

低度酒潮饮 凭什么让年轻人“上头”?



果酒、苏打酒、气泡酒……这类酒精度仅为几度或者十多度的低度数酒水,在刚刚过去的虎年春节假期,成为不少家庭团圆饭餐桌上极为“亮眼”的新成员。

上个月10日,工信部就《关于加快现代轻工产业体系建设的指导意见(征求意见稿)》征求意见。其中提到,在升级创新产品制造工程方面,针对年轻消费群体、国外消费群体发展多样化、时尚化、个性化、低度化白酒产品。

现象 低度酒在年轻群体中兴起

如果给新酒饮的用户画像即可发现,它背后的第一驱动力是新消费人群,包括女性。天猫年货节数据显示,从年龄来看,“90后”购买果酒的最多,占比达到45%;其次是“85后”,占比超过20%。生活在一线城市的女性,包括新锐白领、精致妈妈和“95后”,正在成为果酒、预调酒的消费主力军。

所谓低度酒,指的是酒精度数在0.5%~12%之间的酒,常见的有果酒、预调酒、苏打酒、米酒等,比如前几年很火的RIO鸡尾酒也属于这一类产品。

“这种度数不高的酒类有花果的香味,又不容易醉,也不像啤酒胀肚子,很

适合和朋友在家小聚。”“90后”白领王梦云告诉记者,每到周末她都喜欢叫上三五好友小酌一杯,颇有一种“把酒话桑麻”之感。“或者深夜加班的时候,喝上一口,让自己从焦躁中稍微抽离一下,又不至于喝多,让自己的行为失去控制。

能释放压力,也能舒缓情绪,比起传统酒饮,低度酒在“拿捏”年轻人情绪上似乎更胜一筹。

原因 有颜值有故事还能被治愈

《中国年轻人低度潮饮酒 Alco-pop 品类文化白皮书》显示:这届年轻人喝的是生活方式,是情怀,唯独不是酒。

原来,低度的白酒产品不仅在口感上更能讨好年轻人,还不容易醉,能令人享受微醺的感觉。在传统高度数白酒无法满足这一需求时,自然成为年轻人的最爱。

随着养生理念年轻化,低热量、少添加的健康饮酒文化逐渐“收割”众多年轻人。除了有益身体的健康,微醺的饮酒状态也更能治愈他们的心。当年轻人聚在一起,拿出一瓶代表了潮流、高颜值、有故事的低度酒,他们甚至更愿意讨论关于这些产品的打动人的文案,更喜欢轻松入喉的口感和愉悦的氛围。

“我买果酒一般看外观和包装,在线上 and 线下购物时也喜欢浏览各种果酒区,因为那些颜值极高的瓶子买回去,摆在家里都非常养眼。”在长沙一家广告公司做设计的小敏表示,“春节期间我选购的都是瓶身漂亮的、又很喜庆的低度白酒。过年和兄弟姐妹团聚在一起,大家都是图个氛围,也没必要喝度数太高的酒。”

记者梳理发现,在社交媒体平台上,年轻消费者对白酒有了新需求和认知,关于推荐低度酒的帖子层出不穷。仅从小红书中的数据来看,关于女性酒的话题笔记多达9万+,浏览量已超1亿。而在京东,键入“低度酒”作为关键词进行搜索可以得到超过5.3万的搜索结果。

观察 低度酒市场涌进众多玩家

据中国低度酒行业分析研究显示,低度酒市场规模预计在2025年将达到742.6亿元,2021至2025年年复合增长率可达30%。

事实上,除了无数新兴品牌涌现外,包括茅台、汾酒、泸州老窖、古井贡酒等传统酒企也先后涉足这一领域。比如,茅台曾推出“悠蜜”蓝莓酒,撬动女性消费市场;汾酒推出了“竹叶青露酒”“玫瑰汾酒”等低度酒;泸州老窖接连推出“青语”“花间酌”等果酒品牌;而古井贡酒则设立了安徽百味露酒有限公司,将目标瞄准预调酒市场。

饮料商家也有布局。早前,可口可乐在中国市场首次推出一款“托帕客硬苏打气泡酒”,首次涉足中国含酒精饮料市场;农夫山泉也曾推出含酒饮品——米酒气泡饮。而茶颜悦色、书亦烧仙草、CoCo等茶饮品牌在去年也相继推出含酒品类系列产品,作为限定商品短期供应。

“低度酒的发展前景十分不错,近几年增长迅速就是例证,毕竟这一产品备受年轻人和女性消费者喜爱。而众多品牌的参与,也必将把这个浪潮推向高潮。”业内人士如是说。

(来源:《长沙晚报》)



64岁米雕艺人雕刻“冰墩墩”为冬奥助力 米粒上的“冰墩墩”,您见过吗?



