

兔年生肖酒上架 白酒文化消费正浓

生肖酒大战

气温愈降,年关将至,酒企相继在岁末推出下一年度的新款生肖酒。

近日,北京商报记者梳理了解到,五粮液推出五粮浓香·癸卯兔年生肖酒,限量发售99999瓶。其中,888mL礼盒装产品售价1499元/瓶,限量99000瓶;2.888L礼炮产品售价6999元/樽,限量999樽。郎酒推出卯兔盈福酒(癸卯兔年限量版)、青花郎酒(癸卯兔年限量版)、红花郎酒(癸卯兔年限量版)三款癸卯兔年生肖纪念酒,三款产品分别售价8999元/瓶、2999元/瓶、1399元/瓶,同为限量销售。此外,泸州老窖推出2023年农历癸卯年·新春礼酒——赤兔抱福;古井贡酒推出2023癸卯兔年生肖年份原浆古20,售价999元/瓶,限量22999瓶;肆拾玖坊推出兔年生肖酒,售价2499元/瓶,同为限量销售。

除白酒企业外,茅台葡萄酒、鹅酿酒集团也推出了生肖酒产品。茅台葡萄酒推出茅台葡萄酒兔年生肖纪念酒,售价1499元/盒,限量发售。鹅酿酒集团发售“Nice meet you”兔年生肖酒,标准版售价699元/套,以毛绒玩偶为包装的特别版售价999元/套,共限量24万瓶,其中特别版限量5万瓶。



天鹄酿酒集团董事长李卫对北京商报记者表示,天鹄庄做生肖酒产品的核心思想分为两方面,一方面是利用产品拉动品牌,另一方面则是扩大天鹄庄葡萄酒市场份额并切入礼品市场。

实际上,每至年末,生肖酒这一小赛道便格外热闹。在壬寅虎年生肖酒争夺战中,茅台虎年生肖酒刚一上市,终端市场价格便一路狂飙。发售价2499元/瓶的53度壬寅虎年茅台酒(500ml)市场价甚至一度涨至6000元/瓶。五粮液香虎年生肖酒更是一上市便出现首轮预售就售罄的现象。

沉淀,当生肖文化与酒文化相撞,本就为历史悠久的酒更添一分文化气息。除了生肖文化外,不少酒产品还融合了中华传统技艺。据了解,古井贡酒2023癸卯兔年生肖年份原浆古20采用中国传统开片青瓷烧制工艺,特调青绿釉。洋河股份去年推出的虎年“财智虎”生肖酒采用“千窑一宝”的红釉瓷,设计灵感来自国家非遗项目的传统工艺布老虎。从生肖酒产品设计层面不难看出,酒企正在逐步深耕文化消费。

实际上,生肖酒是酒企多元化产品之一,而这与消费者逐渐需求多元化产品不谋而合。《2023—2028年中国白酒行业市场现状与投资规划研究报告》指出,随着市场环境不断变化、饮酒群体愈发年轻化,个性化需求被压抑的中国消费者开始摒弃同质化产品,个性化趋势将在白酒行业未来发展越来越明显。

推出新年生肖酒是各酒企在岁末的重要举措之一。12月8日,北京商报记者了解到,截至目前,五粮液、泸州老窖、郎酒、茅台葡萄酒等酒企先后推出了兔年生肖酒。据了解,酒企推出的生肖酒产品大多限量销售,瓶身设计各有特色。值得一提的是,各酒企的生肖酒有一个共同点——浓浓的中华传统文化韵味。

业内人士指出,消费者对于情感化、个性化产品需求与酒企市场化、创新性的经营布局,催生了生肖酒这一独特产品。对于酒企而言,生肖酒可以在一定程度上提升酒企品牌价值。

北京酒类流通行业协会秘书长程万松指出,酒企研发生肖酒,是由来已久的业务。随着茅台生肖酒的市场需求暴增,引发了新一轮的生肖酒研发热潮。不过,在新一轮的生肖酒研发热潮中,酒企研发生肖酒的想象力和创造力被极大地激发,丰富了生肖酒市场商品的个性化和多样性。

