

人物形象设计专业教学丛书

整体形象设计

周生力 马莉 主编

第二版
The Second Edition



ENGTI XINGXIANG SHEJI



化学工业出版社

人物形象设计专业教学丛书



整体形象设计

第二版
The Second Edition

周生力 马莉 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

ZHENGTI XINGXIANG SHEJI

本书主要是针对整体形象设计的特点，从概念出发，诠释了整体形象设计是运用视觉元素塑造人的外观，通过化妆、发型、服装服饰、言谈举止等综合营造，设计出符合人物身份、修养、职业、年龄的整体形象，全书在知识上力求概念清晰明确、简明扼要，结构层次脉络清晰，强调对学生专业素质全方面的培养，突出学生的创造能力与实践能力。对全面提升人物形象设计职业教育教学质量，促进学生提升技能、发展成才等具有一定的指导意义。

本书适合职业院校人物形象设计专业师生使用，也可供服装与服饰设计、旅游服务、航空服务、播音与主持艺术等相关专业及大学生素质修养课用书，以及相关行业从业人员及大众读者使用。

图书在版编目(CIP)数据

整体形象设计/周生力,马莉主编. —2版. —北京:
化学工业出版社, 2018. 8
(人物形象设计专业教学丛书)
ISBN 978-7-122-32410-8

I. ①整… II. ①周…②马… III. ①个人-形象-
设计-教材 IV. ①B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第130933号

责任编辑:李彦玲
责任校对:王静

装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印装:北京瑞禾彩色印刷有限公司
787mm×1092mm 1/16 印张8 字数190千字 2018年9月北京第2版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.00元

版权所有 违者必究

第二版前言

整体形象设计是研究人的外观与造型的视觉传达设计，是艺术与设计的交叉学科，又称整体形象塑造。本书主要是针对整体形象设计的特点，从概念出发，诠释了整体形象设计是运用视觉元素塑造人的外观，并通过视觉冲击形成视觉优选，从而引起心理美感和判断的综合性视觉传达设计；是将美学、美容、化妆、美发、美体、美甲、服饰装扮、仪态语等综合于一体，运用造型艺术手段，通过美容化妆、发型、服装服饰、言谈举止等综合营造，来设计出符合人物身份、修养、职业、年龄的个性形象，是对一个人由内到外、从头到脚的全方位塑造，以达到人物内在素质与外在形象的完美结合。在知识上力求概念清晰明确、简明扼要，结构层次脉络清晰，强调对学生专业素质全方位的培养，突出学生的创造能力与实践能力。对全面提升人物形象设计职业教育教学质量，促进学生提升技能、发展成才等具有一定的指导意义。

《整体形象设计》（第二版）是人物形象设计专业教学丛书之一。第一版发行六年来，受到了全国各省市兄弟院校师生的欢迎。本书在服务于职业院校人物形象设计专业的同时，还成为服装与服饰设计、旅游服务、航空服务、播音与主持艺术等相关专业及大学生素质修养课用书，硕士研究生考试参考用书。

按照人物形象设计专业教学丛书建设的创新理念，本书的第二版根据各用书单位的意见反馈，在第一版的基础上做了必要的调整和大幅度的图片增删。

本书由常州纺织服装职业技术学院周生力和武汉设计工程学院马莉主编，常州纺织服装职业技术学院马德东，湖北科技职业学院李传华，湖南女子学院唐宇冰、赵泓森，湖南大众传媒职业技术学院宁蓓蓓，深圳市馨榕职业技能学校王俊荣等参与了部分章节的编写修订以及资料的收集工作。本书的出版凝聚了编写人员的智慧和心血，在此，谨向以上各位参加编写的人员表示深深的敬意！本书在编写过程中，采用了部分国内外优秀的适合本书内容的参考图片，绝大多数均在参考文献中表明出处，在此一并表示感谢！

