



从“借势”到“共生” ——访陕西西凤酒营销发展有限公司副总经理韩建科

记者 张昊

当“凤香”遇上“龙舟”，会激荡出怎样的文化回响？六年来，“中国红·红西凤”与安康汉江龙舟节携手同心，完成了一场从“借势”到“共生”的蝶变。这不仅是白酒品牌与地方文旅的深度联姻，更是“名酒+非遗”双向活态传承的生动实践。

近日，陕西西凤酒营销发展有限公司副总经理韩建科接受本报记者专访，解码“龙凤呈祥”背后的文化逻辑与行业启示——从恢复“以酒祭龙”的古老仪式，到打造“可品、可藏、可传”的文化IP，他提出：品牌不应是节庆的旁观者，而应成为城市故事的讲述者、非遗的守护者。这场跨越时空的“龙凤对话”，为当下酒旅融合提供了怎样的“安康启示”？答案尽在对话之中。

记者：韩总，六年来，“中国红·红西凤”始终与安康汉江龙舟节形影相随。这种持之以恒的携手，背后蕴含着西凤集团怎样的文化初心与社会情怀？您如何看待“企业品牌”与“地方文旅”之间从“借势”走向“共生”的内在逻辑？

韩建科：西凤集团连续六年携手安康汉江龙舟节，这份坚持源于一个朴素而坚定的文化初心——让活态非遗走进当代生活，让民族品牌与地方文化共同成长。我们深知，真正的品牌不是单向地借节庆的热度，而是要与一方水土、一方百姓形成命运共同体。

六年来，红西凤与安康汉江龙舟节从最初的冠名合作，逐步走向内容共创、价值共享。龙舟节因红西凤的加入而更具文化厚度与传播张力——我们共同复原了“以酒祭龙”的古老仪式，设计了“壮行酒”沉浸式体验，让游客不再是旁观者，而是仪式的参与者。红西凤也因龙舟节而真正融入了汉江的烟火人情，成为安康人民和各地游客心中“龙舟节的味觉记忆”。

从“借势”到“共生”的内在逻辑，经历了三重跃迁：一是从单次交易到长期承诺，用时间积淀信任；二是从品牌露出的内容共创，品牌不再是赞助商，而是节庆故事的主角之一；三是从单方受益到价值共享，品牌获得文化厚度，节庆获得传播能级，地方百姓获得产业带动。

今年，我们以红西凤公元陆壹捌冠名龙舟节。这款酒是为纪念公元618年——大唐开国与西凤酒前身“昌顺振”作坊载册之年而打造的高端旗舰产品。它坚守“16999”古法工艺，实行专粮、专酿、专储、专调、专线、专控的“六专原则”，选用50年以上珍稀酒海陈藏的核心基酒，历经198次配方优化，由国家级白酒大师勾调。酒体幽雅细腻、回味悠长。它的加入，让“盛唐凤香”与“汉江龙舟”完成了一次深度的文化对话。

当品牌不再是旁观者，而是非遗的守护者、城市故事的讲述者，“借势”就自然升华为“共生”。这正是西凤集团六年来不变的初心，也是我们面向未来的坚定方向。

记者：西凤酒承载着三千年的凤香密码，安康汉水则见证着秦巴明珠的拼搏精神。一个源于周秦故土，一个长于汉水之滨，这两种看似迥隔的文化符号，是如何完成“跨时空对话”并实现“比翼双飞”的？请为我们解读其中的文化耦合点。

韩建科：西凤酒与安康龙舟，一个出自周秦故地，一个生于汉水之滨，看似地理相隔，实则精神同源。它

们的耦合，可以从符号、精神、仪式、时代四个维度来理解。

一是符号的耦合。龙与凤是中国文化中最重要的一大图腾。龙象征水、变动与力量，凤象征火、高洁与祥瑞。安康汉江龙舟节是“龙”的精神在场，西凤酒则名含“凤”字，其酿造与凤文化血脉相连。龙凤呈祥，一刚一柔，一动一静，形成完整的文化体验闭环。

