



三联文库·形象系列



个性色彩搭配

[英] 玛丽·斯毕兰 著

● 李婉君 译



上海三联书店

SHANGHAI SANLIAN WENKU
XINGXIANG XILIE
GEXING SECAI DAPEI

三联文库·形象系列

个性色彩搭配

[英] 玛丽·斯毕兰 著

● 李婉君 译



上海三联书店

The Complete Style Guide
copyright © 1997 by Mary Spillane
Chinese translation copyright © 1997 by Shanghai Joint Publishing Co.
Published by arrangement with Judy Piatkus(Publishers)Ltd.
Copyright licensed by Arts & Licensing International, Inc.
ALL RIGHTS RESERVED

个性色彩搭配

著 者/[英]玛丽·斯毕兰

译 者/李婉君

特约编辑/夏 伟

装帧设计/乔 青

责任制作/钱震华

出 版/上海三联书店

(200233) 中国上海市钦州南路 81 号

发 行/新华书店上海发行所

上海三联书店

印 刷/东莞新扬印刷有限公司

版 次/1998 年 12 月第 1 版

印 次/1998 年 12 月第 1 次印刷

开 本/787 × 1092 1/18

字 数/210 千字

印 张/11

印 数/1—11000

ISBN7 - 5426 - 1142 - 9

G·299 定价 36.00 元

答谢词

本书能够写成是许多人给我鼓励、启发和合作的结果。

除了我乐意为之服务的善良顾客外，多年来美仪公司^①的顾问们也给了我很多的教益。在此，我要特别感谢维朗妮卡·亨德森（Veronique Henderson）女士，她不辞辛劳地工作使我们新色谱的所有色彩更趋合理，她说服了许多卓有声望的设计公司允许我们能使用他们的照片。我还要感谢公关人员谢丽萨·贝克（Liz Baker），她为我们从塞弗利（Selfridges）和利波提（Liberty）公司组织来一批很棒的模特服装，我也难以忘记在本书起草过程中给我提出有益建议的教练员潘·霍华德（Pan Howard）和玛奇·坎贝尔（Madge Campell），以及特利弗·卡斯利顿（Trevor Castleton），他在我外出期间，保证了公司业务的正常运转，使得员工和顾客都安之若素，心情舒畅。我还要向从1984年以来就一直做我得力助手的休·阿博特（Sue Abbot）表示衷心感谢，正是他帮助我对书稿无数次地修改和打印，直到满意为止，如今他对这本书已经熟悉到能够轻松地引用书中的任何章节和语句。

我还要特别感谢我的模特顾问：安娜·布吉（Anna Bourgeois）、西尔维亚·乔丹（Sylvia Jordan）、特奥·贝丽（Teoh Berry）、黛博拉·科菲曼（Debra Coffman）、哈丽特·沃尔特（Harriet Walters）、卡罗琳·帕克尔特（Carolyn Patrick）和萨拉·赖特（Sarah Wright）。下列人员的慷慨相助也使我难以忘怀，（读者可以从书中看到他们）他们是：露丝·布洛克（Ruth Block）、戴安娜·特那卡（Diana Tanaka）、乔安娜·哈努（Joanna Hadnutt）、莉莎·波普（Lisa Pope）、休·西蒙（Sue Simmons）、简·普林科（Jane Pringle）、米歇尔·摩根（Michele Mocgan）、克里斯蒂娜·帕多（Christina Pardul）以及安莉特·盖古利（Amrita Ganguly），还有美发公司（位于伦敦SW10，Holmes Place 健身俱乐部）的加里（Gary）和基恩·比尔（Keith Beer），他们是美仪公司最信任的美发师，经过他们巧手修饰，每个人都能容光焕发；英国汉斯·史特普（Hans Stepper）公司的玛丽·露丝·库尼也值得我特别致谢，她提供的绚丽照片向女性展示了如何通过脸部化妆来改变形象。我也感谢以下向我提供照片的公司品牌，他们是：阿玛尼（Amani）、艾

