



中国白酒文化旅游 开发研究

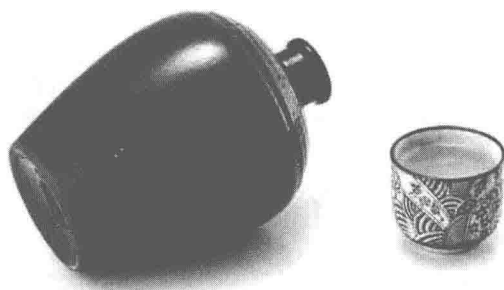
RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF
CHINESE SPIRIT CULTURE TOURISM



孟宝 编著

中国白酒文化旅游开发研究

孟宝 编著



 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国白酒文化旅游开发研究/孟宝编著. —北京: 中国轻工业出版社, 2016. 11

ISBN 978 - 7 - 5184 - 1155 - 9

I. ①中… II. ①孟… III. ①白酒—酒文化—旅游资源开发—中国 IV. ①TS971. 22 ②F592. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 249211 号

责任编辑: 江 娟

策划编辑: 王 朗 江 娟

责任终审: 唐是雯

封面设计: 锋尚设计

版式设计: 宋振全

责任校对: 吴大鹏

责任监印: 张 可

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 三河市万龙印装有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2016 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 1/16 印张: 22

字 数: 500 千字

书 号: ISBN 978 - 7 - 5184 - 1155 - 9 定价: 80.00 元

邮购电话: 010 - 65241695 传真: 65128352

发行电话: 010 - 85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

150431K1X101HBW

前言

从我国文化旅游的研究现状来看,文化旅游在资源界定、产品开发、意义探讨、保护管理等方面都有大量的研究成果涌现,许多区域性文化旅游资源得以重视与研究,但真正开发成功的文化旅游屈指可数,原因是多方面的,既有理论研究的不足,也有开发措施的不当。但笔者认为最重要的一点是对文化旅游资源的选择和定位存在问题。众所周知,资源的概念在一定意义上是相对的,并不是所有的特色地域文化都可以打造成旅游资源,特别是考虑当前的经济水平和旅游者的心理活动;而且打造也不一定从一开始要有大手笔,诸如“世界……”“国际……”的规划定位的确值得商榷。因为任何一种旅游活动最终都是一种经济活动,要考虑其经济效益。

酒文化旅游在我国是新事物,虽然酒文化与旅游结合的现象早已存在,但真正作为一种产业被研究、被重视,也是2003年以后的事情。具体到白酒,其实大多数中国人熟悉白酒,其原因不是因为白酒比啤酒、葡萄酒、黄酒或是国外烈性酒具有多大的特殊性,而是因为传统。在正式场合,西方人更多选择葡萄酒,其一定意义上是具有可替代性的,但白酒在正式场合对中国人来说具有不可替代性。笔者近年来投身于白酒文化旅游研究,一直在思考白酒这一中国极具传统文化代表性的民族饮品究竟能不能成为一种文化旅游现象?能,又怎么定位与开发;不能,其原因是什么?基于已有的一些调研和研究成果,根据中国白酒文化旅游资源的特性,可以确定的是白酒文化旅游资源是一种特色优质文化旅游资源,因为从分布上来看,中国不同地域、不同民族几乎都有其特色的酒品及饮酒习俗;但受产业发展不均衡影响,空间上在川、豫、皖、鲁等分布较为集中;从体验形式上看,中国白酒具有丰富的体验度(与酒有关的传说、酒与文学艺术、酒与军事政治、酒道、酒器、酿造工艺、香型、酿酒环境(产区)等);从价值层面看,白酒本身具有精神价值、保健价值、文化价值、社交价值、经济价值、收藏价值等;一些名酒的老作坊已列入《中国申报世界文化遗产预备名单》,正在积极申报世界文化遗产。

