

# 白酒产业发展的路径选择

杨 柳

(四川省社会科学院,四川 成都 610071)

**摘 要:** 区域经济发展过程中,由于各区域的区位条件、资源禀赋、经济发展水平不同,各地区制度千差万别,呈现出地域空间的差异性。白酒产业作为资源导向型产业,在不同的区域呈现不同的发展状况,造成这种差异的原因,一方面是各地的资源禀赋不同,另一方面是各地的人才、技术、资本等要素的差别。应当在空间合理分布的基础上,走出一条高效利用自然资源、完美结合现代高新科学技术与传统生产工艺、充分发挥人力资源优势的中国白酒产业优化的开发之路。

**关键词:** 白酒产业; 区域差异; 发展路径

中图分类号:TS26-1

文献标识码:D

文章编号:1001-9286(2009)02-0115-03

## Choice of Development Paths for Liquor-making Industry

YANG Liu

(Sichuan Academy of Social Science, Chengdu, Sichuan 610071, China)

**Abstract:** During the development process of regional economy, there is regional discrepancy due to the difference in geographic conditions, regional resources, economic development levels, and regional institutions. As a resource-oriented industry, liquor-making industry in different regions shows different state of development. The reasons for such difference include both the difference in regional resource and the difference in production elements including talents, capital and techniques etc. Accordingly, on the basis of reasonable distribution in regions, the following points should be considered for proper choice of development paths for liquor-making industry: high-efficiency utilization of natural resources, perfect combination of moder high techs with traditional production techniques, and make full play of China's advantages in human resources.

**Key words:** liquor-making industry; area differentiation; development paths

### 1 白酒产业的区域差异

区域差异是指一国的各个地区之间在经济增长速度、产业结构状况、市场发展程度等各个方面的发达与不发达同时并存的空间格局。从世界各国的经济发展历程来看,区域差异是一个客观规律。正如美国著名经济学家刘易斯所说:“每个国家都有一些地区比其他地区更富裕,一些地区(不一定是富裕的地区)比其他地区发展更快”。在落后国家的经济发展过程中,这一差异表现得更为明显<sup>[1]</sup>。

中国白酒产业是竞争相当激烈的产业。就白酒产业而言,尽管白酒产业在全国几乎都有分布,但从市场表现、企业业绩等方面考证,不同区域内白酒产业的发展呈现明显的差异性,主要表现在:

#### 1.1 不同区域的白酒产量

分散生产、分散经营是中国白酒业的一大特点。由于相对较低的进入门槛和诱人的利润空间,许多中小酒厂大量存在。整体而言,中国白酒约400万kL的年产量

分属于近4万家酒厂。但全国白酒产量仍然集中在主要产区和骨干企业,2007年,仅四川、山东二省的白酒产量就占全国白酒产量的1/3以上,见图1。

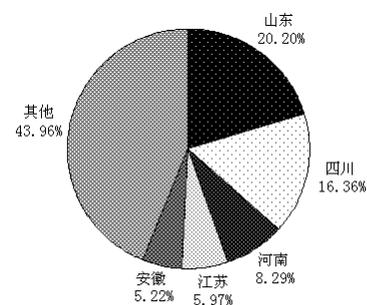


图1 2006年中国白酒产业区域分布比率

#### 1.2 不同地区白酒产业的市场绩效

市场绩效是指某一产业中的主要企业在既定的市场结构下,其市场行为所导致或形成的这一产业的资源配置效率和利益分配状态,市场绩效反应了市场运行的效率。白酒具有的负外部性使对该产业绩效的判断标准

基金项目 四川省软科学项目(07ZR025-077)。

收稿日期:2008-10-21

作者简介 杨柳(1965-),四川省社会科学院研究员,博士,研究方向为区域经济。

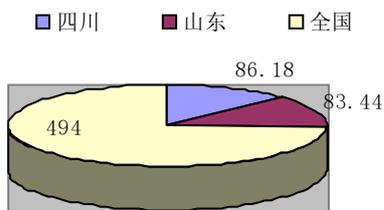


图2 2007年白酒产量(万 kL)

