

■ 川酒发展研究成果文库 ■

Chuanjiu Wenhua Lityouziyuan Kaifa Yanjiu
Jiyu Wenhuyichan Baohu Shijiao

川酒文化旅游资源开发研究

——基于文化遗产保护视角

胡北明 曾绍伦 雷 蓉 著



西南财经大学出版社

本书是四川省哲学社会科学规划研究重点项目《川酒文化旅游资源开发研究——基于文化遗产保护视角》的专项研究成果，并受到四川省哲学社会科学重点研究基地川酒发展研究中心的资助。

川酒文化旅游资源开发研究

——基于文化遗产保护视角

Chuanjiu Wenhua Luyouziyuan Kaifa Yanjiu
Jiyu Wenhuyayichan Baohu Shijiao

胡北明 曾绍伦 雷 蓉 著



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

川酒文化旅游资源开发研究:基于文化遗产保护视角/胡北明,曾绍伦,雷蓉著. —成都:西南财经大学出版社,2014. 12

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1544 - 7

I. ①川… II. ①胡…②曾…③雷… III. ①酒—旅游文化—研究—四川省 IV. ①F592. 771

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 188334 号

川酒文化旅游资源开发研究——基于文化遗产保护视角

胡北明 曾绍伦 雷 蓉 著

责任编辑:汪涌波

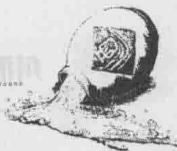
助理编辑:高小田

封面设计:墨创文化

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookej.com
电子邮件	bookej@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170mm × 240mm
印 张	14. 5
字 数	280 千字
版 次	2015 年 1 月第 1 版
印 次	2015 年 1 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1544 - 7
定 价	56. 00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。



代序

酒业与旅游业各有其属性，却能相互融合，相得益彰，这古已有之。发展到现在，发达国家和国内先进省份的酒业和旅游业相互结合已成为一种趋势，显示出了强劲的活力。中国酒文化具有丰富的旅游内涵。充分认识中国酒文化的旅游功能，有意识地使中国酒文化成为中国旅游文化的一支劲旅，从而积极发挥其应该产生与可能产生的旅游效用，乃是一个极有意义、颇为重要的课题。

白酒产业是四川省的支柱产业之一，其产量、产值、利税、利润额均高居全国各省、区、市白酒产业同类指标之首，一定程度上引领着全国白酒产业的发展。2009年，四川省委、省政府提出打造中国“白酒金三角”，构建白酒千亿产业的战略构想，四川白酒产业迎来一次难得的历史机遇。四川省是我国旅游资源最富集的省份之一，旅游业已成为其经济发展的重要支撑。2013年四川省旅游总收入达到3830亿元，同比增长16%，位于全国各省第五位。

白酒产业是四川省的支柱产业之一，其产量、产值、利税、利润额均高居全国各省、区、市白酒产业同类指标之首，一定程度上引领着全国白酒产业的发展。2009年，四川省委、省政府提出打造中国“白酒金三角”，构建白酒千亿产业的战略构想，四川白酒产业迎来一次难得的历史机遇。四川省是我国旅游资源最富集的省份之一，旅游业已成为其经济发展的重要支撑。2013年四川省旅游总收入达到3830亿元，同比增长16%，位于全国各省第五位。

酒业和旅游业都是我省的优势产业，两者的结合具有巨大的空间和潜力，但至今两个行业主要还是各自为政，未能做到优势互补。早在2008年，在沿海与中西部县市区人民政府驻上海联合工作处会议上首次提出了打造“中国白酒金三角国际旅游专线”。该旅游专线总部设在上海，整合贵州省的遵义市、四川省的泸州市和宜宾市的酒文化资源和旅游资源，开辟和打造“中国白酒金三角（遵义—宜宾—泸州）国际旅游专线”，以逐步推动“中国白酒金三角国际旅游文化产业集聚区”产业链、产业集群的形成。这是官方第一次提出将酒业发展与旅游业融合打造的新思路。

酒业旅游在四川省旅游业的发展几乎是一片空白，其相关的研究成果也非常少。如何充分利用好四川省酒文化旅游资源，以新的旅游产品形式去吸引游客，在发展壮大四川省白酒产业的同时，丰富和充实四川省旅游的新业态，是一个非常值得研究的课题。



