

FLOWER
WOMEN



新富
新贵新时尚



四川文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

新富 新贵 新时尚/郭彦主编. —成都:四川文艺出版社,
2001. 4(2001. 9 重印)
(花样女人丛书)
ISBN 7-5411-1988-1

I. 新... II. 郭... III. 随笔-作品集-中国-当代 IV. I267. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 11412 号

策划组稿:陈 红 林文询

责任编辑:陈 红

装帧设计:邹小工

责任校对:汪 平等

责任印制:晋 冰

书 名 新富 新贵 新时尚 定价 20.00 元

郭 彦 主 编 ISBN7-5411-1988-1/I·1704

2001 年 5 月第一版 2001 年 9 月第二次印刷

开本 889×1194 1/32 印张 9.125 字数 219 千

四川文艺出版社出版发行(成都盐道街 3 号) 邮政编码 610012

电话:(028)6666700[发行部] (028)6663501[编辑部]

电子信箱:scwys@mail.sc.cninfo.net 成都华宇印务中心照排

新华书店经销 四川五洲彩印有限责任公司印刷

版权所有, 违者必究, 举报有奖。举报电话: (028)6636481 6241146

本书若出现印装质量问题, 请与工厂调换。电话: (028)5011398

责任编辑：陈 红 封面设计：周 明

FLOWER WOMEN

花样女人丛书

新
富
新
贵
新
时
尚

时尚是物质社会的一种必然表现形式，花样年华的花样女人天生就是追逐时尚的引领人。她们的心灵没有沧桑感和无可奈何的褶皱，笑意写满脸上，尽情享受美好年华的美好人生。她们讨论的是“我和牌子货的故事”、“漂亮是什么品牌”；她们喊出“让男人滚回厨房去”的宣言，感觉“家还是暖色的好”；她们渴望成为社会的新贵，并努力去规范自己的行为准则。关注时尚成为她们每日的必修课。本书正是从“时尚感悟”、“贵族速成手册”和“你不得不关注的八大时髦话题”切入，完美地展示了物质社会新富新贵新时尚的丰富内涵。

ISBN 7-5411-1988-1



9 787541 119880 >

ISBN7-5411-1988-1/1 · 1704

定价 20.00 元

FLOWER
WOMEN



花样女人丛书

新富 新贵新时尚

主编
郭彦
副主编
刘卫
李融

郭彦
刘卫
李融



看“花样女人”丛书，

如同看女人那

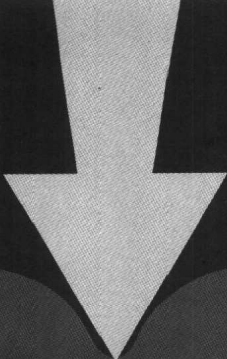
一身身不断变化的

旗袍下的腰肢，

感受、品味女人那

轻舞曼妙的时尚风韵。

四川文艺出版社



前言

FLOWER WOMEN

编杂志编了好多年，

把可以经得起时间考验的东西汇集成册是一件快乐的事情。

薄薄的三本书显然不能涵盖《舞台与人生》杂志三年来发表刊载的所有精彩内容，但是依着情感、做人和物质时代的时尚生活这么几条线，我们还是清晰地拉扯出了一些鲜活实在的内容出来。这三本书中有太多美好的女人、美好的情感和美好的生活，也有很多另类的女人、极端的情感和超前的观念。看她们的时候有种特别的感受，轻舞曼妙、时尚温润，如同张曼玉那一身身不断变化的旗袍下的腰肢。让人心动的肯定不是旗袍本身，而是穿她的那个女人，那样一种丰韵。

