

从“卖酒”到“卖生活方式”

“酒+”新体验，激发贵阳消费新活力

9月9日，第十三届中国（贵州）国际酒类博览会开幕，包括约400家海外企业在内的2000余家厂商参展，首次设置美酒生活方式馆，充分发挥酒博会作为国内外酒类产品聚集平台的优势，着力打造酱香白酒消费新体验。

作为全省发展的“火车头”“发动机”，贵阳坚持消费业态、消费场景、消费服务、消费体验等创新发展，加快推动“卖酒”向“卖生活方式”转变，成效显著：围绕“酒+文化街区”，打造了9条美酒美食街区；围绕“酒+文旅融合”，推动43个A级景区酱酒体验馆全覆盖；围绕“酒+美食研究”，鼓励商家推出新黔菜20道……

现在的贵阳，以酒兴商、以酒兴旅、以酒兴业，着力打造贵州名优白酒文化及酒产品展示体验中心、消费中心、创新中心。

“酒+文化街区”着力打造消费场景



太平路是贵阳打造的“美酒美食街区”的一个缩影
贵阳日报融媒体中心记者 梁超 摄

此次酒博会以“品全球佳酿 享美好生活”为主题，首次设置美酒生活方式馆，围绕酒与文化、酒与体育、酒与书画、酒与诗词、酒与舞蹈、酒与戏曲、酒与茗茶、酒与旅游等主题，汇聚美酒、美食、音乐等要素，由“卖酒”向“卖生活方式”转变。

与传统的酒水销售行业往往只关注酒的品质和口感不同，近年来，贵阳围绕“卖生

活方式”的理念，聚焦特色街区、夜间经济聚集区、旅游消费街区等，支持打造酒类体验中心、美食美酒美生活体验馆。

青云路着力打造集酒吧街、特色小吃街、文创市集、体育运动等功能于一体的潮流文化街区，目前已引进五条友、二麻酒馆、阿杜炒蟹等知名品牌270个，餐酒休闲业态占比44%。

在新印1950，为打造现代潮流时尚文化街区，这里建设了商业盒子、城市展厅、新印文化空间、贵州新华印刷博物馆等，已引进去茶山等120个品牌，其中餐酒休闲业态占比46%。

七米路街区是集餐饮、娱乐、文创于一体的夜间经济活力街区，已引进新一烤、潮流餐饮、潮酷酒馆、派对KTV会所等30个品牌，其中餐酒休闲业态占比80%。

“过去，消费者购买酒水主要是为了满足饮酒的需求，而现在更追求一种与酒相关的生活体验。在消费结构升级的驱动下，‘卖生活方式’意味着为消费者创造一个全方位的消费场景。”七米路街区品牌总监赵树说。

截至目前，围绕“酒+文化街区”打造消费场景，贵阳已培育打造青云路、曹状元街区、嗨乐街区、太平路、1958文创园、新印1950、悦然时光、七米路、阿云朵仓等9条美酒美食街区。

只有将生活方式和理念融入产品和服务中，才能让消费者真正感受到价值和魅力。

围绕“酒+创新活动”打造主题IP，贵阳已累计举办224场路边音乐会，超过227.36万人次现场观看；成功举办贵阳首届鸡尾酒大赛、第四届勐乐山“茅台醇杯”茶叶创意冲泡大赛等。

围绕“酒+星级酒店”，贵阳在现有五星级酒店布局酱酒生活方式体验业态。

不仅如此，贵阳还重点推动中国（贵阳）国际酒博城、未来方舟酒世界等项目建设。

“酒+美食研究”着力推动品牌创新

为了全力打造好看、好玩的酒博会，本届酒博会精心策划了一系列围绕酒类展开的生活方式主题活动，展示并推广酒文化与现代生活方式的融合，以“琴棋书画诗酒花”表达公众对美好生活的追求，促进酒与体育、餐饮、音乐、文化、旅游等行业的跨界合作。

作为省会城市，一直以来，贵阳抢抓餐酒融合新赛道，为餐饮行业和酒水市场注入新的活力。

太平路街区以创新型餐酒吧为引擎，正围绕社交主题布局细分酒品类，如酱酒鸡尾酒特调、红酒精酿、进口生啤黑啤、雪茄餐酒

吧，打造都市社交体验目的地，营造“微醺”夜经济都市氛围，创新夜间消费场景。

一方面，引入本土美食进行特色化场景打造，同时针对特色黔菜进行改良升级，赋能贵阳美食文化故事。另一方面，引进知名品牌，满足不同层次的消费需求。

“9月1日，我们签订引进了北京知名品牌京A、PAYA（东南亚餐），目前，商家正在准备进场装修。”太平路街区招商负责人王奇说。目前，太平路街区共有经营商户165家，已引进液体工坊、trip smith、乔治咖啡等知名酒饮品牌99个，餐酒休闲业态占比

67%。“餐酒休闲业态收入占总收入的80%左右。”王奇说。

贵阳将酒作为各类美酒美食开发的原材料，围绕“卖酒向卖生活方式转变”，探索开展酒饮的创新消费，着力培育优质黔菜。目前，已推出香格里拉宴会艺术中心、黔大叔·臻品·酒说·宴茅臺等新黔菜餐厅17家，推出糟辣香猪娃娃鱼、酱酒烤关岭黄牛肉等新黔菜20道。