二是精神的耦合。西凤酒的工匠精神讲究“酒品如人品，酿造即天道”，三千年不间断地酿造，靠的是对时间的敬畏、对工艺的坚守。红西凤公元陆壹捌更将这种精神推向极致，“六专原则”和198次配方优化，只为达到幽雅细腻、回味悠长的品质巅峰。安康龙舟精神的核心是“同舟共济、奋楫争先”，桨手们必须呼吸同频、同时发力。二者本质上都是对“极致”的追求，都包含着对集体的集体主义情怀。

三是仪式的耦合。汉水流域自古有“以酒祭水、以酒壮行”的传统。在安康汉江龙舟节上，我们恢复了“以酒祭龙”仪式，由长者手持红西凤公元陆壹捌酒入汉江、祈福平安。酒不再是商品，而是连接古今的媒介。游客也可以在“壮行酒”体验区饮下一杯，感受古人出征前的豪情。

四是时代的耦合。公元618年，大唐开国，盛世启幕，龙舟竞渡也从地方习俗走向全国；同年，西凤酒前身“昌顺振”作坊正式载册。今天，红西凤公元陆壹捌与安康汉江龙舟节的携手，正是盛唐气象与当代文化自信的共鸣。在“奋发、融合、自信”三个维度上，凤香与龙舟达成了完美对话。

这种跨时空的比翼双飞，让一瓶酒不再只是饮品，而成为一条江、一座城、一个时代的文化信使。

记者：宝鸡与安康，一个是周秦文明发祥地、青铜器之乡；一个是秦巴山水生态城、龙舟竞渡之乡。两地文化的差异性 与相似性，恰如“凤鸣岐山”与“龙腾汉江”的和鸣。您如何看待这种“和而不同”？西凤酒所代表的周秦文化基因，又能为安康的现代文旅发展带来怎样的独特启发？

韩建科：宝鸡与安康，“和而不同”正是它们之间最动人的关系。“不同”在于地理与生态：宝鸡地处渭河平原，农耕文明孕育了以礼乐制度为核心的周秦文化，擅长用青铜器固化精神；安康藏于秦巴腹地，山水塑造了亲近自然、崇尚协作的民风，龙舟竞渡正是这种性格的集中体现。“和”则在于，两种文化都根植于农耕文明的时空节律，都尊崇天地人三才之道，都以集体协作为基本的社会组织方式——周秦之“礼”与汉水之“祭”，本质都是人与自然和谐共生的朴素信仰。

西凤酒作为周秦文化的“液态载体”，能够为安康现代文旅发展提供三个层次的启发：

第一，让文化“可品”。味觉是最难忘的感官记忆。安康可以借鉴西凤酒的做法，将龙舟文化中的“壮行酒”“庆功酒”仪式融入餐饮场景，开发“龙舟宴”，让游客在品尝地方美食与红西凤公元陆壹捌的同时，完成一次文化仪式。

第二，让文化“可藏”。周秦文化善于用器物固化精神。安康可以与西凤联合开发龙舟节纪念版产品，将龙舟图腾、汉江水文图等元素融入瓶身设计，使其成为可带走的艺术品。同时可开发“非遗盲盒”，将小型

非遗产品与西凤小酒版组合，吸引年轻人。

第三，让文化“可传”。围绕“公元陆壹捌”这个文化IP，讲述“一瓶酒与一条江的千年之约”——从“昌顺振”作坊载册，到盛唐龙舟盛行，再到今天红西凤与安康汉江龙舟节并肩而行。这条横跨一千四百年的叙事长河，可以通过媒体、短视频、研学旅行持续传播，让人们在提到安康时想到龙舟，提到龙舟时想到西凤，形成三位一体的文化联想。

西凤酒所携带的周秦基因，不是要让安康变成另一个宝鸡，而是提供一种将抽象文化转化为可品、可藏、可传的产品逻辑，这就是“和而不同”最美好的模样。

记者：近年来，“中国红·红西凤”与安康汉江龙舟节的联手，被业内视为“酒旅融合”的标杆案例。您认为这一模式对当下中国白酒行业跨界赋能地方文旅，提供了怎样的“安康启示”？其中最值得推广的究竟是什么？

