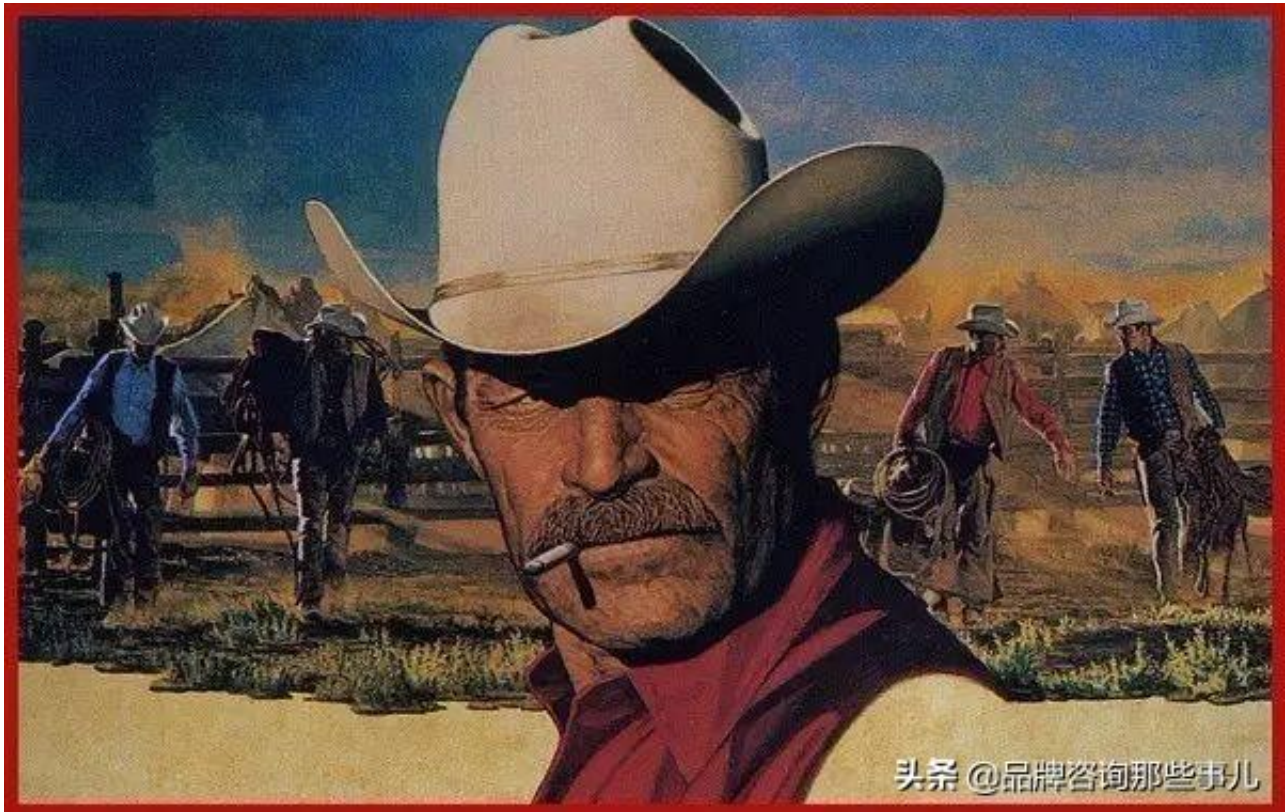
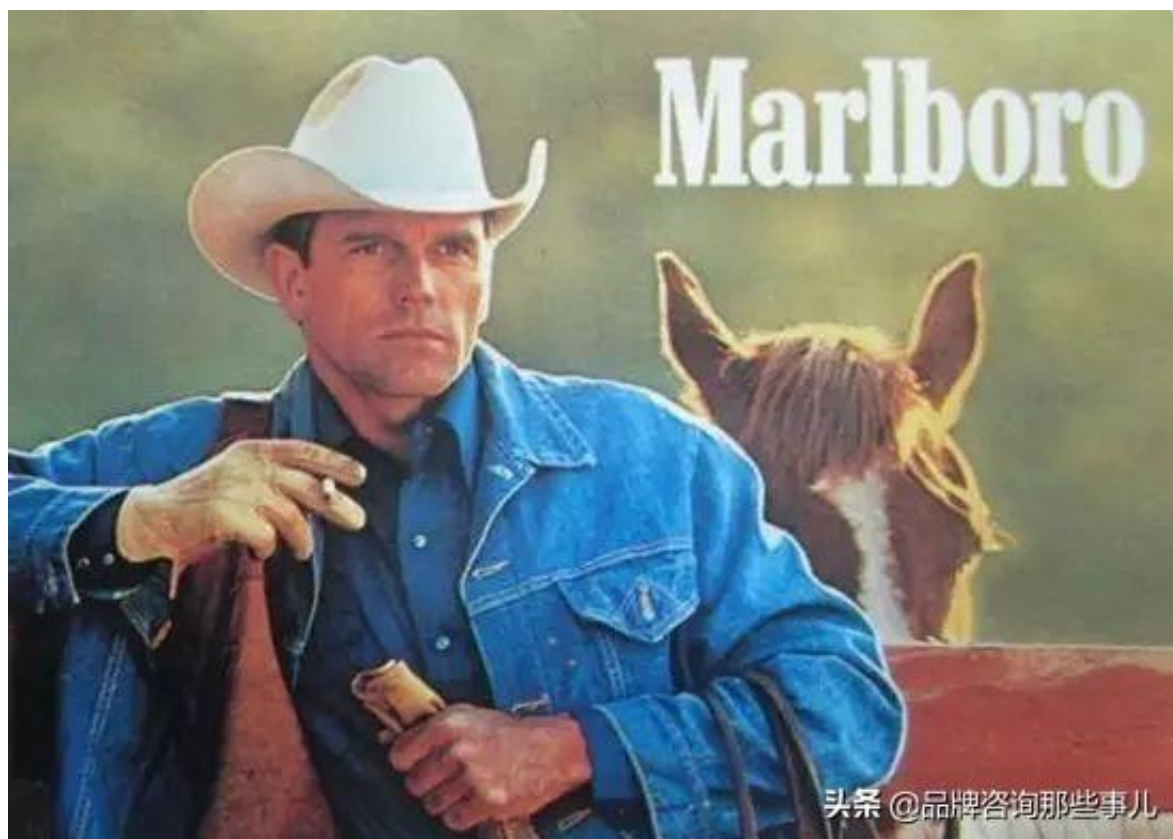


“当我们在买万宝路，我们在买什么？”如同很多深奥的哲学问题一样，也许会有人想过这个问题，也许更多的人没有想过，为什么会选择万宝路香烟。这个问题，也许从万宝路的发展之路可窥见一斑。



当我们在买万宝路，我们在买什么

万宝路每年在世界上销售香烟3000亿支，用5000架波音707飞机才能装完。世界上每抽掉4支烟，其中就有一支是“万宝路”。美国金融界权威杂志《福布斯》的专栏作家斯特鲁特·布洛尼克在1987年与助手们调查了1546名万宝路爱好者，调查中许多人明确无误地说，自己喜欢万宝路这个牌子是因为它“味道好、烟味浓烈、使人感到身心非常愉快”。实际上，在味道上，万宝路与其他香烟的差异是微乎其微的；而且若从万宝路最原始的味道设计来看，它本是香闺女子型的，不会“烟味浓烈”。



万宝路以其强大的生命力证明了，在这个圈层时代，消费者需要的早已经不是质量或价格上的优势，而是需要产品代表自身的价值观，有精神代表的产品或企业才有着强大的力量。圈层力量蕴藏在每个圈层的人群之中，把握好圈层的力量才能掌控好未来的方向。