

一杯“轻白酒”，如何让牛栏山切入年轻化赛道？

牛栏山此次推出的金标牛轻口味纯粮白酒，精准地把握了消费新趋势，是对“民酒”价值的时代性升华。

本报记者 刘雪霞 发自北京

当国民喜剧符号岳云鹏与一瓶轻口味白酒建立深度品牌关联，这一动作本身便构成一个清晰的行业隐喻：一个深植于大众日常的白酒品牌，正以主动姿态，发起一场对“民酒”内核的当代重构与价值升维。

1月13日，牛栏山于北京牛栏山二锅头文化苑，以“New for us · New for all”为主题，正式发布战略新品金标牛轻口味纯粮白酒。

这绝非一次简单的产品上新，而

是一份承载着行业洞察与品牌远见的“战略宣言”。它系统阐释了牛栏山如何以科技之“重”淬炼体验之“轻”，以传统之“厚”对话时代之“新”。

这标志着，这位“民酒”领军者正以对传统的深刻敬畏与对未来的开放姿态，开启从“大众消费的酒”到“最懂大众的酒”的战略转型，为国民品牌的未来航向锚定清晰而坚定的坐标。

价值重构时代，“民酒”的升华与应答

当前，中国白酒行业已步入存量竞争与价值升级的“深水区”，两大结构性趋势正在重塑行业生态：

其一，消费主体的代际跃迁。

85后、90后乃至Z世代已成为消费中坚力量，他们带着全新的“饮酒价值观”入场。调研显示，超60%的年轻消费者认为，传统白酒“辛辣刺激”“饮后负担重”，因而，更倾向于选择低度、利口、易饮的酒款。他们消费的不仅是风味，更是整个饮酒过程中的舒适度与自我愉悦感的达成。

其二，消费动机的根本性转向，即从“悦人”到“悦己”。

酒饮场景正从正式的宴席舞台，广泛渗透至朋友小聚、个人独酌、居家放松等碎片化、私域化的生活间隙。饮酒的目的，亦从达成社会关系的外向型工具，转变为关怀内心感受、安放自我情绪的内向型媒介。

这对以广大消费者为根基的“民酒”牛栏山而言，无疑站在了关键的十字路口。坚守传统固然是路径之一，但拥抱变化、主动重构价值，才是通向未来的钥匙。金标牛轻口味纯粮白酒的推出，正是牛栏山交出的时代答卷。

牛栏山酒厂厂长宋克伟在发言中表示，金标牛轻口味纯粮白酒的上

市，是牛栏山响应时代呼唤、开启发展新纪元的重要一步。它根植于“为民酿酒，酿好民酒”的不变初心，以科技强化品质内核，以体验链接情感需求，旨在打造一款兼具品质厚度、情感温度与生活态度的当代白酒典范。这不仅是产品创新，更是品牌与消费者乃至时代同频共振的宣言。

站在行业高度，中国酒业协会理事长宋书玉对此给予了深刻解读。他强调，中国白酒产业正处在从规模扩张向品质与价值提升的关键转型期。消费市场的深刻变迁，要求行业必须重新审视“好酒”的定义——它不应仅是传统工艺的结晶，更应是时代情绪与生活方式的载体。

牛栏山此次推出的金标牛轻口味纯粮白酒，精准把握了消费新趋势，是对“民酒”价值的时代性升华。这一举措，不仅展现了牛栏山作为民酒领袖的市场敏锐与创新担当，也为整个行业如何满足人民对美好生活的新向往，提供了极具启发性的实践方向。

至此，一杯酒的价值重构，清晰映照出一个品牌乃至一个行业在历史十字路口的前行方向。金标牛轻口味纯粮白酒所承载的，正是这份关于“民酒”未来的新定义。



温柔背后，是看不见的“硬核”诚意

金标牛轻口味纯粮白酒所带来的绵柔体验，绝非简单的降度处理，而是一场基于风味科学、酿造工艺与感官体验的“系统化再造工程”。

这杯酒的“柔”，来源于牛栏山多年的技术底蕴与匠心投入。

一度之微，是科学计算的温柔

36% vol，这个度数不是凭空而来的。科学研究发现，这一酒精度是风味的“甜蜜点”：既能完美托起五粮的精华香气，又能大幅降低酒精的灼热刺激。它巧妙地绕过了高度酒的辛辣，也避开了低度酒的水感，实现了“入口即有味，