韩建科：红西凤与安康汉江龙舟节的六年合作，之所以成为标杆，在于它跳出了“景区卖酒”“活动赠酒”的浅层逻辑，完成了从产品输出到文化共建的范式升级。这一模式提供了三点“安康启示”：

启示一：从“借流量”到“造文化”。传统合作中品牌往往充当赞助商，借节庆流量做曝光。红西凤则与安康共同创造了“以酒祭龙”“壮行酒体验”“龙舟与凤香文化沙龙”等具有持久生命力的文化内容。品牌不再是外来者，而是节庆的“自己人”。不要问“节庆能给我多少曝光”，而要问“我能为节庆创造什么独一无二的文化价值”。

启示二：从“卖酒”到“卖体验”。我们在龙舟节现场不设销售摊位，只设免费品鉴和体验区。游客在汉江边看龙舟、品红西凤，那个美好的瞬间会像种子一样种进心里，回家后再产生购买行为。与其说我们和安康父老乡亲分享一缕甘甜芬芳，倒不如说我们让传统酿造的情感记忆走进千家万户，一种更具人文情怀的传承和情感共鸣，必然会成为这个节日最动心的珍存。换一种方式握手，更能拉近我们彼此的距离，也让传统节日有了新的情感表达。

启示三：从“单次合作”到“生态共建”。双方已形成原料端（在安康建高粱基地）、产品端（开发龙舟节纪念版产品）、渠道端（互相引流）、传播端（联合宣传）、公益端（支持非遗传承与乡村振兴）的完整生态。任何一个环节都不是单方面索取，而是互利互惠。

其中最值得推广的，是“名酒+非遗”的双向活态传承。一方面，名酒为非遗“活态造血”——将非遗变成可体验、可消费的文化产品，使其拥有自我造血能力；另一方面，非遗为名酒“活态赋魂”——让白酒以“文化的酒”“仪式的酒”的面貌出现，改变年轻人对白酒的刻板印象。酒不再是工业流水线上的标准品，而是非遗节庆的“文化引线”；节庆也不再是照本宣科的表演，而是品牌与城市共同生长的“精神土壤”。

这个模式回答了“酒旅融合”的根本问题：如何避免“文化搭台，经济唱戏”的空洞？答案是让经济真正为文化服务，让文化真正为经济赋魂。跳出渠道思维，回归文化主场，用真心讲好中国故事——这就是红西凤与安康汉江龙舟节交给行业的最珍贵的答卷。



工人正在800成品包装车间进行检测。



在西凤酒现代化包装生产车间内，工人们正在自动化灌装生产线上有序开展白酒检验、瓶装、封装作业。



在西凤酒智能化酿造车间内，工业机械臂自动完成酒坯转运码垛作业。

“赛事为魂，让节日回归本真” ——访第二十六届安康汉江龙舟节开幕式总导演冉小虎

记者 肖兵

端午前夕的安康龙舟文化园，汉江上龙舟训练的鼓点此起彼伏。连续10年执掌安康汉江龙舟节开幕式的总导演冉小虎，在忙着全流程彩排的间隙，接受了本报记者专访。从传统龙舟的古礼传承，到回归赛事本真的理念创新，这位与龙舟节相伴多年的创作者，细细拆解了本届开幕式背后的坚守与突破。

记者：导演您好，今年是第二十六届安康汉江龙舟节，也是您连续10年担任开幕式总导演，请问您策划本届龙舟节开幕式的核心创作基调是什么？和往届相比，本届最鲜明的变化是什么？

冉小虎：今年我们的核心基调可以用一句话概括：赛事为魂，让节日回归本真。做了十年开幕式，我们一直在思考，龙舟节的核心到底是什么？最终团队达成共识：龙舟节的主角是龙舟队、是划手，是安康的老百姓。