对于本书中存在的不足和粗糙拙浅之处，诚望各界专家和读者朋友批评指正。

编者

2018年5月

目录

第一章 整体形象设计概述 001

第一节 整体形象设计概念 /002

- 一、形象 /002
- 二、设计 /002
- 三、整体形象设计 /002
- 四、整体形象设计的统一性 /002
- 五、整体形象设计的针对性 /003

第二节 整体形象设计要素 /003

- 一、体型要素 /004
- 二、发型要素 /004
- 三、化妆要素 /004

- 四、服饰要素 /005
- 五、个性要素 /006
- 六、心理要素 /006
- 七、文化修养要素 /006

第三节 整体形象设计的意义 /006

- 一、整体形象的信息传递 /007
 - 二、整体形象的信息接收 /007
 - 三、整体形象设计的意义 /008
 - 四、整体形象设计的作用 /009
- 思考练习题 /010

第二章 整体形象设计程序 011

第一节 整体形象设计构思 /012

- 一、灵感来源 /012
- 二、构思过程 /014
- 三、主题确定 /016
- 四、设计表达 /018

第二节 整体形象设计定位 /021

- 一、整体形象设计定位的含义 /021

- 二、形象观察与了解 /022
- 三、原型分析与确定 /023
- 四、整体形象的定位 /024

第三节 整体形象设计表现 /026

- 一、整体形象设计表现过程 /026
 - 二、整体形象设计表现方式 /027
- 思考练习题 /030

第三章 整体形象色彩设计 031

第一节 色彩基础知识 /032

- 一、色彩概念 /032
- 二、色彩属性 /033
- 三、色彩调性 /034

第二节 个人色彩理论 /037

- 一、三基色理论 /038

- 二、季节色彩理论 /041

第三节 整体形象设计配色 /045

- 一、整体形象配色与肤色 /045
 - 二、整体形象配色与服色 /046
 - 三、服装色彩与肤色 /046
- 思考练习题 /046

第四章 整体形象的美发造型 ————— 047

第一节 美发造型原则 /048

- 一、节奏与韵律 /048
- 二、对称与均衡 /050
- 三、对比与调和 /051
- 四、比例与主次 /052
- 五、呼应 /054
- 六、变化与统一 /055

第二节 头面部特征与美发造型 /055

- 一、头型与美发造型 /055

二、脸型与美发造型 /056

三、五官与美发造型 /057

四、体型与美发造型 /057

五、发质与美发造型 /058

六、职业与美发造型 /059

第三节 整体形象中美发造型的地位 /060

一、发型美的表现形式 /060

二、发色与整体搭配 /062

三、整体形象中美发造型的地位 /063

思考练习题 /064

第五章 整体形象的化妆造型 ————— 065

第一节 化妆造型 /066

- 一、化妆造型的依据 /066
- 二、化妆造型的原则 /068
- 三、化妆造型的表现原则 /069
- 四、化妆造型的意义 /070

第二节 脸型特征与化妆造型 /071

一、三庭五眼与化妆造型 /071

二、脸型特征与化妆造型 /072

第三节 整体形象中化妆造型的地位 /074

一、化妆与形象各要素间的关系 /074

二、整体形象中化妆造型的地位 /077

思考练习题 /078

第六章 整体形象的服饰搭配 ————— 079

第一节 服饰搭配 /080

- 一、服饰搭配美学法则 /080
- 二、服饰搭配原则 /081
- 三、服饰搭配要素 /082

第二节 体型特征与服饰搭配 /085

- 一、脸型与服饰搭配 /085
- 二、颈肩与服饰搭配 /087

三、四肢与服饰搭配 /088

四、躯干与服饰搭配 /088

五、身材与服饰搭配 /091

第三节 整体形象中服饰搭配的地位 /092

一、服饰搭配的协调性 /092

二、服饰搭配的整体性 /093

三、整体形象中服饰搭配的地位 /094

思考练习题 /095

第七章 整体形象的仪态美学 ————— 096

- 第一节 仪态美学 /097
 - 一、礼仪原则 /097
 - 二、仪态美学的表现 /098
- 第二节 仪态美学与礼仪 /099
 - 一、仪态美学的构成 /099
 - 二、仪态美感的养成 /101
- 三、礼仪的提升 /101
- 第三节 整体形象中仪态美学的地位 /102
 - 一、仪态美学是整体形象的一种外显方式 /103
 - 二、礼仪是整体形象的无形资产 /103
- 思考练习题 /103

