

卢俊卿 著

美丽资源是人力资源的“新大陆”

美女是经济增长的晴雨表

美女经济是“眼球经济”的眼球

“美女四六律”

四分长相，六分内在，秀外慧中即美女

美女是媒体——美女经济是传媒经济

美丽也是生产力

中国美丽经济
奠基作

美丽不打折——美女经济是短缺经济

美丽脸蛋 长大米

当代世界出版社

卢俊卿著

当代世界出版社

美丽脸蛋长大米

北方有佳人，
绝世而独立。
一顾倾人城，
再顾倾人国。

.....



图书在版编目 (CIP 数据)

美丽脸蛋长大米 / 卢俊卿著. —北京:当代世界出版社, 2004.9

ISBN 7-80115-789-3

I. 美… II. 卢… III. 女性—经济—研究 IV. F0

中国版本图书馆 (CIP) 数据核字 (2004) 第 081148 号

书 名: 美丽脸蛋长大米

责任编辑: 丁 云

封面设计: 大强文化

出版发行: 当代世界出版社

地 址: 北京市复兴路 4 号 (100860)

网 址: <http://www.worldpress.com.cn>

编务电话: (010) 83908403

发行电话: (010) 83908410 (传真)

(010) 83908408 (010) 83908409

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京市鑫河旭印刷厂

开 本: 1168 × 850 毫米 1/24

印 张: 7.2

字 数: 125 千字

版 次: 2004 年 9 月第 1 版

印 次: 2004 年 9 月第 1 次

书 号: ISBN 7-80115-789-3/F · 88

定 价: 22.00 元

著作权所有·违者必究

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系调换

目 录

1 序:美丽也是生产力

刘茂才

封面人物:首位环球中国小姐吴薇(右),2004环球中国小姐张萌(中),2004环球洲际中国小姐曲雪冬(左)

2 美女:“眼球经济”的眼球

眼球经济时代,注意力就是生产力。谁抓住了眼球,谁就能决胜千里,坐拥财富。纵观历史,横看世界,最能吸引眼球的,莫过于美女!

3 问世间,美女为何物?

古人云:“所谓美人者,以花为貌,以鸟为声,以月为神,以柳为态,以玉为骨,以冰雪为肤,以秋水为姿,以诗词为心,以翰墨为香……”

14 美丽资源:人力资源的“新大陆”

黄金有价,美丽无价。美丽资源是与智力资源、体力资源并存的第三大人力资源,它可以创造价值,分享财富。

17 美丽也是生产力

美丽消费、快乐消费、健康消费是21世纪的三大消费新主题。

人类已进入美丽消费时代。美女与经济的零距离,加速了社会财富的创造与消费,美女是推动经济发展的“核动力”。

26 美女经济浪潮:势不可挡

2003是中国的选美元年,2004年即风起云涌,潮起潮落,美女经济好似“黄河之水天上来,奔流到海不复回”。

26 掀起美女经济的“红盖头”

- 美女是媒体:美女经济是传媒经济
- 美丽不打折:美女经济是短缺经济
- 公益性——美女经济的旗帜





- 非色情——美女经济的基石
- 美女四六律：美女经济不是脸蛋经济

39 53 岁的孩子刚起名：美女经济不是空降兵

美女经济不是天外来客，她也如同世上其他事物一样，历经了萌芽、发育、成长和成熟几个阶段，半个多世纪，她栉风沐雨一路走来，至今，才开始为世人所正名。

41 不抱琵琶不遮面：“邻家有女初长成”

世界美女生产基地正在向中国迁徙而来，“造美工厂”、“美女超市”在中华大地遍地开花，中国将成为世界美女生产和输出大国。

45 美女经济：“青山遮不住，毕竟东流去”

美是人类永恒的追求，美丽消费永远是消费的热点。美女经济方兴未艾，就像一座蕴藏着无尽宝藏的矿山，等待着有识之士去开掘。

49 美女生产经营流水线

随着美丽消费时代的到来，“美女生产经营流水线”日臻完善，成为新经济一道亮丽的风景线。

49 造美工厂：一半是美女，一半是经济

女性的美丽是最紧缺的资源。“造美工厂”就是开发分散闲置的美女资源，使女性的美由一种私人资源转变为公众资源，从而创造巨大社会效益和经济效益。

56 美女超市：一半是包装，一半是销售

这是一个可以彰显美丽、放大美丽、创造美丽的年代。美女经过包装、宣传、推广等流水线的“深加工”，即可产生美女效应，撬动大众的钱包。

64 人造美女:敢拿青春赌明天

“如果上帝赋予我美貌和财富,我会让你难于离开我,就像我现在难于离开你一样!”
(《简爱》)

