



新款迎新歲

國潮如今也是「財富密碼」，在壬寅虎年即將到來之際，老虎這個百獸之王，以其在中國傳統文化中正義、威嚴、勇敢、王者之氣的象徵，遇上這些年風頭正盛的國潮，可謂一拍即合，在今年春節中碰撞出許多頗為有趣的火花。除了青島啤酒、旺旺等在國潮市場上嘗過甜頭的老國貨品牌今次再戰虎年國潮外，愈來愈多的高端酒廠亦將目光瞄準於此，只是國潮作為一種文化審美，並非簡單的生肖與吉祥元素的疊加，從美學角度而言，這些搭上生肖國貨快車的品牌，還要向故宮文創、李寧等「國潮大IP」取取經。

大公報記者 徐小惠



五糧液的壬寅虎年生肖紀念酒。

虎虎生威 跨界演繹新國潮

新生代成爲消費主體

老牌國貨 + 虎年國潮

◆ 青島啤酒 ◆

青島啤酒2022年不僅推出鴻運當頭金虎納福系列啤酒以及青島啤酒虎年國潮罐，更連同Humberto Leon打造「2022虎年一起潮」藝術空間。空間以青島啤酒國潮罐為外部形象，整體沿用復古色背景，配以經典青島紅色字體，並通過折舊刮痕營造時間感。而在罐身側面，是以斑駁虎紋演繹的「TSINGTAO」字母，裝置於冰天雪地之中並配以青島雙虎元素主題燈牌；同時在空間內部呈現虎紋設計TSINGTAO字母衛衣、T恤、單肩包等時尚單品，滑雪板、雪杖、頭盔、雪鏡等運動裝備，並邀請在內地頗受歡迎的藝人朱正廷，為青島啤酒的品牌進一步打開年輕人市場。



▲青島啤酒鴻運當頭金虎納福系列啤酒。

▶郎酒連續第5年推出生肖紀念酒



▲五糧液推出生肖紀念酒，瓶頭設計別具特色。



▲旺旺推出福虎添旺招財罐。



▲良品鋪子針對青少年兒童市場，推出虎年壓歲包禮盒。

▲青島啤酒虎年國潮罐。

▶國潮路線為青島啤酒品牌進一步打開年輕人市場。

◆ 良品鋪子、旺旺 ◆

良品鋪子2021年底因模特兒形象問題「營銷翻車」後，今年保守應對春節，推出針對青少年兒童市場的虎年壓歲包禮盒。同樣相對保守的還有已經成功推出國潮系列衛衣並引發市場關注的旺旺，其在今年推出福虎添旺招財罐；作為一款年味十足的周邊產品，搭配因電影《雄獅少年》而重回大眾視野的舞獅文化，將傳統文化、童趣與熱點結合，今次旺旺在國潮方面雖未放大招，卻也是今冬十分有趣的點綴。

生肖 + 白酒

團圓少不了美酒。所謂有酒方是年，無論是闔家團聚還是春節期間大大小小的酒席，都離不開美酒。而白酒作為中國人的偏愛，則更顯重要。不少酒廠也在近來推出了虎年生肖主題的產品。2022年1月貴州茅台發布5款虎年生肖酒，是自2014年首次推出馬年生肖紀念酒以來，茅台生肖家族系列產品的第9款產品。其中，貴州茅台酒（壬寅虎年）53度500ml市場指導價為每瓶2499元人民幣，和去年牛年生肖酒價格持平，但其市場價格已經炒到約6000元人民幣，且供不應求。

除了貴州茅台以外，各大酒企都紛紛發布新品生肖酒，其中，郎酒連續第5年推出生肖紀念酒，大紅的底色、浮金的雕刻；瀘州老窖生酒「虎虎生豐」，亦是瀘州老窖定製酒的第6款產品，瓶身設計為一隻紅色的可愛萌虎形象，純手工貼金，腳踏祥雲圖案；五糧液的壬寅虎年生肖紀念酒，在瓶頭設計為3D鐳射雕刻的水晶老虎圖騰，瓶身以翡翠綠為底色，吉祥纏枝紋與生肖圖交織融合，鑲金logo，專屬酒具，一應俱全。

除了白酒，啤酒亦加入高端酒市場爭奪，繼百威在電商平台上線了一款售價高達1588元人民幣的百威「大師傳奇」798ml虎年限量版啤酒後，青島啤酒緊跟發布高端新品「一世傳奇」，售價2698元人民幣（1.5L×2瓶）。

這些生肖酒，價格不菲，盡可能集各種美好的寓意於一身；只是仔細端詳，不免讓人覺得財大氣粗有餘，而美感和設計感不足，恐怕在國潮方面，仍有路途要走。



▶茅台虎年生肖酒市場價格翻番。

◆ 新潮紅包派發方式 ◆

除了實體商家推出的一些虎年潮品外，微信近期推出原創紅包封面的功能。疫情之下許多人無法回到家鄉過年，為互聯網帶來越來越多的線上紅包需要，微信的「紅包皮」一經推出便大受市場歡迎。

用戶可以自行製作及上傳自己所畫的紅包封面，並以1元人民幣一隻的價格向微信方面購買，大家在春節拜年時便可以使用自己製作、獨一無二的紅包封面了。此外，商家和用戶還可以大量購買紅包封面送給顧客以及親朋好友，平台生財有道，商家藉此營銷，用戶則開開心心換上漂亮的紅包封面，可謂共贏。



▲微信紅包封面一經推出大受市場歡迎。

◆ 文創設計保持水準 ◆

◆ 故宮文創 ◆

要說國潮界的「業界良心」，則要回到故宮文創。其在今年推出五虎送福新年禮盒，四方盒型，搭配錢式紋樣的底紋，松枝繁茂，牡丹盛放，寓意富貴祥和，五虎隨着花枝綻放而奔走，畫風細膩，充滿古趣。禮盒內包括各式精美的糕點、對聯、福字以及紅包袋，約300元人民幣的價格，容易被大眾接受，使得產品兼具了文化性、實用性以及性價比。此外，疫情期間，故宮文創還推出名為如虎添翼的「紅色紗繡雲紋飛虎旗」圖案的口罩，戴上可謂年味十足。

▲五虎送福新年禮盒。

▲如虎添翼口罩，將「紅色紗繡雲紋飛虎旗」圖案演化為產品要素。

◆ 李寧牌 (Li-Ning) ◆

另外，運動品牌李寧(Li-Ning)在虎年將招財貓變為招財虎，推出日進斗金系列，服飾方面，以刺繡搭配盤扣設計，裝飾老虎圖案和金元寶元素，年味十足。鞋子同樣以傳統的吉祥迴紋、黎侯虎等文化符號，搭配時髦的單寧材質，流行中帶有考究的國風細節，搭配休閒舒適的風格，以及代言人肖戰在年輕人中的影響力，使得系列產品頗受歡迎。

▲李寧牌外套上的老虎圖案。



▲李寧日進斗金系列服飾。

