vinetur

马天尼推出重新设计的酒瓶，灵感来自 2025 年夏季的都灵建筑

新形象旨在吸引年轻消费者，同时强调意大利传统和可持续发展，并将 Bianco Spritz 作为招牌鸡尾酒进行推广

2025年7月1日星期二


MARTINI
MARTINI
BIANCO
VERMOUTH

随着 2025 年夏季的到来，意大利知名苦艾酒和开胃酒品牌马天尼为其标志性酒瓶推出了全新设计。该公司透露，更新后的外观设计灵感来自意大利都灵的拱形画廊，马天尼在都灵有着深厚的历史渊源。新酒瓶旨在让产品在货架上更引人注目，同时突出其品质、原产地和真实性。

重新设计是马天尼公司努力使其形象现代化并吸引新一代消费者的一部分。据公司代表称，新的瓶形不仅在视觉上引人注目，而且有助于减少品牌对环境的影响。马天尼表示，这一变化体现了对经典意大利产品的现代处理方式，标志着该品牌翻开了新的篇章。

在推出重新设计的酒瓶的同时，马天尼还将其 Bianco Spritz 推广为 2025 年夏季必备鸡尾酒。马天尼 Bianco Spritz 鸡尾酒采用马天尼 Bianco 苦艾酒与气泡水和冰块混合调制而成，口味清新平衡，带有花香和香草味。马天尼认为，Bianco Spritz 是那些喜欢开胃酒并希望为夏日午后增添一抹精致风情的人们的理想选择。

许多饮料品牌都在寻找既能与年轻消费者建立联系，又能保持品牌传统的方法，而马天尼正是在这一背景下决定更新包装的。马天尼在酒瓶设计中参考了都灵的建筑历史，旨在强化其意大利身份和开胃酒领域的悠久传统。

马天尼的新酒瓶现已在美国和欧洲的部分市场上市。该公司计划在整个夏季扩大销售范围，并开展以户外聚会和社交场合为重点的营销活动。行业分析师指出，这样的包装更新有助于老品牌在竞争激烈的市场中保持竞争力，尤其是当消费者在寻找传统与现代风格相结合的产品时。

将 Bianco Spritz 作为夏季招牌鸡尾酒推出，也是马天尼鼓励家庭调酒和休闲娱乐战略的一部分。该品牌提供简单的食谱和饮用建议，将鸡尾酒定位为既易于调制，又足够精致，适合特殊时刻饮用。

马天尼的举动反映了饮料行业的大趋势，即可持续发展、设计创新和生活方式营销发挥着越来越重要的作用。随着夏季的到来，零售商和消费者都将关注马天尼的新形象和季节性鸡尾酒如何在全国各地的酒吧、餐馆和家庭中产生共鸣。