



## 阅读导览

- 瑞幸咖啡正式宣布与贵州茅台达成战略合作
- 营销创新强化品牌势能，极大活化品牌形象



王小博

百思特品牌咨询BG总经理  
品牌战略资深顾问  
新消费品牌研究专家  
著有《新消费新营销》



9月4日，瑞幸咖啡正式宣布与贵州茅台达成战略合作，联合推出的“酱香拿铁”在i茅台App、瑞幸App和小程序上线，售价为38元/杯，优惠后价格为19元/杯。这款酱香拿铁以IIAC金奖咖啡豆作为原料，使用了白酒风味厚奶，每一杯都含有53度贵州茅台酒，酒精度低于0.5%vol（不推荐未成年人、孕妇、驾驶员和酒精过敏者饮用）。酱香拿铁历经双方专业团队上百次调试，实现了浓郁酱香与咖啡醇香的完美融合，可以带来双倍的品饮愉悦。



茅台集团党委书记、董事长丁雄军表示：“本次与瑞幸合作开发的‘酱香拿铁’，每一杯都含有53度贵州茅台酒，我们将始终牢记‘酿造高品质美好生活’的企业使命，就像瑞幸‘创造幸运时刻，激发美好生活热望’一样，都是以‘美好的生活’作为其出发点和落脚点，不断做精品、创新产品、丰富供给，提升一种生活品格，创领一种生活方式。”

此次酱香拿铁发布活动引发了全民关注热潮，茅台的号召力毋庸置疑，这波联名也彻底出圈，很多人都在抢购、品鉴、晒图和分享，迅速引爆互联网和朋友圈，相关话题“瑞幸回应喝茅台联名能否开车”在微博、抖音双平台占据热搜高位。一杯“酱香拿铁”，让瑞幸再探跨界营销天花板，也让茅台靠“一滴酒”拿到全国超过上万块广告牌所能达到的宣传效果，咖啡、白酒双赛道顶流的合作成果只有前不久刚发布的华为Mate60Pro可以堪比。

根据抖音瑞幸咖啡官方直播间的数据，“酱香拿铁”的单一渠道销量已经超过100万杯，全渠道销量突破542万杯、销售额突破1亿元！远远超过同为“年度重磅”单品的生酪拿铁（首日131万杯）、椰云拿铁（首日66万杯）、冰吸生椰拿铁（首周666万杯）、丝绒拿铁（九天270万杯）。



X



# 刷新单品纪录！

「酱香拿铁」

单品首日销量 **542万杯+**  
单品销售额 **1亿元+**

感谢用户的热情，感谢每一位瑞幸门店伙伴！

MANNER、Mstand、星巴克和永璞都有“咖啡+酒”的口味组合相关产品，但瑞幸+茅台的组合之所以能够快速创造现象级案例，茅台的强大品牌势能+瑞幸超级用户池是前提基础。茅台千亿销售额长期占据股市白酒第一股地位，其终端价格早已迈入了奢侈品门槛，94%以上无出其右的超高毛利率和长期坚挺的终端售价以及超高端白酒遥遥领先的销售规模，都能证明其具备顶流奢侈品品牌爱马仕、LV一般的品牌势能和价值。而瑞幸拥有过万线下门店和数千万私域用户积累，加上数十次联名跨界营销的经验，已经让它的传播效果不输传统广告公司，同时还能保证销量，瑞幸的营销能力放眼整个消费品行业除了小米和华为之外，快消品中也是独一家。



势能强大的品牌可以创造跨界联名、赛事赞助等很多营销创新可能，反之营销创新可以强化品牌势能，此次酱香拿铁发布，不止是眼球流量和跨界合作，每一个时期茅台的营销创新都极大拉动了品牌势能。瑞幸已经在中国区门店规模远远超过星巴克，营收质量也在不断逼近，流量池打法带来的用户增长实现了消费品领域仅次于小米品牌的现象级成功案例。瑞幸咖啡的一二线城市年轻用户触达能力和用户增长实践以及数字化运营能力和庞大门店覆盖会形成一轮酱香味热潮才是茅台跨界合作最大收获，茅台品牌势能也将继续一路走高。

茅台要引领酱香品类实现品牌持续扩张，持续扩大茅台代表的酱香酒市场份额，就要勇于扩大酱香口味的受众人群，无论是引导有白酒饮用习惯的用户，还是培育没有白酒饮用习惯的年轻群体。触达到年轻人让他们接触酱香口味习惯酱香口味才是培育年轻群体的正确方法。和瑞幸的联名跨界合作很显然达到了这个目标预期。



茅台在联合瑞幸推出酱香咖啡之前就已经开始了跨界之路，2022年5月，茅台联手蒙牛推出了茅台冰淇淋。据茅台官方披露数据，茅台冰淇淋贵阳旗舰店正式营业开售仅7小时，销售额便突破20万。其意图也十分明确：靠近年轻人生活场景，拥抱年轻人喜爱的生活方式，培育年轻人的酱香味觉消费习惯。据悉茅台未来还计划推出巧克力等产品。



茅台和瑞幸咖啡的合作引发了人们对品类创新和品牌战略以及营销创新的思考，究竟茅台的冰淇淋、巧克力和酱香拿铁等创新产品未来会不会活下来，还是一个短期的营销炒作行为？活不下来是不是茅台品牌战略需要重新思考？其实无论未来茅台的跨界延伸产品经营如何，这些跨界合作都极大了活化了品牌形象，尤其是改善了茅台为代表的高端白酒的传统形象，让传统品牌和新生代的潜在用户拥有对话和交流的能力，让传统品牌能够被更多新生代客户更好的理解品牌核心价值主张，让传统品牌能够更多的融入新生代用户的生活场景，让茅台品牌价值在新生代用户中的体验感知和认知期望中形成巨大的势能差，让茅台品牌成为美好生活方式的代表，这才是茅台品牌的战略精髓所在。

(图片来源于网络，侵删)