^① 美仪公司：“美仪”为公司名称，英文原文为“Colour Me Beautiful”，简称CMB。——译者注。

莉达·吉布斯公司 (Elida Gibbs Ltd)、雅皮索德 (Episode)、乡村休闲牌 (Country Casuals)、芬克·摩德 (Fink Modelle)、耶格尔 (Jaeger)、罗里尔 (L'Oreal)、马克斯马拉 (Maxmara)、摩逊 (Monson)、涅氏 (Next)、保罗·科斯特洛 (Paul Costelloe)、星球 (Planet), 位于迪班翰 (Debenhams)、维耶拉 (Viyella) 和温斯穆 (Windsmoor) 的儿童服装店。

同时, 多亏朱迪·皮特卡斯 (Judy Piatkus) 以及皮特卡斯公司的员工, 在其它出版商将美仪斥为“美国怪象”时, 他们独具慧眼充分认识到美仪所具有的巨大潜力, 本书编辑基尔·科姆 (Gill Cormode) 给予我的建设性指点在本书中清晰可见。他对我初次写作时的有益赐教理应受到我特别的致谢。我热烈的笔触从此将永不停辍。

美仪公司 (美国) 的总裁史迪夫·戴安东尼 (Steve Diantonio) 对我们的工作非常理解, 认为撰写这本源于欧洲的形象设计的书非常有必要, 他给了我们热情的支持。

我的丈夫罗杰·卢思克 (Rger Luscombe) 也非常值得夸奖, 他在我全身心投入筹备和写作的日子里给了我很大的支持。最后我要谢谢我的安娜 (Anna) 和露西 (Lucy), 因为我对本书的全身心的投入, 使她们只有在周末才有时间同妈妈一起玩。

前言

本书专为女性和女性形象而创作。它涉及如何修饰扮靓，如何交际应变等等，与女性风范仪表有关的所有问题。在书中，我们将与你一起探讨怎样最大限度地展现你的魅力，怎样用“美仪”技巧在你今后的岁月里修饰得更加美丽、自信和独特。

作为美仪公司的“美”的形象设计顾问，我们为天下妇女服务，20年来，无论出身豪门还是小康，无论是女学生、女官员还是女政治活动家，也无论是修女、女演员、女艺术家、女运动员还是女残疾人，我们都会热情地告诉她们，不必自感形秽，虽然貌不如人，她们的可贵在于代表了自己，自身的形象是关键之关键。

从1983年起，我就一直在欧洲和英国指导美仪组织“美”的形象设计的工作。这是一段非常激动人心和有意义的日子，当目睹自己的工作带来的美的变化时，我感到无比快乐。只要你知道了自己的“美”要如何去做，每个人都能变得如此仪态万方、风仪得体。

这本《女性美的形象设计——适应环境挑战生活》是我们集体劳动的结晶，这些富于创新的美饰技巧形成于美仪公司的工作网络，得到了在美仪公司执教和工作美容、时装专家的帮助，是他们个人经验和相互交流的总结。在此，我愿与你们共享这些简单有效、曾帮助过无数妇女变得更加迷人和自信的美仪修饰方法。我之所以这样做是出于对广大女性的真诚热爱和对她们个人勇气的高度赞赏，同时我也对我们“美”的形象设计的方法定能创造奇迹抱有绝对的自信。

无论采用何种方法修饰，你都会发现有一个对你最和谐和季节色彩配色谱，它含有适合你穿着的最悦目的色彩，而且，依据你的身材特点所选的某些款式、面料、设计和饰物会因之显得更加讨巧可人。不必担心你会变得呆板落时，我们有足够的余地让你演绎个人的色彩和风格，确保你最美的形象能准确、突出地反映出：“你是谁”、“你想是谁”。

“美仪”革命——“美”的形象设计的重大进步

1980年，卡罗尔·杰克逊所著的《美仪》一书首次出版，数以百万妇女的自我评价和消费方式随之发生了一场巨大革命。它劝诫我们勿要轻易接受流行色的影响，而要根据自己的配色谱选择最能衬托我们天生的皮肤、眼睛、头发色彩的服饰，因为恰当的颜色能有

助于我们显得更加健康、美丽和富有活力。对于全世界妇女而言（她们中有2000多万人阅读过此书），这是具有深远意义的事件，尤其当她们身体力行去实践时，意义更是非同寻常。为了便于说明，在此书中将女性划分为春、夏、秋、冬等季节类型，每一类型都有自己配衬得当的色谱。一旦你找到自己所属的季节类型，依据我们给你的调色谱去着装、修饰，你一定看上去很棒：双眸更加明亮，肤色更加光滑，简直就是光彩照人。