和往届相比，最鲜明的变化就是坚持“赛事为魂”。我们严格遵循“精简、务实、惠民、安全”的办节原则，把以往分散在纯文艺表演、配套活动上的重心，全部收回到龙舟本身。本届开幕式全程围绕龙舟竞技、传统民俗展开，真正让水上赛事成为整场活动的主轴。

另外，本届龙舟赛事和以往相比也有很大的不同。首先，本次赛事参与中国龙舟大联动国赛活动，也是安康市标准龙舟和传统龙舟融合的第一年；其次，参赛人数创历史之最，共86支队伍、近2000人参赛，其中女子龙舟队和青少年龙舟队是最大的亮点，组别分为12人标准舟和22人标准舟。更让人惊喜的是，今年开幕式门票全部免费预约发放，开幕式即为总决赛现场。

记者：本届开幕式仍将合龙仪式作为核心开篇，请问该仪式在还原古礼、活化非遗等环节中有什么寓意？您希望通过这一环节传递怎样的精神内核？

冉小虎：安康龙舟的祭祀传统源远流长，合龙仪式就是从整套传统祭祀里提炼出的核心精华，每一步都有讲究。仪式开始前，我们先以“百鼓迎宾”定调，百

面大鼓同时敲响，先把秦巴汉水的气势拉满。正式合龙时，主礼人按古礼行将龙须、掸浮尘、三叩首之礼，再喊出“合——龙”号令；18名壮汉抬龙头、46名壮汉抬龙舟，行至舞台中央完成合龙，那一刻会有女童声响起“合龙了 安康了”。为什么用童声？因为童声代表未来、代表纯净、代表希望，这是我们对安康百姓最朴素的祝福。合龙之后还有祝酒环节，划手们共饮酒碗，喊出下水号子，延续了老一辈人下水前饮酒祈福的传统意涵。我们做这个仪式，不只是走个流程，是想让观众看到，安康龙舟祭的是天地江河，敬的是屈原先贤，传的是爱国爱家的底色，藏的是安康人“奋楫争先、激流勇进”的精气神。

记者：“抢鸭子、摸鲤鱼”是安康龙舟最具烟火气的传统民俗，也是观众最期待的环节。今年在保留传统内核的基础上，对这一环节做了哪些编排设计，如何兼顾文化本味与现场观赏效果？

冉小虎：“抢鸭子、摸鲤鱼”是安康汉江龙舟节的经典民俗。这是检验划手水性“试金石”，过程中还要给鸭子头上拔毛撒盐，逼得鸭子往深水里钻，比的就是真本事。这个环节的魅力就在于它的原生态、烟火气，所以我们首先是守住本味，不做过度包装，保留传统的竞赛逻辑。

在此基础上，我们做了一些优化，把“抢鸭子、摸鲤鱼”活动区域设在亲水码头周边，让岸上观众能清晰看到划手跃入水中夺标的热闹场面，同时加入了摩托艇、动力桨板在旁烘托氛围，动静结合，既保留了传统民俗的野趣，也让

整个环节的视觉层次感更丰富。

记者：您刚才提到本届开幕式大幅压缩了纯文艺表演的占比，让赛事成为主角。做出这一调整的考量是什么？在流程编排上，如何平衡仪式的庄重感与赛事的紧张感？

冉小虎：这个调整不是心血来潮，是市级层面的统一部署，也是安康汉江龙舟节走到今天的必然选择。综合过去多年收到的反馈，我们了解到，观众来江边，更想看的是龙舟劈波斩浪，是划手奋勇争先。所以今年我们下定决心做“减法”，把舞台真正还给赛事、还给划手。

节奏编排上，我们把整场开幕式控制在约两个小时，逻辑线非常清晰，相当于把“仪式感、竞技感、烟火气”三段式串起来，全程环环相扣，重难点和激烈点交替出现，观众的情绪能一直跟着走，不会有冷场、走神的时候。