胡北明博士长期从事文化遗产与旅游开发的研究。本书是胡北明博士近期完成的关于酒文化遗产旅游开发方面的研究成果，是作者对其多年研究成果的一个总结。本书对于旅游业界而言，具有多个方面的创新：第一，研究对象的创新，本书首次将旅游业与酒业进行了联姻分析；第二，研究内容的创新，本书首次对酒文化旅游资源进行了界定，并较为系统地提出了分类标准，完善和补充了我国业界对旅游资源的分类标准；第三，研究方法的创新，本书运用文化人类学及社会学来研究旅游资源，并从文化人类学的角度去解读酒业与旅游业的联姻关系。

同时，本书系统地介绍和分析了四川酒文化旅游资源，为酒业与旅游业的联姻做了扎实的基础工作。作为一位老旅游工作者，看到我们的学者能默默无闻地为四川旅游业做出这些基础性的研究工作，我感到非常高兴，也非常感谢。

最后，作者根据其多年从事旅游规划工作的实践经验，分类探讨了酒文化旅游资源的开发模式和开发对策，进一步分析了中国白酒金三角地区酒文化旅游的开发策略，并基于文化遗产保护的视角提出了“全民”参与的酒文化遗产资源的保护思路和发展对策。

本书以旅游学、文化人类学以及社会学的视角，研究和审视了四川酒文化旅游资源的赋存状况，用跨学科的视野研究了四川两大产业的关联关系，并为二者协同发展打下了坚实的基础，为发展酒文化旅游特别是民族地区民俗文化旅游以及提升四川白酒产业的地位提供了广泛的市场前景，具有一定的经济和社会价值。该成果作为旅游业的一项基础性研究，为我省发展酒文化特色旅游提供了借鉴。

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。旅游业的竞争实质表现在文化的竞争上，可以说一个地区文化底蕴深厚才能彰显出其旅游的竞争实力。四川酒文化资源丰富，我希望有更多的学者来关注酒文化旅游开发的研究，并希望地方政府在发展旅游的同时，更多关注特色文化的挖掘。

是为序。

四川旅游规划联盟名誉主席

原四川省旅游局局长

何一心

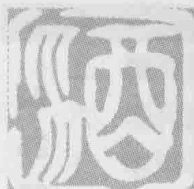
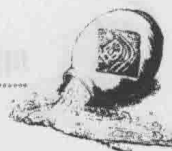
2014年4月30日



内容提要

本书是 2011 年度四川省哲学社会科学重点研究基地项目《川酒文化旅游资源开发研究——基于文化遗产保护视角》的专项研究成果，并得到四川省哲学社会科学重点研究基地川酒发展研究中心的后期项目支持。本书分为上中下三篇，共 10 章，20 余万字。上篇为基本理论分析篇，从中国酒文化以及酒文化旅游资源入手，重点对酒文化旅游资源进行了分类，确定了一个分类标准，这种专项旅游资源的分类界定在旅游界还是首次；中篇为实证调查篇，采取分区域的方式，以重点酒企为核心，以地区酒俗文化为补充，分别对各个酒企的酒文化旅游资源按照前述分类标准，进行了介绍和总结；下篇为全书的对策分析篇，首先从非物质文化遗产的旅游开发价值入手，探讨了非物质文化遗产旅游开发的分类模式，进一步分析了酒文化遗产旅游资源的开发模式及路径，在对中外酒文化资源开发对比的基础上，提出了四川酒文化旅游资源，特别是中国白酒金三角区域酒文化旅游的发展策略。本书的最后一章，从文化遗产保护与传承的视角分析了中国白酒金三角的核心价值及其构建对策，并进一步分析了保护与传承酒文化遗产的对策。

关键词：川酒；酒文化；酒文化旅游资源；白酒金三角；旅游开发



目录

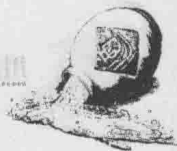
绪 论	1
一、研究背景及意义	1
二、国内外相关研究评述	2
三、本书的研究思路、研究内容、研究方法	5

上篇 酒文化旅游资源概述

第一章 中国酒文化概述	13
第一节 酒的起源	13
一、上天造酒说	13
二、杜康造酒说	14
三、仪狄造酒说	16
四、猿猴造酒说	17
第二节 酒文化界定	18
一、酒文化的界定	18
二、古代酒文化	19
三、中国酒文化的内涵	20



