

奶油鲜米露 产品策略

2023 Sept.

目录

Part 01 项目背景

Part 02 行业洞察&竞品分析

Part 03 消费者洞察

Part 04 产品策略

- 产品价值
- 产品故事

Part 01 项目背景

项目背景

在区域公共品牌**东坡小稻蛙**的基础上，进行永丰县**米酒**的品牌化



将**地方性特产**，转化为**地域产品**



永丰醴·奶油**鲜**米露

Slogan: 永丰米，玉白醴

净含量：900ml，酒精度：0.5% vol

项目背景

我们将会产出以下方向结论作为参考

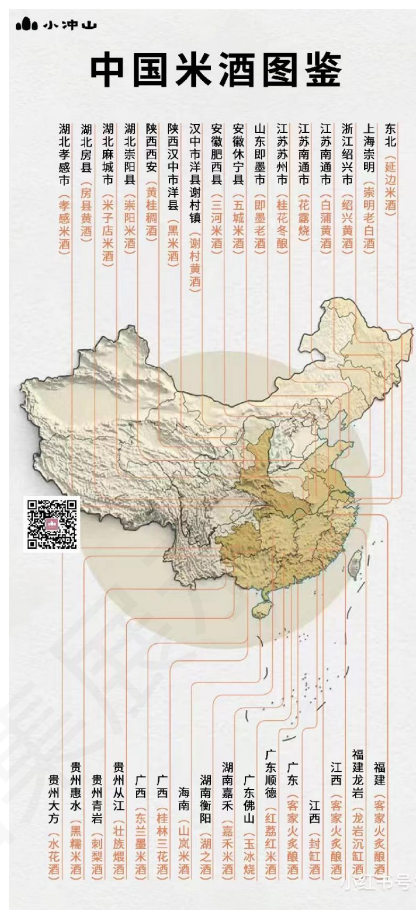
产品卖点

产品故事

Part 02 行业洞察&竞品分析

行业洞察

中国历史上最悠久的传统健康酒饮，湖北的孝感米酒最为人所熟知



米酒历史&行业规模

米酒是属于酒类的一种，在我国拥有悠久的历史。

米酒属于**低度酒范畴**，中国低度酒市场2022年市场规模达到338亿元，约为啤酒市场预估规模的60%。到2025年，市场规模预计将超700亿元。

米酒品种&代表品牌

当前市场上，米酒的品种多样，常见的有孝感米酒、麻城老米酒、陕西朱鹮黑米酒、广东红米酒等。尤其以**湖北的孝感米酒**最为人所熟知，这种具有近千年历史的地方美食传统可以追溯至光绪年间。

当前，孝感米酒占全国米酒市场份额的85%，米酒相关产业链实现产值40亿至60亿元以上，全产业链从业人员40万人，已经实现了**从地方风味小吃到产业经济**的转变。

2021年低度潮饮细分品类销额同比增幅（自然年）：



*数据来源：《2022年低度潮饮趋势报告》

竞品分析

	品牌	代表产品	产地	核心配料	产品特点
米酒 品牌	米婆婆	甜酒酿、米酒汁	湖北孝感	水、糯米、甜酒曲	湖北孝感北纬31.92°珍珠糯米 0脂肪0蔗糖
	苏州桥	桂花米露、鲜米酒	江苏苏州	水、糯米、甜酒曲（琼脂、白砂糖）	百年历史的品牌酒厂 古法工艺/江南传统工艺 太湖糯米
	梅见米色	米色原味浊米酒	重庆	水、糯米、白砂糖	三无米酒：无香精、防腐剂、增稠剂（琼脂） 原料：孝感糯米、21天低温发酵
	醉鹅娘	桂花米露	陕西宝鸡	羧甲基纤维素钠（增稠剂）	无添加/五常糯米鲜酿/咸宁金桂 /90天慢发酵
	花田巷子	桂花米酒	陕西西安	纳他霉素（防腐剂） 保质期18个月	长安米酒
	七星布车	奶油米酒	吉林延边（朝鲜族自治州）	稀奶油	延边特色——朝鲜族米酒 延边水稻（地理标志产品） 动物奶油（健康+乳酸菌口味）

