vinetur

Freixenet以Solare进军开胃酒市场

这款新的柑橘风味饮品瞄准西班牙的 tardeo 休闲饮酒场景，Freixenet希望在Cava之外抓住夏季spritz需求。

2026年6月9日星期二



Freixenet推出了Freixenet Solare，这是一款采用西班牙柑橘和植物性原料酿制的地中海风格开胃酒，标志着公司首次进入开胃酒品类，同时寻求把握夏季餐前饮品和spritz式饮用方式日益增长的需求。

这款新品被定位为一种清新、社交属性鲜明的选择，契合西班牙所谓的tardeo——一种以晚间聚会、

露台和晚餐前户外饮酒为核心的饮酒场景。根据公司发布的信息，Freixenet Solare融合了柠檬和克莱门汀的香气，并带有迷迭香和百里香的草本气息，以及专为开胃酒消费设计的苦味尾韵。

此次上市使长期与Cava联系在一起的Freixenet进入了一个能见度不断提升的细分市场，因为spritz鸡尾酒已成为欧洲及其他市场温暖季节饮酒的主流选择。公司表示，这款产品是专门开发出来作为Freixenet Solare Spritz的基酒，这也是其对这款鸡尾酒的地中海式诠释。

推荐配方为三份Freixenet Cava、两份Freixenet Solare和一份苏打水，加冰并配上一片柠檬。公司将这款饮品描述为轻盈清爽，适合非正式聚会和夏日落日等户外场合。

Freixenet表示，Solare背后的概念汲取了地中海阳光、柑橘风味和植物香气，将这款饮品置于更广泛的生活方式战略之中，与共享社交时刻、音乐和季节性消费相联系。该产品以“Taste the Sun”为口号进行推广。

此次发布还得到了由西班牙内容创作者和媒体人物Laura Escanes出演的广告活动支持。该活动围绕她所谓音乐首秀的猜测展开，并以一段视频收尾，通过“Nel blu dipinto di blu”介绍品牌视觉世界，这首歌广为人知的名称是“Volare”，由Domenico Modugno和Franco Migliacci创作。

这场广告活动将这款新开胃酒与夏日休闲、社交饮酒和露台文化等形象联系起来，而这些主题已成为南欧饮料营销的核心。对Freixenet而言，此举扩大了其超越起泡酒的产品组合；在生产商越来越多寻求通过相邻品类实现增长、并将消费场景延伸至正式庆祝活动之外之际，这一动作尤具意义。

据公司称，Freixenet Solare现已在部分零售网点发售。公告未披露价格信息或更广泛的分销计划。