整形科技的发展可以让每一位平凡的女性都变成美女。简爱,你不必再乞求上帝。

70 美女无敌

古诗云:“北方有佳人,绝世而独立。一顾倾人城,再顾倾人国。……”,从古到今,还有比这更神奇的力量吗?

70 爱江山,更爱美人

不喜欢美女的男人,不是正常的男人;不喜欢美女的女人,是心态不健康的女人;喜欢丑而不喜欢美的人,不是人。

75 眼球跟着美女转,美女背后是经济

当今时代,是一个张扬美丽,共享美丽的时代。美女们在市场上呼风唤雨,争夺公众的眼球,已成为社会经济发展的助推剂。

83 美丽脸蛋长大米

美丽是女人最具兑换力的“资本”,它可以换取爱情、金钱甚至地位。美女往往是男人炫耀权力、富有、荣誉的资本。

94 美女是怎样炼成的

美女,一半是上天所赐,一半是后天造化。中国第一、第二、第三美女……讲述月球背后的故事,公开美丽的绝对隐私!也许比花容月貌更能引人入胜。

- 2003 环球中国小姐:吴薇
- 2004 环球中国小姐:张萌
- 2004 环球洲际中国小姐:曲雪冬
- 2004 环球中国小姐大赛亚军:乔静



- 2004 环球中国小姐大赛季军:王然
- 2004 环球洲际中国小姐大赛季军: 张丽茹
- 2004 环球北京小姐: 孙娜
- 2004 环球洲际北京小姐: 马峥

.....

141 美女宣言

世界因为美女而精彩, 经济因为美女而活跃, 我们无法想象, “人类失去美女, 世界将会怎样?”。

世界时装、香水女王夏奈尔说: “没有味道的女人是没有未来的。” 女人的味道究竟是什么呢?

142 美女宣言

我们不是笼中鸟, 我们要在美丽的蓝天下自由地翱翔。

我们乐意奉献美丽, 共享美丽, 但我们首先是尊重美丽。

我们的使命是传播美丽与爱心, 让世界充满爱, 让人类更美好。

143 第一美女宣言

吴 薇: 我要用汉语征服世界, 我的美丽能被肯定, 我会笑到最后。

张 萌: 美女, 一个多么令人兴奋的称号, 但真正的美丽来自于美好的灵魂, 我要做一个有灵魂的美女!

曲雪冬: 女孩子最重要的一点不是她的美丽, 是她的可爱。机遇永远留给那些有准备的人, 我要做一个有准备的人。

孙 娜: 欣赏美丽, 认识美丽, 创造美丽, 营造美丽世界。

马 峥: 我们都不完美, 但我们每一个人都有自己的优势, 最重要的是我们都相信 “希望在前方!”



序：美丽也是生产力

刘茂才

上个世纪70年代，有一部朝鲜电影叫《鲜花盛开的村庄》，里面一位老人为儿子相中了一个长相一般、体态粗壮，但“一年能挣600工分”的姑娘。儿子嫌姑娘丑，老人问：“漂亮的脸蛋能长出大米吗？”

在凭体力挣工分的年代，漂亮的脸蛋的确抵不过健壮的身体。而如今，时代不同了，美女们呼风唤雨，争夺眼球，成为“注意力经济”中的绝对主角。漂亮的脸蛋不仅“长出了大米”，而且还“长出了钞票”。据国际传媒新近的评估，仅“世界小姐”赛事所造成的全球影响力及其对举办地的城市品牌、区域品牌所带来的提升价值，就相当于44亿美元的广告投入。有人评估说，去年三亚的世界小姐大赛对三亚经济的贡献也可达40亿元人民币。世界十大模特中，年收入最高的达到6800万美金，最低的也达到2000万美金。

