

区域经济发展视域下贵州白酒产业高质量发展路径研究

郅广平^{1,2}, 张珊³, 朱力博¹, 白旭¹, 侯雅静¹, 徐兴花¹, 彭婷¹, 章印¹, 王敏姿^{4*}

(1.茅台学院 旅游管理系, 贵州 遵义 551801; 2.茅台学院 酒文化研究中心, 贵州 遵义 551801;

3.茅台学院 组织人事处, 贵州 遵义 551801; 4.茅台学院 资源环境系, 贵州 遵义 551801)

摘要: 贵州白酒产业在实现高质量发展过程中面临诸多挑战, 特别是在环境承载力、品牌建设和技术创新方面。该文简单介绍了贵州白酒产业发展现状及面临的挑战, 从区域经济发展的角度出发, 选用中心-外围理论和新经济地理理论对白酒产业发展进行分析, 从区域发展策略与资源配置优化、白酒产业多元化与创新、区域竞争理论、区域政策与规划理论4个方面分析贵州白酒产业高质量发展路径。这些策略将为白酒产业在全球化背景下的可持续发展、地方经济的全面提升和产业转型升级提供有力支持。

关键词: 贵州白酒产业; 高质量发展; 环境承载力; 技术创新; 品牌集群

中图分类号: TS261.2

文章编号: 0254-5071(2025)08-0310-05

doi: 10.11882/j.issn.0254-5071.2025.08.045

引文格式: 郅广平, 张珊, 朱力博, 等. 区域经济发展视域下贵州白酒产业高质量发展路径研究[J]. 中国酿造, 2025, 44(8): 310-314.

Research on the pathways for high-quality development of the Baijiu industry in Guizhou from the perspective of regional economic development

QIE Guangping^{1,2}, ZHANG Shan³, ZHU Libo¹, BAI Xu¹, HOU Yajing¹, XU Xinghua¹, PENG Ting¹, ZHANG Yin¹, WANG Minzi^{4*}

(1.Department of Tourism Management, Moutai Institute, Zunyi 551801, China; 2.Center for Baijiu Culture Research, Moutai Institute,

Zunyi 551801, China; 3.Department of Organization and Human Resources, Moutai Institute, Zunyi 551801, China;

4.Department of Natural Resources and Environment, Moutai Institute, Zunyi 551801, China)

Abstract: The Baijiu industry in Guizhou is confronted with numerous challenges in achieving high-quality development, especially in terms of environmental carrying capacity, brand building, and technological innovation. The current situation and challenges faced by the development of Baijiu industry in Guizhou were briefly introduced. From the perspective of regional economic development, the Baijiu industry development was analyzed by center-periphery theory and new economic geography theory. The high-quality development path of Baijiu industry in Guizhou was analyzed from four aspects: regional development strategies and resource allocation optimization, diversification and innovation of Baijiu industry, regional competition theory, regional policy and planning theory. These strategies would provide strong support for the sustainable development of Baijiu industry in the context of globalization, the overall improvement of the local economy and the transformation and upgrading of the industry.

Key words: Baijiu industry in Guizhou; high-quality development; environmental carrying capacity; advanced technology; brand clusters

区域经济发展是当今社会发展的重要目标之一^[1]。在这一背景下, 传统产业的转型升级和新兴产业的成长发展就显得尤为重要。贵州作为中国西南部的经济欠发达省份, 近年来凭借其独特的地理环境, 发展出以酱香型白酒为代表的白酒产业集群^[2]。贵州白酒产业, 尤其是以茅台为代表的酱香型白酒, 对贵州省经济发展作出了重要贡献, 并在推动区域经济发展中发挥了关键作用。然而, 随着国内外市场竞争的日益激烈, 以及社会对环境保护和文化遗产的日益关注, 贵州白酒产业在发展过程中面临诸多挑战。从区域经济发展的视角来看, 该产业不仅需要巩固其传统优势, 还需通过创新驱动实现可持续发展。要达成这一目标, 不仅需要对白酒生产技术进行现代化升级, 还需在品牌建设、文化传播以及绿色发展的领域进行探索与实践^[2]。