与其他产业不同:消费者和生产者剩余的最大化并不等于社会利益的最大化;作为提供高额税收的产业,政府也面临税收收入最大化和社会利益最大化的权衡。

1.2.1 市场整体绩效

税收是企业对国家的贡献,表1列出了2001~2006年间我国白酒业以利润、税收衡量的市场绩效状况。

项目	年份					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
利润	39.57	33.28	44.08	48.33	73.19	100.2
销售收入	499	496	532	613	722	971
利税总额	127.84	126.32	135.58	145.46	190.77	212.91

从表1可看出,从2003年起,利润总额、应纳税额和利税总额都呈逐年上升态势;如果将应纳税额作为衡量企业对社会的贡献或社会利益的大小,则我国白酒业在相关税收政策的调整方面取得了显著成效。

1.2.2 不同地区的市场绩效

不同的地区拥有不同的自然资源,由于自然资源条件是无法迁移和复制的,导致了不同地区有不同的绩效(见表2)。

地区	销售收入(亿元)	地区	销售收入(亿元)
四川	342.52	江苏	46.39
山东	140.2	湖北	41.56
安徽	66.78	内蒙古	27.84
贵州	66.04	山西	27.11
河南	52	河北	20.65

从表2中的数据来看,一是白酒的生产优势集中在川黔和苏鲁豫皖地区;二是产量与销售收入并不完全是同步的,四川白酒的产量是山东的80%,销售收入却是山东的2倍还多,这说明川酒的市场绩效优于鲁酒。市场竞争的结果是资源向着使用效率最高的地区流动。

1.3 白酒产业的区域分布

目前,中国有近4万家白酒生产企业,其中发证企业有8788个,从销量来看,其中白酒销售额1/3在四川实现;1/3在河南、安徽、山东、广东实现;1/3在其他省份实现。

大企业的全国性品牌和部分流行性品牌主要在省

会城市和一些大地级市流通,中等规模企业的市场多在地级城市和县级城市,与两个市场不同的是还有一个发展空间很大的农村市场,而这个市场多数被县级酒厂(当地酒厂)所占领。

中国白酒产业区域分布比率见图3。

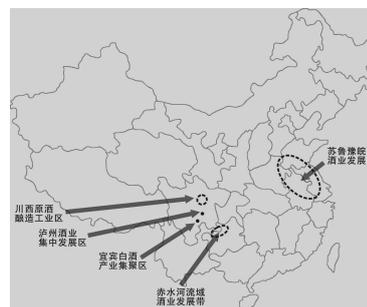


图3 全国白酒产业区域分布图

1.3.1 苏鲁豫皖地区

苏鲁豫皖四省是中原文化的核心地区,中华文明的发祥地,五千年的中华文明博大精深、源远流长。儒家文化历经千年,是中国传统文化的主体和核心。齐鲁文化、中原文化、楚汉文化在历史的文化长河中交相辉映、互为传播、互为渗透,为苏鲁豫皖四省独具特色的酒文化的形成奠定了坚实的基础。

这一地区的白酒企业主要依托黄河、长江、淮河三大水系而分布。主要分布区域西起桐柏山、伏牛山,东到黄海,南到大别山、江淮丘陵、通扬运河,北至黄河南堤和泰山的范围。

传统的十七大名酒中,这一地区共有5个名酒,即古井贡、洋河、双沟、宋河和宝丰。这些名酒与皖、鲁二省数量众多的二线品牌,如山东境内的兰陵、景芝、泰山以及安徽境内的口子窖、金种子、高炉家、皖酒、店小二、迎驾贡和明光等企业以及大量区域品牌构成了这一地区的品牌金字塔格局。

