

我国白酒产业发展方式转型研究

曾祥凤, 苏奎

(四川理工学院 a.川酒发展研究中心;b.经济学院,四川 自贡 643000)

摘要:加快工业转型升级是我国优化产业结构和转变经济发展方式的重中之重。白酒行业一直以来都是国民经济的重要行业,但是在发展过程中,面临着资源环境约束趋紧、生产要素成本压力加大、国内市场需求下滑、外部竞争激烈等巨大挑战。行业近年的高增长主要是依靠数量扩张,是典型的粗放式发展模式,不仅造成产能过剩严重、质量问题频发、技术创新不足,而且行业中企业体制和机制难以适应国内外市场竞争的需要,行业发展不稳定、起伏波动剧烈。因此,白酒行业迫切需要加快转变发展方式。同时,推进白酒产业发展方式转变也面临着旧体制的依赖症、经营模式滞后、产业组织低效等诸多困境。为此,需要从三个层面着手推进白酒产业发展方式转型。首先,政府需要主动放权,从而为企业和行业改革提供宽松的体制环境和有效的市场环境;第二,在产业层面,需要通过产业政策顶层设计、完善相关公共服务平台等措施推动技术创新和优化产业组织结构;第三,企业需要通过体制改革完善治理机制和治理结构,创新经营模式,为以技术创新为推动力的集约型发展方式转变创造条件,并且借助国际竞争来促进行业发展方式转型。

关键词:白酒产业;白酒行业;发展方式;行业竞争;集约型增长

中图分类号: F062.9;F423.6 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-8580(2016)04-0078-10

加快转变经济发展方式是我国实现可持续发展的重大战略任务。工业发展方式转变既是经济发展方式转变的重要内容,也是保持工业又好又快发展的必然要求^①。因此,加快工业转型升级是中国优化产业结构和转变经济发展方式的重中之重。在整个工业体系中,白酒行业尽管市场化程度较高,但整个行业的技术创新、治理机制、经营模式等方面却相对滞后,面临要素成本压力加大、产能过剩问题突出、国内外市场竞争更趋激烈等挑战。行业近年的高增长主要是依靠数量扩张,是典型的粗放式发展模式。国家工业发展方式转型升级既为白酒行业带

基金项目:四川省白酒产业发展专项课题(SC15BJ003);四川省教育厅项目(12SA044);川酒发展研究中心项目(CJZ11-03)(CJZ15-02);资源型城市发展研究中心项目(ZYZX-ZD-1503)

作者简介:曾祥凤,硕士,副教授(E-mail:zzh122@sina.com)

来了潜在的压力,也为其提供了加快发展的契机。

一、推进白酒产业发展方式转变的必要性和紧迫性

(一)粗放式发展模式难以为继

改革开放以来,我国创造了连续 34 年经济平均增速达到 9.8%以上的经济奇迹,并在 2010 年跃居世界第二大经济体。但是,在经济发展的同时,由于增长方式、管理方式、体制机制等方面的原因,我们的环境污染、生态破坏问题集中表现出来。我国白酒行业的发展模式同样属于粗放式增长模式,行业进入门槛低、企业平均规模小,难以获得规模经济状态下平均成本下降的好处。在政务消费的带动下,企业通过投资扩张和增产增量就能实现高增长,竞争方式简单而且落后,缺乏创新动力,虽然收益高,但行业资源利用率低、市场竞争力低、抗风险能力低。另一方面,目前的市场供求环境已经逆转:从需求看,政府的执政理念和体制改革进展断绝了政务消费回归的可能,同时,理性的私人消费者不会为低质高价的产品买单;从供给看,粗放模式面临资源、环境压力,并且重复投资、低效投资严重,产能过剩突出,行业内部竞争激烈。总之,经济环境改变和市场供求条件的变化,决定了原有粗放式发展模式已难以为继,推进集约型发展是唯一出路。