区域经济发展的理论是研究区域经济活动规律和区域经济发展策略的重要理论基础^[3]。这些理论为理解和分析区域经济发展过程中的资源配置、产业分工和空间结构提供了框架。常用的分析方法包括区位理论^[4]、中心-外围地理理论^[5]、增长极理论^[6]、区域创新理论^[7]、新经济地理理论^[8]等, 这些理论分别从产业布局、城镇体系、经济集聚、创新驱动和空间分布等角度探讨了区域经济活动的规律。其中, 中心-外围理论能够揭示经济活动在空间上的不均衡分布, 特别是核心区域如何通过资源、资本和技术的辐射带动周边区域发展^[9]。同时, 新经济地理理论强调规模经济、市场潜力和运输成本在推动经济活动集聚中的关键作用, 能够有效解释贵州白酒产业在优质自然资源、独特酿造环境和强大品牌效应的支撑下形成集聚效应的过程^[9]。

收稿日期: 2024-09-02

修回日期: 2024-12-30

基金项目: 贵州省高校人文社会科学研究项目(2024RW84)

作者简介: 郅广平(1981-), 男, 副教授, 博士, 研究方向为区域经济学、遥感和地理信息科学。

*通讯作者: 王敏姿(1986-), 女, 副教授, 博士, 研究方向为资源环境遥感和地理信息科学。

本文简单介绍了贵州白酒产业发展现状及面临的挑战,从区域经济发展的角度出发,选用中心-外围理论和新经济地理理论对白酒产业发展进行分析,从区域发展策略与资源配置优化、白酒产业多元化与创新、区域竞争理论、区域政策与规划理论4个方面分析贵州白酒产业高质量发展路径。以期提升贵州白酒产业的国际竞争力,为推动区域经济的健康发展注入新的动力,为实现全产业链的空间优化配置和高质量发展提供科学依据。

1 贵州白酒产业发展现状

1.1 贵州白酒产业发展历程

自古代酿酒技术的形成开始,经过数个世纪的演变,贵州逐渐成长为中国最具代表性的白酒生产基地之一^[9-10]。唐宋时期,贵州地区便开始利用高粱等谷物进行酿酒,奠定了白酒生产的基础。据统计,自1952年以来,贵州白酒产量迅速增加,1978-2000年间,年均增长约3倍,这一期间国家的持续支持为白酒产业的发展提供了良好的政策环境^[11]。进入21世纪,贵州白酒产业发展更为迅速,特别是2022年,贵州白酒行业表现尤为突出^[12],充分体现了其在区域经济发展中的重要地位和贡献。贵州白酒产业不仅是地方经济的重要支柱,而且在国内外市场中不断提升其竞争力,为地方经济的可持续发展注入了活力。

1.2 贵州白酒产业在区域经济发展中的作用

贵州白酒产业在区域经济发展中发挥着重要作用,其影响主要体现在经济增长、创造就业、税收贡献和相关产业联动等多个维度^[13]。首先,贵州白酒产业作为该省经济发展的核心支柱之一,其产值在近年来呈现出快速增长,根据2022年的统计数据,该产业实现产值1 204.4亿元,占全省国内生产总值(gross domestic product,GDP)的26.2%^[14]。这一数据不仅显示了白酒产业对地方经济的直接贡献,也是推动区域经济整体增长的关键因素。其次,白酒产业显著促进了就业机会的增加。研究显示,2022年该行业为超过10万名从业人员提供了工作岗位,行业平均用工人数达到10.05万人,比上年增加15.4%^[13]。白酒产业的快速发展带来了一系列相关岗位的扩张,提高了当地居民的就业率,提升了区域居民的收入水平和生活质量。此外,贵州白酒产业在地方财政中贡献突出。数据显示,2022年贵州白酒行业创收税收达740亿元,主要由消费税组成。这些收入为地方政府提供了重要财政支持,有助于改善公共服务设施,如教育、医疗和基础设施建设。增加的财政税收不仅提升了政府对社会经济发展的调控能力,也为地方经济的可持续增长提供了重要的财力保障。同时,白酒产业的发展还促进了农业和旅游等相关产业的协同发展,白酒生产对优质酿酒农作物的需求推动了当地农业的投资与技术进步^[15-16]。同时,白酒旅游作为一种旅游新业态,也吸引大量游客前来旅游参观,促进了当地旅游业的日益繁荣,推