本书作者卢俊卿先生是一位思维超前、善于创新的学者型企业家。他在领导天九传媒建设美女、传媒、企业三维整合服务平台，打造中国美女经济第一品牌经营实践的同时，提出了一套全新的理论——人本经济理论。他认为，美丽消费、快乐消费、健康消费已成为三大消费新主题。人类已经进入了“美丽消费”时代，应运而生的美女经济，是人类进步的必然产物。

《美丽脸蛋长大米》一书首次提出了“美丽资源是与体力和脑力并存的第三大人力资源”；“美丽也是生产力”；美女是经济增长的晴雨表；“美女四六律”：四分长相，六分内在，秀外慧中即美女；美女是媒体——美女经济是传媒经济；美丽不打折——美女经济是短缺经济；美女是“眼球经济”的眼球等一系列令人震撼的全新观点。特别是鲜明地指出了美女经济的旗帜是公益性，美女经济的基石是非色情，这无疑将推动美女经济的健康发展。

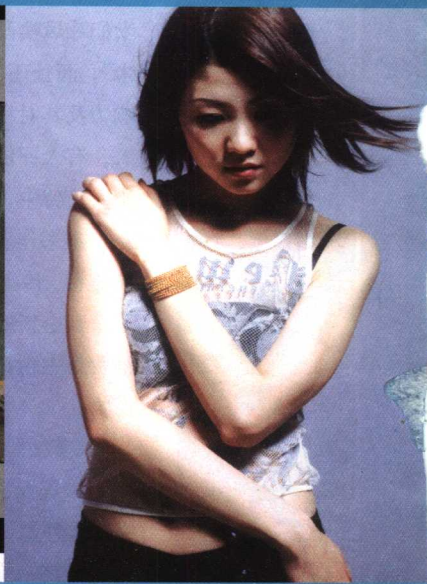
该书观点新颖，案例充分，图文并茂，妙趣横生，读后令人深感有益有味，耳目一新，堪称美丽经济的奠基之作。

2004年8月18日于北京

这是一个“眼球经济”时代，美女是“眼球经济”的眼球！

信息社会是个“注意力”缺乏的时代，眼球是信息最直接的接受器和传感器，谁抓住了眼球，谁就能决胜千里，坐拥财富。

为此，人们千方百计地吸引公众注意力，美女也就当仁不让地成为信息传播主角，站在“眼球经济”时代的最前沿，创造着前所未有的经济效应。



美女：“眼球经济”的眼球

★ 问世间美女为何物

古往今来，美女向来就是公众目光的聚焦点，影响和改变着大众生活的各个层面，在创造和分配社会财富的过程中发挥着举足轻重的作用。

美女的标准

女人是世界之花，美丽是美女走向全球的通行证，女人的美丽甚至影响着人们的价值判断。

人类学家约翰·马歇尔·汤逊德作过一个有趣的对比，他让人看了一些男人和女人的照片，这些男女的相貌参差不齐，从十分漂亮的到不怎么漂亮的都有。依照职业和收入，这些人被分为高中低三个档次：服务员、教师和医生。测试的问题是，这些被测试的人可能会与照片上的哪些人喝咖啡、约会，或与之结婚。结果是预料之中的，即女人们首先喜欢的是一个长得很漂亮又有钱的男人；其次是那些其貌不扬的男医生，女人们对他们的评价与那些长得很漂亮但收入不如他们的男教师相等。可见，社会地位能弥补男人相貌的不足。男人对女人的评价则简单得多：美的女人，男人不会不喜欢的，不管她们的社会地位如何。

诗经里说“窈窕淑女，君子好逑”。美女的吸引力可见一斑。

那么，女人的美丽有标准吗？

答案是肯定的，无论什么年代，美女自有标准。当然，在不同的时代、不同的地域，人们的标准也有不同，诚如17世纪一位英国诗人所说：“美，你这怪诞的无尾猿，在每个地方都改变你的形状……”。

