

<<西蔓美育观点>>

图书基本信息

书名：<<西蔓美育观点>>

13位ISBN编号：9787508636917

10位ISBN编号：7508636910

出版时间：2013-1

出版时间：中信出版社

作者：于西蔓

页数：159

字数：139000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;西蔓美育观点&gt;&gt;

## 前言

前言2011年，我提出了“美育中国”的概念，并把它作为“西蔓色彩”的理念。

经历了15年美的创造和传播，心路渐长，我越发坚信美对于人的重大影响。

从最开始的形象扮靓，到如今的美育人心，跨进了一大步。

15年前，在灰白的单色调上涂抹色彩是燃眉之急，15年后，随处可见的丑陋则让人惊心。

中国的美又有了新问题。

外在美给人愉悦极其重要，但内在美更应是长水之源、乔木之本。

美似乎天生而来，又似乎后天而就。

但无论如何，一个人内若不修，即便美貌万分，也算不上大美之人。

想起鲁迅先生弃医从文，说中国人的身体孱弱不可怕，精神状况才让人忧心。

精神失落之人，纵有强壮的身体，亦是强壮的亡国奴，更可悲。

我倒是难有大先生的志向，但从事美的事业，总要学于斯精于斯，不能原地踏步，因此一直抱有从来不忘的使命感。

什么是美？

合乎“礼”即为美。

从人类往腰间围上第一块兽皮时起，美就在人的心中萌芽，人也就被定了性，成为“向礼而生”的产物。

钱穆说：“中国的核心思想就是‘礼’。

”中国的礼文化导引出的仁厚善良和包容之心，如同一个人坚毅的脊梁，支撑着千年华夏，使其几经苦难终未磨灭，但历史不能重来。

中国绚烂的礼文化因时代的兴衰沉浮，遭遇了百年文化断裂。

当鞠躬作揖已挡不住炮火也换不来国泰民安时，“自顾自”的活法便成为当时最现实的生存法则。

而这百年沉浮，让我们遭遇了继承礼仪文化遗产的障碍。

今天，我们重拾美育话题，便是为了复兴文化。

文化的修复与复兴，是一个缓慢的进程。

在当代，更有赖于深刻的文化意识和坚定不移的价值观及行为推动。

百年的文化失落，意味着须经几十年甚至上百年的努力，才有可能续接断脉的文化。

而我想，每一个有觉知的中国人，都会乐于承担这份责任。

美，是对丑陋的摒弃，对真伪的辨别，对爱的承诺，对生命的豁达。

这是每一个中国人都希望树立的美育信仰。

美育发生在生活里，生活是美的熔炉。

美淬炼于此，也在此闪耀，让我们得以观美润心，立天定人。

培育生活之美，衣食住行都在里面。

穿什么样的衣服美？

怎么吃显得有品位？

言行中如何规范自己？

应该有什么样的生活格调？

怎样修养进阶？

细节决定美的品位，在生活中慢慢培育递进，持之以恒，终能升华，一个真正的大美之人方能闪现。

修养来自平日的积累。

生活细小处最见人的修为。

因小而积大，量增而质变。

对生活细小繁碎之处的美的坚持，将渐渐肥沃内心美的土壤。

心里盛开了花朵，举手投足间便会散发出美的芳香。

中国之美，在于我们从灌溉心底那颗美的种子做起。

于西蔓



## <<西蔓美育观点>>

### 内容概要

一个人有什么样的品位和修养，决定了他穿什么样的衣服，有什么样的兴趣爱好，交什么样的朋友，过什么样的人生。

不断品酌美，习得美，是每个人的毕生课题。

这是一本关于如何让自己从内到外变美的书，它涵盖衣食住行的方方面面，教人们如何领略生活的美，如何把美施行到自己的一言一行中，更重要的是，如何避免那些丑的行为，给自己以警醒，让我们都成为美的存在。

西蔓美育观点：

贵族文化，并不是指有能力消费，而是意味着见多识广、精神高贵、情趣高雅以及对细分与规矩的理解、制定与遵守。

买奢侈品之前，一定要“好自为之”。

不在于你知道多少、拥有多少牌子，而在于你是否明白站在什么样的高度，才能与奢侈品相处。

任何“速成”，都容易使精神膨胀，造成文化的浅薄化。

一个好男人，一辈子不先通过一款定制的西装，从镜中看到自己至高无上的华彩，就会走很长的弯路，后面的品位人生就万难开启。

自助餐堪称最考验人的文明程度的一种吃法。

插花，是女人与美对话的捷径。

女人学会了插花，渐渐地，捧出的就不是作品了，而是盛开在自然当中的丰富的生命。

.....