读她，是在读一种有丰韵的生活。

我们会把“花样女人”丛书一直做下去，因为我们不拒绝有丰韵的生活。

郭彦

目录

第1章 时尚感悟

- 011 我和“牌子货”的故事
- 023 虚度,职业女子养颜术
- 029 别去招惹那个叫无所事事的东西
- 033 虚度光阴的快乐
- 037 KISS! KISS! KISS!
- 041 漂亮是什么品牌
- 047 女人的30和房子汽车钻戒
- 051 30岁以后,人淡如菊
- 055 悬在空中的30岁
- 059 学习女性好榜样
- 065 找个中庸的女人过日子
- 069 喜欢英俊的男人
- 073 让男人滚回厨房去
- 079 时尚风向标与上海女人的舌头
- 089 物质时代女人的笑脸

093 个性女人,时尚的旗帜

103 新富新贵新时尚

109 我的印第安项链

115 家还是暖色的好

第2章 贵族速成手册

121 贵族,一个巨大的诱惑

123 一 贵族小词典

126 二 贵族的衣饰

127 三 贵族的食物

130 四 贵族的居住

132 五 贵族的交通工具

135 六 贵族的娱乐活动

137 七 贵族的生肖

第3章 你不得不关注的八个时髦话题

155 一 踢开言情,看武侠!

花谢花飞飞满天(叹凤楼)/武侠是爱恨情仇中的温馨(何大草)/情天恨海任我行(孙山)/花拳绣腿行江湖(黑鸟一飞)/撇开言情看武侠(王尔秀)

167 二 面对金钱,艺术家说话

钱是个可爱的王八蛋(韩静霆)/金钱是商人明媒正娶的老

目录

FLOWER WOMEN FLOWER WOMEN FLOWER WOMEN

婆 是艺术家不三不四的情人 (何多苓)/我从不相信靠艺术能暴发 (刘湛秋)/今天谁敢说自已贫困 (吕澎)/人在没钱时要有韧劲 人在有钱时要有节制 (叶辛)/不能让金钱的欲望像野马一样奔腾 (刘子枫)/金钱、市场与歪打正着的艺术家 (叶永青)

187 ***** 三 让我做个幸福女人吧!

我要得不多/幸福女人的小小要求大盘点/幸福是什么?/幸福是永远被需要/幸福是一种形式/幸福是买得到的后悔药/幸福来自比较/幸福要么是糊里糊涂,要么是明明白白/幸福是99度的水/幸福是真实的谎言/幸福是倒吃甘蔗/幸福是成年人的童话/幸福是脚踏实地的土地/幸福就是毛毛雨

199 ***** 四 今天的爱情还需要情书吗?

另一种奢侈 (莫然)/真情可书 (范云)/下个世纪特快专递求婚戒指 (黄爱东西)/情书是生命中无法重复的体验 (卜翌)/《情书》VS《电子情书》(王珺)/情书秘法 (若农)/情书速成参考书目

213 ***** 五 大陆是母亲 台湾是妻子 香港是情人 欧洲是外遇

从孺慕到外遇 (余光中)/中国,我有你的电话号码 (欧阳江河)/橘子里的公主,她是靠哪里来的水活下来的呢?(虹影)

233 六 中国,哪座城市最适合女人居住?

只有在上海街头,我会强烈地意识到自己是个女人(赵立)/
当今的上海没有了鲁迅,随之就没有了张爱玲(沈芸)/上海
适合女性生存的最大原因是可爱的风雅的懂得生活情趣的
上海男人(杨斌)/上海之于我是一种既爱又怕的熟稔的亲
近(董懿娜)/女人是天生应该住在上海的(宇秀)/上海在
中国是妇女地位最高的城市(陈菱)/厦门是个散漫而不浪
漫的地方(李娜)/我爱厦门,这个没有个性的城市(陈颖)/
最爱北京的应该是中国的男人们(周晓红)/做深圳女人真
好(苑云)/有鲜花的城市一定有他(何颖)/我的一言难尽
的昆明(赵园园)/没有特色就是武汉的特色(周红斌)/武
汉人里最有性格的当属武汉女人(尹丽华)/杭州男人亦步
亦趋的谨慎,对杭州女人来说未尝不是一件好事(张斌)/
西安的水土就是好,于是养了一方懒人、闲人(董欣)/西安
——我魂牵梦萦的古城(余静)

261 七 21 世纪什么样的女人最吃香?

