2026年11月13日 星期五
E—mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

牛栏山酒厂以“六·五”战略为纲 把民酒基本盘做成价值增长极



自1952年正式建厂以来，牛栏山酒厂七十余载深耕不辍，始终坚守“为民酿酒、酿好民酒”的初心，将国家级非物质文化遗产“牛栏山二锅头酒酿制技艺”薪火相传，同时，在与现代科技和消费需求的深度融合中不断打磨过硬品质，并先后斩获“中华老字号”等权威认证，成为深受国民信赖的中国二锅头领军品牌。

在顺鑫“六·五”战略总纲指引下，牛栏山酒厂正迈入高质量发展的关键期，承担着民酒基本盘稳固全国化渠道压舱的重要使命，同时亟待破解品牌升维、产品升级与营销升级三大核心命题。

面对当前经济形势，牛栏山酒厂的最大经营挑战和机遇是什么？机遇和挑战，眼下在牛栏山酒厂身上是交织在一起的。从机遇看，消费理念迭代升级带来新增长空间，理性饮酒、悦己饮酒趋势愈发明显，新消费场景不断涌现，为品牌年轻化与产品创新提供市场基础。再看品类，轻口味白酒这条新赛道目前还未形成绝对龙头，牛栏山具备抢占品类开创者地位的先发条件，有望通过差异化定位探索新的增长方向。同时，依托扎实的科研基础、广泛的国民品牌认知以及全国渠道网络覆盖等既有优势，叠加企业的轻资产布局，为牛栏山酒厂转型提供了支撑——转型成本相对较低，加上广泛的品牌受众和消费者数据基础，为后续数字化运营和用户价值挖掘创造了有利条件。从挑战看，白酒行业总量持续收缩，正处在结构性变革和价值重塑的攻坚期；光瓶酒市场既要面对区域性品牌的竞争，也要面对名酒品牌下沉产品的挤压。

提到牛栏山，“民酒”两个字始终是品牌最鲜亮的底色，也是被老百姓叫了几十年的口碑。在“六·五”战略的新起点上，牛栏山酒厂如何看待和践行“民酒”这一价值定位？在“六·五”战略指引下，牛栏山酒厂对“民酒”作出了新的时代定义：以大众消费价值为核心，以人民群众对美好生活的向往为使命，与时代同行，与广大消费者共生共创，品质过硬、品牌温暖，质价比突出、悦心共情的新时代国民好酒。这一定义，是牛栏山从“民酒”走向“新民酒”的价值升维，是品牌价值重塑的根本遵循，也是牛栏山与广大消费者、经销商伙伴共同奔赴的方向。围绕这一定位，我们将坚持把民酒价值做深做实，以匠心守护品质底色，以文化涵养品牌温度，持续打磨让大众喜爱、让市场认可的产品。

“六·五”战略给牛栏山酒厂指明了哪些具体的发展思路？集团“六·五”战略的整体部署中，给牛栏山酒厂指明的发展思路是很清晰的，核心就是一条——以变革、创新、复兴为主线，推动企业重新激活、再上一个台阶。对于牛栏山酒厂来说，就是要紧扣这条主线，继续坚守民酒这条赛道，破除过去靠单一单品打天下的路径依赖，把企业的核心竞争优势重新立起来。

围绕“变革、创新、复兴”这条战略主线，牛栏山酒厂将从哪些方向着手推进战略落地？在集团“六·五”战略指引下，牛栏山酒厂立足坚守民酒、迈向“新民酒”的价值定位，重点推进品牌价值升维、产品与技术驱动、数字全域赋能、组织机制变革四大工程。在品牌价值升维方面，践行新民酒内涵，推动品牌向匠心民酒、时代民酒、文化民酒升级，做好主副品牌差异化运营，用好非遗、工业文旅等资源，持续丰富品牌文化表达。在产品与技术驱动方面，搭建“高端形象—腰部增量—大众底盘—年轻创新赛道”的产品矩阵，构建以陈酿为核心，特级牛二、金标牛轻口味为两翼的产品格局，同步夯实研发技术储备，为产品迭代提供支撑。在数字全域赋能方面，打通业务全链路的数据能力，探索新零售模式，依靠数字化实现渠道协同与经营提效。在组织机制变革方面，打造敏捷高效的市场化组织，优化架构流程，引育专业人才，完善协同与激励机制，为各项战略落地提供组织保障。

“六·五”战略方向已经明确，针对“落地的第一步”，聚焦眼下这一阶段，牛栏山酒厂将重点推进哪些工作？眼下这一阶段，牛栏山酒厂将聚焦两款产品发力：一款是特级牛二，重点做全国化布局；一款是金标牛轻口味系列，重点做市场拓展。围绕这两款产品，我们要搭建起以陈酿为核心，以特级牛二、金标牛轻口味为两翼的“一体两翼”光瓶酒及中高端盒装酒产品体系，并同步推进营销“三级管控”体系建设工作。一方面依托特级牛二持续迭代大众光瓶产品的品质表达，守牢民酒基本盘；另一方面依托金标牛轻口味系列，探索轻饮新赛道，更好对接新生代消费需求。

从“民酒”到“新民酒”，变的是时代语境下的价值表达，不变的是服务大众的初心。牛栏山酒厂将继续坚守民酒赛道，走好属于国民白酒的高质量发展之路。

广告

