

林木 金燕 著
Linmu Jinyan Zhu



美女

经济文化现象

透视

四川出版集团
四川人民出版社

林木 金燕 著
Linmu Jinyan Zhu

美女 经济文化现象 透视

四川出版集团
四川人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

美女经济文化现象透视/林木,金燕著. —成都:四川出版集团 四川人民出版社, 2003. 12
ISBN 7-220-06585-X

I. 美... II. ①林...②金... III. ①女性—经济—研究②女性—文化—研究 IV. ①F0②G05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 101883 号

MEINUJINGJI WENHUAXIANXIANG TOUSHI 美女经济文化现象透视

林木 金燕 著

责任编辑
封面设计
装帧设计
责任校对

李洪烈
彭小柯
戴雨虹
伍登富

出版发行

四川出版集团
四川人民出版社(成都盐道街 3 号)

网 址

<http://www.bookss.com>
E-mail: scrmcbf@mail.sc.cninfo.net

防盗版举报电话

(028)86679239

印 刷

四川锦祝印务所

开 本

890mm×1240mm 1/32

印 张

16

字 数

370 千

版 次

2004 年 1 月第 1 版

印 次

2004 年 1 月第 1 次印刷

印 数

1—3000 册

书 号

ISBN 7-220-06585-X/F·722

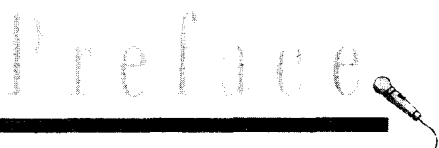
定 价

29.00 元

■ 著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题,请与工厂联系调换

代序



中华女性要美起来

——从“羊大为美”说起

这是一本“透视”美女经济文化现象的书。

美女经济文化现象的关键词是“美女”。要透视这种现象，首先就要透视美女——弄清“美女”二字的来历和含义。

让我们先说“美”字。

“美”字，由“羊”字和“大”字组成。

这就是说：羊大为美。

为什么“羊大为美”？

这是因为先民把羊看作美的象征，善的代表，吉利的征兆。

为什么先民对羊这种食草动物会有这么好的看法？是因为先民在同羊接触的实践中，感到羊——山羊和绵羊比其他食肉类动物温顺善良。肉可食，皮可衣，而衣食——吃饱穿暖则是那个时代人民梦寐以求的理想。马克思在《资本论》中谈到商品交换的时候，也经常提到与人类关系十分密切的羊。

羊，尤其是大羊，体肥健壮的羊，看起来——视觉上感觉到舒服；吃起来——味觉上感觉到滋润；摸起来——触觉上感到温柔；想起来——心理上感到这是一笔具有交换价值的财富。四种感受混合，构成了一种难以名状的体验——美。只有这个字，才能准确地表达出这种生理上心理上的复杂喜悦和惬意。



由此也可以看出,“美”是从人体的感受中诞生的,“美”是有经济价值的。

“美”字本身就已经有了经济价值,和“女”字结合起来,那自然就可以产生经济文化现象。

让我们再说“女”字。

现代楷书的“女”字是象形字“女”字演变而来的。它在甲骨文和金文中的形态是一个侧跪人形。

先民在创造“女”字时,倾注了对女性美的体验、感受和赞美,虽然仅仅用了几根简单的线条,但却把女性身体的曲线美表现得淋漓尽致。不仅如此,还通过“女”字同其他字的合成,进一步显示出对女性的推崇。比如,好、妙、娇、娆、姍、娜、娴、婷、妍等形容姿态美妙的字,都是以“女”字为部首的(当然也有不少贬低女性的字,因和本书主旨无关,故略去)。

我们不要小看了这个“女”字,按照“先有鸡还是先有蛋”的逻辑争论,世界上的第一个人,应该是女性。女性不仅繁衍了女性,也繁衍了男性,从数量上说她始终是人类的一半还多一点。

世界上有一半的人是女性,若干女性同“美”结合了起来,成了人们眼中的“美女”,带来了经济效益,这还能说不是美女经济现象吗?研究这种经济现象,还能说不是文化吗?

