

浓香酱香并进，深耕优势市场

贵州醇酒业凭啥逆势增长

本报记者 方林

“现在白酒行业正处于深度调整期，但我们企业上半年业绩同比略有增长。”7月18日，贵州醇酒业公司，总经理邢晓炜在谈及当前白酒市场时坦言。

去年春节期间，贵州醇酒业公司的业绩较前年增长20%。预计今年中秋期间，公司业绩增长20%以上。

在国内白酒行业整体承压下，贵州醇为何如此自信？

在贵州白酒行业内，贵州醇是个敢闯敢拼的角色。1983年，其研制的35度贵州醇产品开创中国白酒低度化先河，被誉为“黔派浓香典范”；20世纪90年代，贵州醇连续多年位居中国白酒行业头部。

然而2000年后，贵州醇遭遇危机，企业经营持续承压，品牌声量日渐式微。2019

年，江苏综艺集团入主贵州醇，成了这家老牌酒企发展中的又一个拐点。

接手之初，贵州醇一度押注酱酒。贵州是酱香型白酒的主产区，全省酱酒产能占全国的80%以上。在过去，贵州酱酒经历了爆发式增长，资本与渠道蜂拥而入，热度居高不下。但很快，贵州醇就发现这条路并不好走。

“中小酱酒品牌生存压力陡增，让我们有了新思考。”邢晓炜分析，当前行业深度调整，消费放缓，酱酒赛道已从增量竞争转入存量博弈。“贵州做酒，未必只有酱酒一条路。”邢晓炜介绍，从全国市场看，浓香型白酒市场广阔，长江沿岸及北方地区约90%的消费场景以浓香为主。

基于这样的思考，贵州醇将企业核心战

略从“以酱酒为主”转向“浓酱双轮驱动”：南部的广东、福建等地酱酒氛围浓厚，就主推系列真年份酱香产品，靠产区优势分蛋糕；长江沿岸及北方市场浓香根基深厚，就重启35度贵州醇等浓香产品，靠品质优势抢存量。

这样的调整很快奏效。邢晓炜介绍，目前贵州醇酒业的浓香产品回款占比已从20%升至50%，未来有望继续攀升，“当行业酱酒大盘整体收缩时，是浓香板块帮我们托住了基本盘。”

好反馈也离不开贵州醇对品质的坚守。针对行业泛滥的年份乱象，贵州醇在2019年举起了“真年份”大旗，严格按最低年份标注酒体。2024年，贵州醇通过中轻检验年份认证，成为全国少有的浓酱双香型均获真年

份认证的酒企。

在市场布局上，贵州醇选择聚焦黔西南与江苏南通大本营，深耕优势市场。邢晓炜说：“与其在全国市场铺开，不如在几个重点区域扎根，做成区域强品牌。”此外，在产品开发端，贵州醇也进行了优化：包装适配年轻审美，提升酒质的同时下调价格，提升产品性价比，迎合理性消费趋势。

2026年开年，贵州醇推出的42度光瓶酒供不应求；北京市场拿下千万元级订单，江苏市场百万元级签约不断……当然，对贵州醇而言，酱酒板块下滑，电商乱价等行业困扰同样存在。邢晓炜不回避这些问题：“我们的目标是先求活，再求好。只要我们始终坚守以消费者为中心的理念，把自己的事情做好，就能让企业得到更好发展。”

【看见黔西南】

云南精品咖啡庄园联合创始人官平：黔西南“文旅+咖啡”未来可期

本报记者 祝庆庆

“这里的咖啡格外香，未来可期。”7月18日，在第二届万峰林稻田咖啡文化周暨“贵州村舞”展演活动上，云南孟连来珠克精品咖啡庄园联合创始人官平感慨，黔西南风景非常美，在这样的地方办赛事、品咖啡，体验很不一样。

在官平看来，黔西南把当地文旅、美景和精品咖啡结合起来，空间很大。她注意到，这里年轻游客多，带来的不仅是消费力，还有对新风味、新体验的开放心态。黔西南的文旅资源为精品咖啡提供了独特的消费场景。

“结合年轻人的消费习惯，这里完全可以遍地开花。”她说，市场就像一个培

养皿，需求起来了，产业自然会跟着往前走，黔西南一定会有更多的精品咖啡。

兴义毗邻云南，获取新鲜优质咖啡豆有优势。更难能可贵的是，她观察到本地咖啡馆在品质上的用心，不少咖啡馆自烘焙，每月更新菜单，把不同庄园的豆子介绍给客人。这种对风味的讲究，让她觉得黔西南的咖啡“有根基”。

从全国赛事引流，到本地门店深耕，再到试种探索，黔西南正摸索一条“文旅+咖啡”的差异化路子。官平说：“这里旅游资源丰富，结合需求创新消费场景，黔西南‘文旅+咖啡’大有可为。”