虽然大多数中国人熟悉白酒,喜欢白酒,但很少人会认为白酒也是一种旅游资源,原因之一是大多数中国人仅对白酒有浅层的感性认识,没有深入了解白酒文化的博大精深之处;原因之二是缺乏对白酒文化、白酒文化旅游的深入研究,公众没有科普性的资料可获得,所以容易形成误解。白酒文化是一种旅游资源吗?答案应该是肯定的。白酒自身所承载的历史、工艺、艺术、传统文化情结等是无法抹去的;五粮液、茅台、洋河、泸州老窖等中国知名白酒都重视酒文化博物馆及厂区旅游的开发,不管其出发点和效果如何,都足

以说明白酒文化是软硬兼具的一种文化现象。置于全球空间,其独一无二的特殊性,决定了白酒文化可作为特色旅游来开发,这点毋庸置疑!这也是本书研究的初衷和信心所在,以期其出版能得到更多白酒文化爱好者的共鸣,也期望在当前白酒深度转型期能为中国白酒产业未来的发展给予一点点的启示。

孟宝

2016年9月于宜宾

目录

第一篇 酒文化——中华传统文化中斑斓多姿的一笔

第一章 绪论	003
第二章 民族情怀 永恒的寄托	005
第一节 酒与宗教：禁物与净物	005
第二节 酒与文艺：创作的灵感源泉	008
第三章 穿越 5000 年——重温中国酒的发展历程	013
第一节 饮酒思“源”——新旧石器时代	014
第二节 酿酒工艺初现——商周时期	017
第三节 穿越千年的酒香——春秋至秦汉	018
第四节 世界上最早的蒸馏酒——唐宋盛世	021
第五节 帝国尚饮，酒肆遍地——元代	023
第六节 酿酒业初具规模——明清	024
第七节 一路坎坷一路芬芳——近代中国酒业	025
第四章 世界酒林中独树一帜的中国酒	027
第一节 谷物作为原料	027
第二节 固态发酵曲药之妙	028
第三节 世世代代的酿酒技艺传承	029
第四节 集天地之灵	033
第五节 香型之分	034
第六节 后起之秀（中国的啤酒和黄酒）	036
第五章 中国传统酒道	044
第一节 樽中之物，美而稀缺	044
第二节 重德明礼，道无醉人	045
第三节 典雅华贵 酒器之美	048

第四节	曲水流觞 小酌雅饮	056
第五节	乐中有趣 纷繁酒令	057
第六章	中国酒·中国味	061
第一节	酒浓中国情	061
第二节	酒动中国心	062
第三节	酒香中国菜	063
第四节	酒暖中国节	065
第五节	酒扬中国名	069
第七章	值得铭记的中国酒品牌	071
第一节	中国知名白酒品牌	071
第二节	中国知名黄酒品牌	086
第三节	中国知名葡萄酒品牌	090
第四节	中国知名啤酒品牌	092
第五节	中国奶酒、果酒、药酒等其他酒品	093
第六节	提升文化自信——让中国名酒成为民族的自豪	094
第八章	学会健康文明饮酒	096
第一节	酒与健康漫谈	096
第二节	饮酒礼仪	098
第三节	酒食搭配之妙	099
第四节	酒与自我保健	100
第五节	正确识酒，健康饮酒	101

第二篇 白酒文化与旅游

第九章	酒文化与旅游	107
第一节	酒文化旅游相关概念界定	107
第二节	国内外酒文化旅游资源开发现状	108
第三节	国内酒文化旅游开发存在的问题	115
第四节	中国白酒文化旅游开发的意义	116
第十章	中国白酒文化旅游资源评价	120
第一节	中国白酒文化旅游资源分类	120
第二节	中国白酒文化旅游资源的特点	128
第三节	中国白酒文化旅游资源分布特征	131
第四节	中国白酒文化旅游资源价值	133
第十一章	中国白酒文化旅游客源市场分析	135

