

从《主角》中的这半瓶西凤酒 读懂老陕的精神内核与西凤酒的发展雄心

当《主角》的热度席卷荧屏,我们不仅听到了秦腔的雄浑与激昂,更读懂了那半瓶西凤酒背后的深意:它是老陕人的底气,是关中人的信仰,更是三秦大地再次腾飞的时代壮歌。

本报首席记者 杨孟涵 发自宝鸡

近日,央视出品的电视剧《主角》正在热播。该剧除了让诸多观众领略了一把“秦腔”文化外,剧中那极富“陕派”文化的韵味,代表着关中情怀的往事,更让全国观众为之着迷。

陕西籍实力派明星张嘉益所饰演的戏痴胡三元,更是成为其中的热点。他身上既有“老陕”的刚直倔强,又有能够灵活处世的生存哲学。

其中,有一个细节打动了观众:胡

三元对厨师产生误解,当误会解开后,他为了表达歉意,特意请厨师喝了半瓶西凤酒——在那个年代,无比珍贵的西凤酒既代表了陕西人的面子,也代表了陕西人外冷内热的性格特质。

半瓶酒下肚,所有的误会和委屈都烟消云散。这一幕不仅是剧情中情感化解的催化剂,更是对关中大地人情世故的精准白描。这半瓶西凤酒,不仅仅是杯中物,更折射出老陕人深藏于骨

里的精神底色。

生、冷的外在,正如清冽的西凤酒,而骨子里藏着的是热情和醇厚,是历经环境起伏,依旧不改向上攀登精神的天生倔强。

周秦文化里的“守正”与“豁达”

陕西人的性格,被形容为“生、冷、硬、倔”,这种倔强的性格内核,与周秦汉唐几千年间的文化塑造、与沧海桑田变迁之下守着故土而不肯离开的“初心”有关。

作为开启华夏文明的故地,先人在周原之上以“周礼”框定文明公约,此后千百年,长幼尊卑,有序有礼,后人谨守而不敢逾越。

即便后来经历了大秦一统,经历了两汉之治,经历了唐代的万国来朝,周人的后代,依然谨守礼仪,任尔时代变迁,不改我心。

但见惯了朝代更迭,见惯了动荡与太平的演变,后世的陕西人,逐渐在谨守礼仪之外,以坚硬的外壳应对外界变迁,于是,难免有“生冷硬倔”之外在评价。

实际上,这正如张嘉益所饰演的胡三元:他既是性情中人,怒目以对不平事,而面对自身的错误,却能在外冷内热之下,低头倒酒,以一种极致的坦诚面对错误。

而这同样也正如西凤酒的“清而不淡,浓而不艳”——外冷内热,这是一种不随波逐流的坚守。

作为“三千年不断代传承”的古老美酒,西凤酒身上的品质与文化属性一直没变。这份对初心的坚守,正如陕西人身上的硬和倔。

对西凤酒来说,这种守正不只是精神内核的传承,更是对工艺、品质不变的坚守。其千百年来沿袭的“酒海封藏”技艺,直到现在,依然是西凤酒有别于其他白酒的最核心技艺之一。

关中平原不仅为酿造西凤酒提供了独特的生态水土,更以秦岭北麓野生荆条,为贮藏、陈化西凤酒提供了编织“酒海”的天然原料——如今的西凤人正如几千年前的先辈那样,采摘自然原料,酿造传世美酒。

也正是这份对传统工艺的坚守和倔强,让“凤香型”始终保持着最初的风味。

不过,陕西人骨子里并不只是“坚守”,也同样有着豁达和灵活。就好像胡三元对厨师的歉意一样,用半瓶美酒,在觥筹交错中悄然化解。个性的豁达与变通,正如西凤酒于清冽中所迸发的热情。

西凤酒于坚守传承之余,也有“与时俱进”的变通。

不论是通过多年科研攻关所培育的新型专属酿酒原粮“红甸子高粱”,还是引入全新的数字化、智能化自动生产线,都让西凤酒在传承古老风骨的同时,超越了种种界限而勇立时代潮头。

有传承、有坚守、有创新——这就是陕西人,这就是西凤酒。



从“静态符号”到“文化IP”

为什么让陕西人念念不忘的西凤酒,如今能够跨越山海,走向全国乃至全世界?

因为西凤酒已经从一个静态的历史符号与传承记忆,完成了向“现代文化IP”的华丽转身。

在《主角》剧中,核心内容展现的是秦腔这一秦地文化在时代浪潮下的阵痛与新生;而西凤酒则在2025年全面推进了“数智化营销”与“智慧酒厂”的建设,以全新的姿态站在了时代的潮头。

这种跨越时空的蜕变,让西凤酒不再只是“爷爷辈”的记忆。

通过AR技术、沉浸式展览,西凤酒正将周秦文明的“礼乐基因”植入年轻一代的基因。剧中那半瓶酒,连接的是《主角》里戏中人的酸甜苦辣,也是每一个陕西人对家乡文化根脉的集体记忆。

《主角》剧中通过刘浩存等青年演员的诠释,让秦腔艺术焕发出走向世界的现代美感;而西凤酒,则作为“中国酿造”的典型代表,正在全球几十个国家落地生根。

即便面对行业新的深度调整期,西凤酒仍以“红西凤”为旗帜,重回一流名酒序列。在2026世界品牌莫干山大会等国际舞台上,西凤酒正尝试从“产品输出”转向“价值共鸣”。

正如陕西西凤酒股份有限公司副总经理高亚兰所讲,西凤酒正“以文化赋能品牌出海、用凤香联通世界文明”,为中国白酒走向世界提供了兼具高度、深度与可复制性的解决方案。

品牌出海的本质,从来不是简单的商品跨境销售,而是品牌背后所承载的生活方式、文化理念与价值体系能否被海外市场真正理解、认同与接纳。而西凤酒以“文化赋能+品质硬核”双轮驱动,走出了一条独具特色的名酒全球化之路,将东方酒韵传递到全球各地。

在文化传播层面,西凤酒坚持共情融合,拒绝单向灌输式宣讲。

2025年,西凤酒走进柬埔寨、马来西亚、新加坡三国,举办“丝路美酒·凤鸣东南亚”系列活动。西凤将中国传统酒礼、酒俗与当地文化场景深度融合,让当地民众在沉浸式品鉴中,自

然感知凤香背后的历史底蕴与文化故事。与此同时,西凤酒1.2万平方米的文化博物馆全新开放,通过数字技术复原、沉浸式展陈等创新形式,让参观者直观触摸中国酒文化的厚重肌理,实现了品牌传播从“讲故事”到“深体验”的关键升级。

从文化的角度看,《主角》剧中那半瓶西凤酒,不仅是秦川大地的物产,更是陕西人传递给世界的一张红色名片。它代表着一种自信:不论剧本如何更迭,老陕永远是自己生命里的“主角”;不论酒香如何漂洋过海,最正宗的那一口,永远留给家乡的戏台与挚友。

当《主角》这部剧的热度席卷荧屏,我们不仅听到了秦腔的雄浑与激昂,更读懂了那半瓶西凤酒背后的深意:它是老陕人的底气,是关中人的信仰,更是三秦大地再次腾飞的时代壮歌。这一杯,致敬《主角》,致敬西凤,致敬永不落幕的陕西精神!

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

