

RIO 锐澳——《肚里有“墨水”，敬你是英雄》

广告主：RIO 锐澳

所属行业：饮料/酒水

执行时间：2019.05.13-05.20

参选类别：跨界营销及 IP 应用类

营销背景

2019 年 5 月 10 日，是国务院设立的第二个“中国品牌日”，天猫也将原来的“国品计划”正式更名为“国潮行动”。天猫作为国潮运动的倡导者，在此次活动中推出多组国潮限定跨界好物。

RIO 锐澳鸡尾酒便是参与本次国潮跨界的鸡尾酒品牌代表。活力、时尚、热情、阳光、快乐、自在的 RIO 锐澳鸡尾酒，自品牌成立起，就一直致力于中国预调鸡尾酒市场的开拓与建立。作为国内唯一一家专业生产鸡尾酒的企业，RIO 锐澳鸡尾酒现已成为中国预调鸡尾酒市场的领军企业。

除了在产品与市场升级与拓展，RIO 锐澳鸡尾酒在品牌营销传播方面也十分突出，去年与六神跨界联名的“花露水口味鸡尾酒”强刷了一波存在感。今年，RIO 锐澳鸡尾酒又在天猫国潮行动中牵手经典品牌英雄墨水，打造了 RIO X 英雄“墨水”鸡尾酒，再度夺人眼球，创造了时尚饮酒新风潮。为此，RIO 锐澳鸡尾酒还特意制作了一系列病毒短片——《肚里有“墨水”》，让消费者在捧腹大笑争当“文化人”的同时，心甘情愿地为产品买单。

营销目标

引导消费者关注本次联名跨界的“墨水”鸡尾酒，并最终实现销售转化；

通过本次联合营销，实现 1+1>2 的传播效果，突出 RIO 锐澳鸡尾酒跨界营销超能玩的的品牌印象，提升其在行业圈内的口碑与高度。

策略与创意

RIO《英雄墨水》：<https://v.qq.com/x/page/s0870bqrsnz.html?start=0>

鸡尾酒界“搞事情”小能手 RIO 锐澳鸡尾酒又出招，将“潮流炫酷鸡尾酒”与“回忆满满蓝黑墨水”结合，联名英雄推出“墨水”鸡尾酒，再次引爆了大众的兴趣点。这是继去年 RIO 锐澳鸡尾酒跨界六神推出“花露水口味鸡尾酒”后的再一次神操作。

传播方面，除了营销重地微博、微信之外，RIO 锐澳鸡尾酒还调动了豆瓣、小红书、快手、知乎等流量平台，通过针对性的全网联动种草策略，邀请各平台知名 KOL 助力站台，全方位、立体化包围目标消费群体，在短期内实现密集刷屏，引发广泛的讨论与分享，为产品上线销售

全面铺垫。

同时，RIO 锐澳鸡尾酒还推出了一系列创意病毒短片——《肚子里有“墨水”》，利用三个无厘头的幽默搞笑故事，播放量近 1500 万，将这波营销操作推向了高潮。

执行过程/媒体表现

前期预热——“墨水”鸡尾酒概念首发，KOL 站台推荐

@机智的何先生 “墨水”鸡尾酒首发引关注；
 微博 KOL 陆续站台送安利，病毒广告播放 1500 万次；
 粉丝踊跃互动，@机智的何先生 喜提“热门微博小时榜”推荐；
 文化人“内涵”联名，吸引 KOL 主动翻牌自发传播；
 12 家知名蓝微覆盖近千万粉丝，联盟阅读量近百万；
 互动话题#肚子里有“墨水”#阅读量近 1900 万；

中期引爆——微信、快手、知乎、豆瓣、小红书全平台种草

快手百万粉丝大 V 发声，亲测开箱实力打 call；
 豆瓣鹅组、生活组直岛预售，热评不断成功出圈；
 12 大小红书博主强烈推荐，强势吸引 5000+收藏；
 知乎大神多维度专业力荐，热门论题里获赞数百；
 精准扩散朋友圈红人 450+，覆盖圈层好友 90 万+；

后期复盘——粉丝返图强推，行业深度盘点，经典跨界项目成案例

跨界成案例，SocialMarketing 当周阅读量 Top1；
 从产品颜值到口味，粉丝花式表扬晒单不断；

营销效果与市场反馈

RIO X 英雄墨水魔性视频——《肚子里有“墨水”》全网播放量近 1500 万；

RIO X 英雄墨水

肚
里
有
墨
水
敬
你
是
英
雄

微博KOL陆续站台送安利，病毒广告播放1500万次！

@人类实验室、@思想聚焦、@天秀bot
 @迷惑行为大赏、@追风少年刘全有
 @噗嗤大叔、@糖不吃先生 等
 KOL总阅读量超1500万，互动量超3万



天猫
国潮

微博话题#肚子里有“墨水”#，话题阅读量近 1900 万，讨论量超 1.8 万；

微博 KOL @机智的何先生 喜提“热门微博小时榜”推荐；

12 家国内外知名品牌声援 RIO，全面覆盖 846 万粉丝群体；

RIO X 英雄墨水

肚
里
有
墨
水

敬
你
是
英
雄

12家知名蓝微覆盖近千万粉丝，联盟阅读量近百万！



天猫国潮

微博、微信、小红书、快手、知乎、豆瓣.....多平台、立体化、全方位、针对性裂墙推荐引发 KOL 跟风种草；

RIO X 英雄墨水

肚
里
有
墨
水

敬
你
是
英
雄

精准扩散朋友圈红人450+，覆盖圈层好友90万+！



天猫国潮

推广上线 1 周，近 11000 人将 RIO X 英雄“墨水”鸡尾酒装进了购物车，官方旗舰店访问量同比增长 65%，销售额同比增长 143%，新客户占比高达 97%；

仅在 5 月推广的期间，RIO 就收获 AIPL 相关消费者 256 万；

通过二次触达直接拉动 购买人群和粉丝人群增长超 20000 人。