第八章 整体形象风格塑造 ————— 104

- 第一节 职业与风格塑造 /105
 - 一、传统职业风格塑造 /105
 - 二、非传统职业风格塑造 /107
- 第二节 环境与风格塑造 /108
 - 一、职场环境风格塑造 /108
 - 二、休闲环境风格塑造 /109
 - 三、社交环境风格塑造 /110
- 第三节 个性特色与风格塑造 /111
 - 一、少年型风格塑造 /111
 - 二、优雅型风格塑造 /111
 - 三、戏剧型风格塑造 /112
 - 四、古典型风格塑造 /112
 - 五、自然型风格塑造 /114
- 第四节 整体形象风格定位 /114
 - 一、经典风格 /114
 - 二、古典风格 /115
 - 三、民族风格 /116
 - 四、前卫风格 /117
 - 五、浪漫风格 /118
 - 六、休闲风格 /119
 - 七、华丽风格 /120
 - 八、田园风格 /120
- 思考练习题 /121

参考文献 ————— 122



Overall Image

Design

第一章 / 整体形象设计概述

学习目标

通过本章学习，使学生了解整体形象设计的概念、意义，熟悉整体形象的构成要素，掌握整体形象的信息传递和接收途径。

Chapter 01

整体形象即社会公众对个体的整体印象和评价。形象是人的内在素质和外形表现的综合反映。“形象”一词，起源于1950年的美国，在当时美国社会各阶层中，对于本身的信誉十分看重，尤其是工商企业界及政界人士纷纷有计划地塑造良好的个人形象。而“形象设计”这一概念则源自舞台美术，后被引入时装表演，用于时装表演前为模特设计发型、化妆、服饰的整体组合，随即发展成为特定消费者所做的相似性质的服务。由于形象设计不但有消费者构成市场需求，而且化妆美容用品以及服饰厂商都可以借用它作为促销手段，因此，在国际上发展极快。在欧美，形象设计已经是与商业紧密结合的产业，其设计形态已达到生活设计阶段，即以人为本，以创造新的生活方式和适应人的个性为目的，并对人的思想和行为做深入地研究。

第一节 整体形象设计概念

一、形象

形象在《现代汉语词典》解释为：“能引起人的思想和情感活动的具体形体或姿态。”通俗讲：就是一个人的相貌、体态、服饰、行为、风度、礼仪、品质、心灵、情操等可感知的视觉化综合表现。形象能表现一个人的审美情趣、价值观、人生观，体现每个人特有的风格，是对某个人或事物的记忆、印象、评价、态度的总和，能使人对某个事物或人产生特殊感情的影像。形象是人的内在素质和外形表现的综合反映，是形、神、质的完美结合。

形象广义指人和物，包括社会的、自然的环境和景物；狭义专指具体人的形体、相貌、气质、行为以及思想品德所构成的综合整体形象。

二、设计

设计在《汉语大词典》解释为：“根据一定要求，对某项工作预先制定图样或方案。”设计与纯美术不同，设计是一个从计划到蓝图，再根据蓝图经过工艺流程加工制作的完整过程。创意是设计的灵魂，其目的是运用不同的手段来表现新的形象。

三、整体形象设计

整体形象设计是研究人的外观与造型的视觉传达设计，是艺术与设计的交叉学科，又称整体形象塑造。整体形象设计是运用视觉元素塑造人的外观，并通过视觉冲击形成视觉优选，从而引起心理美感和判断的综合性视觉传达设计，是将美学、美容、化妆、美发、美体、美甲、服饰装扮、仪态语等综合于一体，运用造型艺术手段，通过美容化妆、发型、服装服饰、言谈举止等综合营造，设计出符合人物身份、修养、职业、年龄的个性形象，是对一个人由内到外、从头到脚的全方位塑造，以达到人物内在素质与外在形象的完美结合。