21 世纪的女人复杂一点去欣赏(池莉)/21 世纪,“性革命”
的女人最吃香(方刚)/吃香女人有标准(毛宁)/独立、自由
的女人最吃香(加拿大\林欧雯)/异国情调的女人最吃香
(法国\艾力克韩)/21 世纪什么样的女人都能吃香(张蓉
蓉)/21 世纪女性最时髦的职业(王璐)/21 世纪女性的生
活方式(王璐)/20 世纪最有争议的女人(王璐)/20 世纪最
吃香的女人(王璐)

281 八 21 世纪什么样的男人最吃香?

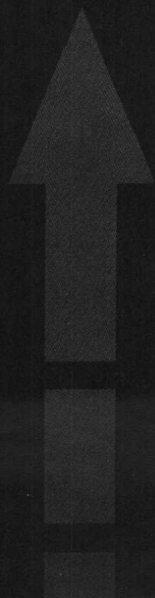
最“香”的男人我不喜欢(杜丽)/我基本上算是这种理想的
男人吧(刘信义)/21 世纪,这三类男人最吃香(蔡国庆)/
“魔鬼”般的男人最吃香(岳梅)/21 世纪男人肯定不再写情
书约会我们了(黄爱东西)/20 世纪最吃香的男人(王璐)



FLOWER
WOMEN

第 1 章

时 尚 感 悟





FLOWER WOMEN

我和
“牌子货”
的故事

FLOWER WOMEN

牌子、牌子？牌子能值几个钱？

内行人士告诫说：

一件衣服的价值衡量尺度不仅在衣料款型上，

更应包含着设计师的创意理念和设计价值，

不计算这一点是很没有“良知”的

——这就是“品牌”的起源和含金量。

品 牌

粗

略回想一下，从小到大，花自己挣来的钱随心所欲买自己喜欢的衣服并穿在自己身上的历史，足有十年之长了。可仿佛只是到了今天，我才恍然顿悟一般，刚刚对那些镶嵌在衣服内里后脖领上的品牌标签有了点兴趣，原因恐在于穿衣的岁月也会如生命的季节一般演幻成长吧。从前买一件时装是穿姿色、穿冷暖、穿时髦、穿热闹、穿个性、穿心情，而今则欲穿品位……品位也是一种“潮儿”，可这种潮儿来得不似惊涛骇浪，风卷残云，不似满街满眼的流行色和流行款，岁末年尾的大“跳楼”和大甩卖；它只像一缕温暖的阳光，一袭幽雅的香气，轻轻笼罩了时尚的氛围和脸孔，也沉淀下时装业的一些鼓噪、浅薄、粗俗、乍艳与尘嚣。它从头到脚烫烙着不同品牌设计的意念主张，并在稍嫌奢侈昂贵的物化载体中渗透出一种格调；有了这种格调，时装穿在身上变成地地道道的精神消费才成为可能。

从前的日子，爱美的女人眼里只有衣服，没有品牌；只有色彩，没有色调；只有面料，不讲质感的视觉冲击；只有款型样式，而意识不到一件衣服本身也如文化的符号，能标榜昭示某种人生的态势、作派、神韵和莫可名状……说不清从哪一天开始，人们对品牌的瞩目和热谈胜过了揣摩一件衣服本身，品牌很似以往为某个人物做心理分析所需昭示的性情元素，比如生辰八字、血型、星座、气质、属相等等，尽管没那么精确和科学，却多多少少赋予了衣物一些象征色彩和气质导向。品牌真如衣服的文化符号，在玄虚中不经意地就张扬了某种人类的生活追求与风范。不知你有无同感，在茫茫人海中左顾右盼，有时会心生一丝感叹：如今最能令时装族们意识到年龄层、职业圈、消费能量乃至阶

