

从「试用装」到常规款转变

# 「小样」消费持续升温

近年来,“小样”消费逐渐突破“试用装”的传统定位,成为新消费领域的热门赛道。从美妆护肤到食品饮料,从小家电到日用品,“小样”以“小而美”的特点俘获了大批消费者,尤其受到年轻群体的青睐。“小样”消费的崛起不仅为消费者带来了多元便利,也为品牌发展开辟了新路径。

## 低成本试大牌 降低试错门槛

“小样”消费最突出的亮点是让消费者以低价格接触高端品牌,有效降低消费试错成本。电商平台数据显示,“小样”的价格优势十分明显:某品牌小白瓶精华液14mL“小样”仅售19.8元,而正装50mL需359元;某品牌小棕瓶精华15mL“小样”售价39.8元,正装30mL则需660元。上海应用技术大学经济与管理学院消费者行为研究中心主任宋思根教授指出,较低单价享受大牌品质是部分消费者爱用大牌“小样”的原因。

对于皮肤状态不稳定或喜欢尝试新品的消费者而言,“小样”的试错价值尤为突出。宋思根表示,“对于一些皮肤状态不稳定或经常尝试不同妆容的消费者来说,购买正装新品成本较高,一旦与肤质、妆容不匹配,就容易造成闲置浪费,“小样”的试错成本较低。”不少消费者在社交媒体分享经验,称通过使用“小样”,能提前判断产品是否适合自己,避免了购买正装后的闲置损失,这也是“小样”消费受到追捧的重要原因之一。

此外,“小而俏”的规格,使“小样”能完美适配出差、旅行等多元场景,解决了消费者的出行痛点。宋思根表示,“很多年轻人的出差、旅行频率较高,携带化妆品正装笨重繁琐,还可能受托运要求限制,化妆品‘小样’因方便携带,能较好地解决这类人的需求痛点。”

## 美妆集合店争相入局 品牌发展开辟新路径

“小样”消费的兴起也带动了线下美妆集合店的发展。一批美妆集合店,如Harmay话梅、Haydon黑洞、THE COLORIST调色师等,纷纷入局售卖大牌“小样”,形成了特色消费场景。“小样”的低成本优势还催生了“拼单”“转卖”等新消费模式。据报道,在2021年“双11”期间,某头部主播推销的某大品牌水乳,买250mL正品赠送280mL“小样”,不少消费者通过拼单分摊费用,再将多余“小样”转卖,既降低了自身消费成本,也形成了小规模“小样”流通市场。

事实上,随着消费者需求日益个性化,“喜新厌旧”的消费特点愈发明显,“小样”单件消费周期短,产品迭代速度快,包装精致,能更好地满足青年群体的个性化追求。不少品牌抓住这一需求,推出“小样”套盒,将不同功效的“小样”组合销售,如欧莱雅等品牌,会根据产品功效或顾客需求将“小样”组合在一起,让消费者能一次性体验多种产品。此外,部分品牌同时还以免费申领“小样”的方式吸引粉丝,降低推广成本,实现了品牌曝光与用户积累的双赢。

## 需警惕“小样”消费陷阱

值得注意的是,“小样”消费在快速发展的同时,也存在一些不容忽视的问题。据报道,尽管自行分装售卖化妆品“小样”属违法行为,但在电商平台、直播平台上,以“小样”为主要商品的店铺比比皆是,且销量可观:抖音、淘宝等平台上,3ce腮红“小样”销量达10万件,nars遮瑕“小样”销售5万件,雅诗兰黛dw粉底液“小样”销售4万件,足见“小样”市场的巨大潜力。

由于“小样”产品渠道复杂,消费者通常难辨真假,部分不良商家存在造假、真假掺和的情况,还有商家存在捆绑销售、声明“一经售出不退不换”等违规行为,导致消费者维权困难。中国政法大学民商经济法学院退休教授吴景明指出,“‘小样’再小、再便宜,也不能成为质量监督与责任豁免的‘例外’,不能在保护消费者权益方面‘打折扣’。”

