

这是主体繁荣、底盘愈稳的五年——消费市场稳定增长，社会消费品零售总额近四年年均增长4.5%。

这是设施织网、民生升温的五年——140个商圈点亮城市夜空，116条步行街串联市井繁华。

这是流通提速、产销贯通的五年——大力推进贵阳陆港型国家物流枢纽建设，567.17万立方米冷库筑起“保鲜屏障”。

从城市商圈到乡村集市，从线上云购到线下体验，从物流骨干网到冷链微循环，一幅基础设施更健全、市场活力更充沛、流通效率更卓越的现代内贸体系画卷，正酣畅地挥毫泼墨。

当“十四五”的征程落下帷幕，消费，这驾承载民生福祉与经济循环的“主马车”，在贵州高质量发展的轨道上，蹄疾步稳，动力沛然。



今禾酒馆，三五好友举杯畅饮。（受访单位供图）



节假日的青云市集，人潮涌动。（受访单位供图）



2024年贵州白酒进景区活动现场。（受访单位供图）

完善商业设施 释放政策红利 提升流通效率

贵州多措并举提振消费畅通内循环

朱登芳

城乡商业设施便民利民

在安顺市马槽社区，居民张阿姨的生活半径发生了显著变化。步行15分钟范围内，菜摊、药店、超市等样样不缺，下楼转一圈全妥。

商业基础设施的完善，是消费活力释放的前提。“十四五”期间，贵州致力于疏通城乡商业的“毛细血管”与“主动脉”。

如马槽社区一般的一刻钟便民生活圈，全省已累计建设291个，覆盖818个社区，惠及65362万居民，新增各类便民服务网点超过21万个，贵阳、安顺等6市（州）还入选全国一刻钟便民生活圈试点。

从社区向上延伸，是城市商业的“主动脉”——商圈与步行街。

12月6日，周末的贵阳市花果山海豚广场格外热闹，餐饮区、香酥鸭、肠旺面店前队伍蜿蜒；影院外，近期热映的电影《疯狂动物城》海报前观众排队打卡，散场后议论声不绝。

完善城市商业基础设施，既能筑牢消费场景“硬底盘”，又能畅通消费流通“微循环”。截至目前，全省商圈发展到140个，200米以上步行街发展到116条，其中省级商圈14个，省级步行街21条、省级夜间消费聚集区55个。

在县域和乡村，商业短板的补齐同样扎实。通过中央服务业发展资金等支持，一批县级物流配送中心、县城综合商贸服务中心、乡镇商贸中心和村级便民商店得以新建或改造。

全省乡镇商贸中心达925个，乡镇大集和

集贸市场1134个，基本实现了乡镇商业设施全覆盖，黔东南州福泉市、黔东南州麻江县、遵义市播州区等9个县（市、区）因其卓越成效，入选全国县域商业“领跑县”案例。

绿色与智慧，是这张网络的新底色。全省已建成19家绿色商场，推广绿色消费理念。同时，商贸流通的标准化、数字化进程加快，流通过程更高效、更智能。

消费促进政策惠民利企

有了坚实的网路，如何点燃消费热情？贵州通过一系列精准、创新的促销活动，将潜在需求转化为现实购买力。

12月4日一大早，贵阳孟关国际汽车贸易城，特斯拉交付中心，车主正对着“交付纪念”的红丝带拍照，这是今天驶出的第5台新车。

今年11月，特斯拉贵州地区交付量环比翻了20多倍。截至目前，其累计交付量同比增幅超过50%，全年增速数据有望超过这一数值。

贵州“政府补贴+企业让利+平台运营”的消费品以旧换新政策体系，从汽车、家电到数码、家居多领域点燃消费引擎，推动市场活力持续迸发。

截至12月14日，鼓励消费者汽车换新30.04万辆，家电、数码、家居换新390.91万件，电动自行车换新8.11万辆，产生消费704.35亿元。

从贯穿全年的“暖心消费季”，到烘托节日气氛的“黔货辞旧岁·新春享优惠”年货节，再到聚焦本地美味的“食尚贵州·爱上

黔菜”消费券发放，促消费活动此起彼伏，营造了浓厚的消费氛围。

引入金融“活水”，消费市场的“毛细血管”被持续打通，印发《贵州省金融支持商品消费恢复扩大的指导意见》，出台金融促消费政策，拉动消费208亿元。

从顶层政策的密集落地到地方场景的创新探索，从大宗消费的焕新升级到新型消费的破圈生长，贵州促消费行动步履不停、纵深推进，助力内需潜力持续释放。

商贸流通助力降本增效

消费的最终实现，离不开高效、坚韧的现代商贸物流体系支撑。“十四五”期间，贵州的流通网络正朝着枢纽化、智慧化、冷链化方向坚实迈进。

天刚蒙蒙亮，铜仁蛋鸡养殖基地的工人便开始忙碌，新鲜产下的鸡蛋被小心翼翼装入蛋托，统一运往市级枢纽仓。质检后送上冷链车，朝着广东东莞的前置仓疾驰而去。

抵达后，配送车穿梭不停，将鸡蛋送往粤港澳大湾区的千家社区门店、商超专柜，这些地方每天要消化掉约54万枚来自贵州的鸡蛋。

铜仁市“黔货云仓”的“产地仓+前置仓”织就的高效物流网，让武陵山区的鸡蛋48小时内就香飘粤港澳大湾区。

从全省布局来看，“黔货云仓”已构建起一张“集团化作战”的仓储配送网络。在贵州省商务厅推动下，已建成1个贵阳中心仓、8个市州枢纽仓和60个区县节点仓，实现供应链服务覆