## <<西蔓美育观点>>

### 作者简介

于西蔓

著名形象专家、色彩专家。

“美育中国”倡导者。

现任北京西蔓色彩文化发展有限公司董事长、中国流行色协会副会长、全国市长培训学院客座教授、北京市东城区政协委员。

1998年海外归国后创业，培育出权威形象服务品牌“西蔓色彩”。

多年来抱着“美育中国”的理念，为明星主持、政商各界人士提供私人形象服务；在著名学府、企业及政府主办的市民文化大讲堂演讲，强化人们对视觉资产的科学与文化价值认知；开办“西蔓时尚教育”，输出近2万名形象顾问、家居美化顾问、色彩搭配师、陈列师等，成为视觉美化领域重要的人才输出基地；率领环境色彩设计专家团队，为北京、大同、长沙、无锡、伊春、徐州、烟台、福州、泉州等众多城市进行城市色彩规划，为政府美化城市景观提供了诸多科学管理工具，其理念与业绩广受大众与媒体的欢迎与赞誉。

## <<西蔓美育观点>>

### 书籍目录

#### 第一章品：行不端，理怎正？

- 1 在天地大美中寻找信仰
- 2 一夜能暴富，三代出贵族
- 3 精神高尚，才能与奢侈品相处
- 4 谁决定了孩子们穿运动校服？
- 5 中国人为什么这么爱“抱臂”？
- 6 可怕的“路过文化”
- 7 随手拍“美丑”，摆脱美丑纠缠
- 8 品格书现象，说明品格在缺失？

#### 第二章衣：三代会穿，你会了吗？

- 9 你住在你的衣服里
- 10 经典，才是男人的穿衣逻辑
- 11 男人最怕肩软脚柔，失去刚毅
- 12 高跟鞋让女人有自信
- 13 装嫩，不能靠黑裤花衣！
- 14 无龄感，是“装”出来加“妆”出来的
- 15 衣橱换色吧，不会玩雅的中国人！
- 16 和服源于中国唐代，而华服在哪儿？

#### 17 形象，是人的“近现代史”

#### 第三章食：吃有吃相，你有吗？

- 18 餐桌艺术，是文明的刻度
- 19 饭后的餐桌，被“狼吞虎咽”过？
- 20 自助餐，请“自助”自尊！

#### 21 餐厅里乱跑的男孩儿，为什么不管？

#### 22 肉战

#### 第四章住：家如其人，你的家像谁？

- 31 恶行是万丑之源
- 32 洗手间与脸面的距离并不远
- 33 无礼的打车情侣让古城蒙羞
- 34 赶车重要，就别来听音乐会！

#### 23 你有什么，你家里就有什么

<<西蔓美育观点>>

24 把自然之美“自然地”导入家中

25 无书缺氧

26 无藏无魂

27 好的家是有气质的！

28 小东西也不能乱买，关乎美育

29 没有色彩感的家，爱的能量不够！

30 慎重照搬异国家文化

第五章 行：行不端，理怎正？

31 恶行是万丑之源

32 洗手间与脸面的距离并不远

33 无礼的打车情侣让古城蒙羞

34 赶车重要，就别来听音乐会！

35 电梯虽小，也有秩序

36 别让手机成为“暴力工具”！

37 握手时千万别伸“死鱼手”！

38 公共场合要有美的腿姿

39 打鼾带来的“轰鸣压力”

40 窗口是脸，必须天天洗

41 学会愤怒管理，控制情绪

42 营销轰炸要有“度”

