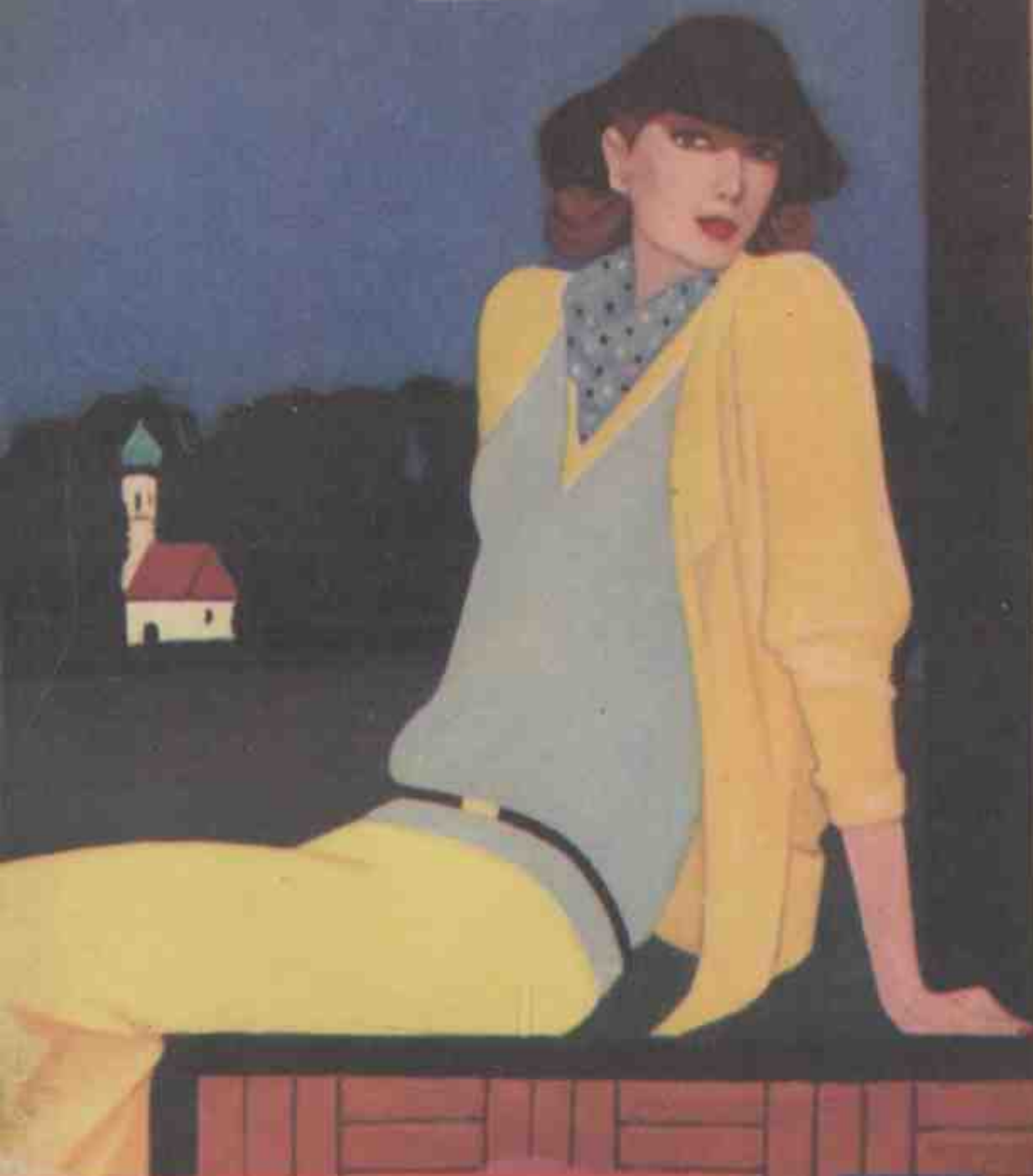




优雅·我之衣

学苑出版社

封面设计：欧京海
责任编辑：叶小玲

TS.576
115.57

学苑出版社

ISBN 7-5077-0232-4 / E · 29

定价：2.85元

现代生活丛书

优雅·我之衣

叶小玲 李琼 主编

田欢 李斌 等编

学苑出版社

0288100

现代生活丛书
优雅·我之衣
叶小玲 李 琼 主编

学苑出版社出版
(北京西四颁赏胡同四号)
国防科工委印刷厂印刷
新华书店北京发行所发行

开本: 787×1092 1/32 印张: 7 字数: 116 千字
1990年11月第1版 1990年11月第1次印刷
印数 0001—11000 册

ISBN 7—5077—0232—4/E·29 定价: 2.85 元

前言

如果成本是唯一决定衣服的社会层次与经济效用的因素，则我们的论点便毫无价值。因为，那时候人们所考虑的、所看中的只是一个人必须花费多少金钱，才能有一身体面的打扮。

事实上，中上阶层人们的衣着中的色彩、款式与质料，多年来便显示与昂贵无关。最近几年中，服装界蓬勃发展，技艺越来越精良；你可以以中等的价格，买到各式各样、各种花色、质料的衣服，而这些东西在以往却是上流社会的专利。

只要每一位男女人士，懂得如何选择他的服装（阅毕本书后，你也能够的）他就能够不需要增加服装经费，却能穿体面，在各种场合中显得出色。

多年来，人们潜心研究，设计出一套该与不该这么穿着的准则。现在任何一位男女人士，均可以穿着得体，大大提高他成为大人物的机会。

当然，成功的衣着，无法使白痴看起来像聪明人；但是，不正确的穿着却必然会使聪明、有能力、有干劲的男女人士失色不少，且无法尽情发挥。

穿着的第一条准则，是以常识搭配衣着。亦即，如果你是证券经纪人，则你最好穿较保守的三件式的细条纹西装。如果你是一家广告公司的艺术部门主管，或主持电视上一人的谈话节目，或从事任何所谓的“魅力事业”，则应避免保守的穿着，而应该选择一些较为花俏、时髦、连配件制成一套的搭配。

