

从“卖酒”到“卖生活方式”

# 贵阳市观山湖区精酿的“生活革命”

观山湖畔，夏夜微醺。在贵阳市观山湖区这座年轻城区的街巷，精酿酒吧如繁星散落，从金融会展中心到奥体商圈，从世纪城到阿云朵文创街区，空气中弥漫着麦芽与酒花的香气。

作为贵州精酿产业勃兴的热土，观山湖区正经历从“卖酒”向“卖生活方式”的战略转型。围绕“一城一点一会址”“一园一场一商圈”的产业布局，观山湖区正通过“精酿+夜经济”“精酿+赛事”“精酿+音乐”“精酿+文旅”等多样化的消费场景，推动精酿深度融入城市生活脉搏。

如今，全区不仅拥有锤子精酿、缘起九先森酒业等本土生产企业，还有多家风格各异的精酿酒馆散落大街小巷。一场以酒为媒、重塑消费体验的转型，正在这片年轻的城区蓬勃出发。

## 空间破壁 精酿嵌入生活

夜晚的阿云朵文创街区2楼，I701&TripSmith音乐酒吧里灯光柔和。舞台上乐队演奏着融合贵州民族元素的摇滚乐，台下顾客手捧印着“行匠”标志的精酿啤酒，随着音乐轻轻摇摆。

“我们不是单纯的酒馆，而是音乐与精酿结合的生活客厅。”该音乐酒吧负责人王宜梁介绍。这家由贵州本土精酿品牌TripSmith与南京音乐厂牌I701合作的音乐酒吧，自去年8月开业以来，已成为观山湖区夜生活的文化地标。

在这里，消费者可以品尝到用贵州本地木姜子、杨梅等原料酿制的特色精酿，搭配融合贵州风味的意大利餐食。演出从晚上8点半持续到凌晨，前半段是激情摇滚，后半段转为舒缓的R&B，精酿与音乐的搭配让这里每晚座无虚席。

I701&TripSmith的活力，正是阿云朵空间革命的一个缩影。2023年，阿云朵完成户外“山野”改造，新增洗马书苑、红鱼剧场等公共空间；2024年完成室内村落改造，商户经营仅占40%空间，其余60%均为公共区域。空间开放性与舒适度的跃升，

为精酿融入生活铺设了物理基础。

“我们自始至终都是让大家体验各类业态，做‘酒+生活方式’的结合。”阿云朵运营团队表示。街区严格筛选入驻品牌，精准锁定贵州在地文化精粹——精品咖啡与精酿啤酒两大“锚点”，辅以精致餐饮与生活方式品牌。于是，TripSmith、Tapstar等贵州本土TOP5精酿厂牌，与乔治队长等精品咖啡在此集结。每个商户的设计与运营都需契合整体调性，确保空间氛围的纯粹与质感。精酿，在这里不再是孤立商品，而是串连音乐、美食、休憩的复合体验枢纽。

观山湖区的空间革新不止于此，全区正系统性地编织精酿生活场景网络：在酒博城，精酿成为可品鉴、可带走的特产；民族大联欢广场巧妙融入精酿文化元素；奥体商圈则借力赛事与音乐IP，开发定制化精酿产品。全区通过“精酿生活节”等平台，汇聚本土与外地品牌，将分散的酒馆体验升维为可感知、可参与的片区级生活方式盛宴。空间界限的消融，让精酿真正流淌进市民的日常节奏。

“不同于传统酒类展会，我们要构建沉浸式消费场景，这是观山湖区推动‘卖酒’向‘卖生活方式’转变的关键落子。”观山湖区相关负责人表示。

## 文化浸润 赋予精酿深度

走进观山湖区中铁逸都国际的不眠酒馆，氛围截然不同。书架上的女性主义书籍，墙上张贴的戏剧海报，吧台旁正在讨论文学的一群年轻人——这里更像一个文化沙龙而非传统酒吧。不眠酒馆老板杨九川的初

