

礼仪 | LiYi

拥有一件完美的定制西服绝非易事,其中有着不少玄机,它涉及到西装的着装礼仪、身份气质融合、场合规则等多个层面的西服文化。那么,应该如何定制一套适合自己的西装呢?

商务西装定制 诠释精英品位

应该说,没有什么会比一套合体的西装更能展现商务精英们的优雅气质与独特品位了。对定制西装所蕴含的绅士品位与精英气质的追求,使现在越来越多的职场人士开始选择定制西装填补来自自己本就数量有限的衣柜。

苛求每一处细节

中国人的身型和外国人的本来就不一样,有时候即使买再大牌、再贵的服装,看着也不像是自己的,只有定制的,才最适合自己的,到处都是自己的印迹,看着就很亲切,穿着也很自信。定制西装与工业化生产的成衣最直接的区别在于:除了上乘的面料、优秀的设计、精准的剪裁,一套优质的定制西装更会在内衬、领子、衣袖、纽扣、袋口、肩部、衣角、西裤下档等多处细节体现定制的价值所在。

首先,大规模工业化生产的西装,绝大部分内衬都是直接粘合的,看起来或许也挺有型,但是一旦经过高温干洗或者长期穿着,很可能变形。经典的西装在面料和衣里之间,有一层手工缝制的衬,为保持弹性,还加入马鬃等物料,这才是一件西装的灵魂。在雅度定制西装的制作流程中,手工缝制衬是一道被特别看重的制作工序。

其次,好的定制西装还要讲究每一处的细节,从上到下都要有各自的衡量标准。如领子挺括,线条要简洁明朗,弧度上无断线;袖笼试穿时手臂两侧自然下垂,手腕刚好在袖口正中;扣眼无脱线,针脚疏密一致;袋口走线平均,转弯处呈清晰直角,袋唇两侧宽窄一致,线条比例合理;衣角的线边距里外一致;半蹲时,以西裤下档没有紧迫感为佳等等。

注意因地制宜

穿西装也要注意场合,想象一次朋友聚会的酒会 Party 上穿一套中规中矩的深色套装出现,是不是与现场欢乐、轻松的环境很不搭调,这时一件色彩鲜亮西服上装配上一件休闲仔裤似乎更能体现个性。

一般而言,正式场合,如宴会、招待会、重大会议、婚丧事以及特定的晚间社交活动等,应穿西服套装,颜色以深色为宜,以示严肃、庄重、礼貌。而在半正式场合,如访问、较高级会议和白天举行的较隆重的活动,通常也应穿西服套装,取浅色或明度较高的深色为好。在非正式场合,如外出旅游、上街购物、访亲访友等活动。可以穿上不配套的西服,宜选择款式活泼、明朗、轻便、华美的色调。

另外,作为公司职员用于商务场合的西服,自然花哨华丽不得,但也不必一味追求质朴,否则未免缺乏个性,因而,着装的细节搭配也是一项重要的必修课。商务西装搭配要点是:西服选择传统的款式,而在衬衫和领带上出新意。全白的衬衫与正统的西装相配自然万无一失,只是难免单调,千人一面。此时不妨着一件素雅的细条纹的衬衫。领带选择上,极具情调,图案素雅,质地较薄领带可为整套装束“画龙点睛”;圆点图案的领带,给人生气勃勃的印象,精神、活泼,不少初涉社会的年轻人喜欢这种款式。此外,皮鞋的清洁也马虎不得,一个人的审美观如何,往往只要瞧他脚上穿的鞋就可以猜个八九不离十,可见鞋在整套服装搭配上重要。



