



“管道高铁”要来了，明年建成试验线

真空管道超高速磁悬浮研发受关注 到2020年，将建5条以上中低速磁浮

02、03



氢能巴士

11月30日，在英国伦敦市政厅，伦敦市长萨迪克·汗为全球首辆氢能双层巴士揭幕。这辆氢能巴士将于明年在伦敦投入试运营。

新华社图

扫码即可查看农产品信息
远程监控农作物生长……
农博会的互联网+
你感受到了吗

04

养生市场规模超万亿
消费业态多元

门槛较低，行业秩序亟待提升
需增强品牌意识，创新经营

05

原材料上涨+供应不足+物
流成本提升=电视售价上涨
涨价成定局
想买彩电得抓紧啦

06

“数字货币”引通胀？
没有纸币过量发行可怕

07

罗辑思维退出papi酱
网红经济不行了吗？

07



主编/彭治国 副主编/苏军华 美编/胡万元 校对/曾迎春

品牌的秘密，维多利亚的秘密

■文/李光斗

女性对于内衣，有着生理、心理等多重的舒适要求。如果说，女人是最复杂的消费者，那么内衣是女人最复杂的消费品。

那么，维多利亚的秘密是如何迅速虏获全球这么多女性的身心呢？

品牌命名。维多利亚的秘密最初只是一个小商店，出售内衣、睡衣及女性家居装饰品等商品。据说在维多利亚时代，女人们的装束层层叠叠十分严密，裙下的秘密自然最能激发人们的好奇心和窥探欲，借此概念，创办人希望自己的商店及产品能够体现维多利亚时代的闺房景象。维多利亚的秘密这个名字无疑是成功的。在LTD公司的诱导下，它引起后来人的无限遐想，为产品的神秘感和高贵感的塑造提供了空间，成为神秘、魅力、奢侈、纵容的代名词，她所引领的不仅仅是时尚，更是一种生活态度。

内衣终端店。美国向来是世界潮流与时尚的中心，维多利亚在美国拥有巨大数量的零售店，数量超过1000家以上。在维多利亚内衣终端店内，循环播放品牌与产品信息的液晶电视，具有生活场景、造型独特的异型模特，大大增加了终端的生动化，未进店，已先被吸引；更加与众不同的是，维多利亚的秘密既有女店员，也有年轻的男店员，不但可以以一个男人的角度和眼光，根据女顾客们的气质、身材来为她们挑选内衣、沙滩裙，还受到为女士们挑选礼物的男人们的欢迎。同时，为了要不停地站在时尚尖端，每隔五六年，所有的店面都会进行全面的重装修，配合不同风格的内衣打造不同的梦幻区域。据说，50%的美国女人衣柜里都“藏”有维多利亚的秘密，销售额高达5亿美元。

时尚内衣秀。作为美国时尚秀开创性的尝试，“维

秘”与电视、网络等媒体合作，在美国国内推出电视时尚秀并定于每年举办一次，节目以其新潮时尚、美丽动人、裸露性感在世界范围内引起狂潮，名声大噪。2007年12月4日，一年一度的维多利亚的秘密时尚秀在美国哥伦比亚广播电视台播出。虽然它被美国人称为“电视上最性感的一夜”，整场节目只有1个小时，而它的造价是1000万美元。

美女效应。“维多利亚的秘密”的特约名模个个都是天使面孔，魔鬼身材，如梦如幻的内衣缠绕在她们身上，妖娆的性感倾倒众生。在其每年的新品展示会，来自世界各地的超级名模齐聚纽约，在布置得如梦如幻的T台上展示VS每季的经典产品，展示她们傲人的曲线，世界名模泰勒·班克斯、吉塞拉·邦辰和纳奥米·坎贝尔等也因她而红及四海。

(注：编者对本文略作删改)



李光斗

中国品牌第一人/
著名品牌战略专家/中
央电视台品牌顾问/新
媒体时代的品牌观察家
/华盛智业·李光斗品牌
营销机构创始人

2016年维多利亚的秘密内衣大秀于11月30日在法国巴黎大皇宫举办，在52位维多利亚天使中，包括中国四美刘雯、雎晓雯、何穗、奚梦瑶。

美国内衣品牌维多利亚的秘密在内衣界堪称奇迹，这个成立于20世纪中后期的内衣品牌在短时间内迅速风靡世界，成为全球性感内衣的风向标。