心很明确：“这里首先是一个文化空间，精酿只是其中的附着品。”

不眠酒馆脱胎于杨九川运营的女性主义公众号“阁楼上的女孩”。线上社群对性别平等与深度交流的渴望，催生了这个线下实体店。

“我们每月举办电影观影、读书会、戏剧表演等活动，最近刚做完剧读会，反响也很热烈。”杨九川表示，她刻意淡化营销，

聚焦文化活动，旨在构建去性缘化、平等对话的“性别乌托邦”。

一杯木桶陈酿的“女公爵”精酿，成为思想碰撞的催化剂而非主角。这种以文化内容为引擎、酒饮为附着的模式，颠覆了传统酒吧的狂欢逻辑，指向一种清醒而充实的生活选择。

不眠酒馆的探索并非孤例。在CCpark商场中的COMMUNE精酿酒吧，以主题派对、艺术展览与本地音乐演出，打造城市文化生活的活力据点；在阿云朵仓，“发酵文化艺术节”以发酵为主题，为文化中轴，通过市集、展览、音乐等不同内容，将把精酿与更深层的生活方式相融合。

观山湖区对精酿的文化赋能，既有自下而上的个性表达，也有自上而下的公共叙事。长岭南路一条普通的地下通道，因“文物里的贵州”酒器特展变身文化长廊。商代夔纹铜爵、西汉鎏金三足铜鼎、宋代白底黑牡丹纹梅瓶等展品静立，无声诉说着黔地三千年酒文明。匆匆穿行的上班族、好奇驻足的行人、归晚的居民，在展柜前短暂停驻，古老酒香与现代步履在此交织。这条通道，让精酿产业有了可触摸的历史根基。

无论是杨九川对女性主义空间的深耕，还是将文物精髓融入市政设施，其内核一致：为精酿注入超越感官享受的精神价值。文化成为精酿的“酵母”，催化出更具辨识度与生命力的产业生态。当精酿承载了在地的历史记忆或当代思潮，它便从简单的杯中物，升华为可品味、可思索的生活方式符号。

## 本土创生 精酿扎根生长

在观山湖区世纪城烙锅美食街附近，新生的“走山酒馆”正尝试用杯中物讲述贵州风土。

老板龙志华端出自酿的铜仁抹茶风味啤酒：“原料是我们直接走进大山深处甄选的。”另一款热销的黑糯米拉格，米粒是龙志华自己下田收割的馈赠。酒单上，荞麦精酿等更多本土风味正在不断丰富。

“走山”二字，寄托着龙志华的朴素愿

景：让贵州风味“走出”大山，也让外界精品“走进”贵州。这位曾在企业从事酒类贸易的酿酒科班生，最终选择回归故乡，投身精酿。他避开竞争激烈的传统精酿聚集区，将店址选在社区氛围浓厚的世纪城，坚信“每个区域都应有自己的好精酿”。

“走山”坚持小批量、快迭代，一两周便更新酒单，但贵州风味的酿造从未停止。龙志华计划挖掘更多本土食材和民族技艺，甚至尝试用米酒开发创新型酒品，减少对进口原料的依赖。“精酿需要新鲜感，但我们的核心是坚持贵州特色。”

像龙志华这样的本土创生力量，是观山湖区精酿生态的活力之源。TripSmith作为贵阳精酿拓荒者，7年内开出7家门店，其“自然之数”系列用贵州山野原料进行自然发酵；Tapstar以“云贵风土酿造”为核，将地域食材创新融入酒体。这些小而美的厂牌虽面临供应链挑战，却凭借对风味的执着与在地文化的挖掘，赢得了口碑。

观山湖区也正为这种内生力培厚土壤。一方面，通过“观山湖精酿生活节”等大型活动搭台，让本土厂牌直面消费者，走山参让后感叹“贵阳原来这么能喝”；另一方面，探索产业链协同，依托生态食品产业园布局精酿生产企业，推动厂牌集约化生产。政府搭台、企业唱戏、草根创新的模式，正推动精酿产业从消费端向生产端、研发端深度扎根。

