

以品带效，瑞幸超级新品「椰云拿铁」爆火密码

- ◆ **品牌名称**：瑞幸咖啡
- ◆ **所属行业**：餐饮
- ◆ **执行时间**：2022.04
- ◆ **参选类别**：新消费品牌营销类

结案视频

<https://www.bilibili.com/video/BV1nd4y167vR/>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

新品上市&品牌联名

2022年4月，在瑞幸爆款产品「生椰拿铁」一周年、总销量超过1亿杯之际，瑞幸再度推出椰子类超级新品「椰云拿铁」，并与有34年历史的另一知名「玩椰子品牌」椰树椰汁梦幻联名。

营销活动开展

借此契机，瑞幸在抖音开展「椰云新品周」营销活动，进行新品的种草宣传和直播售卖，依托抖音的内容发酵优势和直播转化能力，期望实现超级新品和消费者的互动出圈，并引爆售卖。

「椰云新品周」是瑞幸在抖音的一次品牌传播超级战役
也是“从品到效”即时售卖转化的一场超级大考

最椰包装
MADE IN

#椰树致敬瑞幸版
瑞幸×椰树
正宗联名

椰云
2022

中国海南
没有一颗椰子

两大玩椰子品牌
椰云拿铁
从小喝到
大气层
在海南岛

“逃出”我们
手掌心
设计师 潘虎

用新鲜椰肉鲜榨
口感飞升天加冰赛
神仙 太好喝了

短期目标

01 事件破圈，声量引爆

借助抖音的海量流量优势和内容传播优势，引发「椰云拿铁」产品和联名事件在抖音端的话题热议

02 新品售卖，直播转化

借助抖音电商生态从种草到拔草的全链路能力，实现新品周直播售卖
500wGMV的销售目标

03 粉丝沉淀，人群拓新

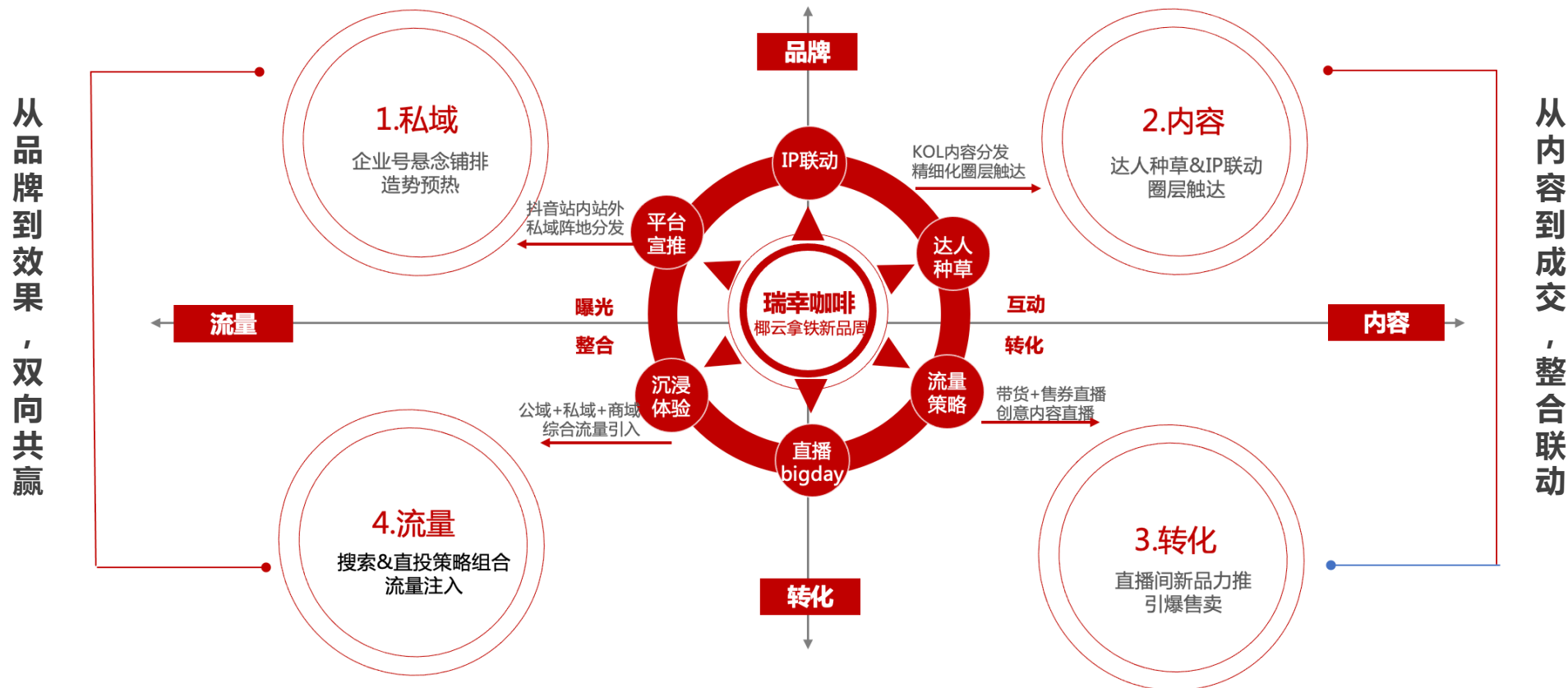
借助抖音人群优势和Z世代影响力，实现官方抖音号粉丝增长，并吸引新用户尝鲜购买，实现品牌人群资产沉淀

