

链动 12 城,打造餐酒融合新 IP 习酒寻味列车北京启航

■ 郭媛



三餐烟火,四季流转,是中国人最朴素也是最深厚的生活艺术。而习酒,正以醇厚的酱香和创新的体验,不断为这缕“烟火气”注入市场活力。

继连续独家冠名中央广播电视总台大型美食文旅节目《三餐四季》后,2025 年下半年,习酒围绕窖藏 1988 升级打造“美酒+美食”体验 IP“窖藏里的三餐四季”。这一次,习酒将落幕中的美味“搬”至线下,真正走到消费者身边。

7 月 25 日,“窖藏里的三餐四季——2025 习酒·窖藏 1988 中华美食寻味之旅”全国首站在北京正式启航。以北京为起点,“窖藏里的三餐四季”将走进西安、济南、大连、成都、贵阳、厦门、乌鲁木齐、南京等 11 座城市,深度链接每一座城市独特的文化底蕴与美食风情,为大江南北的消费者奉献一场场沉浸式的味觉盛宴,用美酒美食的醇香,持续为升腾的城市烟火注入信心与活力。

习酒 + 京味儿 解锁城市生活的“窖藏”密码

习酒的品牌塑造从未止步于简单的展示,而是选择深度融入城市的肌理与烟火气。此次活动,便是习酒·窖藏 1988 与城市灵魂的一次深情对话。

场景打造上,以习酒·窖藏 1988 的品牌元素作为主色调,将贵州特色建筑与北京文化特色如冰糖葫芦、京剧表演等巧妙融合,消费者在移步换景间,既能品味地道的贵州

风情,又能感受浓厚的京味文化。

习酒深谙,真正的链接源于互动与感知。因此,活动现场化身为一个充满活力的“窖藏生活市集”:身着特色服饰的工作人员热情邀约,引导消费者品鉴美酒;北京老字号与知名餐饮品牌匠心呈现“习酒+京菜”的融合菜品,诠释餐酒搭配的无限可能;贵州非遗技艺的展示与互动,则架起了一座文化沟通的桥梁;辅以音乐、互动游戏,市井烟火气与品牌温度在此刻交融。每一位参与者,都自然而然地成了这场“窖藏生活”的亲历者与传播者。

通过这一活动,习酒成功将品牌形象深度融入消费者的生活场景——从食材搭配的匠心推荐到互动环节的细节设计,消费者在每一处体验中都能感受到品牌的温度与用心,这种情感链接不仅是对产品的认可,更是对品牌所倡导的生活哲学的共情。

在北京这座兼具历史厚重感与时代活力的城市里,习酒正以全新 IP 为载体,串联起美酒与美食的味觉交响、文化与情感的双向奔赴。每一位参与者都能在这场沉浸式体验中,找到属于自己的生活共鸣,让习酒的故事成为藏在城市烟火里的温暖注脚。

从超百亿单品到生活伙伴

从 2010 年上市以来,习酒·窖藏 1988 品牌 IP 不断创新迭代,以卓越品质和持续提升的品牌力,收获了一众经销商和消费者的青睐,逐渐发展成为超百亿的超级大单品。

尤其是在行业“从卖酒向卖生活方式转变”的当下,习酒·窖藏 1988 从冠名“山歌响起的地方”刀郎巡回演唱会,到“窖藏里的三餐四季”IP 启动,不断突破传统营销边界,探索与消费者深度互动的新路径。

此次“窖藏里的三餐四季——2025 习酒·窖藏 1988 中华美食寻味之旅”的开启,是习酒品牌拥抱消费者,融入真实生活场景的又一次深刻实践。这次习酒真正从荧幕走进街头巷尾,从餐桌深入心间,在中国大地的烟火画卷上,写下了醇香隽永的一笔,将当代消费者需要的仪式感、体验感、情绪价值……通通拉满。在这里,好酒不仅是宴会上的点缀,更是三餐四季中温暖人心的情感纽带,承载着人间烟火的温情与美好。

