

# 新锐国产低度数果酒品牌 ——“十七光年”推出限量款宠爱瓶

果酒正在成为中国酒行业的新风口

随着90后、95后成为酒类市场高增长消费群体，低度果酒正成为市场主流。理论上来说，酒精度低于20°就属于低度酒，再加上水果天然赋予的健康光环。果酒很容易就俘获了那些年轻的，未被传统的白酒、红酒、啤酒俘获的味蕾，甚至成为他们成年后入门的第一口酒。

根据电商市场情报公司EARLY DATA监测到的电商数据显示：2021年上半年，淘宝、天猫、天猫国际和酒仙网平台的果酒销售额同比激增1626.2%，达3.243亿；销量同比增长1944.6%，超360万件；在天猫618期间，低度酒的销售额同比增长了超过90%，其中果酒和梅子酒两类产品分别同比增长了100%和200%。从数据不难看出，果酒赛道热度不断高涨，果酒品牌整体抬头。这其中，新锐国产低度数果酒品牌十七光年就有望成为新标杆产品。

低度健康概念深入人心

十七光年是上海贵酒为年轻消费者的精致生活所打造的时尚果酒品牌。从原料到酿造工艺一直处于市场的领先状态。市面上的预调果酒，大都以食用酒精、高粱酒为基酒，所以酒精感较强。再通过添加剂、白砂糖等方式调制风味，焦糖色素来提升色泽。而十七光年系列果酒则摒弃了市面上主要果酒的缺点，不添加色素、香精、防腐剂，创新性的以米酒为基酒，所以酒精感较弱，并利用独创单边发酵90天控温发



酵专利技术，最大程度保留水果的甜度和风味，呈现自然发酵色泽。

归根结底，喝饮料都追求不添加蔗糖的年轻人，他们更喜欢养生+快乐。面对年轻用户“既要，又要，还要”的需求痛点，从口味上，十七光年抢先突围并引领健康饮酒生活方式；从产品创新上，十七光年也稳扎稳打，持续研发出新产品。

十七光年限定宠爱瓶携全新口味甜蜜上市

十七光年继成功推出了青梅、柚子、草莓、柠檬这4款果酒后，今年9月，又推出海盐荔枝和茉莉白桃2款新口味果酒，并且以限量款宠爱瓶包装惊喜问世。



这2款果酒延续了经典口味的酿造工艺，依旧以东北五常糯米酿造的米酒为基酒，再加上鲜榨果汁轻发酵，保留了6°低酒精度，入口圆润柔滑，果味也更为新鲜澎湃。

对于品质的把控，从十七光年对水果运用上可见一斑。十七光年一直坚持从采摘到挤压的过程不超过48小时，水果也全部来自优质产地。海盐荔枝味果酒，荔枝品种选用产自广东东莞的糯米滋，皮薄肉厚、软糯甘甜，搭配海盐，咸甜风味相宜，回味的米酒香气更是锦上添花。茉莉白桃味果酒，甄选粉白诱人、甜蜜多汁的阿部白桃，搭配清新淡雅的茉莉花茶，茶香果香层叠叠加、交织绽放，给予口腔愉悦享受。从包装上看，区别于经典口味的330ml细长

磨砂玻璃瓶，这2款果酒选用了软萌矮圆的300ml粉蓝玻璃瓶，搭配瓶身中切品牌水果星球主题的原创设计插画，以抓人眼球的限量款包装想要收获更多年轻消费者的青睐。

《2019年白酒行业数字化发展洞察报告》显示，42%的人因应酬或融入社交圈而喝白酒，35%是陪长辈喝，31%的人为活跃气氛而喝。当“不会”喝酒的年轻人走到舞台中央，饮酒的潮流趋势也随之发生了改变。小姐妹们去到漂亮的景点、心仪的餐厅，都会配合现场氛围甚至人为造景留下美好瞬间。而在这样的仪式感中，酒其实是一个非常重要的存在，特别是高颜值酒瓶，往往会变身为令人爱不释手的拍照道具。

从产品创新到消费场景到明星驱动种草

十七光年的突围机会在哪？

好看的酒瓶子，拼命又放纵的矛盾体质，让越来越多的年轻人愿意为低度酒买单。根据天猫数据，低度潮饮酒主客群为女性、18-34岁、一线城市人群，以及新锐白领、精致妈妈、资深中产和GenZ人群。所以攻占这些人群的心防，需紧跟热度趋势、释出场景营销和联合明星驱动种草。

今年4月，十七光年赞助了湖南卫视王牌综艺《向往的生活5》，开播日期经常霸占微博热搜榜，是全民关注的话题节目之一。十七光年系列果酒作为《向往的生活5》台网甄选产品，与综

