https://www.douyin.com/video/7158016036669869327

# 点赞数：1.1万

# 标题:奢侈品广告为什么全都板着脸？  
## 关键字: 奢侈品 #商业思维 #营销 #广告 #干货分享  
## 作者: 鹤老师  
为什么所有的奢侈品广告全都是一副不开心的样子？比如这个、比如这个、比如这个，还有这个（大街上不知道在想什么呢），还有这个（更严重的，随时可能抽你一巴掌）。为啥这些品牌都齐刷刷摆个臭脸？为什么不能微笑一下？你说他不需要微笑吧，也不是；你去他店里买东西，人家无微不至，甚至还需要专门训练笑容的真实度，不发自内心还不行。那为什么唯独在广告上摆了一副臭脸？而且還不是一个品牌，几乎所有的奢侈品牌都是这个样子。我还特意去查了一下，设备有什么标准，比如说单价超过多少以上不能效？结果没有。那为什么所有的奢侈品品牌全都板着裂？因为奢侈品卖的，不是产品，而是共识，是基于共识的压迫感。谁拥有了他，谁就拥有了对别人的压迫感；当所有人都接受了他的压迫感，他的共识就达到了。你在乎那个包吗？你在乎那个手 表吗？你在乎那个衣服吗？你不在乎，你在乎的就是他传递过来的压迫感。奢侈品意味着你向往的生活，意味着高高在上的俯视感，意味着深不可测的新世界。所以，高端品牌无一例外都在刻意塑造距离感，而距离感就等于贵。这跟见皇上是一样的道理：天子灵巧庄严肃穆，百官手持护板，在这单臂之下，眼观鼻，鼻对口，口问心，无皱对，不能抬头，才叫仰视，这才叫深不可测呀。那绝对不能说“蹲厕所左右一转身，哎，这不是黄鸭吗？哎，你们竟没上朝？” “黄哎呀，甭提了啊，昨晚吃螃蟹吃多了，拉肚子。” “哎，你还有手指没？” “我手指用完了。”那皇上形象就完蛋了。朱元璋为什么要杀掉喊他小名的人？因为距离感就等于一切。你喊了皇上的小名，就等于要了皇上的命，那他就一定会要你的命啊。奢侈品也是一样，他卖的就是一种腐蚀感，他不是大众小废品，他不需要千金大；相反，他还必须刻意制造出距离感，这样你得踮着脚才能够得到，否则就显不出他贵。而一旦你到了店里，你的角色就切换了，你就变成了他服务的对象，你就变成了压迫感的主宰者。所以，店员永远是笑脸相迎，无微不至，卡片上永远写着“尊敬的阁下”。尽管你一出门，门口的模特还是摆了一张臭脸，这就是形式为内容服务。明白了这个，你再看大众消费品：他们塑造的就是亲和感，是亲近历史物美价廉，所以他们永远都在微笑。蜜雪冰城在微笑，五八到家在微笑，优衣库在微笑，名创优品在微笑。有什么样的消费者，就有什么样的广告；有什么样的目的，就有什么样的形式。', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)