在两大 IP 的共同作用下,强化了消费者对于习酒·窖藏 1988 的认同感和归属感。在中国烹饪协会副会长、北京烹饪协会会长云程看来,这不仅是习酒对民以食为天的当代诠释,更是以“美酒+美食”的双轮驱动,擘画品质生活的壮丽图景。

在“窖藏里的三餐四季”活动的开展中,习酒将同步拓展开发大批优质餐饮网点,对区域经销商实现销售赋能,促进习酒·窖藏 1988 的销售转化。此外,在活动期间,习酒还将开展“窖藏里的三餐四季”主题品鉴晚宴,为接下来的市场动销奠定坚实基础。

从“窖藏里的三餐四季” 看习酒的“四度”

在“窖藏里的三餐四季”IP 打造上,习酒

体现出了四个“度”,即温度、广度、深度与高度,这也是一个品牌 IP 能否成功的关键。

有“温度”的场景。“窖藏里的三餐四季”追求的并非高端大气上档次的仪式感,而是致力于营造舒适、放松的温暖。在这充满烟火气的场景里,有消费者最放松的动作、最自然的情感。在这里喝上一杯习酒,便构成了一幅极具“温度”的生活画卷。

有“广度”的消费。“窖藏里的三餐四季——2025 习酒·窖藏 1988 中华美食寻味之旅”将走进 12 个城市,其中大多为省会级城市,消费者数量多,具有消费引领性,且与习酒·窖藏 1988 的市场和价格带占位相符合。每场活动将持续三天时间,地址大多选择在核心商圈、热门购物中心或者特色步行街。

在这背后,是习酒对数亿消费者以及数千家 B、C 旺店的覆盖,为习酒·窖藏 1988 聚集了强大的市场人气,显著扩大了其与终端、与消费者的接触面。

有“深度”的战略。“窖藏里的三餐四季”IP 打造背后,是习酒从全局出发,与文旅经济、优秀餐饮密切结合。从而带动习酒优化结构、提升服务,以实际行动诠释习酒在行业调整期的战略定力与长期主义精神。

在新消费浪潮席卷的当下,白酒行业正处于从“产品逻辑”向“场景逻辑”转型的关键节点,其背后本质是消费者对“情感共鸣”和“场景适配”的更高要求,“窖藏里的三餐四季”恰好踩中了这一趋势的脉搏。“首战”即出彩,这个 IP 的长线表现和战略价值,愈发值得行业的后续关注和期待。

有“高度”的价值。当下,好酒的内涵在不断丰富拓展,习酒·窖藏 1988 作为习酒旗下的核心产品,自身的发展也在不断焕新升级,从一瓶酒到一种生活哲学的升维,从产品力到市场价值的跨越,习酒·窖藏 1988 正努力成为百姓生活里的陪伴者、知心者。

“窖藏里的三餐四季”IP 不仅是在推广一款酒,更是在推广一种生活方式。这是一方水土养一方人的饮食文化创新,也是满足人们美好生活的实际需求。此外,习酒·窖藏 1988 在白酒市场中有着十分重要的价值影响与站位,习酒洞察了这一点并付诸行动,又是其成功领先的一大关键。

随着“G1988 号寻味列车”在北京鸣笛启航,“窖藏里的三餐四季”已成为习酒·窖藏 1988 融入城市脉搏、共情百姓生活的生动注脚。其以温度贴近人心、以广度覆盖市场、以深度扎根文化、以高度引领价值,正成为中国消费者“三餐四季”里值得信赖的生活同行者。

上市即大卖,“爆品”如期而至 看酒鬼酒用真诚 诠释卖酒“初心”