广科咨询首席策略师沈萌则表示,生肖酒作为酒企的营销策略,希望通过创造新概念来刺激潜在的消费增量。对于生肖概念更敏感的消费者也能通过生肖酒,满足心理需求。

深耕文化消费

实际上,除了生肖酒产品外,酒企在深耕文化层面还推出了多类产品。

北京商报记者了解到,五粮液曾推出多款文化酒产品,包括IP类的万寿坛、九龙坛,文化概念类的祝君一帆风顺、千里江山,纪念类的巴拿马纪念酒、米兰世博会纪念酒等酒产品。洋河股份曾推出日子酒系列、航天系列、头排苏酒《只此青绿》、联名款等多款酒产品。泸州老窖则有国窖1573·品河山、国窖1573定制酒·乾坤酒庄

等多款酒产品。

在牵手文化推出酒类产品这方面,各类酒企都玩出了花。实际上,酒与文化牵手是一拍即合。据了解,酒类消费主力军正逐渐转向年轻消费者。而年轻消费者也已成为中国文化产业的主力消费者。酒业与文化产业消费主力军的高度重合令生肖酒等文化酒类产品实现热销。

程万松指出,生肖酒等文化酒类产品虽然附加了许多文化元素,增强了酒产品与消费需求关联黏性,但畅销与否,最终还是要检验品牌产品的综合竞争力。比如消费者会看产品是否有增值溢价空间、是否具有越陈越香的潜力,也包括在文化上是否具有有一定的收藏价值等。

中国食品产业分析师朱丹蓬则表示,生肖酒与文化酒类产品在酒类市场中的规模并不大,能够出圈主要还是靠品质与发展的前景。生肖酒本就是精准对接某一生肖的重度消费群体,存在溢价的可能性,收藏的价值与金融属性。未来酒企想要在这一领域深耕,仍要做到增强品牌调性、增加金融属性,提高产品利润与提升客户黏性。

北京商报记者 刘一博 王傲/文 贾丛丛/漫画

寻主启事

2023年1月31日前将清理位于朝阳三期自行车库内的无主物品,认领单位请拨打85591986。
第一太平戴维斯物业顾问(北京)有限公司
朝阳三期分公司
2022年12月9日

文化赋能品牌

纵观各酒企推出的生肖酒产品,拥有中华传统文化韵味是产品的共同点。十二生肖在我国有着悠久的历史

技多不压身,玫琳凯的事业机会为女性成长增加多一种可能性

“持续学习让我遇见不一样的自己。玫琳凯教会我反复实战的方法,日积月累,收获从容。”说这句话的时候,玫琳凯美容顾问文娟的眼神清亮,嘴角洋溢着幸福的笑容。而在美容顾问笑容背后,“她”的力量正在被越来越多人看到。

《女性创业现状》年度报告显示,2015—2020年,全球有超1.63亿女性开始创业,女性创业者增长速度显著超过男性。社会当中,越来越多的女性拥有了属于自己的一份事业,越来越多的“她”站上了创业舞台。而说到女性事业,不得不提到玫琳凯事业机会。在玫琳凯,许多美容顾问找到了自己的人生方向与获得幸福生活的途径。



“修行”有平台 玫琳凯培养女性实打实的商业实战能力

保持不断的学习是让自己不断成长、不与社会脱节唯一的方式。

在玫琳凯,每一位美容顾问的学习成长之旅从成为一名幸福小店主开始,加入即可拥有属于自己的线上幸福小店,同时,玫琳凯美容顾问也将就此开启收益终身的内在成长之旅。

玫琳凯从女性的特点和兴趣出发,提供超80门有关皮肤知识和产品培训,新人美容顾问能够快速成长为一名专业美容服务的提供者,甚至拥有美容美妆自媒体博主的专业基础。

同时,玫琳凯提供在线学习平台——玫粉e站,可以“e”满足美容顾问随时随地碎片化学习的需求。目前玫粉e站拥有超过300个课程视频,涵盖皮肤知识、销售技能、电商运营等内容,其中,传递实战经验课程占据了很大的比例。