记者：本届赛事首次实现传统龙舟与标准龙舟双轨并行，参赛规模空前。在开幕式的呈现中，您如何统筹两类龙舟的展示逻辑？

冉小虎：如果说传统龙舟是安康龙舟文化的“魂”，那标准龙舟就是这项运动走向普及、走向专业的“形”，二者缺一不可。我们的编排逻辑，就是让二者各归其位、各展所长。

文化展示环节，我们让传统龙舟唱主角。合龙仪式用的是正宗“黄锅底儿”传统龙舟，从请龙到下水，完整呈现传统形制；竞速展示环节，标准龙舟挑大梁。开幕式里的100米、200米直道竞速决赛，都由12人、22人标准龙舟完成，严

格对标国家标准办赛，展现竞技体育的专业感。

记者：今年开幕式活动取消售票，核心观演区域实行实名免费预约。这一变化对开幕式现场的动线设计、观众体验和氛围营造带来了哪些影响？创作团队有没有围绕“惠民”做针对性的设计调整？

冉小虎：挑战很大，但很值得。龙舟节本来就是安康先民传下来的民俗，就该让老百姓免费看、尽兴玩。

这个变化对我们的创作提出了更高要求，以前只需要照顾主舞台前的观众，现在要兼顾全岸线所有位置的观演体验。比如所有核心赛事的航道、仪式的核心环节，都尽量面向开阔的江面设计，保证不同位置的观众都能看到关键画面；现场解说采用全域广播覆盖，走到哪儿都能听清赛事进程。

同时我们也配合做了动线和安全设计，核心观演区实名制预约限流，公共区域科学管控，既保证更多市民能走进来，也守住安全底线。

记者：本届开幕式需要统筹合龙仪式、多组别赛事、水上特技等多个环节，筹备中最大难点是什么？团队是如何攻克的？

冉小虎：最大的难点，就是“既要减成本、减冗余，又要保质量、保体验”。精简办节不是降低标准，是把钱花在刀刃上，把功夫下在细节里。

本届开幕式涉及1800名运动员的入场调度、近千名演职人员的集结动线、200余名裁判

及工作人员的统筹协调，还有传统龙舟和标准龙舟的江面衔接，差一分钟都会打乱全场节奏。我们的办法就是把流程抠到秒，每个环节的衔接、每支队伍的走位，都反复推演、全流程彩排，把所有可能的漏洞都提前补上。用精细化的筹备，换现场的顺畅有序，这就是对“精简、务实、安全”最好的落实。

记者：对于安康汉江龙舟节的未来，您有怎样的期待？

冉小虎：对于未来的期待，其实很朴素——不追求多么盛大的场面，就希望每年端午，汉江上的鼓点都能响起来，老辈人带着小辈来看，年轻人愿意拿起桨划起来。就像汉江的水一样，代代流淌、生生不息，让安康龙舟习俗一直发扬光大下去。

记者：最后，您有什么话想对全国各地关注本届龙舟节的观众，以及来安康过端午的游客们说吗？

冉小虎：我想对全国各地的朋友说，龙舟节是安康端午的重头戏，但它只是这座城市魅力的一个缩影。作为南水北调中线工程的重要水源地，我们守着一川清流，也守着满眼青绿，好生态是安康最亮眼的金字招牌，也是所有文旅资源的根基。

安康的美，不止在端午。春天茶山叠翠、茶香漫山，夏天汉江纳凉、避暑消夏，秋天巴山红叶、层林尽染，冬天雪落秦岭、静谧安宁，四季皆有景致，处处皆可入画。这里有传承数百年的民俗根脉，有清冽甘甜的汉江水，有地道鲜活的陕南美食，更有热情实在的安康人。

诚挚邀请全国各地的朋友，趁着端午来安康走一走、看一看，观龙舟竞渡，游秦巴山水，品汉水美食，沉浸式感受“平安顺利、幸福安康”的独特韵味。活力新汉江，端午最安康。我们在安康，恭候大家的到来。

采访结束，江面上又传来阵阵鼓点，一支支备训的龙舟正划开水面，逆流而上。鼓声穿过暮色，落在汉江上，也落在这座城市的发展基因里。