“小私时代”体现了个性化时代自我意识的觉醒,新的需求将创造新的供给,这种由人自身需求而引发的创新将会加速形成新的消费理念和消费模式。

“小私”时代衍生财富机遇

□香港注册金融分析师 赵志敏

年轻有为的黄先生今年 32 岁,自己经营了一家企业,太太梅女士 28 岁,帮助黄先生打理一些公司里的事情,两人目前还没有孩子。

“小私”是这个时代这样一群人的特殊标签;他们具有一定的收入水平,从“小资”的情调主义中得到进一步升华,他们更强调个性化和专业化,更注重隐私,对各种私人化服务青睐有加。

黄先生夫妇俩正是属于这样的成功人士,有条件也愿意去追求和享受“小私”生活。

私人服务的财富机遇

方兴未艾的私人服务领域既是一场消费升级的盛宴,同时也意味着这个市场蕴含着巨大的财富机遇。与经历了上百年的成熟的海外私人服务体系相比,国内的私人服务行业还处于萌芽阶段,近年来社会财富的大量积聚催生了很多富裕人群,在获得财富自由之后很多人自然萌生了各种私人服务领域的消费需求,这样的需求会不断推动整个国内私人服务行业的快速发展,这也是经济转型和调结构的重要力量之一。

私人服务顾问通常需要具备多种能力和素养,最基本的四项素质是扎实的专业技能、过硬的执业资格、全面的工作能力以及积极的人格魅力。

私人服务顾问必须有丰富的专业知识,不仅要成为本行业的精英,而且还需要一些跨行业的涉猎。就拿一名银行私人财富顾问来说,不仅要十分熟悉银行的各项产品和服务,而且要对个人理财涉及的其他金融投资领域都能有比较透彻的了解(比如证券、基金、保险、期货、商品、房地产等等),对诸如税务、会计、法律等相关的领域也都要有基本的素养,甚至还需要对国内外政治局势、宏观经济等的了解,这样才能针对不同客户的具体需要和问题,找到最合适的解决方案,为客户提供最有价值的咨询。

资格认证提升信任感

一般来说,私人服务领域从业人员都需要有相关的行业资格认证,持证上岗才能给客户更好的信任感,但是目前国内很多行业缺乏国家级别的规范的资格认证体系,容易产生鱼目混珠的乱象,不仅有害于私人领域的消费群体,而且对于整个行业的健康发展也十分不利。因此,对一些尚



没有国家规范的行业评级和资格认证领域,私人服务从业人员应该多参加一些正规渠道的培训和考核,以获取相关的资格证书,为自己的专业性增加分数。同样对于私人服务领域的消费者而言,也应该尽量选择国内正规渠道雇佣私人服务专家,一些过于小型的私人服务机构可能会蕴含较大的风险,对一些持有海外服务资格证书的从业人员更要识别其证书来源,慧眼甄别“李逵”和“李鬼”,以保障自己的合法权益。

私人领域服务顾问面对的是形形色色的个人客户,要成为一个称职乃至优秀的私人顾问,还需要有全面的工作能力。通常而言,直接面对客户的是私人服务顾问,而人无完人,再精英的私人顾问都会有薄弱环节,都会遇到超出个人能力的“疑难杂症”,因此,对一个专业的私人服务机构而言,每一位私人顾问背后应该有更强大的专家知识库以及系统平台的支撑,而出于对客户的隐私保护起见,他们在客户层面是完全透明的。真正的私人服务专业机构讲究的是团队和平台的综合实力,这样才能保证及时、专业和周到的服务质量。

“一对一”的沟通和营销技巧

积极的人格魅力对于私人服务顾问来说也是至关重要的,他必须具备独特的亲和力和感染力,深谙与人沟通的技巧和营销能力,只有一个具备积极人生观的人才有可能为他所服务的人带来愉悦的心态。由于私人服务往往采用“一对一”的形式,因此较多涉及隐私、道德等问题,这也对私人服务顾问的专业素质、人格操守等方面提出了更高的要求。