1.3.2 赤水河流域地区

赤水河位于川、黔两省交界处。茅台、董酒、郎酒这3个国家名酒都分布在两岸。此外,习酒、怀酒、鸭溪窖酒等知名品牌也产于这一地区。据不完全统计,在方圆5万平方千米的赤水河流域,大小酒厂近千家。在这一地区,一半以上的人口从事酒业生产和销售,近85%的财政收入直接来源于酒厂贡献的利税。

1.3.3 四川地区

四川是著名的白酒产区,全国十七大名酒中有6个名酒出自四川。四川白酒主要分布在川南宜宾、泸州一带以及川西地区。

作为四川重点产业之一的白酒业,其对地方和国家的财政也是起着举足轻重的作用。2007年,川酒实现销售收入459.80亿元,利润57亿元。而在2006年,四川

白酒销售收入为 342.5 亿元,2007 年四川白酒销售收入比 2006 年增加了 117.3 亿元,同比增长 34.25%。其中,五粮液、剑南春、泸州老窖、全兴、沱牌、郎酒六大品牌的销售收入再创历史新高,实现销售收入 367.81 亿元,同比增长 27.8%(数据来源:四川省商务厅)。

四川是以农业发展为主的人口大省,由于其良好的自然环境适宜稻谷等粮食作物的生长与种植,因此酿酒原料丰富,且有广泛的优质水源,加上独特的酿酒工艺,使酒类生产具有得天独厚的优势。如今四川酒类生产已成为四川食品工业的支柱产业,其产值已占到省内食品工业总产值的 11%以上。

现今川酒行业发展呈现出了梯队发展态势。

以五粮液、泸州老窖、剑南春、全兴、郎酒、沱牌等“六朵金花”为代表的龙头企业构成了川酒第一梯队。主要以生产中高档白酒为主。它们是带领川酒发展的领军企业,无论是从单个企业的产、销量以及利税情况,还是酿酒科技的掌握和运用方面都处于整个行业的权威地位。

丰谷、江口醇、小角楼等二线品牌的地方酒厂构成了川酒的第二梯队。主要以生产中低档白酒为主。它们是川酒行业的中坚力量,虽然“六朵金花”单个实力都相当雄厚,但是由于行业集中度还不高,因此川酒总体销售量最大的产品恰恰不是“六朵金花”,而是名酒厂系列产品和数以千计、遍布全川各地的中小型酒厂的产品。

由成都长城川兴酒厂、四川金盆地集团、四川王氏集团、宜宾高洲酒业、宜宾华夏酒业、宜宾吉鑫酒业、汉窖酒业、四川省东圣酒业等八大原酒企业以及众多小酒厂组成了川酒行业的第三梯队。第三梯队的发展完全是以第一、二梯队为依托而进行的,重点企业以及重点地区是目前带动川酒发展的直接动力。特别是第一梯队的带动作用,将“六朵金花”的优势嫁接到了二线品牌和原酒企业上,在三者之间形成了互促互生的效应。

上述 3 个白酒产业结构集聚区,与前文描述的市场绩效较高的地区是一致的,这充分说明,这些地区白酒产业的产业结构相对合理、经济效益较好,而其他多数地区的白酒企业不具备规模经济效应、产品附加值低、经济效益不理想。

## 2 白酒产业区域差异形成原因

经济学理论认为,在自由竞争和生产要素充分流动的假设下,资本在不同区域间的流动会自动达到均衡状态,从而使各地区资本的边际效率相等<sup>[2]</sup>。但是,资本在各地区之间并不具有充分流动性,区域间资本流动导致区际资本收益率均等的结论也有待于进一步的讨论。

正因为生产要素的不完全流动,有的区域资源丰富,而有的区域资源稀缺,以致要素价格、成本和收入就

因地而异。从而形成了区域之间自然条件、经济发展等方面的差异。

白酒与产地的关系非常密切,从酿造工艺来说,一个区域的气候、水质、土壤都会对酒质产生较大影响。例如酿制五粮液的 5 种杂粮必须是宜宾出产的,特别是宜宾紫色土上种植的高粱,属于糯高粱种,所含淀粉大多为支链淀粉,是五粮液独有的酿酒原料。

