

改变个人职业形象，提升团队竞争实力

王耀路◇著

人见人爱的成功形象

彩图版

北京燕山出版社

人见人
爱的
成功形象

改变世界的方法就是改变自己

图书在版编目 (C I P) 数据

人见人爱的成功形象 / 王耀路著. —北京: 北京
燕山出版社, 2004.11

ISBN 7-5402-1649-2

I. 人… II. 王… III. 个人—形象—设计
IV. B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第115126号

版权所有, 侵权必究

书 名: 人见人爱的成功形象 (彩图版)

作 者: 王耀路

责任编辑: 贵群

出版发行: 北京燕山出版社

社 址: 北京市东城区灯市口大街100号

电 话: 010-65243837 邮 编: 100006

经 销 商: 各地新华书店

印刷装订: 北京市富达印刷厂

开 本: 889×1194毫米 24开

字 数: 100千字

印 张: 7

版 次: 2004年11月第1版

· 印 次: 2005年09月第1次

书 号: ISBN 7-5402-1649-2

定 价: 28.00元

(如发现印装错误, 本社负责调换)

让形象为成功服务（序）

我们许多人活了一辈子可能并没有想过人是社会的动物，人的外在形象是非常社会化的。“好看”与“不好看”、“有魅力”还是“没有魅力”等等在相当大的程度上与社会群体的认同有关，所以人的外在形象是需要设计的。更为关键的是我们很少想过，这种外在的社会形象对我们社会上的成功、对我们的一生有多大的影响。

据一项社会学家的调查表明：形象在一个人的成功因素中占有很大比重。可能对于平日不太注意外表的人来讲，这不是一个好消息，但你同样可以利用形象的改变提升自己的职业地位和事业人生。你是否会想到这一调查引出了一个全新的行业——职业形象设计或个人魅力设计行业。

在中国的职业形象设计行业中，王耀路无疑是一个闪亮的名字，她从小就对这个行业产生了好奇心，后来渐渐变成一种热爱，到后来一直尝试和推广这一行业，使其得到大众的认可，直到取得今天的成功。多年来经过王耀路形象设计的人不计其数，他们在职业生涯和人生道路上也因此赢得了尊重和财富。王耀路在为个人进行职业形象设计的同时也对个人魅力进行了精心研究，并且为许多团队、机构和企业进行整体形象设计和策划，大大提高了团队的“美丽能力”，加强了企业的竞争力。以下是王耀路辅导过的一部分企业：

北京妆王科技（再清椿）股份有限公司

北京红都阳光商务会馆



人见人爱的
成功形象

美国视博思 (CBN) 慈善机构

美国博世金电中国公司

美国通用电器中国公司

北京工业大学

北京地质学院

北京《好主妇》杂志社



全国妇联《中国妇运》杂志社

全国妇联《婚姻与家庭》杂志社

北京《健康与美容》杂志社

北京《职业女性》杂志社

北京商业银行酒仙桥支行

各地农村信用社25家

中国农业银行

中国交通部

中国高等教育出版社畅想教育集团

北京呼家楼街道办事处

广州盈系化妆品有限公司

中国医师协会

北京阳光女子俱乐部

北京双鹤药业股份有限公司

美国雅芳中国公司

北京世达仁广告有限公司

北京玛丽安娜美容中心

大连澳太进出口有限公司

在人们一般的印象中，进行形象设计，只是对人的外形和外表进行美化或者训练一下形体动作等等。但事实却并不是这么回事，形象设计的内容远远超过人们的想象。比如，怎样让人感觉更诚信，工作效率更高，显得更有智慧，这也是形象设计工作的任务。王耀路的许多“创造魅力”的理念很有创新性，这也使得她的理念一直显得比较超前。

在王耀路的职业生涯中，遇到过不少有启发意义的平常“小事”。有一次，一位电视台主持人转岗到了政府部门工作，这位主持人的工作能力不低，人也热情能干，就是得不到同事的认可，使她很消沉。后来她找到王耀路，经过心理和外型的分析后，王耀路给她出了一个诊断：换掉每天上班穿着的艳丽服装，改穿一些大方保守的服装，化妆要尽量淡。这样就淡化了新奇的色彩，给人一个大方稳重的形象。她照做了，果然给自己的情绪带来了极大的变化。

