

9月4日,贵州茅台与瑞幸咖啡推出的联名咖啡“酱香拿铁”正式开卖,单杯定价38元,券后售价为19元一杯。当天,酱香拿铁销售火爆,“酱香拿铁”“瑞幸回应喝茅台联名咖啡能否开车”“满杯茅台去咖啡液”“瑞幸客服回应酱香拿铁不加咖啡液”等多个相关话题冲上微博热搜。

# 美酒加咖啡 一半清醒一半醉

## 喝“酱香拿铁”能否开车等话题刷爆社交媒体

### 到底啥味儿?

瑞幸和茅台为了这款咖啡可谓做了充分准备,茅台风的贴纸、纸杯套,以及“美酒加咖啡就爱这一杯”的宣传语,让产品颇为吸睛,尽管是周一早晨,门店订购者却并不在少数。也因此朋友圈里都在“带酒上班”。部分顾客在社交平台上获取消息后纷纷尝鲜,有顾客一口气买了10杯,表示“喝了一口已经上脸了”。

在瑞幸咖啡现场等候制作的李女士表示前几天就在网上看到了这款饮品,觉得白酒和咖啡的搭配很新颖,所以买来尝尝。虽然她平时不喝白酒,但觉得这款酱香拿铁很好喝。“喝起来酒精味道比较淡,有点像酒心巧克力的。”另一位陈女士说,她这次购买了两杯,是为了获得茅台和瑞幸联名定制的贴纸和包装袋。陈女士表示白酒和咖啡的搭配喝起来比较奇怪,“喝完打

嗝有种昨晚喝多的感觉,我不太喜欢。”

“入口时,拿铁的苦味和茅台的酱香味混合在一起,然后酱香味盖过了拿铁,停留时间更长,适合男性,冰的口感更佳。”“稍浓的酱香酒味和浓郁的咖啡香,喝进嘴里,两个味是分开的,可以说各是各的味。”“哈哈,去喝了,是酒心巧克力、太妃糖,回味起来,最后是呕吐物的味道。”社交平台上,不少网友分享了这款酱香拿铁的口感,也有网友在分享口感之余,调侃“差点以为今天喝茅台咖啡是上班族的集体团建活动”“早C(Coffee)晚A(Alcohol)都在一杯,一半清醒一半醉”……

关于酱香拿铁的口感,瑞幸咖啡官方微博发布的图文自我评价是“前段香、中段柔、后段醇”。

### “含茅量”如何?

“每杯都含有贵州茅台酒”是酱香拿铁产品页面的宣传信息,宣传海报上出现的酒为市场售价超过3000元的53度飞天茅台酒。

贵州茅台党委书记、董事长丁雄军在发布会上表示,这次与瑞幸咖啡合作开发的酱香拿铁,每杯都添加了茅台酒,实现了浓郁酱香和咖啡醇香的融合。

9月4日晚间,瑞幸咖啡发布了一条“酱香拿铁原料生产全记录”的视频。视频最后出现了网络上被广泛传播的“白酒风味厚奶”产品。瑞幸咖啡显然是想通过此举证明厚奶中是添加了真的飞天茅台。

那一杯酱香拿铁的含酒量究竟如何?根据产品介绍,酱香拿铁使用的是白酒风味厚奶(含

53%vol贵州茅台酒),酒精度低于0.5%vol。从网络流传的白酒风味厚奶配料表来看,含生牛乳、炼乳、稀奶油、白砂糖、无水奶油、乳粉等。配料表中有白酒的身影,但未标注白酒含量。

有媒体报道,瑞幸店员介绍,酱香拿铁的酒精度在0.2度到0.3度之间。如果按照这一比例,一杯咖啡480毫升的容量粗略计算,每杯约含1.8至2.7毫升茅台酒。随后,“一杯酱香拿铁约含2毫升茅台酒”登上微博热搜。

酱香拿铁所用的白酒风味厚奶供应商宁夏塞尚乳业有限公司董事长闫建国在接受媒体访问时表示,在厚奶生产过程中,茅台酒厂押运来价值3000万元的茅台,并派人盯着一瓶瓶加进原料中,最后还将瓶子集体运走,非常严格。

### 喝完开车算酒驾吗?

美酒配咖啡的一天,多位网友在社交平台留下“喝了感觉微醺”“酒香味很浓”等评论。究竟加了茅台的咖啡,喝完会醉吗?喝完能开车吗?

瑞幸咖啡官方小程序页面显示,酱香拿铁每杯都含有贵州茅台酒,酒精含量低于0.5%vol,未成年人、孕妇、驾驶人员、酒精过敏者不建议饮用。

记者致电茅台官方客服,接线人员表示,“酱香咖啡的酒精浓度低于0.5%vol,但驾驶人员不建议饮用。饮用后是否属于酒驾,请以交警的认定为准。”

一位交警告诉记者,“按规定司机酒精测试仪测出来每100毫升(ml)血液中酒精超过20毫克(mg)就算酒驾,如果超过80就是醉驾。凭以往测酒驾的经验来看,一杯茅台拿铁的酒精含量低于0.5%vol,应该不会测出酒驾。但建议不

管是什么饮品,但凡和酒精搭边的,喝完都尽量不开车。”

而据“长沙警事”微信公众号,测试中,喝了一口酱香拿铁就测出了10毫克/100毫升,“所以结论很明显了,喝了含酒精类饮料,千万不要再开车。”

