

新常态下

赵凤琦 著

白酒行业发展 路径选择

XINCHANGTAIXIA
BAIJIUHANGYE FAZHAN
LUJING XUANZE



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

新常态下

白酒行业 发展 路径选择

常州大学图书馆藏书

赵凤琦
著

XINCHANGTAIXIA
BAIJIUHANGYE FAZHAN
LUJING XUANZE



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

新常态下白酒行业发展路径选择/赵凤琦著. —北京: 经济管理出版社, 2016. 3
ISBN 978-7-5096-4222-1

I. ①新… II. ①赵… III. ①白酒工业—工业发展—研究—中国 IV. ①F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 021180 号

组稿编辑: 张 艳
责任编辑: 张 达 杨 雪
责任印制: 黄章平
责任校对: 车立佳

出版发行: 经济管理出版社
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn
电 话: (010) 51915602
印 刷: 北京晨旭印刷厂
经 销: 新华书店
开 本: 720mm × 1000mm/16
印 张: 17
字 数: 270 千字
版 次: 2016 年 3 月第 1 版 2016 年 3 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978-7-5096-4222-1
定 价: 59.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

序

在我国众多行业中，白酒酿造业可谓是最为传统而又古老的行业。它起源于农耕文明初期，形成于资源禀赋较好的粮食产区，是农耕文明时期生产力发展到一定阶段、粮食等作物结余之后形成的产物。由于酿酒是一个复杂的生物发酵过程，对水质、气候等都有特殊要求，因此，行业集群明显带有地域性特征。千百年来，历经百代薪火相传，逐步形成当今长江流域、黄河流域和淮河流域等名酒板块，在世界烈酒酿造规模与消费市场份额中都占有重要地位。同时，白酒酿造独特的工艺技术，也是国家认定的非物质文化遗产。因此，实现我国白酒产业可持续发展显得尤为重要且意义深远。

我国自古就有“酒以成礼”的说法，酒既有自身的物质特征，也有品酒所形成的精神内涵，更是成为中华民族传统文化的重要组成部分，深深植根于人民大众的生活之中。改革开放以来，随着经济的发展和消费升级，白酒行业进入了发展的快车道，行业规模不断发展壮大，产量迅速增加，在国民经济中占比也快速提升，成为区域经济中的重要支柱产业。然而，白酒酿造是以粮食为原料，在消耗资源的同时，对生态环境也产生一定的影响，因此，行业常遭诟病。近 10 多年来，行业发展方式粗放，市场竞争无序，部分企业诚信缺失，社会责任感不强等，已经严重影响了行业的健康发展，特别是粗放的增长方式放大了我国白酒行业周期性过热的副作用，对行业乃至整个社会经济都带来了巨大影响。从 2002 年到 2012 年的 10 多年间，白酒行业盲目发展，缺乏理性。随着外部环境的变化和新常态经济的出现，白酒市场消费快速理性回归，扩张时期形成的沉没成本也大大加重了企业的负担。

中共十八大提出了“两个一百年”的奋斗目标，在经济建设上提出了“两个加快”的方针，即加快完善社会主义市场经济体制和加快转变经济发展方式。特别是中共十八届三中全会提出的“让市场在配置资源中起决定性

作用”，为白酒行业可持续发展指明了方向。在当前情况下，要相信市场的力量，让其在配置资源中起决定性作用。同时，中外历史表明，在市场经济尚不成熟的条件下，针对类似白酒等传统行业，运用政府有形之手配置资源也是一个重要方面。在实践中，政府要尊重市场规则，相信市场力量，把市场能够配置的资源主动让渡给市场，同时，要做到不缺位、不越位和不错位，依据市场规则和行业特点“两手”并用，互为补充，才能实现行业的可持续发展。