动了地方经济的综合发展^[17-18]。贵州白酒产业不仅提升了经济的活力,还加强了产业间的联系,推动了地区经济多元化的发展模式。

1.3 贵州白酒产业的空间分布现状

本研究中收集了1949年-2023年9月期间贵州现存和已注销的白酒生产企业的数据,结合区域GDP、人口分布和交通网络等因素,深入探讨了贵州白酒产业的区域分布及其背后的驱动因素。并使用ArcGIS 10.8 软件进行核密度分析^[2],结果见图1。

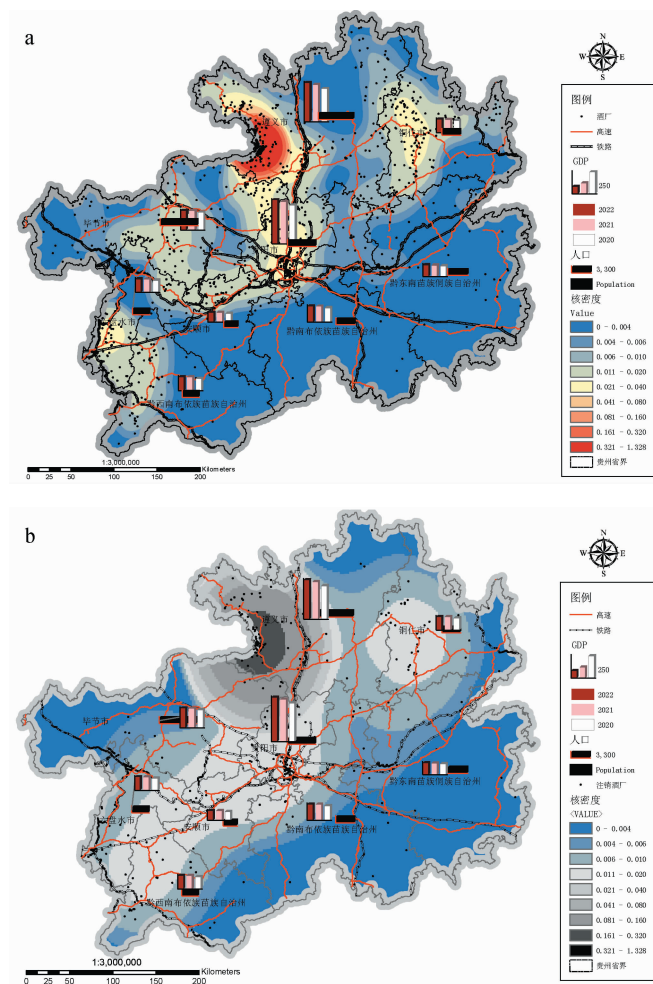


图1 贵州白酒产业现存酒企(a)及已注销酒厂(b)空间分布核密度分析图

Fig. 1 Nuclear density analysis chart of the spatial distribution of existing Baijiu enterprises (a) and deregistered Baijiu factories (b) in Guizhou's Baijiu industry

由图1a可知,贵州省现存酒厂的空间分布高度集中于遵义市及其周边地区,该区域在图中的核密度最高。这种高密度的集聚现象与区域内的经济发展水平(GDP)、人口密度以及交通网络的便捷性密切相关。遵义市作为贵州省的经济中心之一,拥有较高的GDP水平,表明了强劲的经济基础和市场需求。此外,人口密度的增加也为白酒产业提供了广泛的劳动力资源和消费市场。交通网络在白酒产