(二)产能过剩加剧了行业竞争

国家统计局数据显示,自 2005 年我国白酒产量回升以来,至 2011 年已连续 7 年高增长,2011 年全国白酒产量达到 1026 万千升,提前 4 年完成十二五规划的产量目标;7 年间产量累计增幅高达 2.29 倍,年均复合增长率达 12.6%。但白酒行业并未就此“退烧”,而是继续大幅扩张产能。十二五之初,无论是一线名酒企业还是二三线区域品牌酒企,绝大多数都争先恐后地出台了规模庞大的产能扩张规划。例如,贵州茅台计划 2015 年茅台酒基酒产量 4.5 万吨,3 年内累计增加 36%;五粮液从年产 20 万吨白酒扩充产能至 40 万吨;三线企业金种子酒也谋划在“十二五”期间完成 4.5 万吨的原酒项目。境内外产业和金融资本,如高盛、中信、平安、联想、中粮、维维等国内外企业纷纷进入酿酒行业,进一步推动白酒产能的过快增长。从主要白酒企业发展规划看,其产能扩张大致为实际产量的一倍。从实际产量看,2013 年全国白酒产量(规模以上白酒企业)为 1226 万千升,超过“十二五”规划产量 27.7%。因此,按照实际产量来估算,其潜在产能目前已超过 2000 万千升。这表明白酒行业产能过剩、供大于求的状况已经非常突出^①,产能利用率指数只有 60%-70%,形成了巨大的固定成本压力。可以预见,未来几年行业产能集中释放,企业经济效益将进一步下滑,行业竞争加剧甚至可能出现恶性竞争,行业的洗牌、分化不可避免。因此,市场意识敏锐的企业应当抓住时机主动进行调整和转型,变压力为动力,以便在未来的市场竞争中占有一席之地。

(三)质量问题迫使行业反思现行发展方式

2012 年下半年以来,国内白酒行业先后陷入“酒精勾兑”“塑化剂”“基酒外购”“添加剂”等风波中,暴露出部分白酒企业经营观念和 production 质量安全意识方面的隐患,引发了消费者对白

酒行业的“诚信”危机,由此对白酒产业发展造成巨大冲击。与此同时,质量问题倒逼酒厂不得不投入必要资金进行技术改造,加强生产质量管理。此外,产品质量问题客观上推动了法制建设进程。事实上,每次质量事故发生,国家会对食品生产及流通的各个环节进行更为严格地把关,从而在客观上促进了食品监管体系的完善。所以,质量问题不仅迫使企业从技术投入和生产管理等方面进行改进,而且在长期中将影响市场结构和市场绩效。例如,新食品法强制推行质量可追溯体系,其影响将不仅仅是迫使中小型白酒企业提高产品质量,更重要的是规范、引导整个白酒行业的生产经营方式。

(四)需求回归倒逼行业发展方式转型

白酒行业过去的繁荣与政商消费紧密不可分。随着 2012 年塑化剂事件的冲击、国家“三公”经费限制、中央“八项规定”等政策出台,高端白酒业遭遇了前所未有的压力,价格、市场份额均出现大幅下降趋势,并且将这种压力依次传递给中端和低端白酒⁹。

需要强调的是,国家“三公”经费限制是长期举措,白酒企业应当清醒地认识到这一点。世界上也没有哪个国家长期依靠公务消费来支撑白酒产业发展。显然,政务消费市场的萎缩不可逆转,高端白酒面临的困境不是短期的,更不可能沿用以往的高价格和集团消费模式。因此,名酒向民酒的转变是大趋势¹⁰,市场向消费本质回归、向大众回归、向多元化消费需求回归也是必然趋势。同时需要明确的是,需求回归迫使酒企改变卖方市场下的经营理念和经营战略,更加注重产品质量、更加关注产品成本和价格优势,通过技术、质量、品牌、服务等方面建立企业竞争优势,从而从企业层面实现发展方式转型。

(五)消费观念转变引导行业生产走向

随着经济和社会发展,消费理念和消费模式不断更新,健康消费、自助式消费观念逐步成为一种新的消费趋势。越来越多的消费者开始注重清新、自然、优雅的生活,强调一种品位和氛围。从“香”向“味”转变,从“浓烈”向“绵柔”转变,更加突出绵柔、低度、健康、环保的理念,这是传统白酒消费的现代发展趋势,市场意识敏锐的生产者应当抓住这些市场变化带来的机会。例如,洋河的成功在很大程度上就得益于“绵柔型”白酒开发。消费观念的另一重要转变是从好面子消费到讲究经济实惠,健康饮酒和勤俭节约已经渐渐成为人们的日常消费习惯,个性化消费逐渐兴起。这使得高端白酒对大众消费的影响力已经大大下降。总之,消费观念的变化促使白酒企业在产品工艺、风格、营销等方面不断创新,加大培育白酒现有和潜在消费者的力度,以迎合消费者的需求变化。

