ST-GERMAIN 押注 Sophie Turner 推广夏日 Spritz

这款隶属 Bacardi 的利口酒正围绕更轻盈的鸡尾酒推出全球营销活动，借势 Spritz 饮品在全球走红。

2026年5月7日星期四



由 Bacardi 旗下拥有的法国接骨木花利口酒 ST-GERMAIN 正推出一项全球夏季营销活动，由演员 Sophie Turner 领衔，围绕 Spritz 饮品日益增长的人气展开。随着消费者持续寻找更轻盈、更清爽、适合社交场合的鸡尾酒，这一品类也在不断升温。

这项活动以一部设定在法国里维埃拉的短片为核心。片中，Turner 与朋友们在海滩度过一天，随后天气转变。她并未让天气变化破坏这次出游，而是把这一时刻转化为调制一杯 ST-GERMAIN Spritz 的机会，让聚会继续下去。品牌表示，这部影片旨在捕捉其所看到的更广泛饮酒习惯变化：更随意、放松的待客方式，以及适合暖季场景的饮品。

Turner 在一份声明中表示，在完成她所形容的一段紧张但愉快的拍摄日程后，她计划今夏有一部分时间与 ST-GERMAIN 一起在里维埃拉度过。她说，ST-GERMAIN Spritz 是她理想的夏日饮品，因为它轻盈、鲜活、清爽，无论是在偏远海滩还是在家中享用都很合适。

随着 Spritz 饮品持续在全球获得关注，这项活动也适时推出。ST-GERMAIN 表示，2025 年全球范围内对 ST-GERMAIN Spritz 的 Google 搜索热度上升了 20%，同期对 Hugo Spritz 的搜索量则增长了 58%。公司称，搜索活动在春季和夏季达到高峰，并将这段时期称为 Spritz 季。

ST-GERMAIN 全球副总裁 Emma Fox 表示，品牌希望反映当下人们的社交方式，更强调简单聚会和即兴时刻。她说，与 Turner 合作的这项活动旨在表明，无论天气如何，任何人都可以用一杯 ST-GERMAIN Spritz 来主持鸡尾酒时光。

公司还计划围绕这项活动推出一系列夏季推广，包括快闪活动以及来自全球创作者的内容。其中一项重点活动将是 7 月和 8 月在戛纳举办的 Riviera Club 快闪店，届时访客可以在受法国海岸启发的场景中品尝这款饮品。ST-GERMAIN 还表示，稍晚些时候将发布一项时尚联名合作，作为其努力的一部分，将这款饮品不仅定位为鸡尾酒配料，也塑造成更广泛生活方式形象的一部分。

ST-GERMAIN 表示，其标志性 Spritz 由 40 ml 接骨木花利口酒、60 ml 干型起泡酒、60 ml 苏打水和柠檬皮制成。品牌称自己是一款法国利口酒，每瓶 750 ml 酒液中使用多达 1,000 朵手工采摘的接骨木花，并表示其风味带有梨、葡萄柚和热带水果的香气。