■ 李森

刚上市的酒鬼·自由爱预料之中的火了,据说目前处于各种缺货状态,酒商、各种酒业自媒体和消费者,纷纷加入到这场“爆品狂欢”中来。从最初于东来的湘西之行,到随后酒鬼酒与胖东来爆出发合作可能,到传出产品谍照,再到正式亮相,复盘整个过程,在这支产品身上,可以看到白酒产品在推新逻辑,或者品牌融入消费者的方式上,有了新的变化与方向。

没有发布会、没有各种战报、没有华丽的宣传片,直接讲述双方的合作初心,然后公布一个综合成本和零售价——一支战略级产品就这么上市了。放在过去这很难发生。没有一场盛大的发布会来匹配“战略”两字,没有一套精心设计的品牌动作来匹配“强强联合”,似乎很难跟经销商与新老消费者交代。从这次酒鬼酒的推新动作,看到了真正意义上的“回归客户、回归品质”。这八个字行业说了很久,但真正这么做的很少。

诚然,两个在各自领域极具个性的品牌能够一拍即合,有着诸多天时地利人和的因素。但双方在“品牌性格”上的惺惺相惜,以及由此产生出的绝妙化学反应,才是最为难得的。

来自湘西的酒鬼酒,骨子里有那么一股自由洒脱并天生质朴的品牌基因,加上黄永玉大师赋予这个品牌更为丰富的文化内涵,在酒圈一直有着不拘一格做自己的性格。正如馥郁香的大胆开创,以及一代代人的执着推广,便是这种精神的具象化展现。这一过程,也让湘西的独特魅力得到持续放大。

在零售界,于东来也是一个坚持自我,在质朴中透出敢干敢闯精神的人。他始终坚定不移的做自己理想中的好产品、质价比产品,去实践这套与消费者有着天生亲和度的商业理念,最终助力更多爆品诞生。

所以,当我们冷静下来,在这场“爆品狂欢”背后,看到的是酒鬼酒带给如今酒圈的启示与激励——偌大的酒类消费市场,依旧对白酒有着巨大的包容度和接受度。眼前这个大环境下,从名酒头部到区域龙头,今年大部分新品都聚焦于百元以下甚至 50 元以下的光瓶酒或大众酒领域,这或许是一种妥协与被迫迎合。酒鬼酒打出 200 元的新品,不算便宜,同价位竞品也颇多,但消费者用抢购、市场用缺货给出了答案。相信自己的品质并坚定的相信消费者,这就是成功的基础。

去年以来,酒鬼酒在多个重要活动上都以坦诚的态度回应发展困局与面临的压力,如今在行业普遍承压的态势下,市场需要这样的“真诚”,需要这样带着“真诚与温度”的产品。所以,这次酒鬼·自由爱的上市发布,看似“不按套路出牌”,但这张牌打出后,市场与消费者的回应,让消费者看到“一瓶酒的回归”——这比打造一款爆品更加重要。

《杏花村外史》之第三季(连载之十八)

■ 杨仁宇

第十八回

一坛酒的世纪远航

汾州羊羔启新航,贾氏携坛涉洋滩。
 历历风波逢岛助,百年香绽韵悠长。
 元大德十年,暮春的汾州杏花村宛如世外桃源。漫山遍野的杏花肆意盛放,粉白的花瓣如雪花般轻盈,层层叠叠,汇聚成一片绚烂的花海,馥郁芬芳弥漫在每一缕空气里。澄澈的汾水潺潺流淌,将岸边繁花与蓝天倒映其中,滋养着这片钟灵毓秀之地。

杏花村内,“贾记酒庄”招牌高悬,古旧中透着醇厚韵味。酒庄中,酒香扑鼻,那是时光与匠心交融的独特芬芳。酿酒师傅们身着粗布麻衣,专注地忙碌着。有人精心筛选原料,每一粒高粱都要在阳光下反复端详,确保颗粒饱满;有人熟练搅拌酒糟,动作行云流水,精准把握力度与节奏;有人小心照看酒窖,时刻留意温度与湿度的细微变化。