竞品分析

苏州桥：依托于姑苏文化&百年酒厂，原料选自太湖



桂花米露

酒精度：0.5Vol

净含量：750ml

保质期：1年



鲜米酒

酒精度：5%Vol

净含量：520ml

保质期：1年

品牌定位：

集米酒、果酒、白酒，三大品类为一体的东方品牌。

产品定位：

苏式米酒/米露（酒精度：米酒 > 米露）

米酒：原味、桂花口味；米露：桂花、水蜜桃、红枣荔枝

产品价值（以鲜米酒为例）：

- 不用陈米：100%当季鲜米酿造
- 配料干净：配料表只有水、糯米、甜酒曲
- 低温发酵：15℃低温发酵21甜
- 落雪沉淀：入口顺滑，口感细腻

竞品分析

米婆婆：将湖北孝感米酒从地方小吃转化为地域产品



米酒汁

酒精度：0.5%Vol

净含量：310ml

保质期：18个月



甜酒酿

酒精度：0.5%Vol

净含量：520ml

保质期：1年

品牌定位：

以大健康为导向专注于谷物发酵，拥有休闲零食、健康饮品、发酵低度酒、液态调味等产品。

产品定位：

苏式米酒/米露（酒精度：米酒 > 米露）

米酒：原味、桂花口味；米露：桂花、水蜜桃、红枣荔枝

产品价值（以鲜米酒为例）：

- **成分简单，0蔗糖、0脂肪：**配料表只有水、糯米、甜酒曲
- **18年守持，米酿本心：**
 - 北纬31.92°珍珠糯米，生长周期 > 普通糯米
 - 专注米酒行业18年，拥有湖北省米酒行业首个5G智能化工厂

启示

原料产地

- 1、从核心原料（水、糯米和甜酒曲）上挖掘产品价值，如太湖糯米、孝感糯米等。
- 2、健康趋势下，将“无添加”作为产品价值，如不含蔗糖、脂肪、香精、防腐剂、增稠剂（琼脂）等。

酿造工艺

- 1、文化：古法传承，如苏州桥，背后是有百年历史的品牌酒厂。
- 2、技术：技术领先，如米婆婆，以大健康为导向专注于谷物发酵的国家高新技术企业，造就了湖北省米酒行业首个5G智能化工厂。