第一节	国内市场	135
第二节	国外市场	139
第三节	客源市场的圈层结构	141
第十二章	中国白酒文化旅游市场需求预测	144
第一节	中国白酒文化旅游市场需求特征	144
第二节	影响中国白酒文化旅游市场需求的因素分析	145
第三节	中国白酒文化旅游发展分析	148
第十三章	中国白酒文化旅游产品	149
第一节	中国白酒文化旅游产品谱系	149
第二节	中国白酒文化旅游产品的层级和特性	157
第三节	中国白酒文化旅游产品设计	161
第十四章	中国白酒文化旅游开发的宏观战略	166
第一节	中国白酒文化研究需要规范和加强	166
第二节	中国白酒文化旅游资源的整合	168
第三节	构建有效的中国白酒文化旅游目的地营销策略	170
第四节	制定中国白酒文化旅游资源开发的相关制度	172
第十五章	中国白酒金三角旅游圈	174
第一节	中国白酒金三角战略	174
第二节	中国白酒金三角旅游资源概述	182
第三节	“中国白酒金三角” 旅游圈旅游资源的整合与白酒金三角旅游圈的构想	195
第四节	对未来中国白酒文化旅游开发的几点展望性建议	198
第十六章	中国白酒文化旅游实证分析	200
	——以“中国白酒之都” 宜宾为例	200
第一节	宜宾白酒文化主题特色旅游开发现状	200
第二节	对“中国白酒之都” 宜宾游客的问卷调查	202
第三节	宜宾白酒文化旅游纪念品的开发与设计研究	209
第四节	宜宾市白酒文化主题特色旅游深度开发思路	213
第五节	宏观层面宜宾白酒文化旅游开发建议	217

第三篇 开启中国名优白酒文化之旅

第十七章	中国的五粮液，世界的五粮液	221
第一节	企业简介	221
第二节	品牌荣誉	222
第三节	现有的旅游产品	224

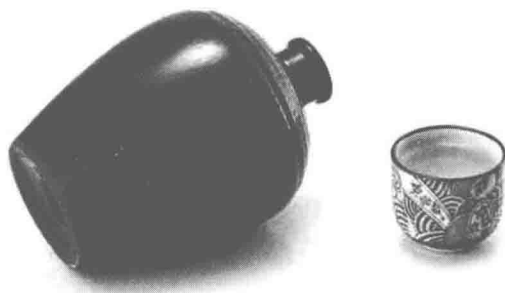
第四节	旅游线路设计	238
第五节	白酒文化旅游体验项目	239
第六节	地域旅游资源的结合	240
第七节	未来的规划	241
第十八章	茅台酒文化旅游资源开发	246
第一节	企业简介	246
第二节	品牌荣誉	247
第三节	现有旅游产品	249
第四节	现有白酒文化旅游体验项目及旅游线路	252
第五节	与地域旅游资源的结合	254
第六节	未来规划	255
第十九章	洋河酒文化旅游资源开发	258
第一节	企业简介	258
第二节	品牌荣誉	260
第三节	现有旅游产品	261
第四节	现有白酒文化旅游体验项目及旅游线路	267
第五节	与地域旅游资源的结合	269
第六节	未来的规划	270
第二十章	泸州老窖酒文化旅游资源开发	272
第一节	企业简介	272
第二节	百年金奖，中国荣耀	273
第三节	现有旅游产品	275
第四节	现有白酒文化旅游体验项目及旅游线路	281
第五节	与地域旅游资源的结合	283
第六节	未来的规划	285
第二十一章	国酒之魂，中国汾酒	288
第一节	企业简介	288
第二节	品牌荣誉	289
第三节	现有的旅游产品	290
第四节	旅游线路设计	295
第五节	白酒文化旅游体验项目	296
第六节	未来的规划	297
第二十二章	西凤酒文化旅游资源开发	302
第一节	企业简介	302
第二节	品牌荣誉	302

第三节	现有的旅游产品	303
第四节	旅游线路设计	306
第五节	白酒文化旅游体验项目	307
第六节	未来的规划	308
第二十三章	沱牌酒文化旅游资源开发	312
第一节	企业简介	312
第二节	品牌荣誉	314
第三节	现有旅游产品	315
第四节	现有白酒文化旅游体验项目及旅游线路	326
第五节	与地域旅游资源的结合	327
第六节	未来的规划	331
参考文献	334
后记	339

第一篇

酒文化——中华传统文化中斑斓多姿的一笔

- 第一章 绪论
- 第二章 民族情怀 永恒的寄托
- 第三章 穿越 5000 年——重温中国酒的发展历程
- 第四章 世界酒林中独树一帜的中国酒
- 第五章 中国传统酒道
- 第六章 中国酒·中国味
- 第七章 值得铭记的中国酒品牌
- 第八章 学会健康文明饮酒



