

时长9分15秒

|后续更新 2017年4月27日

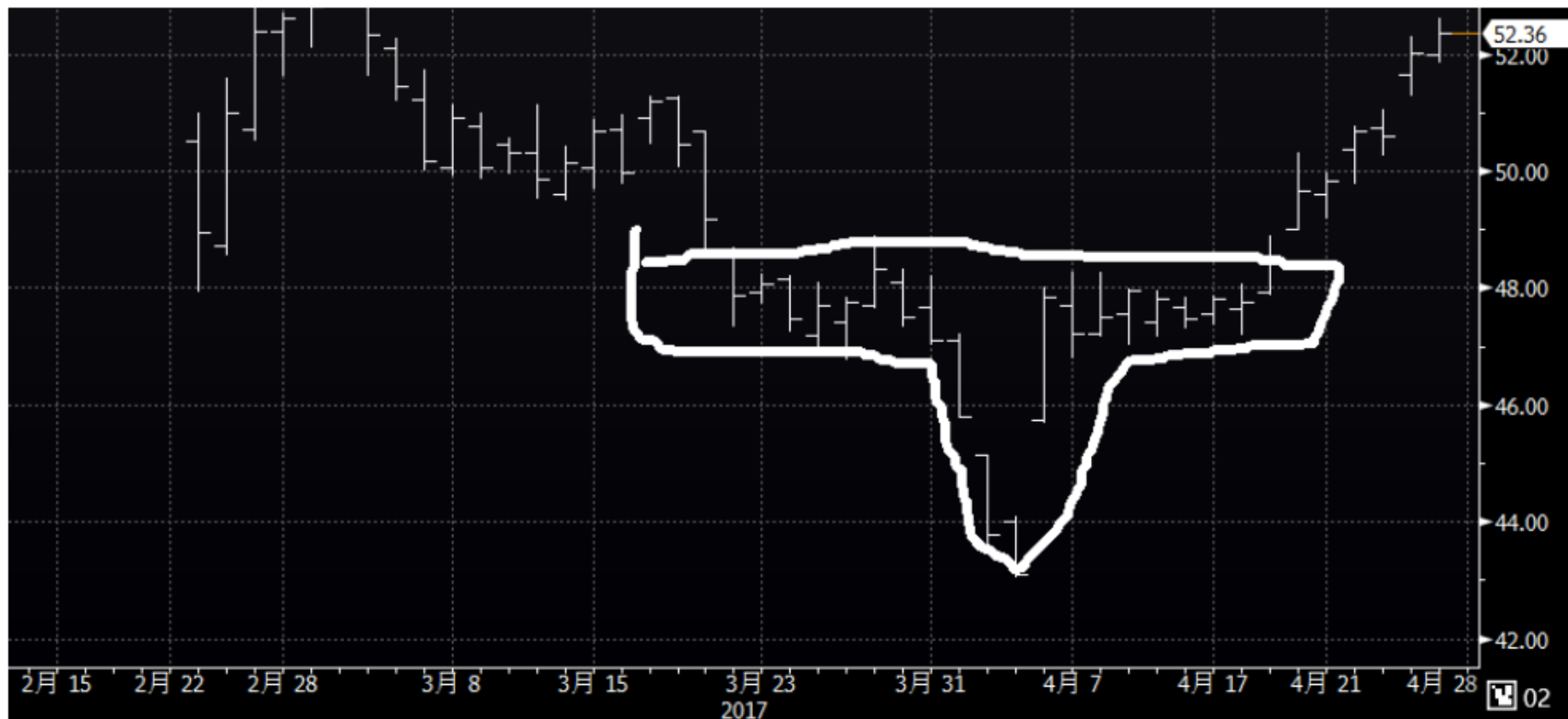
今天在澳门调研，维多利亚秘密澳门旗舰店也开业了。





再看一下母公司LB最新的走势





| 2017年3月9日 节目 音频梗概

0分14秒

“著名内衣品牌维多利亚的秘密进驻了上海……先跳开维密，先说一说星巴克。我印象最深的是2009年星巴克遭遇了扩张过程中的巨大失败，加上08年的金融危机，股价下跌地很厉害。”

“星巴克在09年作出的一些调整，当年西雅图的股东大会上透露出来的最重要的信息是：并不是收缩的模式，继续采取了扩张而是战略做出了调整。”

.....

