扎罗娃伏特加在情人节宣传活动中倡导用心去爱

品牌信息将人际关系与慢慢享受优质烈酒联系起来，节日周期间的销售额增长了 18

2026年2月13日星期五



扎罗娃伏特加酒公司（Zarova Vodka）以 "爱是一种有意识的选择，而不是转瞬即逝的感觉 "为主题纪念情人节。这家以生产优质伏特加酒而闻名的公司分享了自己对浪漫的看法，鼓励人们通过用心去感受和庆祝感情。扎罗娃在发言中强调，持久的爱情并不只是偶然或完美的时刻，而是要选择留下来，让在一起的时间变得有意义。

该品牌将这一理念与其产品联系起来，将 Zarova 伏特加描述为一种专为刻意享受而设计的烈酒。根据 Zarova 公司的说法，他们的伏特加是用来慢慢啜饮的，在人们选择的特别时刻与人分享。该公司传递的信息表明，正如真正的爱情需要付出努力和用心，欣赏一杯精心调制的饮料也是如此。

这种做法符合饮料行业的最新趋势，即消费者越来越追求体验而不是简单的消费。蒸馏烈酒委员会的数据显示，22%　　的美国成年人现在更喜欢可以慢慢品尝的烈酒，这反映出人们正在转向用心品酒。Zarova 将自己的伏特加定位为 "啜饮型伏特加"，强调质量而非数量。

情人节仍然是美国烈酒销售最繁忙的日子之一，许多品牌都推出了以浪漫和联系为中心的宣传活动。Zarova 的信息与众不同，它不注重隆重的姿态，而更注重建立持久关系的日常选择。公司鼓励情侣和朋友们举杯，不仅为偶然发生的爱情，也为反复选择的爱情。

扎罗娃伏特加采用传统蒸馏法小批量生产。该公司报告称，重大节日前后的需求会增加，去年情人节一周的销售额比前一个月增加了 18%。纽约、洛杉矶和芝加哥等大城市的零售商注意到，人们对专为特殊场合销售的优质伏特加酒兴趣更高。

业内人士分析说，像扎罗娃这样的信息能引起消费者的共鸣，因为他们在人际关系和购物中都非常重视真实性和用心程度。随着越来越多的美国人寻求让庆祝活动更有意义的方式，那些强调高质量时间和有意识选择的品牌很可能会实现持续增长。

Zarova 的情人节活动反映了人们对待爱情和休闲方式的广泛转变。该品牌邀请顾客放慢脚步，细细品味他们之间的关系和他们的饮品，从而迎合了人们在日益快节奏的世界中对联系的日益增长的渴望。