第一章

绪论

酒在人类文化的历史长河中占据着独特的地位，它不仅仅是一种简单的物质存在，还是一种特殊的文化象征，即酒文化。作为世界上最早进行酿酒的国家之一和世界三大酒系的发源地之一，中国以独特的固态发酵、固态蒸馏的曲蘖酿造技术堪称对世界文明贡献的第五大发明，这一技术也曾经对东南亚各国的酿造技术以及西方的酒文化产生过重大影响。自然而然，酒文化在中国占据了重要的地位。

何以给酒冠上文化这一符号呢？

其实，文化是一个非常笼统且宽泛的概念。大致来说，文化是一种社会现象，文化是多元化的，是人们长期创造形成的产物；同时又是一种历史现象，是社会历史的积淀物。可以说，文化是指一个国家或民族的历史地理、风土人情、传统习俗、行为方式、思考习惯、价值观念、文学艺术等，包罗万象。文化有优劣之别，而无高下之分。和知识类似，文化的形成、存在和发扬更多的来自于人类发展过程中的不断积累、沉淀以及不断地推陈出新。

那么，什么又是酒文化呢？有人认为，酒文化是指与酒有关的物质的、精神的、技艺的以及习俗等行为现象的总和。有人认为，酒文化是围绕着酒这个中心所产生的一系列物质的、技艺的、精神的、习俗的、心理的、行为的现象总和。有人更加明确地指出中国的酒文化，大体反映在酒的渊源、饮酒之器、酒礼酒俗、酒诗酒画、酒故酒典五个方面。酒早在几千年前就已融于人们的生活，甚至在我国有“无酒不欢”一说，但对于什么是酒文化，不同的人有不同的理解。其实总体看来，将大多数人的观点集合一下，酒文化包括酒的制法、品法、作用、历史等酒文化现象，它既有酒自身的物质特征，也有品酒所形成的精神内涵，是酿酒饮酒活动过程中形成的特定文化形态。

当前关于什么是白酒文化与白酒健康文化还没有权威性的统一认识。学者关注比较多的是笼统的酒文化。从研究现状看，传统酒文化的研究主要集中在酒的渊源、酒具发展、酒礼酒俗、酒诗酒画等方面。萧家成提出“酒文化，大而言之，可从两方面去研究。一是将其作为一种自然现象，研究其酿造技艺；二是将其作为一种文化现象，研究其起源、性质与功能”。徐少华认为酒文化研究的对象既包括原料、器具、酿造技艺等自然属性，更侧重于酒的社会属性，即酒在社会活动中对政治、经济、文化、军事、宗教、艺术、科学技术、社会心理、民风民俗等各个领域所产生的具体影响，因而酒文化是一种综合性文化。这两个概念都强调酒文化自身所蕴含的酒本身及人对酒的意识投射

两个层面。针对此，察今指出酒的文化与酒文化是两个不同的概念。所谓酒的文化，应该是指酒本身蕴含的文化元素，是从物质形态层面分析酒中的文化因素。而酒文化是在酒和酒的文化物质基础之上，所形成或衍生或派生甚至是附着的观念性意识形态和人文精神，是有关酒的精神文化形态的东西。前者属于物质文明层面，后者属于精神文明层面。从察今的观点可以看出，他把前面两位学者提出的关于酒文化的物质层面归结为酒的文化，真正的酒文化应限于精神文明层面。

曲超等指出酒文化是酒的物质与意识承载，是一种文明的传承，酒文化的科学理论研究，是指要回答酒文化的定义、源头、分类、内容、结构和性质及其在整个社会文化发展中的地位，人们对待酒应采取的正确态度等。张功等认为酒文化是酒物质的意识体现，酒文化主要由酿酒文化、饮酒文化、酒饮文化三个系统部分组成，它的主体是使用酒的人，产生基础是酿酒和饮酒活动。曲超和张功的观点强调人在酒文化研究中的中心及主体地位，从人对待酒的正确态度到酒文化研究的主体是使用酒的人，可以看出当前酒文化的研究和当前酒业发展的趋势相对应：以消费者为中心，文化即消费者本身。