四、整体形象设计的统一性

从视觉艺术的角度来分析一个完整的人物造型，无非是点、线、面、体等要素在经过合理

的组合和配置后,所呈现出来的效果是否具有和谐的美感,是否是物质内容与精神内容的完美组合。在塑造形象的过程中,只有始终把握在以整体造型风格为基准,将各个组成要素的规律性与目的性相互统一,才能体现出形象设计本身的内在品质与价值。在整体风格统一的基础上,要学会对局部造型的适当改变,而不是一味地堆砌,取其精华,化繁为简,在主次分明的多样化中呈现和谐的统一。

形象设计是针对消费者的需要所进行的一种实用与审美完美结合的一种行为,是材料、技术与艺术的融合体现。在形象设计中涉及了化妆、发型、服饰等多方面的内容,在创作实践中运用了对人物造型、色彩知识、服饰搭配等美学原理,这就要求设计师在创作的过程中要遵循整体性的审美原则,然后通过准确的形象定位,根据不同的要求,针对设计对象等各方面加以综合创作出最佳形象。

作为艺术设计中的一个组成部分,人物形象设计具有独特的审美特质,它的创作目的不是单纯地追求艺术价值深层次的感官刺激,而是侧重审美价值与实用价值的有机结合。在创作过程中要注意局部与整体造型的风格要相互关联,不能各自为政,造成视觉效果的紊乱。例如,在给一个戏剧型女性做整体形象设计时,而错误的选择了古典型女性的发型风格,给人以视觉上难以协调,显现不出模特本身内在的气质。

五、整体形象设计的针对性

无论是在日常生活中,还是艺术表演中,所体现的整体形象都不是为了表现单纯的“美”,而是要与特定的环境相适应,不是为了改变人本色的面貌,去创造一个新的形象,而是要通过外在的手段把个人风格进行全方位的审美价值的展示。

塑造一个完整的人物形象首先要确定它的设计风格 and 类型,然后再考虑具体的表达形式,针对不同的消费者的特点以及对艺术美学规律的认识,不同职业、不同环境、不同区域、不同年龄层次的审美心理特征等,找到一个明确的定位,找到设计与需求的结合点,才能确定自己要服务对象所要表达的风格。

在整体形象设计中,针对性是一个特定的衡量标准,由于人物形象设计服务的是社会主体的大众,设计师的设计出发点不是自我意愿的发挥与创作,而是要遵循客观存在的具有普遍性意义的美学标准,了解目标群体与观赏群体的消费观、审美观、价值观等,把握社会审美意识的主导性倾向。当然在遵循社会共同认可的形式美感的基础上,也应让个性与普遍性能够相协调发展,而不是单纯的去适宜社会的大众审美趣味,毕竟社会的发展离不开创新。

第二节 整体形象设计要素

整体形象是指能引起人的思想、情感或审美活动的个人形态或是姿态,它是一个人内在素质的外在表现。从个人的外在形象来看,一个完美的形象设计必须要通过精心合理的设计,使一个人的外在形象获得从头到脚的和谐统一,有时一个饰品或是一个造型,块面的色彩都会影响整体形象的效果。整体形象设计的要素包括以下几个方面:体型要素、发型要素、化妆要素、

服饰要素、个性要素、心理要素、文化修养要素。

一、体型要素

体型要素是整体形象设计诸要素中最重要要素之一。良好的形体能为形象设计师施展才华留下广阔的空间。完美的形体固然要靠先天的遗传，但后天的塑造也是相当重要的。长期的健体护身、饮食合理、性情宽容豁达，将有利于长久地保持良好的形体。体型是很重要的因素，但也不是唯一的因素，只有在其它诸要素都达到统一和谐的情况下，才能得到完美的形象（图1-2-1）。

