

添薪蓄力 燃旺“烟火”

——工行贵阳分行金融激活消费“强引擎”

随着贵州文旅火爆出圈,许多慕名而来的游客涌入贵州追吃,掀起一轮又一轮消费热潮。旺盛的烟火气背后,有着金融的添薪蓄力。

立足省会贵阳,工行贵阳分行紧紧抓住消费这个经济增长的主引擎,用不止于金融的创新实践,将金融工作的政治性与人民性践行在街头巷尾、商场景区,升腾起舌尖产业的人间烟火,点亮健康消费的美好生活。

随着该行“真金白银”的持续投入,贵阳贵安消费产业提质升级有了更多金融动能。与此同时,该行联合政府部门及商圈、商户发放的消费券大礼包,让消费者享受到景点、美食、住宿等优惠的同时,也串起长长的消费链条,形成“1+1>2”的效应,持续释放出澎湃的消费活力。

百城惠民·贵阳5.20信用卡权益站

首绑有礼

爱购全球

贵阳5.20

限时办卡

工行贵阳分行开展第六年“工行5·20”惠民服务品牌活动。

工行贵阳分行助力打造“爽游红枫”一站式旅游平台,助清镇红枫湖景区打响知名度。

数字赋能 刷新体验感

在刺激本地消费的同时,工行贵阳分行深挖贵阳贵安文旅消费富矿,以数字金融升温消费新体验,让游客在旅途中“爽游”也“爽心”。

今年,原本只为贵阳某音乐节而来的成都乐迷小林,却被旅游中的丝滑体验“硬控”了三天,放慢脚步畅玩贵阳贵安。

从“过路客”变“过夜客”,留住小林的是工行在微信小程序上线的贵州首家智慧乡村平台“爽游红枫”。在该平台上,小林不用费心做攻略,就轻松订到满意的民宿,还打卡了当地美景和特色美食,支付顺畅,还享受优惠,犹如资深导游全程陪伴。

当下,越来越多的消费者愿意为一场演出奔赴一座城,工行贵阳分行打破票根是消费终点的传统观念,以数字金融创设多个文旅服务场景,推动贵阳文旅消费模式从单一化向“链式化体验”转型,让一张小小的门票裂变为连接住宿、餐饮、交通、零售等场景的“通行证”。

瞄准“票根经济”机遇,该行从票根入手,在省内同业中率先深度参与大型文化活动票务服务探索,仅用3周便在工行“E生活plus”小程序上线演唱会(音乐节)专属票务系统,粉丝既能多个抢票渠道还能享受工行卡支付优惠,已服务超上万名观众。

依托该系统,该行将票根作为流量转化的消费起点,深挖“票根经济”产业链,搭建贵州首家智慧乡村平台“爽游红枫”,整合红枫湖周边民宿、餐饮、零售、停车等业态,并为入驻商户开辟“黔货出山”“酒店预订”和美食推广的统一渠道,“一站式”开启“爽身”“爽眼”的黔地之旅,为贵阳贵安带来新的消费增长点。

在此过程中,面对传统收银效率低的痛点,该行在深入分析商户业务流程和经营特点后,量身定制“聚合收银机”,打通微信、支付宝、云闪付等多渠道支付路径,让点餐、就餐、支付更流畅、高效。

以金融为纽带,工行贵阳分行正以服务创新激活消费“强引擎”,串联起人们吃、喝、玩、乐、行,为群众的美好生活增添温馨底色。

(本文资料图片由工行贵阳分行提供)

午后,推开吾界咖啡店的玻璃门,醇香的咖啡香气充斥在空气中,不断勾起顾客们的味蕾,吸引越来越多的顾客慕名而来。

吾界咖啡香飘贵阳的背后,有着工行贵阳分行的身影。

“在我们遭遇资金短缺的困境时,工行专门为我们量身定制了‘咖啡贷’,从申请到30万元到账,仅用时1天,真是一场‘及时雨’啊!”吾界咖啡主理人强华坦言。

在省内率先专门为咖啡企业量身定制金融产品,精准滴灌咖啡产业链,源于该行对贵阳咖啡产业的重视和支持。

当前,贵阳咖啡消费费年均增速达18%,是全

周末,贵阳万象城生活超市,陆女士推着满满一车商品来到收银台进行结算,随着“嘀”的一声,微信显示扣款成功,工行卡自动抵扣6元。

“工行卡太好用了,购物、吃饭、看电影都能享受折扣,一不小心就捡到便宜了,哈哈!”陆女士开心地说。

不定期发放优惠券、开展满减活动等为消费者制造的“小惊喜”中,藏着工行贵阳分行以金融为杠杆撬动贵阳贵安大消费的精巧布局。

消费一头连着经济,一头连着民生。从金融工作的政治性和人民性出发,该行积极响应省委、省政府以及贵阳市委市政府“扩内需、促消

链式服务 助产业“出圈”

国增速最快的城市之一。贵阳咖啡产业保持强劲发展势头的时候,也遭遇着轻资产、难融资等成长的烦恼。不少企业更是因缺少资金,一再放缓更新设备、扩大规模计划,错失发展良机。

为支持贵阳咖啡产业更快“出圈”,工行贵阳分行深入调研辖内咖啡企业,摸清产业链经营模式与发展规划,创新推出“咖啡贷”,为贵阳咖啡产业“升咖”注入金融香气。

广撒实惠 撬动大消费

费”的号召,瞄准民生消费中最为刚需的部分,相继打出“1+1>2”的“消费增量组合拳”,为贵州烧旺消费经济“再加一把火”。

制定《贵阳分行“百城惠民”提振消费行动方案》,并成立提振消费专项行动工作领导小组,多部门联动深入推进“百城惠民”提振消费行动,连续六年举办“工行5·20”惠民服务品牌活动,以优惠券为杠杆撬动购物、餐饮、文旅等消费市场活力。

