

# 智能时代,我们如何买酒?

当酒瓶开始思考,当货架学会推荐,我们的消费选择正经历着一场静默而深刻的变革。

徐菲远

超市的荧光灯均匀洒下,成排的饮料瓶静立如仪,构成一幅现代消费场景的静物画。这看似静止的场景之下,数据如暗流奔涌,算法正悄然重塑我们与物品对视、触碰、最终携之而归的整个仪式。人工智能已深深嵌入饮品从原料溯源到消费终端的漫长链

条,它带来的不仅是销售效率的革新,更是一场关于物质文化、身份认同与意义交换的深层变革。我们正在见证一个“算法泛在”时代的来临,在这个时代里,每一瓶水、每一罐酒都承载着看不见的数据灵魂,参与着更为复杂的文化对话。

## 视觉的博弈

走进PRS IN VIVO设于伦敦的“零售实验室”,在这里,购物这一日常行为被置于人类学的观察镜下。参与研究的消费者佩戴着眼动追踪眼镜,他们的目光轨迹在模拟货架间游移、聚焦、滑过,每一次无意识的停留,都被精准捕获。“我们记录的,是注意力如何在商品丛林中被捕获、被引导,最终被俘获的微观戏剧。”董事总经理Patrick Young如此形容。消费者指尖掠过瓶身的触感抉择,拿起又放下的犹豫瞬间,这些细微动作,都被转化为海量数据,成为解读消费潜意识的密码。

在这里,包装设计超越了其物理保护功能,演变为一套精密的“视觉沟通系统”。它必须在极短的瞬间,完成品牌价值的传递与文化共鸣的建立。

人工智能通过分析数十万次这样的交互,正在掌握一套复杂规则:如何运用色彩的心理影响——比如可口可乐的红色所激发的活力联想,与巴黎水的绿色标签传递的天然清新感截然不同;如何通过瓶身造型传递不同信息——尊尼获加的斜标方形瓶承载的经典与传统,对比新兴低度酒品牌采用的修长流线型瓶身所暗示的时尚与轻盈;甚至如何通过材质肌理诉说“真实”的故事——粗糙的再生纸标签与光洁的金属瓶盖,讲述着截然不同的品牌性格。

当绝对伏特加的经典透明瓶与实验性的雾面限定版在测试中同台竞技时,算法解析的不仅是美学偏好,更是一种文化态度的选择:是对永恒经典的认同,还是对变革创新的拥抱?

## “可持续”的诗意表达

当百利甜的金属瓶身反射出冷冽的现代光泽,当嘉士伯推动用可降解胶膜取代塑料环,当全球各地的品牌探索纸瓶、轻量化玻璃乃至可食用包装时,这远非一场单纯的材料科学竞赛。Young指出,驱动这场变革的底层逻辑,通常交织着人工智能对社交媒体讨论、循环经济模型、消费者环保偏好数据的复杂分析。“可持续性,正从一个附加的道德命题,演变为产品最核心的美学语言与品牌最根本的叙事基础。”

然而,真正的文化挑战在于沟通。如何将抽象的“绿色”理念,转化为能在货架间瞬间“打动”人心的视觉

符号与情感体验?这催生了一场全球性的设计实验。在北欧,极简主义的设计语言,将“减耗”理念转化为一种冷静而高级的“理性之美”;在日本,清酒品牌常采用传统和纸与朴素的毛笔字标签,将环保与“侘寂”哲学中对自然与质朴的敬畏相连;而在许多本土精酿工坊,粗犷的手绘标签与本地原料的故事,则诉说着一种“在地化”的亲近与真诚。人工智能扮演着文化转译者的角色,它分析不同地域、不同人群对“自然”“责任”“未来”的视觉联想差异,帮助品牌找到最有效的沟通方式,将宏大的环保理念,转化为能与个人价值观产生共鸣的视觉表达。



## 数字化的魅力

技术正在为日常消费品赋予一种全新的、“可交互的魅力”。以澳大利亚富邑集团旗下的19 Crimes为例,其增强现实(AR)标签,消费者购买一瓶酒,就如同开启一部佐餐的微型历史剧。消费行为由此超越了单纯的物理满足,延展为一次文化探险与知识获取的沉浸式体验。

全球最大的葡萄酒社区Vivino,其核心是一个不断进化的机器学习引

擎。它根据你扫描的酒标、评定的分数、浏览的记录,不仅能推荐你可能喜欢的下一瓶酒,更能潜移默化地绘制着你独特的“数字味觉图谱”,甚至能将你连接至品味相近的全球社群。智能酒壶Nina的出现,则重新定义了分享的时空边界——无论身在何处,你都能远程为好友斟上一杯,或将自家吧台向远方客人“虚拟开放”,创造出数字时代特有的共饮礼仪与情感联结。

在中国,部分领先的白酒品牌如茅台和五粮液,也开始探索区块链溯源与数字藏品。一瓶物理意义上的酒,其酿造批次、流转历程被永久记录;而与之绑定的数字艺术品,则赋予其收藏与社交的新维度。当古老的酿造技艺与前沿的数字技术相遇,消费便变成了对一种混合价值的拥有:既是对实物佳酿的品尝,也是对一段独一无二、可验证的数字记忆的持有。

## 缝隙中的创新智慧

这些实践者擅长运用可及的数据工具与数字技术,深度挖掘自身与社区、风土的情感联结,并将其转化为产品独特的文化内核。他们可能通过分析社群反馈,发现消费者对“真实溯源”与“文化身份”的强烈渴望,进而将本地特有的物产、技艺或历史,通过现代设计语言与交互技术进行创造性转化。

例如,在全球精酿文化与精品农业

领域,诸多小型生产商正实践着“科技人文主义”。他们运用数据分析优化酿造工艺或种植方案,同时,将生产过程背后的风土故事、匠人心志,通过AR交互、区块链溯源或社交媒体叙事,转化为产品不可或缺的体验部分。技术在此成为一座桥梁,连结了古老的智慧与当代的消费语境,将小规模“特色”,放大为可被广泛感知和珍视的“价值”。

正如行业观察者所言,人工智能等工具能够帮助敏锐的创造者,系统性地发现主流市场中未被充分表达的情感空白与文化需求。当技术被赋予深厚的人文视角与地方性知识,它便不再是标准化生产的推手,而成为文化多样性最生动的表达媒介与赋能引擎,让每一种独特的声音,都能在时代的交响中找到自己的和弦。

## 找回选择的乐趣

当算法能够以惊人的精度预测偏好,构建高度个性化的“信息茧房”时,一个深刻的疑问随之浮现:消费中意外发现的惊喜是否正在消退?我们的选择视野是否会因此变得狭窄?与此同时,反思性实践正在萌芽——东京茑屋书店设置“意外发现”书架,阿姆斯特丹有超市尝试打造“慢速购物”区,这些尝

试都旨在恢复选择的丰富性与自主性。在这个由数据编织的新消费世界里,我们手中的饮品已然成为一个多维度的文化样本。它的形态经过精密测试,包装承载着可持续宣言,数字身份则在更广阔的空间延续故事。每一次购买抉择,都成为一场复杂的对话——既是与品牌的沟通、与科技的协商,更

是与自身不断演变的欲望和价值观的深层对望。货架学会了思考,而我们,作为消费者,正学着在这场静默却深刻的瓶中叙事中,做出更清醒、更富意义的书写与回应。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

