

艺思晨ESUCHEN

早晨的阳光是如此地美好，不仅带来希望，更令人感到无限生机温暖了每个人的心，也让每一天有个好开始。“思晨”1985年，最初的品牌名字。这个名字就是创办人当时的女友(现任的老婆)所给予的意义，每个人一早起床总是充满活力，思考力也特地敏锐，往往可以带来许多灵感创造力。美的时尚艺术产业，千思万缕所想的都是如何让人看起来更加美丽。

蜕变

1985，思晨推出了护发液，也就是大家所讲的毛鳞片，红极一时，横扫整个美发市场，几乎人手一瓶。思晨的护发品市场占有率大增。

1991年，弹力蛋白护发霜又为美发市场投下一枚震撼弹，并且不断地创新，研发再研发(目前简称为二代)；在当时，免冲洗护发品不是那么普及，而这两波产品让思晨站稳了脚步，成为业界前沿品牌。

从推出到现在，超过了600-700万瓶销量，传统又经典的二代，迄今都还是颇受市场关注的品项。为了纪念这个历史性的一刻，在思晨产品瓶身设计上的E成为英文品牌SU CHEN的头一个代表字，摇身一变成为了ESUCHEN，也就是现在大家所认识的艺思晨。

虽然有人说老牌子设计传统了些，要创新要突破，我们也听到了这些声音。但是，瓶子里的内容物，却一点都不传统，一路走来快30个年头，依旧让秀发服服贴贴好梳理，因为每一个产品都是为了秀发量身订作。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/yscesuch-618800.html>