着力打造沉浸式消费场景,聚焦消费者日常生活中“食、住、行、玩、购”等关键领域,先后推出“工享观礼”“周三欢乐日”“百城惠民·爱享咖啡季”“工行家装节”等消费满减活动,便捷、实惠的消费体验让消费者纵享高品质生活。

融入“工行5·20”惠民服务品牌和属地特色,联合贵阳国贸集团、万象城、苏宁易购等热门商圈、商户,以满减优惠方式让利消费者,并与政府

向地下要空间 以融合促发展

——遵义星悦茂激活城市发展新维度

城市发展步入存量提质的新阶段,地下空间成为拓展发展维度、增强综合韧性的核心载体。今年出台的《中共中央 国务院关于推动城市高质量发展的意见》明确提出,要统筹利用地上地下空间,加强“平急两用”公共基础设施建设。中央城市工作会议亦强调,城市发展需从“增量扩张”转向“内涵提升”,推动地下空间由“零星开发”转向“系统融合”。遵义星悦茂的诞生,正是北京新合作商业发展有限公司响应国家政策号召,落实中华全国供销总社以新型商业网点建设提升和完善区域商贸流通的生动实践,实现人防工程与城市发展需求同频共振,为政策落地提供了可复制、可推广的鲜活样本。

政策领航——“平急两用”契合城市高质量发展导向

地面是红色历史的厚重叙事,地下是城市新生的鲜活注脚。遵义作为黔北交通枢纽和历史文化名城,老城区“地上空间有限、地下潜力待挖”的矛盾日益凸显。中华南路、中山路等核心区域承载着百年商脉,却也面临着交通拥堵、商业布局分散、公共空间不足等发展瓶颈。如何在保护历史风貌的前提下破解空间困局,如何让城市在发展中筑牢安全底线?遵义星悦茂的出现,给出了“向地下要空间、以融合促发展”的答案。

作为隶属中华全国供销总社的央企,北京新合作商业发展有限公司深耕地下空间开发,在全国成功打造了多条地下商业街,其中贵州贵阳、兴义、黔西等星悦茂项目已成为区域标杆。其坚持的开发路径,与国家“统筹发展和安全”的战略部署高度契合。

在人防工程建设层面,星悦茂严格遵循国家人防标准,又为日常商业运营提供了开阔空间,智能通风系统、强弱电系统、物资储备系统等专用设施的配置,确保特殊情况下可快速转换为应急避难场所。

在地下空间利用政策层面,星悦茂完美践行了“公共优先、复合利用”的核心要求,更精准落实了供销社新型商业网点建设的功能定位。遵义星悦茂通过“地下空间+人防工程+商业运营”的模式,将闲置地下资源转化为服务民生的商业载体和守护安全的人防堡垒,又实现了土地资源的集约高效利用,为土地资源紧张的城市提供了政策落地的实践范本。

遵义市中华路山路平战结合人防工程项目投用仪式

中国供销·星悦茂

国供·星悦茂开业庆典

遵义中国供销·星悦茂项目开业。（遵义市新合作发展有限公司供图）

在商业生态构建上,星悦茂跳出传统地下商业街“单一零售”的局限,以“潮流+本土”“体验+民生”的双轨思路,构建起差异化的商业体系。二期项目新增精品餐饮、潮玩零售等业态,引入多个区域首店和遵义首进品牌,耐克、阿迪达斯、李宁等知名品牌的入驻,形成多元品牌矩阵;同时,通过自有IP美陈、互动艺术装饰及音乐演艺等形式,强化沉浸式体验,开业当日客流达17.5万人次,线上相关话题阅读量突破百万。这种“商业+体验+文化”的模式,不仅提升了县城商业能级,更让地下空间成为承载消费、社交与文化的“立体城市客厅”。

在文化传承与民生服务的融合上,星悦茂让商业空间更有“城市味道”。遵义旅游特产销售中心兼具商品卖场与地方文化博物馆功能,手工艺品与特色小吃的陈列让消费者触摸城市记忆;文娱专区集合电玩城、剧本杀等业态,成为年轻群体的“社交根据地”。

在可持续发展层面,星悦茂以集约利用、绿色低碳为导向,践行生态发展理念。项目通过地下空间开发减少地面建筑对土地资源的占用,降低城市发展的生态成本;配套的节能照明、水循环利用系统及环保品牌的引入,贴合绿色消费新趋势;“产销直供”模式助力乡村振兴,又减少了产品流通环节的资源消耗。这种“绿色、高效、可持续”的开发运营模式,为城市可持续发展筑牢根基。

作为县城城市更新的范本,遵义星悦茂的成功实践具有重要的示范意义。它证明城市更新不必是“推倒重建”的大动作,对地下空间的科学利用同样能释放巨大潜力;商业升级不必是“盲目跟风”的高大上,立足本土需求、融合政策导向,才能让项目真正扎根城市。

从政策响应到城市赋能,从空间拓展到生态构建,遵义星悦茂以“平急两用”理念为核心,以新型商业网点建设为抓手,用“人防商业”特色路径书写了城市地下空间开发的新篇章。它不仅为遵义带来了商业繁华与民生改善,更在拓展城市维度、优化空间结构、增强综合韧性、促进可持续发展等方面作出了重要贡献,为全国同类城市提供了“政策契合、城市需要、民生受益”的宝贵经验。在城市高质量发展的征程上,这条深藏于地下的商业长脉,正以独特的价值,持续激活城市发展的无限可能。