

# “汾”享美好,花式出圈: 汾酒凭“神仙喝法”圈粉年轻人!

在Z世代逐渐成为消费主力军的当下,白酒年轻化已成大势所趋。近日,在行业以“名酒年轻化”著称的汾酒,再次交出了一张与年轻人玩在一起、“汾”享美好的春日答卷:

2025年3月1日-10日,汾酒再度与抖音短视频平台跨界联合,发起#大家都爱汾酒#抖音挑战赛。活动上线仅十天,就掀起全民参与的抖音狂欢,累计播放量14.1亿刷新行业纪录。这场由汾酒所打造的年度盛事,以“神仙喝法”为创意核心,吸引全网“汾丝”花式整活:从橙汁到咖啡,从柠檬到葡萄,超百万条“汾酒特调”创意视频涌现。

携手抖音,汾酒这场连续三年、全民参与的线上狂欢正成为品牌年轻化范式。通过活动与年轻人玩在一起,精准触达年轻消费者,汾酒让白酒成为年轻人生活方式的组成部分。

数据不会说谎,事实证明:年轻人并不拒绝白酒,白酒也可以是年轻人的热爱。



►汾酒酒窖。



▲入选世界文化遗产预备名录的老作坊遗址。

## 解锁N种神仙喝法,汾酒圈粉年轻消费者

2023年春节期间,一场“大家都爱汾酒”抖音挑战赛在全网掀起了“汾酒热”。2024年,#我们都爱汾酒#抖音挑战赛再次掀起“汾”享热潮。2025年,#大家都爱汾酒#抖音挑战赛如约而至。

本届挑战赛延续以往全民皆可参与形式,围绕汾酒品牌元素,拍摄与汾酒相关视频,加入“大家都爱汾酒”话题,即可获得平台相应奖励。本届#大家都爱汾酒#抖音挑战赛,以“神仙喝法”为创意核心,引导年轻群体解锁、发掘汾酒的更多“神仙喝法”,以更具时代感的“打开方式”,完成汾酒文化的价值表达、情感表达、时代表达。

活动期间,千万粉丝大V@嘉之派、@腊月小九、@调酒师红斌,以及知名博主@Hi派大萱、@调酒师——扬扬、@饮咩野、@杜先生和陈小姐等百万级大V都加入了这场

由“中国酒魂”山西汾酒与千万网友全民共创的内容热潮。据悉,活动上线10天累计关注度突破14.1亿次,掀起了全国网友互动的热潮。

谁说白酒只能传统?年轻人的脑洞绝了!这届网友把汾酒玩出了新高度:全民共创的热潮下,涌现出汾酒的多种“神仙喝法”:话梅+汾酒45ml+菠萝汁;汾酒+蜜桃汁;葡萄+汾酒+气泡水,轻盈口感,混合双香。更有汾酒+可乐的新奇搭配,伴随柠檬片的加入,醇香与甜美在舌尖碰撞……花样频出的创意特调,在国内最大的短视频社交平台上,使得汾酒正在成为更多年轻一代的“热爱”。

创新、跨界、多元、包容:当下,一个更加年轻态、具有生命活力的汾酒,也正通过抖音挑战赛,跃然于眼前,屡屡带给行业惊喜。



## 把流量变成留量,汾酒书写年轻化新范式

当下,市场消费主力的变更,使得年轻化从酒业“附加题”变为“必答题”。如何获得青年一代的肯定与认同?在这条路上,汾酒已给出了行业样本路径。连续三年,汾酒通过抖音挑战赛与年轻人双向奔赴。

2023年、2024、2025年,连续三届“准时”上线的#大家都爱汾酒#抖音挑战赛,通过活动与年轻人玩在一起,精准触达年轻消费者。屡创新高的破亿播放量,让年轻一代消费者领略到了汾酒的潮范儿与多元性。连续三年的清香狂欢,不仅让汾酒冲上热搜,更让汾酒年轻化战略实现从

流量到留量的质变。年轻化战略的溢出效应正在改写汾酒基本面:2024年汾酒,前三季度实现营收313.58亿元,同比增长17.25%;实现净利润113.50亿元,同比增长20.34%。聚焦到细分层面,玻汾成为年轻消费者心目中的白酒价值标杆;2024年线上销售中,25-35岁消费者占比达47%;青花30复兴版在年轻白领群体复购率同比增长82%……这是汾酒的年轻化战略的大胆尝试和长期投入的开花结果。在2024汾酒全球经销商大会上,汾酒集团提出从2025年开始,“汾酒年轻化”要探索1.0版本,这是汾酒的未来所在,意义

重大。

而在汾酒锐意创新,积极张开双臂、拥抱年轻消费者之时,也有大量“自来水”年轻粉丝主动走向汾酒、爱上汾酒:2024年中秋期间,小红书等社交媒体平台被“桂花汾酒”刷屏,大批年轻人自发开启汾酒创新挑战,这是汾酒的意外之喜,却也在情理之中:汾酒,这个拥有6000多年酿酒历史的传统品牌,品牌形象既传统更年轻,早已成为年轻一代的“热爱”。可以预见的是,将年轻化视为未来所在的汾酒,将发掘出更多新玩法、更多新喝法,将创造白酒年轻化新范式。



■国家4A级工业旅游景区汾酒园林。