

<<美丽也是生产力>>

图书基本信息

书名：<<美丽也是生产力>>

13位ISBN编号：9787508727561

10位ISBN编号：7508727568

出版时间：2009-10

出版时间：中国社会出版社

作者：刘登阁

页数：230

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>

## <<美丽也是生产力>>

### 内容概要

美女吸引眼球，这是不争的事实。

有媒体报道，英国科学家发现，被认为缺乏吸引力的男子较英俊的同事少赚15%；伦敦吉尔德霍尔大学研究人员指出，长相一般的秘书比起漂亮的秘书收入少15%；英国伦敦一所大学追踪了17733名1958年3月以后出生的人，发现身材高的推销员赚到的钱比身材矮的同事多1/4，而矮个头女性平均收入少5%。

调查数据一经发布，马上在职场引起关注。

持这一观点的并非只是英国研究人员，在日本、韩国等国家，不仅有“人力资本”一说，还有“人丽资本”一词。

某世界500强企业高级人力资源总监认为：“所谓人丽资本，是指一个人的外形气质与学历、能力一样，也是构成个人职业综合竞争力的重要指标。

”当然，人丽资本不单单指长得好不好看，更重要的是与职业要求相匹配的良好形象和气质，这些才是个人职业竞争力的重要指标。

人丽资本在现代就业竞争中的作用不容小觑。

外形气质为何会影响就业竞争力？分析认为，目前面试仍然是最广泛采用的人员筛选手段，而大量研究表明，人的外貌因素，诸如相貌、身材、衣装等很可能影响面试时的印象初评和招聘决定。

外貌美丽的人往往更加自信，更有说服力；而且很多人不自觉地将漂亮程度与人品联系起来，对有魅力者抱有更高的期望和更热情的关注。

当招聘人员很难在很短时间对应聘者的能力、人品等作出明确判断时，外貌就变成了最直观的标准

。

## <<美丽也是生产力>>

### 作者简介

刘登阁，1967年2月生，山东郓城人。  
中国人民大学博士毕业，现任教于北京某高校，兼任《神剑》编辑。  
主持或参与国家社科基金和国务院有关部委课题10多项。

已出版《低调做员工高标做工作》、《原罪——转型期中国企业家原罪的反思与救赎》、《找对职业做对事》（繁体字版）等专著38部；发表论文50余篇，其中多篇被人大报刊复印资料转载；主编或参编《人品决定产品》、《信息产业与我国经济社会发展》等著作32部。

## <<美丽也是生产力>>

### 书籍目录

前言上篇 “姿”本主义——选美秀 一、美丽地平线：美女标准解读 （一）在美丽中迷失自己  
（二）踏上新美女节拍 二、美丽法则：美女形象的文化分析 （一）选美是场玫瑰梦 （二）选美  
是座金桥 三、美女通吃的时代：选美活动的经济效应 （一）美丽是美丽者的通行证 （二）你  
诱惑，我误会 四、青春的风铃：选美活动的青春效应 （一）青春不解风情 （二）对面的美  
女看过来 五、魔幻人生：美丽产业与快餐文化 （一）将美丽进行到底 （二）美不惊人死不休  
六、阅读身体：美女文化的先赋性与感官性 （一）美女的花样年华 （二）男人向左看，女人向右  
拐 七、欲望与刺激——选美心态之一 （一）女人，为谁美丽 （二）选美之花，开在谁家的路上  
八、娱乐与游戏——选美心态之二 （一）一场游戏一场梦 （二）快乐生产线 九、消费与消遣  
——选美心态之三 十、都是美丽惹的祸：美女的烦心事 （一）红颜薄命’ （二）美女，天使  
还是恶魔 十一、选美背后的商业黑手下篇 霓裳倩影——T型台 一、衣香鬓影：服装潮流的嬗变  
（一）时装中了流行的毒 （二）前卫与复古的二人转 二、时尚风向标：服饰文化内涵 （一）时  
装——文化的多棱镜 （二）生活因时装而精彩 三、实用和艺术的双重变奏：服装的艺术性与实用  
性 （一）让美丽在手指间飞舞.....

## <<美丽也是生产力>>

### 章节摘录

商人是“有钱出钱”者，但他们出钱并非无私援助，在商言商，是从商业利益的角度出发，互相利用，或者说，那些公司出那么高的价钱不是出于爱美之心，要的是追随美女而来的庞大的消费人群。

1990年的香港小姐竞选由本田公司、狮球麦花生油和粟米油公司、富士公司、海马牌床褥公司、南北行集团、康泰旅行社美加豪华团等单位联合特约播映。

这些广告商既出广告费，也提供奖品。

本田公司提供名贵小轿车作为冠军大奖；康泰旅行社则安排香港小姐赴美国和加拿大作亲善访问及拍摄外景。

现场直播选美是黄金时段的黄金节目，亿万观众这时候眼睛睁得特别大，精力也特别集中。

在这个时间插播广告，当然效果最好，而这些广告又往往安排在紧要关头，让人非看不可。

产品得到宣传，商人出钱的目的也就达到了。

如一年一度的环球小姐选举是全世界最大型的选美赛事，每年均由美国哥伦比亚广播公司现场直播，仅2001年度就约有75个国家的20多亿观众通过电视收看大赛，77名佳丽参与了环姐角逐大战。

而从另一个角度来说，选美既有流光溢彩的一面，也有不为人知的黑幕和乌烟瘴气，致使选美过程中，绯闻、奇闻、丑闻接连不断，真真假假，形形色色，或事出有因，或凭空捏造，或空穴来风。

因为经济活动总是免不了竞争，选美经济也存在激烈竞争。

由于赛事太多，美女成了稀缺资源，有的主办单位就组织队伍在马路上游说俏丽姑娘参赛，将美女争夺战打上街头。

为了争抢佳丽，有的主办单位迭下“恶耙”，不惜通过“揭丑”来打压对手，今天你曝我的选手是“二奶”，明天我曝你的选手与男友如何如何；你曝我“名单内定”，我曝你“权色交易”；你揭我的选手是吃荷尔蒙发育早熟的，我揭你的选手曾出入夜总会伴舞；你揭我的选手是同性恋，我揭你的选手是三角恋，甚至四次堕胎

<<美丽也是生产力>>

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>