美女作为一种经济文化现象,并非现代社会的独创。我们的古人早已经注意并运用了。越王勾践向吴王夫差献上美女西施,汉元帝用美女王昭君与匈奴和亲,司徒王允派养女貂蝉离间吕布董卓,唐太宗送文成公主进藏等,从政治是经济继续的观点来看,这些做法的实质都是一种经济现象,都是为了保护自己的利益或防止自身利益受到损害或者为获取更大的利益。关于西施、王昭君、貂蝉、文成公主这些美女的故事、诗歌、小说、戏剧、影视,至今还有人写,有人演,有人看,可谓长盛不衰,这难道不是重要的经济文化现象吗?

世界上最美的是人。女性中最美的女人被称作美女。

美女的魅力到底有多大?古人说:西施的美,让河里的鱼沉到了水底;王昭君的美,让天上的大雁落了下来;貂蝉的美,让月亮躲到云彩里;杨贵妃的美,让牡丹花也羞得低下了头……

信息时代的今天,有人遇到漂亮女孩不敢抬头多看一眼——被美吓住了;走在大街上的漂亮女孩有很高的回头率——被美吸引住了;有的人在漂亮女孩面前无所适从——被美镇住了……

这就是美女的魅力!

美女为何有这么大的魅力?

塑造了以林黛玉为代表的众多美女形象的文学家曹雪芹揭示了个中原因,他说,女人是水做的,清澈、透明、纯洁、温柔、滋润。我们知道,生命之源是水,由生命源头的物质做出的女人,自然魅力无穷。

女为悦己者容,渴望美、追求美、享受美,是女人的天性。

然而,在20多年前的中国大陆,美,特别是女性的形体美,却是表现禁区,女孩子的衣服稍微带上一色彩,就可能被认为思想意识有问题;偷偷地烫一烫头发、擦一点胭脂,就被看成是资产阶级生活方式;青春少女的胸脯丰满一点、挺拔一点,更被认为有碍观瞻、大逆不道……