从空间场景的破壁重构，到文化基因的深度浸润，再到本土风味的持续创生，观山湖区精酿产业的蜕变清晰可见。如今，这里已形成从生产、销售到体验的初步链条，“精酿+”融合业态蓬勃生长。

下一步，观山湖区将继续推动精酿产业发展，优化小微厂牌准入与服务流程，深化产学研合作，保持大型活动的“新鲜感”与品牌调性，避免过度商业化稀释文化内核。

当精酿真正成为串联在地风物、市民生活与城市气质的媒介，观山湖从“卖酒”向“卖生活方式”便有了最生动的注脚。

(刘娟)

## 南方电网贵州毕节大方供电局优质服务助企业发展

今年以来，南方电网贵州毕节大方供电局聚焦增供扩销，创新推行“一企一策服务+”管理模式，全力保障电力供应。

该局根据当地各大企业的特点量身定制“一企一策服务+”差异化服务，建立党员示范岗、党员服务队、党员责任区，以“多供、快接、少停、降损”为抓手，全方位为用户提供“零距离”服务，实现增供扩销目标，打造一流用电营商环境。

为提升用户供电可靠性，大方供电局坚持党建引领，坚持“盯指标、强管理、少停电、复电快”的工作思路，靶向施策，组织各供电所成立服务小组对当地各生产企业生产线进行体检，排除安全隐患，同时为企业生产线路改造工作提供技术支持，鼓励各企业错峰生产，降低电网供需平衡压力，促进电力系统安全稳定运行。

此外，针对部分企业对电价不敏感的问题，大方供电局主动为用户提供咨询方案，优化其生产配比，合理容量计收方式，为用户节省电费支出。今年以来，已累计为辖区企业开展主动服务58次，处理用户用电问题89次。

下一步，大方供电局将持续将供电服务关口前移，通过精准服务助力企业发展，为地方经济社会高质量发展提供可靠的电力保障。

(吴春艳)

## 黔南州福泉市第一人民医院党建与医疗服务同频共振

黔南州福泉市第一人民医院创新打造“党旗引领·民心为民”党建品牌体系，在第一医共体构建起“1+21”品牌矩阵，推动党建工作与医疗服务同频共振。医院党委以“民心为民·医路争锋”等21个特色子品牌为抓手，设立90个党员先锋岗和责任区，组建8支党员志愿服务中心，全年开展服务活动500余次，让党旗在医疗一线高高飘扬。

在“党建+业务”融合发展中，该院创新建立“四同”工作机制，将党建工作与“三甲”创建、重点专科建设等重点工作同部署同落实。2024年，成功开展40项新技术，发表学术论文86篇，门诊量突破376万人次，同比增长4.3%。通过深化对外合作，与广东省第二人民医院共建生殖医学分中心和糖尿病逆转分中心，与省内外三甲医院建立专科联盟9个，医疗技术水平显著提升。

今年7月，该院与南京医科大学达成战略合作，这是继去年获得“三级甲等综合医院”评审通过后的又一重大突破。目前，该院住院患者满意度达98.5%，DIP考核指标位居全州前列，实现了社会效益和经济效益双提升，走出了一条以高质量党建引领高质量发展的新路子。

(王飞)

## 遵义市绥阳县红河村发展林下经济促增收

遵义市绥阳县宽阔镇红河村积极探索林下经济，带动村民增收致富。

红河村地处宽阔原生森林腹地，丰富的蜜源让蜂蜜波美度常年稳定在40度以上，当地群众传承的养蜂传统，为中蜂产业发展奠定了基础。

2016年，该村锁定中蜂养殖作为脱贫增收突破口，创新推行“支部+专家+大户+党员+农户”模式，以支部下单、群众点单、党员接单的“三单制”，带动林区及周边铺开中蜂养殖版图。