(六)转变发展方式是参与国际竞争的必由之路

民族白酒工业参与国际竞争既是化解产能过剩和其它酒种替代性竞争的有效途径,也是通过两个市场、两种资源的合理统筹,提升产业国际竞争力的必然选择。从世界范围来看,发达国家强者恒强的奥秘之一,就是因为它们很早就实行了“走出去”战略,在全球范围内配置资源来获得进一步发展。从上世纪 80 年代开始,众多国外酒水品牌纷纷进入具有巨大潜力的中国市场。苏格兰威士忌协会(SWA)数据显示,2006 年中国首次跻身全球十大酒类进口国行

列,当年进口总值增长了 27%,达到 5820 万英镑。在这个过程中,人头马、轩尼诗、芝华士、皇家礼炮等烈性洋酒品牌成为中国消费者耳熟能详的进口酒品牌。此外,国外酒类企业还通过资本手段并购竞争性品牌进入新市场,以取得优势地位。2013 年,帝亚吉欧通过控股并购我国高档白酒品牌水井坊,便是其中的成功案例。

与发达国家和新兴工业化国家相比,我国实施“走出去”战略起步较晚,已经丧失了一些重要的发展机遇。更需要引起重视的是当前我国白酒出口举步维艰的基本原因还在于我国白酒企业的产品技术标准不规范、产品质量不稳定、企业经营机制不灵活、经营模式不能适应国际市场竞争要求,以至于在国际竞争中迟迟无法打开局面。因此,白酒企业尤其是龙头企业要有紧迫感,要通过集约型发展,不断增强技术、成本、管理优势,以便在激烈的国际市场竞争中生存和发展壮大。

二、推进白酒产业发展方式转变面临的困境

(一)粗放型增长模式根深蒂固,转变的难度不小

研究表明,由于路径依赖的锁定效应,产业升级往往面临困境^①。从白酒行业现有发展模式看,行业内部形成了一种比较固定的交易模式和竞争方式,如果要进行改革,人们会变得不适应,或者无法进行预期,从而会提高交易成本。比如,由于通过提价、增产就能获得高收益,因此搞技术研发降低成本就不是一个理性的经济人的最优选择。同样地,由于国有白酒企业负责人可能因为企业利税达不到要求而被惩罚,那么他就会通过促进企业投资扩产来增加产值规模,哪怕将来会出现产能过剩等等。此时,企业和行业都进入了一种低效率“锁定”状态。而打破这种“锁定”状态会打破原有的利益格局,从而会遇到阻碍和困难。

因此,不打破原有的行为模式和体制约束就难以实现发展方式转型。另外,破除粗放式发展模式,客观上还会引起产业动荡,如短期内收入大幅下降、失业上升,尤其是提供大量就业的中小企业。例如,就业方面,2011 年我国白酒行业从业人员约 530 万人,其中,八成以上分布在中小企业。推进发展方式转型将加速中小型白酒企业调整 and 分化,短期内会引发大量的失业。

(二)企业治理机制不完善,难以及时应对市场变化

完整的公司治理由内部治理和外部治理两部分构成。内部治理即通常所说的治理结构,由股东大会、董事会、经理层三大机构之间的权力、责任及制衡关系组成。外部治理主要来自市场以及制度环境因素的影响,例如资本市场、经理人市场、法律、社会舆论以及社会文化等等。

目前,国有白酒企业按照“产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学”要求,基本完成了现代企业制度改制。然而,企业的治理结构和治理机制并不完善,激励机制缺乏灵活性、治理效率不高:企业主要负责人大多通过行政方式产生,委托—代理问题突出,管理层更多的是迎合上级偏好而不是接受市场考验。因此,治理机制的主要问题,首先在于外部治理机制的缺陷,

