

<<带着我去化妆品柜台>>

图书基本信息

书名：<<带着我去化妆品柜台>>

13位ISBN编号：9787510406973

10位ISBN编号：7510406978

出版时间：2009-12

出版时间：新世界出版社

作者：[美] 宝拉·培冈

页数：950

字数：1750000

译者：周伟红,程云琦

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>

<<带着我去化妆品柜台>>

内容概要

本书采用独家五星评定原则，对全球150余个知名化妆品品牌、30000余种化妆品进行评鉴，详细列出了市面上几乎每一款化妆品的优劣，还原每一个化妆品的真实使用功效，是全球爱美女性公认的最全面、最具公信力的导购手册，它可以帮助你选择最适合自己的产品。

如果你习惯买昂贵的护肤品，这《带着我去化妆品柜台》将会帮你在几年内省下几万元，更重要的是，它可以让你更懂得照顾你的皮肤，成为极致个人主义的化妆品专家。

<<带着我去化妆品柜台>>

作者简介

宝拉·培冈（Paula Begoun），国际知名的美容化妆品专家，护肤领域的创新者和改革者。二十多年来，她对皮肤及化妆品进行了详细的研究，她的公正评论和专业为她赢得了读者的爱戴和尊敬，大家亲切地称她为“化妆品警察”。

宝拉·培冈一直担任皮肤科医师、整形外

<<带着我去化妆品柜台>>

书籍目录

第1章 知识就是美

第2章 健康肌肤的原则

第3章 产品评鉴的一些说明

第4章 产品评鉴

Almay

Alpha Hydrox

Amatokin

American Beauty

Arbonne

Artistry By Amway安利雅姿

Aubrey Organics返璞丽

Avage

Aveda艾凡达

Aveeno

Avila

Avon雅芳

Babor芭柏儿

Banana Boat香蕉船

bare escentuals自然香调

Becca

Benefit贝玲妃

Biore碧柔

Blisslabs必烈斯

Blistex碧唇

Bobbi.Brown芭比波朗

The Body Shop美体小铺

Boots博姿

Botox Cosmetic

Bremenn Research Labs贝文研究室

Butt's Bees小蜜蜂

Cellex-C仙丽施

CeraVe

Cetaphil丝塔芙

Chanel香奈儿

Clarins娇韵诗

Cle de Peau Beaute珂丽柏蒂

Clean & Clear可伶可俐

Clearasil

Clinique倩碧

Coppertone科普特

Cosmedicine

Cover Gi rl封面女郎

Darphin Paris巴黎迪梵

DDF臻水

Decleor Paris思妍丽

<<带着我去化妆品柜台>>

Dermablend皮肤专家
Dermatogica德美乐嘉
Diet迪奥
Dove多芬
Dr.Brandt柏瑞特医生
Dr.Denese New York丹尼斯博士
E.L.F.Cosmetics
Elizabeth Arden伊丽莎白雅顿
Erno Loszlo奥伦纳素
Estee Louder雅诗兰黛
Eucerin优色林
Exuviance爱诗妍
Froeze 24-7冰凝24 / 7
Gamier Nutritioniste卡尼尔
Giorgio Armani乔治·阿玛尼
Glymed Plus戈雷曼丹
Good Skin
Hard Candy
Hydroderm海诗顿
Hylexin
Idebenol
Il luminare
Jan Marini Skin Research, Inc玛丽妮护肤
Jane
Jane Iredale爱芮儿·珍
Jurlique International茱丽
Kiehl's科颜氏
Kinerase凯娜诗
Kiss My Face
La Mer海蓝之谜
La Prairie蓓丽
La Roche-Posay理肤泉
Lancome兰蔻
Laura Mercier罗拉玛斯亚
Lauren Hutton's Good Stuff
Lorac罗拉
L'Oreal Paris巴黎欧莱雅
Lumedia
Lumene优姿婷
Lush露诗
M.A.C.魅可
Make Up For Ever美卡芬艾
Mary Kay玫琳凯
Max Factor蜜丝佛陀
Maybelline New York美宝莲纽约
M.D.Formulations妙力芙