“以前凭经验养蜂，现在农业专家手把手教我们科学选址、规范建箱，还传授了现代育王技术。”村民陈开明指着整齐的蜂箱介绍，去年他家40多箱蜂产蜜400斤，年收入超6万元。

目前，全村700余箱中蜂年均产蜜5000余斤，产值约100万元，3000余名群众共享“甜蜜”成果。

依托野生盐肤木蜜源优势，该村又拓展出五倍子产业。盐肤木是五倍子寄生的最佳树种，而五倍子经加工后广泛应用于化工、食品、矿治、电子等领域，市场需求旺盛。

近年来，红河村通过成立绥阳县红晟种植养殖农民专业合作社，鼓励60余户群众入社抱团发展五倍子产业。

“五倍子亩产300斤，五家10多亩地收了15吨五倍子，卖了近3万元，纯收入25万元，经济效益十分可观。”村民邹长江说。

如今的红河村，五倍子已经成为产业王牌，“五倍子+林下菌药”“五倍子+中蜂”等发展模式愈发成熟。目前，全村共计种植五倍子4000余亩，实现户均增收2000元以上。

(叶正伟 娄云霄)

本版责编：熊瑛 张元斌 严瓯 版式设计：彭舒姗

遵义市仁怀市火炉坎村组织密农村老人服务保障网

火炉坎村下辖7个村民组，为给老人们提供更贴心的服务，村“两委”充分发挥党建引领作用，凝聚起19名党员干部的力量，同时精心组建了7支“强组兴村”工作队，67名队员下沉到各个村民组开展服务。

“敲门行动”是服务老人的日常暖心举措。党员干部定期上门，与老人们促膝长谈，倾听他们的心声，仔细查看生活状况，为他们排忧解难。同时，借助现代通讯手段，让微信、电话成为连接老人与工作人员的“线上纽带”。

搭建起老人与子女沟通的桥梁也至关重要。党员干部定期与老人子女沟通，及时反馈老人的生活情况，让远在他乡的子女放心；同时，也认真倾听子女的诉求，形成家庭与村集体共同关怀老人的闭环，让老人在情感上得到更多的慰藉。

在政策落实方面，火炉坎村更是尽显温度。

每当涉及老人的福利政策出台，工作人员第一时间上门，不仅用通俗易懂的语言为老人讲解政策内容，还全程协助办理相关手续。从高龄补贴的申领到养老保险的年审，每一个环节都做到细致入微，确保政策红利精准抵达老人身边，让老人们切实感受到党

(陈应江)

和政府的关怀。

在政策落实方面，火炉坎村更是尽显温度。

每当涉及老人的福利政策出台，工作人员第一时间上门，不仅用通俗易懂的语言为老人讲解政策内容，还全程协助办理相关手续。从高龄补贴的申领到养老保险的年审，每一个环节都做到细致入微，确保政策红利精准抵达老人身边，让老人们切实感受到党

(陈应江)



7月24日凌晨，毕节市纳雍县维新镇遭遇严重的洪涝灾害。

得益于配网OMS系统的实时监控与快速响应机制，南方电网贵州毕节纳雍供电局10千伏维花线129号杆8073开关后段负荷随即通过自愈转由10千伏维东II回线路供电，有效隔离故障区段，保障后段用户用电需求。

系统同步发出巡线指令，纳雍供电局工作人员根据提示巡至10千伏维花线124至125号杆段时，发现了故障区段，工作人员现场研判、迅速制定出应急方案。

通过工作人员连续8小时顶风冒雨奋战，10千伏维花线得以全线恢复送电。此次洪涝灾害中，电网自愈应用与人员快速响应成为复电关键，实现11小时内完成从故障发生到全面复电的任务。图为纳雍供电局工作人员在巡查线路。

曹磊 张云 刘炼 摄

公益广告



贵州日报报刊社 贵州日报当代融媒体集团