即政企界限模糊,政府任命企业负责人,并通过人事任免影响企业决策。其次是企业内部治理机制的缺陷,即国有股一股独大,一方面可能为了政绩目标而牺牲企业本身的经济目标,另一方面是容易发生独裁式决策,从而出现错误决策或低效率决策的几率大增。

(三)企业技术创新动力不足

科技创新是转变产业发展方式的核心动力,也是提升企业竞争优势的关键要素。当然,企业从事技术研发和科技创新,不仅需要大量的资金和人力投入,而且存在失败的风险。因此,企业在科技创新问题上要考虑研发投入的成本和收益。从供给和需求两个角度看,政商消费和行业扩张在宏观经济景气条件下造就了白酒行业的过度繁荣。由于白酒的高价格和低成本,行业中产品销售利润丰厚,酒企依靠要素投入、产能扩张就能够推动企业收入和利润的高速增长,因此,企业缺乏技术创新的动力。更严重的是,在这种增长模式下,企业缺乏有效的从事技术研发、技术创新的激励和约束机制。其结果是,企业创新投入不足^⑩、创新成果远低于平均水平、核心专利技术不多。例如,从作为酒行业关键核心技术的蒸馏酒工艺类技术专利申请数量看,截止到2009年底,我国白酒行业蒸馏酒工艺类技术专利申请量的比例只有8.02%,而主要发达国家申请比例平均达32.15%,相差4倍^⑪。从白酒R&D看,即便是作为白酒产业大省的四川,截止到2012年底,其规模以上白酒制造企业户均R&D项目数不到0.5个,远低于同期四川制造业0.845个的平均水平。可见,需要进一步改革和完善我国的科技创新体制,进一步优化企业科技创新机制,充分释放企业创新活力。

(四)经营模式不能适应市场竞争的要求

经营模式是企业能力转化为企业竞争力,进而形成企业竞争优势的关键环节^⑫。按照哈默尔(Gray Hamel)的研究,经营模式包括四个主要组成部分:客户界面、核心战略、战略资源和价值网络^⑬,并且四个部分两两之间又形成一个连接。从这四个要素看,我国白酒行业近年来的注意力放在客户界面(高端客户)和价值网络(经销商模式)方面。这是他们成功的原因,也是陷入困境的根源:(1)客户界面注重高端客户,忽视了中端客户,产品定价过高,行业中产品结构高端化现象明显,产品结构失衡。(2)战略支撑上,差异化基础不牢固。白酒行业的高端产品受水质、气候等自然因素影响大,是形成差异和垄断的基本条件。但产量比重最大的中低端白酒难以依靠自然条件来形成差异化条件。(3)战略资源上,严重依赖自然资源,核心流程无技术支持,企业的核心竞争力并不突出;而战略制定和实施能力的不足也使得大多数酒企无法将潜在的资源或技术转化为现实的竞争优势,很容易在市场调整时冲击企业的业务流程,从而遭遇断崖式打击。2012年以来的需求不足和产能过剩双重压力就使得众多白酒企业陷入了上述困境。(4)价值网络一度严重依赖经销商,大力发展团购市场,因而忽略了新形势(如互联网发展带来的个性化需求)下对销售环节的发展和变革。

(五)产业组织结构不合理,市场绩效受到限制

产业组织结构主要研究对市场竞争性质和价格行为产生战略影响的市场组织特征,产业组织结构是否合理在很大程度上决定了市场绩效。通常用行业集中率(Concentration Ratio)对产

业组织结构进行划分,即统计该行业(产业)的相关市场内前 N 家最大的企业所占市场份额(产值、产量、销售额、职工人数等)的总和。根据美国经济学家贝恩对产业集中度的划分标准^[9],产业市场结构分为寡占型($CR_8 \geq 40$)和竞争型($CR_8 < 40\%$)两类。其中,竞争型又细分为低集中竞争型($20\% \leq CR_8 < 40\%$)和分散竞争型($CR_8 < 20\%$)。洋酒属于高集中寡占型行业($CR_8 \geq 85$)。