可持续发展理论是20世纪80年代末期兴起的一种新型的理论，主要表达两个核心观点：一是人类需要发展，只有发展才能满足人类发展的要求；二是发展要有限度，特别是要考虑环境的承受限度，不能以损害自然界为代价来支持当代人和后代人的生存和发展。此后的研究使可持续发展的理论得到进一步丰富和完善，发展是可持续发展的前提；人是可持续发展的主体；环境保护是可持续发展的重要条件；可持续长久的发展才是真正的发展，等等。

可持续发展理论对于指导白酒行业突破环境与资源的制约，实现健康可持续发展，具有重要的指导意义，对建立资源节约型和环境友好型社会，必将产生重大而又深远的影响。但在实践中，从生产、流通到消费领域，如何实现资源的优化配置，减少投资和市场风险，实现效益最大化，也是理论界及白酒行业企业家们的难题。

赵凤琦博士的专著《新常态下白酒行业发展路径选择》运用产业经济学和可持续发展的理论，通过对我国白酒行业30年特别是近10年的回顾总结，分析了在新常态下白酒行业面临的约束条件，研究了白酒行业可持续发展的内涵、实现的手段和路径。该书着重围绕两个方面进行论述：一是在资源环境包括经济新常态下实现白酒行业可持续发展的内涵和标准；二是实现可持续发展需要走一条什么样的路，如何选择较为有效的路径。凤琦同志早期在政府工作过，后来又在白酒企业工作多年，对白酒行业可持续发展的理论和政策做过较为全面系统的研究，结合他的工作实际，发表过很多文章，提出了不少有创见性和可操作性的政策和建议，有助于白酒行业发展方式的转变和可持续发展目标的实现。其论著具有重要的理论和现实意义。

2012年以来的白酒行业全面深度调整，已使白酒产区的政府特别是四

川、贵州、河南、江苏等酿造大省以及企业切身感受到实现可持续发展的重要性和紧迫性。切实转变增长方式，走可持续发展的道路已由国家的要求和推动迅速转变为地方政府和白酒企业自身的需要。一些知名酒企主动调整产品结构和经营方针，大力实施“民酒战略”，实现名酒向民酒的回归，在发展的方式上也由“量的扩张”变为“质的提高”。

经济新常态下的白酒行业的现实约束和理论研究必将加快白酒行业相关政策的制定与完善。实现白酒行业可持续发展是政府、企业和社会成员的共同呼声与现实选择。我们有理由相信新常态下我国白酒行业会以市场为导向，主动转变增长方式，走出一条可持续发展的健康道路，为中共十八大提出的“两个一百年”的奋斗目标做出贡献。

中国酒业协会理事长



二〇一五年八月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 问题的提出及研究的意义	1
第二节 中国白酒行业可持续发展研究综述	4
第三节 研究思路、方法与结构安排	13
第二章 相关理论综述及其对本研究的指导作用	17
第一节 产业经济学理论及其在白酒行业的应用	17
第二节 规制经济理论及其在白酒行业的应用	22
第三节 企业诚信理论及其在白酒行业的应用	24
第三章 中国白酒行业的现状	29
第一节 白酒行业在国民经济中的地位与作用	29
第二节 当前白酒行业存在的主要问题	45
第三节 白酒行业存在问题成因分析	53
第四章 中国白酒行业可持续发展指标体系的构建	59
第一节 白酒行业可持续发展指标体系构建原则	60
第二节 白酒行业可持续发展指标体系构建的假定条件	62
第三节 白酒行业可持续发展指标体系构建的具体思路	64
第五章 中国白酒行业可持续发展水平的分析与评价	73
第一节 白酒行业可持续发展水平的评价方法及指标体系概述	73

