

高度酒失宠 潮流酒水正俘获年轻人

低度酒成为微醺首选

近年来,消费者对酒水饮料的味型需求不再局限于传统的口感,健康和潮流成为新的关键词。国家酒类品质与安全国际联合研究中心、值得买科技等单位联合发布的《中国消费者生活方式演进趋势系列报告(酒水饮料篇)》显示,2024 年低度酒市场增长迅猛,其中果酒和预调酒的线上销售同比增长分别达到 128% 和 88%。这种趋势背后是国人对健康生活方式的追求。

低度酒不仅满足了日常社交的需求,还减少了身体负担,成为年轻人微醺时刻的首选。传统酒类也在不断创新。白酒行业在保持传统香型的基础上,开始探索新的风味,如馥郁香、老白干香等。葡萄酒市场则迎来了甜白、起泡酒等细分品类的崛起。在饮料领域,健康化趋势同样明显。无糖茶、植物蛋白饮料等品类受到越来越多消费者的喜爱。

酒水也要“食药同补”

口味方面,健康养生和小众尝鲜成为新的趋势。近两年来,主打食药同补的红豆、枸杞、红枣、薏米等,在酒水市场甚为活跃。中医酒馆、中药酒肆成为网红,放纵又调理的中医酒馆吸引大批年轻人打卡。

当“保温杯里泡枸杞”成为一种新时尚,藿香正气味可乐、折耳根味凉茶、红枣红豆水等中草药饮料正好满足了年轻人

通过降低酒精度数来减少身体负担,凭创意包装和小众水果口味出圈……当宅家微醺成为年轻人休闲放松的好方法,酒水不再局限于传统口感,健康和潮流成为其新的关键词。



既想享受饮品又能养生的需求。

与此同时,小众水果、轻奢水果等创新口味也带来了新的味觉体验。阳光玫瑰葡萄、无花果、油柑、杨梅、桑葚……这些给人们“好吃”感知的药材,已成为酒水品类出圈必备。

此外,先进的酿造和保鲜技术会让酒水饮料在保留传统风味的时候,实现更天然、更新鲜的口感。如近两年兴起的超高压冷杀菌技术,将果汁放进 400 至 600 兆帕超高压容器,对细菌、微生物等施加高压灭菌,实现果蔬汁口感、营养的 0 破坏,全程冷链保质期 15 天到 1 个月。

创意包装吸引年轻人群

“路在脚下,只要肯出发,没有到不了

的远方”,来自甘孜藏族自治州的一名年轻人投稿的这句文案,被某白酒品牌的“表达瓶”选中,与其他近百个获选文案一起,被印上了不同的酒瓶包装。

近年来,酒水饮料领域的头部品牌通过年轻化战略,吸引了不同人群的关注。一些品牌通过文化传承和独占工艺,提升了自身形象。这些产品不仅在口感上追求极致,还在包装设计和营销策略上不断创新,成为高端市场的热门选择。

新兴品牌则通过年轻化设计和个性化营销,迅速占领了市场份额。一些品牌通过社交媒体和创意文案,成功吸引了大量年轻消费者。

皇冠瓶盖、浮雕瓶身,猛一看以为是一瓶香水;瓶盖嵌在潮玩公仔里,粉嫩的桃子、鲜黄的柠檬公仔对应着果酒的不同

口味……在包装设计方面,酒水饮料品牌也进行了大胆创新。一些设计不仅提升了产品的美观度,还增加了产品的文化内涵和收藏价值。

即时零售实现“想喝就喝”

以前喝酒得提前囤好,现在随时想喝随时有。朋友聚会临时起意,大伙儿掏出手机划拉两下,冰镇啤酒、果香四溢的鸡尾酒,分分钟送到手边——这速度可比翻箱倒柜找存货潇洒多了。周末郊游野餐饮料太沉?没关系,草地上铺开野餐布的时候下单,外卖小哥可能比迟到的朋友先抵达露营地。

随着即时零售的发展,使得人们对酒水饮料的即兴需求不断增加。无论是突发聚会、户外活动还是个人放松时刻,都可以通过手机下单,迅速获得所需的酒水饮料。

居家饮酒场景也愈发常见。宅家微醺成为许多人放松的方式,家庭酒吧的兴起也推动了相关产品的发展。在社交平台,“自制神仙饮品”话题浏览量超过 98 亿,网友争相分享自己的“神仙水”配方;同时,“调酒师”这一职业日益火热,“调酒”已经成为“正儿八经”的课程,登上成人夜校,教年轻人探索个性化调制新世界。

与此同时,适合家庭饮用的小包装、多样化口味酒品受到欢迎,配套的调酒工具和教程也成为市场新宠。 (陈斯)

贵州贵酒

GUIZHOU GUIJIU

贵州贵酒

封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —

中康一品实业有限公司

服务热线: 400-800-2692

销售电话: 010-83362960

中康一品

QR CODE

贵

贵

广告