王耀路认为魅力是全方位的，不是某一个方面的，许多漂亮女孩都怕自己看上去显老，她们往往会从潜意识里认为，人越漂亮越容易受人青睐。事实上，这样倒可能会给自己造成不必要的阻碍。如果上司很赏识你的才能，但在提拔你的时候，就会考虑，会不会有人说提拔一个漂亮女人是因为她长得漂亮。

王耀路的工作有时就是将人设计得“不那么艳丽”，她强调的是一种对美的回归，她实践的是一种节约成本的魅力方法。在王耀路看来，如何让人看起来更诚信是一门学问。有一位企业的老板由于先天的原因，眼睛每隔三四秒钟就眨一眨，让人感觉很诡秘，王耀路建议他配戴一副眼镜，有了一层“隔离”，弱化了他的缺陷。这样看上去他的诡秘变成了一种充满魅力的神秘感。

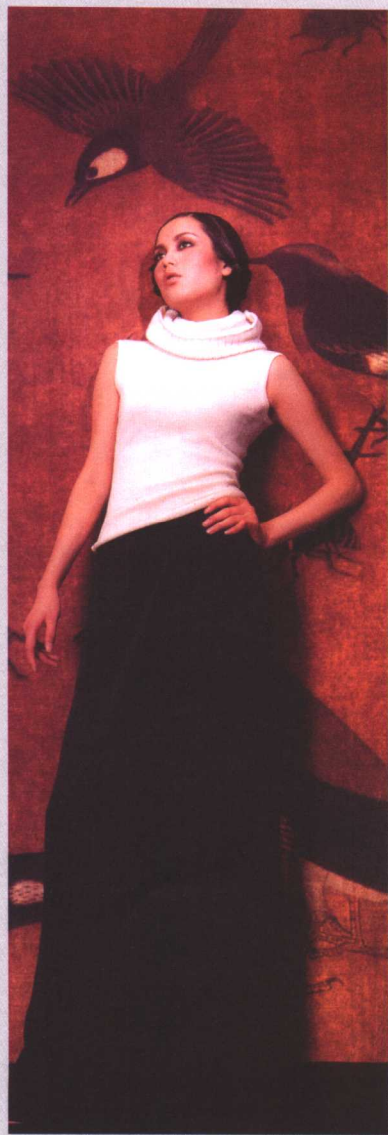
王耀路目前正在为更多企业团体提供服务。银行、保险、销售等服务性的行业成为了她的目标群体。今天，不同的岗位要求不同的形象，而不同的公司又要有自己的企业特色。于是王耀路根据每种岗位职责首先设计出人物的外观，从视觉上达到职业人物与企业团体的和谐统一。然后再根据这个主题设计出职业人员的职业行为，形象和行为从感觉上符合企业团体的主题，这样更增加了团队的竞争力。

人见人爱的 成功形象

有一次，她在为一个销售公司做设计时，首先考虑的就是如何提高效率，后来她设计了一个动作，让员工见面时互相拍拍手。这看起来是一些细小的环节，但团队认真做起来后，效果还真不错，大大提高了团队的效率。

王耀路在评价这个行业时说“这个行业是全新的，但更具有创新性。”她是一个喜欢挑战的人，虽然目前她的公司还是一个小公司，但她的专业精神受到许多同行的推崇。她非常看好未来形象设计市场的前景，为了坚持和发展她的理念，她一直坚持进行研究和市场分析。王耀路认为，中国人最终需要的还是符合中国人特点的形象设计。





目录

姿态比样子更重要	35
面部表情——定格的永恒形象	37
成功的职业发型	41
成功形象的后备库——衣橱	42
本章小结	43

第五章 脸型的修正

接受上帝给的脸	44
成功的约会	45
脸型以及修正法	46
长形脸的修正法	47
方形脸的修正法	52
圆形脸的修正法	56
菱形脸的修正法	58
本章小测试	62