我国白酒行业的市场集中度偏低,行业“散、小、乱”局面未能得到根本改变。2013 年我国白酒行业获得了“白酒生产许可证”企业的有 8000 多家(其中“规模以上”生产企业为 1423 家),如果加上 1 万多家无证生产企业,行业中生产企业数量超过 2 万家。就产量而言,规模最大的 8 家企业市场份额不足 9%。按照贝恩的划分标准,这种市场属于原子型,或分散竞争型市场结构。从主营业务收入看, CR_8 为 21,属于低集中竞争型市场结构。表 1 分别从产量和收入角度计算了白酒行业的市场集中度。

表 1 2013 年按产量(万千升)和主营业务收入(亿元)计算的产业集中度

指标	排名 1-4 的企业	排名 5-8 名的企业	CR_4	CR_8
主营收入	五粮液, 茅台, 洋河, 稻花香	泸州老窖, 郎酒, 剑南春, 枝江酒业	16	21
产量	五粮液, 泸州老窖, 洋河, 稻花香	枝江酒业, 剑南春, 古井贡, 西凤酒	6	9

数据来源:统计年鉴、上市公司年度报告、公司报道。

市场集中度偏低表明:企业不能实现规模扩大带来的生产效率提高等规模经济效应。实际上,根据鲍莫尔的可竞争市场理论^[11],只要保持市场进入的完全自由,适度集中的市场结构仍可取得较好的市场绩效。例如,洋酒位列高集中寡占型行业,但市场绩效高。相反,我国白酒行业仍然是竞争型市场,小企业数量占行业比重超过八成,但销售额约占 30%,利润比重低于 20%^[12],消耗了大量行业资源,并造成市场竞争环境更加恶化,看似竞争性高,但市场绩效低下。

三、加快推进白酒产业发展方式转变的建议

加快转变白酒产业发展方式,需要通过五大发展理念的引领,理清政府、企业和行业、消费者三大主体关系,抓住企业这个转型的载体,以体制改革为催化剂、以市场为导向和约束、以经营模式革新为手段、以技术创新为动力,通过市场机制的调节作用,打通生产、流通、分配、消费四个环节,实现白酒产业和企业两个层面的发展方式转变。

(一)以完善企业治理机制为中心,推进体制改革,提升企业市场生存能力

十八届三中全会强调进一步推进国企改革,完善激励机制。其中治理结构和治理机制是改革的中心环节,是企业发展的前提。同时,我们认为,股权(结构)改革事关治理结构等诸多改革环节,应当先行。这是真正实现政企分离的有效思路。白酒行业作为竞争性行业,从股权结构看,完全可以实行多元化,形成国有股、企业家股、员工股、社会股并存局面,通过多元化提高人才、技术、制度优势。而对于股权结构改革的实现形式,可以采用扩股、出让

股权、换股、购并甚至出售企业等多种方式。要创造条件,引导大型白酒企业通过兼并、联合、拍卖、租赁等方式促进白酒行业优化重组,盘活存量、做大增量,优化产业组织结构,提高市场绩效。在治理结构上,要建立或完善股东大会、董事会和监事会制度,使之各司其职,对管理层要实施市场化的激励和约束机制(例如股权激励),根据其经营管理绩效、风险、责任确定薪酬。

(二)以技术进步为推动力,实现集约型增长

在多重因素的作用下,白酒产业粗放式发展之路已经终结,集约式增长模式成为企业生存和发展的必由之路。集约式增长模式要求白酒企业以技术进步为推动力,走科学发展之路。其主要措施:一是推进产品技术创新,强化发酵工艺、蒸馏工艺技术研发,通过原料、工艺、口感等方面的技术创新,形成自己的独特品位。在产品分类方面,打破白酒按香型分类的方法,生产新风格、新品种、新口味等个性化白酒,为消费者提供更广泛的选择空间,适应消费者对白酒品牌、口感的要求,向其提供合乎风味、口感、健康、环保的优质产品,提高白酒产品对相关替代品(如葡萄酒、黄酒、啤酒)的竞争优势。二是充分利用新型工业化和信息化带来的契机,结合白酒行业特点,加大技术研发投入和研发力度,革新传统工艺技术、规范生产工艺、建立产品质量标准,提高白酒行业机械化和智能化制造水平,节约资源降低生产成本,提高产品质量和附加值。三是在技术模式上,树立绿色发展理念,大力推行清洁生产和低碳发展,在保证产品质量的前提下,严格控制水、电、煤等资源能源消耗,控制排放总量和排放浓度。同时,白酒行业还需要着力解决降低粮耗、提高出酒率、废水综合利用、旧瓶循环利用问题,建立生态园区和解决 PET 瓶的应用等问题,实现社会、经济和环境的协调发展。

