

婚宴上奶茶代酒?长沙真有新人这么干

业内:奶茶敬酒现象虽有些小众,但为相关饮品行业带来新机遇



扫码看视频

在传统观念里,婚宴酒桌总是与美酒佳肴相伴,酒文化在其中占据着重要地位。如今一股新潮流正在年轻人中悄然兴起——“整顿”婚宴酒桌文化,以奶茶代酒。

喝杯奶茶,也能交个朋友。11月3日,三湘都市报记者了解到,在“十一”假期举办婚礼的长沙市民王女士就举办了这样一场“别开生面”的婚礼。

【现象】奶茶抢占婚宴市场

“奶茶敬酒是偶然刷短视频受到的启发,因为本人和先生都很爱喝奶茶,于是在婚礼上,我们也以‘茶’代酒了。”00年的王女士“十一”期间举行了婚礼。

据她描述,由于自己和丈夫都不善喝酒,再加上为了婚礼上能留下珍贵的人生回忆,不想因醉酒而失态,所以选择了以奶茶敬酒。

王女士说,“当天我们的奶茶敬酒环节,得到了亲戚朋友们的一致好评,身边在备婚的朋友也有打算奶茶敬酒了!”她略带兴奋地说,婚礼算账后发现,与传统甜品台或酒水相比,奶茶的性价比更高。她认为,在婚礼中使用奶茶,省下预算的同时,还能让到场不爱喝酒的宾客多了一种饮品选择,也多了一种互动方式。

“95后奶茶代酒,整顿婚宴酒桌文化”、“敬四方的来宾一杯奶茶”、“奶茶敬酒,越喝越有”……

11月1日,在互联网社交平台上以婚宴敬酒奶茶为关键词进行搜索发现,不少新人发帖分享自己的奶茶敬酒环节。他们有的捧着装着珍珠奶茶的巨无霸版高脚杯;有的特意定制了创意敬酒杯装满奶茶;也有的拿着日常奶茶店在售的常规版奶茶,如大红喜庆包装的霸王茶姬,抑或是寓意满分的喜茶,回敬来宾……

不少网友评论道:“喜欢这样轻松的氛围”“自己婚礼时也要同款奶茶敬酒”。

【调查】长沙线下并不常见

记者随后采访长沙多家婚庆公司婚礼策划师发现,奶茶敬酒现象确实存在,但有些小众。

“我上一场策划的婚礼,新人们就是奶茶敬酒,整场下来给我的感觉很有趣。”遇境婚礼策划师莹莹告诉记者,婚宴奶茶敬酒的方式是去年出现的,经过短视频平台的传播,让越来越多的新人有所了解。因而奶茶代酒环节就陆续登场了许多婚礼。

“在长沙,的确有一些追求婚礼轻松欢快氛围的新人们,会在敬酒环节选择奶茶代替传统酒水,不过,这样松弛感满满的敬酒方式并不多见。”莹莹说。

而美澜东方宴会中心策划师熠熠也表示,尽管现在奶茶代酒在婚宴中的热度攀升,不过,这样做的新人仍占少数。“一些新人在沟通环节会提出这个点子,但后续鲜少落地。”

【业内】为饮品行业带来新机遇

值得一提的是,即便当下婚宴酒桌上奶茶代酒的现象并不多见,但其无疑是反映了年轻一代消费观念的转变。有网友表示,婚宴不再是简单的形式上的宴请,而是一个展现新人个性和价值观的平台。

“奶茶登上婚宴餐桌,或许也将为相关的饮品行业带来新的机遇。”从事私房烘焙多年的余小姐表示,目前,不少个人商家逐渐嗅到新的商机,开始推出专门针对婚宴市场的饮品套餐和定制服务,“从包装设计到口味搭配,都精心打造,满足新人对于婚礼独特性的追求。”