业的集聚中也起到了关键作用。遵义市及周边地区发达的高速公路和铁路网络,这些便利的交通条件不仅促进了原材料的运输和成品的外运,还吸引了大量的酒厂在此布局。这种交通优势提升了区域内部的物流效率,进一步加强了该地区作为白酒生产和流通中心的地位。贵阳市、铜仁市和六盘水市等地酒厂分布密度相对其他区域较高,已显示出一定的空间集聚特征。一方面得益于毗邻遵义市,另一方面这些区域的气候环境条件也更适宜白酒产业的发展。贵阳作为省会城市,具有发达的交通网络,具备发展成为贵州白酒集散地的地理优势。而铜仁地区和遵义处于同一纬度线上,具备发展白酒酿造行业的气候条件。由图1b可知,已注销酒厂显示出与现存酒厂类似的区域集聚特征,尤其是在遵义市及其周边地区。然而,相较于现存酒厂,已注销酒厂的分布密度总体较低,表明这些地区的白酒市场在经历了产业集中与竞争后,部分酒厂因种种原因退出市场。这可能与当地的市场饱和程度、企业竞争力以及政策调整等因素有关。遵义市作为贵州白酒产业的核心区域,虽然拥有较高的经济发展水平和优越的交通条件,但市场竞争的激烈程度也相应更高。部分酒厂在面对激烈的市场竞争和较高的经营成本时,可能选择退出或迁往其他地区。此外,一些酒厂可能因无法适应新的环保政策或缺乏技术创新能力而被淘汰。因此,贵州白酒产业的空间分布受到多重因素的共同影响,包括经济发展水平(GDP)、人口密度和交通网络等。遵义市作为核心发展区域,因其较高的经济活跃度、丰富的人力资源和优越的交通条件,吸引了大量的白酒企业。然而,这种集聚效应也带来了较大的市场竞争压力和资源约束,导致部分酒厂的关闭或迁移。未来,贵州白酒产业的高质量发展应继续关注核心区域的优势利用,同时也应重视外围区域的协调发展。通过优化产业布局、提升交通基础设施、加强技术创新和环境保护政策的落实,可以进一步提升贵州白酒产业的综合竞争力,实现区域经济的协调和可持续发展。

2 贵州白酒产业发展面临的挑战

进入21世纪后,贵州白酒产业发展迅速,产业规模不断扩大,随着贵州省政府对白酒产业发展的大力支持和外来资金的不断投入,贵州白酒产业在迅速的成长过程中也面临着一系列挑战,如环境保护和可持续发展的压力,品牌建设不足,相关政策支撑尚不完善,技术创新缓慢和产业结构单一等方面的问题^[9]。

贵州白酒产业高度集中于遵义市的茅台镇(见图1a)。尽管贵阳、铜仁和六盘水等地正在形成次中心,但这一趋势发展缓慢且效果不明显^[2]。当前贵州白酒产业的生产布局导致资源过度集中和环境负担加重,目前的发展模式已经超出了茅台镇的环境承载能力,对行业的可持续发展构成了显著威胁。这种集中化发展引发了一系列生态与社会