女性的美是多姿多彩的，但总的说来，表现在外在形象行为和内在修养两个方面，而外在行动的表现所体现出的内在气质具有更大的影响力。

外表给人的是第一直观印象，女性恰如其分的外在美，是很重要的。社会在进步，已经要求女性不能只追求内在美，应该让天然美丽的部分释放出来，才是符合人性的。

构成女性外形美的条件主要由以下五大要素所决定：即骨骼、肌肉、脂肪、皮肤、五官。

骨骼是体形和容貌的支架，是体形和容貌美的重要基础。骨架的大小要适度，比例要匀称。

肌肉和脂肪决定着体形和容貌的曲线美。人人都要有适度发达的肌肉，否则就谈不上健美。男孩子肌肉必须发达，而女孩子则要求各个部位的皮下要有适度的脂肪衬垫。肌肉和脂肪都是外形健美不可少的条件，肌肉使人健康，脂肪则给人以柔软和弹性感。既不能过分赞扬肌肉而贬低脂肪，也不要过分地偏爱脂肪，讨厌肌肉，肌肉和脂肪有个合适的比例搭配为最好。青春女性，肌肉不可少，脂肪更重要，只有适度的脂肪，才会令青春靓女更显丰满、更具活力。

青春女性的五官要端正，皮肤要细腻，如果再加上一双传神的美眼和娇嫩欲滴、弹指可破的雪白肌肤，她就会更加令人神迷。

外形美的五大要素是否合乎健美标准，固然与先天遗传因素有很大关系。但是，后天的人工塑造和施加的影响，也能在很大程度上发展先天的优点，克服和弥补先天的不足，使之接近和达到健美的标准。比如，肌肉可以通过锻炼获得，脂肪可以由饮食补充，皮肤可以保养，五官可以化妆……总之，天生丽姿者自当欣慰；先天不足者，也大可不必暗自神伤，通过后天的改造也可以弥补美丽的缺陷，展现美丽的风采。

美丽不是花瓶，美丽的更深要义在于内涵，也就是人们常说的气质美。气质美才是美丽永驻的秘方所在。女性的气质靠的是自身的修养。而美丽的气质并没有一个统一的标准，往往在于人的一种感觉。这种感觉又总是具有摄人心魂的奇效。当初宝琳娜·波丽兹科娃和李艾只是擦肩而过的缘分，但这一瞬间的感动却注定了她们以后的路。还有比这更直观的美丽竞争力吗？

中国历代美女标准的变迁

中国是四大“文明古国”之一，五千年的悠久历史也蕴藏了中国古人对女性美的诸多独到见解与研究。

概括来讲，古人的美女标准是肤若凝脂、柔弱无骨、小巧玲珑、明眸皓齿。这一点，和西方人的审美观可谓风格迥异，这也是为什么中国人看不懂西方美女，而西方人选的东方美女也与东方人自己选的美女大相径庭的原因。

古代每个历史时期，对美女的评判标准侧重点也不尽相同。

母系氏族社会时期：粗壮结实

在上古母系氏族社会，生殖和生产的标准就是美的标准。新石器时代女神像的造型特点展现的就是粗壮结实。

夏商周春秋战国时期：柔弱细腻

人们注重女性面部形象，男人提倡“柔弱顺从”的美女观念占了上风，士大夫盛行“精致细腻”的审美意识。

两汉至南北朝时期：内外兼修

这一时期，人们重于装饰，对美貌的欣赏玄学化，审美达到了至今尤不可及的哲学高度，如曹植《洛神赋》。到了南北朝，中国的美女观完成了一轮循环，从崇尚健康自然退化到病态雕饰。

先秦、两汉时期，女性的美尚未取得独立的价值，人们虽然欣赏女性之美，但更强调道德，表现出

了以德压美的倾向。也许是受物质条件的限制，这一时期女性的服饰较为古朴，衣服、鞋子和男子无多大的差别，身上没有巾、带等饰物，头上也只是挽一个简单的发髻，没有任何装饰，但这个时期的女子已经知道一白可以遮百丑，开始使用妆粉。古老的粉有米粉和铅粉两种，米粉是以米粒研碎之后加入香料做成的。铅粉是糊状的面脂。汉代以后，铅粉被吸干了水分，制成粉末或固体的形状，一直被后世所沿用。先秦、两汉时期的上衣下裳的服制、粉白黛黑的服装、丰肉微骨的体型，奠定了中国古代女性美的基本格调。