二、发型要素

发型是整体形象设计中最为重要的组成部分之一，是整体形象创作最能表达主题的要素，它的表现能使整体形象感更加统一化、完美化。发型的块面形状、层次、线条、色调处理在符合形式美法则的前提下，结合脸型、头型、举止、气质进行设计，这样才能符合整体形象的审美标准。从可爱的芭比风格到优雅、柔美的日韩风格发型；再从20世纪80年代的复古卷发到如今新新人类的蓬松、爆炸发型，无一不体现发型与整体形象的紧密度（图1-2-2）。

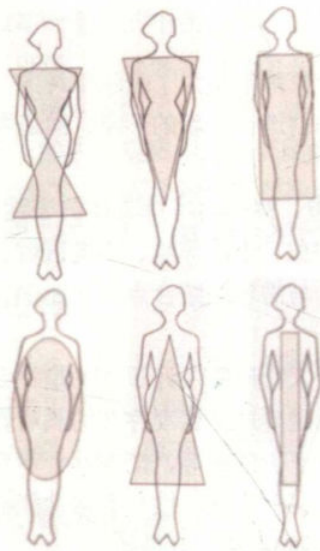


图1-2-1



图1-2-2

三、化妆要素

化妆在整体形象设计中起着画龙点睛的作用。化妆是传统、简便的美容手段，化妆用品的不断更新，使过去简单的化妆扩展到当今的化妆保健，使化妆有了更多的内涵。“浓妆淡抹总相宜”，从古至今人们都偏爱梳妆打扮，特别是逢年过节，喜庆之日，更注重梳头和化妆，可见化妆对展示自我的重要性。淡妆高雅、随意，彩妆艳丽、浓重。施以不同的化妆，与服饰、发式和谐统一，将更好地展示自我、表现自我（图1-2-3）。

四、服饰要素

服饰要素在整体形象设计中可以理解为服装和配饰的协调。服装造型在人物形象中占据着很大视觉空间,因此,也是形象设计中的重头戏;饰品在整体形象设计中可谓有“画龙点睛”作用。服饰结合体型、色彩搭配和肤色,能让人扬长避短,一套服饰可以看出一个人的审美,协调性甚至可以透出一个人的性格。服饰在形象设计中做出最大贡献的是社交属性,在社交方面服饰可以给人们建立威信,可以增强人们的气质,将服饰与气质修养合二为一,才能把一个美好的形象展现出来(图1-2-4~图1-2-6)。



图1-2-3



图1-2-4



图1-2-5



图1-2-6

五、个性要素

在对一个人进行整体形象设计时，要考虑一个重要的因素，即个性要素。回眸一瞥、开口一笑、站与坐、行与走都会流露出人的个性特点。忽略人的气质、性情等个性条件，一味地追求穿着的时髦，佩饰的华贵，只会被人笑之为“臭美”。只有当“形”与“神”达到和谐时，才能创造一个自然得体的新形象。

六、心理要素

人的个性有着先天的遗传和后天的塑造，而心理要素完全取决于后天的培养和完善。高尚的品质、健康的心理、充分的自信，再配以适宜的发型、化妆和服饰，是人们塑造良好形象和迈向事业成功的第一步。

七、文化修养要素

人与社会、人与环境、人与人之间是有着相互联系的，社交中的谈吐、举止与外在形象同等重要。良好的外在形象是建立在自身文化修养基础之上的，而人的个性及心理素质则要靠丰富的文化修养来调节。具备了一定的文化修养，才能使自身的形象更加丰满、完善。在形象设计中，如果将体型要素、服饰要素等视为硬件的话，那么文化修养及心理素质则是软件。“硬件”可以借助形象设计师来塑造和改善，而“软件”则需要依靠自身的不断学习和修炼。“硬件”和“软件”合二为一时，才能达到形象设计的最佳效果。

