

<<香烟的世纪>>

图书基本信息

书名：<<香烟的世纪>>

13位ISBN编号：9787506041928

10位ISBN编号：7506041928

出版时间：2011-7

出版时间：东方出版社

作者：阿兰·布兰特

页数：338

译者：苏琦

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>

<<香烟的世纪>>

内容概要

哈佛大学教授布兰特，用叙事的笔法，以讲故事的口气，讲述了香烟及其背后的烟草产业，从无到有、从小到大的历史，把与香烟有关的诸多重大事件——如企业的密谋、医学的争论、广告的圈套、法律案件的引发、公共关系的纠纷等等，都纳入到了一个逻辑严密的结构之中，写成这部资料翔实、可读性很强的著作，堪称《货币战争》的“香烟版”。

本书的创作可谓化腐朽为神奇，把一个小小的香烟问题写活了。
从香烟悠久的历史来看，从某种程度上讲，香烟甚至可以说是“一个塑造了美国的产品”。

<<香烟的世纪>>

作者简介

阿兰·布兰特，是哈佛大学科技、史教授，曾著有《无魔力子弹：1880年以来美国性病社会史》等著。

<<香烟的世纪>>

书籍目录

楔子：“骆驼人”与我

第一部分文化

第一章 因公益之名

第二章 香烟重如子弹

第三章 操纵认同

第二部分 科学

第四章 医生就爱抽骆驼

第五章 因果难题

第六章 制造争议

第三部分 政治

第七章 美国卫生总署署长已作出决定

第八章 国会：迄今最好的滤嘴

第九章 你的香烟要我的命

第四部分 法律

第十章 尼古丁是罪魁祸首

第十一章 香烟大佬齐聚华盛顿

第十二章 烟草巨头受审

第五部分 全球化

第十三章 出口瘟疫

跋：世纪之罪

<<香烟的世纪>>

章节摘录

杜克明白，要解决生产过剩的问题，就需要积极开拓新的吸烟者。生产方面的革命要求在消费上也有同样具有意义的变革。如果没有现代广告的“发明”，杜克就无法有效的利用机器进行生产。就在杜克在让公司接受新技术的同时，他也让它接受市场和推广方面的新技巧。正是从生产到消费之间这个关键通道的连接，最终创造了现代香烟工业。杜克最初是一个具有深刻竞争性本能的销售者，但他也深知冒险和改变的必不可少。推广一个产品，尤其是当它与同类竞争者相比并无明显特色时，需要创造一个新的刺激点。

杜克坚信，推广可以促进消费。他在致力于让邦萨克机器完美运转的同时，还在其达勒姆的工厂里设立了一间印刷店，引进了新的彩色印刷技术。

他的市场团队制作了奖券、优惠券、用于收集的卡片，把它们放在每包Cameo, CrossCut, Duke's Best的包装里面。

这些卡片的主题从体育、探险、内战将军到时尚、美容，从有教育意义的（外国的国旗和邮票）到猎奇的（穿着外国民族服装的女演员）。

杜克鼓励顾客集齐全套卡片。

“女演员系列”通常穿着暴露，在年轻男性中很受欢迎，这刚好是杜克的主要市场群体。尽管老杜克反对这些带有挑逗性的照片，但他的儿子深知其对销售的影响，仍然极大地扩充了其在广告上的预算，这迫使了竞争者们也不得不进行跟进。

这种和商品捆绑在一起的卡片收集推销方式一直持续到今天，卡片换成了棒球和皮卡丘。

杜克发现了吸引年轻人抽烟的重要的刺激点。

最开始香烟的推广目标是非初学者。

年轻人——抽烟乃他们最经常的行为。

是主要的推广圈。

根据《纽约时报》的报道，像杜克一样的香烟商通过奖券刺激男孩子们过度吸烟。

“每一个策略都是为了激起这些年少心灵的兴趣，尤其是那些印刷的图片”。

少年们努力收集卡片，“代价是自我毁灭性的伤害……很多12岁以下的孩子拼命集齐整套图片，这需要消费将近1.2万支香烟。

为了达到自己的目的，他将变得既不道德也不诚实”。

但是，杜克和他的竞争者们现在已经知道了，香烟的未来就在这些美国少年敏捷而灵活的手指中，仍将持续很长一段时期。

因此，明确针对孩子的广告传统形成了。

……

<<香烟的世纪>>

媒体关注与评论

“发人深省的一书，经过漫长而艰苦的历程人们终于明白：香烟是人类的直接威胁。
”——前世界卫生组织总干事和前挪威首相格罗·哈勒姆·布伦特兰 “人们对阿兰·布兰特所著关于美国香烟的历史期待已久，它无情地揭示了美国烟草工业如何不遗余力地去掩盖吸烟的医学后果。
透彻翔实，引人入胜，《香烟的世纪》注定会成为经典。
”——霍普金斯大学医学史教授韩德尔·派科德约翰

<<香烟的世纪>>

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>