问题,主要表现为水污染、大气污染、能源峰期供给不足以及交通拥堵等,这些问题已成为制约白酒产业可持续性的重要障碍。在品牌建设方面,尽管贵州白酒以茅台享誉国际,但行业内缺乏其他具有同等市场影响力的品牌。这种品牌结构的不均衡一方面巩固了茅台品牌的强势地位,另一方面缺乏其他有一定影响力的生产企业,造成市场竞争力不足。一些中小企业由于难以获取足够的市场份额,在品牌建设和市场推广方面面临巨大挑战,整个行业陷入品牌影响力不足的困境。在政策支持方面,尽管贵州省政府出台了一系列促进白酒产业发展的政策,但在实际落实过程中,资源配置不均衡和支持力度不足的问题依然存在。许多中小企业在融资、技术转让和市场准入等方面面临诸多困难,政策对其发展的扶持力度明显不足。这表明当前的政策环境尚未充分满足贵州白酒行业的实际需求,亟需制定更具针对性和可操作性的支持措施。技术创新能力薄弱亦是贵州白酒产业面临的重要挑战。目前,该行业整体仍以传统生产工艺为主,对现代技术的应用与推广较为有限。尽管部分企业开始尝试引入新技术,但受制于高昂的设备投资和技术更新成本,技术创新的广度和深度均显不足。加强技术创新能力是提升行业竞争力和适应市场变化的关键所在。此外,贵州白酒产业结构相对单一,主要依赖酱香型白酒的生产,缺乏产品线的多样化。这种单一化的产业结构限制了企业应对市场变化的灵活性,当市场需求发生波动时,行业的抗风险能力显著降低。因此,探索多样化发展路径,满足不断变化的市场环境和消费者需求,是贵州白酒行业亟需解决的重要课题。

3 区域经济视域下贵州白酒产业高质量发展路径

3.1 中心-外围理论分析

中心-外围理论强调区域之间存在不平衡的发展,中心区域通常是经济活动的集中地,而外围地区相对落后^[9]。现存白酒产业密度最高的为遵义,其次为贵阳、铜仁和六盘水等地,这些地区同时也是交通网络发达、人口和GDP相对较高的区域(见图1a)。这表明核心地区由于交通便利、资源集中,吸引了更多的经济活动和产业投资,形成了经济发展的高地。贵州省的外围地区,如毕节市和黔东南苗族侗族自治州,白酒产业布局相对稀疏。受交通条件相对落后、资源分布分散等因素的制约,这些地区难以形成规模经济,经济活动呈现出分散化特征,与核心区域相比,其经济发展水平存在显著差距。核心区域与外围地区之间的经济联系主要通过交通网络得以维持。尽管贵州省内铁路和高速公路网络较为完善,这些交通基础设施在促进白酒产品流通和资源转移方面发挥了积极作用,但外围地区由于经济活动密度较低,尚难以形成强大的市场需求和经济增长点。因此,核心区域与外围地区之间的经济差距依然难以有效弥合。为缩小这一差距,应重点加强外围地区交

通网络的末端延伸,进一步优化资源配置,促进白酒产业在这些区域的合理布局和发展。同时,通过制定针对性的政策措施和市场引导,激发外围地区经济发展的潜力,提升其在全省经济体系中的地位和贡献,逐步实现区域间更为均衡的经济发展格局。

3.2 新经济地理理论分析

贵州省白酒产业的区域分布以仁怀市为代表的核心区域为例,展现了规模经济效益的典型特征:当某一产业在特定区域达到一定集聚规模后,生产成本下降、竞争力增强,从而吸引更多相关产业和资源的进入,形成良性循环。交通网络布局进一步体现了运输成本的影响,中心区域因交通便利和运输成本低,能够高效连接市场与资源,促进产业发展和集聚。而外围地区由于地理位置偏远和运输成本高,集聚效应较弱,产业发展受限,难以与核心区域形成有效竞争(见图1a)。这种核心区域与边缘地区之间的显著经济差距反映了中心-外围格局的影响,而新经济地理理论为其成因提供了深刻解释,即规模经济和运输成本是驱动经济活动集聚与分散的关键因素。要有效缩小这一差距,应通过加强外围地区的交通基础设施建设,降低运输成本,并通过政策引导和激励措施,推动外围地区产业的集聚与规模经济效益的形成,从而实现更均衡的区域经济发展格局。