阴森的酒窖内,年轻的贾铭倚着斑驳木架,烛火在陶坛间投下跃动光影。他目光掠过整排羊羔酒——彼时汾州双绝并立,一是纯粹谷物淬炼的清雅汾酒,一是以血肉凝魂的醇厚羊羔酒。这批耗时数月的佳酿,选用初生三日的乳羊羔肉,搭配头茬汾酒原浆,佐以长白山野山参、宁夏枸杞、岷县当归等十二味药材。遵循祖传秘方,历经七次浸肉、九次翻醅,再经三蒸三酿和蒸馏,终成晶莹透亮的琼浆,静待岁月陈化出惊人风味。

贾铭轻抚酒坛封泥,暗自思忖:“贾家羊羔酒在汾州小有名气,可天下广阔,我一定要让这美酒香飘万里,为家族争光,传承酿酒技艺。”

正想着,老管家匆匆走进酒窖,神色焦急:“少爷,有个自称晋商商会的人求见。”

贾铭一怔,旋即道:“快请进来!”

片刻后,身着褐色锦袍的叶森大步迈入,自我介绍:“在下叶森,晋商商会管事。久闻贵庄羊羔酒大名,特来,有要事相商。”

贾铭拱手回礼:“叶管事大驾光临,寒舍蓬毕生辉。不知有何指教?”



●“福远号”商船。

叶森目光落在酒坛上:“如今海上贸易兴盛,商会筹备船队,欲将中原特产运往海外。听闻公子羊羔酒风味独特,有意带上商船远销,既能让海外领略美酒魅力,又能为公子带来厚利,不知公子意下如何?”

贾铭又惊又喜,这是梦寐以求的机会。可想到海上航行艰险,风暴、海盜、暗礁重重,心中不免犹豫。

叶森看穿贾铭的心思,说道:“公子不必担忧。船队由经验丰富的老船工掌舵,购置最新航海器械,定能确保货物安全抵达。若羊羔酒打开海外销路,公子名利双收,这是难得机遇。”

贾铭沉思良久,一咬牙道:“好!叶管事,我信得过晋商商会。这羊羔酒,我出五十坛,望能在海外闯出一番天地。”

叶森大喜:“公子爽快!三日后,船队在泉州港起帆,望按时将酒送达。”

三日后,贾铭带着五十坛羊羔酒跟随叶森踏上南下之路。一路晓行夜宿、风餐露宿,穿越广袤平原、高耸山峦、蜿蜒河流,终于抵达泉州港。港内千帆林立,各国商贾云集,阿拉伯语、波斯语、英语等不同语言交织,讨价还价声、谈笑声此起彼伏。码头上,搬运工人忙碌装卸货物,一片繁忙景象。

贾铭望着繁华景象,既兴奋又紧张。兴奋的

是羊羔酒即将开启海外之旅,紧张的是担心途中遭遇不测。

将羊羔酒搬上“福远号”商船后,贾铭拉住船长陈武的手,恳切道:“陈船长,这羊羔酒承载着我家几代人的心血,每一滴都无比珍贵。恳请您在航行中多加照拂,务必让它们安全抵达。”

陈武拍着胸脯保证:“公子放心,我定竭尽全力,凭多年航海经验,护美酒周全。海上虽有风浪,但我不会让它们受损。”

“福远号”扬帆起航,驶向大海。起初风平浪静,阳光洒下,波光粼粼。海风轻拂船帆,船如展翅雄鹰前行。船员们各司其职,脸上洋溢着对未来的憧憬。

几日后,风云突变,乌云密布,狂风呼啸,巨浪如山峰拍打着商船。船体剧烈摇晃,嘎吱作响。船舱内,酒坛相互碰撞,发出沉闷声响。

陈武站在船头,大声指挥:“稳住船舵!快,收起帆!大家齐心协力,挺过去!”船员们奋力与风暴搏斗。有人紧握船舵,指关节因用力而泛白;有人攀爬桅杆收帆,在狂风中摇摇欲坠;有人在船舱加固货物,被酒坛砸伤也浑然不觉。

贾铭虽晕船难受,仍强撑着来到甲板帮忙。一个巨浪打来,他脚下一滑,险些摔倒。水手眼疾手快将他拉住:“公子,这儿危险,快回舱里!”