扮美添靓并不仅是“美仪”形象设计的唯一优势，它还能替你节省开支。你的衣橱开始组合协调，所有的衬衫都能与你的茄克可或者裙子搭配。你不必再配备黑色、蓝色、棕色等各种鞋子，只要有一双中性色的就能应付自如了。

每种类型的人按自己的季节色谱调配色彩就能以少量衣物巧妙拼出多种多样的组合。既然一次投资可以享用几年，你尽可能购买更高品位的服装。你也不必经受多年的尝试、失败和无谓的破费，衣橱和抽屉也不会再充塞无用的衣物和化妆品。设想一下吧，所有这一切都会为你塑造起充满自信的、楚楚动人的形象。

使零售商信服

80年代中期，接受色彩分析的顾客曾一度给零售商带来灾难性混乱。尽管我们一再告诫顾客，每一类型人的季节配色谱代表了数千种颜色，因此它仅仅是最适宜他们的色彩的一种向导，但是我们的顾客却对普通的粉红、蓝色、黄色、绿色怀有接受福音般的热情，拒不肯接受其它选择，尤其那些从未受过专业训练的售货员也被某个人可能属于所谓的春天的观点弄得不明就里。

从那以后，我们加强了与销售商的合作以避免类似情况再次发生。如今就连最顽固的、持怀疑态度的时装界的资深专家也深深懂得，我们将人划分四大类型而确定的季节色彩体系不仅有益于消费者，实际上也是一种难以置信的有效销售手段。

各大化妆品公司也认识到引导消费者选择其冷色系或暖色系很有益处，不仅仅美仪公司，其它许多公司也由此开发出了系列特种化妆品。

全面形象咨询

《美仪》一书的成功促成了“美”的形象咨询这一新行业的诞生。如今单在美洲就有约5万名“美”的形象顾问，在整个欧洲就有几十个类似的优秀组织在工作。美仪公司自身在全球拥有2000多名顾问，其中英国250名，欧洲400名。

美仪形象设计课程

女士类:

个人色彩分析
化妆技巧
个性风格
衣橱设计
购物指导
时尚节拍
新娘妆扮
如何修饰你生活中的他
面部保健操
护肤诊所

男士类:

个人色彩分析
风格定位
衣橱设计
旅行与行装
购物指导

学校类:

形象展示的重要性
个人妆饰
色彩与风格分析

公司类:

职业形象研讨会
媒体训练
体态语言
礼节礼仪

销售商类:

如何运用美仪技巧服务于顾客
存货促销与厂家

一旦接受色彩分析之后,人们想了解更多的问题,诸如什么款式的衣服适合她们,如何以有限的预算追求时尚与潮流,怎样在不同场合穿着大方得体,如何安排上班衣橱,怎样在任何年龄段都能穿着新潮美观,等等。为了满足顾客的要求,我们美仪公司贡献出专门知识,提供一系列通过特别训练的顾问网络为顾客服务的项目课程(见上表)。你也将从中获得裨益。

全方位形象指南

这本出自美仪公司的《女性美的形象设计——适应环境挑战生活》为各种职业、各个年龄层次的女性提供有关色彩和风格方面有价值的新信息。你从中可以学到什么色彩使你美貌动人,什么色彩还能使你身心畅快。你会发现自身的潜质所在,无论你的体形和身高如何,你都能将其展示和发挥出来。

色谱的使用也更为简单,它是专为自感不适合原有的四季类型的妇女而设计的。每个

季节现在拥有三种色谱，共十二种季节色彩可供选择。春天型有浅春、暖春、净春；夏天有浅夏、冷夏、柔夏；秋天有柔秋、暖秋和深秋；冬天有深冬、冷冬和净冬。乍听起来似乎有些繁复，可我敢担保它并不难。无论你是美仪的新客人还是已经熟悉了我们的方法，我都会在第三章教你如何运用快捷、方便的方法找出十二种季节色彩中属于你的那一种，我还会教你如何运用这一有益的知识挑选最配衬你的色彩装点打扮自己。