长期目标

占领心智，IP延续

借由椰子类超级新品的再度上市和创意传播，巩固瑞幸「玩椰子品牌」的IP属性，并强化与年轻人的情感连接，长线巩固行业优势地位。

打造从“热议话题”到“销售成交”的营销策略



1 私域：官方阵地持续悬念铺排，造势预热引发热议

官方抖音号@瑞幸咖啡luckin coffee 及其他外部私域渠道倒计时3天悬念预热新品及联名方，引发评论热议与全网期待。



倒计时3天
“34年来首次联名”



倒计时2天
“真的有两层”



倒计时1天
“1亿杯的OKR小目标”



评论互动
竞猜“新联名真相”

2 内容：多类型达人种草&美食类IP联动，实现跨圈层触达

达人种草：抖音达人内容合作联动，围绕椰云拿铁新品及瑞幸&椰树椰汁联名事件，结合达人内容风格分别从测评、剧情、才艺展示等丰富角度进行内容植入，实现多维精细化种草。



播放量10w+
点赞量7k+

@大椰子爱吃肉



播放量310w+
点赞量11w+
评论量1.3w+

@林壮士



播放量45w+
点赞量2w+

@半个画家

平台IP联动：联动抖音电商及巨量引擎两大美食垂类IP「抖in乐享计划」及「超级食惠日」，借力平台活动增加事件曝光、拓展转化入口，提振活动声量。



3 转化：抖音小店与品牌私域体系联动，创新核销链路引爆新品售卖

官方抖音号8日连播，配合直播间联名风装修、创新核销链路及精细化新品话术，助推直播间售卖引爆。

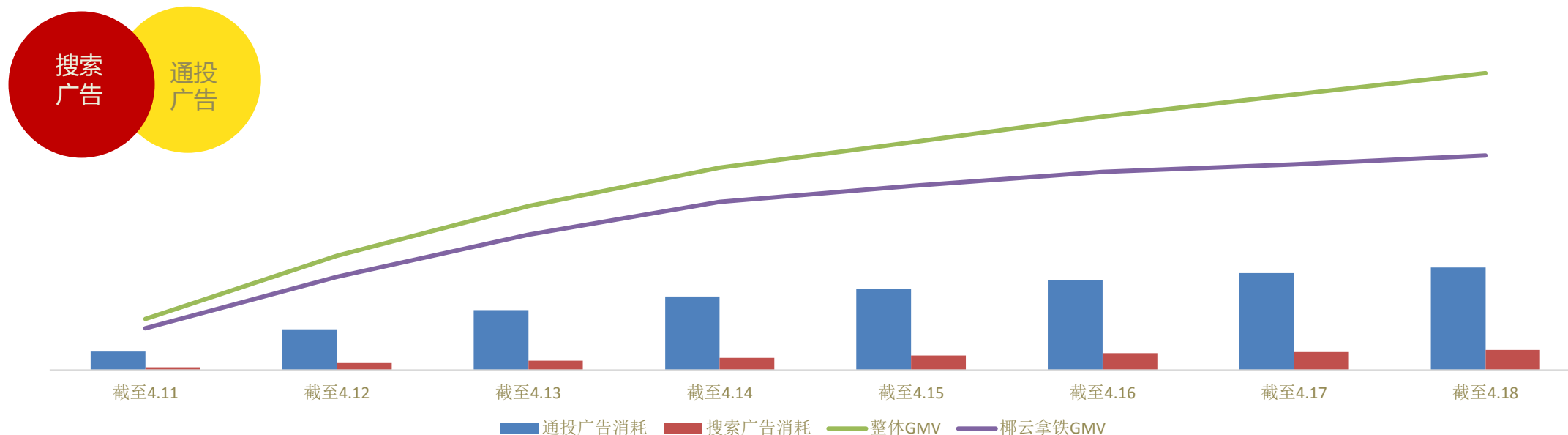


- **联名风直播间装修**，设计椰树联名配套主KV，强化联名的“土潮”视觉锚点，加深对新品的第一视觉感知；
- **创新核销链路**，抖音小店与瑞幸咖啡私域体系API打通，直播间买券，瑞幸咖啡App&小程序下单，线下核销自提或外卖，链路流畅；
- **精细化新品话术**，分配约85%的时间倾斜椰云拿铁新品，最大化宣传推销新品，实现新品的GMV杠杆作用。