有媒体记者以消费者身份致电北京市交管局法制科,该科工作人员建议,消费者喝完含酒精饮品后不要再开车。酱香拿铁酒精度低于0.5度,消费者喝完血液中的酒精含量是否会超过20毫克/100毫升的安全值?该工作人员表示,不能简单以饮品中的酒精含量来计算,“你本身吃的粮食可能就含有酒精,这些含有乙醇的饮料、食物,会进一步增加你血液中的酒精含量。而且每个人的体质不一样,对酒精的吸收情况也不一样。所以不能简单根据饮品中的酒精含量来换算。”

### 一杯卖19元,能回本吗?

喝一杯酱香拿铁能薅到羊毛吗?据瑞幸咖啡小程序订单页面显示,酱香茅台售价38元/杯,优惠后价格为19元/杯。多位网友在社交平台上表示好奇,加了千元茅台的拿铁平均一杯能回本吗?

按瑞幸店员介绍的酱香拿铁的酒精度在0.2度到0.3度之间,粗略计算每杯咖啡约含1.8至2.7毫升茅台酒。基于上述比例进行测算,一瓶飞天茅台酒为500毫升,可做250杯奶茶,若按照飞天茅台酒3000元/瓶的市场价格来测算,一杯咖啡所需的茅台酒成本为12元,若按照969元/瓶的出厂价计算,一杯咖啡所需的茅台酒成本则为3.876元。目前,酱香拿铁19元/杯是优惠后的价格,官方定价为38元。

“瑞幸卖酱香拿铁,既有显性的利润,也有与茅台之间合作的隐性价值。对瑞幸的影响,要看有形价值

与无形价值之间一体化的效应。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,通常咖啡成本一般在3.5元至4元,酱香拿铁的成本可能在8至9元,“但实际上飞天茅台酒969元一瓶的出厂价也是给经销商的价格,不能单纯算作成本价。整体来看,在用券的情况下售价19元,酱香拿铁的利润空间还是很大的。”

“19元一杯的酱香拿铁或主打薄利多销、以量取胜,让大众都能尝一下味道,有个新鲜感。”乳业分析师宋亮说,通常含奶饮料(包括咖啡)的成本大概在3元至4元的水平。基于含乳量的不同以及是标品还是再制品,成本会有所偏差,售价也从七八元到三十多元不等。以一杯中约含2毫升茅台酒来计算,酱香拿铁的成本并不算很高。

综合新京报、澎湃、红星、央广网等

你以为是一瓶六神花露水,但打开喝一口,却是鸡尾酒;  
你以为是一颗大白兔奶糖,但打开糖纸,却旋出来一支润唇膏;  
你以为走进邮局是要寄一封信,但端出来的却是一杯咖啡……

## 嘖! 跨界联名 主打一个意想不到

在酱香拿铁之前,就已经有了六神味的鸡尾酒、雪碧味的白酒、白酒味的冰淇淋……除此之外,还有“蜜雪冰城拿到中国邮政编制”啦、“大白兔奶糖成润唇膏”啦,各行各业的离谱联名不断冲击着普通人的神经。

将两个风马牛不相及的东西放在一起,真的能起到作用吗?

俗话说“枣子再甜,也不如西瓜撒盐”,枣子再甜,它也只是个枣子,大家早已经司空见惯了,并不是什么稀罕货。但撒盐的西瓜却不常见,虽然味道不一定好吃,但却足够反转,让人脑洞大开,没有尝过的人也忍不住想去尝一口。

跨界联名就是撒了盐的西瓜,商家之所以推出上面这些跨界联名,就是想通过反转来制造产品的趣味性,让看起来平淡无奇的商品变得更有意思。

你以为是一瓶六神花露水,但打开喝一口,却是鸡尾酒;

你以为是一颗大白兔奶糖,但打开糖纸,却旋出来一支润唇膏;

你以为走进邮局是要寄一封信,但端出来的却是一杯咖啡……

在你刚刚形成预期的时候,又恰到好处地打破你的预期,让你感到惊奇,进而对品牌留有更强烈的印象,这就是跨界联名带来的效果。

人们天生就喜欢反转。语文课上最让人印象深刻的结尾是“欧·亨利式”结尾,

短视频平台上广受欢迎的是不断反转、“猜得到开头,但猜不到结尾”的作品,哪怕是吃瓜,人们也更爱吃那些反转再反转的瓜。

当然,跨界联名仅仅是有反转还不够,反转之后还要有惊喜,而不能是惊吓。

除了惊喜的新感觉,跨界还能利用好老字号的“旧感觉”。

许多老字号品牌长久以来的一个困境就是,如何摆脱自己在年轻人心中“老气”的刻板印象,又不失自身的内涵。而年轻品牌又有着很难让普通人快速认识熟悉自己的困扰。

“新老”的跨界联名就能很好地中和这些问题,比如六百多岁的“老网红”故宫,就可谓是跨界联名的能手,和毛戈平一起推出宫廷彩妆,和OPPO一起推出故宫手表,和麦当劳一起推出“故宫桶”……故宫和年轻品牌混搭得多了,普通人会觉得故宫也像一个爱时尚的年轻人了。

新品牌也能用老品牌带来的怀旧感,获得更多的认同,带来更好的消费体验。打怀旧牌的一个例子,是大白兔奶糖和潮流品牌联名推出了一系列香氛、沐浴液等日化用品,希望能用大白兔唤起我们童年时的美好感受,然后这种怀旧感受又能在使用产品的时候传递到我们身上,带来更好的消费体验。

本报综合