你听说过衣橱维他命吗？我指的是十一种基本色彩，它们可以根据不同的场合使你风采倍增、尽善尽美，在第四章中你可以领略到它们的效用，学会最大限度地将其发挥出来。

由于化妆既能美化形象，如果化妆得不妥当也会破坏形象。我将在第六章教给你梳妆打扮的诀窍。我还会告诉你有关如何选择眼镜的知识，究竟是太阳镜或者医用眼镜更适合你。如何挑选美观漂亮的眼镜框架？这也是我们在美仪经常被问到的问题。所有这些，我们均会逐一解答。

发式应该是你至高的闪光点，请接受我们在第六章有关如何挑选一个既适合你的发色、脸型，又契合你的生活方式的发型建议。如果你要染发，有必要学习一些色彩选择的重要准则，要选一种陪衬你季节的、自然而又不至于太抢眼的颜色。

你拥有个性风格吗？你想塑造自己的个性风格吗？确立你的风格倾向会帮助你找到最舒适、最具个性的服饰。本书第七章将告诉你如何达到这一目标，它还会帮你设计一个风格和谐、绝不互相抵触的衣橱，替你节省时间和金钱。

由于妇女中的许多人都是在社会上从事全职或半职工作的女性，所以本书也很重视职业女性所关心的如何在事业上进取，如何获得所应得的认同承认等问题。第八章专门论述你每个职业阶段的形象装扮技巧。在第九章你还可以学到如何根据你的职业特点成功地设计一个实用的上班衣橱。

我们可以从彼此之间不同的文化档案中学习到许多东西。不同的民族表现了不同的美感。在第十章中你将会学到如何符合国际扮靓潮流以及赴国外旅游时能有用的诀窍。

书中的最后两章涉及你仪表的两个重要方面：体态语言和健康状况。两者对你的风格和形象都是至关重要的，要学会怎样发挥出你最美丽的气质。

让我们现在就开始吧。

目 录

前言	
第一章	美的形象至关重要吗? 1
第二章	你需要新的仪表 6
第三章	发现属于你的色彩 10
第四章	色彩维他命 48
第五章	发挥你的优势 57
第六章	化妆技艺 83
第七章	个性风格 100
第八章	上班族的衣橱 116
第九章	得体的穿着 123
第十章	异国文化中的扮靓 140
第十一章	自信的体态语言 152
第十二章	美丽需要健康 158
季节色谱总图	161
为你设计季节衣橱	165
面料分析	169
参考书目	174
译名对照表	178

第一章 美的形象至关重要吗？

美的形象至关重要吗？人们对这个问题的回答，当然是肯定的。

因为，今天，人们在社会生活中，要比30年前更加注重自己的形象、他人的仪表风范。其间有这样几个原因：第一，社会成员的活动区域增大了，交通的方便，到外省、外市工作的人员大大增多，在世界各地旅游的机会也远非昔比，因此人们需要在不断变换的新的社会群体中显示自己令人瞩目的面貌；第二，电视和其它有形媒体的广泛普及，不仅提高了整个社会的“审美”能力，甚至到了近乎挑剔的程度，而且促使人们更加地关注自己的形象是否赶上新潮流；第三，妇女的社会地位明显提高，妇女拥有了更多的经济支配权，使得更多的妇女需要用各种形式的挑战形象走入社会生活之中；……当然还有许多其它理由。这种想用“美”的形象、“美”的仪表来引起他人注目、尊重，甚至具有挑战性质的思想和实践活动，正是人们为了适应新的不断变化的环境和接受社会生活日新月异的挑战的一种调适性的反映。

在此，本书将从如下几个方面来展示这一调适反映：

首先，人们因为到一个新的生活和工作环境以后（这类事现在已是司空见惯的了），往往有一个需要重建形象的过程。

这类经历对于生活在现代社会的人来说，实在是很自然的事。我们不妨自问，你是否仍然居住在童年时期生活过的老街坊中？近10年来你搬过家吗？应该说搬家和变动工作是人生中压力很大的事情，因为每搬一次家犹如割弃一次自己人生的历史。而在刚搬进去的新社区里，你会自觉地感到，应该让新的邻居、周围的陌生人感到你值得他们尊敬，值得他们交往，值得他们信赖。让他们感到你是善良的、富有创造力的。

