

Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me



Copyrighted Material

PAULA BEGOUN

The Cosmetics Cop

with Bryan Barron



Don't Go TO THE Cosmetics Counter Without Me

8th Edition

A unique, professionally sourced guide to thousands of skin-care and makeup products from today's hottest brands. Shop smarter, look beautiful, and discover which products really work!

Over 2.5 million copies sold!

Copyrighted Material

[Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me_ 下载链接1](#)

著者:Paula Begoun

出版者:Beginning Press

出版时间:2003-1

装帧:Paperback

isbn:9781877988301

When women seek reliable information about the relative value and performance of specific beauty products, they consult Paula Begoun. From drug stores and home shopping to department stores and catalogs, Paula Begoun reviews all of the major cosmetic and skin care lines — more than 25,000 including 75 new product lines in this edition. The comprehensive beauty bible from “the Ralph Nader of Rouge” — The Detroit News “Paula is nationally recognized ... She takes the cosmetics companies to task for their puffed-up claims and misleading information.” — The Miami Herald

作者介绍:

Amazon.com Review

Women spend an extraordinary amount of money on cosmetics--\$45 billion a year in the U.S. alone. Now in its fourth edition, *Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me* strikes fear in cosmetics-counter consultants everywhere. First off, Begoun has deconstructed ingredient lists. Ever wonder what methylparaben, propylparaben, and butylparaben are doing in your mascara? And what is diazolidinyl urea? All four are potential irritants, and the latter is a preservative that can release formaldehyde, a class A carcinogen. Buyer beware.

Begoun also lists which companies are cruelty-free and which continue to conduct animal testing. The majority of the book--and that's nearly 800 pages--is devoted to reviews of thousands of cosmetics, from cleansers, foundations, alpha-hydroxy acids, and moisturizers to lip liners, eye shadows, and concealers, all of which Begoun has personally tested. (There are no hair care products listed, as that warrants another book entirely: *Don't Go Shopping for Hair Care Products Without Me*.)

She's perfectly frank and tells it like it is. (On Revlon's ColorStay Makeup: "goes far beyond the claim of 'It won't come off on him.' It won't come off when you want it to.") You'll learn how to tell when you're being boondoggled by a salesperson, what's overpriced and overhyped, as well as what's overlooked. More than 200 brands are included, along with a helpful summary at the end that lists the best products for each cosmetic category. It should be noted that not only is Begoun a fine consumer advocate, she's also a self-esteem advocate: she mentions time and again that even the best cosmetics won't necessarily improve your life, and that's a point well taken.
--This text refers to an out of print or unavailable edition of this title.

目录:

[Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me](#) [下载链接1](#)

书评

几个大集团的产品都很齐全，就是更新得不够快，如果想要看最新产品的评鉴还是要去葆拉的网站。

她基本上是看到植物精油成分就画叉叉，一方面因为刺激，一方面估计分子大了也不好吸收吧？反正我是觉得所有的纯植物系用下来基本和没用么有太大的差别，最起码是不会看到改善。。。...

宝拉培冈的新书Don't go to the Cosmetics counters without me，中文译名是《带着我去化妆品柜台》。有时候肯定并不能完美表达出双重否定的意思，因为确实很多人怀疑到底要怎样背着这本几百页厚度堪比专业课本的家伙去化妆品柜台。说起来我颇喜欢宝拉，2006年的时候大S姑...

前半辈子从几块钱的润肤露到上千块的都用过，充满实验精神，标准白老鼠；

后大半辈子决定在脸上少花银子，唯一的办法就是了解真相。

化妆品可以说是世界上最成功的营销，可能之一，可能唯一。

至于什么是营销？就是用更高的价钱，让人更多次的重复购买，就算成功营销！ ...

如今的过节就等于花钱。

三八节就是女人们购物的充足的理由。商场内一眼望去几乎都是女人，统统在据称是打折的摊位前伫足。

女人到商场的感觉和男人到赌场的感觉很相似，都象被施了魔法，丧失了理智。

女人爱购物，女人爱占小便宜，女人相信青春永住，只要抓住这三点，就会生...