3.3 贵州白酒产业高质量发展路径分析

3.3.1 区域发展策略与资源配置优化

根据区域发展理论的观点,区域内经济发展的不平衡性突出强调了资源的集中和有效利用对于实现区域经济发展的重要性^[20]。在贵州省白酒产业的发展格局中,已经形成了以遵义市为主要中心、贵阳市、铜仁市和六盘水市为次中心的产业布局。为进一步推动贵州白酒产业的发展,应加强核心区域的引领作用。核心区域遵义市已具备较高的产业集聚度,应通过技术创新、品牌推广和文化遗产等方式,进一步提升白酒产业的附加值,并通过投资带动和技术输出等手段,促进外围区域的白酒产业发展。同时,应注重促进资源的合理配置,通过科学规划,将白酒产业链条中的不同环节合理分布在各个区域。例如,可将生产基地集中在交通便利、资源丰富的地区,而将研发、销售等高附加值环节设在核心城市,以最大化区域资源的利用效率。这种策略不仅能优化区域资源配置,还能推动区域间的协调发展,提升贵州白酒产业的整体竞争力。

3.3.2 推动白酒产业多元化与创新

区域结构转型理论指出,区域经济要从单一产业结构向多元化、高附加值产业转型,以实现可持续发展^[21]。欧洲国家的烈性酒产业通过延伸产业链和多元化发展来实现区域经济的健康发展^[22]。以法国的白兰地和苏格兰的威士忌为例,这些地区不仅发展了酒类生产,还将旅游、文化

体验等关联产业融入其中,形成了一个综合的产业生态系统^[23]。这一模式不仅提升了当地经济的整体收益,也增强了区域经济的韧性。贵州白酒产业在追求高质量发展的过程中,同样需避免对单一产业的过度依赖,建议通过发展旅游、文化创意产业以及生物科技等相关联的产业,以形成多元化的经济结构,提升抗风险能力。此外,推动技术创新是提升市场竞争力的关键,特别是在酿造工艺、环保技术和节能减排等领域的突破,以实现产业升级和提升产品质量。与此同时,加强品牌建设、提高品牌影响力和推动国际化市场拓展也是至关重要的,借助地方文化资源打造独特的品牌故事,以吸引更多消费者关注。在此基础上,贵州白酒产业应加强与高校和科研机构的合作,通过共建研发平台,促进技术进步与人才培养,从而为产业的高质量发展提供强有力的支撑。通过这些综合性措施,贵州白酒产业将能够增强抗风险能力,向可持续发展目标迈进。

3.3.3 区域竞争理论

基于区域竞争理论^[24],贵州白酒产业要实现高质量发展,可以通过打造白酒品牌集群和提升生产效率与标准化两个核心途径。首先,贵州省应积极整合省内的白酒品牌资源,致力于建立具有国际影响力的白酒品牌集群。这一战略不仅可以通过品牌效应显著提升产品的附加值,还能够国际市场上巩固和拓展市场地位,从而增强市场竞争力。欧美国家的烈性酒产业在发展过程中高度重视创新和品牌建设^[25]。创新不仅包括产品的多样化和技术升级,还涉及品牌的文化塑造和全球市场的开拓等方面^[26]。例如,苏格兰威士忌产业通过打造全球知名的品牌形象,并结合当地的文化和历史,成功在国际市场占据了重要地位^[27]。鉴于欧美国家的发展经验,贵州白酒产业在发展过程中,应通过强化品牌的统一形象及市场营销策略,增强不同品牌之间的协同效应,从而弥补个体在品牌推广和市场开拓中的局限,形成强大的集体竞争优势。其次,为了满足国际市场对白酒产品质量和稳定性的高要求,贵州白酒产业必须引入先进的生产设备和管理模式以提升整体生产效率及标准化程度。现代化的生产技术和设备的应用,在减少生产过程中的人力成本和资源浪费的同时,能够确保产品的高质量与其品质的一致性。此外,标准化生产流程能够有效提高生产环节的可控性,有助于实现规模化生产,从而在国际市场上保持竞争优势。

