

携岳云鹏发布“喝牛酒,做牛人”TVC 牛栏山重新定义“新民酒”

2026年的中国白酒行业,仍在深度调整的轨道上运行。产量、销量、利润三重收缩持续加剧。就在这样的行业寒冬中,一家以“民酒”定位深耕大众市场数十年的企业,作出了自己的选择。

近日,牛栏山酒厂正式发布全新品牌商业电视广告(TVC),岳云鹏作为品牌代言人亮相,并首次系统阐述“新民酒”内涵。此次发布,标志着牛栏山“民酒”战略进入价值升维新阶段,亦是品牌面向行业深度调整期作出的主动回应。从“民酒”到“新民酒”,一字之变,背后是这家国民白酒品牌面向C端时代作出的系统性战略回应。



一次品牌表达的转向

9月初,牛栏山酒厂正式发布了以“喝牛酒,做牛人”为主题的全新品牌TVC。品牌代言人岳云鹏出境演绎,将镜头对准普通人的真实生活场景。

TVC没有华丽的布景,没有宏大的叙事。TVC将镜头聚焦普通人的真实生活场景,以质朴、真诚的影像语言,呈现平凡日常中的坚持、乐观与温情,传递“每个平凡的人,都是自己生活中的牛人”的核心价值主张。

据了解,牛栏山希望以此TVC向每一位认真生活的普通人致敬,以情感共鸣建立品牌与消费者之间的深层连接。岳云鹏的成长经历与亲民气质,与牛栏山“国民好酒”的品牌定位高度契合。

事实上,早在2026年1月,牛栏山就已官宣岳云鹏为品牌代言人,彼时正值金标牛栏山白酒新品发布。此次全新品牌TVC的发布,可以看作双方合作在品牌层面的进一步深化。

业内人士指出,牛栏山此次牵手岳云鹏发布新TVC,将镜头对准普通人的日常,用温情的画面代替传统白酒广告常见的宏大叙事。这条片子以亲民、共情的方式,与大众消费者建立情感连接,也为同行在品牌升级方向上做了一次差异化的示范。

一支TVC的发布看似只是一个品牌传播动作,但放在牛栏山20余年的发展轨迹中来看,它是民酒战略长期积淀后的一次集中表达。梳理牛栏山20余年的发展轨迹,可以清晰地看到一条战略主线。

24年前,当行业热衷于进军高端市场时,牛栏山却规划出“深耕下沉市场,聚焦大众光瓶酒赛道”的独特之路。时至2016年,牛栏山在“四五”战略规划中正式将“坚持民酒定位原则”写入企业发展顶层原则,民酒战略由此上升为企业长期战略。2021年以来,牛栏山以“五五”战略为指引,推动民酒战略向“高质量民酒”转型。

定义“新民酒”内涵

沿着这条战略主线走到今天,牛栏山迎来了“新民酒”定义的正式亮相。

据了解,TVC发布的同时,牛栏山首次系统阐述了“新民酒”的定义。面对行业深度调整与消费理念变迁,牛栏山在“民酒”战略基础上,完善了“新民酒”定义:新民酒,是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。

此次“新民酒”的提出,是在此前基础上的又一次跃升,也是对“国民好酒”内涵的再定义。

“以大众消费价值为核心”,明确了新民酒的根本立场。牛栏山始终扎根最广大的消费群体,这是品牌的根基所在,亦是“民酒”战略的核心辨识。

“以人民群众对美好生活的向往为使命”,将新民酒的价值从产品层面提升至民生高度。牛栏山的产品,不仅是饮品,更承载着对普通人日常生活的陪伴与慰藉,体现国民品牌应有的社会责任与民生温度。

“与时代同行,与广大消费者共生共创”,体现了新民酒面向消费变迁的主动姿态。当前,饮酒观念正从“悦人”向“悦己”转变,消费者从追求外在标签转向注重内在体验。新民酒以开放、共创的姿态回应这一趋势,与消费者共同定义新时代的好酒标准。

“品质过硬、品牌温暖”,构成新民酒的立身之本。品质过硬是底线,品牌温暖是底色——牛栏山始终以亲切、可靠、有人情味的品牌形象亲近大众,理性与感性兼备。

“质价比突出、悦心共情”,是新民酒的价值落点。质价比突出,即让消费者为实实在在的品质买单;悦心共情,即满足新时代消费者对情绪价值与精神共鸣的深层需求。从“物有所值”到“心有所悦”,是新民酒的关键跃升。概而言之,新民酒是民酒战略在新时代的价值升级,是牛栏山对“国民好酒”的重新定义与坚定承诺。未来,牛栏山将以“新民酒”为战略

统领,推动品牌、产品、渠道、组织系统性升级,将定义转化为消费者可感知的品质与体验。

品牌焕新 再创民酒新高度

TVC发布只是牛栏山这一轮品牌动作的起点。围绕“新民酒”战略,牛栏山正在推进一系列系统性调整。围绕“新民酒”内涵,牛栏山将聚焦品牌价值、品牌体验、品牌势能三个维度,推进系统性品牌焕新。

坚守品牌价值,夯实国民根基。以陈酿系列为代表的大众产品,是牛栏山国民品牌的根基所在。牛栏山将持续以匠心品质守护大众消费价值,以温暖品牌形象陪伴大众日常,让国民好酒成为老百姓餐桌上值得信赖的熟悉味道,筑牢品牌与大众之间的深厚信任。

拓展品牌体验,拥抱时代需求。牛栏山积极回应轻饮化、年轻化的消费变迁,以创新产品形态与多元场景体验,让品牌从传统白酒消费场景延伸至更丰富的日常微醺时刻,拓展国民好酒在新时代的消费边界与情感连接,与新一代消费者建立新的品牌共鸣。

提振品牌势能,刷新国民高度。以全新品牌TVC为起点,牛栏山将持续升级品牌叙事体系、视觉形象与消费者沟通方式,推动品牌从“亲民”稳步迈向“国民”,不断刷新国民好酒的价值高度与时代内涵。

品牌焕新是对国民好酒承诺的坚定践行,牛栏山将以“新民酒”为统领,将品牌价值转化为消费者可感知的品质与温度,与广大消费者、经销商伙伴同心同行,共同再创国民好酒新高度。

当前,中国白酒行业正经历深度调整。牛栏山此次发布全新品牌TVC与“新民酒”内涵,既是一次品牌层面的系统焕新,亦是对广大经销商伙伴的郑重承诺:方向已明、路径已定、根基已稳。

喝牛酒,做牛人。牛栏山愿与广大消费者、经销商伙伴同心同行,在时代变局中开创新局,共同再创国民好酒新高度。