专业上看宝拉的知识无可挑剔，产品知识也很丰富。如果作为美国的消费者，它一定可以作为枕边书。可对我们来说，真的太多太多产品没听过，在万能的淘宝也难买到啊。

再就是希望宝拉能够再拓展思路，把专业触角延伸到咱们亚洲的产品上来~

个人觉得这本书前头的一些知识非常非常非常有益....

本来觉得就是4星，但看到很多逻辑混乱的中差评，只好给5星平衡下了。
有的评论说，这本书上别家品牌的东西，就没有得到作者认可的。
对此我只能(╯▽╰)╭那么多+√的标志是选择性失明才导致没看见的吗？
最后一章还专门列出来的啊…… 诸如此类的评论，让人觉得是某…

第一次看化妆品方面的书籍，书中是从原材料去分析化妆品的，把很多欧美大牌的化妆品品牌分析了一下，给我的感觉是大部分化妆品都是忽悠人的，哪怕是奢侈的香奈儿。作者一直推荐自己的品牌，让我觉得很虚假。看完这本书，我做了笔记，记下了化妆品的原材料，后来去商店购…

賣紙！非常的主觀。
作者具有相當的專業知識，但表述出來的東西，來來去去就那幾條理論，彷彿洗腦一樣，看多幾遍覺得沒意思。
被點評的品牌是怎樣挑選出來的沒有說，不知以怎樣的範疇去篩選。如果說，是比較偏向歐美的品牌，也還是很多眾所周知的大品牌中…

从N年以前买过英文版的第6版后，每次买化妆品前就查一下这本书。
帮我拔掉了不少草。最主要的是根据宝拉推荐买来的东西又好用又便宜，
而且还帮助我治好了多年的痘痘。看到最新版的中文版DG 感到好亲切：)
推荐！推荐！

乳液乳霜凝胶精华液化妆水慕斯乳膏，读起来像绕口令。951页的大部头，有好几页字印重影了。看书的初衷只是想知道某些品牌的哪些产品比较赞，以供将来买来送人。结果发现真的好复杂，无数牌子听也没听说过，估计国内未必有实体店。
思妍丽，恶评；玫琳凯，不含香料；悦木之源 (…

其实这本书还可以起个名字叫： 《欧美系护肤品分析》

《让我们来看看哪些护肤品又贵又差》

《觉得用海蓝之谜就高大上的亲也许是化学没有学好》或者

《你看很多品牌都是靠营销最靠谱的品牌还是宝拉珍选》ヽ(ﾟ▽ﾟ)ゝ

但其实这本书讲的就是哪些化妆品值得买、为什么值得买...

这书豆瓣上只有两个点评 但在业界和geek都是大家学习的教科书

花了一两个月的时间断续又持续着消化掉了这本书 没有什么目的

但确实是给自己的多年来看待化妆品护肤品的概念刷新了一遍 且彻底成为成分派

在阅读产品线评测的之前 我认真看了正确护肤的原则 标准 同时还阅读了一...

对于大部分的欧美系护肤品和彩妆基本有概况，单从成分上评论还是比较客观，但对于日系和韩系的护肤品和彩妆评论较少，而且对于日系护肤品评价较低，但是对于宝拉自己的产品几乎一致性力推，有种此地无银三百两的感觉。

这本书写的很不错很值得借鉴。但是，问题的关键是，这本书太老了，日化品更新的速度太快，没等她的书出来，早已物是人非。只能说参考。了解大概。作用不太大，东西还是要自己试过才能相信是否好坏。

多年前，我遇到了一本神奇的书，它颠覆了我对化妆品的认识，也颠覆了我的梳妆台，它就是“化妆品警察”宝拉·培冈的《带着我去化妆品柜台》。我应该是中国最早的受益者之一。与所有年轻女孩一样，我对化妆品世界充满了好奇，对每一款广告中的“神奇”产品都跃跃欲试。也...

之前是看徐老师种草了这本书，前两天去柜台疯狂买买买之后又想起来要看。不说成分党是不是完全靠谱吧，但是想想那些天花乱坠的广告来自这个山那个海里的XXX，就觉得嗯是要清醒一点会比较好啊。

这本关于欧美护肤品的分类这些都挺详细的了，虽然更新有点慢，但是整体很不错。A ga...

[Don't Go to the Cosmetics Counter Without Me 下载链接1](#)