

四城联动点燃城市烟火气

牛栏山打造“美食+美酒+文旅”IP

8月首场至今，“金标牛烟火气餐厅榜”入围颁奖典礼已走过乌鲁木齐、南京、深圳，如今来到福建泉州。11月16日，2023年“金标牛烟火气餐厅榜”入围颁奖典礼在福建泉州举办。



人间烟火气走入泉州

11月16日，2023年“金标牛烟火气餐厅榜”入围颁奖典礼在福建泉州举办。据悉，此次走进福建泉州，是“金标牛烟火气餐厅榜”系列活动的第四站。

在此次活动上，泉州市商务局党组成员、副局长林文荣出席活动并表示，泉州是一座名副其实的“烟火之城”，举办这样接地气的活动与市民生活很融合。

据了解，“金标牛烟火气餐厅榜”是由高德地图和饿了么两大平台联合知名白酒品牌牛栏山共同打造的地方特色美食榜单。在集合高德大数据的同时，也联手餐饮行业权威、菜系名厨、美食KOL共同打造出“美食+文旅”的双料榜单。

对此，牛栏山厂长宋克伟曾在启动仪式上指出，牛栏山作为中国二锅头的领军品牌，始终以酿造品质优良、品牌温暖、在多元消费结构中具有普遍消费价值认同的好酒为己任。相信在各地特色餐厅的广泛参与下，“金标牛烟火气餐厅榜”一定能成为极具影响力的大众美食指引。

从今年8月首场入围颁奖典礼到如今，3个月时间，牛栏山将烟火气借由“金标牛烟火气餐厅榜”不断传

递。在核心大本营市场北京召开启动发布会后，“金标牛烟火气餐厅榜”相继在乌鲁木齐、南京、深圳、泉州四大城市完成评选活动，后续也将在福州、合肥开展评选活动。

中国酒业流通协会会长王新国在致辞中表示，牛栏山作为“民酒价值典范”，近年来取得的成果离不开创新。创新也是推动中国酒业发展的核心驱动力。“金标牛烟火气餐厅榜”的推出，是创新跨界联合、从更广维度上服务民生的有益尝试，也将为白酒行业的多渠道发展探索一条全新路径。在为品牌赋能的同时，也为广大消费者提供更全面更权威的美食餐厅推荐。

值得注意的是，在“金标牛烟火气餐厅榜”不断传递的同时，一股“到金标牛店喝金标牛酒”的民酒风潮正席卷全国。业内人士指出：“此次餐厅榜活动与金标牛产品理念高度契合，使得消费者逐渐形成了到金标牛店喝金标牛酒的习惯。这无论对于品牌宣传，还是产品销售都具有促进作用。”

餐饮复苏促场景消费

2023年“金标牛烟火气餐厅榜”入围颁奖典礼走过四大城市的背后，受益于经济稳步复苏以及旅游业快速回暖。

文旅部数据显示，1-6月，国内旅游总人次23.84亿，比2022年同期增加9.29亿人次；国内旅游收入（旅游总花费）2.3万亿元，比2022年增加1.12万亿元。此外，国家统计局最新数据显示，1-6月，全国餐饮业收入达24329亿元，同比增长21.4%；限额以上单位餐饮收入0.6万亿元，同比增长23.5%。6月，全国餐饮业收入达到4371亿元，同比增长16.1%。

业内人士指出：“随着餐饮消费、旅游消费场景的逐步恢复，为白酒销售提供了消费场景。这对于以牛栏山为代表的民酒而言，是一个发展新机遇。”

事实上，酒水消费与餐饮渠道相互渗透。作为酒水消费的重要场景之一，餐饮渠道为酒水消费打开通路，不断提升酒水产品在终端市场的动销率。与此同时，酒水消费也在不断促进餐饮渠道向高质量发展转型。中国饭店协会副会长金勇表示，牛栏山推出的“金标牛烟火气餐厅榜”，将为扩大内需战略充分发挥消费对经济发展的基础性作用赋能，助力餐饮行业高质量发展走出新路线。

通过调研北京市场不难发现，随着目前餐饮渠道快速复苏，酒水消费也逐渐回暖。其中，作为民酒代表，牛栏山以亲民的价格与过硬的口碑，成为消费者首选产品。其中，在北京部分餐饮店内，金标牛产品市场占有率较高，且消费者口碑较好。

对此，业内人士指出：“牛栏山作为京酒代表产品，在餐饮终端的认可度较高。随着此次深耕餐酒领域，牛栏山不仅能够借助该系列活动，提高终端活跃度，同时也能够助推餐饮行业向上发展。”

打造“美食+美酒+文旅”IP

在打造2023年“金标牛烟火气餐厅榜”时，牛栏山也从民酒的定位与担

当出发，为繁荣烟火气经济、弘扬地区特色饮食文化贡献出自身力量。与此同时，此次榜单发布也具有建设人民美好生活的重要意义，表达了牛栏山深厚的民酒情怀。

北京顺鑫控股集团党委副书记秦晓辉表示，“金标牛烟火气餐厅榜”所构筑的“美食+美酒+文旅”超级IP，所开展的线上线下系列联动活动，进一步助力文旅经济、餐饮消费的提振。

作为“美食+美酒+文旅”IP的有力抓手，金标牛早已成为牛栏山强有力的“第二增长极”。近年来，牛栏山始终坚守“民酒”定位。价值层面，牛栏山多年塑造的过硬内在在价值不断释放。产品层面，近年来塔基产品不断巩固，亲民形象深入人心。此外，借助“金标牛烟火气餐厅”生动化消费场景营造，牛酒集合产品、人群、场景打造“金标牛”一体化IP，让人们在了解产品的同时，也认可产品背后的品牌和文化。

在“百城大会战 决胜金标牛”2022年经销商大会暨金标陈酿营销誓师大会上，牛栏山酒厂党委委员、副厂长申保曾指出，牛酒将用4年时间，将金标陈酿打造成为“中国白酒30-40元价格带纯粮光瓶酒第一大单品”，到2025年底力争完成年销售1500万箱的目标任务，并分两个阶段构建全国市场营销格局。

对此，业内人士进一步指出，牛栏山在新的市场发展周期下，在坚守民酒形象的同时，也手握高质量转型发展的密钥，寻找品牌发展的“第二增长极”。目前，光瓶酒赛道中，金标牛作为强有力的竞争者，在同类产品中具有更好的口碑。不仅如此，从渠道层面来说，牛栏山为经销商提供更优的优商惠商政策，提升经销商积极性的同时，也增强了黏性。

如今，“金标牛烟火气餐厅榜”入围颁奖典礼即将来到福州，金标牛也将借助这一榜单落户福州，传递属于牛栏山的民酒形象。