第二节	中国白酒行业可持续发展水平的评价	79
第三节	白酒行业可持续发展水平评价及其四大影响因素分析	85
第六章	中国白酒行业可持续发展需要完善国家规制	97
第一节	行业规制的含义、分类及作用	97
第二节	白酒行业可持续发展需要完善的国家规制	107
第七章	中国白酒行业可持续发展需要形成统一规范的	
消费市场		115
第一节	白酒消费市场的现状和趋势	115
第二节	白酒消费市场发展的困局	121
第三节	白酒消费市场困局的成因分析	126
第四节	加快形成统一规范的白酒消费市场	131
第八章	中国白酒行业可持续发展需要完善社会化诚信体系 ...	137
第一节	诚信体系与白酒行业发展的关系	137
第二节	影响白酒企业诚信因素分析	142
第三节	构建行业诚信经营体系需要全社会共同努力	146
第九章	中国白酒行业微观运行机制分析	155
第一节	企业的发展战略、运营模式和运营机制	157
第二节	一些基本经验和教训总结	167
第十章	外国酒类行业可持续发展的经验及启示	177
第一节	国际蒸馏（烈）酒行业的主要品种	177
第二节	国际蒸馏（烈）酒行业最新发展趋势	185
第三节	成功的经验与教训	197
第四节	国外一些经验对中国的启示	202
第十一章	中国白酒行业可持续发展的对策和建议	213
第一节	白酒行业未来升级的基本目标	213

第二节 白酒行业可持续发展的对策和建议	225
附 录	245
参考文献	247
后 记	257

第一章 绪论

我国白酒业历史源远流长，至今已有千年的历史。作为一种文化传承，我国白酒行业必须走健康可持续发展道路。这不仅是历史赋予今天白酒人的时代责任，更是破解我国“三农”难题、建设和谐社会、传播我国文化的重要载体。

第一节 问题的提出及研究的意义

一、问题的提出

2013 年世界葡萄酒及烈酒博览会（Vinexpo）发布的一项研究报告预测称，我国白酒的消费位列世界烈酒行业领先地位，其消费量占全球烈酒总消费量的 1/3。我国是全球最大的烈酒市场，同时也是全球烈酒市场增长最快的国家。固然我国白酒消费市场规模是庞大的，但如果除以我国更为庞大的人口基数，那么我国白酒的人均消费水平则远远低于伏特加、威士忌与白兰地全球主要消费地的人均消费量。后三者无论是在本国市场还是在国际市场，都表现得风生水起，不仅给所在国带来丰厚的利润，也将本国的文化输出到国际。与之相比，我国白酒行业却是畸形发展，整体市场表现得不理性、不健康，相互进行产品的同质化竞争与价格的拼杀，导致市场发展呈现“过山车式”的巨幅波动，整体行业反复遭受“冰火两重天”的悲喜。作为国民经济的一部分，当下我国白酒行业的发展是不健康的。实现整体行业健康可持

续发展目标已成为整个行业的一个期盼与追求，但其中很多问题迫切需要分析研究。

白酒行业属于制造业中的食品行业。白酒行业作为传统工艺与现代技术相结合的行业，一方面，拥有传统的固态发酵技术；另一方面，也在与时俱进地接受现代技术洗礼。现代技术的快速发展，让一些不良企业或个人见利忘义，利用现代科技，走所谓的造酒“捷径”，严重地危害了人民群众的身体健康和冲击了市场秩序。在现实生活中，个别企业为了追求短期超额利润，恶意添加外来成分，甚至搞假冒伪劣，如1998年山西朔州、2004年广东等地的毒酒案，给人民的生命财产造成重大损失。2012年的“酒精门”和白酒塑化剂风波等食品安全事故频发，给行业发展敲响警钟，同时也急剧恶化了白酒行业发展的外部舆论环境，几乎将我国白酒行业千百年来积累的良好形象和声誉毁于一旦，白酒业的发展面临着前所未有的消费信任危机和生存危机。