中国酒文化以其悠久的历史、博大精深的蕴涵而在世界酒文化之林中独领风骚，中国酒文化蕴涵丰富，自成体系，具有很大的精神文化价值。中国酒文化是一种社会文化，也是一种政治文化，更是一种艺术文化。酒文化的源远流长，使不少文人学士写下了品评鉴赏美酒佳酿的著述，留下了斗酒、写诗、作画、养生、宴会、饯行等酒神佳话。酒作为一种特殊的文化载体，在人们的社会交往中占有独特的地位。

酒文化对社会生活具有重要的影响和深刻的意义，它渗透于整个中华五千年的文明史中，从产酒到品酒，从酒品酒德到酒礼，从饮酒到养生、到诗酒文化、到戏曲艺术、到影视、音乐、杂技、戏曲、武术、民俗、书法……酒早已涉及人们生活的方方面面，使与之有关的酒文化内涵丰富，魅力四射，让我们不重视酒文化都不行。人们说中国的文化是飘着酒香的文化，郭沫若在《李白与杜甫》一书中对李、杜的诗作与酒的关系做过考证，指出李白现存的诗文 1500 首，内中与酒有关的有 170 首，占 16%；而杜甫现存的诗文 140 多首，说到酒的有 30 首，竟占了 21%。无论从文学艺术创作、文化娱乐还是饮食烹饪、养生保健等各方面来看，酒在中国人的生活中都占有重要的位置，它深深地植根于民族文化的沃土之中，在世界酒文化的长河里，显现着自己独特的芬芳。

中国是一个民族大融合的国家，56 个民族的人民生活生活在由 960 万平方千米的陆疆和 299.7 万平方千米海疆组成的中华大地上，更不用说那些淹没在历史长河中的民族，加之，我国各地地理环境差异显著，各民族关于以酒为题材的文化表现与形态也就千差万别，各具特色。

所以，在历史的长河中，我国的酒文化犹如一个色彩斑斓的万花筒，随着不同的时代、地域和民族的差别，不断变化着，形成了千姿百态的酒文化。为了让大家对酒文化有一个笼统的认识，我们将会从民族情怀中的酒文化、中国酒的发展历程、中国酒独特性、酒道、酒品牌和健康科学饮酒这些方面来展开一幅关于中国文化中独特而璀璨的画卷。

第二章

民族情怀 永恒的寄托

第一节 酒与宗教：禁物与净物

一、酒与佛教

佛教中人与酒是绝无尘缘的，所以酒在佛教中从来就是被禁止的。佛经《阿含经》记载佛陀所说的五戒，即为不饮酒，不杀生，不偷盗，不邪淫，不妄语。自古以来，饮酒一直都是出家人所禁止的清规戒律之一。

但关于酒的定义和分类，佛教的经、论、戒典却均有记载。《俱舍论》卷十四记载：酒有三种，一是由米麦等谷类酿成的穴罗（梵语 sllra）；二是以果实或植物的根、茎酿成的迷丽耶（梵语 maimya）；三是以上二者在没有完全发酵时，可令人产生醉意，称为末陀（梵语 madya）。

此外，《根本说一切有部毗奈耶颂》记载：以各种米麦酿制之酒又称大酒；以植物的皮、果、花等浆汁酿成者称为杂酒。严格地说，但凡有酒色、酒香、酒味，或仅具其一而能醉人的，不论为谷、酒、果（木）酒、药酒、甜酒（蜜、糖、葡萄等酿制）、清酒，乃至酒醋、酒糟，皆在禁戒之列，饮则犯戒。

至于佛教中人为何有这一戒律呢？那是因为佛教认为饮酒会带来许多过失和恶果。

关于饮酒的过失，三藏诸部经典都有一些记载，根据受戒的对象不同，大致可分为两类：一类是针对世间的在家人，多从一般现实生活、事业、财富的得失、利弊而言，以契合他们的层次。另一类是针对信人的四众弟子，特别是对出家众人的开示，不仅止于世间善恶得失，进而更上升至饮酒对出世的终极解脱的极大危害。