隋唐时期：雍容富态、健康自然

雍容富态、健康自然成了美女的主导性标准。女性体态美是额宽、脸圆、体胖，健康是当时人们欣赏的一种妇女之美。这一时期，女性穿着相当暴露，大有西方现代“性感”倾向。

从魏晋时期开始，女性之美开始获得了独立的价值，得到欣赏和珍视。荀粲曾说“妇女德不足称，当以色为主”。在这种美德独立宣言的鼓舞下，女性开始走向对于美的自觉的追求。这一时期的女子，大多穿着广袖短襦，曳地长裙。腰部束以“抱腰”，并且用衣带来装饰，当时还流行在头上插戴花钗和“步摇”，这样走起路来衣袂飘飘，环佩叮当，进一步强调了女性的温婉妩媚，婀娜多姿。在化妆上，最盛行的是在额间点上一个红色或黄色的“花子”以做装饰，“花子”形状各异，以叶子或花朵形状为主。花木兰从军后回到家中，“当窗理云鬓，对镜贴花黄”，就是这种装饰的体现。

隋唐是中国封建社会的鼎盛时期，国力强盛、文化繁荣，对外开放，对内宽松，妇女的束缚也相对较少，因此女性之美也相应地呈现出了雍荣华贵的景象。唐代女子以丰腴的体态为美，加上高耸的发髻，飘扬的披帛，显得华丽大方，充分体现了女性美上的“盛唐气象”。她们的打扮是中国历代女性中最为大胆和性感的。这在唐代名画《簪花仕女图》中可得到印证。图中所画的女子，云鬓蓬松，上戴硕大的折枝花朵，并簪上步摇钗，衣着轻薄的花纱外衣，另佩轻纱彩绘的披帛，内衣半露，上有大撮晕缠团花，袒胸露臂。这种性感的装束在中国古代可谓空前绝后。

唐代女性着装极其自由，宽袖窄袖，华服胡服，女装男装，皆从其便。因此，当时女子还盛行胡服打扮，翻领窄袖长袍，腰系皮带，上挂各种金属饰件，内穿条纹窄腿长裤。在化妆上，唐代女子流行画浓晕蛾眉，高而上扬的眉型，更加增添了女子的风韵。

宋元明清时期：娇小妩媚和三寸金莲

宋朝以后，中国传统社会开始走下坡路。时代精神与审美习俗皆为之一变，女性美从华丽开放走向了清雅、内敛。女性美大致以观音菩萨的本貌作为标准，人们对美女的要求渐渐倾向文弱清秀：削肩、平胸、柳腰、纤足，其中最刺目的就是五代缠足的出现，北宋中叶以后形成“三寸金莲”的崇拜。

五代南唐时，有一宫女轻盈善舞，以帛缠足，足纤小如弯月，着素袜在六尺高的金制莲花上跳舞，深

受南唐后主李煜的宠爱。由此开始，缠足之风逐渐盛行于宫廷。

宋代缠足之风则遍及民间，“三寸金莲”成了对女性美的基本要求。宋朝女性使用的妆粉已制成粉块，每块直径3厘米左右，有圆形、方形、四边形、六角形及葵瓣形等，在每个粉块的表面，还压印着凹凸的梅花、兰花及荷花图案。

近现代：从自然走向性感

清末，整个社会还是把“林黛玉”作为美女的偶像。“病美



人”到民国时期仍是主导性的美女标准，受西方影响，女性不再以缠足为美，性感美有所抬头。

民国期间，中国美女标准逐步与西方国家接轨，代表人物如赛金花、胡蝶等。新中国成立后，有一段时期倾向前苏联之风，喀秋莎是人们心中的偶像，文革中受政治影响，女性的美丽标准是“比男人还男人”，此期间禁忌美丽，直到改革开放以后，一切才又步入正轨。

今天，随着经济、文化的进步，中国美女的标准不再单一，特别是容貌、独立个性和知识素质成为重要的参数。这在一定意义上也反映了中国妇女地位的提高。

外国人的美女标准

交通工具、信息技术的发展让地球变成了一个村落，尽管地域的感觉在缩小，经济文化有日渐融合的趋势，但是，民族的审美习俗、审美心理，每个时代的审美特征，依然因人因时因地而异。

古代欧洲人的审美标准是：首先，面容各部分的比例必须匀称。他们将人的整个脸部分作三个部分：从头顶到眼睛，从眼睛到上嘴唇以及从上嘴唇到下巴，一张美丽的面容长和宽最佳比例为3:2。其次，一副“有特征的脸”，如笔直的或稍微下陷的鼻梁、低矮的前额和额骨上像一道弓状物的修长的眉毛。