第六章 体形的修正

别跟体形过不去	63
亚洲人的体形修正法	65
本章小测试	82

第七章 色彩的表达

色彩的表达	83
-------	----

Contents

让形象为成功服务（序）

第一章 形象成功学系统工程

改变世界的方法就是改变自己	1
成功的形象会吸引成功	2
整体形象是一个系统	5
整体形象建立的阶段性	6
形象建立失败所带来的损失	9
本章小测试	10

第二章 成功形象是什么

什么是个人成功形象	11
什么是“讨厌鬼”	13
好感是如何产生的	17
本章小结	22

第三章 我是谁？——成功形象心法

改变心中的魅力意象	23
魅力源自自我意象	25
运用自我意象塑造外在形象	28
本章小结	30

第四章 成功形象修炼

魅力源于自我意识的觉醒	31
-------------	----



Contents

第八章 风格的确立

没有风格就没有魅力	106
做个香奈尔女王眼中的美女	107
风格的测试	108
你是哪种类型的人	110
本章小测试	112

第九章 你的味道吸引谁

补上香水这一课	113
女性与香水	114
让你更有味道的用香方法	115
香水的选购和保存	117
香水和香精有何不同	118
香水的保存方法	119
香水的风格	120
本章小结	121

第十章 倾听与沟通的魅力

发声的重要性	122
塑造听觉之美	123
沟通的三大原则	126
沟通的四大境界	130
沟通“迷路”案例	132
本章小结	134



目录

第十一章 成功形象的两个致命问题

- 年龄是形象之敌? 135
- 要不要为形象去整容? 138

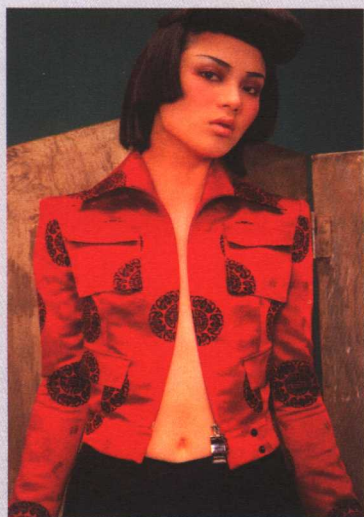
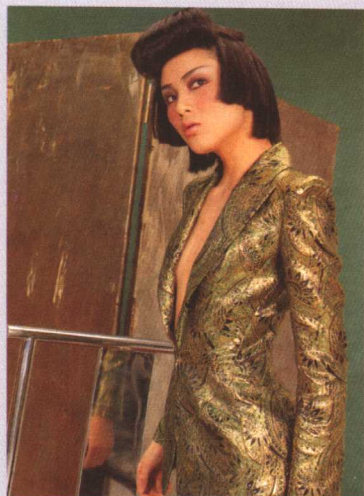
第十二章 礼仪之母——品格

- 品格的魅力是最大的魅力 140
- 品格魅力赢得好人缘 141
- 富兰克林的礼仪道德手册 144
- 本章小测试 147

第十三章 爱人者，人恒爱之

- 爱人者 人恒爱之 148
- 爱的进入法 151

- 后 记 152



第一章 形象成功学系统工程

[改变世界的方法就是改变自己]

残酷的现实是：一个人的形象好坏决定着一个人是否能够成功。当然，这个形象不仅是指外在形象，还指内在形象和外在形象的诸多方面。

曾经有一个相貌出众的女销售总监尚青来找我，说她的下属都怕她，不喜欢她，也不跟她说真话，她感到很苦恼，不知原因。

我们见面后，实际上她往那儿一坐，说了两分钟的话，我就知道是怎么回事了。我对她说：“非常简单，现在，你跟着我做。”

我于是给她讲了6个树立成功魅力形象的要点：

第一，把交叉在胸前的两手放下来，打开肩与胸，把两手轻松地放到两边椅子扶手上。

第二，把右腿从左腿上拿下来，左右腿并拢，偏向左侧。

第三，与我说话时，头不要偏着，这样眼神好像斜瞅我，我很不舒服，头要正对我。

第四，试着笑一笑，这样你会更美丽一些。

第五，眼睛不要老是眨来眨去，这样让人很心烦。

第六，说话的声音低一点，略慢一点，试着柔和一点。

交代完这6个基本原则后，我对她说：“好了，回去吧，做到这6条，再来找我。”一个月后，她给我打电话说：“世界完全变了。看来，改变世界的办法就是改变你自己。”





[成功的形象会吸引成功]