历史唯物主义告诉我们,人们奋斗的目的,就是要从落后的生产力以及在这种生产力条件下形成的落后生产关系(观念)中解放出来。

女性的解放是人类是否真正解放的最重要标志之一。

邓小平说改革开放是中国第二次革命。所谓革命就是追求解放,包括生产力的解放,观念的解放以及人自身的解放。

中国的改革开放,取得了巨大的成就。对于这一点,经济学家喜欢用数字来显示,文学家善于用形容词来描述……这些方式都有点繁琐。

一个最简单的办法就是看看我们的母亲、妻子、姐姐、妹妹、女儿——身边的女性，同过去比：

她们的头发更飘逸了，有的还被烫成或曲或直的各种形状，染成或黑或黄或红或棕的各种颜色；

她们的眼睛更明亮了，有的做了双眼皮手术，有的描了眉，粘了眼睫毛；

她们的皮肤更白嫩了，这是各种亮肤霜、增白膏、护肤剂发挥的功能；

她们的嘴唇更鲜艳了，这是琳琅满目的唇膏使然；

她们胸脯更饱满了，这是观念的改变加上新式内衣、乳罩共同作用显现的魅力。

她们的身材更挺拔了，因为懂得了科学健身，改变了食物构成，注重了形体锻炼……

一句话，改革开放使中国的女性越来越美了！

爱美之心，人皆有之。

美女，既是女人自身的追求，也是男人的渴望，更是现代社会文明的重要标志。

有人说 21 世纪是知识经济，信息经济。

也有人说 21 世纪是眼球经济，是美女经济。

两种说法并不矛盾，因为它统一于科技的发展和人类眼球功能的拓展。

眼球的功能是看，美女既是审美（看）的结果，又是审美（看）的目的。

“看”字由“手”和“目”合成，“手”在“目”的上方，是为了看得更集中、更深远，更清楚、更仔细。

看，就是欣赏。欣赏什么，当然是欣赏美。

当人类感到眼球的功能不够用时，于是便发明了望远镜、显微镜、放大镜；为了记录美、储存美，又制造了照相机、摄像机；为

了表现美、传播美，又研究出了电视机、互联网……

这些为了“看”而创造发明的现代化、电子化、信息化设施，又进一步激活了历史上早就存在的美女经济现象。

为什么影视剧的导演总是选择那些美貌绝伦的美女来领衔主演？

为什么服装设计师总是聘请身材婀娜的美女来做自己的服装模特？

为什么企业家愿意花大钱让有名的美女来充当自己产品的代言人？

为什么星级宾馆饭店招聘服务员也对女孩子的身材相貌提出苛刻的要求？

为什么连车展、房展也常常闪现着美女的身影？

尽管疑问多多，原因只有一个：美女能够满足人们审美的心理需求，美女能够吸引更多的眼球，眼球后面则是巨人的市场——美女能够带来巨大的经济效益！

这一点，已经被现代社会的许多事实所证实——本书梳理和分析的也正是这些事实。

古老而年轻的中国，正在以毫不动摇的坚定步伐，快速地向世界，实现着历代志士仁人的小康理想。

尽管小康的定义很多，但一个“美”字就可以基本概括。

美饰、美味、美宅、美车这八个字，基本上囊括了百姓追求美好的现代生活（衣食住行）的全部内容。

经济的发展，观念的更新，生活的改善，必将进一步促进美的孕育，美的表现，美的储存，美的传播和美的交换。

中国经济正在走向世界，中国美女也开始跨出国门：

世界小姐选拔赛的舞台上，走来了标志靓丽的中国小姐；

世界模特大赛的T形台上，中国的美女模特大放光彩；

各种国际影视明星颁奖仪式上，也有了中国美女明星的身影；



中国美女歌星、美女体育明星正在冲出国门,走向世界,吸引了越来越多的各色眼球……

走下了舞台、荧屏的美女们,又开始成为国产品牌和海外品牌产品的形象代言人,在提高产品知名度和市场占有率、引导消费者开阔消费视野的同时,美女自己也获得了丰厚的收入……

不可否认,由于历史与现实的种种原因,人们对大牌美女的高额收入还有着种种议论,就如同当年反感青年人穿喇叭裤、哼流行歌曲一样,这种存在的合理性随着时间的推移,将会显得习以为常。

思想解放无禁区,对外开放无止境,与时俱进无终点。

被称作“世界工厂”的中国,未来生产的绝不仅仅是鞋子、玩具等低附加值的初级产品,还要生产并大量出口科技含量很高的产品(包括大量的文化产品)。

有形的产品需要我们自己的、世界知名的大牌美女来广而告之;无形的文化产品,需要文化更高、艺术造诣更深、修养更加全面的美女们去拼搏、去创造、去传播!

中国未来的经济将是强劲的,这个强劲包括强大的美女阵容和美女经济创造出的丰厚经济效益和社会效益。

中外经济文化的交流将是频繁而广泛的,这个交流肯定会有充满着友好言词掩盖下的阴谋和渗透,正因为如此,我们需要更多美女歌星、美女影视明星、美女模特、美女体育明星……向世界人民展示我们五千年的文明,传播我们伟大的中华文化。

《美女经济文化现象透视》一书,旨在通过对古今中外美女经济文化现象的分析,向人们展示这样的逻辑:

中国要强大起来,人民生活要好起来,中华女性要美起来!

作者

2003年8月1日



录

C o n t e n t s C o n t e n t s

第一章 美女通吃

Content. 1

- 王菲一洗四千万 2
漂亮当然占便宜 7
市场竞争与美的经营 12
企业老板并不傻 16
所向披靡的美女 20
残酷的马太效应 26
可悲的追星族 29



第二章 何谓美女

Content. 2

- 雌激素与美 40
芙蓉般的肌肤 43
天仙般的面容 47
魔鬼般的身材 52
“千古之美”的景点 56
乳房美的百年变迁 63
艺术之美的准绳 67



C o n t e n t s

第三章 美女增值

Content. 3

- 入宫廷身价倍增 74
- 上影视名位陡涨 79
- 现代传媒何以生存 83
- 满园春色关不住 88
- 电视台明星拾 92
- 互联网美女旺 98

第四章 摘取皇冠

Content. 4

- 明星难得 104
- 美女突破 108
- 风光无限 117
- 乌鸦变凤凰 122
- 选美产业 127
- 选美热潮 131
- 条条道路通罗马 134



录

C o n t e n t s C o n t e n t s

第五章 美貌与机遇

Content. 5

- 幸运与命运 144
勇敢的选择 154
创造性发挥 164
根深才能叶茂 174



第六章 敢“裸”才能赢

Content. 6

- 应运而生的梦露 182
一“脱”成名 187
禁锢的背后 194
写真的冷与热 199
地下“脱星”何其多 206
“裸”出的效益 216
国产“脱星”呼之欲出 226