业内人士提醒,消费者在购买“小样”时,应尽量选择品牌专柜、官方旗舰店等正规渠道,仔细核对产品信息,留存购买凭证;品牌方应加强“小样”管控,规范生产与销售流程;监管部门需加大监管力度,严厉打击假冒伪劣、违规销售等行为,共同推动“小样”消费市场健康有序发展。(综合)

# 泸州老窖·国窖1573第十九届封藏大典在四川泸州举办



图为中国酒业协会理事长宋书玉。

3月20日,泸州老窖·国窖1573第十九届封藏大典(以下简称“封藏大典”)在四川省泸州市启幕。今年恰逢“十五五”规划开局之年。泸州老窖以“浓香鼻祖,国窖新章”为主题,开启这场传承十九载的文化盛典。这既是对厚重历史与酿造传承的崇高致敬,也是对品牌“浓香鼻祖”基因与“活态密码”内核的深刻诠释,更标志着泸州老窖正以一场跨越时间的叙事,开启迈向未来的新篇章。

## 长江之畔 踏上一段中国浓香的溯源之旅

上午9时9分,封藏大典正式开启,参与大典的1000余名海内外嘉宾,闻鼓寻香而来,在进入主会场前,率先穿过了寓意深刻的三重“浓香之门”,即“浓香起源地”“活态双国宝”“浓香鼻祖”三大区域,完成了一场从地理、历史到文化的中国浓香溯源之旅。

北纬28度的长江之畔,泸州独特的的气候、土壤、水源与微生物群落形成了绝佳组合,铸就了泸州老窖成为“浓香鼻祖”的天然基因,也是泸州作为浓香起源地的天赋密码。正因这不可复制的风土,联合国粮农组织与教科文组织将泸州认定“地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏酒的生态区”。

但泸州老窖“浓香鼻祖”的地位,不仅源于自然禀赋,更由历史所奠定。公元1324年,泸州老窖第一代酿酒宗师郭怀玉发明“甘醇曲”,首开大曲酒先河,并创浓香一脉。至上世纪50年代,新中国白酒行业第一次工艺查定总结工作便在泸州老窖展开,并由此诞生了首部规范中国白酒酿制技艺的官方著作——《泸州老窖大曲酒》。1979年第三届国家名酒评比,“泸香型”被正式定名为“浓香型”,自此确立了“以泸香定浓香”的行业标准,推动了“浓香天下”格局的形成。

“浓香鼻祖泸州老窖深植于悠久历史,成于卓越匠心,更在国窖池群的活态传承中生生不息。它不仅是浓香型白酒的开创之地、技艺之源,

更是这一方水土酿造文化的根脉所系。这份文脉,藏在千年酿造的时光里,也刻在每一代匠人的坚守中。”泸州老窖集团(股份)公司党委书记、董事长刘淼在大典上发表致辞时表示。

## 封藏时光

### 一个民族品牌创新传承的“活态密码”

伴着击鼓、醒龙与礼乐,开典、祭祀、封藏等环节按传统礼制进行。泸州老窖酒传统酿制技艺传承人以传统礼仪感恩天地、致敬先祖,展现了酿酒人对农耕传统、自然酿造的敬重和坚守。

自2008年起,泸州老窖就在传承“春耕节”“开窖春酿”“祭祀先祖”等传统文化的基础上恢复祖制,在行业中首创封藏大典,恢复并升华为以酒敬天地、祭祖的礼制传统。2023年,这项盛典被列入四川省非物质文化遗产名录,成为又一“活态传承”的当代典范。

“封藏,封的是收获,藏的是期盼。封藏,在于封存过往的荣光,也在于开启新的可能。”中国酒业协会理事长宋书玉在封藏大典上致辞说道:“泸州酿酒人打造了中国酒礼、酒文化的封藏范本。这不仅是酿酒人的传承之礼,亦是酒文化的弘扬之道,更是见证一个民族品牌对传统文化的虔诚守望。”