2分25秒

“09年是星巴克战略调整的非常关键的一年。第一是维持了扩张的姿态.....第二是重心做出了调整，中国市场！”

“在这之后星巴克快速在中国扩张，中国原有的加盟和代理全部收回，现在北上广深大的写字楼、街区都遍布了星巴克。”

4分23秒

“13年、14年的时候，华尔街甚至还有一个交易叫“中国消费者习惯转变”的组合，当时是买入星巴

克，卖空麦当劳，给出的逻辑也非常的接地气，因为中国的消费者的习惯在发生重要的转变。当时09年之后我们就一直很看好星巴克在中国市场的成长，作为它的小股东也是在默默支持着它。”

“当时我在国内也做过一些实地的调研。比如说在一些重要的门店，基本上7点开门，看一看早餐大概40-50元左右，这样一个消费水平中国人是否能够接受。……消费者在网上互动的建议是非常受星巴克重视的并随时做出一些修改，这样呢，在过去7年里星巴克不仅在中国扎根扩张地非常稳健，并且也带来非常可观的收益。星巴克的股价从09年最低时候的9美金到了2016年的100美金左右。这意味着星巴克在短短几年时间里翻了10倍左右。”

7分50秒

“很多投资机会都存在于身边。3月8日维密进入中国的时候，我也开始重点地关注它，它的母公司呢是 L Brands。应该说维密的创始人也是经历过成功与失败之后呢在82年的时候卖给了LB的创始人，隶属于LB下的子公司和子品牌。真正给予维密腾飞的人就是LB的创始人Leslie H. Wexner。他在接手维密之后做了一个非常精准的定位调研。”

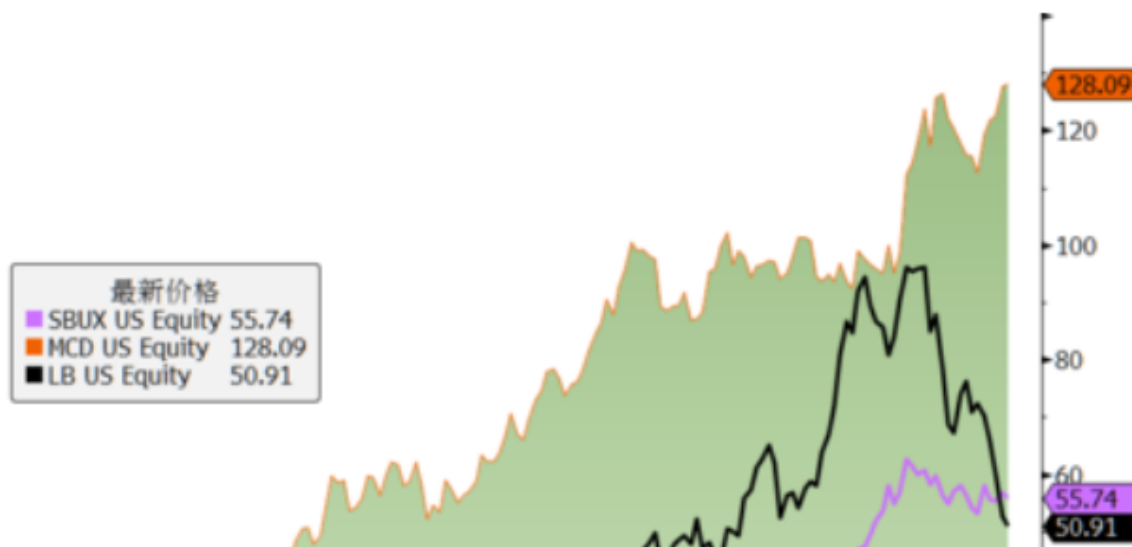
“到了90年代中期的时候，在美国已经家喻户晓，95年的时候已经有670多家店铺，现在在美国130多亿女性内衣市场中维密占了40%。”

