第一图书网, tushu007.com

<<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

出版时间：中国青年出版社

作者：北京大陆桥文化传媒

页数：273

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

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？
”

内容概要

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。
本书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。
那么，就跟随本书一起去领略时尚文化背后的魅力吧！

第一图书网, tushu007.com

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/华丽优雅的时尚代言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/将彩妆升华为艺才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。

编辑推荐

《世界品牌故事:化妆品卷》由中国青年出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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