<<带着我去化妆品柜台>>

MD Skincare by Dr. Dennis Gross MD 护肤
Mederma 美德
MetroGel、MetroCream 和 MetroLotion
Mineral Makeup 矿物彩妆
Murad 慕拉
NARS 娜诗
Natura Bisse 娜图比索
NeoStrata 妮傲丝翠
Neutrogena 露得清
Nivea 妮维雅
N07
Noxzema
Nu Skin 如新
N.V. Perricone, M.D. 裴礼康医生
Obagi 欧邦琪
Olay 玉兰油
Origins 品木宣言
Osmotics
Oxy 欧治
Patricia Wexler, M.D. 韦斯娜博士
Paula's Choice 宝拉珍选
Peter Thomas Roth 彼得罗夫
Philosophy 自然哲理
pHisoDerm 菲苏德美
Physicians Formula
Pond's 旁氏
Prescriptives
Prevage 培法芝
ProActiv Solution 高伦雅芙
Purpose
QUO
Retinoids 类维他命A
ReVive 利维肤
Revlon 露华浓
Rimmel 芮谜
RoC 洛克
Rodan+Fields 罗敦与菲特
Sense by Usana 优莎娜
Sephora 丝芙兰
Sheer Cover 茜尔珂
Shiseido 资生堂
Shu Uemura 植村秀
Sisley Paris 希思黎
SK-11
SkinCeuticals 杜克
Smashbox 出色潮流
Sonia Kashuk

<<带着我去化妆品柜台>>

Savage苏华奇

St.Ives圣艾芙

Stila诗狄娜

Stridex

StriVectin-SD皱效奇迹

Three Custom Color Specialists

Tri-Luma三璐玛

Trish McEvoy

Ultraceuticols尤皙

Urban Decay柯梦波丹

Vaniqa凡尼卡

Victoria's Secret维多利亚的秘密

Vincent Longo维森朗戈

Wet'n'Wild维特娃

Youthful Essence by Susan Lucci

Yves St.Laurent伊夫圣罗兰

Z.Bigatti哲·碧卡狄

Zapzyt捷特

第5章 宝拉精选：最佳产品

第6章 动物实验

第7章 化妆品成分辞典

<<带着我去化妆品柜台>>

章节摘录

第7章 知识就是美在我写本书第6版时，我就说过不会再写新版本了。

当时这个念头非常强烈，在连续22年写书揭露化妆品行业的真相和骗局之后，我再也没有力气继续写下去了。

直到现在，我对写这本书依然爱恨交加。

身体的负担、耗费的时间和人力及收集大量资料的繁重工作，几乎让我喘不过气来。

但当我一页一页写下去，把一桩桩化妆品行业的秘密、口是心非的事例告诉不知详情但又对化妆品着迷的消费者时，内心的喜悦无法形容。

但是换个角度来说，就算写完了这本厚达近千页的书，我也知道大声呼唤化妆品行业的真实和诚信仍然是一场无休无止的战争，而且我知道，我永远赢不了这场战争。

这些年来化妆品行业有了很大的改变，我相信我的所作所为为此尽了一份绵薄之力，但现在仍有数不清的虚假宣传，劣质产品层出不穷，误导观念的广告或空洞的承诺到处都是，还有无孔不入丧失职业道德的“科学”研究。

更糟糕的是爱美女性被诱导白白浪费了数十亿美元，可是希望的梦想却永远不会实现——效果至少没有化妆品公司宣传的那样美好。

每天我都会碰到一些触目惊心的案例。

有时候内心的沮丧会让我在办公室大发雷霆，同事们都跑来安慰我，让我意识到我的工作不完全是徒劳。

然而在我每写完一本书之后，我真的不想再看到任何化妆品了，真的不想再看到了。

为什么我又坚持下来了呢？

老实说我也不知道，大概是我太热爱这份事业了吧。

我每个月都会收到好几千封读者来信，我丝毫不敢懈怠，努力去解决大家的问题。

我有一个优秀的研究团队，他们也一直致力于追求准确和真相。

我仍然愿意做一名化妆品警察，与大家分享我掌握的信息，帮你买到真正适合自己的美容产品。

你可以在网站www.Beautypedia.com上读到本书（也可以登录www.cosmeticscop.com），供用户订阅的网络版内容每周都会更新。

我们会不断增加对新产品的评鉴，根据最新研究成果来修订对老产品的评价，更新产品成分辞典，并登载有关文章，让你更好地把握护肤、皮肤疾病、整形手术和彩妆领域的最新动态。

