台源（红）产品介绍

1. 产品简介​

台源（红）是茅台保健酒业在台源现有产品基础上推出的精细化升级产品，以“情怀与品味皆备”为核心定位，进一步深化“福文化”内涵。产品延续经典复古风格，保留“1984”品牌标识，在酒体上坚守原有酱香工艺与醇厚口感，同时借助新元素、新工艺、新材料实现视觉与质感的全面升级，满足家庭宴请、节日送礼、亲友欢聚等更具仪式感的消费场景，传递“福吉寿喜财、平安如意”的多元美好寓意。

在产品设计上，台源（红）以“喜福红”为主色调，搭配“岁月金”酒标与珐琅彩元素，瓶底创新设计五只哑光蝙蝠，整体视觉既延续传统喜庆氛围，又融入轻奢时尚感。通过插画、工艺与符号的协同创新，实现文化表达与品质感知的双重提升，打造“有文化、有品质、有情怀”的酱香宴席用酒。

1. 产品创新点
2. 文化面·福文化体系化升级

突破原有单一福文化表达，构建“福吉寿喜财+平安如意”的多元文化体系。依据《说文解字》中“福，祐也”的文化根源，通过细腻工笔插画呈现古今宴饮场景，将吉（祥云）、财（摇钱树）、喜（喜鹊）、寿（不老松）、福（葫芦）、平安（中国结）等元素融入设计，使“福”从抽象概念转化为可感知的情感载体，增强用户共鸣与文化厚度。

1. 外观面·工艺质感精细化创新

在保留经典复古风格基础上，通过材质与工艺提升产品价值感。酒标采用工笔叠加珐琅彩工艺，图案细腻且富有层次；瓶身“喜福红+岁月金+珐琅彩”的色彩组合打破传统酱酒包装局限，兼具喜庆氛围与轻奢质感；瓶底哑光蝙蝠与光亮酒标形成“一光一哑”的视觉对比，于细节处凸显精致度，提升触觉与视觉的双重体验。

1. 品质面·视觉与味觉协同表达

将品质符号融入视觉设计，强化“看得见的好品质”。酒标中融入红缨子高粱、赤水河等酱香酒核心产区元素，直观传递酱香酒品质基因；珐琅彩质感隐喻“金纯品质”，与酒体醇厚口感形成味觉联想，实现包装升级与品质认知的深度绑定，塑造“内外兼修”的产品形象。

1. 市场面·平衡传承与创新

采用“不破坏式升级”策略，兼顾老客户认知与新客户需求。保留台源经典风格、1984标识等核心记忆点，确保品牌辨识度；同时通过文化拓展与工艺升级，提升产品的品质感与文化内涵，实现“老客户不流失、新客户能吸引”的市场拓展目标。