关键的问题是你怎样才能让那些陌生人有这样的意念？当然，他们对你的认识，往往先从你的外表和行为开始，这些无声有形的信息，往往在我们有机会表白之前已经“透露了不少东西”。实际上，我们驾驶的汽车，我们居住的房子的装潢环境，我们孩子的举止教养，孩子在哪所学校学习，我们平时穿的衣服，吃的食品，喝什么饮料，……这一切都在为你周围人群描绘出一幅图画。因此，摆在我们面前的一个真正现实是——“美”的形象至关重要，它关系到你安身立命。

显而易见，展现“美”的形象不仅能帮助我们走向成功，而且也能使我们尽快地融合到新的环境中去。应该说，没有一个人会愿意成为自己生活的那个小社会中的“圈外人”。事实上，我们都在努力让别人接受。本书的目的就在于告诉你，如何使你的“形象”为你在“成功之道”上助跑，因此你应当更加珍视自己的形象，精心设计自己的形象，当你展

现的形象使你周围的人群感到：你是一个自尊自爱的人时，别人就会向你投去敬重的目光。

其次，我们将在另外一个角度向你说明在现代社会中形象设计的重要性。

在现代生活中，电视节目在人们的生活中（从每个人每天耗费在看电视的时间上占据的地位，已愈来愈重要。不能否认，各种各样的电视节目、电视广告还培养了我们从视觉上判断事物的能力。我们几乎日复一日、年复一年地受到了各种广告铺天盖地的轮番轰击，这些几乎只有30秒钟的广告，却能在如此短促的时期里通过形象准确地、令人信服地传递着各种信息，这对我们每个人不啻是一种培训、一种锻炼，受其影响，使我们有了这样一种能力：即在很短的时间内，能对接触到的人和事迅速地作出程序化的判断，并由此作出决定。诸如，报名的人雇用还是不雇用？对方送来的协议签字还是不签字？对方是否是个值得尊重的人？送来的东西买还是不买？

70年代时，阿尔伯特·梅拉比安（Albert·Mehrabian）教授在他写的《无声的信息》这篇论文中令人信服地说明了视觉形象的重要性。按照他的研究，我们给他人的印象，有55%在于我们的外表、形象和举止，38%在于我们的言谈方式，只有7%在于我们的谈话内容。这种现象，不管我们如何看待，确实存在于现实中（在一般的文化阶层中更是如此）。

我将这一统计数字告诉人们的原因在于：你必须重视你的形象，重视自己的形象设计，如果你想在事业上或生活上获得成功的话。不然，你就可能事倍功半。为了重新让周围人理解你、信任你，你就只能重头做起。明智的生活策略是，如果你希望人们相信你是成功的、随和的、富有创造力的（或者其它美德才具），你的形象应该在你未张口前就已表明了大半。

正像上面所述，不管我们对电视出现的功过怎么评价，我们都已在它的“教育”下，成了形象分析专家，而且它还给我们的生活带来“形象”的新潮流。80年代期间风行一时、大出风头的美国肥皂剧，诸如《达拉斯》、《王朝》曾经使得无数的妇女都选用可怕的垫肩去人为地延伸她们的肩部，并穿上所谓象征力量的西服套装，这种设计最早可能出现在巴黎专门的时装表演台上，而后则因电视肥皂明星的效应而为大众广泛接受。到90年代女性（以及男士们）的态度受到媒体的调节甚至控制的力度比以前更大，但是人们对于真实的、积极的“自我”的追求意识也愈益理性化。因此，“美”的形象设计在人们的生活中也就愈来愈重要了。

最后，妇女在社会生活中的地位日益提高，也使“美”的形象设计愈显重要。

今天，年轻的女性有更多的选择，有选择生活型的，有选择事业型的，或者两者兼而有之的。其中出现了不少令人欣羡的优秀榜样，妇女的生活正在变得如此丰富多彩。目前，各种政治倾向和女权主义的书刊竞相地吸引着我们的注意力，而每天播放电视节目，甚至电影、戏剧，女政治家、女侦探、女律师、女银行家、女军人、女医生、女教师、女学生、家庭主妇都成了这些文艺作品、传播媒体的主角，这是女权在社会中不断提高的真实反映。但是女性真正要走上成功之路，如果想事半功倍的话，那末就必须进行“美”的形象设计，这才不失为你的明智之举。这就会使你避免误入类似这样一种怪圈；譬如某些职业妇女，为了显示自己的权威和自信，把自己的形象刻板地打扮成男人一样，盛气凌人，而令人退避三舍。