第三节 整体形象设计的意义

整体形象设计是通过对主体原有的不完善形象进行改造或重新构建，来达到有利于主体的目的。虽然这种改造或重建工作可以在较短的时间内完成，但是客观环境对于主体新形象的确

认则有一个较长的过程，并非一朝一夕之事。整体形象信息的传递包含了人本身及其与之相关的人物、环境、事由、物品，而他人经由各种渠道接触到，再借由视觉、听觉、嗅觉、触觉接收后，在大脑中经个人价值判断所形成的综合性观感。

形象设计是人类文明的重要标志之一。整体形象设计的本质是对个人形象的完善和提升，帮助个人提高自信，追求品味，找到自我，这是社会物质文明和精神文明高度发展的需要和必然结果。整体形象设计的最高境界为自然，最高标准为形神兼备，最终目的为满足社会与人的精神需求。

一、整体形象的信息传递

1. 相关人物的信息传递

除了个人本身之外与之相关的人，包括其配偶、亲人、朋友、同事等，即“近朱者赤，近墨者黑”。所以与自己关系越密切的人，应该越要仔细地去选择，这样才不会破坏自己的形象。

2. 相关环境的信息传递

人都有一个生活的范围，包括与之相关的环境都是相当重要的。例如，办公室里面的摆设、物品的堆放等，都可以透射出主人的兴趣爱好和情调，在一定程度上代表着人的形象。家里的设置更能体现一个人很多方面的特征。只有当关系非常亲密的时候，才可能将自己的相关状态毫无保留地展示给别人，他人也才能通过这些清楚地认识一个人。

3. 相关事由的信息传递

从某种程度上来说，与人相关之事也代表了一个人的形象。如对某事件处理中的表现，事件之后的表现等，都是一个人形象的展现，而且这些展现方式更加直接。

4. 相关物品的信息传递

除了身上穿的衣服之外，还有许多物品也代表着形象。所以相关物品，不论大小都是整体形象的一部分。

二、整体形象的信息接收

1. 信息的视觉接收

以色彩造型为主的信息通常被视觉系统所接受，而这些色彩造型的信息常可以和表情动作相联系，可以得出仪态风度方面的形象结论。

2. 信息的听觉接收

以声音品质为主的信息通常被听觉系统所接受，这些信息传达的是事件表述和评论，接收系统可以得出沟通技巧方面的结论，也可以上升为事件的态度和情感价值观，最终得出形象结论。

3. 信息的嗅觉接收

以气味为主的信息通常被嗅觉系统所接受，嗅觉信息属于一种隐性的因素，嗅觉的东西闻到之后，人们一般不会把它讲出来，所以要消除不良气味，通过嗅觉美化可以增加形象的正面成分。

