



▲张耿彬

首先，电子烟同正处上升期的次高端酒水市场存在共通之处。电子烟价格多在300-1000元左右，其在卷烟产品中的价格区间，与中高档酒水的价格定位相近，这也为消费者在“酒+烟”消费场景中的选择，提供了新的方向。

与此同时，电子烟环保、健康的设计理念，也与时下不断兴起的健康白酒理念不谋而合。在消费升级的趋势影响下，消费者对于健康、养生等概念的追求不断强化，作为替代传统卷烟的有效途径，电子烟品类也正获得越来越多吸烟消费者的认可。

此外，随着新生代消费群体的产生，电子烟与酒水市场都存在面向年轻化的趋势。当80后、90后成为当今市场的消费主流人群，越来越多的青年消费者将电子烟和酒作为其社交的重要道具，甚至成为其身份识别的标志。越来越多适应年轻人口味的创意白酒不断产生，而这一趋势在电子烟领域也同样显著。

跨界，大有可为

茅台冰激凌、茅台巧克力、泸州老窖香水、李渡冰棍、黄酒冰棍.....在充满竞争的酒行业中，跨界营销成为越来越多企业的创意之选，也成为其解决品牌营销的一大难题。

烟和酒之间，也存在诸多跨界。

茅台集团曾与贵烟合作推出的国酒香系列卷烟产品；五粮液集团则与四川中烟推出“五粮浓香”特色卷烟产品和雪茄烟产品——宽窄、天子等；国窖1573不仅推出娇子（软祥云），还推出了香槟口味的真龙佳韵，以及威士忌酒香泰山21响皇家礼炮。

烟与酒的结合，能够充分利用和发挥双方品牌的价值资源，推动双方品牌携手高端化。两者的合作，不仅能够探讨组合优势销售渠道，探索品牌联合促销，还能够实现客户资源的共享。



有消费者直言，iv艾威电子烟对于他来说，已经不仅是实用品，还是时尚的装饰品。

为顺应当下年轻人追求时尚、个性的生活方式，iv艾威电子烟目前已经推出经典美式烤烟、薄荷爆珠、丝滑拿铁、清新绿茶、贵妃荔枝、芒果冰沙六种口味。未来，iv电子烟还将与英国AIR SCREAM实验室合作，预计每个季度都将为消费者推出一款新口味。

目前，iv艾威电子烟在全国进行招商，计划布局包括烟酒店、酒吧、KTV、便利店、大型卖场等在内的国内近万家烟酒销售实体店。此前，iv已获得了数千万的融资，新一轮融资正在紧锣密鼓进行。

张耿彬曾表示，“电子烟就像是红酒，每种品牌都有不同的香味。未来，电子烟也将像红酒一样，尽管消费场景同传统白酒消费有所区别，却依旧逐渐获得了消费者的认可与青睐。”

实力与颜值并行的iv艾威电子烟，将掀起电子烟行业的一场变革。

酒+电子烟，这片新蓝海应该怎么闯？文末留言等你分享！<https://mp.weixin.qq.com/s/SqCuUd-VJdwgQCNgQoQ7pg>