我们正在面临着各种挑战,为了在自己选择的生活道路上获得成功,作为女性既不能矫揉造作,也不可平庸无味。你希望留给别人美好的“形象”,既不能靠奢华的服装,也不能依赖昂贵的首饰,而要通过理性的设计,扬长避短,使自己能符合生活中所处的角色,拥有时代的气息,使人们从你的形象中,感到尊重、信任与和蔼。这正是本书努力探索并同你共勉的“美”的形象设计的方法。

现在我们已经清楚“美”的形象设计在客观上的需要,如果说得更明确的话,它正是你步入21世纪安身立命走向成功之路的基础之一。正因为“美”的形象设计对于人的一生具有如此重要的作用,因此,我们就要再从主观上看看你是否需要在仪表上进行恰如其分“美化”。这就需要你对着镜子自我评估一番。

自我评估

清晨,你对镜自照时,是否会顾影自怜?我相信大多数人都会说没有这种心态,但是在相当多的人中往往更容易注意自己身上的某处“瑕疵”,而忽视了整体的优点,这种带有消极意味的评价是如何形成的呢?为此,究竟应该责备谁呢?还是因为我们自己总爱荒唐地固执于自卑?

即使在健身俱乐部,积极追求健美的女士普遍存在这样一种意识,即她们来健美的唯一目的就是减肥,于是总感到自己过于肥胖,懊丧地认为自己的腿部、胸部、臀部、膝盖、足踝、皮肤、头发等身体上的各个部位都存在着缺陷。我经常在俱乐部的浴室里听到各种各样的哀叹,一些妇女对于自己的身材已经伤心到了令人闻之心酸的地步,甚至连那些既健康又苗条的女郎也因此丧失自信陷于沮丧,为自己是否能达到指标上显示的完美标准而担忧!我不知道诸位男士是否也像我所见到的这些女性一样,对于自己的“美”会如此茫然,不知所措?

无论是谁,依靠某种手段使外表达达到十全十美的目标,都是愚不可及的。什么是“十全十美”?什么才算“完美”?很难定出标准,因此问题的关键是,你怎样在你原有的基础上,用什么方式首先实现健康,然后有气质、有风度,能让你按照自己的需要,使别人初次见面就能感受到你希望给他的观感。

这就需要你用足够的自信来进行体育锻炼和各种健美活动,以保证你身体内部的各种器官正常运转,身材苗条(男性则为精干)、强劲、柔软。同时,要注重发挥你身体或个性上的潜质。可以这样说,无论你的体型如何,所谓“美”,准确地说是我们的感官对外界事物愉悦的反映。由这一概念出发,我们就可以凭借设计,借助色彩、面料、款式……与你的气质相得益彰,使你的潜质按你的需要烘托出来,至于你目前的体型究竟是几号,则并不重要。事实上,能够显示出真实“美”正是我们的“美”的形象设计者追求的目标。请

遗忘掉电视中那些登台亮相的“靓女”吧！即使她们，谁又没有经过形象设计呢？请关注镜子中的“自己”吧！你在镜子中的形象是否烘托了你“美”的灵魂？

为了你比较方便地给自己镜子的形象有个定量的分析，我们设计了一个自我形象评价表，你会发现你将在这么多的项目上画✓。

分 析

你有没有显著优点？如果你在显著优点这一栏里只画了不超过两次✓，这只说明你对自己的形象是多么缺乏自信呀！实际上，我甚至不用亲眼看到你，就能指出你至少具有两项显著优点（这里所指的都是正常的人）。

首先是你的一双眼睛，每个人的眼睛都是与众不同的，我不知道你是否注意到你眼睛虹膜的颜色？如果没有，那末请回到镜子前，好好看一看，看完后请往“眼睛”这一项的“显著优点”这个方框中画上✓。