我是怎么成为一名化妆品警察的我经常惊讶自己怎么会干上这一行的，这类招聘广告可不太好找，而且化妆品公司和美容杂志也不会有这样的职位。

但很显然，消费者始终是需要化妆品警察的！

看到自己的书卖出了200多万本，我真的很庆幸我不再是一位化妆品专柜销售员，很庆幸我走上了写作这条路。

我很小的时候就饱受湿疹的折磨，十几岁的时候青春痘又长得满脸都是，到现在都看得到痕迹。

我的童年和少年时期有很多时间是在医生的诊所、化妆品柜台和药店中度过的，我试过各种办法，但从来没成功过。

我的一生似乎都在与自己的皮肤做斗争。

然后在1977年，我得到了第一份工作，在一家百货公司的化妆品专柜做销售员。

在这之前我做过一段时间的自由化妆师（我好像一直就有美容方面的天分），那时我住在华盛顿特区，沉迷于设计漂亮的妆容，我的事业很顺利，收入和顾客都在快速地增长。

才24岁我就取得了非凡的业绩，一些政客和名流都是我的顾客，其中一些还是华盛顿相当有权势的女性。

但事情并非从此一帆风顺，我的事业开始走下坡路了。

后来我就跑到华盛顿郊区马里兰州的银泉市，正好有家百货公司在招聘化妆品专柜小姐，他们当场就雇了我，还说我很像是做这行的，打扮时髦化妆也很好，奇怪的是他们对我的化妆师经历不感兴趣。

随后我就参加了销售培训，主要是推销护肤产品。

<<带着我去化妆品柜台>>

那时候，我就认识到了市面上有很多失败的化妆品和虚假不实的广告宣传，尤其是在护肤领域。我有过许多年与油性皮肤和青春痘的对抗经历，用过很多实际效果与产品宣传不相符的产品，有的产品宣称不会引起皮肤发炎，却让我青春痘长得更多，有的产品承诺可以清痘，结果却让我脸上红点更多。

当时我还搞不清楚为什么护肤品做不到所宣称的神奇效果，但是市面上防止剥落的睫毛膏、控油粉底等等做不到宣称效果的产品实在是太多了，能够实现广告效果的产品少之又少。

不过，虽然我很肯定化妆品行业的许多产品都名不副实，但当时并没有办法证实我的怀疑。

再来说说1977年我开始做化妆品专柜小姐的经历吧。

上班第一天，我被安排在Calvin Klein（这个品牌当时只存在了很短一段时间，之后在1999年和2007年两次重建）专柜和伊丽莎白雅顿（Elizabeth Arden）专柜。

公司没有给我安排这两个品牌的专门培训，虽然我所知无几，但公司还是叫我去推销产品。

我想尽力做好这份工作，但我的想法和做法与其他销售员完全不同，与专柜经理的销售观念更是发生了严重冲突。

我犯的第一个“错误”就是告诉顾客不要用错了化妆水，告诉他们以酒精为主的产品非但不能控油，反而会带来更多的皮肤问题，造成皮肤干燥、红肿和严重刺激。

结果第二天下班，我的同事生气地叫来了品牌的销售代表，指责我不该把个人观点强加给顾客。

我答应尽我所能做好工作。

没想到我上班第二天就会是这样！

我很想做好工作，但事与愿违。

后来又有一次，我对顾客说我负责的两个品牌没有很好的色款，也没有适合她使用的护肤品，终于经理来找我了。

她对我说：“顾客想听什么你就说什么，顾客从来不会提出疑问的。

他们信赖我们的产品。

”随后又发生了几次冲突，结果我失去了这份工作。

在结束这份工作之后，我读了托尼·斯塔比尔（Tony Stabile）写的《美国护肤游戏》

（The Great American Skin Game），这本书改变了我的人生。

这本里程碑式的著作讲述了化妆品行业是如何把一个又一个希望肥皂泡销售给容易上当和无知的消费者的。

事实上，正是斯塔比尔推动了美国食品药品监督管理局（以下称FDA）对化妆品行业的监管规定，包括现行的广告条例、安全性规则和强制性成分披露都有她的功劳。

她的这本书坚定了我澄清事实的愿望，极大地改变了我对化妆品行业的认识。

这多少有一些戏剧性，我不再销售纯粹是浪费钱或反而伤害皮肤的化妆品了，消费者（包括我在内）应该得到更好的对待。

当然我不反对化妆品，我只是反对虚假信息和误导宣传。

于是，我开辟了职业生涯的新道路——这么多年来我始终坚持如一，经历了种种想象不到的困难——先是在1980年开了自己的化妆品专卖店，然后在西雅图当地电视台担任评论员，1995年，我创办了自己的化妆品公司。