第二章 酒文化旅游资源概述	24
第一节 酒文化与旅游业发展的关系	24
第二节 酒文化旅游资源的界定	25
一、旅游资源的概念	25
二、酒文化旅游资源的界定	25
第三章 酒文化旅游资源的类型分析	27
第一节 酒文化旅游资源类型概述	27
一、中国酒史文化与旅游资源	27
二、酒俗文化与旅游资源	30
三、民族酒俗文化成为民俗旅游资源的奇葩	32
四、滋补与药用的酒成为旅游商品的新宠	34
五、酒器具成为文物旅游的内核	35
六、地方酒文化在旅游业中成为不可或缺的资源要素	36
第二节 酒文化旅游资源类型	36
一、酒文化建筑遗迹及景观	37
二、与酒相关的历史遗址与遗迹	38
三、酒器酒具	39
四、酿酒工艺	40
五、名酒及名酒产地	40
六、酒俗	41
七、酒文艺	44
中篇 川酒文化旅游资源分类调查	
第四章 川南地区酒文化旅游资源	49
第一节 可以品味的历史——泸州老窖	49
一、老窖酒史	49
二、物质文化遗产——国宝窖池	51
三、非物质文化遗产——泸州老窖酿酒技艺	53



四、泸州地区酒文物	56
五、酿酒的遗址遗迹	60
六、现代酒文化景观及景点	62
七、名酒名镇：中国酒谷——黄舣镇泸州酒业集中发展区	63
八、酒俗——泸州老窖封藏大典	64
九、历史名人与泸州	64
第二节 神采飞扬——中国郎	65
一、郎酒的历史	65
二、国家级非物质文化遗产——郎酒的酿造技艺	66
三、郎酒“四宝”	66
四、名酒名镇——二郎古镇	69
五、郎酒名人邓惠川及其名人遗迹	70
六、民间传说	70
第三节 酒都宜宾——五粮液	71
一、宜宾地区酒文化简史及五粮液历史沿革	72
二、现代酒文化资源及景观	73
三、酒文物	76
四、酒文化遗址遗迹	78
五、名酒名镇	81
六、酒俗	82
第五章 成都平原酒文化旅游资源	84
第一节 水井坊	86
一、水井坊、全兴的得名和历史沿革	86
二、酿酒遗址水井坊	87
三、酿造技艺	88
四、酒文物	89
五、酒文化名人景区——成都望江公园	91
第二节 剑南春	92
一、剑南春酒史	92
二、酿酒遗址——天益老号	97



三、现代酒文化景点	99
四、名酒名镇——剑南镇	101
第三节 中国最大白酒原酒基地——邛崃	102
一、酒器具制作遗址——邛窑十方堂遗址	103
二、酒文化名人名景——文君井公园	104
三、现代酒文化观光园——中国名酒工业园	104
第六章 川东北地区酒文化旅游资源	106
第一节 沱牌舍得酒文化旅游资源	106
一、沱牌舍得酒的历史沿革	106
二、酿酒技艺——生态酿酒	107
三、酿酒名泉——沱泉	109
四、名酒名镇——沱牌诗酒文化名镇	110
五、名酒、名人与沱牌	111
第二节 中国酒文化的活化石——渠县呷酒	112
一、呷酒简介及其历史源流	112
二、呷酒文化	114
三、呷酒的制作工艺	115
第七章 川西民族地区酒文化旅游资源	117
第一节 羌族酒俗文化旅游资源	117
一、羌族历史中的酒文化	118
二、羌酒的酿制技艺	121
三、羌族的饮酒习俗	124
四、羌族酒歌与舞蹈文化	128
五、羌族婚俗中的酒文化	131
六、羌酒与祭祀活动和民俗礼仪	132
第二节 凉山彝族酒文化	133
一、彝族酒的历史和制作	133
二、彝族的饮酒习俗	135
三、彝族酒器酒具	138



第三节 苗族酒文化	139
一、苗族酒的种类及酿制	140
二、苗族的酒俗文化	142
三、苗族酒歌文化	146
四、节庆活动中苗族的酒文化	147
第四节 四川藏族酒文化旅游资源	149
一、四川藏族的酒俗文化	149
二、藏族青稞酒酿制技艺	154