人、工业生产、职业、特殊工作、地理与气候，均是决定穿着的重要因素，而这些却可以用普通常识来辨认。特别的场合，有特别的衣着法则。

简而言之，虽然本书规则繁多，但是，没有一条规则是必然适合于每一个人在每一种场合或环境的。每一条规则仍必须考虑个人本身的环境，再加以调整。

因此，本书当然无法面面俱到，它只能：

- 为所有被摒弃于门外的男士们，敞开通往大人物套房的门。

- 帮助某些人，在社交圈子里更吃得开。

- 使许多男士们更轻易的推销一切——包括他们自己。

- 在不花大钱的原则下，添制适当的衣服。

- 给予所有的女性朋友，一个合理的指导。

- 教导男士们穿着女性欣赏的服饰。

- 改变男士们对穿衣服的观点。

- 带动大多数的人们，走进这个时髦的潮流。

目 录

前 言

男性篇

第一章 成功的穿着并不昂贵	(3)
一、女性使男性穿着失败	(3)
二、售货员成事不足，败事有余	(4)
三、危险的服装设计师	(5)
四、大拍卖时去选购	(8)
五、如何计算每件衣服的实际成本	(9)
六、交叉式购衣法	(11)
七、矮小男士的福音	(14)
八、如果你是一副“邋遢相”怎么办 ...	(17)
九、如何测验你自己的衣着习惯	(18)

第二章 西装是男性权威的象征	(20)
一、如何购买西装	(20)
二、试穿西装的要点	(23)
三、如何购买半制成的西装	(27)
四、如何选择质料	(28)
五、选色与款式	(29)
六、衣服予人的心理联想	(32)
七、选择你的风格	(37)

第三章 颇具魅力的衬衫、领带与配件 ...	(40)
一、慎选衬衫质料	(40)
二、如何试穿衬衫	(42)
三、如何选购领带	(46)
四、视特点选择领带质料	(47)
五、单色领带配各式西装均很出色	(50)
六、消除搭配服装时的头痛	(56)
七、能标明身份的配件	(57)