在我国,目前私人服务领域的职业缺口非常大,但这并不意味着每一



位从业人员都能游刃有余地生存和发展,这是一个不断有新人入行,又不断有旧人被淘汰的行业。好的私人顾问年收入可以上百万元,他们可以做到 70 岁之后还十分红火,甚至可以子承父业,但有些却只能挣扎在温饱线而已。这与私人服务行业的特征密切相关,私人服务行业不同于快速消费品行业,它面对的是一个口碑式积累的过程,起步非常艰难,发展较为缓慢,但忠诚度的积累却极高,只要是真金就一定能在时间的沙漏中被提炼出来。

延伸阅读

怎样选择私人服务顾问

对于如何选择私人服务顾问这个问题,就如同这个行业本身的特点“度身定制”一样,也是需要根据不同家庭或个人的具体情况来具体决定。就以黄先生和梅女士两人来说,可以考虑选择这些行业的私人服务顾问:

私人形象顾问

黄先生夫妇俩经常需要在外应酬,和一些生意伙伴或是潜在的客户沟通交流是需要十分注意保持得体的形象的。所谓得体,就是在合适的场合穿合适的衣服、戴合适的配饰、化合适的妆容、梳合适的发型。合适的形象能为自己在别人的印象中增加不少分数,获得的潜在商机也更多。私人形象顾问能指导爱美的梅女士该如何护肤、如何控制体重、如何把握流行趋势、如何展现良好气质和仪态等等,是梅女士的“美丽天使”。

私人健身教练

在海外聘请私人健身教练是很常见的,在国内虽是最近两年才刚刚兴起,但发展态势已经非常迅猛。私人健身教练能根据每一位健身者的实际情况定制不同的健身方案,在最短的时间内以最安全、最有效的方式改善健康状况。除了运动健身外,健身教练还能对健身者从营养、心理等方面加以指导,帮助健身人群优化饮食结构,改



善心理状态,促使身心都处于健康状态。黄先生夫妇经营自己的企业更需要保持旺盛的精力和不懈的斗志。

私人财富顾问

中高端群体尽管有较高的可支配收入,但同时也意味着对家庭或个人财富管理方面的需求更多。黄先生夫妇作为私营业主,面对的是公私一体的财务规划需求,因此更需要聘请一位专业的私人财富顾问。除了金融服务之外,通常银行还会为黄先生这样的财富群体提供额外的非金融增值服务,比如说聚会沙龙、机场贵宾、健康体检、杂志订阅、道路救援等等,这些个性化的增值服务完全打破了产品界限和行业界限。

私人法律顾问

私人法律顾问的作用不仅仅是打官司,他们更大作用在于协助雇主如何避免纠纷、及时调解,并消除矛盾。黄先生夫妇经营自己的企业,私人法律顾问能够帮助他们分析判断所涉及的法律事务,并提出建议方案;能够协助处理财产继承、婚姻、名誉权事宜;能够提供个人从事的相关行业最新法律法规信息;能够协助与第三方就涉及个人权益之问题进行谈判;能够处理个人经营、投资合伙人股事宜以及个人债权债务事宜等。

私人医生

私人医生实际上就是全科医生,但是对于黄先生夫妇来说,并非必须聘请,可以找国内专业医疗机构的主任医生,建立个性化的健康档案以及健康管理方案,定期做全面的个性化体检,保健医生和护士上门家访、药物配送上门、预防接种等等。

私人营养师以及私人厨师

对于一些更追求品质生活的高端群体来说,这也是非常受欢迎的一类私人顾问。黄先生夫妇经常需要社交应酬,饮食结构难免会不尽合理,因此在加强运动健身之外,还需要注重饮食健康,可以聘请专业服务人员来帮助定制和改善。另外,黄先生夫妇有时可能需要在家中宴请一些特殊的重要朋友,因此可以在一些五星级酒店或是私人会所聘请一位私人厨师,不出家门就能享受到极致美食。

炫玩 | XuanWan

让移动存储亦“网游”