艺节目深度捆绑。在第四期节目中，凭借深植内容：常驻嘉宾推荐了十七光年果酒，收获一致好评，再通过前贴TVC、口播+品牌提示条+空镜展示、片尾压屏+鸣谢等组合拳投放，十七光年火速出圈，在5月就跻身天猫品类TOP3，打响了综艺营销的第一战。

在新零售时代的大背景下，消费升级带来了消费场景的代际变迁。相较于传统饮酒的应酬和送礼场景，当代年轻人喜欢把饮酒更多的拓展到在家小酌、朋友聚会等新场景。基于此，今年7月，十七光年就联合小红书在上海静安大悦城落地了【夏日Wonderland】线下快闪店。在喝酒这件事上，小红书用户相当有发言权，其平台上消费能力强、具有相应的消费需求、追求品质生活中坚力量群体与十七光年品牌目标人群高度重合。所以快闪店通过搭载[续命下午茶]办公空间、[今夜睡个好觉]浴室空间、[夏日烟熏气]夜宵空间、[粉色夏日派对]露台空间营造出沉浸式饮酒场景，为年轻人带来解压、舒适、



开心等正向情绪价值，也进一步提升了品牌知名度和好感度。

对于在互联网背景下成长的年轻人来说，除了小红书、抖音也是他们活跃的主流阵地。特别是“种草经济”遍地开花的时代，通过多位明星推荐以及众多头部达人的多维场景种草触达下，十七光年已将品牌的多个特质“果味浓，不添加色素、香精、防腐剂，美美好时光”成功传递给消费者，并实现优质内容+建立互信+粉丝经济最大的良性循环。

“不会有人永远年轻，但是永远有人正在年轻。”年轻消费群体正在用自己特有的方式构建着属于自己这一代人的饮酒文化，对于他们来说，酒的角色已不再是传统的社交工具，相反他们更追求愉悦自己和家人朋友的“健康微醺”。如何传递品牌的价值感，成功在果酒赛道上突围，通过此次2款新口味果酒的发售，预示着十七光年将继续在低度酒领域深耕。



## 混搭新味 甜宠心选

华荔登场  
桃你欢喜

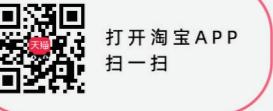
十七光年限定款  
宠爱瓶甜蜜上市



90天  
独创控温发酵  
专利技术



十七光年



上海贵酒股份有限公司 主板上市 股票代码：600696

未成年禁止喝酒  
酒后禁止开车

法院公告栏

张岳飞：本院受理原告张岳飞诉你合同纠纷一案，因你下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、证据副本、应诉通知书、举证通知书、风险告知书、告知审判人员通知书、诉讼权利义务告知书、廉政监督卡、庭审须知及送达地址确认书。自公告发出之日起60日内，即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限分别为公告送达之日起15日内和公告送达之日起30日内。判决书于公告期满后30日内送达。逾期不提起上诉的，即视为服判，本判决即发生法律效力。

贵州省松桃苗族自治县人民法院

曹正游：本院受理左某诉你民间借贷纠纷一案，因你下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、证据副本、应诉通知书、举证通知书、风险告知书、告知审判人员通知书、诉讼权利义务告知书、廉政监督卡、庭审须知及送达地址确认书。自公告发出之日起60日内，即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限分别为公告送达之日起15日内和公告送达之日起30日内。判决书于公告期满后30日内送达。逾期不提起上诉的，即视为服判，本判决即发生法律效力。

贵州省松桃苗族自治县人民法院

覃正游：本院受理左某诉你民间借贷纠纷一案，因你下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、证据副本、应诉通知书、举证通知书、风险告知书、告知审判人员通知书、诉讼权利义务告知书、廉政监督卡、庭审须知及送达地址确认书。自公告发出之日起60日内，即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限分别为公告送达之日起15日内和公告送达之日起30日内。判决书于公告期满后30日内送达。逾期不提起上诉的，即视为服判，本判决即发生法律效力。

贵州省松桃苗族自治县人民法院

覃正游：本院受理左某诉你民间借贷纠纷一案，因你下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、证据副本、应诉通知书、举证通知书、风险告知书、告知审判人员通知书、诉讼权利义务告知书、廉政监督卡、庭审须知及送达地址确认书。自公告发出之日起60日内，即视为送达。提出答辩状的期限和举证期限分别为公告送达之日起15日内和公告送达之日起30日内。判决书于公告期满后30日内送达。逾期不提起上诉的，即视为服判，本判决即发生法律效力。