有了自己的品牌宝拉珍选（Laura's Choice）。

我走的每一步，都是为了揭露化妆品行业的真相和谎言，并努力实现这个奋斗目标。

毕竟简简单单地说一句产品有“特殊配方”或某个“革命性”新成分，就能轻易让消费者掏出钱包，但花了100到500美元买回来的，不过是一小瓶1盎司装的普通产品，根本无法实现产品宣称的神奇效果。

我知道我阻止不了化妆品行业强行推销给消费者价格昂贵的产品，无休无止地灌输误导性甚至是错误的广告和信息，但我也知道有很多爱美的女性非常想知道事实的真相，这就是我坚持走下去的最大支持和动力。

知道了真相和谎言，将来的你才会更美丽。

为什么你需要一名化妆品警察！

<<带着我去化妆品柜台>>

这是因为化妆品行业就像一座丛林，你必须要有个领路人才能走得出去。

和以前版本一样，本书的第7版增加了新品牌新产品，还根据最新研究资料对老品牌老产品的评鉴做了修订，给大众提供每一个产品的相关信息。

你需要这本书吗？

如果你对某个产品拿不定主意，没有时间和精力来分辨哪些粉底的颜色太粉或偏桃红、眼影是不是太亮、哪些蜜粉抹了之后会让肤色发白、洗面奶油不油、爽肤水会不会刺痛肌肤、保湿霜有没有独到之处或者抗皱霜到底好在哪里，那么你就需要读这本书，而且这本书一定会给你带来好处。

读完本书之后，你会对化妆品行业的运作机制有更好的理解。

我还专门在第5章里整理出了市面上最好的产品，不过先不要着急看这部分内容，先读一读每一类产品的评判标准和原则。

这样你会对各类产品有更深刻的认识和体会。

评价护肤产品时，我主要是分析成分表，比较成分的作用与产品承诺的效果之间有没有差距。

如果某个爽肤水宣称是专门为敏感性皮肤配制的，它就不该添加刺激性成分；如果某个保湿霜声称可以保水，就应该含有相应的有效成分。

此外，我会重点揭露所谓神奇成分的夸大宣传，告诉读者一些听起来令人印象深刻的成分为什么会为肌肤有益或为什么会伤害皮肤，我还会详细解释特定成分或成分组合的作用和功效。

总之，这部分内容可以让你一眼就能分辨出什么是出类拔萃的护肤品，什么是俗不可耐的产品。

评价彩妆产品时，我会介绍每一个产品的可靠性、实用性、质地、触感和视觉效果。

我分别对每一种类的彩妆产品制定了详尽的评判标准，包括粉底、睫毛膏、腮红、眼影、遮瑕膏、蜜粉、唇膏、彩妆刷和化妆笔，再根据这些评判标准来评价产品。

例如，我认为适合油性皮肤使用的粉底应该是擦后皮肤不会泛油光，几乎不含太油或太柔润的成分，容易涂抹均匀，能形成光滑的视觉效果，而且没有添加会招致长青春痘的成分。

各种粉底都必须做到与肤色融合；使用后颜色不应该偏橘黄、桃红、玫瑰红、粉红或灰白。

我还分别针对睫毛膏、腮红、眼影、遮瑕膏、粉饼、唇膏和化妆笔制定了各自的评判标准，凭借我20多年来作为专业彩妆师积累的宝贵经验，我建立起了对彩妆产品品质和效果的衡量标准，而且在产品评价过程中，我还对不同品牌的几百种相似产品做了全面的分析和对比。

他们是怎样逃脱处罚的？

你肯定听到过这样的说法，“谎言重复一千遍，也就成了真理”，这就是化妆品行业的真实写照。

化妆品公司宣称需要使用眼霜，这种说法是荒唐可笑的（我会在后面详细说明），但大多数女性还是认可这种说法。

许多人还相信有的护肤产品效果比肉毒杆菌毒素更好（广告上是这样告诉她们的），但这完全偏离了事实。

有人常常问我：“化妆品公司究竟是怎样逃脱处罚的？”

发布如此严重的误导信息，不折不扣地欺骗公众，竟然还能逃脱处罚？

原因在于如今的化妆品公司非常擅长绕开制度的监管，结果让消费者陷入左右为难进退不得的境地。

等到哪一天监管部门打算采取措施处理不实广告时，原来的广告早已经改头换面不见踪影了。

一个典型的例子就是StriVectin的抗皱霜，它凭借一句口号“比肉毒杆菌毒素更好！”