4 流量：搜索+直投策略组合，承接全网流量持续导流直播间

直播投流撬动流量底盘，搜索广告精准承接全网声量，双管齐下综合撬动商业流量+自然流量，为直播间实现持续目标人群输入。



落地执行链路：种草与拔草融合交织，超级新品的短链品效营销



瑞幸三大亮点，解锁食饮新品营销新范式

以品带效

种草拔草链路整合

在抖音通过“种草+拔草”的链路配合，引燃新品声量的同时，实现即时的售卖转化，让新品营销和品牌联名能够直接导向销售数据，“占领心智”与“售卖转化”不再是两个独立命题。

链路创新

线下生意上翻线上

抖音电商虚拟券+瑞幸私域API打通，便捷实现线上抖音直播间下单、线下提货核销/外卖配送，助力食品饮料品牌线上线下生意的进一步交互融合。

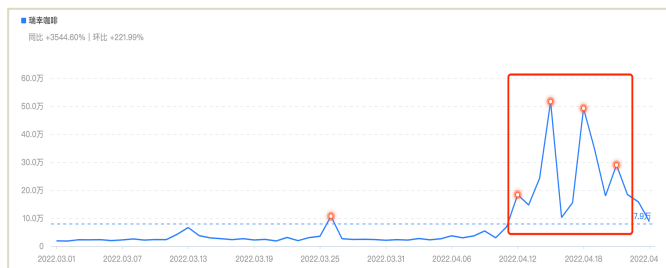
以小见大

小预算撬动大收益

100w+营销投放撬动2000w+销售额目标达成，同时本场新品周直播撬动了海量自然流量，进一步优化了直播间人群模型，助力了瑞幸直播效果的长线正向循环。

短期目标超额达成

01 声量引爆：抖音指数达峰值



- 抖音用户自发参与讨论，全平台热议，关键词「瑞幸咖啡」热度持续攀升。
- 抖音椰云新品周期间，瑞幸抖音指数为近2个月以来的热度峰值。

02 新品售卖：直播GMV2200w+



03 人群资产沉淀：涨粉率43.7%

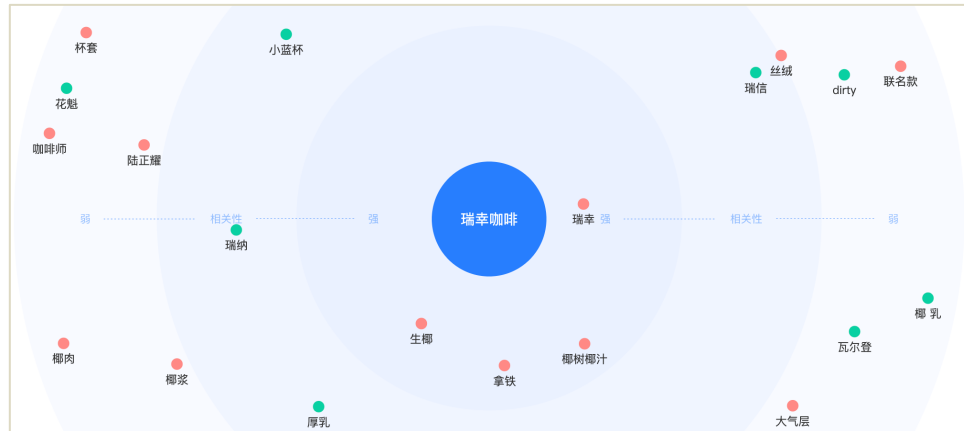


- 瑞幸官方抖音账号粉丝增长**24.7w**，涨粉率**43.7%**，实现私域资产沉淀。
- 撬动大量新用户，在抖音直播间下单尝鲜，**首购率**远高于日常平播，助力瑞幸品牌人群拓新。

* [瑞幸咖啡] 抖音指数, 3.1-4.24

* 瑞幸直播间首购率

长期目标持续进阶



- 「椰树椰汁」「联名款」「大气层」等新品相关关键词成为抖音端瑞幸咖啡的内容关联词，强化瑞幸「玩椰子品牌」的消费者感知，促进椰子概念与瑞幸的深度绑定和用户认知。

- 抖音涌现丰富的用户二创内容、撬动海量用户的自发分享，涵盖探店记录、新品测评、同款自制等，实现与目标人群的深度交互和情感沟通，让作为国民咖啡品牌的瑞幸进一步拉近和消费者之间的距离。