为促进酒饮的创新消费，当前，贵阳正在组织餐饮企业参加酒菜联动活动，已有105家企业通过审核。

“酒+文旅融合”着力做深旅游体验

本届酒博会将发挥汇聚国内外酒类产品的平台和品牌优势，通过酒旅、酒商深度融合，促进打造酒类消费增长新模式、新场景、新业态，有力助推“卖酒”向“卖生活方式”转变。

酒旅深度融合，一直是酒业高质量发展的重要方向之一。

按计划，今年，贵阳贵安43个A级以上景区将实现贵州名优白酒体验馆或体验场景全覆盖。

瞄准目标，贵阳已将43个A级景区分为“自然人文、城市公园、历史文保、文博院馆、文化创意、温泉康养、主题游乐”共7个类别，有针对性地制定酱酒品鉴销售体验业态、酱酒宣传展示体验业态、酱酒文化创意

体验业态、酱酒保健康养体验业态、酱酒主题文化体验业态、五星级酒店酱酒体验业态6种酱酒体验馆分类，并积极推动相关项目落地建设。

目前，景礼贵州酱酒文化馆落地青岩古镇，珍茅名酱体验馆落地天河潭景区，贵州酱香（国际）俱乐部项目落地多彩贵州城。

围绕资源、客源、服务“三大要素”，贵阳充分发挥文旅资源优势，运用市场化方式，用足用好现有资源项目，加强文化宣传推广，做好美酒、美景、美食融合发展文章。

举办贵阳市首届“贵阳礼物”文创大赛，设立“贵阳礼物”包装及产品设计、IP形象设计及“贵阳”城市创意三大赛道，以酱酒为元素的酿小匠——酱香小酒革新者产

品包装及产品设计在网络投票中排名第一。

“下一步，我们将完善工作机制，创新资产盘活方式，强化优质市场主体的招引，加快推进项目建设。同时，将借助酒博会平台，加快酱酒多元融合，支持酱酒企业通过建立企业联盟，共同开展市场拓展、品牌推广、技术研发等方式融合发展。以酒企品牌营销、酒饮新品发布、路边音乐会等活动为载体，推动酒与旅游、酒与文化、酒与餐饮、酒与科技、酒与金融、酒与教育、酒与科研、酒与生态等的有机融合，探索开发贵阳酱酒十大新玩法、酱酒十大新吃法，将贵阳打造成为贵州名优白酒文化及酒产品展示体验中心、消费中心、创新中心。”市商务局有关负责人说。

贵阳日报融媒体中心记者 庭静

聚焦酒博会

中国（贵阳）国际酒博城开业

本报讯9月9日，中国（贵阳）国际酒博城（以下简称“酒博城”）开业暨第一届贵州酒博文旅艺术节开幕仪式在贵阳国际酒博城会展中心金樽广场举行。

作为贵州白酒“生产在产区，流通在省会”战略的核心载体，酒博城位于贵阳西南国际商贸城，占地30万平方米，业态规划涵盖了商业综合体、供应链展示中心、酒文化产品、贵州非遗文化产品、特色美食等多个方面，通过打造一个集文化体验、旅游观光、购物娱乐于一体的综合性旅游目的地，为全球酒类爱好者提供一个交流、合作、体验的国际化平台。

酒博城开业后，将开展一系列活动，推动贵阳西南国际商贸城进一步优化升级，并通过宣传酱酒文化、展示酱酒特色、促进酒类经贸，努力打造贵州酱香白酒产业集群。

（贵阳日报融媒体中心记者 蔡婕）

2024世界酒业发展峰会在筑举行

本报讯9月9日，作为第十三届中国（贵州）国际酒类博览会活动内容之一，2024世界酒业发展峰会在观山湖区举行。

本次峰会由中国食品土畜进出口商会和贵州国际商会主办，吸引了约200名国内外酒类行业的领军企业代表和贸易精英共同参与。与会嘉宾围绕政策支持、市场拓展、品牌建设等关键议题，进行主旨演讲，展开深入交流和探讨，洞察行业发展趋势，为中国酒类产业的高质量发展提供思路和启示。

此次峰会不仅为酒业的创新发展提供了新思路，也为行业的交流合作搭建了良好的平台。

（贵阳日报融媒体中心记者 蔡婕）

“村BA”赛事走进酒博会

本报讯9月9日，第十三届中国（贵州）国际酒类博览会“村BA”筑筑城篮球邀请赛暨2024爽爽贵阳“赛事三进”体育旅游推广季启动仪式举行。

本次赛事由贵州省体育局主办，贵阳市体育局、黔东南州文体广电旅游局、观山湖区政府、贵州省青年商会、贵州国际酒类博览会股份有限公司承办。赛事邀请了“村BA”的4支队伍和贵阳市的8支队伍参赛，为三人制篮球赛，赛程两天，分小组赛和淘汰赛两个阶段决出前四名。

据介绍，本次赛事是“村BA”第一次走进贵阳，也是第一次将体育与酒类博览会结合起来，赛事期间，观众不仅可以欣赏到高水平的篮球比赛，还能亲身体验到酒博会与体育相结合的独特魅力，感受“六爽贵阳”的人文风情和历史文化。

（贵阳日报融媒体中心记者 田一邈）