品牌价值

- 1、苏州桥：依托于姑苏文化&百年酒厂，深耕米酒、果酒、白酒等品类，品牌效应显著。
- 2、米婆婆：以技术为导向，将湖北孝感米酒产业化，并打造成特色产品。

Part 03 消费者洞察

产品属性

消费者为什么买？

产品属性

传统饮食文化与健康、养生趋势的结合

饮食习惯&地域文化

中国有非常悠久的酿造米酒历史。

在南北方不同地区，都有食用醪糟、饮用米酒的习惯，并诞生了各具特色的地方米酒。

以米酒为载体，传承地域文化。

营养价值 & 多场景需求

米酒不仅适口、营养价值高，还可以添加各种食材制作成健康甜品，满足多场景需求。

根据制作工艺和发酵程度的不同，米酒有多种产品可供选择。

除自饮、社交聚会外，米酒还具备一定的**送礼属性**。

口味、包装升级，满足低度酒饮的消费升级趋势

低度酒爆发的趋势下，米酒有着天然的优势。

桂花、奶油等多种口味符合消费者口味偏好，包装以玻璃瓶为主，颜值更高。

人群画像

谁 更 爱 买 ？

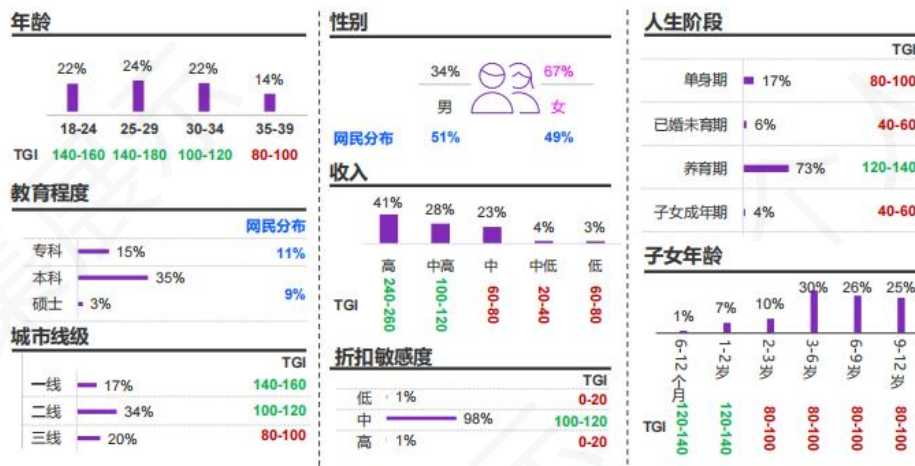
人群画像

泛人群，年轻女性消费者为核心人群

泛人群：基于传统饮食习惯与口味偏好

相较于其他酒类（果酒、白酒、啤酒等）

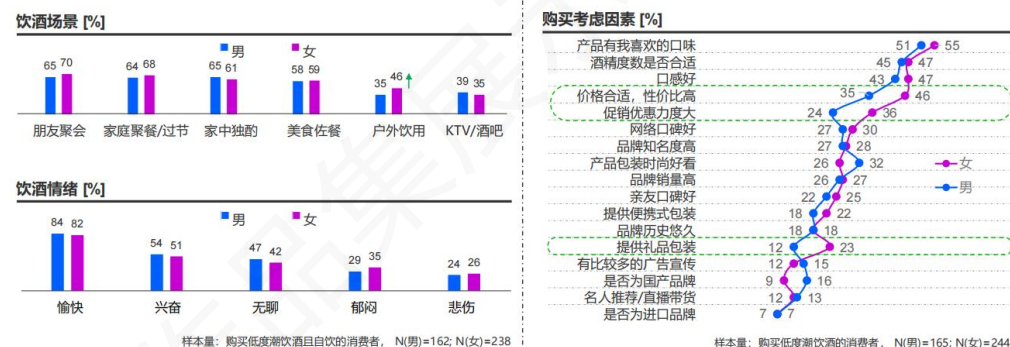
米酒价格低，酒精度数低，口感更大众，覆盖的人群范围更广。



低度酒人群，年轻女性消费者为主

社交和独酌为主要的购买目的

口味、口感和酒精度数是影响消费者购买的主要因素



*数据来源：《2022年低度潮饮趋势报告》

口 味 偏 好
更喜欢喝什么口味？

口味偏好

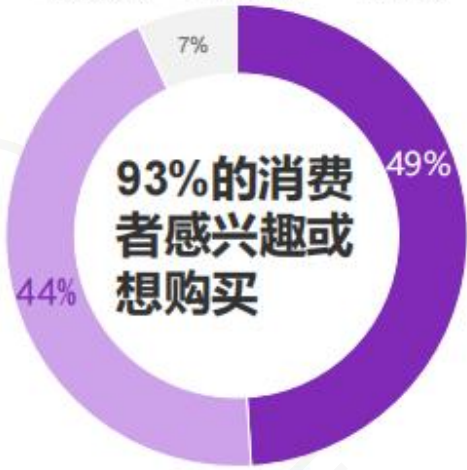
含乳酒产品对年轻女性消费者的吸引力较高

永丰醴在口味上的创新（添加奶油）符合核心消费群体偏好

消费者对含乳酒品类的需求度高

含乳酒对低度潮饮目标消费者的吸引程度

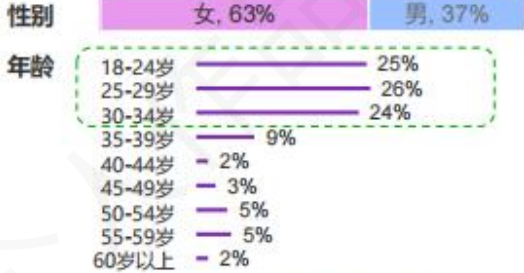
■ 吸引购买 ■ 有兴趣了解 ■ 不感兴趣



样本量：认知低度潮饮的消费者，N=614

年轻、女性为含乳酒品类的消费主力

含乳酒消费群体画像



样本量：购买含乳酒的消费者，N=174

RIO 微醺乳酸菌 “喝了一口就被惊艳到了，这个口味喝起来有乳酸菌的味道，有点像小时候喝的AD钙奶，但是奶的味道并不重，淡淡的甜甜的；虽然是和伏特加混合的预调酒，但是酒的味道也不重，真的非常适合在家自斟自饮，感觉这款Rio我可以一直喝下去！！”
——小红书，夏夏洛特