●大英博物馆陈列的元代汾酒羊羔酒瓶。

经过两天两夜奋战,风暴平息。但商船航向偏离,淡水和食物所剩无几。

陈武面色凝重,召集众人商议:“前方有个无名小岛,可能有淡水和食物。我们先去补充物资,再规划航线。”众人点头赞同。

登上小岛,众人发现清泉和野果。正当采集时,一群手持长矛的岛民冲出来,将他们团团围住,眼神警惕。

陈武示意众人放下武器,用手势表明并无恶意,只是寻求帮助。

岛民们似懂非懂,仍戒备着。贾铭灵机一动,让人取来一坛羊羔酒,打开封泥。醇厚酒香瞬间弥漫,岛民们露出惊讶与好奇,被香气吸引。

贾铭端起一碗酒,恭敬地递给岛民首领。首领犹豫着接过,抿了一口。酒液滑过喉咙,独特口感散开,首领眼睛一亮,露出陶醉神情。他咂咂嘴,连连点头,邀请众人到部落做客。

在部落里,贾铭等人受到盛情款待。岛民们对羊羔酒赞不绝口,首领希望留下几坛珍藏。贾铭欣然应允,并详细介绍羊羔酒的酿造工艺,从原料的挑选到酿造的步骤,再到蕴含的文化寓意,岛民们听得津津有味。

离开小岛后,“福远号”继续前行。在即将抵达欧洲时,一艘海盗船突然出现。海盗们手持利

刃,面露凶光,呼喊者登船抢夺财物。

陈武迅速组织船员抵抗:“大家别慌,拿起武器,保卫商船!”船员们与海盗展开激烈搏斗,喊杀声、兵器碰撞声交织。

一番激战,击退了海盗,但“福远号”受损严重,海水涌入,开始下沉。

陈武无奈下令弃船:“大家快上救生艇!带上重要物资!”

贾铭望着来不及搬运的羊羔酒,满心不舍。但生死关头,只能忍痛登上救生艇。

数百年后的一天,一艘英国商船在这片海域打捞作业,发现“福远号”残骸。船员们在船舱角落找到几坛保存相对完好的羊羔酒,酒瓶上“金德玉踏芳草地,玉楼人醉杏花天”“汾阳贾家造”的字样清晰可见。

这些羊羔酒和酒瓶被带回英国后,引起轰动。

在伦敦的一场宴会上,贵族们身着华丽服饰,手持精美的酒杯,杯中盛着从“福远号”残骸中发现的羊羔酒。酒液在烛光下闪烁着迷人光泽,贵族们阵阵抿上一口,羊羔酒独特的醇厚口感与丰富层次在口中散开,瞬间征服了他们的味蕾。

“这简直是来自天堂的琼浆!”一位公爵夫人不禁赞叹道。

“从未尝过如此美妙的酒,它的香气、口感,无一不让人陶醉。”一位伯爵也点头称赞。

消息迅速传开,羊羔酒成为贵族们竞相追捧的对象。商人们嗅到商机,纷纷寻找渠道,希望能进口更多的汾州羊羔酒。酒馆、酒庄里,人们都在谈论着这种神奇的东方美酒。

而远在汾州杏花村的贾家后人,听闻羊羔酒在欧洲风靡的消息,心中满是感慨与自豪。他们继续传承着古老的酿酒技艺,精心酿造每一滴羊羔酒,期待着这份跨越时空的美味,能在未来续写更多传奇。他们还在酒庄中设立了展览区,展示着先辈们航海运酒的故事和相关文物,让更多人了解这段历史,感受汾州羊羔酒的独特魅力。

欲知后事如何,请看下回分解。
(未完待续)