盖全省各地，累计服务企业超2800家。

智慧化赋能，让流通体系“耳聪目明”。在贵州现代物流集团旗下牛郎关智慧物流园智慧仓，牛郎关智慧物流园指挥调度中心，一张五彩斑斓的大屏将交通、仓储、物流等运营环节一“屏”统揽、一“网”打尽。

以数字化技术为核心，牛郎关智慧物流园成功构建了一个综合物流数字化运营管理平台，通过数字赋能提升园区管理效能以及生产作业效率。

冷链物流是“出山”的生命线。五年间，全省累计获得中央服务业资金28亿元，支持了101个冷链、冷库项目建设。省级数字化冷链信息平台已上线运行，接入冷库库容205万立方米。

目前，全省冷库总库容已达567.17万立方米，拥有冷链运输车辆1835台，为“黔货出山”尤其是生鲜农产品远距离销售提供了坚实保障。

从一场场火爆的促销现场，到纵横交错的冷链干线；从社区超市的缕缕烟火，到数据中心跳动的物流信息。“十四五”的五年，贵州内贸的进化并非单一数据的攀升，而是一场从“筋骨”到“血脉”再到“神经”的系统性升级。

这张日益坚韧且智能的内贸网络，畅通了省内经济微循环，提升了群众的日常生活品质，也为贵州特色的农产品、白酒等优势产业提供了最广阔的出海通道，当消费的基础性作用持续增强，其对贵州高质量发展的支撑力必将更加稳固。

案例点击

服务消费成美好生活“加分项”

市民李娟打开家门侧身让开，如约而至的保洁阿姨套着浅蓝色鞋套礼貌地踏入玄关。

保洁阿姨提着专业的工具箱，微笑致意，这是贵阳市观山湖区一个普通家庭的周末上午，也是“黔灵家政”资深保洁师当天服务的第二户人家。

“黔灵家政”工程自2021年启动以来，已打造“黔灵家政”品牌企业45家、服务网点680个，2024年“黔灵家政”品牌订单量占市场18%。

家政服务既是满足品质生活需求的重要支撑，也是拉动服务消费扩容提质的重要力量。截至2024年底，全省家政企业13309家、家政经营个体户80875个，从业人员近40万人，年创收近200亿元。“十四五”期间，贵州培育省级示范家政服务机构30家，打造6条家政服务特色产业链。

服务消费一头连着经济，一头连着民生，是推动经济高质量发展的内生动力。今年10月，贵州印发《关于促进服务消费高质量发展的实施意见》，围绕基础消费提质、改善消费升级、新型消费培育三大主线推出22条举措，通过构建数字化、绿色化、融合化服务消费体系，为全省经济社会高质量发展提供有力支撑。

11月12日，达美乐比萨贵州首店官宣将于2026年1月1日正式开业，消费热情提前点燃，小红书等社交平台上，“达美乐贵州首店”话题阅读量持续攀升。

当基础需求被精准满足，消费者对品质化、多元化服务的追求愈发强烈，首店恰是回应这份期待的重要载体，它们带来的不仅是新品牌，更是新场景、新体验。

赢商大数据显示，2025年前三季度贵州共引入129家首店，业态以零售与餐饮为主导，分别新增59家和48家，合计占总量的比例超过82%。

品牌集中落地，既显示出休闲餐饮赛道在贵州的快速细分与品质竞争加剧，又反映出来自沿海与一线城市的新兴品牌，正将贵州视为拓展西南市场的重要试验场。

服务消费频次高、增长空间大，好的服务体验能让“回头客”变成“回头客”，为扩内需带来新动能。

在服务消费场景创新上，贵州除了重点引进国内外知名的品牌首店、旗舰店，做优主体培育外，还支持各地结合文旅资源禀赋和产业基础，因地制宜，各展其长，打造消费新场景。

“我们支持贵阳市培育‘精致餐饮、精品咖啡、精酿啤酒、精彩文创’等消费场景，打造‘中国夏季会展名城’。推动‘卖酒’向‘卖生活方式’转变，规划建设集品鉴、文化、旅游、休闲于一体的酒文化综合体。”贵州省商务厅相关负责人说。

