

《世界品牌故事》

图书基本信息

书名：《世界品牌故事》

13位ISBN编号：9787500687412

10位ISBN编号：7500687419

出版时间：2009-8

出版社：中国青年出版社

作者：北京大陆桥文化传媒

页数：272

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

化妆品的诞生绝非现代人的创造发明，早在古埃及，就开始使用色彩鲜明的脂粉和沐浴用的香精；中世纪，欧洲贵妇曾以吞食砒霜来改进肤色；18世纪，美国女性相信男童的尿液具有抗皱的效果；到了19世纪，终于出现了第一个美容工业，若干个世纪以来，化妆品以及化妆风格都经历了几个轮回的转变。“美丽=1%的天生+99%的后天努力”，美丽的欲望与文明同步，不论在哪个时期，美容业都是一个不可忽视的产业。即使在经济低靡的情况下，美容业仍然声色犬马。近年来有数据证明：在全球美容产业的年收入中，有240亿美元来自于皮肤护理、180亿美元来自化妆品、380亿美元和150亿美元来自美发用品和香水业，其它还包括整容手术、康体中心和减肥产品的销售。在中国，随着各种国际化妆品牌的进入，一些具有高消费水准的奢侈护肤品成为当代女性时尚生活的代言：兰蔻、雅诗兰黛、赫莲娜、娇韵诗、娇兰……然而，每个品牌都有着自己的美容个性，每一类产品又都有着各自不同的诉求重点，“哪一个品牌的个性和自己最贴近？”

《世界品牌故事》

内容概要

《世界品牌故事:化妆品卷》将带你深入国际一线美容品牌，解读各大品牌的缘起、发展以及企业成功的秘密，并且通过具有代表性的明星产品，揭秘产品的研发理论、护肤概念以及不同品牌之间的优势和差异。让你掌握最IN的护肤知识，从而选择最适合自己的完美的护肤搭配。在中国，随着各种国际化妆品牌的进入，一些具有高消费水准的奢侈护肤品成为当代女性时尚生活的代言：兰蔻、雅诗兰黛、赫莲娜、娇韵诗、娇兰……然而，每个品牌都有着自己的美容个性，每一类产品又都有着各自不同的诉求重点，“哪一个品牌的个性和自己最贴近？”“哪一件产品最适合自己的皮肤？”对大多数人来说都是迷惑的。不懂得品牌真正的内涵、不了解产品各自的特点、不清楚产品配方的原理，只去狂热地追逐或者盲目地效仿都是肤浅的。

那么，就跟随《世界品牌故事:化妆品卷》一起去领略时尚文化背后的魅力吧！

《世界品牌故事》

书籍目录

01 兰蔻LANCOME/玫瑰城堡里的唯美之花02 雅诗兰黛ESTEE LAUDER/不老传奇，因“美”之名03 迪奥DIOR/华丽优雅时尚代言04 香奈尔CHANEL/永远的时尚经典05 赫莲娜HR/科学先驱，超越时代之美06 伊丽沙白，雅顿ELIZABETH ARDEN/闻名于世的红色大门07 娇韵诗CLARINS/全天然护理的健康沙龙08 希西黎SISLEY/“植物美容”的家族王国09 资生堂SHISEIDO/东西方文化的经典10 娇兰GUERLAIN/散发古典浪漫的香味之家11 蓓丽LA PRAIRIE/欧洲王室的珍贵“细胞”12 碧欧泉BIOTHERM/皮肤的生命之水13 植村秀SHU UEMURA/将彩妆升华为艺术14 倩碧CLINIQUE/“简单就是美”的哲学