下篇 川酒文化旅游资源开发与保护

第八章 非物质文化遗产旅游开发探讨	157
第一节 非物质文化遗产的旅游价值	157
一、历史价值	158
二、文化艺术价值	158
三、社会教育价值	159
四、休闲娱乐价值	159
五、经济价值	159
第二节 我国非物质文化遗产面临的现状	160
一、非物质文化遗产的生存环境受到破坏	161
二、活态传承与后继乏人	161
三、保护资金的短缺	161
第三节 非物质文化遗产旅游开发的必要性分析	162
第四节 非物质文化遗产旅游开发的对策及模式分析	164
一、民间文学类非物质文化遗产旅游开发分析	165
二、表演艺术类非物质文化遗产旅游开发分析	166
三、工艺美术类非物质文化遗产旅游开发分析	169
四、生产生活知识与技能类非物质文化遗产旅游开发分析	170
五、仪式及节日类非物质文化遗产旅游开发分析	172
六、文化空间类遗产旅游开发分析	174



第九章 酒文化遗产资源旅游开发模式及对策研究	176
第一节 酒文化旅游资源的分类开发模式研究	176
一、酒文学	177
二、酿酒技艺	177
三、酒俗	178
四、酒文化遗址、遗迹及建筑景观	179
五、名酒名厂	181
六、酿酒原料基地	183
第二节 酒文化旅游及其开发的对比研究	184
一、酒文化旅游概述	184
二、酒文化旅游现状比较研究	187
第三节 中国白酒金三角区域酒文化旅游开发对策研究	191
一、中国“白酒金三角”酒文化旅游开发的优势	191
二、中国“白酒金三角”酒文化旅游开发面临的问题	193
三、中国“白酒金三角”酒文化旅游开发策略	194
第十章 酒文化遗产资源的价值及保护对策研究	197
第一节 中国白酒金三角的核心价值及其构建	197
一、中国“白酒金三角”的价值基础	198
二、中国“白酒金三角”的核心价值	200
三、中国“白酒金三角”的价值构建	202
第二节 酒文化遗产资源的保护对策研究	205
一、全民教育	205
二、全民活用	207
三、全民保护	207
四、加大政、商、学的通力协作	210
参考文献	212
后记	218



绪 论

一、研究背景及意义

酒业与旅游业各有其属性，却能相互结合，且能相得益彰，这古已有之。发展到现在，发达国家和国内先进省份的酒业和旅游业相互结合已成为一种趋势，并显示出了强劲活力。酒业和旅游业是四川省具有较大优势的支柱产业，两者结合有巨大的空间和潜力，但至今主要还是各自为政，未能做到优势互补。

国外关于酒业与旅游业融合研究的文献已较为成熟，特别是对于葡萄酒旅游业的研究，如卡琳·阿亚特（Karin Alant）、约翰·布鲁尔（Johan Bruwer, 2010）、阿兰特和布鲁尔（Alant, Bruwer, 2004）、加洛韦等（Galloway et al, 2008）、卡尔森（Carlsen, 2004）、盖茨（Getz, 2000）、霍尔（Hall, 2003）等多达上百位专家学者，从葡萄酒旅游业的概念、旅游者的行为特征、区域合作与葡萄酒旅游业的发展、葡萄酒旅游业的开发与管理等问题进行了较为深入的研究。酒业与旅游业的结合是作为“大众旅游”的对立面出现的“利基旅游”（Niche Tourism，即面向特定或专业需求、市场群体较小的旅游类型）活动形式，国内关于酒业旅游的开展相对滞后，因此其研究文献也较少。仅有的文献从建设葡萄酒产业旅游带（唐文龙，2007）、青稞酒与高原特色旅游（张苏娅、马玉宏，2008）、黄酒文化与旅游（骆高远、罗守忠、胡恩勤，2005）等方面进行了研究，其他的文献也只从宏观战略的角度提出了酒业与旅游业进行有机结合，发展特色旅游业的思路。