「三线」发力 批零住餐「全面开花」

“淘宝闪购又来订单了！”12月6日傍晚时分，丝恋红汤丝娃娃（仁怀国贸店）店长甘龙飞忙而不乱地安排着后厨。

这家店铺加入了阿里巴巴旗下平台淘宝闪购开展的“数字助企惠民，e起黔行”专项行动，带来即时可见的客流。

今年6月，阿里巴巴旗下淘宝闪购等平台启动专项行动，每月投入1000万元，为贵州商家送上“数字化大礼包”，包括绿色入驻通道简化审核流程，专人一对一辅导线上开店、降费让利给出市场最优费率、流量包倾斜让新店快速破圈等……

批零住餐行业的数字化转型正在产生实效。甘龙飞提到，淘宝闪购给店面带来了明显的引流效果，附近的消费者点开就能看到店面，扩大了店铺的辐射范围。

甘龙飞的获得感，恰与11月12日贵州省商务厅等12部门印发的《支持餐饮业发展若干措施》形成政策呼应。这份有效期至2027年底的“政策红利清单”，从降本、提质、服务“三线”发力，护航批零住餐行业企业持续发展。

12月1日，贵阳市南明区森林公园旁的猴子咖啡店内，手冲壶流出的琥珀色咖啡泛起绵密泡沫，氤氲香气里，咖啡创业者围坐一圈。

这里正在举行一场由南明区委统战部、区政务服务中心、区工商联联合主办的“啡常一课”，以“经验+政策+资源”的组合拳，为创业者破解成长难题。

“此次活动是深化‘企业之家’服务品牌、优化营商环境的生动实践。未来南明‘企业之家’将持续深化跨部门协同，为咖啡产业注入政策支持，助力咖啡创业人在南明落地生花。”南明区政务服务中心主任蒲庆说。

2025年1月至11月，贵州限上零售业、住宿业、餐饮业销售额分别增长5.3%、2.2%、1.3%。

住宿业是串联多业态消费、激活区域消费活力的关键纽带，贵州的住宿消费已从“刚需落脚”转向“品质体验”，高端民宿、主题酒店、康养旅居营地等多元新供给创造新需求。

近年来，贵州加速推动住宿消费提档升级，引进和培育一批品牌连锁酒店，提升住宿服务品质和涉外服务水平，推动住宿业与旅游、康养、研学、演艺等业态融合发展。截至2024年底，全省住宿经营主体553万家，其中星级酒店259家，包括五星级12家、四星级98家、三星级及以下149家，全省等级民宿422家。

从一瓶酒到一种生活方式

在贵州，一场关于“酒”的深刻变革正在发生，产业发展的目光不再仅仅聚焦于酿造与销售，而是投向更远的地方。

如何将一杯醇香，融入一幅更广阔的生活图景，贵州选择从“卖酒”转向“卖生活方式”。

在贵阳市青雲市集，一家名为“今禾”的小酒馆大胆创新，用贵州本地的风物重新定义鸡尾酒，融入青岩玫瑰酱的“青岩的香”，调匀木姜子独特香气的“木姜子酸”，每一杯都是一首关于贵州的味觉之诗。

店主深谙要卖一种生活方式，先要契合当代人的味蕾与社交圈。这家极具本土风格的酒馆，迅速跻身游客必打卡榜单，并荣获2024年马蜂窝“贵阳年度封面新消费”奖牌。

近年来，青雲市集通过“酒+文创”“酒+场景”“酒+社交”的多元融合，让酱酒、米酒等贵州佳酿成为承载生活方式的载体。

如今，今禾酒馆还在杭州、上海开出了新店，在今禾酒馆，酒不再是宴席上正式的配角，而是年轻人探索地方风味、进行轻松社交的时尚媒介。

酒在杯中，更在景中。沿着赤水河谷向北，在遵义市仁怀名酒工业园区，夜郎古酒业将自身的生产基地，变成了一座国家4A级旅游景区——贵州夜郎酒谷。

这里没有围墙将生产与消费隔绝，游客的动线经过精心设计，从展示百年酿酒历史的古民居，到震撼的万吨酒库，再到实时运转的现代化酿酒车间，酒的诞生过程全然透明地铺陈开来，今年1月至8月，“夜郎村”已接待游客26万余人。

“工厂景区化”模式，正是“卖生活方式”的典型诠释。它将冰冷的工业资源转化为可感知、可体验的旅游资源，把生产空间变成了沉浸式的消费空间。消费者购买的，不再是一个抽象的品牌，而是一段亲眼所见、亲手触摸的“酿造的时光”。

贵州从“卖酒”转向“卖生活方式”的这场转型，其核心是“融合”与“体验”，政策明确要打造一批示范酒庄、美酒美食街区、酒旅融合景区和体验酒店，将白酒从单一的货架上解放出来，植入到旅游、艺术、美食、社交等丰富的“生活场景”中。

这预示着行业从“渠道为王”向“消费者价值”的模式转变。当消费者越来越看重产品背后的故事和体验时，贵州的新实践，正是在用山河之韵、匠人之心、人间烟火，为每一瓶酒注入可沉浸、可回味的生活价值。

它邀请每一位来访者不仅带走一瓶酒，更带走一段关于贵州的、充满酒香的美好记忆，这场转型，最终酿造的是产业的新动能，更是一种值得向往的生活本身。