▲闫交生在进行米雕创作



▲米雕“冰墩墩”玻璃吊坠

“为冬奥加油!为冬奥喝彩!”近日,在老城区洛邑古城景区一座小桥旁,64岁的米雕艺人间交生手里拿着

米雕“冰墩墩”开心地说。

走近看,在3粒小小的米粒上,各有一个憨态可掬的“冰墩墩”,正以不同的姿势向人打着招呼,仿佛下一秒就要从米粒上走下来,给人一个大大的拥抱。这些米雕“冰墩墩”都出自闫交生的巧手。此外,还有一粒米粒上清晰地刻着“为冬奥加油 为冬奥喝彩”字样,表达了闫交生对冬奥的祝福。

一把普通的尖嘴钳、一排特制的“笔刻刀”,就是闫交生创作米雕的全部工具。“我不需要放大镜,全靠自己的眼睛。”闫交生说,他是河南林州人,从小就喜爱篆刻,12岁开始自学篆刻技艺,尝试在米粒上雕刻是从2000年开始的。

“在米粒上雕刻就好像从头学起。”闫交生说,开始尝试米雕,他从刻字开始琢磨,逐渐发展到刻花鸟鱼虫、人物肖像、卡通动画等。碰到热点事件,他还会专门创作主题米雕。长久以来,凭借着高超的米雕技艺,闫交生收获了不少“粉丝”,这次刻“冰墩墩”便是为了满足“粉丝”的心愿。

“网友们一直打电话催我刻‘冰墩墩’。”闫交生说,他创作了不少奥运主题的米雕作品,如2008年北京奥运会的米雕“福娃”就非常受欢迎,有网友从那时起就和他建立了联系。现在正是冬奥会举办期间,吉祥物“冰墩墩”深受大家喜爱,看过其他版本的“冰墩墩”后,他的“粉丝”便不断向他“催更”,希望他创作米雕“冰墩墩”让大家一饱眼福。

“眼力最后,手熟为能。”闫交生说,刻一个米雕“冰墩墩”非常耗费精力,需要心静、手稳、气平。这次他创作一个米雕“冰墩墩”约花费3个小时,他将把它们珍藏起来,等自己的米雕艺术博物馆成立后,作为其中的展品。

成立米雕艺术博物馆一直是他的一个心愿,希望能让更多的人了解、喜爱米雕艺术。“大家喜欢,我就有满足感。”闫交生说。

(来源:《洛阳晚报》)



@微语录

@卢思浩:我猜你最近应该挺累的,不仅仅是那种身体上的疲惫,还有那种无法与人言说,甚至自己都说不清道不明的,来自于精神上的疲惫。生活大概像是陷进泥潭,每次迈步,都会觉得脚步沉重。不如先短暂休息一下,不要败给情绪,不要败给浮躁和焦虑。然后鼓起力气,再走一走,再走一走,马上就到陆地了。

@王人平:父母对孩子的信任,即彰显了父母的自信,又传递给孩子信心、勇气和力量,会帮助孩子构建自尊、自爱 and 自信,提升孩子的安全感、责任感和自主性。反之,父母对孩子有多少不信任,就会有多少控制,而控制本身是减少孩子的选择,削弱孩子的力量,消耗孩子的能量,压制孩子的生命力和可能性。

@张皓宸:善良是种积累,你发出的每一寸暖意,其实无需计较,来日方长。某处市井长巷中一定为你藏着惊喜,自带好运,哪怕只是兑换一声谢谢,也算轻巧地走过人间一趟。

@半山文集:最好的阅读效果,是通过阅读加上反省,去消化自己的人生经历。最好的文字应该像消化酶一样,可以协助阅读者,将他的人生经历,转化为他自己的营养。(来源:新浪微博)

@微趣图



“注意,你已经被我盯上。”
(来源:新浪微博)

@微笑话

@全是梗:上星期,我发微信跟我同事借一千元,我同事当即转账给我,我回他一个星期后还你。他也没吭声。一个星期后,我都忘了这茬。突然我同事发了信回复我:“好的!”我赶紧把钱还给他了。

@零食少女:刚谈恋爱的女生,真虚伪!我姐们,一个酷爱臭豆腐和灌饼,白的能喝3两的北方妹子。今晚刚好遇见她和她男票就一起吃了饭。如果不是亲眼见证我真的不会相信。她男票问她晚上想吃什么,她说:草莓布丁。

@凡人娱乐:苏有朋:这些年我一直努力从五阿哥的形象转型。何炅:你觉得转型成功么,通过这么多影视作品。苏有朋:不成功,挺难的。何炅:知道为什么吗?苏有朋:不知道。何炅:因为我们湖南卫视每年都会重播一次《还珠格格》!苏有朋:……
(来源:新浪微博)