

## RTD 即饮罐装酒构建酒业新模式

编译 / 康凌宇



近两年全球新冠疫情的持续蔓延，消费者诸多习惯被改变，食品和饮品方面也不例外。疫情之下，消费方式开始倾向于兴趣的培养和情绪的宣泄，酒产业由此发生了一些有趣的新变化。

由于封城封路、限制旅行、减少聚会，喝酒这种场景化的消费行为受到了极大制约。更多消费者开始自己在家调制混合饮料，逐渐被培

养起调制饮料的新爱好，作为调酒必须品的高档烈酒因此大受欢迎。

据美国调味品公司 Advanced Biotech 调查，消费者已经把制作鸡尾酒当成了一种爱好。公司负责人说，“Artisan 推出的经典饮品，如辛辣墨西哥胡椒玛格丽特酒、老式梅斯卡尔酒以及加入迷迭香和葡萄柚等天然植物成分的杜

松子酒汽水，正在推动酒业高端品类的发展，许多消费者希望调制口味的鸡尾酒重现于酒吧或餐厅。”

调查显示，疫情之后消费者对优质食品的购买量增加。由于出行限制，许多消费者将他们旅游或者通勤的钱，转而投入到对优质食物和饮料的追求上。该公司预测，消费者对优质食品的需求将持续增长。

### RTD 概念逐渐融入主流

调查显示，越来越多的消费者寻求更方便的饮酒方式，RTD（即饮）罐装鸡尾酒因此越来越受欢迎。

值得注意的是，这些方便且便携的饮用模式适用于户外社交场所。该公司表示：“随着户外公园、屋顶和后院等户外聚会的增加，混合版鸡尾酒如 minty mojitos、ginger-infused Moscow mules、spiced rum and coke 等的消费者参与度和喜爱度在上升。”

以罗勒、桃子、百香果和椰子等天然植物成分为特色的鸡尾酒，也以更加大胆丰富的口味吸引消费者。Advanced Biotech 相信，在未来一年内，口味丰富、方便即饮的 RTD 罐装酒将逐步走入主流酒品行列。

### 口味与夏天碰撞出新品

千禧一代和 Z 世代的年轻消费者，是推动 RTD 灌装酒行业的主力军，他们对于口味的要求也更加多元。针对消费者夏季夜晚清爽口味的需求增加，各大酒商都纷纷在口味上发力。

西班牙风味供应商 Dallant 为多种 RTD 饮料（如酒精饮料、调味鸡尾酒、葡萄酒产品和硬苏打水等）给出了不同的口味定制方案。

该公司表示：“在每种类型的 RTD 中，我

们都有与之相适应的产品概念和方案，力求耳目一新。其中一些口味专门针对夏季消费，例如混合饮料中，有清爽风味、不同水果风味或者莫吉托风味等。就硬苏打水而言，除了果味之外，我们还有植物风味，例如大黄或花香。”

最近，Synergy Flavors 推出了 Inspiring Fruits 系列，主打水果口味和天然原材料，为 RTD 酒类产品贴上更多“天然性标签”。消费者对于饮料“口味+便捷”的新需求，将 RTD 鸡尾酒推向主流饮品，同时，也促使产业朝着更加优质的方向发展。

英国高端零售商 Waitrose 报告称，随着疫情的延续影响，人们在家工作和休息的时间变得 longer，夏季家庭晚餐前的开胃酒销量有所上升。

同去年相比，该公司 Aperol 的销售额增长了 148%，Martini Extra Dry Vermouth 增长了 33%，Pampelle Grapefruit Aperitif 的销售额增长了 4,850%。英国消费者也喜欢下午喝浓咖啡 Espresso Martinis 来提神，其配方搜索量增长了 148%，同时 Kahlúa 咖啡利口酒的销量增长了 51%。 ■