在国内白酒市场乱象不断的同时，国际上知名烈酒品牌和酒业“大鳄”已经相继悄然进入我国市场。进口的酒类虽然只占我国烈酒消费总市场的一小部分，但增长非常迅速。2012年的进口酒在我国的销售总额中的比率是2001年销售额所占比率的2.5倍，比2011年增长了16%，这个增长幅度超过了世界上的其他市场。干邑白兰地、混合苏格兰威士忌和伏特加是我国内地市场的三大酒种，芝华士、轩尼诗和尊尼获加是我国内地销量的前三甲品牌，占据了我国2011年进口烈酒43%的份额。如果按照市场销售额计算，芝华士、轩尼诗和尊尼获加超过绝大多数我国的传统名牌酒企。“狼”不只是来了，而且还在不断蚕食我国传统白酒的市场份额。与此同时，国际的酒业“大鳄”通过并购我国优秀白酒企业的办法直接进入我国市场。白酒行业进入门槛较低，但具有高市场投入、低市场风险、高资金回报的特点。前几年，由于宏观经济较好地带动了消费升级，规模以上特别是自然垄断企业大都获取了超额利润，吸引了大批的国际资本进入我国白酒行业，最典型的是2008年高盛（Goldman Sachs）入股安徽口子窖酒业（占25%股份），2011年帝亚吉欧（Diageo）收购四川水井坊酒业，后者作为国际酒业的“龙头老大”，毫不掩饰其拓展我国白酒市场的勃勃野心。此外，还有一大批游资在资本的二级市场觊觎我国白酒企业，我国白酒行业安全已引起国人的关注。

二、研究的意义

(一) 现实意义

我国白酒行业之所以要走健康可持续发展的道路，与它是中华文化的重要组成部分紧密相关。具体地讲，还出于以下三个方面的需要：

1. 追逐“中国梦”中的传统文化传承与传播需要。白酒文化是中华民族性格和情感精神的外化，是中华民族表情达意的重要载体。作为我国传统文化传承的重要载体，白酒文化在中华文化的发展历程上无处不在，是中华文明薪火相传的见证者。我国白酒千年来与我国文明同生共荣的历程表明，白酒具有极强的生命力，极具包容性和感染力，能够成功突破历史的局限性，使之成为中华民族文化传承中不可或缺的物质与精神元素。白酒的群饮与共享承载着我国传统的消费文化价值。近期出现了白酒文化在传播中被扭曲的问题，这是中华文化全面复兴时期对白酒全面释放文化价值提出的新课题。我国白酒行业面对社会需求，应该真实回归“本我”，倡导“健康饮酒”文明，主动参与保护民族文化的安全，坚守与遵循传统白酒酿造工艺独特的文化价值，与创造市场品牌价值相融并举，让白酒的内在文化价值与外在文化价值共同作用市场，用文化价值彰显民族品牌风采。

2. 国家整体经济转型升级中的白酒行业提档升级的需要。随着白酒行业发展形势的变化，整个行业都在讲“转型”，转型的关键是行业发展的方向。这既离不开坚守我国传统白酒纯粮固态发酵这一民族工艺传统的灵魂和精髓，同时也要适应时代的潮流，进行与时俱进的创造与革新。而我国白酒创造在于赋予其与新时期社会主流价值观相一致的新的文化内涵，寻求社会大众的“共振”，培养与推动白酒更加理性的消费氛围。白酒一定要结合自身行业特色，发挥环境保护的榜样力量，将可持续发展理念贯穿到企业日常经营的各个环节当中，在系统内建立“生产者、消费者、还原者”行业生态价值链，追求经济发展与环境资源相互协调，努力实现人与自然环境、酿酒工业与自然环境、社会环境与自然环境的协调发展。