形象与成功究竟是什么关系呢？我们应该找一些方法让成功早些到来，而树立良好的形象就是方法之一。在成功之前就要树立一个成功者的形象。因为成功的形象会吸引成功，成功会吸引成功。

人们往往更乐意积极主动地甚至倾全力去帮助那些值得帮助的人。成功者的形象能吸引更多的投资与帮助，这就像股市投资者常常投资那些看上去能涨的股。成功的形象能缩短成功到来的时间，而一个不良的形象则会把成功吓跑，甚至使成功前功尽弃，直至失败。

美国前总统尼克松早在1961年就参加过总统竞选，但他以美国历史上最微弱的总统竞选差额49.6%比49.9%，即0.3%的劣势败在了肯尼迪手下，而在竞选之前的民意测验中，尼克松曾以56%比44%，即以12%的差额领先于肯尼迪。

胜券在握的尼克松在竞选中，要与肯尼迪面对美国七千万电视观众展开辩论。

可是，当时尼克松因前不久的车祸导致膝盖撞伤，而且身体消瘦，精神不佳。屏幕上的他，服装肥大，眼睛深陷，疲惫不堪，萎靡憔悴。肯尼迪却衣着合体，面部表情放松，健康魁梧、精神抖擞，与尼克松形成了鲜明的对比。要知道，人的视觉形象占整个感觉系统的75%!

这时所辩论的内容已显得不那么重要，美国公民希望有一个全新的、具有领袖风度的总统，这时选民也只能通过直观的第一印象来判断和选择。尼克松失败了。

1968年接受了失败教训的尼克松，组织并雇用了大批权威而专业的形象设计师，精心策划竞选活动，花费很大精力塑造成功者形象，结果

一举成功，成为美国总统。

虽然竞选还有许多更深刻、更重要的因素，但是他的形象如何，却在很大程度上影响着他能否获得竞选的成功。可以说，第一次形象的不到位，耽误了尼克松7年的时间。





7年是个什么概念？人的一生中有几个7年？

自尼克松以后，里根、克林顿等总统候选人没有一个不倾全力进行形象策划。到位的形象，是个人或集体的无形资产。你的形象越到位，你就会越自信，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。

这一切反过来又会促使你更加注意自我形象，如此形成良性循环。

[整体形象是一个系统]

那么，形象是不是就是穿几件合体的衣服、化个妆就可以解决的呢？

显然不是。有关形象问题，刘义庆在《世说新语》曾有这么一段描写：

有一次匈奴使者求见曹操，曹操想，世人知道大名鼎鼎的曹操叱咤疆场，英雄盖世，可实际上自己却身材矮短，貌不惊人。他怕影响了军威，因此不想亲自接见。于是曹操就派手下大将、长得英俊威武的崔琰装扮成自己去接见匈奴人，而曹操却手提大刀立在床头装扮成卫士。

接见过后，曹操派人去打听求见者对“大王”的印象。使者说：“大王雅量非常，然而床头提刀

人，此乃英雄也。”这个故事说明我国古代人就非常重视形象；同时也说明，形象不仅来源于一个人的外观和形体，而且来源于一个人内在与外在的各方面因素，综合协调形成的整体形象。

如何树立一个良好的形象？

首先，必须明确这是一个系统工程。

其次，必须树立一个主题，就像说话要有中心思想一样，树立好这个主题将体现于一个系统的每一个细节当中。

也就是说我们要确定盖高楼大厦，还是“瓦棚草房”，盖什么样的房子就用什么样的料。

对整体形象的确立，你是处于哪个阶段呢？





[整体形象建立的阶段性]

形象的建立需要多个阶段的建立与巩固。主要分为四个部分：

1. 感觉阶段

接触的各方还没有形成有效认同，只有对对方表面和内心的一些感觉。

关键：

初次接触中形成的“形象”是关键中的关键。

【不同结果】

第一种结果：

你成功地吸引了对方的注意，充分展现了个人的独特性，对方产生了和你继续接触的兴趣。你也因此为自己创造了更多的机会，人类社会的机会来自于人与人之间的关系。机会之门打开后，你可以选择深入下去或适可而止。

第二种结果：

你没能引起对方的兴趣或者你给对方留下的形象比较差，对方没有产生想和你深入交往的愿望。机会之门因此关闭，