(三)通过经营模式创新应对市场变革

通过客户界面、核心战略、战略资源、价值网络四个要素方面的经营模式创新,提高对市场的生存力和竞争力。

1. 从客户和产品定价看,需要调整产品结构,顺应消费趋势,紧紧抓住大众消费、积极发展商务消费,改变目前产品结构与收入结构和需求结构冲突的现象,使高端、中端、低端产品结构及其定价符合消费者的选择,同时要完善市场信息反馈机制,及时掌握消费者的需求偏好变化,使产品口味、风格等符合各收入阶层和不同消费群体的消费偏好。在市场开发方面,可以大力开发商务用酒、餐饮用酒、婚宴用酒、定制酒、体验酒。

2. 根据业务流程和对产业链位置的不同选择,白酒制造企业适宜采用“生产+销售型经营模式”或“设计+生产+销售型经营模式”。对于一二线大型酒企而言,“设计+生产+销售型经营模式”会是一种具有竞争力的经营模式,大型酒企目前需要加强产品设计和销售环节二个短板,通过价值链管理提升企业竞争优势^[3]。

3. 从产品和市场范围看,企业在明确公司的核心业务和非核心业务基础上,还可以实施横向的多元化经营,以提高资金、技术、管理为条件,制定切实可行的发展战略,强化战略实施,通过企业间的横向联合、兼并等方式,促进企业核心竞争力的提升。

4. 从价值网络看,要充分运用信息技术等现代技术手段,创新商业模式,转变白酒流通体系和渠道模式,发展多样化流通和分渠道,例如,发展网购、团购、定制等新型销售渠道,实现渠道的规模化、连锁化、扁平化,降低流通成本、提高流通效率,从流通体系方面促进酒企发展方式转型。

(四)优化产业组织结构,保持有效竞争与适度集中的动态均衡

改变我国白酒行业市场集中度偏低、市场绩效不高的局面,需要从纵向和横向两方面优化产业组织结构。横向方面,鼓励通过并购、重组、联合等方式,适度提高产业链各环节(酿造环节、配套环节等)的市场集中度,保持有效竞争与适度集中的动态均衡。特别是对于酿造环节的市场集中度,以寡头竞争市场结构为优化方向。纵向方面,依据资源优势和产业发展基础,通过顶层设计大力培育白酒产业集群,实现规模效应和集聚效益。重点是培育具有核心竞争优势的核心酿造企业(如中国“白酒金三角”内的五粮液、茅台、泸州老窖等)。建议在全国选择6-8个具有独特风格和资源或地域优势的产业圈作为产业集群培育对象。此外,优化产业组织结构还需要对现有产业链进行整合、创新与发展,例如加快发展白酒配套服务业。这也为消除产业转型过程中的负面影响(如就业下降)提供了良好的解决机会。最后,需要对产业链纵向治理机制进行优化设计,确保合作收益的合理分配、激励产业链上游供应商的积极性,从而保持产业集群的稳定性和运作效率。

(五)加快国际化步伐,以国际竞争促进行业发展

中国经济的国际化需要也迫使中国白酒业走国际化之路。今后,需要加大国际市场开拓力度,引导一批知名品牌参与全球竞争,打造一批具有自主知识产权、具有国际影响力的民族品牌走向国际市场:首先,需要工艺标准、质量标准、环保、安全等方面与国际市场接轨,适应国际市场的需求和规则,获得出口国际市场的通行证;其次,需要在技术上突破口感关,有针对性地开发适合当地口味的新产品;第三,实现白酒消费文化国际化^[4],通过对国外消费者进行品牌引导和理念传播,把中国白酒的概念与理念推广给海外的消费者,奠定中国白酒品牌的影响力和定价能力;第四,实现管理模式尤其是营销队伍国际化;第五,在开拓模式上,以行业联盟开拓模式为组织架构,做好组织结构、发展战略、贸易壁垒、产品标准、技术开发、资源共享等工作,集中力量进行共同开拓,打造一批具有自主知识产权、具有国际影响力的民族品牌。