他们喜欢的嘴唇,近似当今人们所推崇的那种模式:颜色是纯天然的红色,下唇比上唇稍为丰满。而且,他们重视女性臀部,以“丰臀”为美,起源于对繁衍生育的要求。这种审美观,与古代中国人不谋而合。

17世纪,佛兰德画家鲁本斯所画的妇女,是当时“美”的典型,她们苍白的脸上略带粉红色,面颊和下巴都很丰满,显得光彩夺目。她们的身体也很丰满:大腿浑圆结实,胸部高高隆起。因为当时的美女标准是面颊柔滑,呈粉红色,另外还要像小孩子的面颊一样有所凹凸,若长着双下巴——那是再理想不过了。红头发算是最时髦的,另外还要求大眼睛、小耳朵以及牙齿外露。

文艺复兴时期,欧洲人的审美近乎理性。意大利画家达·芬奇和拉斐尔等笔下的女人带有某种严肃的美。达·芬奇的《蒙娜丽莎》发出的神秘微笑,使得多少人为之倾倒!她除了最美的手外,还有母性般的温柔。

“一战”前一段时间,圆胖的脸和阿娜多姿的身段,成为大受人们推崇的美女特征。当时,美国纽约影星莉莲·拉塞尔就是这样美的典范。与此同时,英国女演员莉莉·兰特里的长相也令公众为之倾倒,她肌肉丰满,个子高挑,大鼻子和大嘴唇。

20世纪20年代,美国影星玛莉莲·梦露那副迷人的、并带有孩子般调皮的神情,在人们心目中经久不衰,以至后来各种年龄的女性都以她为美容的样板。20世纪30—40年代,俄国著名作家契诃夫侄女奥尔加·契诃夫娃是众多德国人心中的偶像,她的迷人风采引来了众多纳粹高官的追求,连希特勒也拜倒在她脚下。

相对于中国人而言,外国女性自信、开放,这在西方一些发达国家和地区特别明显。例如美国、英国、法国,现代年轻女性几乎个个都想当美女。亚洲一些国家美女标准和中国比较接近,例如日本、韩国等等,普遍重视女性气质、东方神韵。不过,这些国家在不同时期也有不同审美趋势,以日本为例:20世纪70年代前,女性重视浓妆,行为举止讲究礼仪;80年代初,贤妻良母型女性为理想美女典型,如电影演员山口百惠就是当时日本男人追求的梦中情人;80年代中期,强调女性要有个性,略带夸张的化妆更能吸引男人;90年代初期,日本本国女人似乎不吃香了,取而代之的是金发碧眼、人高马





大的外国模特儿；90年代后期，自由奔放型女人受到日本男人青睐，女性化妆、服饰别具一格，充满个性，这一时期美女代表为安室奈美惠；进入2000年，丰满、健康、开朗成为日本女人的理想型。

近年来，国际上流行标准呈多元化、变化较大，一会儿是骨感美女，要求五官轮廓很突出，气质上要野性，个性张扬，因为这样才可以展示自己的风采；一会儿“超薄型”美女独领风骚；一会儿风向一转，梦露型丰满圆润美女重出江湖，占尽审美风光；一会儿又流行东西合璧型美女。