层地位和精神面貌之划分的抢眼地带,往往不再是某一件衣服,而是镶嵌在那件衣服内里,不显山不露水又特有说头的品牌。

常常遇到一些朋友,总喜欢询问我喜爱怎样的衣饰品牌,我不能果断地回答,因为我的爱好有点“花”。但打开衣橱可以得出整体的印象:我消费的品牌基本都属休闲一族和个性诠释,且尽是小批量制造兜售的,不会在令我行走的天空底下穿臭了街。所以玩兴十足的女友们多喜欢在我的衣橱里埋头探“宝”,再不就一件接一件地将衣服扯下衣架对镜试穿,乐此不疲。我高兴看她们这番羡艳赞叹的模样,因为那跃跃欲试的劲头儿,显然蕴含着对我着装品位的某种鼓励;只要不把有些衣服的价格和盘托出,一般都会得到大家的赞许。

说句万般无奈和“立场不明”的话,当你日久天长懂得了珍视品牌,也就不会过分抱怨价格的昂贵了,因为那虚头巴脑的品牌即“出世纸”也霸据了相当不容忽视的含金量——倒不全是出于虚荣,而是我曾屡屡被内行的人士告诫:一件衣服的价格衡量尺度不仅有衣料款型,更应包含着设计师的创意理念和设计价值,不计算这一点是很没有“良知”的。我害怕“没有良知”,就把内行人士的叮嘱记挂在心上了。日后我改掉了一点购衣心态,嫌贵就掉头走开,干脆不买,更别昼夜惦念;要不就横下一条心,情无旁骛地将自己最喜欢的东西痛痛快快购为己有。反正,就是别逡巡徘徊在名牌专卖店里大呼小叫,一面唏嘘着“物值不符”“太宰人了”,一面却又下意识地捏掐精致衣服迟迟不肯松手……爱美的女人多少都有与我同样类似的体验。

现在,每个女人的衣橱里差不多都已装满了衣服,所以,没有哪件具体的衣服,可以令我们非买不可,不买就活不下去。也只有捱到了这步田地,我们才有可能消除购衣时困窘紧张的心态,开始从容悠悠地梳理一些穿衣的理念,学会尊崇一些自主选择的品牌,并逐年逐日有所长

进地穿出衣服的品位。平日的衣服足够穿了,就别再胡买,待兜里有了闲钱,才去买几件精致可人的牌子货,哪怕昂贵点也在所不惜,这是我的购衣理念。在我的心目里,耐得岁月侵蚀和审美眼光成长的优雅品牌一定不会既无准则也没脾气地随便跌价狂减,也不会充塞着都市任何一个角落,霸人耳目地喧声争宠,真正的品牌像它们制造的衣服一样,永远与凡俗保持着一定的距离,却又以品质的自信与恒定逐渐赢得日久天长的人心;它们在矜持又平和的从容不迫中,令我们得到超越穿衣扮靓的生活启示。

女友们从我的衣橱里,帮我筛选出几件 1999·世纪末的秋装,建议我拍一组照片看看衣服的效果,我很认真地尝试这样做了。尽管效果不尽如意,但我知道,我青睐这样一些默默散放着馨香的品牌,而朋友们也青睐我这样一些心有所属的选择。

单 性

说品牌的故事,不能不提到“单性”服饰。这是一个欧洲时装作坊业的品牌,点缀在香港不算最繁华的略微古旧的小街上。看它的门面和服饰的品位,“单性”就不似一个声名显赫的时装集团,因为它的衣服模样带有精致手工的制作痕迹,并且明显游离了普罗大众的思维眼光。在品牌衣饰里,它有点“冒傻气”,丝毫不像“单性”的苛刻标榜,一点没有唯我独尊的傲慢模样。在我毫不犹豫买下的这件长身裙前片儿上,“单性”居然为之从头到脚镶满了一块块斑驳的小皮块儿,不是花布补丁,也不用图案花纹之类的琐饰,而居然为自己的作品脸面披挂了五花八门的软皮品牌标签!真让我好生感动!“单性”的裙身烘托出一个品牌斑斓多彩的世界,点缀出前卫、率真的感觉。但它的牛仔后身与粗呢纹理又那