点：

做企宣的人仿佛都经过“洗脑”，不仅说话要按照公司的方式说，甚至着装也要按照公司的风格打理。着装既职业化又时尚，发型是仪表的关键。可适当增加一些发饰。从总体来讲，得体高情商是大多数企业对她们要求。穿着时尚精致效果最佳，利落的长裙套服若是品质上乘，剪裁合身，也不失为实用的选择。所以，应聘这个职位不妨穿上你最贵的那身套装，最好避免穿随意休闲的服装，而时髦流行的蕾丝边、荷叶边的薄纱裙也最好不要穿，因为企宣人员可以容忍“女强人”，却决不容忍“小女人”。



优雅又带点小性感
职场女性的最佳
形象就是如此
干练而不失分寸。

创意型：广告/创意/设计

类型特点：

自由，创意，个性，艺术化

职业要求：

创新型行业。这是一种兼顾艺术才气与脑力创造的工作，一名优秀的设计人员，就等于一个按月领薪水的艺术家。随着各个行业的发展，需要的设计人员也越来越多，无论在广告/服装公司、旅游/新闻出版公司还是网络公司，设计人员都是令人羡慕的“自人一族”。

服装：

牛仔装、针织衫等休闲随意的服装，麻、纯棉等面料，配色协调有艺术感的图案搭配。

要点：

无论是服装设计师还是广告公司的平面设计

师，工作都相对比较随意性，老板可以容忍他们的个性，比较看重其才气和灵感，所以，他们的穿着原则是舒适自然或体现自身个性。当你面试这样的职位时，可以选择带有一些流行元素的服装，服饰、发型等，最好不要穿得过于另类怪异或过于暴露，但是要把握根据自身的条件而成为流行的指导者或早期追随者，不要成为流行的后期追随者或退避者。这会使人觉得你是无主见的，只是从众的，缺乏个性的人；也要考虑到该公司其他人的装扮，标准是不要引起他人的侧目为宜。穿着紫色、黄色、绿色、红色等，这些可以让他人认同你具有的创作激情和富有的浪漫艺术气息。含有黑色和中性色，创意性地运用自己的季节色调，时尚流行是你的标志。



营销型：销售/保险/广告/业务

类型特点：

明媚漂亮，善解人意，令人信任

职业要求：

这些行业不仅要靠一张巧嘴，还要加上令人赏心悦目的长相，做一个很好的倾听者比伶牙俐齿更重要，可以与各种各样的人成为谈得来的朋友，是便于你与人沟通的武器，同时还要注意处处彰显出你成熟和值得信赖的专业形象。有了这些装备，往往可以使你“事半功倍”。所以，聪明的老板总会选择漂亮而有亲和力的女孩子做销售，因为她们总会给人带来好心情。