白酒产业是四川省六大支柱产业之一，其产量、产值、利税、利润额均高居省、区、市白酒产业同类指标的第一，一定程度上引领着全国白酒产业的发展。2009年，四川省委、省政府又提出打造中国“白酒金三角”，构建白酒千亿产业的战略构想，四川白酒产业迎来一次难得的历史机遇。同时在沿海与中西部县市区人民政府驻上海联合工作处会议上首次提出了打造“中国白酒金三角国际旅游专线”。这是官方第一次提出将酒业发展与旅游业融合打造的新思路。然而酒业旅游的发展在四川省几乎是一片空白，其相关的研究成果也非常少。如何充分利用好四川省酒文化旅游资源，以新的旅游资源形式去吸引游客，在发展壮大四川



省白酒产业的同时,丰富和充实四川省旅游产品形式,是一个非常值得研究的课题。

中国酒文化具有丰富的旅游内涵,尤其是四川省作为白酒产业大省,通过上千年形成的酒文化和酒文化旅游资源,是四川省发展特色利基旅游的重要支撑。充分认识四川省酒文化的旅游功能,有意识地使四川省酒文化成为旅游文化的一支劲旅,从而积极发挥其应该产生与可能产生的旅游效用,乃是一个极有意义、颇为重要的课题。本研究在全省着力培育白酒千亿产业,打造“中国白酒金三角国际旅游专线”之际,以前瞻性的视角去调查、研究全省酒业文化,并从旅游开发利用的视角去调查、研究四川省酒文化旅游资源的类型和形式,对川酒文化旅游资源进行调查和归类,研究如何将不同类型的酒文化旅游资源有机地融入旅游开发中,建立区域专项旅游活动的协调发展机制,对促进四川省开展新的特色旅游活动是一项非常重要的基础性工作,对促进酒业与旅游业的融合发展具有非常重要的理论意义和实践意义。

二、国内外相关研究评述

1. 国外研究综述

国外对酒文化旅游的研究主要集中在葡萄酒旅游。葡萄酒旅游最早始于 20 世纪 50 年代的法国。目前,世界上许多国家都开发了葡萄酒旅游,其中,欧洲和澳大利亚的葡萄酒旅游最具活力和竞争力。随着葡萄酒旅游的兴起与发展,学者也渐渐开始对其进行研究。一些欧洲国家及澳大利亚等葡萄酒文化旅游较为成熟的国家和地区对葡萄酒旅游的研究也较为系统。

国外关于葡萄酒旅游的研究主要从以下几个方面加以展开:

第一,葡萄酒旅游概念的研究。威廉姆斯,霍尔和盖茨(Williams, Hall and Getz)等人从参与者的价值层面以及旅游者的动机、偏好等方面对葡萄酒旅游的概念进行了界定^[1-3]。“葡萄酒旅游”(Wine Tourism)在相当有限的研究文献中,还没有公认的定义。大多数的定义将游客的出游动机与体验结合在一起。如霍尔(Hall, 1998)将“葡萄酒旅游业”定义为:“对葡萄园、酿酒厂、葡萄酒节及葡萄酒展览会的访问,这种访问是把品尝葡萄酒和对葡萄酒产地的特征的体验作为主要访问目的。”南澳旅游委员会(South Australia Tourism Commission, 1997)将“葡萄酒旅游业”的定义重点放在游客的活动上,其定义为:“游客访问葡萄酒厂及有关活动。……葡萄酒旅游可以包括游客在访问主要旅游目的地途中对单一酒窖的短期访问,也可以包括将重点放在在葡萄酒产地居住几天以亲身体验葡萄酒的生产过程。”盖茨(Getz, 2000)将强调消费者行为和目的地促销的“葡萄酒旅游业”定义为:“游客对葡萄酒厂及葡萄酒产地的访问和体验是一种新型的



旅游目的地开发和营销方式,也是葡萄酒业直销的最佳机遇。”

第二,对葡萄酒旅游游客行为的研究。卡尔森(Carlson J, 2004)等从葡萄酒游客的人口统计学特征方面进行了实证研究^[4-6];阿兰(Alant K, 2004)、劳克士(Lockshin L, 2001)等从葡萄酒游客的消费心理和消费行为方面进行了深入研究^[7-8]。

第三,葡萄酒旅游产业和区域合作方面的研究。多关注政府及相关主管部门在区域合作中的作用。卡尔森(2001)、盖茨(Getz D, 2006)、亚利克斯·德莱(Axel Dreyer, 2011)分别探讨了澳大利亚、加拿大、智利和法国等国政府在发展本国葡萄酒旅游上所做的推动作用^[9-12]。