就以100万美元广告费的代价博得了1.5亿美元的金矿。

在FDA和美国爱力根公司（.Allergan）的压力之下，况且StriVectin也无法证实这句口号的真实性，随后StriVectin就把宣传语改成“比肉毒杆菌毒素更好”

仅仅是改动一个标点，就满足了FDA和广告“真实性”的要求（出处：WWW.fda.gov）。

我相信许多消费者是不会注意到这个小小改动的（这也是StriVectin愿意看到的）。

化妆品行业唯一受到严格监管的就是必须标示成分，虽然对保护消费者有一定的作用，但我发现这里面也有着许多问题。

从1978年起，美国开始强制化妆品公司在产品中披露全部成分信息，根据含量高低逐一标示。

可惜大多数消费者读不懂成分表，市面上有几千种化妆品成分，就算有些消费者对于这些成分有大致的了解，但还是不太看得懂这些专业术语，也就是说大部分人还是得通过那些不受监管的广告宣传来

<<带着我去化妆品柜台>>

了解产品。

<<带着我去化妆品柜台>>

媒体关注与评论

阅读宝拉的书应该成为进入我们这行的门票。

你可能不完全同意她的立场，但是她所做的研究是无与伦比的。

必须认认真真听她讲。

我在纽约州立大学开设了研究生课程“化妆品发展”，这本书被我定为教学必读。

——原雅诗兰黛市场总监、原兰蔻营销副总裁凯伦·杨每个喜欢使用化妆品的女人都应该拥有宝拉·培冈的这本书。

这是市面上最全面最实用的信息来源。

宝拉选择了一个复杂的话题，但是在她笔下却通俗易懂!

——《无需手术的美容法》作者布兰迪斯

· 欧文

<<带着我去化妆品柜台>>

编辑推荐

《带着我去化妆品柜台》：全球化妆品细目解析大全，迄今为止最为全面的辞海级圣经级化妆品指南。

化妆世界的《米其林指南》一本让所有化妆品公司又敬畏又恐惧的图书。

150多个国际品牌，30000多种化妆品优劣大公开，公认最经典最具公信力的化妆品叫魂购手册！

全球畅销20年，风靡欧美，火爆日韩，让你快速找到最适合自己的产品。

迄今为止最全面的辞海级圣经级化妆品指南一本书让你阅尽所有品牌一本书让你辨析不同产品的优劣

一本书让你成为自己的化妆品专家倩碧、雅诗兰黛、兰蔻、芭比波朗、美体小铺、迪奥、伊丽莎白雅顿、乔治·阿玛尼、玉兰油、露华浓、理肤泉、露得清、海蓝之谜、欧莱雅、资生堂、植村秀、卡尼尔、SK - 、香奈儿、娇韵诗.....这些品牌中，哪些有顶级的保湿品?哪些产品真的能美白皮肤或消除皱纹?又有哪些产品可以祛斑、祛痘，或者去除皮肤油腻呢?.....在琳琅满目的化妆品世界，我们如何才能正确、快速地找到那些配方优异、效果确切，又能满足自己皮肤需求的产品?那么——请“带着我去化妆品柜台”。

《带着我去化妆品柜台》是一本让所有化妆品公司又敬畏又恐惧的图书，其公正性表现在作者对各化妆品品牌及产品逐一进行成分鉴定，还原每一个化妆品的真实使用功效。

内容包括150多个化妆品品牌、30000多种美容产品逐一点评，是迄今为止最为全面的辞海级化妆品使用词典独家五星评定高性价比产品，真正具有公信力的导购手册提供美容界最新科研成果，解释1500多种主流化妆品成分，让你轻松读懂成分表帮助读者方便地选择性价比最高且最适合自己的产品踢爆化妆品行业的暴利内幕，揭穿化妆品公司的营销伎俩和宣传花招前5000名读者可获得价值36-72元的化妆品套装系列，雅诗兰黛、兰蔻等公司高层热力推荐。

如果，你是个一年只买一本书的女人，那么请先买——《带着我去化妆柜台》如果，你是个一年买无数化妆品的女人，那么请先买——《带着我去化妆柜台》如果，你是个一年买无数本书的女人，那么也请先买——《带着我去化妆柜台》如果，你是个想学习一个什么叫作“贴心”的男人，那么请给你的女人买一本——《带着我去化妆柜台》

<<带着我去化妆品柜台>>

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>