3. 白酒行业国际化的需要。中华民族复兴潮流浩浩荡荡，正在日益形成推动全球和平发展的重要的动力源。民族的才是世界的，民族的才是最有生

命力的。我国白酒作为民族的品牌真正地走向世界必须依靠中华文化的传播,白酒实现国际化运作同样必须依靠中华文化的向外输出。白酒作为我国文化的有效传播载体之一,必须顺应世界烈酒消费的潮流,从口味国际化入手,自觉提升白酒的质量,自觉地扬弃白酒消费文化中的不健康成分,向健康文明的白酒文化转变,借助于全球的孔子学院和孔子课堂的酒文化传播,借助于世界各地中国年、月、周的文化展示活动,借助于世界各地唐人街和中国城白酒文化展示,通过多管道的白酒消费文化营销,将我国酒文化自身的魅力演绎好,彰显民族行业特有的文化价值。

(二) 理论意义

上述三点理由说明如何实现我国白酒行业的可持续发展,是一个亟待解决的现实重要课题。本研究在简要回顾我国白酒行业发展历程之后,力求通过对其发展现状及存在主要问题的把握,从管理体制、生产经营、发展环境、科技创新等方面找出影响中国白酒行业健康可持续发展的主要环节和主要因素,结合国外烈酒行业及国内白酒企业成功典型的个案剖析,尝试探寻构建白酒行业健康可持续发展的路径与模式。并基于以上研究结果,就我国白酒行业可持续发展战略的实施,提出相关的对策与建议。

第二节 中国白酒行业可持续发展研究综述

单纯追求经济增长和财富增加为目的的传统发展观,引发生态环境、社会和谐与稳定危机,人类遭遇了增长的极限。地球作为人类唯一的家园,人类社会的发展必须做到可持续的永续发展,这是一种全新的发展模式。从传统的发展观到当代可持续发展观,是人类社会发展思想和观念的一次根本性变革。

一、关于“可持续发展”的经典定义

在 20 世纪 80 年代以前,可持续发展只是作为一个专用概念和术语,出

现在生态学、资源经济学和自然保护等方面的教科书和专业文献之中。1987年,世界环境与发展委员会(以下简称WCED)向联合国大会提交了研究报告《我们共同的未来》,第一次将可持续发展提升至一种有待完善的理论体系^①。该研究报告一经42届联大辩论通过并公布出版后,立即在全球范围内产生轰动性的影响效应。可持续发展的观念很快演变为全世界所普遍接受的思潮,掀起了至今仍方兴未艾的可持续发展研究与运动的全球浪潮。《我们共同的未来》的最大贡献在于它首次提出了可持续发展的战略主张,并明确定义了可持续发展的概念,即“可持续发展是既满足当代人的需求,又不对后代人满足其自身需求的能力构成危害的发展”^②。WCED的可持续发展概念和可持续发展模式已成为影响全球可持续发展思潮和运动的经典阐释。

1989年,联合国环境规划署(以下简称UNEP)第15届理事会接受和认同WCED的可持续发展概念和可持续发展模式,并对它们进行了补充与扩展,在会议通过的《关于可持续发展的声明》中将可持续发展的概念引申为“可持续发展系指满足当前需要,又不削弱子孙后代满足其需要的可持续发展,而且决不包含侵犯国家主权”的含义。WCED和UNEP的可持续发展概念,鲜明地表达了两个核心观点:一是人类要发展,要满足人类的发展要求;二是发展要有限度,特别是要考虑环境的承受限度,不能损害自然界支持当代人和后代人生存的环境可持续发展能力。此后的研究又陆续得出一些引申的观点,主要有:发展是可持续发展的前提;人是可持续发展的主体;环境保护是可持续发展的重要方面;可持续的长久发展才是真正的发展。

与理论上的研究热潮相呼应,全世界范围内可持续发展运动与实践也在如火如荼地推进当中。1991年,发展中国家环境与发展部长级会议在北京召开,会议通过了《北京宣言》。1992年6月,联合国环境与发展大会在巴西里约热内卢召开,世界上100多个国家的元首或政府首脑出席此次会议,大会通过了《里约宣言》《21世纪议程》等5个文件。这次会议标志着世界上大多数国家和组织已经接受了可持续发展理念,是第一次把可持续发展思潮推向全球性的实际行动。此后,为了协调和监督各国落实《21世纪议程》的