(六)大力推进配套改革

配套改革旨在为加快推进白酒产业发展方式的转变创造良好的体制环境和市场环境。(1)推进白酒产业政策顶层设计,协调地方产业发展,引导企业和行业加强科技创新、完善产品质量标准、促进公平竞争。地方产业政策必须符合国家产业政策规定,避免各自为政、相互冲突。当前最紧迫的事情是通过酒业协会和白酒企业努力把白酒从国家限制性产业发展目录撤出。(2)完善白酒行业科技创新体制,提高自主创新能力。要大力推进科技体制市场化改革,加快建立以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系;要加大知识产权保护力度,引导和支持创新要素向白酒企业集聚;要创新产业研发资金的投入机制,促进科技成果向

现实生产力转化。(3)深化财税、金融体制改革,提供制度与政策环境。建议转变或取消白酒消费税“从量计征”办法、完善增值税,为转变产业发展方式提供良好的税收环境;加大对涉及白酒生产、科研、技术改造、品牌建设等领域的财政投入,充分发挥财政资金的杠杆导向作用;对名优白酒进行技术改造、科研投入、市场开拓所需资金给予贷款支持,并实行优惠利率;对科技含量高、市场潜力大、经济效益好的白酒骨干企业和优势项目提供融资支持。(4)构建支撑白酒产业发展的相关公共服务平台。一是加快白酒基础研究平台、成果产业化转化平台等平台建设,加强产学研的结合、提高科技项目的转化率,推进科研成果的产业化水平;二要完善行业信息中心功能,建立白酒行业统计信息发布平台、公共信息服务与资源共享平台,为白酒产业实施信息化战略提供基础资料;三是加强展览展示平台建设,积极利用国内外知名展览会、博览会等搭建中国白酒展示平台,扩大中国白酒的国际影响力;四是促进现代物流市场辅助平台建设,为酒类及酒类原料交易提供从运输、通关、商检、仓储、配送到消费者之间的一站式高效率、低成本的全程物流服务。

四、研究结论与展望

白酒行业在黄金十年发展过程中,其产量增长了 270%,主营业务收入和利润增长率分别超过7 倍和 18 倍,一大批企业和部分白酒生产集中地喜获白酒行业繁荣带来的增长收益,进而提出大规模投资扩张规划。正是在政商消费需求和宏观刺激政策的作用下,白酒行业有了“黄金十年”发展期。然而,不容忽视的问题是,白酒行业的高增长是一种要素数量扩张带来的粗放式增长,因而不可避免地面临着资源环境约束趋紧、要素成本上升、产能过剩、国内外市场竞争激烈等挑战;另一方面,虽然白酒行业是竞争性行业,但行业中的技术创新、治理机制、经营模式、产业组织结构等各方面却相对滞后,产业抗风险能力低下。正因为如此,消费需求突发性萎缩和宏观经济转型等因素导致白酒行业进入调整周期,行业发展表现出明显的周期性波动,白酒企业和地方政府面临巨大压力。因此,白酒行业迫切需要加快发展方式转型。同时我们发现,由于多方面的原因,推进白酒产业发展方式转型面临着旧体制的依赖症、经营模式滞后、产业组织低效等诸多困境。为此,推进白酒产业发展方式转型需要理清政府、企业和行业、消费者三大主体关系,紧紧抓住企业这个转型的载体,以体制改革为催化剂、以市场为导向和约束、以经营模式革新为手段、以技术创新为动力,以国际竞争为重要途径,促进经济体制、企业治理机制、经营模式、产业组织结构四个方面转型,通过市场机制的调节作用,打通生产、流通、分配、消费四个环节,实现白酒产业和企业两个层面的发展方式转型。