现在，请再坐到镜子前来，回想一下，你记忆中最有趣（或最值得笑）的事情，开心地笑一笑。看见你的笑容了吗？如果你还没有将自己的笑容作为“优点”打上✓，现在请立刻画上去。

你在其它项目中，尚未拿定主意的，主要在于你怎么表现，譬如，你的颧骨是否比较突出，你是用头发来冲淡这种突出呢，还是尽可能多地使它更“突出”一些？再如，对于你纤纤的细腰，你是束之以漂亮的腰带以显美妙的韵致呢？还是将它覆盖在臃肿的衣服内？这一切就看你对生活的态度和对“美”的认识了。

因此，你要善于寻找自己潜在的优点，展现这些优点。也许，你有一头健康的、浓密的、亮泽的秀发，可是你为了图方便，把它甩之脑后应付了事。如果你正是这样的话，那不如把它稍为剪短，这样既容易梳理，又能显出你发质的美丽；或许，你还拥有一双形状优美的纤纤素手，修长的手指却疏于修剪，甚至还不时啃咬指甲……

这应该都可以算作潜在的优点，关键在于你怎么使它发挥出来。又如，因你目前体形松弛，但又非体形过肥，看不到自己身上的优点的话，那末你切勿丧失信心，只要通过强化训练就能很快地使松弛的肌肉变得有弹性起来。在这里，我并打算向你推荐严格的有氧操训练项目，我只建议你每次快速行走20分钟，每周3至4次，数周内就可以使体形大有改观。因此，只要你愿意努力，展现你潜在的优点就并非难事。

至于在“个人自我评价表”上，“缺陷”这一项中，你已懊丧地画了几个✓的话，这只能说明你是个诚实的人。但是，如果超过五项以上，这应该说是一种严重丧失自信的表现。实际上，通过真实的努力是能将这种缺陷转化的，请你认真而耐心地阅读以下章节，它将循循善诱地引导你去实践。平心而论，生活中毫无缺点的美人是微乎其微的，我们作为凡人，要获得“美”就需要靠知识来自我设计。

个人自我评价表

显著优点

潜在优点

缺陷

皮肤	☐	☒	☐
头发	☐	☒	☐
眉毛	☒	☐	☐
眼睛	☐	☒	☐
鼻子	☐	☐	☒
嘴巴	☐	☒	☐
牙齿	☐	☒	☐
微笑	☒	☐	☐
颧骨	☒	☐	☐
下颌	☒	☐	☐
脖子	☐	☒	☐
肩膀	☒	☐	☐
胸部	☒	☐	☐
腰部	☐	☒	☐
髋部	☐	☒	☐
臀部	☒	☐	☐
大腿	☐	☒	☐
手臂	☐	☒	☐
手	☒	☐	☐
脚	☐	☐	☒

第二章 你需要新的仪表

现代女性在一生中要经历许多阶段，从学生到职业女性，从独立生活到结婚成家，从工作到退休，……社会生活的方方面面给女性提供了更多的选择，她们比以往更长寿。这使妇女在享受更多的机遇、更丰富的人生的同时也要面临更大的精神压力。在各种各样的压力下，我们可能工作得更出色，对自己提出更多的要求并因此获得更大的满足。但另一方面这些压力也会成为把我们推向沮丧的深渊的杀手。在某种程度上，这种情绪正日益地影响着越来越多妇女的生活。

那末，作为一本讨论妇女形象的书，我们能为这些受着恶劣情绪折磨的妇女作些什么呢？这就必须从引起这类情绪的原因谈起。追溯起来，这类妇女都存在着一种在儿童时代就被误导的形象观念。在家中，父母常常对她说：“你长得不如妹妹漂亮！”；在学校，老师又训斥她太胖，这就更加深了这种印象。到了成年后，又少不了听周围的人唠叨：“别穿得太花哨，黑色穿起来显得苗条！”；到了中年，有些人会连自己都感到日暮黄昏，对生活心灰意冷。这一系列情景和因之而产生的心态你是不是都有所感受呢？

在此，我们可以告诉你一个令人振奋的消息，经过研究和实践证实，改变形象比服用调节情绪的药物更为有效，只要你树立起崭新的积极的个人形象，你就会更加自重、自尊，同时也能赢得他人敬佩的目光。