美国一家女性时尚网站宣称，今后人们将从以下10个方面来衡量现代女性的健与美：

(1) 骨骼发育正常，身体各部分均匀相称。

(2) 肤色红润晶莹，充满健康色彩与光泽；肌肤柔润、光滑，富有弹性；体态丰满而不是肥胖臃肿。

(3) 眼睛大而有神，五官端正并与脸型配合协调。

(4) 双肩对称、浑圆，微显瘦削，无缩脖或垂肩之感。

(5) 脊柱背视成直线，侧视有正常的体型曲线，肩胛骨无翼状隆起和上翻的感觉。

(6) 胸廓宽厚，胸肌圆隆，乳房丰满而不下垂。

(7) 腰细而有力，微呈圆柱形，腹部呈扁平状，标准的腰围应比胸围约细1/3左右。

(8) 臀部鼓实微呈上翘，不显下坠。

(9) 下肢修长，两腿并拢时下视和侧视均无弯曲感。双臂骨肉均衡，玉手柔软，十指纤长。

(10) 整体观望无粗笨、虚胖或过分纤细弱小感觉，重心平衡，比例协调。



中国女性的优势

泱泱神州,历史悠久,美女辈出。中国女性是世界上最优秀的女性,在中华文化的熏陶下,她们拥有独特的神韵。

关于美女的文章,我国文献可谓汗牛充栋,远溯《毛诗正义·硕人》、宋玉《好色赋》、司马相如《美人赋》、曹植《洛神赋》、王粲《神女赋》、陶潜《闲情赋》,乃至近世的《西厢记》、《红楼梦》,举不胜举。

清初词人张潮有过一段论述:“所谓美人者,以花为貌,以鸟为声,以月为神,以柳为态,以玉为骨,以冰雪为肤,以秋水为姿,以诗词为心,以翰墨为香,吾无间然矣。”

对于这个定义,冒辟疆曾评说:“合古今灵秀之气,庶几铸此一人。”翻成大白话就是:造就一个美人可能要天地费尽灵气,这不是一件容易的事情。

不得不承认,东方女性有一种很难说得清楚的特有气质,那种特有的东西不是简单用身高或是三围这些具体的数据指标可以体现得了的。

中国女性的美是一种含蓄的美,因为中国人更注重一个人的内涵和自身的修养,特别是对女性而言,从内在焕发出的美丽才会更长久,更有魅力。许多外国人认为中国女性给人一种历久弥新、耐人寻味的美,像一杯绿茶,淡香而悠远。这也正是中国美女与国外美女最大的不同。

现在,西方选美大赛并不是完全看原来规定的一些硬性指标,越来越强调个性化的东西。它们选出来的东方小姐,很大成分都是觉得这个小姐很有东方女性的特点,而不是说这个东方女孩是以他们西方审美标准来挑的。从这个角度看,西方的美女标准已经进入了一个多元化的审美阶段。

中国女性一直以内敛的美展示给世界,外国人就很欣赏中国女性这种不张扬的美。随着中国女性不断在国际舞台上亮相、获奖,中国女性的美也融入了一些“热情”,甚至有点“奔放”的韵味,让人更容易迷恋。在中国女性身上一直都有着一种自古流传下来的特有的美好气质:宁静优雅、端庄细腻、聪明敏捷、举止大方,现在又充分加入独立与坚强的精神,就使得中国女性更加美丽了。而且,这种特有的美丽也正在形成时尚,风靡全球。





西方女性的特点

世界各地尽管美女版本不一,不过追逐美女的潮流却是惊人的一样,一浪赛过一浪高。远自希腊女神维纳斯、埃及艳后,近到美国影星梦露、英国的戴安娜王妃,等等,正所谓“江山代有才人出,各领风骚数百年”!

我们处于一个开放、多彩的世界,各国之间经济、文化交流日益频繁。中国女性的美丽飘洋过海,外国美女们也进入了国人的视野。

一般来说,西方美女们给人的第一感觉大多是很光彩照人的,她们轮廓鲜明,有很强的视觉冲击力。这一点,欧美的女性特别突出,其次是亚洲如印度、伊朗等国的女性。

西方女性的美像烈酒,使人易醉,一位中国作家对此深有体会地说:“记得小时候看外国电影,总觉得人的模样都很相似,几乎分不出角色来。这是最初的模糊印象。后来,看得多了,自己的审美能力也提高了,就能够分得很清晰了。不过,有一个阶段,也是感觉不到外国人(主要指白种人)有多美。可中年以后,就深深感到外国那些女明星美得令人震惊和叹服。那不仅是种族和肤色所决定的,很大一部分取决于气质,蕴含于内的丰富内涵,给人以无法形容的美的享受。”

与中国女性比较,西方女性具有以下几个特点:

其一,西方女性比中国女性开放、前卫,正经与风情的界限模糊,尤其欧美发达国家和地区。她们没有受礼教管束的后遗症,甚至不以议论性爱为羞,是比较原始的、人性的、自然的。

其二,西方女性比中国女性个性强、独立,且有忍耐力,对人对事有独立的价值观念。她们看似柔弱如水,而实