4. 信息的触觉接收

人们身体的接触也能传播和接收到形象的信息，触觉在很多时候已经变成了一种礼仪，例如握手、拥抱、亲吻等（图1-3-1）。

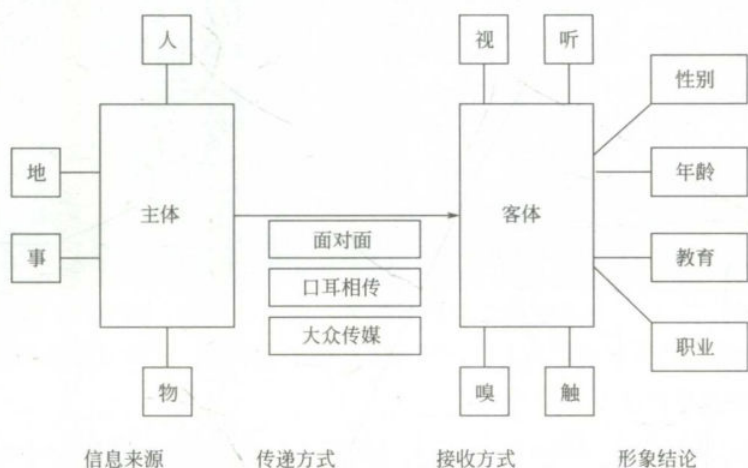


图1-3-1

三、整体形象设计的意义

通常所说的整体形象设计主要是针对人或物的外表进行包装和塑造。整体形象设计主要包括个人形象、群体形象（含城市形象、国家形象）和以人为核心的外在景观。就个人来说，它体现着一个人的文化素质和生活态度；对于公司企业来说，它标志着一个企业的兴衰成败；对于一个城市来说，它还会影响到其经济文化的发展速度。因此，整体形象设计不仅个体意义重大，社会意义也不容忽视。当今小到个人或企业，大到城市或国家，都已经或正在兴起一股整体形象包装的热潮（图1-3-2）。

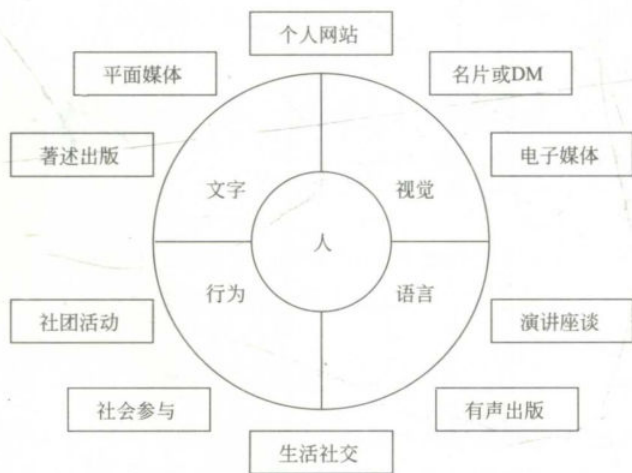


图1-3-2

1. 能给人以自豪感和主观幸福感

整体形象设计的过程是人的本质力量对象化的过程,使人将自己的物质力量和精神力量物化于对象(有时是自身,或结果是自身)的过程,单以个人形象设计来说,设计师通过对个人进行包装和塑造后所呈现的整体效果主要包括人的内在形象设计,如品质、个性、气质、能力等,以及人的外在形象设计,如仪容、仪表、仪态、言谈等。是综合个人的职业、性格、气质、年龄、体型、脸型、肤色、发质等因素,对一个人全方位多维度地进行美化,通过仪容、仪表、仪态,以及礼仪规范的完美结合,来呈现一个人在社会群体体系中特定的地位、身份等,也就是其在社会环境中所充当的角色。在生活中,人们往往通过一个人的形象来判断其年龄、身份、性格等,并予以相应的交往与沟通。正如我们常说的“7/38/55”定律:对于一个人的认知,有7%是通过其语言,38%是通过其肢体动作,而另外的55%则是依据其外表装扮。人的自由感、快乐感、幸福感既来自于主体以外的对象世界,更来自于主体自身,所设计的形象得到他人、社会的认同,就会在人的内心产生一种自豪感和主观幸福感。

2. 能引起人的感官快感和心灵喜悦

整体形象设计与整体形象审美是对立而统一的两个方面,即授者与受者的对立统一。当所设计的形象符合受者的审美需求、需要,并与之相统一时,就会引起受者的形象审美愉悦。这种审美感受广泛存在于人们生活的各个方面,个人的形象主要表现在发型、化妆、服饰及仪态等方面,因个人的形象是千差万别的,受个人的生理性和社会性的差异以及环境的变化等条件所制约,决定了形象设计需以生理性和社会性相结合,把握动态的多样性原则,并合乎一般审美原则。生理性表现在人的自然本色,要扬长避短,做到形象要合体;社会性表现在人的社会活动范围,做好角色变换,形象要合适;动态性表现在环境的变化,形象要与之和谐。