第四,葡萄酒业发展的相关问题研究。Poitras L, 盖茨(Getz D, 2006)探讨了葡萄酒旅游业的发展与当地社区的关系,强调葡萄酒旅游对社区发展起到积极作用的同时,社区也面临葡萄酒业旅游的发展带来的环境问题、生态问题等方面的挑战^[13];威廉姆斯(Williams P, 2001)探讨了发展葡萄酒旅游时的文化原真性问题,指出葡萄酒旅游在开发旅游体验产品时,文化原真性是发展葡萄酒旅游的关键^[14];梅森(Mason R, 2007)研究了葡萄酒旅游产品的开发路径及开发对策^[1, 15];布鲁尔(Bruwer J, 2002),霍顿(Houghton M, 2001)从节事旅游的角度探讨了葡萄酒旅游业的开发,并认为葡萄酒节庆事件增加了旅游地的吸引力^[16-17]。除此之外,个别学者也对旅游中涉及的区域文化、生态安全、生态环境、旅游地生命周期等问题进行了研究^[18-20]。

最后,值得说明的是盖茨和霍尔两位学者分别以目的地为中心和以消费者体验为中心,构建了葡萄酒旅游体系。国外对于葡萄酒文化旅游的研究以著作居多。最早关于葡萄酒旅游文化的专著是霍尔等人于2000年发表的《世界葡萄酒旅游——发展管理与市场》的研究论文集,对葡萄酒旅游概貌进行了研究。而盖茨在2000年发表的《探索葡萄酒旅游——管理、发展与目的地》则是第一本较完整建构葡萄酒旅游研究体系的著作。此外,卡尔森、卡特等学者也有葡萄酒文化旅游方面的专著。

综上所述,国外葡萄酒旅游的相关研究涉及面广、角度多元,但这些研究大多都是应用和实践性的,缺乏理论基础和概念框架,理论研究不足;对葡萄酒旅游者市场营销等方面、对ICT^①技术在葡萄酒旅游中的应用研究不足;多数是从旅游产品角度进行阐述,游客旅游体验研究不足。

2. 国内研究综述

近年来,随着国内酒文化旅游的发展,对酒文化旅游的相关研究也有了很大

① ICT是信息、通信、技术三个英文单词的词头组合(information communication technology, ICT)。



发展,特别是在2006年后。但是我国酒文化旅游起步较晚,现在仍处于初级阶段,理论研究和实证研究从文献数量和研究深度上都很薄弱,相关研究较为零散,理论研究很少,多集中于应用性研究。

国内关于酒文化旅游的理论研究主要集中在葡萄酒旅游方面:李秋婷(2006)对中国葡萄酒进行了专项旅游产品的开发研究,形成了较为完善的产品开发理论体系,填补了我国在葡萄酒文化旅游方面理论上的空白^[21];詹婷婷、李宏(2009)通过介绍葡萄酒文化旅游概念,涉及的学科理论、研究方法和典型案例,分析了国外葡萄酒旅游研究现状^[22];林清清、周玲(2009)对国外葡萄酒旅游发展进行了研究,从葡萄酒旅游的概念、葡萄酒游客、区域葡萄酒旅游开发与管理三个方面进行了归纳和综述^[23]。

国内关于酒文化旅游的应用型研究,主要集中在以下几个方面:

(1) 葡萄酒旅游

从国内酒文化研究的相关文献来看,葡萄酒旅游的研究相对较多,内容也较为丰富。其一,从资源的角度探讨了葡萄酒文化旅游。李甲贵(2008)对山东蓬莱市葡萄酒旅游资源进行了综合评价;梁新红、杨大光(2010)对中国葡萄酒文化旅游资源类型进行了分析^[24-25]。其二,葡萄酒旅游市场研究。王爱云(2007)对秦皇岛市高校教师、在校大学生对葡萄酒旅游的认知与消费进行调研;柴菊华、雷丽(2008)对秦皇岛高校教师对葡萄酒的认知与消费进行了调查^[26-27]。其三,从葡萄酒旅游产品开发的角度。张萍、王爱红(2009)从游客体验的角度探讨了体验式葡萄酒旅游产品开发问题^[28-29]。其四,对葡萄酒旅游产业发展的研究。唐文龙(2007)对国内建设葡萄酒产业旅游带进行了思考;刘涛(2011)以山东省烟台市为例对葡萄酒旅游集群化发展的路径进行了研究^[30-31]。此外,林云莲(2007)以张裕卡斯特酒庄为例,对葡萄酒业生态经济模式进行了研究;史云(2008)基于企业文化的工业旅游开发角度对葡萄酒旅游业进行了研究;朱仁鹏等(2009)对甘肃省武威市的葡萄酒旅游业进行了研究;庄丽丽、何维华(2010)则对蓬莱葡萄酒产业发展现状进行了研究及展望^[32-35]。