C o n t e n t s

第七章 倾城倾国

Content. 7

- 孔子失意吕氏代秦 234
西施灭吴貂蝉除董卓 238
二战中的美女间谍 246
可悲的克格勃“燕子” 258
美色击倒高官 269

第八章 易碎的明星梦

Content. 8

- 机遇的偶然 278
“血腥的厮杀” 283
伤情的风景线 289
“假导”知多少 294
艰难的准歌星 305
山坳上的美眉 310



录

C o n t e n t s C o n t e n t s

第九章 打造美女

Content 9

- 美丽的秘密 320
- 审美的霸权 324
- “性炸弹”的启示 331
- “韩流”滚滚 336
- 美的投资价值 342
- 挺好还是挺惨 350
- 整容需有备而战 359
- 美缘于自信 364



第十章 红颜薄命

Content 10

- 明星阮玲玉的陨落 370
- 凄惨的“第一悲旦” 373
- 风流影星的沦落 376
- “第一影后”死于街头 380
- 苦命的“金嗓子” 387
- “艳星”的结局 397
- “玉女”早逝为哪般 402
- 一个美女与九个男人 410
- 美女丑女谁命好 419
- 红颜为何多薄命 422



C o n t e n t s

第十一章 美的境界 429

Content. 11

- 美来自于和谐 430
- “漂亮妈妈”话漂亮 434
- 讲究原则的宋祖英 439
- 杨丽萍以农民为荣 447
- 敢于道歉的赵薇 451
- 逃税明星刘晓庆 458
- 美女末路几时休 468

第十二章 美女大开发

Content. 8

- 美女经济显威力 474
- 创名牌美女打头阵 476
- 洋品牌靠美女开路 480
- 开发美女莫等闲 483
- 塑造美女保护美女 486

后记

Epilogue

你想成为大牌美女吗? 493



第一章

chapter · 1

美女通吃

“一分汗水，一分收获”，这是普通劳动者的人生哲学。他们不相信“一夜暴富”是什么“劳动所得”，即便遇到这样的所谓“商机”，许多人也会诚惶诚恐。然而，在“放手让一切劳动、知识、技术、管理和资本的活力竞相迸发”，“一切合法的劳动收入和合法的非劳动收入都应当得到保护”逐步成为社会共识的今天，那些依赖特殊“资本”和特殊“技术”而一夜暴富的人们，正在享受着“通吃一切”的快感。所谓“通吃”，就是赌场上坐庄的“老大”摸到了21点，一下子将场上所有的筹码统统吃进了自己的腰包。这就如同麻将桌上的“清一色”、“大三元”加上“自摸”的感觉一样。在激烈的市场竞争面前，“胜者通吃”似乎已经成为一种普遍的现象。

王菲一洗四千万

王菲的三千烦恼丝真的很值钱，她为海伦仙度丝拍第一个洗发精广告时，光是广告制作费、加上她的酬劳，厂商花了3200万元。第二次拍摄时，王菲的酬劳加上制作费，上涨到4000万。这是发生在2001年的事情。想当年，王菲不过是一个很普通的女孩子，到香港绕一圈、得了个“天后”的封号后，她的身价就今非昔比了。

据有关媒体披露，中国内地走红的影星“小燕子”赵薇在2001年的头7个月就赚了2160万港元，成为30岁以下收入最高的女明星；香港走红女明星陈慧琳则紧追赵薇，在该年度的头7个月赚了2150万港元；而刚满21岁的“英皇一姐”容祖儿也不逊色，7个月就进账达1770万港元，排名第三。10位



歌皇后王菲