① 世界环境与发展委员会:《我们共同的未来》,世界知识出版社1989年版。

② 马中:《环境与资源经济学概论》,高等教育出版社1998年版。

进展情况,联合国还专门成立了可持续发展委员会(CSD)。

二、国际酒精饮料行业健康可持续发展研究现状

从已掌握的国内外文献来看,当前国际社会对可持续发展的研究主要集中在以下四个方面:一是建立专门化组织,或者推出专门项目,在可持续发展理论的指导下,综合研究和管理资源的生产、贸易和技术支持等具体事宜;二是从科技的角度研究,力争以技术进步推动经济与环境的可持续发展;三是从市场、贸易和金融的角度研究;四是加拿大、澳大利亚、中国等国家广泛地开展了生态、经济、人口、资源与环境等方面的可持续发展研究。

目前,国外学术及业界对食品、酒精饮品及饮料行业的可持续发展研究不多,但各国都高度关注本国优势酒精饮品行业的发展。在可持续发展方面的研究主要包括以下内容:

加拿大农业和农业食品组织(Agriculture and Agri - Food Canada)开发的一个促进加拿大食品和饮料行业可持续发展的生态效益指标体系(Eco - efficiency Indicators, EElS)。该体系包括:能源使用、温室气体的排放、水资源利用和废水的处理、有机残留物和包装残留物等方面的强度指标和回收比率。EEIs有助于帮助监管机构和行业进行具体的处理操作和管理,促进和实施清洁生产的举措,并会导致运营成本节省、产品创新好提升竞争力。该体系于2008年首次发布测评报告^①。

采用生态足迹来衡量食物和饮料消费对环境价值影响研究。Andrea Collinsa 和 Ruth Fairchildb (2007)在不同的假设前提下,研究居民的消费更可持续与减少对环境的影响之间的关系,结论是生态足迹技术能够有助于地方政府在可持续食品和饮料的消费政策方面的决策^②。Vicki Waye (2008)研究认为碳足迹和粮食/食品当地化是旨在减少温室气体排放的环保措施,但对澳大

① Dominique Maxime, Michèle Marcotte, Yves Arcand, 2006: "Development of Eco - Efficiency Indicators for the Canadian Food and Beverage Industry", Journal of Cleaner Production, Volume 14, Issues 6 - 7, 2006, pp. 636 - 648.

② Andrea Collinsa, Ruth Fairchildb, 2007: "Sustainable Food Consumption at a Sub - national Level: An Ecological Footprint, Nutritional and Economic Analysis", Journal of Environmental Policy & Planning, Volume 9, Issue 1, 2007, pp. 5 - 30.

利亚的食品出口行业（如葡萄酒业）而言，因其远离出口市场，造成的运输成本可以大大增加产品的碳足迹和不利影响销售。在澳大利亚葡萄酒主要出口市场中，要求商品标注食物里程标签（food miles labeling）的做法并不违反 WTO 协议，如果食物里程标签成为标准化或以其他方式通过国家认可，将会推动当地食品采购，而不利于澳大利亚的食品出口^①。

发展食品更可持续的供应链是让参与供应链的企业将产品质量责任延长至社会和环境绩效层面。食品制造商、零售商、非政府合作组织、政府和农民组织的合作是至关重要，以便提高对某些供应标准链的标准和使农民从事更可持续的农业实践活动^②。

三、我国国内白酒行业可持续发展研究现状

经过多年探索，我国在可持续发展方面的研究已从理念传播、概念诠释阶段发展到理论体系建构阶段，并取得了多方面的成果，主要集中在可持续发展原则、内涵、特征、价值、理论基础、研究方法、发展模式、具体实践等方面，都比较成熟而且很成体系^③。在实践方面，1994 年 3 月，在全球大国中，我国第一个发布了《21 世纪议程》；两年后，我国正式将可持续发展确定为国家的基本发展战略，一直延续至今，并且发挥着越来越强大的社会影响。可持续发展已经成为一种社会主流思潮。