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 龙思言



▲一家金店内醒目位置摆放着联名款黄金首饰。

◀11月2日,一顾客正在金店内挑选黄金首饰。

为迎合年轻人的审美,一些黄金品牌推出各类独家联名款式 黄金价位波动,跨界联名之路能否破局



扫码看视频

11月3日,国际黄金价格为2734.98美元每盎司,小幅下跌。在当前黄金价格在高位持续波动的背景下,各大金店零售端销售受到一定影响,纷纷尝试破圈之道。

记者走访长沙和武汉各大金店发现,“万物可联名”的热潮又吹向黄金市场。随着动漫、亚文化、国潮文化的兴起,黄金饰品在Z世代群体中逐渐升温,一些黄金品牌也“拿捏”住了年轻人对IP的热爱,纷纷转向品牌联合赛道,积极迎合当下年轻人的审美,推出各类独家联名款式。

设计精美,新工艺生动还原IP形象

11月2日,记者来到长沙富兴时代一楼售卖黄金的区域。在周大生店内,国家宝藏联名系列被摆放在入口的显眼位置,销售人员廖女士告诉记者,目前该系列和莫奈花园联名款深受年轻人喜爱。而距离其不远的周大福店内,迪士尼、三丽鸥等人气IP均有相应的联名黄金,店内销售顾问称,“草莓熊款式卖得特别好,部分迪士尼联名产品还处于缺货状态。”

在周大福天猫官方旗舰店的IP专属分类栏中,芭比、迪士尼公主、玩具总动员和蜡笔小新等联名款首饰频频上新。

记者注意到,IP联名合作款式主要以小巧精致的转运珠、吊坠、钥匙扣以及金片为主,在线下,几乎每家金店都有售卖转运珠和编绳的柜台区域,“这些转运珠都可以根据需要搭配不同款式的,购买后可免费编绳,还可以定期更换。”中国黄金销售人员介绍道。周大生在店外还专门摆起了“小红书爆款编绳”小摊,记者看到非会员单独编绳需要收费,价格在百元以上。

值得注意的是,尽管风格各异,但其做工均较为直观地呈现IP特点,“像蜡笔小新这款就很尊重原版,小新的表情和小白的眼神都表现得很到位。”一位购买了潮宏基联名转运珠产品的消费者分享。

多为一口价产品,单克价格较高

目前,黄金市场IP联名首饰以一口价为主,

产品克重较轻,多在1克左右。以转运珠类的产品为例,一颗的价格在1000元到3000元不等,定价通常是金价的1.5—2倍。

中国黄金门店工作人员介绍,前段时间金价在上涨,一口价产品短时间暂未涨价。周大福工作人员则表示IP联名定价黄金产品后期可能会根据金价发生变化,但是有一定延迟。“现在黄金价格不太稳定,这种一口价产品价格不会频繁波动,如果比较喜欢这种造型小巧,可以入。”

记者注意到,联名IP首饰定价较高,因此“双11”促销力度较大。在线上电商平台,天猫“双11”活动黄金均可参与,其中,周大福的定价黄金低至6折,周生生低至6.5折,购买还可另外参与购物金和分期免息活动。

尽管价格较高,但这些可以“悦己”的联名首饰仍成为年轻人的心头爱,周大生国家宝藏系列千里江山图转运珠手链已售出超4000件,莫奈花园的郁金香转运珠销量9000余件,其售价均在千元以下。

跨界融合,兼具文化与情感价值

除了外观和工艺,吸引年轻人的还有附着在黄金上的多维价值。通过跨界联名,金饰成为自我表达、情感寄托以及文化自信的载体。“这些品牌真的很会,因为黄金的普通款式对我来说并不是必需品,但是这种比较有纪念价值或者颜值比较高的联名款,我会有购买欲。”长沙市民康女士说。

除了占据大部分市场的卡通动漫IP联名,古风国潮IP也已经为其赋予的传承价值而受到青睐。“这种融合古典美学特色的首饰很有高级感,戴在手上,国风感十足。”消费者小雨(化名)在购买福珠宝梦华游系列后赞叹道。

一些品牌还瞄准粉丝经济,针对热门偶像推出联名款。“店里周同学联名手机贴已到货,现在活动价仅需99元。”据周大生销售廖女士介绍,很多年轻人还会选择店内周杰伦联名首饰,“非常精致,而且包装也是周杰伦喜欢的粉色,诚意满满。”廖女士解释。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体见习记者 全若楠