43 会没开完，人走光了！

44 被会议装饰熏晕！

45 老板们醒醒吧，别对美不屑一顾！

第六章 雅：臻于细节，你可以更美

46 别被生活方式绑架

47 喝下午茶，找回从中国走出去的优雅

48 用勺喝咖啡？

谈谈喝咖啡的戒律

49 多去博物馆，感受生命的神奇

50 看名画，体味时尚进程

51 电影，是有关生活方式的教科书

52 会插花，是女人与美对话的捷径

53 精神既有高度也有宽度

54 时尚，就是享受生活

后记

## &lt;&lt;西蔓美育观点&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：没色彩感的家，爱的能量不够！

研究家居用色，在我的工作范畴之内。

我发现色彩之于家居，应了托尔斯泰的那句名言，真是会用的人家，给人的舒适美感“都是相似的”，而不会用的人家，“各有各的不幸”。

会玩色的人，会借助光的照射，把家中色彩带来的能量释放出来，让人徜徉其中。

而不会玩色的人，可能见得到光，却得不到光与色彩融汇所带来的爱与美的辐射。

不会用色的家，无非走向两个极端，一个是不敢用，一个是滥用。

前者还好说，顶多“四白落地”，后者则比较惨了，因为不懂颜色的心理抚慰功能，该沉静的空间，用了躁色，该热闹的空间，用了冷却色，效果适得其反。

除了舒适悦目，家居的用色还有多大影响力？

我们学院请英国的讲师来上AURA—SOMA（灵性彩油）的家居色彩搭配课时，我专门去听了一下。

听外国人讲家居色彩搭配，总会有不一样的视角，也很有趣。

按那位绅士有些夸大的话来说，家居的色彩应用对整个社会的稳定都是有影响的。

家里选对了颜色，人自然心情舒适，夫妻举案齐眉；相反，用错了色的，则身心与周遭环境得不到契合，容易让人烦躁易怒，日子久了，就会影响到住在里面的人的感情。

所以那位绅士说：“你们看全世界英国的离婚率是很低的，为什么？”

就是因为家里都用对颜色了。

”这不禁让人莞尔，但细想起来，还真是有一定的道理。

色彩的能量真是不能忽视。

在国内，很多人都开始重视对家居的设计装饰。

我们开居室软装顾问的教育课程时，满堂坐着的，竟然都是想学完课程后装饰家的人，而非我们预想的想以此为职业的人。

可见装饰家的烦恼极其普遍。

课堂上的提问也很有趣，比如有人问：“为什么我家里做不出星巴克咖啡店铺里那样的感觉呢？”

”我记得我单纯地回答她：“因为你没用色。”

”色彩是花不了什么钱却能带来高附加值的東西。

你对家里抱什么样的梦，色彩就像个忠实的仆人，马上会为你实现。

色彩是为主题服务的，每种主题下，都会有一群确切的色块去为它服务，所以“家的主题”的确立，在于主人的需求。

当你有了明确的主题后，那些色彩为你释放出能量，你便会感受到一种水乳交融的和谐感。

我们对家的愿景，都是温馨、干净、漂亮、浪漫、高贵，其实总结起来就是一个字，那就是“爱”。

爱才是家应该永恒追求的颜色。



媒体关注与评论

自古以来，中国人是最懂“礼”的人，也是受“礼”的戕害最大的人。  
清末至今通过种种矫枉过正的行为，中国人几乎快沦为全球最不懂“礼”的人了。  
现在终于又有人要由外而内，由内而外引导中国人重新学“礼”、懂“礼”了，这个人就是我的朋友于西蔓。

懂礼而不做作、不迂腐，从阅读这本书开始。

——正和岛创始人兼首席架构师刘东华

## <<西蔓美育观点>>

### 编辑推荐

《西蔓美育观点》是继《西蔓美丽观点》畅销20万册后又一倾心力作。  
于西蔓：她是中国顶级形象管理顾问，创办中国形象顾问的“黄埔军校”——西蔓色彩；她是央视主持人的私人形象顾问，央视《购时尚》嘉宾评委；她还是世界500强企业的色彩服务专家。  
《西蔓美育观点》首次提出“美育”一词，外在美给人愉悦，内在美才是长水之源，涵盖衣食住行的各个方面，教我们如何全面培养上品的审美、良好的气质与优雅的形象，成为一个懂生活、享受生活的人。

<<西蔓美育观点>>

名人推荐

自古以来，中国人是最懂“礼”的人，也是受“礼”的戕害最大的人。  
清末至今通过种种矫枉过正的行为，中国人几乎快沦为全球最不懂“礼”的人了。  
现在终于又有人要由外而内，由内而外引导中国人重新学“礼”、懂“礼”了，这个人就是我的朋友于西蔓。

懂礼而不做作、不迂腐，从阅读这本书开始。

——正和岛创始人兼首席架构师 刘东华

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>