3.3.4 区域政策与规划理论

区域政策与规划理论指出,政府在地方经济发展中发挥着引导和支持的关键作用,尤其在推动贵州白酒产业高质量发展方面,需要制定和实施具有针对性的区域政策^[28]。首先,政府应根据各区域的实际情况,实行差异化的政策设计。对于核心区域,例如遵义的仁怀市,应重点扶持高附加值、高技术含量的项目,以增强产业的整体竞争力和盈

利能力;而对于次中心区域如贵阳、铜仁和六盘水,则通过税收优惠、基础设施建设等手段吸引白酒生产及相关企业投资,完善围绕核心区域的产业链布局,推动区域经济均衡发展。其次,环境保护与可持续发展是产业长期健康发展的重要基础。借鉴欧美国家在烈性酒产业中的经验,如爱尔兰和苏格兰在威士忌酿造中广泛采用可再生能源和废水处理技术,以减少资源消耗和环境污染^[30-32],贵州政府也应强化环保监管,推广清洁生产技术,并实施严格的环境保护标准。例如,茅台集团正在开发可降解红飘带以减少环境污染,其他白酒企业也应借鉴这一做法,采用绿色技术提升资源利用率,在实现生态效益的同时彰显社会责任。此外,政府需通过资金补贴、税收优惠和金融支持等政策,激励企业进行技术创新和市场拓展,尤其是在参与国际标准制定方面,帮助贵州白酒产业提升全球市场的竞争力和影响力。这一系列措施不仅能够推动贵州白酒产业的高质量发展,还将促进区域经济协调发展和生态环境的可持续性,为全省经济长远发展奠定坚实基础。

4 结语

本文从区域经济高质量发展的视角出发,系统分析了贵州白酒产业的发展现状与面临的挑战,并提出了相应的发展路径与策略。研究表明,贵州白酒产业不仅是地方经济的重要支柱产业,同时也面临环境保护、品牌建设和政策支持不足等多方面的挑战。为实现其高质量发展,政府需制定差异化的产业政策,以促进核心区域与外围区域的协调发展。此外,全面引入清洁生产技术和可持续发展理念,将是有效改善产业环境影响的重要手段。同时,通过推动产业多元化与创新,进一步加快技术引进和品牌集群建设,将为贵州白酒产业提升国际竞争力提供坚实支撑。本文结合区域政策与规划理论、区域结构转型理论等相关理论,提出的策略不仅旨在推动贵州白酒产业的转型升级,更旨在为地方经济的可持续发展注入新的动力。

参考文献:

- [1] 王怡颖. 新时代中国区域经济协调发展的内涵解构与三重逻辑[J]. 当代经济管理, 2024, 46(11): 75-86.
- [2] 鄯广平, 卜建东, 欧信忠, 等. 贵州白酒产业的空间分布特征与驱动力分析[J]. 中国酿造, 2024, 43(7): 269-273.
- [3] 刘军辉, 张古, 安虎森. “双循环”战略实施对中国区域经济格局的影响——基于斯密分工思想的分析[J]. 财经研究, 2024, 50(3): 4-18.
- [4] 金强, 张芳芳, 李亚美. 区域产业税负差异与制造业集聚——基于新经济地理学的理论与实证分析[J]. 税务研究, 2024(6): 120-126.
- [5] 张衔, 李少武. “一带一路”与破解“中心-外围”依附模式[J]. 上海经济研究, 2023(11): 106-117.
- [6] 任保平. 新发展阶段我国区域经济高质量发展的理论逻辑, 实践路径与政策转型[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2023(3): 81-90, 193.
- [7] 杨静莹, 刘卫东, 刘志高. 区域创新研究的理论演进与研究进展[J]. 地理科学进展, 2024, 43(2): 361-373.

