

倩碧，（Clinique Laboratories, LLC.）于 1968 年创立于美国纽约，现隶属于美国雅诗兰黛集团，其推广的基础护肤三步骤世界闻名。

二十世纪六十年代后期，人们对肌肤的美丽的概念仅限于一句当时普遍推崇的至理格言——“女性肌肤的状况是与生俱来的，不可改变的。”一位杂志主编提出“女性应该正视她们的肌肤”的言论后，人们才开始惊觉，原来肌肤完美可以重塑。

这一年是 1967 年，这位主编就是美国时尚杂志《VOGUE》的主编 Carol Philips 女士。谁也不曾想到，这位 VOGUE 杂志的主编日后竟成为化妆品界奇葩——倩碧品牌的创始人之一，她的幸运即来自于她在那篇名为《完美肌肤是否能创造》所提到的独特的护肤理论。

理论一出，震撼人心，也引起 Estee Lauder 雅诗兰黛家族的关注，不久便聘用 Carol 创办倩碧化妆品公司，并于 1968 年在纽约推出。他们在皮肤学专家指导下，通过过敏性测试，成功研制了第一个百分之百不含香料的护肤品牌，那便是 Clinique（倩碧）正式创立之日。

就是在 1967 年，纽约权威的皮肤科专家 Dr.Norman Orentreich 在接受 Carol 的专访中，表示美丽不是只靠遗传而得，通过正确的护肤程序，即可改善肌肤状况。女性可以通过主动积极的护肤程序，也就是第一步：清洁；第二步：清理皮层；第三步：滋润的“倩碧护肤三步骤”，让肌肤处于健康自然的完美状态；同时也提出阳光紫外线是伤害肌肤的最大元凶，进而强调防晒的重要性。此理论一出，整个化妆界为之促动。

这篇具有里程碑意义的报导不仅提出精辟的护肤观念，也引起

Estee Lauder 雅诗兰黛家族的注意，同时也催生了倩碧这一品牌。一切源于偶然，一切又因为偶然而有了契机。这一偶然，不仅创造了倩碧品牌，而且也使倩碧为美容界注入了新的内容与活力。倩碧与爱美女士的一段渊源便有了序曲。

1968 年，倩碧这个安全、有效、经由皮肤科专家配方，并且经过过敏性试验、百分之百不含香料的高档化妆品品牌在 Estee Lauder 公司旗下问世。而为倩碧奠下事业基础的基础护肤三步骤产品：具清洁功效的洗面皂、清理皮层的洁肤水（各类型肌肤均有适合的配方）、和具滋润功效的特效润肤露，就此成为业界的传奇，以及每个爱美女性不可或缺的护肤产品。

倩碧七个与众不同之处：

1.所有产品均由皮肤学医生配方

Clinique 倩碧相信，只有皮肤学医生的专业配方，才能确保产品的有效性和安全性；因此，所有产品经由皮肤学专家研制，是 Clinique 倩碧从创立至今始终秉承的一项传统。此外 Clinique 倩碧的眼部护肤及彩妆产品，除了皮肤科医生配方之外，还必须通过专业眼科医生的测试。

2.通过过敏性测试

Clinique 倩碧的每项产品，每个配方都必须通过过敏性测试。通过过敏性测试是一个非常严格和精确的测试，每个配方都必须经过 7,200 人次的测试，只要有一个人有一次产生过敏，这个产品的配方就将不予通过。

3.百分之百不含香料

Clinique 倩碧的所有产品（除香氛外），无论是护肤品还是彩妆，都百分之百不含香料；这不仅极大程度降低了香料可能导致的皮肤过敏等隐患，更显示出 Clinique 倩碧对原料品质的坚持-这是因为，不添加香料的化妆品，就必须使用最高档的原料，经过最科学的配方和最精细的制作工艺，以避免异味的产生；Clinique 倩碧，就是如此执著，如此与众不同。

4.独有的皮肤分析器

八个由皮肤学医生设计的问题，能准确判断消费者的皮肤类型，帮助他们正确选择并使用适合自己皮肤类型的产品。

5.基础护肤三步骤：

洁面皂、洁肤水和特效润肤露。

6.适合任何年龄，任何皮肤类型的人士使用。

7.五星级的顾客服务。

Clinique 倩碧的独到之处，也同样体现在其产品及广告形象上-一尘不染的专柜，专业亲切的白衣美容顾问，清丽脱俗的包装，简洁明快的广告风格，一一诠释着 Clinique 倩碧品牌的精髓。

Clinique 倩碧产品，通过过敏性测试，百分之百不含香料。由皮肤学专家研制，专为亚洲女性肌肤度身定造。