万峰林赶“银发集市”

本报记者 杨雯

“这里的大米不错，我先买点带回四川尝尝。”7月18日，万峰林景区民族文化源入口处的峰邻里·黔韵集，来自四川广汉的游客何家洪停在一排农家摊位前，挑选大米、李子等农特产品。

吸引他驻足的，是一片免费向村民开放的“银发集市”。7月，黔西南州兴义市万峰林街道万福村将过去散落在路边的零散小摊，集中迁入万峰林景区入口处的峰邻里·黔韵集，为老年村民提供固定摊位。开市以来，已有22户村民入驻。

集市里，李子、黄瓜、大米、蜂蜜等摆放整齐，老人们守着自家农产品，向游客介绍产地、品种，游客选购之余，还能走进旁边的民族文化展示区品茶休憩。一次简单的购买，延伸成一次乡村体验。

70岁的付科珍是第一批入驻“银发集市”的村民。每天清晨，她把新鲜蔬菜装进竹篮带到集市。“来了几天，每天最少也能挣60多元。”她说，过去路边卖菜，卖多卖少全凭运气；如今有了固定摊位，还能和老朋友聚在一起，“在家门口做点小生意，心里踏实。”

村民岑利香也感同身受：“以前路边摆摊，游客想停车看看都不方便，现在大家集中在一起，游客停留更久，我们相互也有个照应。”

“银发集市”带来的变化，不只是销售环境的改善。农产品售卖区旁，一张方桌前始终围着游客。91岁的万福村村民宋兴亮正在书写“福”字。一张张墨迹未干的作品，被游客带回家中。峰邻里·黔韵集每天支付他100元劳务报酬，让传统书法融入旅游体验，也让乡土文化成为吸引游客停留的新内容。

如今，峰邻里·黔韵集将农产品展销、民族文化展示、休闲消费融入同一空间。游客在这里购买乡土特产，也在这里感受乡村文化、体验乡村生活。“旅游不能只是把游客请进来，更要让村民融进来。”峰邻里·黔韵集总经理吴思龙说，打造“银发集市”，就是希望把村民的农产品、乡土文化融入旅游体验，让游客感受乡村生活，也让群众分享旅游发展的成果。

傍晚时分，“银发集市”依然热闹。卖完蔬菜的老人收起菜篮，宋兴亮写完当天最后一个“福”字，游客带着万峰林的乡土风物踏上返程。

←村民在集市上售卖农特产品。
本报记者 杨雯 摄

【笔山夜话】

让乡亲们得实惠

唐波

万峰林景区把最好的“黄金摊位”提供给老年村民，这一做法看似平常，却揭示了一个根本道理：发展乡村旅游，必须让村民成为参与主体、受益主体。

让村民站到“C位”，客流才能变成增收流。过去路边零散摆摊，游客停车不便，买卖全凭运气。如今摊位集中，村民在家门口稳定踏实。景区把条件向村民倾斜一点，客流就实实在在转化为收入。

让村民凭本事融入，比简单参与更有价值。集市没有停留于简单交易，村民现场写“福”字，景区付劳务费，游客带走作品也带走乡土记忆。让村民靠手艺挣钱，这才是更可持续的受益。

免掉眼前租金，赢的是长远根基。景区把核心摊位留给村民，游客带走风物、留下消费，村民收获的不只是零钱，还有在家门口创造价值的信心。这正是联农带农的有效探索：把流量变增量，把资源变底气。让村民从发展中得到实惠，日子才有盼头，乡村才有活力。

品咖啡赏『村舞』
到稻田里

本报讯（记者 杨瑶）7月18日，第二届万峰林稻田咖啡文化周暨“贵州村舞”展演活动在黔西南州兴义市万峰林景区峰潮集市启幕。活动以咖啡为流量入口、以“村舞”为文化纽带，打造“山地稻田+咖啡+村舞”融合IP，助力提升黔西南州国际山地旅游目的地品牌辨识度。

与此同时，2026中国咖啡冲煮大赛（西部兴义赛区）与2026中国咖啡杯测大赛（兴义城市赛）同步举行，吸引省内外15名冲煮选手和45名杯测选手在稻田边同台竞技，优胜者将晋级区域决赛及全国总决赛。中国咖啡冲煮大赛已举办11届，覆盖全国209个城市，本届首次将专业赛事置于稻田自然场景中，观众可近距离观摩冲煮、杯测全过程。贵州省茶叶协会副会长黄健勇表示，专业赛事与