- [8] 孟叶, 吴浩波. 新经济地理学理论前沿评述[J]. 河北经贸大学学报, 2023, 44(2): 64-77.
- [9] 郭旭, 徐志昆, 杨玲. 贵州酱香型白酒产业发展现状及对策研究[J]. 中国酿造, 2023, 42(8): 260-265.
- [10] 郭旭, 徐志昆. 贵州白酒品牌体系构建现状、存在问题及对策研究[J]. 贵州商学院学报, 2020, 33(4): 19-29.
- [11] 贵州省统计局. 贵州统计年鉴2011[M]. 北京: 中国统计出版社, 2001.
- [12] 郭旭, 吴大华. 贵州白酒产业高质量发展实现路径研究[J]. 贵州商学院学报, 2022, 35(3): 1-12.
- [13] 曹勇. 酒企业产业集群与区域经济发展关系研究[J]. 财经界, 2023(23): 21-23.
- [14] 陈梓沐, 严海龙, 罗岚哲. 贵州省区域经济差异与协调发展分析[J]. 中国商论, 2024(8): 164-168.
- [15] 刘月芳, 王也. 关中地区白酒产业与旅游文化产业融合发展策略研究[J]. 酿酒科技, 2020(4): 122-125.
- [16] 应恒, 殷勇, 张林, 等. 宜宾糯红高粱机械化精量直播及配套栽培技术规程[J]. 四川农业科技, 2024(1): 30-32.
- [17] 卜建东, 鄯广平. 中国白酒旅游的时空演变与动力机制分析[J]. 中国酿造, 2023, 42(3): 246-250.
- [18] 卜建东, 鄯广平, 王智, 等. 白酒旅游资源评价体系的构建与应用研究[J]. 中国酿造, 2023, 42(7): 259-264.
- [19] 刘刚. 贵州白酒企业战略转型研究[D]. 贵阳: 贵州财经大学, 2018.
- [20] 沈体雁. 发展新质生产力条件下的区域政治理论[J]. 经济研究参考, 2024(6): 21-23.
- [21] 刘靖. 区域经济转型时空演化及政策仿真研究[D]. 上海: 上海社会科学院, 2016.
- [22] COLLINS A, FAIRCHILD R. Sustainable food consumption at a sub-national level: an ecological footprint, nutritional and economic analysis [J]. *J Environ Policy Plan*, 2007, 9(1): 5-30.
- [23] LENZEN M, MURRAY S A. A modified ecological footprint method and its application to Australia[J]. *Ecol Econ*, 2001, 37(2): 229-255.
- [24] 张辉. 区域竞争力的有关理论探讨[J]. 中国软科学, 2001(8): 93-98.
- [25] JERNIGAN D, ROSS C S. The alcohol marketing landscape: Alcohol industry size, structure, strategies, and public health responses[J]. *J Stud Alcohol Drugs*, 2020(s19): 13-25.
- [26] ANDERSON K, MELONI G, SWINNEN J. Global alcohol markets: Evolving consumption patterns, regulations, and industrial organizations [J]. *Annu Rev Resour Econ*, 2018 10(1): 105-132.
- [27] DINNIE K. Place branding: Overview of an emerging literature[J]. *Place Brand*, 2004, 1(1): 106-110.
- [28] 王金岩, 孙世德, 许美洁, 等. 健康经济学视角下健康城市空间组织框架及推进策略[J]. 区域评论, 2023(5): 79-86.
- [29] MALANCA I. Sustainability in the beverage industrial sector: decarbonisation of a Scotch whisky distillery[D]. Torino: Politecnico di Torino, 2022.
- [30] BEŇŠ O, BIELIK P, TURČEKOVÁ N, et al. Sustainability of the Slovak Spirits Industry in the Single Market of the EU[J]. *Sustainability*, 2021 13(10): 5692.
- [31] OLAJIRE A A. The brewing industry and environmental challenges[J]. *J Clean Prod*, 2020, 256: 102817.
- [32] KANG X H, LIN R C, WU B T, et al. Towards green whiskey production: Anaerobic digestion of distillery by-products and the effects of pretreatment[J]. *J Clean Prod*, 2022, 357: 131844.