(2) 啤酒文化旅游

啤酒文化旅游研究主要集中于对青岛国际啤酒节的研究。宋波(2008)从啤酒节配餐菜品的开发角度,张广海、刘佳(2008)从青岛国际啤酒节与旅游产业发展的关联互动角度,陈旭(2009)从节事旅游的符号学角度,于文文(2009)从对事件旅游的居民感知和态度角度,沈欢燕(2010)从旅游节庆的游客满意度、推荐度、回游度的关系等不同角度对青岛国际啤酒节予以研究^[36-40]。

(3) 白酒文化旅游

吴慧群、王仕佐(2007)对茅台镇旅游业,刘时和(2009)对白酒文化原



生带与大巴蜀旅游,邹良洁(2010)对宜宾酒文化旅游发展,康裙(2010)对基于酒文化的四川省旅游经济发展战略等进行了研究^[41-44]。

(4) 黄酒文化旅游

楼燕芳(2008)对绍兴黄酒与绍兴旅游进行了浅析,吕晓燕(2010)则对绍兴黄酒旅游体验式旅游流程进行了探析^[45-46]。

(5) 其他酒文化旅游研究

王仕佐等(2003)对贵州酒文化及旅游功能,赖海鑫、王仕佐(2008)对水族酒文化及旅游功能,赵莹雪、陈文芳(2008)对梅州客家娘酒的旅游开发,谷晓萍等(2010)对沈阳老龙口酒博物馆游客行为特征等进行了探讨^[47-50]。

综上所述,可以得出酒文化旅游研究的文献数量和研究深度与酒文化旅游发展程度密切相关,主要体现在:①我国的酒文化旅游研究远远不及国外酒文化旅游研究;②在国内不同酒文化旅游的研究上,对葡萄酒、青岛啤酒节的研究水平要远高于其他酒的文化旅游研究;③在研究区域的选择上,酒文化旅游研究主要集中分布在山东(葡萄酒和啤酒旅游)、四川(白酒文化旅游)。理论研究方面:除了对葡萄酒旅游进行了理论研究外,其余酒文化旅游的理论研究为零;国内学者除了对国外葡萄酒旅游研究进行了文献综述外,对国外其他酒旅游的研究综述缺失。案例研究方面:定性描述性文献居多,定量分析少;案例研究较多,系统模型构建少;最初的研究集中于产品研发,后期开始关注理论内涵。

具体到白酒文化旅游研究方面:在我国,对白酒文化旅游的研究刚刚起步,仅有零星学者对其进行了研究,理论研究空缺,案例研究仅仅局限在四川少数地区;研究方法上,以定性研究为主,还未进行定量研究;研究内容都是对旅游资源现状、开发策略进行探讨,内容单一贫乏,有较大的研究创新空间。

三、本书的研究思路、研究内容、研究方法

(一) 基本理论和研究思路

党的“十八大”以来,新一届领导集体开始将重点放在反腐败、改善政府形象以及提升官员执政能力和水平上。党的十八届三中全会公告“建设廉洁政治,努力实现干部清正、政府清廉、政治清明。加强反腐败体制机制创新和制度保障,健全改进作风常态化制度”,再次明确了十八大以来的反腐败和“八项规定”政策的常态化,对于纠正公款吃喝之风具有制度化建设意义。高端白酒行业因此受到了严重的冲击和压力,业内人士疾呼“高端白酒行业进入了严冬”“高端白酒行业将何去何从”。但同时一些业内有识之士开始认识到这次政策的调整,从另一方面来讲是我国高端白酒行业发展的一次重要契机,在此种政策引导下,