□吕焯

近日,笔者获悉,盛大旗下的大型 3D 网游《永恒之塔 20》即将全新发布,全球领先的移动存储品牌朗科与国内网游巨头盛大强强联手,朗科公司为其打造了最具安全便捷的游戏客户终端——至尊白色经典

US100(16G)闪存盘。临近岁末,朗科公司表示,新款产品将与当下最 in 网游共同打造 2011 年新年大礼。

此次朗科新款 US100 闪存盘的发布,是国内两大行业领军品牌的全新合作。朗科作为全球闪存盘及闪存应用领域产品与解决方案的领导者,连续 10 年销量遥遥领先,不仅成功

引领了移动存储行业的发展潮流,更多元化地涉足到车载影音、数码娱乐、无线数据等领域,是国内移动存储领域的缔造者。而盛大网络是中国领先的互动娱乐传媒公司,致力于通过互联网为用户提供多元化的娱乐服务。两大行业巨头的强强联手,开创了产品多元文化发展新气象。

朗科 US100 采用纯白超酷外观设计,U 盘正面印有永恒之塔 20 的红色 LOGO,大方醒目,具有浓厚的游戏味道,16G 超大存储空间,针对游戏玩家,这款 U 盘内置了永恒之塔 20 最新游戏客户端,卖点十足,免除玩家下载等候烦恼,直接安装游戏即可。



车尚 | CheShang

动力、安全、舒适性能已经得到了最全面和最严格的考验,成为中国汽车品牌走向世界的一个历史性突破。

高端商务轻客 中国势力走强

□傅峰伟

近日,高端商务轻客市场再现新貌。作为威麟 H5 的“兄弟”车型,威麟 H3 全国到店,成为 2010 年岁末市场又一亮点,也令威麟 H 系列在新年购车热潮中,增加制胜筹码。

“目前,威麟 H3 的咨询电话不断,预定量大大超出之前的计划”,北京恒业伟达 4S 店陈经理介绍说:作为威麟

H 系列又一力作,H3 集安全、舒适、大气于一身,很有希望成为两节购车潮中的佼佼者,1598 万元的价位也颇具竞争力。

记者在该 4S 店看到,从外观上看,威麟 H3 和 H5 大体相似。但是其车身长度相比威麟 H5 短了 530mm,车身尺寸为长 4870mm、宽 1920mm、高 2110mm。另外由于 H3 采用的是 10-12 座的坐椅格局,相比 H5 14 座的

坐椅布局来说节约了不少空间。在动力方面,H3 同样搭载 20TCI 废气涡轮增压发动机,最大扭矩 235N·M,最大功率 169 马力,动力强劲、燃油经济;此外,先进的 Can+LINBUS 智能行车管家,高效管理行车状态,让威麟 H3 维护保养更经济、更快捷。

据陈经理介绍,与其他竞品相比,威麟 H3 在政府用车、企业用车、客运旅行以及商业班车等细分市场竟事实



力明显,是近年来市场上的一款不可多得的高性价比车型。

相关人士分析,威麟 H3 上市伊始表现出的“走红”态势,不排除其“兄弟”车型 H5 一年来的出色表现,在 2009 年的达喀尔拉力赛以及之后多次大型赛事活动中,威麟 H5 作为保障用车,其动力、安全、舒适性能已经得到了最全面和最严格的考验,成为中

国汽车品牌走向世界的一个历史性突破;同时国内高端商务轻客市场不断增长的市场空间,也给 H3 提供了更为广阔的发展平台。

据相关数据显示,伴随着微客市场规模的不断扩大,以大微客为代表的高端微客市场份额增长迅速,从 2008 年 2061%迅速增加到 2009 年的 834%,市场容量达到 200 万辆。2010 年,其总产销量预计将超过 250 万辆,同比增速也在 35%以上

由此,在威麟 H3 的未来之路上,将担负起切实满足消费者多元化用车需求,作为威麟 H 系列的又一主力车型,威麟 H3 也有望与 H5 一道,代表中国势力与欧系、日系一争高下。