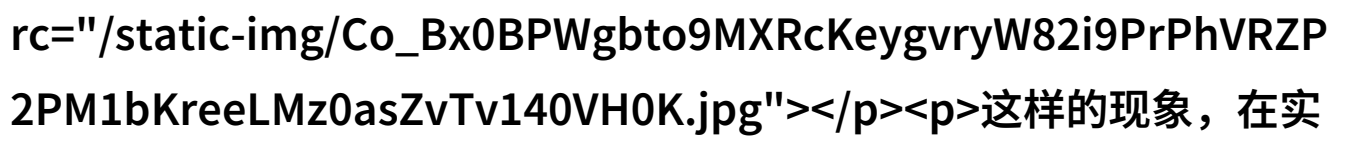


潮流评论 - S货叫大声点C懒烂你的SBXS

在时尚界，“S货叫大声点C懒烂你的SBXS”这句话不仅是一句流行的网络梗，更是对某些品牌行为的深刻讽刺。它指的是那些以高端定位、价格昂贵而自称为“S货”（Super Brand）的大品牌，却依旧采用类似小众品牌的营销手段，如“C懒烂你的SBXS”中的“C”代表传统市场，而“SBXS”则是一个代号，暗指这些大品牌往往在自己的核心消费群体中缺乏创新和激情。

这样的现象，在实际操作中有着许多真实案例来证明。在日本，三星电子(Samsung)曾经因为其智能手机产品线过于庞大而被批评，它们似乎忘记了最初打造产品时所承诺的创新精神，而转而模仿竞争对手或是复制自身成功模式。

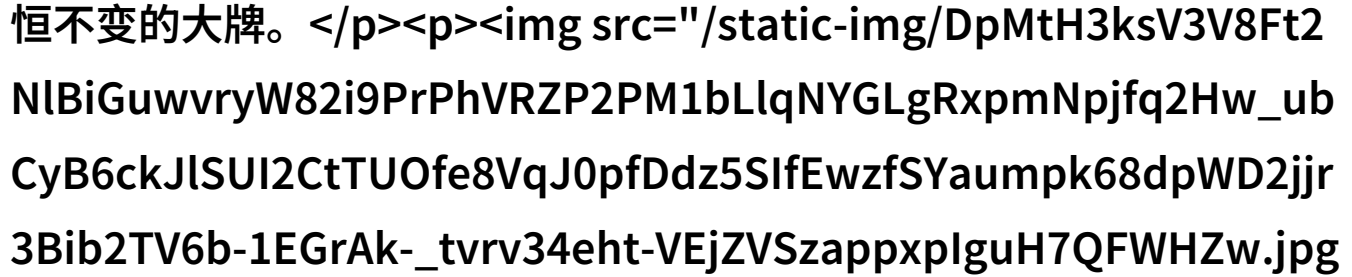
这就像是在高端市场里喊出“S货叫大声点C懒烂你的SBXS”，但实际上却没有真正做到改变自己。同样地，在中国电商平台淘宝，一些知名奢侈品零售商为了吸引更多消费者，他们会降低原价，大幅度折扣，这种方式让人感觉他们也并非完全遵循了自己的高端定位。这种行为正如网友们说的那样，“S货叫大声点C懒烂你的SBXS”

，即使是高端品牌也难逃这样一番评价。此外，还有一个更为微妙的情

况，那就是一些国际知名设计师与它们旗下的设计工作室之间的差异。比如说，一家著名设计师旗下的工作室推出了一款非常受欢迎的手袋，其价格远低于其他相同风格的手袋，但同样享受着该设计师品牌带来的信任和认可。而这一切都可以被解读为：即便是在顶级设计领域，也可能存在这样的情况，即原本应该属于“S货”的精髓，被不同层面的

的消费者所感受到。总之，“S货叫大声点C懒烂你的SBXS”

这句话，不仅反映了部分超级品牌在核心消费群体中的不足，更深层次地揭示了市场对于任何商品，无论其定位如何，都必须保持持续创新的需求。这也是为什么每个时代都会出现新的潮流，而不是只有一两个永恒不变的大牌。



[下载本文pdf文件](/pdf/1111621-潮流评论 - S货叫大声点C懒烂你的SBXS解读时尚界的不言而喻.pdf)