对于世间的在家人，《阿含经》的《阿雀夷经》中佛陀向富商善生说法，告诫他世间有六种恶行能损财业。第一种即是沉湎于酒，其失有六：一者失财，二者生病，三者易生斗争，四者恶名流布，五者悉怒暴生，六者智慧日损。唯有加以避免，才会财业日增，生活和乐。而对于佛家弟子的阐说甚多，《四分律》之十过，《大管度论》之三十五过，《州时经》之三十六失等，皆列举饮酒所产生的过失。一言以蔽之，酒是昏狂之

药，一切严重的过失都因此而生。所以一些佛家经律中将酒譬喻为毒药，甚至有宁饮毒药不可饮酒的教诫。

酒既为残贤毁圣、败乱道德的恶源，也能令一切众生心生颠倒，失慧致罪，所以戒律不仅禁止自己饮酒，而且禁止教人饮酒，不得操持、沾染任何酒业、酒缘。《大爱道比丘尼经》记载，不得饮酒，不得尝酒，不得嗅酒，不得卖酒，不得以酒饮人，不得谎称有病欺饮药酒，不得至酒家，不得和酒客共语。《萨婆多毗尼毗婆沙》卷一明申在家居士不得做沽酒的行业，视之为不道德的邪业。

但在佛教中对于酒的禁忌也不是没有丝毫转圜的余地。依律制，倘患病必须以酒为药，或饮，或含口中，或以酒涂疮，都不为犯戒。对原本嗜酒，出家后因戒酒而病瘦不调的僧人，佛陀也非毫不通融，一味禁制，而是为其略开方便之门。《根本说一切有部目得迦》记载佛陀特许断酒致病的比丘，以造酒的植物的根茎、叶、花、果等的屑末，用白布包裹起来，放置于“无力不醉淡酒”中浸渍，“勿令器满而封盖之，后以清水投中搅饮”；或者“以面及树皮，并诸香药，捣筛末，布吊裹之，用杖横击，悬于新熟酒瓮内，勿令沾酒，经一二宿以水搅用”，以此止息酒渴之病。又《毗尼母经》卷五也有允许病酒者于瓮上嗅酒味、以酒身、吃用酒和面做的酒饼，乃至酒中自溃的记载，不过这些方便，在佛陀入天后，也成为引生争论的问题。

佛陀入天后一百一十年（公元前276年）前后，毗舍离城的跋闍子比丘僧团，将戒律上较琐细的十事，当作例外而允许实行，被保守传统的上座部长老系统视为离经叛道，遂召集僧团大会，判为“十种不清净事”，从而直接导致了整个佛教僧团的分裂，即保守的上座部和对佛法持开放理解态度的大众部的公开对立。在这十事中的第七事，就是毗舍离的僧人“和水饮酒”以治病，认为不违戒律，清净不犯，而上座部长老的裁决是非法的。汉传佛教所承授的《四分律》，准许僧人在有病而其他药治愈不了的情况下，以酒为药，非唯“和水饮酒”，直接服饮也是可以的，较原始佛教似为宽松。但为防止滥行，《南山戒本疏》又特别强调，不是有病就可饮药酒，而是必须用其他药遍治不愈后，才能服用。

虽然随着对象、时域的差别而流迁，“不饮酒”戒的某些具体细微的规定有所不同，或宽或松，但作为行为指导规范的戒律本身却从未动摇，反对饮酒、禁止信徒饮酒的主旨始终一以贯之。这种鲜明、坚决的立场，大概是佛教基于以无明欲求为生死苦本业缘观，以清净离染为解脱正道的修行观，以及将建设一个清明、健康、和谐、美满的理想人类全景作为自身使命的终极价值关注，所必然表现出来的。

二、酒与道教

道教是现存的中国宗教中唯一的本土宗教，是在继承了中国先秦诸子百家学说（主要是道家学说）、殷商时期的鬼神崇拜和神仙方术的基础上发展而来的。它的历史非常悠久，从东汉顺帝（公元126~144年）时正式创立教团算起，至今已有近两千年的历史。道教的思想文化，在漫长的历史发展过程中，一直是中华传统文化的主要支柱之一。它与中华传统文化浑然交融为一体，但又具有自己的风骨与特色。犹如汪洋和大