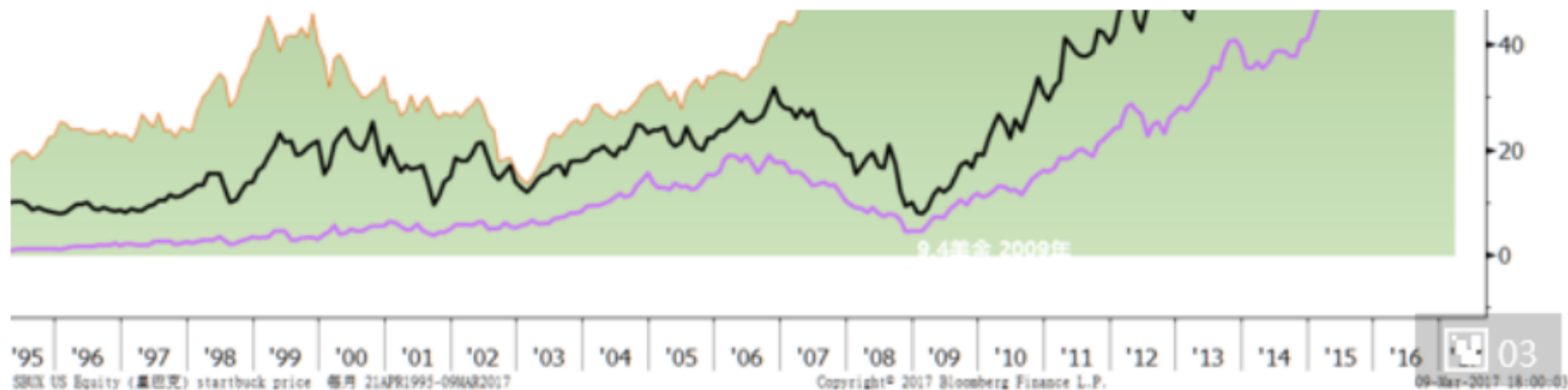
“从95年开始每年一届的维密秀，可以说成为了最为成功的时尚show之一。”

10分10秒

“3月8日维密上海旗舰店的开业，也是给了我们第一时间去观察维密战略性转型的一个机会。维密的战略转型与刚才说到的星巴克战略转型是一致的。”

“维密在美国市场的扩张上面临窘境，LB的股价因为这些因素从历史高位有了一个很大幅度的下跌。当我第一次看到这些内容的时候，第一反应是：很像很像星巴克。”





“2016年维密秀上我们大量看到了中国模特的身影，根本的目的也是锁定了中国的市场。中国，现在可以说是全球所有消费品最大的市场。”





图：拿到了天使们的签名

.....

13分07秒

“谈一谈实地调研的一些体会吧：维密这次上海旗舰店的整体营销上保持了维密的风格，做的非常地高调，几个月前的朋友圈和微信上都做着大肆的铺垫。选址是以前LV的旗舰店.....这些都成为

了它的噱头”

“上海旗舰店我们去看了一下，实际上来的购买者大部分为女性，极少部分有男性来购买香水之类的。而我们看到的大多是维密的铁粉，差不多赶上iPhone发布时候排队的情况了。”

The media could not be loaded, either because the server or network failed or because the format is not supported.

X

“维密已经把内衣做成了一个文化。这和星巴克也很像，星巴克在输入的也是一种咖啡文化和消费习惯。”

“价格呢，不能算贵。买得起的奢侈品，。”

.....

18分30秒

“产品的生产大多数来自东南亚，.....”

“整体给我的感觉是，销售环节上维密做的相当不错.....最关键的是建立客户尺寸档案，准备非常充分，试衣员都非常专业。文化做的非常到位”

.....

21分20秒

“产品上，也在大幅度多样化，除了之前砍掉的泳衣以外，运动、睡衣、香水、沐浴、包包、包括化妆品...一切针对女性的产品都准备的很多样化。”

“整体给我的感觉就是：像星巴克。如果维密真的可以在中国快速扎根扩张，一定会像星巴克一样，为未来股价制造非常强劲的支撑作用。”

“你可以做一笔不错的对冲交易哦：一边给女朋友买维密内衣，一边买下LB的股票~”

.....