“这个伏特加口味太好喝了叭！不会很甜！冷藏下效果更佳！也不会像碳酸饮料那样的气泡！”
——小红书，喝完酒会矫情

RIO微醺乳酸菌口味对新用户来说口感友好，有助于品牌拉新用户

“乳酸菌”产品最受追捧

含乳酒品类热词 - 天猫，2022年

搜索词	搜索UV热度	引导支付人数热度
乳酸菌	16577	5354
酸奶酒	12444	473
奶油	11634	1249
奶酒	3264	111



启示

泛人群，市场教育成本低

米酒作为中国传统饮食文化的一部分，市场认知度高，覆盖人群范围广，市场教育成本低。

符合年轻女性消费者的饮用偏好

米酒属于低度酒，天然具备酒精度数低、口感好、0糖0脂等优势，符合年轻女性消费者追求健康，注重养生的需求。

人群画像与产品创新

围绕核心消费人群进行产品口味、包装的创新，并推出礼盒装，满足送礼需求。

Part 04 产品策略

产品策略

作为一款米酒/低度酒，影响消费者购买的主要因素

口感

描述：米香味，口感酸甜，酒精味不重。

口感好坏的决定因素：

- 选用原料：水、米（新鲜程度）、酒曲
- 酿造工艺/时长

口味

目前常见的米酒口味有：原味米酒、桂花米酒（最为常见）、红枣桂圆米酒（盒马）、果味米酒。

是否有除了上述口味外，更新颖的口味？

- 奶油米露：延边特产（伏小桃、乐乐茶曾推出相关产品）

酒精度数

米酒的酒精度数根据酿造工艺和发酵程度存在差异（永丰醴属于米露）：

- 发酵型米酒（0-20%Vol）：醪糟 = 米露 < 浊米酒 < 清米酒
- 蒸馏型米酒：20-50%Vol，口感接近白酒
- 配制型米酒：不超过10%Vol

产品策略

米酒的原料极为简单，只有水、糯米/大米和酒曲

其中米的品质、口感直接决定了米酒的口感

当米的品质没有地域性优势的情况下，将新鲜作为核心卖点

(如东北五常大米、宁夏珍珠米等)

此外，大多数品牌为了弥补产品在原料、制作工艺上的不足，会添加香精、防腐剂、增稠剂等添加剂

但随着消费者健康意识的提升，无添加成消费者更关注的因素

由纯天然食材酿制而成的米酒，更符合消费者追求健康、养生的诉求

产品价值

鲜米酿，玉白醴



原料产地

天府粮仓当季鲜米

精选“天府粮仓”——永丰县
100%当季鲜米



米酒口感

添加鲜奶油

以稀奶油调和
口感浓稠、顺滑



百年酿造工艺，古法传承

威兰特古法米酒酿造工艺
蕴含数百年时间韵味

产品策略

米酒还有哪些附加价值？

米酒产地

产地与产品、品牌互相成就。

永丰醴产品上市后，能够让更多消费者了解到永丰大米、永丰县，提升地域知名度。

米酒文化

当地虽没有酿造米酒的历史，但宋代词人苏东坡曾赞美米酒“形似玉梳白似壁，薄如蝉翼甜如蜜”。

永丰县作为东坡故里，可以借“苏东坡”放大永丰醴的文化价值。

产品故事

永丰醴，为丰收而酿

川观

产品故事



万亩稻花香 东坡永丰村

丰收，一直是亿万农民最朴素的美好愿景。

成都平原，天府之国，沃野千里。

位于岷江之畔眉山市东坡区太和镇的永丰村
被誉为“天府粮仓”。

每到丰收季节，风吹稻浪，金穗飘香。

一粒粒饱满的稻子，充盈着丰收的喜悦。

产品故事



蓄水灌田 永保丰收

永丰村，取“蓄水灌田、永保丰收”之意，受益于岷江中游大型水利工程通济堰，该村自古便是“产粮宝地”。

新中国成立后，永丰村大力发展水稻种植技术，现有耕地面积约6320亩，高标准农田3100亩、连片规模种植1500亩，是四川省标准化程度最高的高标准农田示范样板之一，也是首批认定的国家现代农业产业园。

如今，粮丰农稳，盛世安和。

喜看稻菽千重浪，谷粒饱满好归仓。

产品故事



永丰醴 为丰收而酿

春种一粒粟，秋收万颗子。

古代庄稼成熟，必以其酿酒并祭祀祈福。

酒代表的是农民对于丰收的喜悦，即所谓“八月黍成，可为耐酒”。

其中，米酒旧称“醴（lǐ）”，是用蒸熟的糯米，拌上酒曲，发酵而成的一种酒。

在永丰村，米酒为丰收而酿，故为“永丰醴”。

产品故事



当季鲜米 终得佳酿

宋代词人苏东坡曾赞美米酒“形似玉梳白似壁，薄如蝉翼甜如蜜”。

位于东坡故里的永丰村，传承威兰特古法米酒酿造技术，精选当季鲜米，在水、酒曲和时间的磨砺下，酿制米之精华，终得佳酿。

永丰米，玉白醴。

观其色，浓郁原浆，色白若玉；

闻其香，古朴米香，奶香醇厚；

品其味，香浓圆润，馥郁回甘。