微醺无压力”的黄金平衡。

时间与耐心，是酿造最大的温柔

为了一抹温柔口感，牛栏山不惜“慢下来”。“低温慢酿”工艺，将发酵周期从60天延长至95天，让微生物和风味物质有充足的时间温柔转化。仿佛文火慢炖，所有的醇厚与甘甜，都在静默的时光中沉淀出来。

为你“减负”，是科技最深的温柔

饮后的轻松感，源于对负担物质的精准剔除。金标牛采用“纳米净化”技术，如同为酒体做了一次精密的分子梳理，精准过滤掉这些会给身体带来负担的成分。

喝下去的，更多是风味与愉悦，少的是身体负担。

五粮的“黄金比例”，是自然的温柔馈赠

风味的和谐，始于源头。金标牛的五粮配比——高粱42%、大米26%、糯米16%、小麦10%、玉米6%，蕴含着自然的巧妙。相邻谷物间的比例，竟都接近美学上的黄金分割率(约1.618)。这仿佛是自然与匠心的一次默契握手，共同雕琢出“香、柔、甜、净”的和谐口感，构成了其独特的风味图谱。

以“轻”驭重：一杯酒背后的牛栏山战略升维

金标牛轻口味纯粮白酒的发布，是牛栏山在白酒行业价值重构关键期，主动发起的一场深刻“战略校准”。这远非一次普通的产品迭代，而是品牌面向未来十年的系统性布局，宣告着其从“民酒巨头”向“时代品牌”的升维之路正式启程。

正如牛栏山酒厂副厂长陈世俊在主旨演讲中所指出的，面对消费主体代际更迭与“悦己”需求崛起，品牌的核心使命已发生深刻转变：从单纯提供产品，转向深度洞察并满足消费者对品质、情绪与文化认同的三重期待。金标牛轻口味纯粮白酒，正是牛栏山“倾听了时代声音后，交出的一份诚意答卷”，它清晰映射出品牌应对变局、重塑价值的战略思考。

这一战略落地的核心，在于品牌内核的主动进化。牛栏山正将其“民酒”定位，从“大众消费的酒”升华为“最懂大众消费的酒”。这一理念在品牌沟通

层面得到生动诠释：新晋代言人岳云鹏以其真诚质朴的欢乐形象，成为连接年轻一代的情感纽带，和代表经典与信赖的往昔代言人王刚，形成“新老同台、双星共耀”的格局。这不仅是代言矩阵的焕新，更是牛栏山“守得住根本，看得见未来”战略智慧的形象表达，旨在跨越代际，与消费者建立更深层次的情感共鸣。

伴随着内核升维，牛栏山的竞争范式也在同步重构。金标牛的实践揭示，未来的市场竞争将是系统性消费体验能力的较量。具体而言，牛栏山正沿着两大路径构建新的竞争壁垒：

一是将深厚底蕴转化为可感知的“品质语言”。

通过菌群培优、低温慢酿等四大工艺体系的创新，品牌正将传统的酿造技艺，系统转化为“低醉酒度”“入口丝滑”等现代、可验证的品质承诺，推动竞争从香型、价格层面，向风味科学与体感

优化的纵深迈进。

二是从渠道驱动转向“价值观驱动”的品牌引力构建。

金标牛轻口味纯粮白酒所倡导的“小微醺，才开心”理念，已超越产品功能，升华为一种契合当代生活哲学的“轻”处世态度。这标志着牛栏山的增长逻辑，正从过去依赖渠道网络的广度，转向依靠品牌自身的文化吸引力来凝聚用户、开拓场景。因此，牛栏山擘画的未来图景，是成为一个兼具规模根基与时代气息的国民品牌生态。它既坚守“为民酿酒”的初心与大众市场的深厚根基，又能以持续的价值创新和真诚的情感对话，与每一代消费者同行。

这杯36度的“轻”，承载的正是牛栏山在时代浪潮中稳健航行的“重”量级战略远见。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众账号。