截至 2014 年 3 月，就检索到的学术文献而言，与我国白酒行业健康可持续发展有关的研究，除了白酒业现状研究以外，主要集中在以下四个方面：一是我国白酒业健康可持续发展的生产经营因素分析。二是我国白酒业的技术创新与清洁生产因素分析。三是白酒业的行业集群优化研究。四是我国白酒行业国际化的进程与策略研究。

（一）我国白酒行业现状的分析

至 2013 年，从数据上来看，我国白酒行业的发展方兴未艾，我国白酒行

① Vicki Waye, 2008: “Carbon Footprints, Food Miles and the Australian Wine Industry”, <http://www.law.unimelb.edu.au/files/dmfile/downloadf0481.pdf>.

② B. Gail Smith, 2007: “Developing Sustainable Food Supply Chains”, Downloaded from rstb. Royal society Publishingorg. on December 29, 2013.

③ 中国科学院：《2001 年我国可持续发展战略报告》，科学出版社 2002 年版。

业的产量、销售收入、税金、利润等已经连续9年实现增长。与此同时,我国白酒行业呈现出规模化、工业化和多元化格局;在产品结构上以降度酒为主;毛细管色谱分析等现代生物技术得以应用和发展^①。但通过对我国白酒业数据收集、测算和分析,发现我国白酒行业集中度处于较低的态势,且不稳定,严重影响整个行业竞争力^②。有学者研究分析认为近几年白酒行业效益的增长主要是市场经济调整 and 消费理性回归的结果,并不代表白酒业进入大发展时期,他们论述了我国白酒行业的困境及应对策略^③。

(二) 我国白酒业健康可持续发展的生产经营因素分析

有的学者认为我国白酒行业当前发展中的很多问题源自行业定位不准,与当前社会发展相脱节,如“同质化”、饮酒与健康、生态环境保护、人类物质文化生活质量提升和中华民族传统行业继承与发展等各种需求^④。对比可持续发展的要求,在行业结构调整、企业改革、高新技术的研究应用、人才培养和“依法治酒”等方面还有大量的工作要做^⑤。

主流的观点认为行业政策与有关行业标准是当今影响我国白酒行业发展的重要制度因素^⑥。行业政策在宏观层面限制了白酒优势区域的行业发展。有关白酒行业标准不到位,导致产品质量与知识产权无法得到有效保护,既不利于国内白酒行业的健康可持续发展,也不利于我国白酒走向国际市场。

白酒属于享受型消费品。从生产经营的角度来看,主流的观点认为白酒业要实现健康可持续发展,最重要和最迫切的任务是抓住、扩大和培育消费者,核心力量是我国正在成长当中的中产收入阶层,他们是白酒消费的最大人群与动力源,并对白酒消费理念和方式产生越来越大的影响,因此白酒业需要适应他们的现代消费方式和满足消费者的价值需求^⑦。

白酒品牌的竞争,将是对消费者心智资源的争夺,谁抓住对消费者心智资源的占位,谁才有胜出的机会。只有把消费者心中沉淀的文化从潜意识中

①⑤ 王延才:《我国白酒行业发展报告》,《酿酒》2001年第7期。

② 刘杜若:《我国白酒行业的集中度及其决定因素的实证研究》,《酿酒科技》2009年第4期。

③ 赵姗姗、李娜:《浅谈白酒行业面临的困境及应对策略》,《酿酒》2013年第4期。

④ 胡承、沈才洪、杨小柏、胡永松:《对我国白酒发展中一些问题的思考》,《酿酒》2003年第3期。

⑥ 傅国城:《关于白酒行业发展战略趋势的思考》,《酿酒》2005年第9期。

⑦ 杨廷栋:《白酒的发展取向是满足消费者的价值需求》,《酿酒科技》2009年第9期。