章节摘录

插图：01兰蔻LANCOME/玫瑰城堡里的唯美之花兰蔻之父阿曼达·珀蒂于1884年出生在一个水果酒酿造商的家庭，他曾经是政坛交际的宠儿，后来开始转行从事经商。20世纪初，整个欧洲都弥漫着一片自由、独立和浪漫的风气。在法国，由于香水业的不断发展，花卉的种植蔚然成风，女性们迷恋于各种植物的芬芳，并且热衷于用不同花香的香水来展示自己的魅力。阿曼达·珀蒂自幼热爱玫瑰，在他法国巴黎近郊的维拉达福瑞庄园里，就种满了各式各样的玫瑰，香气宜人。和大多数女性一样，他对各类芳香有着天生的喜好，不同的是，他具有绝佳的嗅觉，对于不同种类的香味有着特别的敏感和领悟。珀蒂似乎命中注定与香水有缘，在第一次世界大战之前，珀蒂加入了当时著名的科蒂公司，这是由香水制作商弗兰科斯·科蒂于1904年在巴黎创立的香水公司，素有“20世纪高级香水摇篮”之称。珀蒂最初与兄弟一起在南美代理科蒂产品的销售，战后由于家族生意崩溃，珀蒂几乎一无所有，只保住了在巴西的代理权，并且赢得了好的销售成绩。自此受到了弗兰科斯·科蒂的赏识，成为科蒂公司在法国的执行总监。

《世界品牌故事》

编辑推荐

《世界品牌故事:化妆品卷》由中国青年出版社出版。

精彩短评

- 1、 售价比书店便宜，可质量也差多了，出现了脱页、错别字现象。忘此类问题书籍不会在卓越网出现。
- 2、 里面的图片都是从网页上弄的，我觉得这书真的没意思
- 3、 了解化妆品王国的发展历程，有励志的感觉。
- 4、 牌子就是那几个国际大牌。大量的产品介绍，就像粘贴的百度百科。写附注写到这个感觉好沮丧，为什么读了好几本烂书！这个书完全可以缩减成一本小册子！
- 5、 里面就是所有大品牌创始人的人生经历故事一样。
看了都被一个个故事所感动着，当然也是收益不少。
内容都很吸引
- 6、 好像是有一整套，购买了服饰篇和化妆品篇，值得一看
- 7、 内容还好，能看得下去，就是看书的时候需要注意拿书的姿势，容易掉页~~
- 8、 就是品牌比较少 而且没有安娜苏的 有点失望 但是总体还可以吧
- 9、 很好的一本书，买的很值。
- 10、 因为工作需要多了解这方面东西，所以这本书可以帮助到我更详细了解品牌文化
- 11、 都是讲述世界品牌的发展史，及品牌理念
- 12、 讲的是14个化妆品品牌的历史，主要是创始人的发展史，对于我这种对化妆品品牌历史几乎一无所知的来说，写的不算坏，但是装订质量非常差，非常容易脱页，我花了半天通览了一遍，已经四分五裂了。买之前要留意
- 13、 还是不错 了解了大品牌的发展历程 没事可以当杂志看看 00000000
- 14、 在朋友家看的书，一下就爱上了，在当当上就找到了，太开心了。哈哈
当当的书真的是很全啊，太棒了，
- 15、 文化是沟通出来的。
- 16、 一般般不是很好的书，有点儿华而不实。
- 17、 忘了评价了，现在才来，书还可以，发货也快
- 18、 化妆品只是入门教材，帮助了解品牌背景故事。
- 19、 都没有安娜苏.....
- 20、 看了长见识啊
- 21、 很齐全了。
- 22、 收到的书完全破损了，因此拒收，卓越能否关注下书店质量。
- 23、 内容听满意
- 24、 质量好，不过比想象的薄了
- 25、 很详细，很客观，喜欢看这样的纪实。如果介绍的品牌再多一点就好了。
- 26、 第一次在当当购物，感觉还不错
- 27、 还可以，作一般了解用，知己知彼...
- 28、 内容还可以，让对部分品牌有所了解。
- 29、 写得很具体，但是有点专业，不专门从事这方面的人看得不太懂.....
- 30、 不错的书，增长了见识，很好
- 31、 了解化妆品牌的故事，挺好的。
- 32、 跟商店里看的一样的。给个赞，不错，会细心品味书中内容
- 33、 我迫不及待的看，一翻开就闪开了，郁闷。但内容值得称道的，不得让我了解了品牌知识，还了解了这些创始人的优秀品质，特别是那些不平凡的女性，值得我们学习！
- 34、 买了三本书有一本质量很差，纸张质量还可以，但是还没看，里面就散架了。有点失望。
- 35、 先说编辑质量，太差。错别字满天飞，品牌名字都拼错，甚至章节页上的名字都写错。最混乱的是品牌创始时间，娇韵诗和倩碧完全颠倒。足见本书极没诚意，完全是捞钱。再说大致内容，太差。竟然还好意思标明作者，不如写汇编，全书根本是汇集了各大百科上的内容，虽然是以时间作为结构主线，但不得不说内容太混乱，一个品牌寥寥十几页，包括创业史、产品开发、特点、明星代言、广告、命运等，没有重点，眉毛胡子一把抓，混到那个篇幅算数的感觉。最后说收获，还是有收获，才