今年6月参加玫琳凯线上培训的向阳当时处在家里情况特别麻烦的阶段,一边要照顾住在医院的婆婆,一边要接送还在读小学的儿子。可是即便如此,向阳仍然坚持在给婆婆送完饭、等待孩子放学的空档,参加了一趟线上美丽课的课程。向阳说:“虽然有的时候确实挺累的,但是身体的累是一时,我知道我的价值和能力在不断成长,这样的自己很踏实、也很充实。”

玫琳凯亚太及中国总裁王维芸说,“幸福是选择的能力。玫琳凯是让‘她’多一份选择,为‘她’实现当下的梦想助力。所以,由‘她’来决定目标以及要投入多少精力、多少时间,玫琳凯则提供支持,让‘她’可以轻松依照设定目标来前进”。

图片来源:企业供图



技多不压身

玫琳凯事业机会适配女性各种人生状态

“技多不压身”,副业成为我安全感的来源。“上完美丽课,内心满满的都是安全感。”这是美容顾问玲玲在玫琳凯玫粉社区分享的心得体会。对玲玲而言,美容顾问的工作方式很简单,工作由一堂堂美丽课组成——她可以根据自己的时间来安排小型美丽课,在课堂上为顾客找到真正适用的肌肤解决方案,传授科

学的美容知识和产品使用的方法。

在各种各样的消费需求里,对美的需求是相对稳固的。甚至在不确定的环境下,人们更愿意为美丽消费以保持美好的心情,这也让玫琳凯美容顾问成为了当下女性热门事业之选。

对于一众女性出现的就业问题,玫琳凯“美容顾问+”的工作模式,适配了多种女性的多样人生,它可以是职场女性的“兼职+”,可以是妈妈们的“收益+”,也可以是女孩们的“兴趣+”,在玫琳凯,越来越多的女性找到了自己身上更多的可能性。

“师父”领进门

独特的一对一辅导让创业女性不做“孤勇者”

不少女性想起步事业,却碍于缺乏经验,或者是身边资源有限、精力有限而使得创业的想法无法落地。在玫琳凯,独特的一对一辅导制,让每一位兼职者或创业者都能笃定向前,在每一步的探索前都有所指引。

从事业起步之初的目标设定,到日常美丽课及线下服务的各个工作示范,再到成长过程中的陪伴

和认可,玫琳凯的每一位美容顾问都能获得手把手的教学。

“95后”的督导老师小娟和“00后”的美容顾问维玲就是这样一对玫琳凯的“师徒”。小娟在公司表现突出,她的“美丽课”广受好评。每次小娟开课,总有其他美容顾问申请旁听,因为讲得好,同事们邀请小娟开设公开课,小娟试了几次,吸引了数百位顾问观看。公开课课后,小娟还分享视频在“玫粉社区”,分享自己的经验积累下来的锦囊,从如何设置吸引人的美丽课话题,到如何更深层地满足顾客需求,再到如何烘托氛围,小娟并不吝倾囊相授。

维玲通过小娟的公开课以及小娟手把手教学,吸取了很多“养分”。听到有用的知识,她会分享给自己的客户,甚至把自己的客户也带到小娟的美丽课上去一同学习。客户和销售技巧是大部分从业者的核心秘密,但在她们俩看来,彼此是同事,也是亲密无间的姐妹。

跳出“一眼望得到头”的职业路径,“考公”“大厂”的就业漩涡、无尽“内卷”的职场关系,选择玫琳凯的女性就像一尾锦鲤跃入新的池塘,在这片水域里,她们感到一种舒展的自在。

