

# 品牌源于坚守 味道贵在传承

——访陕西西凤酒“老味道”品牌运营有限公司董事长潘玮

刘剑波

“李白斗酒诗百篇,长安市上酒家眠,天子呼来不上船,自称臣是酒中仙。”  
陕西西凤酒“老味道”品牌运营有限公司董事长潘玮告诉笔者,陕西“老味道”西凤酒不仅拥有西凤酒3000年无断代传承的传统酿造工艺,更是承载着人们对“白酒返璞归真”的向往和寄托。作为一个30多年的老西凤人,潘玮从1988年进厂到现在,也是一种挥之不去的情怀。

## 出自名门的大家闺秀

早在1952年的第一次全国评酒会上,陕西西凤酒就被评选为中国的四大名酒之一,是凤香型白酒的鼻祖和典型代表。她孕育于6000年前的炎黄文化时期,诞生于3000年前的殷商晚期,在周秦文化的抚育下成长,在唐宋文化的辉煌中嬗变,在明清文化的滋润下走向海外,新中国成立后涅槃新生,改革开放以来走向辉煌。具有“醇香典雅、甘润挺爽、诸味谐调、尾净悠长”的香味特点和“多类型香气、多层次风味”的典型风格。其“不上头、不干喉、

回味愉快”的特点被世人赞为“三绝”、誉为“酒中凤凰”,因而在全国具有广泛的代表性和深厚的群众基础。

凤翔是民间传说中产凤凰的地方,有凤鸣岐山、吹箫引凤等故事。唐朝以后,又是陕西西府台的所在地,人称西府凤翔。酒遂因此而得名。这里地域辽阔,土肥物阜,水质甘美,颇具得天独厚的兴农酿酒之地利,是中国著名的酒乡。

潘玮告诉笔者,西凤酒“老味道”以当地特产高粱为原料,用大麦、豌豆制曲。工艺采用续渣发酵法,发酵窖分为明窖与暗窖两种。工艺流程分为立窖、破窖、顶窖、圆窖、插窖和挑窖等工序,自

有一套操作方法。蒸馏得酒后,再经多年“酒海”的贮存,然后进行精心勾兑方出厂。“酒海”封存,是西凤酒特有的储酒方式,形成西凤酒独有的风格和品质,外观采用秦岭特有生态藤条编织,内胆以酒海工艺技术制作,储存在酒海里的西凤酒原浆酒在不断“发酵、老熟”。

## 挥之不去的一种情怀

陕西西凤酒“老味道”品牌运营有限公司是专业的白酒营销公司,是西凤酒“老味道”品牌系列产品的全国总运营,目前已经有300余家合作盟友代理。老:指的是老中国名酒一直保持的品质,指的是传统的纯粮酿造的工艺;味道:不是单指舌尖上所能感受到的,隐含着一种气质、一种品德、一种记忆的情怀。

潘玮认为,“老味道”是西凤酒“老品牌新感受的最佳诠释”,是西凤酒品牌最经典、最稳定的基酒酒体,也是西凤酒品牌系列的经典款。“老味道”西凤酒无色清亮透明,醇香芬芳,清而不淡,浓而不艳,集清香、浓香之优点融于一体,幽雅、诸味谐调,回味舒畅,风格独特。被誉为“酸、甜、苦、辣、香五味俱全而各不出头”。即酸而不涩,苦而不黏,香不刺鼻,辣不呛喉,饮后回甘、味久而弥芳之妙。“老味道”西凤酒



陕西西凤酒“老味道”品牌运营有限公司董事长潘玮



的工艺特点与清香型、浓香型、酱香型、米香型白酒有着明显的区别,兼有清香、浓香的优点,因而有独特的凤香型特点。

## 坚持品牌路线 严格市场管理

陕西西凤酒“老味道”品牌运营有限公司坚持品牌营销理念,以文化为拉动,以品质为根本,因地制宜为促销原则。

潘玮告诉笔者,公司在市场营销方面制定了多条营销策略:第一,坚持走品牌路线,致力于打

造品质和文化兼备的美酒;第二,坚持以市场为导向,以客户为中心,着力于全方位做好各项服务工作;第三,坚持全国价格体系统一、销售市场形象统一、针对阶段性工作重点,有计划、有步骤地推进一城一策的营销;第四,坚持严格市场管理,坚决杜绝低价销售等一切恶性竞争行为,确保合作盟友的利益;第五,坚持诚信经营,确保信誉至上、合作共赢的经营理念,确保合作盟友的利润;第六,锐意进取,在稳步发展中开拓创新,推进员工持股,加强建设战略合作联盟,共创品牌辉煌。