《世界品牌故事》

不至于得一星。今后选香水会偏向兰蔻和娇兰这样以香水发家的品牌，护肤品会偏向娇韵诗和希思黎这样纯植物性的品牌，或者雅诗兰黛这个做护肤出身的品牌，彩妆会偏向兰蔻，想试试植村秀樱花油，会给老公选娇韵诗或碧欧泉的男士护肤产品，希望年纪大一点时能用得起La Pra

36、看到同事家里有这本书，看了一下还不错，了解到了品牌的故事。

37、翻阅。

38、这个商品不错，内容丰富。值得一看

39、十分钟翻完各大品牌代言史

40、将各个品牌的历史沿革汇总，本身是不容易的事。所以仅从这个角度上看，这是一本不错的书。

作者收集了各大化妆品品牌的诞生，历程以及其不断创新的故事，能以比较客观的视角展示每个品牌的特色，反映了作者充沛的行业知识和阅历。只是可惜在对中国市场的引用和描述方面略显粗糙，在把握每个品牌各地的独特的美的方面，尚且不够准确有力。不过作为一本高端化妆品的科普书籍，还是不错的选择的。

41、超级多错误，看得我想出书击败你！

42、对历史典故追的太深，对化妆品的定位和品牌文化讲的太浅

43、质量很好以外，书的内容，在介绍这些化妆品的时候，描述的很全面。

44、这本书太棒了，哪怕不是专业的，也应该看看这本书，学到的不光是彩妆的知识，我学到最多的是励志，对于生活的一种状态。推荐指数最高了，每个故事都很感动

45、装订的整体感觉很好，就是容易掉页子，所以翻书需要注意些

46、了解化妆品品牌的发展史

47、还没看但期待很久了

48、那些内容 那么贵 不太值

49、每一个品牌的创业史都是一部心酸史啊，但也充满传奇，只是牌子少了一点。

50、这些品牌从创立之初就有其明确的市场定位——高端，即使在没有任何知名度的情况下也努力进驻高级百货商店。有坚持的核心价值，以其独特的产品打入市场赢得用户再全面扩张产品，同时注重包装与营销是他们共通的成功模式。

51、品牌故事有趣味，让我充电了

52、书的侧边封装太差劲，看了20几页，全掉下来了！内容还可以

53、还可以，学到一些知识

54、正在阅读中。。。。看到前面一部分，感觉还不错的。

精彩书评

1、先说编辑质量，太差。错别字满天飞，品牌名字都拼错，甚至章节页上的名字都写错。最混乱的是品牌创始时间，娇韵诗和倩碧完全颠倒。足见本书极没诚意，完全是捞钱。再说内容，太差。竟然还好意思标明作者，不如写汇编，全书根本是汇集了各大百科上的内容，虽然是以时间作为结构主线，但不得不说内容太混乱，一个品牌寥寥十几页，包括创业史、产品开发、特点、明星代言、广告、命运等，没有重点，眉毛胡子一把抓，混到那个篇幅算数的感觉。最后说收获，还是有收获，才不至于得一星。今后选香水会偏向兰蔻和娇兰这样以香水发家的品牌，护肤品会偏向娇韵诗和希思黎这样纯植物性的品牌，或者雅诗兰黛这个做护肤出身的品牌，彩妆会偏向兰蔻，想试试植村秀樱花油，会给老公选娇韵诗或碧欧泉的男士护肤产品，希望年纪大一点时能用得起La Prairie。不太喜欢郝莲娜和雅顿之间浮夸的斗争，自然影响了对品牌的印象，而且从价位上来说，这两个品牌如今似乎无法放在一个层面来竞争了。至于迪奥和香奈儿，反倒对她们的服饰和包包更有兴趣，而倩碧，早几年就用过，真心不好用啊。

2、学习了很多以前没想到的东西，给了我很大的启发，尤其在化妆品领域，希望看到此书的书友能有很好的帮助

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：www.tushu000.com