海，中国传统文化是浩瀚的大洋，道教文化则是这大洋中的一片辽阔的大海。道教在中华民族文化中有着深远和广泛的影响，它的许多思想和观念，经千百年的延续阐发，已经在中国人的思维方式、生活方式和行为方式上打下了深深的烙印。道教与中国酒文化的关系，也大致如此。

早在道教形成之前，中国就已经出现了酒的文化现象，以致有商纣王耽于酒色而丧国之说。除此之外，我国远古神祀宗教深深浸染了浓厚的酒文化特色。远古神祀宗教不但不禁酒，而且把酒作为祭奠神祇的重要供品，甚至还设有专门掌管宗教活动中敬酒事项的官职，称为“酒人”。据《周礼·天官·酒人》记载：“酒人掌为五齐三酒，祭祀则共（供）奉之。”现在出土的殷代古墓随葬品中多有酒具，也是这种事实的写照。早期道教受这种文化氛围的影响，并不一概忌酒，至于是否仍然以酒作为祭品，还有待考证。不过道教沿用了祭酒的称号，用来称呼高级神职。张道陵在蜀中创立五斗米道，设二十四治，治首即称“祭酒”。祭酒原为飨宴时酌酒祭神的长者，乃德高望重者才能担任，五斗米道沿用此名，说明早期道士所行宗教职能与原来的祭酒有相通之处。后来，道士的称谓有了很大的变化，祭酒只成对道士神阶的称谓之一，如道教经书《一切道经音义妙门由起》说：“所以称之为道士者，以其务营常道故也。”并指出道士有天真道士、神仙道士、山居道士、出家道士、在家道士、祭酒道士六阶。

道教戒律是约束道士的言行，不使陷入邪恶的条规。早期的道教戒律并无不饮酒的条规。现存最早的道教戒律五斗米道《老君想尔戒》，分上中下三行，每行三条，共九条皆无戒酒之条。金代全真道出，丘处机始创传戒制度，入道者必须受戒才能成道士。明末清初王常月创全真丛林，全真道龙门派声势大振，该教的《初真戒律》《中极戒》《天仙大戒》等合称“三堂大戒”，多达数百条，其中大量吸收了佛教五戒（不杀生、不偷盗、不邪淫、不妄语、不饮酒）和儒家的名教纲常思想，对生活各方面均做出规定。这些教规中有明确的不许饮酒的戒律。此时的一些教内文献，还明确了违犯这些教规的惩罚办法，例如《教主重阳帝君责罚榜》便做出“四酒色财气食荤，但犯一者，罚出”的规定。

道教历代仙真、历史人物中也多有与酒有不解之缘者。至今仍广为流传的八仙故事最初即与酒有关。八仙之名从晋代即有，人们对可集在一起的八位名流都可称为八仙。在唐代，人们盛称的八仙，在名义上乃因共好酒而成挚友的八位士大夫，是指李白、贺知章、李适之、汝阳王李进、崔宗之、苏晋、张旭、焦遂。《新唐书卷二百二·李白传》把他们称为“酒八仙人”。他们的酒友诗谊已成为千古佳话。至于今天最流行的八仙说法，是信道之士在此基础上历代不断编撰，直到明朝才确定下来的。明代吴元泰《八仙出处东游记》所说的八仙是李铁拐、钟离权、张果老、何仙姑、蓝采和、吕洞宾、韩湘子、曹国舅，即是现在人们所谓的八仙。在道教仙真中甚至有仙真因酒而得度者。传说被全真道教奉为祖师的吕洞宾在唐末、五代之际，少习举业，两举进士不第（一说唐文宗开成二年即837年始成进士，一说唐懿宗咸通三年即862年六十四岁时始成进士）。后游长安，在酒肆中遇钟离权祖师，经过“十试”，得受长生之术而成仙。金代道士王重阳是道教全真道的创始人。他出生在陕西咸阳大魏村富户，早年习文，入府学，后改而习武，于金天眷初（1138年）曾应试武举，考中甲科，慨然有经略天下