3. 能获得更多的发展机遇和发展空间

当今社会已进入信息时代,人才竞争越来越激烈,要想在激烈的竞争中赢得一席之地,必须掌握竞争手段,提高竞争能力,而形象设计则是竞争手段中不可忽视的重要部分。在现代社会,具有良好形象的人,可以获得他人、社会的信任、支持、友情,更容易取得成功。整体形象就像个人职业生涯乐章上跳跃的音符,合着主旋律会给人创意的惊奇和美好的感觉,脱离主旋律的奇异或不适合的符号会打破个人韵律的和谐,给成功带来负面影响。一个人良好的形象,不只是把自己打扮得多么美丽、英俊,最重要的是要让自身的发型、服饰、气质、言谈举止与职业、场合、地位以及性格相吻合。形象设计的目的不仅是为了追求外在的美,而是为了辅助事业的发展,展示给人们你的力量和成功的潜力。这一点与企业整体形象设计十分相似,都是为了长远未来的发展。

四、整体形象设计的作用

树立良好的个人形象对于现代人具有特别重要的作用,良好的个人形象能促进事业、生活的发展,能促进人际关系的发展,能提高生活的品质,能提升个人的综合素质。从社会功能来讲,个人形象具有识别的作用、归类的作用、吸引的作用等。个人形象涵盖面的扩大化肯定与个人成功越来越密切,因此,忽略形象设计在个人生涯中的重要作用将会使我们失去很多的机会。

1. 识别的作用

形象不是一个简单的穿衣、外表、长相、发型、化妆的组合概念，而是一个人在社会上所获得的他人的评价和印象，是一个人外表与内在结合的、在流动中留下的印象，是外界对我们的印象和评价的总和。形象的内容宽广而丰富，它包括你的穿着、言行、举止、修养、生活方式、知识层次、家庭出身、你住在哪里、开什么车、和什么人交朋友等等。它们在清楚地为你下着定义——无声而准确地在讲述你的故事——你是谁、你的社会位置、你如何生活、你是否有发展前途……

2. 归类的作用

在人际交往中，一般人通常根据最初印象而将他人加以归类，然后再从这一类别系统中对这个人加以推论并作出判断。人与人之间的相互交往、人际关系的建立，往往是根据对别人的印象所形成的论断。良好的形象往往能够为自己加分，我们总有这样一种感觉，对某个人印象好的时候，就会对他评价高并且今后会再次与他合作。相反，如果对方没有给自己留下什么好印象，你就会对他感到不快，甚至厌恶或同朋友们谈及此人时，你甚至会表现出对他的不满意，这就是一个人形象的重要性。一个人的形象是一个人的“名片”，对自己走向成功能起到极好的推动作用。对于那些追求成功的人，创立一个可信任的、有竞争力、积极向上、有时代感的形象，无论你在什么群体中都能获取公众的信任，从而脱颖而出。

3. 吸引的作用

形象吸引力是一个人与他人交往过程中将对方注意力引到自己方面来的一种心理影响力，即吸引人，引起别人的注意。它是人与人之间在认知、情感、品格等方面表现出来的一种亲近现象。说到形象对人产生的吸引，人们很容易联想到“以貌取人”。从实质上讲，人的外貌与人的学识水平、文化修养、才能品格并不存在必然的联系，然而作为具有社会属性的人，经过人类文化的熏陶，总是具有一定的审美能力，那些长相俊俏、衣着讲究、气度高雅的人，总给人以愉悦之感；反之，容貌丑陋，不修边幅，没有一点气质风度的人，不可能给人留下良好的第一印象。

从个人的角度来讲，形象设计还具有掩饰或矫正型体缺陷，增加美感、增加生命活力的作用，能立刻唤起你内在沉积的优良素质，通过你的穿着、微笑、目光接触、握手，一举一动，让你恰到好处地展示出高雅的气质和优雅的风度。

思考练习题

1. 如何理解整体形象设计的意义？
2. 整体形象设计的信息传递途径有哪些？
3. 试述整体形象设计的作用。
4. 找出并分析你身边的人在个人形象方面的成功案例。