第二届万峰林稻田咖啡文化周上的“贵州村舞”展演。 本报记者 祝庆庆 摄

品牌展销联动，既为全国咖啡品牌搭建交流平台，也为黔西南本地咖啡及茶咖融合创新提供了出圈契机。

活动期间，彝族《阿妹戚托》、布依族《转场舞》《糠包舞》、苗族《板凳舞》等民族舞蹈在快闪区和主舞台轮番展演，多彩民族风与稻田风光交织，为游客提供沉浸式文化体验。



↑游客逛“银发集市”。本报记者 杨雯 摄

↓游客在购买农特产品。本报记者 杨雯 摄

兴义高铁站
开通景区直达车

本报讯（记者 祝庆庆）7月19日，黔西南州兴义高铁站景区直通车投入运营，游客可直达万峰林、马岭河峡谷等核心景区。

直通车设两条线路：1号线由高铁站至万峰林方向，全程13公里，时间约20分钟，可通达峰林布依景区、阳光谷旅游度假区；2号线由高铁站至马岭河峡谷方向，全程7公里，时间约15分钟，中途可在桔山广场站停靠。两条线路票价均为每人10元。

游客可通过微信小程序“好行网”在线购票，也可在兴义南高铁站出站口服务点现场咨询购票。服务点提供线路指引、班次查询等一站式服务。直通车发车时间与高铁到站时刻紧密衔接，班次根据高铁车次动态调整。此外，高铁站游客集散中心还提供景区门票预订、酒店咨询等延伸服务，方便游客规划行程。

兴仁
欢庆“六月六”

本报讯（记者 唐波）7月18日，黔西南州兴仁市2026年“六月六”暨薏仁米文化品牌宣传推广系列活动在城南街道鹭鸶湖村举行，各族群众身着盛装，载歌载舞共庆佳节。

文艺演出中，布依族《梳花》、苗族板凳舞、彝族《阿妹戚托》等节目轮番上演。“千人品薏仁粥”环节，广场上薏仁粥香气四溢，各族群众围坐品尝；民俗巡游队伍载歌载舞，吸引游客驻足拍照。薏仁米展销区内，薏仁粉、薏仁糕、薏仁酒等产品琳琅满目。贵阳游客李娜说，既看了民族舞蹈又尝了特色美食，收获满满。

本次活动为期两天，还设有非遗体验、文化展示等环节。兴仁市以节为媒，将传统民俗与薏仁米产业结合，推动农文旅融合发展的同时，为“中国薏仁米之乡”品牌注入新活力。

普安
4.68万亩烤烟丰收

本报讯（记者 匡奇燃）“今年烤烟成色好、品质高，增收都靠它。”7月21日，黔西南州普安县罗汉镇罗汉社区烟农唐建查看刚烘烤完成的烟叶，金黄油亮、厚薄均匀。

眼下，普安县468万亩烤烟进入采收烘烤高峰期。在罗汉镇罗汉社区烟地，种植大户侯应虎带领工人抢抓晴好天气采摘、转运。“我种烟30多年，烤烟价格稳、收益稳，是实打实的致富产业。”侯应虎介绍，今年他种植30多亩烤烟，长势喜人，预计可实现经济收入13万元左右。

丰收离不开精准服务与技术赋能。罗汉镇烟叶收购点工作人员分片包保，深入田间和烤房，指导烟农规范采收、科学控温，降低烘烤损耗，保障烟叶品质。罗汉镇烟叶收购点负责人罗用介绍，传统燃煤烤烟耗时费力、需通宵值守，如今推广的颗粒清洁烤房搭配智能温控设备，操作便捷、绿色环保，烤出的烟叶品质更优、成色更佳。

作为地方特色优势产业，普安烤烟产业持续带动群众稳定增收。2026年，该县烤烟种植面积468万亩，预计实现产业产值2亿元。

公益托管家长省心

本报讯（记者 杨雯）7月19日，贵州省“共青团·伙伴计划”2026年暑假公益托管服务项目在黔西南州兴义市桔山街道启动，酒金街道南新社区、马岭街道茂盛社区2个托管点同步开班。未来15天，孩子们将在志愿者辅导下进行课业学习、科学实验、书画手工等课程。

该项目重点服务网约车司机、外卖员、快递员等新就业群体家庭子女，优先解决暑期“看护难”问题。外卖员郑志友说，过去孩子放假常独自在家，现在老师陪伴、有同学一起活动，安心多了。

今年暑假，“共青团·伙伴计划”将实现全省88个县（市、区）全覆盖，共开设210个公益托管班，组织数千名青年志愿者参与服务，课程融入安全教育、传统文化、科技探索等特色内容。

足球少年绿茵逐梦



7月20日，2026年中西部地区青少年足球邀请赛在黔西南州兴义市开幕。赛事以“绿茵逐梦·加油少年”为主题，来自中西部13个省（区、市）的28支U13男女足球队、570名球员和教练员，在5天里展开激烈角逐。图为参赛运动员在兴义市鲁屯足球小镇足球场参加比赛。

本报记者 刘朝富 摄