第四章 能赢得美女芳心的穿着	(64)
一、女士喜欢以服装掩饰缺点的男人 ...	(64)
二、何时能袒胸露背	(66)
三、吸引女性的颜色	(68)
四、发型与古龙香水的魅力	(68)
五、大多数女人对自信的男人着迷	(69)

- 六、如何配合女同事的穿着 (70)
- 七、上台演讲的容貌 (71)

女性篇

- 第五章 镜子会使你增添魅力 (79)
 - 一、多照镜子以求优雅 (79)
 - 二、街上有很多镜子的代用品 (81)
 - 三、了解自己身材的优势 (83)
 - 四、将缺点当个性来穿着 (86)
 - 五、心的美一定会影响外表的美 (88)
- 第六章 优雅感从你的生活中产生 (92)
 - 一、欲购衣时先计划 (92)
 - 二、发挥最大效果的最低服装件数 (94)
 - 三、优雅与金钱无关 (96)
- 第七章 优雅的配色 (98)
 - 一、依自己喜好和流行巧妙配色 (98)
 - 二、优雅装扮的秘密 (100)
 - 三、印花布不宜作基本服装 (102)
 - 四、适合你的颜色就在你眼中 (104)
- 第八章 出色的妆扮需要饰物 (106)

一、手提包的拿法	(106)
二、巴黎女性装扮的秘密为 二十条领巾	(108)
三、披肩能够表现女性独有的韵味	(112)
四、配戴帽子时应保持全身均衡	(114)
五、现代装扮少不了太阳镜	(117)
六、选购项链应考虑颈子、脸型	(118)
七、缺乏香水就无法使你具有优雅感 ...	(119)
八、选定合乎自己品味的香水	(121)
九、直接闻香水是错误的判断法	(124)
十、身体的正面尽量避免洒香水	(125)

第九章 优雅感训练

一、欲想优雅从走路开始	(127)
二、依着装而选择走路方法	(129)
三、手的侧面向着对方颇富美感	(130)

第十章 上班女性的穿着

一、最适合办公穿着的服装	(134)
二、服装能帮你获取职位	(137)
三、上班女性应避免穿着的几种类型 ...	(143)
四、上班女性的穿着要点	(145)
五、上班女性必备的服饰	(147)
六、工作中不要太注意流行	(151)

七、不同的衬衫表现出不同的风格	(153)
八、用途广泛的西装	(156)
九、使人看起来苗条的短外套	(158)
十、强调成熟风韵的“圣罗兰”风格 ...	(160)
十一、装扮不应以年龄为标准	(162)
十二、流行的长上衣不受潮流影响	(163)
十三、招待客户晚餐时的装扮	(165)
十四、夏季在办公室里应穿着正式	(166)
十五、下雨天的别致装扮	(168)
十六、令你时时保持优雅的诀窍	(169)
 第十一章 外出时的服装	(179)
一、引人注目的宴会装	(179)
二、相互辉映的逛街装	(184)
三、穿上新潮服去餐馆	(186)
四、T恤衫配牛仔裤是理想的 迪斯科装	(192)
五、轻便舒适的旅行服	(196)
六、参加婚宴的理想装	(208)

后记

男 性 篇

歸 書 樓

第一章 成功的穿着并不昂贵

一、女性使男性穿着失败

一定有很多的妇女朋友会群起尖叫：“我不是罪魁祸首。我爱我的先生，总希望让他看起来漂漂亮亮的。”

当然，女性们并不知道自己已经犯了错，但是她们努力的结果，往往弄巧成拙。事实上，多年来女性朋友们，完全受流行趋势所左右；她们只相信新的、时髦的、不同于以往的、与众不同的东西。大多数的女性忽视了她们的身份、地位，却一味的想走在流行的尖端，而且将这份欲望，转化于为自己的先生或男朋友选择服饰，或影响他们的选择。

她们希望自己的先生“为悦己而容”，往往一再基于女性的观点，选择当今最流行的服装给先生穿。终于造就此一不幸的事实——构成今日各公司行号里的影象——几乎影响当今高阶层执行者的形象。