一些感觉良好的妇女，有时候会被自己镜子里的样子吓了一跳，如果这能引起她对自己形象的重视，倒也不失为一桩好事。

心理学专家伊丽莎白·库伯乐·罗斯（Elizabeth Kübler Ross）曾绘制过一条曲线来描述情绪的整个变化过程。请你对照一下，你处在哪个阶段呢？

第一阶段：震惊。我真有这么难看吗？我的皮肤、腰、腿怎么变成了这样？

第二阶段：否认。只不过现在有点不舒服，平时没那么糟，人们还以为我本来就是这样呢！

第三阶段：受挫。我怎么衣服那么多却找不出一件可以穿的？近来究竟流行什么式样？为什么衣服穿在我身上总这么难看。

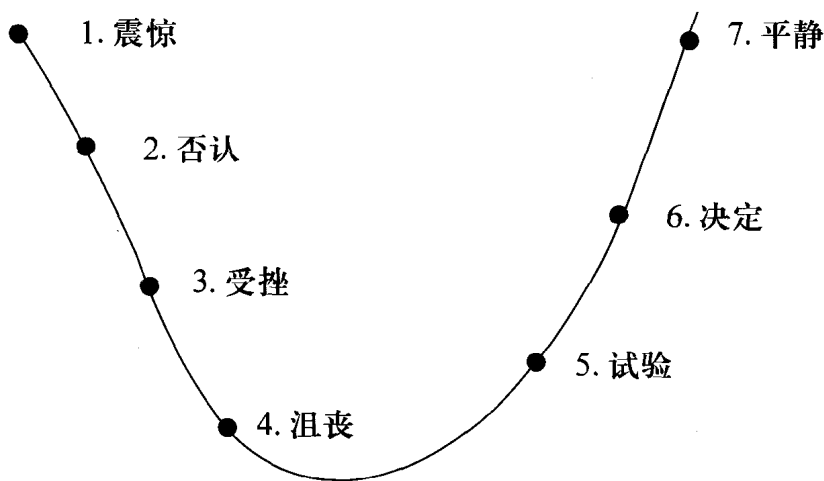
第四阶段：沮丧。我怎么打扮也不行了，穿在身上的衣服难看之极，身材臃肿、皮肤暗淡，头发令人生厌，没什么希望了！

第五阶段：试验。我不愿意这样继续下去，我要变一下，变成一个有魅力的人。

第六阶段：决定。我需要知道什么最适合我，我没必要模仿别人。

第七阶段：平静。你觉得我的新发型和新衣服怎么样？我看棒极了，我还是喜欢自己的本色。

下面我将以美仪公司的顾客为例子来分析仪表在人生的各个阶段的重要性，事实上，每个阶段都是不能忽视的。



从学生到职业女性阶段

很多从学校毕业刚参加工作的女性希望迅速在经济上自立，她们迫不及待地要向公司证明自己的工作能力。但是，怎样从一个普通的接待员上升到高一级的职位呢？换言之，怎样才能展示出富有才干的个人新形象呢？

21岁的吉娜就面临这样的困境。她是一家大的百货公司采购部的骨干，从秘书学院毕业就进入了销售行业，仅在2年时间内就从一般的打字员升到采购部经理的私人助理。但是吉娜逐渐感到厌倦，私人助理的工作让她觉得失去了挑战性，她的目标是参加管理人才的培训，但是，她却因某种理由，只能眼看着这个职位被平庸的人占据去了。她知道她的个人形象不完美，她正好在形象发展曲线上的否认阶段。某一天她闯进老板的办公室，问老板为什么自己不能去参加管理人才的培训。

“我不得不告诉她，是因为她的形象问题我们不能把她当公司的代表派出去，”吉娜的老板解释说，“这可怜的姑娘内分泌不平衡，人长得太胖，穿着打扮实在太糟糕了，虽然她性格活泼、随和，我们仍不能让她代表公司的形象。”

由于吉娜的一再要求，管理部总算答应如果她能够改善形象的话，他们愿意重新考虑。这样，吉娜被送到美仪公司来了。

我们首先讨论了吉娜面临的问题，我建议应该检查她的饮食和锻炼计划，看看除了身