虽然白酒产业对自然资源具有依赖性,但就白酒产业所依赖的资源——水、土、区域气候条件等等而言,这些资源是可以共享的,也就是说,只要在这一区域进行白酒生产,就可以共享这些资源,虽然在全国范围内,一个地区的自然资源有独特性,但在区域范围内,自然资源不会为一家企业所独占。

另外,白酒产业所依托的自然资源属于非耗竭性资源,这类资源随着地球形成及其运动而存在,基本上是持续稳定产生的。如土壤、矿藏、地形、水文和气候等自然资源和条件。而人口、资金、技术等能够流动的生产要素,由于各种约束,其流动性是有限的或不完全自由的。

## 3 白酒产业优化开发的路径选择

中国白酒产业在总体上是限制发展的,但在各地区又受到当地政府的扶持,限制与扶持的矛盾显示出白酒产业发展的导向问题。通过以上分析可以看出,四川地区、赤水河流域地区、苏鲁豫皖地区的白酒企业不仅分布密集,并且市场绩效好、产业结构相对合理、经济效益较好,而其他多数地区的白酒企业不具备规模经济效应、产品附加值低、经济效益不理想。四川等地区之所以白酒产业发展较好,是因为这些地区形成了围绕自然资源的高端要素的聚合,从而提升了白酒产品品质,优化了白酒产业结构。由于白酒产业存在着区域差异,因而在考虑白酒产业的综合布局时,应该将这些地区作为重点发展区,对区内的白酒企业予以扶持;而在这些区域以外,不应鼓励白酒产业发展。作为资源导向型产业,中国白酒行业不仅要充分尊重自然规律,在适合酿酒的区域配置资源;而且要遵循经济规律,适应经济环境。总之,中国白酒产业虽然在总量上控制发展,但是在品格上要倡导优化提升,鼓励创建中国乃至世界品牌。白酒产业应当在空间合理分布基础上,走出一条高效利用自然资源,完美结合现代高新科学技术与传统生产工艺,充分发挥人力资源优势的中国白酒产业的优化开发之路。

## 4 结论

白酒经过数千年的发展,形成了自己独有的特征。与其他行业不同的是,白酒对生产环境要求很高,有较强的地域依赖性。这是因为:首先,白酒的生产需要特定的环境。白酒的酿造与自然环境息息相关,水质、气候、

(下转第 120 页)

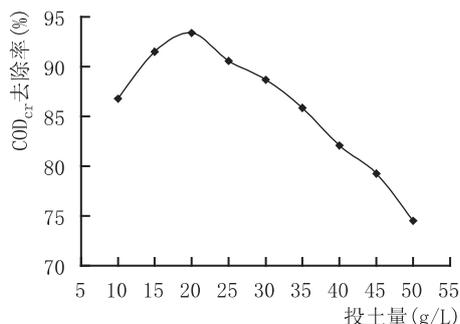


图5 投土量对处理效果的影响

分别取原土、钠化土、钼酸铵改性原土和钼酸铵改性钠化土在各自最佳的处理条件下,分别处理 COD 为 789.8 mg/L 的啤酒废水,结果见表 3。

表3 不同土样处理啤酒废水处理效果的比较

土样	COD 去除率 (%)
原土	62.50
钠化土	70.45
钼酸铵改性原土	72.73
钼酸铵改性钠化土	93.23

由表 3 可知,钼酸铵改性钠化土处理啤酒废水的效果明显优于其余 3 种土样,COD 去除率可达 93.23%。这是由于原土经过钠化后,使大量钠离子取代钙离子等大体积离子进入膨润土的层间距中,使后期的改性更易于实现,再用无机改性剂钼酸铵对钠化土进行改性,可进一步提高膨润土对污染物的吸附性能。

### 3 结论

利用钼酸铵改性的钠化土处理啤酒废水,确定了最佳处理条件为:pH 为 4,投土量为 20 g/L,离心时间为 10 min,搅拌时间 7 min,此时 COD 的去除率可达 90%