随着宏观经济转型继续深入和白酒行业的深度调整,白酒产业发展方式转型步伐在加快,因而需要逐步扩展和深化产业转型的相关研究。因此,虽然本文建立了白酒产业发展方式转型的一般分析框架并提出相应的政策建议,但是其研究目的决定了本文并没有从个别视角研究白酒产业转型问题,也没有针对典型企业进行案例研究。笔者认为,上述问题是白酒产业转型关键阶段需要继续进行的工作。

参考文献:

- [1] 周叔莲,吕铁.应把握加快推进工业发展方式转变的关键时期[J].中国党政干部论坛,2012(3):4-6.
- [2] 白酒行业有 30%的产能过剩,深度调整不可避免[EB/OL].(2014-01-15).<http://www.tech-food.com/news/detail/n1065556.htm>.
- [3] 李志超.白酒行业进入深度调整期[J].中国经济报告,2014(11):67-71.
- [4] 李琛,曾祥凤,凌泽华.白酒品牌生态系统健康评价指标体系设计与评价方法[J].企业经济,2015(8):44-48.
- [5] 张晖.产业升级面临的困境与路径依赖锁定效应——基于新制度经济学视角的分析[J].现代财经,2011(10):116-122.
- [6] 刘康,杨晓宇,凌泽华.四川省白酒制造行业科技创新环境评价与优化对策[J].酿酒科技,2015(7):127-131.
- [7] 李杰.中国白酒产业专利信息研究[D].雅安:四川农业大学,2012:55.
- [8] 李秋影.对企业经营模式的研究与启示[J].理论学刊,2006(12):47-49.
- [9] 鲁东亮,李志刚.企业经营模式理论研究综述与前瞻[J].内蒙古大学学报(人文社会科学版),2007(2):94-98.
- [10] Bain J S. Industrial organization[M]. New York: John Wiley & Sons,1959:124-133.
- [11] 莫塔·马西莫.竞争政策:理论与实践[M].上海:上海财经大学出版社,2006:58-60.
- [12] 邱璧徽.白酒限制性产业解禁与调税提上议程[EB/OL].(2015-05-08).<http://www.baijw.com/html/xwpd/gn/2015/05/08/2853369.html>.
- [13] 王蔷.基于价值链的企业竞争优势研究[J].现代经济探讨,2005(3):61-64.
- [14] 蒋玉石,骆婕茹,赵丽娟.新常态下的中国白酒行业发展趋势及应对策略研究[J].四川理工学院学报(社会科学版),2015(6):46-55.

责任编辑:梁 雁

The Transformation of Development Mode of China's Liquor Industry

ZENG Xiangfeng, SU Kui

(a.Research Center for Sichuan Liquor Industry Development; b.School of Economics, Sichuan University of Science & Engineering, Zigong, 643000)

Abstract: Promoting industrial restructuring and upgrading is the top priority of transformation of economic development mode. Liquor industry has always been an important sector of the national economy, but it faces many big challenges in the development process, such as scarcity of resources, environmental destruction, price inflation of production factors, declining of domestic demand. In recent years, liquor industry has experienced rapid growth as well, but its growth mainly relies on quantitative expansion. It is a typical extensive mode of industry development, which not only causes serious overcapacity, some product quality problems, and lack of technological innovation, but also leads to the enterprise system and mechanism difficulty of adapting to domestic and international market competition, industry instability, and violent fluctuations. Thus, the liquor industry urgently needs to accelerate the transformation of industrial development mode. Meanwhile, it is also facing dependency of the old system, business model lag, inefficient industrial organization, and many other difficulties in the process of promoting the development mode. For these reasons, it is believed that it is necessary to promote the liquor industry development mode transformation from three dimensions. Firstly, the governments need to cut the authority in their hands voluntarily to provide effective market environment for the reforms of enterprise and industry. Secondly, it is necessary to perform top-level design of industrial policy and improve the related public service platform and other measures from industry level to promote technological innovation and optimize the industrial organization structure. Finally, liquor companies need to improve governance mechanisms and optimize governance structures and innovative business model to create good conditions for the transformation of intensive development pattern. At the same time, liquor companies need to actively participate in international competition to speed up the transformation of industrial development mode.

Key words: liquor industry; liquor business; development modes; industry competition; intensive growth