这项创举背后生生不息的力量,正是泸州老窖代代守护,也是行业唯一的“活态双国宝”——持续酿造450余年的“1573国宝窖池群”与传承700余年的“泸州老窖酒传统酿制技艺”。前者是承载微生物生命的“活文物”,后者是流淌在匠人血脉中的“活技艺”,两者共同构成了品牌传承与创新的生命根基。

随着“出酒咯!”的号子响起,新年度的国窖1573春酿正式出酒。全场千余名嘉宾,共同品鉴这“春天里的第一口浓香”。

“夏耘、秋收、冬藏、春出酒”,这一系列仪式,生动诠释了“因应时节、顺天而为”的中国酿造自然哲学。它不仅是非遗之美的绽放,更是泸州老窖对传统文化的守护与实践,也是泸州老窖传承创新的“活态密码”。

700余载寒来暑往,24代人匠心接力,择一事,终一生,只为酿好酒。泸州老窖坚信,守得住文化之正,方能固品牌之根;怀得住敬畏之心,方能铸浓香之魂。这份“活态密码”的真谛,正蕴含在永恒的坚守与拥抱时代的脉搏中,传承真正“活”在每一道工序、每一次创新与每一杯佳酿之中。

## 共酿未来 开启国窖新章的壮阔序曲

一年又一年的坚守与创新。泸州老窖·国窖

1573封藏大典,也成功从单一的民俗活动发展成为内容丰富、形式多样的文化IP,成为扎根城市发展和市民生活之中的文化“嘉年华”活动。

本届大典期间,一系列贯通传统与当代的精彩活动在酒城生动上演:“生命中的那坛酒”大型访谈,邀请各界嘉宾共话传承与创新;“杯玉杯”酿酒技能大赛,见证非遗匠人同台竞技的“巅峰对决”;“春江酒月夜”中国酒城·非遗之夜,让酿酒文化与多元非遗瑰宝交相辉映。这些丰富的内容,正是大典活力与影响力的鲜活注脚。

封藏时光,共酿未来。于“十五五”开局之年举办的这场盛典,既是泸州老窖“天地同酿,人间共生”企业哲学的生动实践,也是其文化表达创新的集中展现。它推动着这个民族品牌,从酒城泸州出发,迈向更为宽广的世界舞台。

泸州老窖也正以“国窖新章”回应时代,这既是基于历史底蕴的落笔,更是面向未来的壮阔序曲。

泸州老窖恪守“浓香鼻祖”初心,坚持单粮有机酿造,让国窖1573成为浓香型白酒唯一有机认证产品,让“活态双国宝”在当代生生不息;以科技创新驱动发展,攻克高端名酒降度技术难题,让38度国窖1573成为行业首个百亿低度大单品,更以行业首家“灯塔工厂”的标准,积极推行智能化、绿色化转型;创新品饮方式,积极推广冰饮、特调等时尚品饮方式,并通过“窖主节”、澳网合作等IP营销,与消费者共创多元体验,重塑白酒的当代魅力。

一杯浓香见历史,见文化,见未来。从“单粮开浓香”奠定行业基石,到“活态双国宝”的世代守护,再到封藏大典成为城市文化名片,这从历史深处走来的泸州老窖,承载着厚重的传承、不竭的活力与继往开来的精神,更蕴含着与生态共生、与时代共进的格局。

(桂源)



图为泸州老窖集团(股份)公司党委书记、董事长刘淼与泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋一同挂上封藏大典同心锁。

# 古井贡酒 年份原浆

## 第九届桃花春曲节暨轻度古7盒马首发仪式

—安徽·亳州 2026年3月28-29日—

广告

# 水中贵族 百岁山

真正天然矿泉水 采自深层岩石裂隙中 珍稀水源,珍贵品质 偏硅酸型矿泉水

广告

C&D 建发国际 | 守正集团 | 汇成集团

# 福州立序新篇 建发领创四代宅

一线晋安河 建筑面积175-230m<sup>2</sup>花园空中墅

营销中心 0591 8338 5555 中国·福州·福新中路

广告