此非言过其实。事实上，在我们的一项调查中，接受访问的主管中，百分之九十二不会录取穿着时髦的应征者。在另外一项调查中显示，百分之八十

七的主管说，他们对那些穿着时髦的下属，颇有不满。

如有人仍不信这套，只要请他们去参观任何一家大公司高级主管的办公室，即可使其相信。仔细的将所见到的男士们的穿着做一理智的笔记，然后这些女性们应该扪心自问一个问题，这个问题影响她们先生事业之巨，比起六万四千美元更有价值。这个问题是：“我先生穿我为他选择的衣服，是否配得过那些成功的男士们？”

大多数的女性所提出的答案均是否定的。

二、售货员成事不足，败事有余

第二种使男士们衣着失败的是销售人员，我们并非作人身攻击。事实上，有少数的例外。但是，大部分负责男装专柜的售货员，缺乏专业知识，且教育程度有限。对商界缺乏了解与认识；他们甚少接受专业训练，或甚至没有经正式训练，便担任此职务。即使，有训练课程的大公司，也仅是广泛的教导他们的员工如何销售而已，完全忽略如何提供服务。

他们的工作是将商品推销出去，而不提供你应该穿什么样的服装。如果，他们懂得你应该穿什么，他们就不会局限于这份卑微的职位了。所以，别让他们左右你的穿着。

三、危险的服装设计师

最后一种祸害者，通称为流行设计师或顾问。通常大家以为衣服上，标示设计师的大名，即代表这件衣服的质料与高格调。然而，事实往往并非如此，衣服上所显示设计师大名的标签，仅仅是意味他将从销售金额中抽取部分佣金而已。即使由衣服的料子判断，应该是市价，却通常会标示令人咋舌的价格，与外国设计的字样。然而，此二者均不应成为你购买这套衣服的诱因。

从我们手边的统计数字显示，赶时髦的人往往受拒于主管们——这些人的衣服预算足以富裕了这些设计师们。如果，设计师的设计对象只是他们的话，那么他们所设计出来的衣服，将重于满足他们自己的私欲、自我而已，而非人们的需求。

当然，国内也有一些流行设计师与顾问。然而，直至目前为止，男性服装设计在国内仍非一项有风格的专业。大致上而言，这些人往往只是中下阶层的产品，他们无视于人们的收入，与人们中下级的品味。

即使，设计师们的服装，能反应个人的气质与世故练达，但是，个人的穿着，完全受这些最时髦的服装设计师所操纵，则应该持怀疑的态度；只因为他们成衣制造商的顾问，而非买主的顾问。他们

的最佳利益，未必是买者的。

我们完全站在消费者的立场。因为我们的利益就是消费者的利益，所以我们乐于为消费者效劳。我们的着眼点在于设计师、成衣制造商、成衣销售商与售货员所忽略之处——只重于销售。

我们曾彻底研究过买者穿上衣服之后，所产生的效果。经由此一研究，我们终于能够为男士们设计属于他个人的专属衣橱，里面的服装得以因时、因人、因地而穿出不同的韵味。例一：几年前，一位工作于一家小公司的政治界朋友，由于一位政治界的前辈告诉他说因为缺乏非凡的能力，所以他恐无出人头地的机会，因此聘请了服装顾问，改变了他的衣着与形象，如今他已是其家乡的州长了。

例二：一家会计公司，为他们公司那些必须出外勤，到客户办公室去做会计检查的会计师们，订立一套服装仪容的规则。这家公司有几位合伙人，指出一位他们公司的员工，据说他是一位相当优秀、头脑冷静的会计师。但是，他的服装实在太糟糕，使得他们无法派他出外勤到重要的客户那儿。

事实上，他的穿着的确差，即使他受到几次的暗示，要他改变穿着，但是他依然如故；这种情形除非他立刻改善，否则恐怕前途无“亮”。

例三：多年前，一位白手起家的亿万富翁，他的确是从贫穷苦干到今日的富裕，实现了美国淘金