(上接第 117 页)

空气中微生物数量等因素都直接影响着白酒的色、香、味、格,这样,就使白酒生产必须在特定的地域中。其次,地域文化是酒文化的依托。白酒是一种精神属性大于物质属性的产品。文化是白酒产品最重要和最为明显的特性,酒文化的形成渠道,主要是历史渊源、原产地、情感等几个方面,历史渊源是以地域为依托的,原产地更是离不开特定区域,而地域也是寄托情感的重要手段,特定地域能使消费者产生熟悉的、具有亲和力的感情认同。第三,明显的地域文化特色和水土渊源,构成了川酒、徽酒和鲁酒的白酒流派和区域化的产业集群效应。正是因为地域依赖性,白酒产业自古以来就在几个适宜酿酒的地方集聚:四川、贵州、山西、安徽、山东、河南、江苏,而在这些产区之外,几乎没有发展得较为成熟的白酒企业。在食品工业中,这种鲜明的产业集群特征唯有

以上。钼酸铵改性钠化土处理啤酒废水的效果明显优于原土、钼酸铵改性原土和钠化土。由于铵离子的引入改变了膨润土在水中的分散状态,提高了其活性,从而增强了其对污染物的吸附和离子交换能力。最重要的是同样是铵盐改性剂,钼酸铵是无机物,价格较有机铵盐低,且钼是植物,尤其是豆科植物生长的必需元素,处理啤酒废水后的残土中含有钼,可将其二次利用,种植大豆等豆科植物,不会造成二次污染。

### 参考文献:

- [1] 陶陶.2007 年中国啤酒向 4000 万千升迈进[J].酿酒科技,2007,(8):108.
- [2] 李庆召,刘军坛,彭伟功.啤酒废水处理技术研究进展[J].工业水处理,2005,25(4):5-6.
- [3] 曹德芳,方勇,袁继祖.蒙托石在啤酒废水处理中的应用研究[J].非金属矿,2006,29(3):38-39.
- [4] 施云芬,刘月华.啤酒废水处理与应用[J].酿酒,2006,33(6):57-58.
- [5] 陈亚平,付永胜,李湘梅,等.啤酒工业废水的特点及其处理方法[J].污染防治技术,2003,16(4):146-149.
- [6] 班福忱,李亚峰,刘军,等.UASB-CASS 工艺处理啤酒废水研究[J].酿酒科技,2007(8):110-112.
- [7] 邵红,潘波.铁镍改性膨润土对废水有机污染物的吸附性能研究[J].环境污染治理技术与设备,2006,7(6):92-96.
- [8] Patricia Salerno,Sagrario Mendioroz.Preparation of Al-Montmorillonite from concentrated dispersions[J].Applied Clay Science.2002,22(2):115-123.
- [9] 陈捷,冯威,刘延,等.有机膨润土的制备与表征及吸附港口含油废水性能[J].化工学报,2008,59(1):228-230.
- [10] 李玲,贾锦霞,甄卫军,等.有机化膨润土对水中金属离子的吸附及其表征[J].矿物学报,2006,26(3):285-287.
- [11] GB11914-89,水质化学需氧量的测定(重铬酸钾法)[S].

酒类表现得最为明显。第四,作为资源导向型产业,中国白酒行业不仅要充分尊重自然规律,在适合酿酒的区域配置资源;在空间合理分布基础上,走出一条高效利用自然资源、完美结合现代高新科学技术与传统生产工艺、充分发挥人力资源优势的中国白酒产业优化的开发之路。而且要遵循经济规律,适应经济环境。建议将适宜酿酒的这些地区作为白酒产业的重点发展区,而在这些区域以外,不应鼓励白酒产业发展。

### 参考文献:

- [1] 李冬平.对我国区际差异的实证研究[J].湖南社会科学,2005,(1):112-115.
- [2] 杨英杰.中西部欠发达地区应做好资本回流准备[N].上海证券报,2005-08-12.