

开放贵州 创新服贸

——2025 服贸会贵州展区看点纷呈

贵州日报天眼新闻记者 冯倩

金秋北京，商机无限。2025 年中国国际服务贸易交易会（下称服贸会）9 月 10 日至 14 日在北京首钢园举办，贵州 11 家企业组团参展。从数字贸易到文化旅游、从工程建筑到电子商务，11 家跨企参展期间大力宣传推介、寻找商机、加强合作，收获满满。特别是以“分享贵州机遇·促进

合作共赢”为主题的“2025 服贸会·贵州经贸交流会”，借助服贸会平台邀来海内外嘉宾，分享“共促开放合作，同享贵州机遇”的精彩故事。数据显示，今年 1 至 7 月，全省服务进出口 86.66 亿元，增长 15.9%。其中服务出口 62.82 亿元，增长 19.93%；服务进口 23.84 亿元，增长 6.48%。



2025 服贸会贵州展区掠影。张丽 摄

今年服贸会，贵州以“开放贵州，创新服贸”为主题搭建专题展区，重点展示贵州在大数据、文化旅游、生态康养、桥梁建筑等特色服务领域的新产品、新技术、新服务及最新应用场景，助力贵州企业开拓国内外市场。

走进展区，AI 机器人、刺梨手游、数字服务、光伏项目等新质生产力领域一批新成果集中亮相，现代服务业、高端制造业等领域的新业态精彩纷呈，“新”风缕缕，吹向服务贸易国际平台。

贵阳一铁科技有限公司制作的全球首款以刺梨为主题的手机游戏——《铁境家园》，受到众多与会者关注。“这是公司今年主推的游戏项目。”一铁科技对外事务负责人田维维介绍，他们将游戏、文创、电商等相融合，旨在助推贵州刺梨及相关产品走向世界。据悉，《铁境家园》已拥有百万级玩家，正以泰国为重点做用户需求数据监测。从收集到的数据分析，刺梨在泰国具备消费需求，尤其是刺梨果膏、刺梨原汁以及即将上线的刺梨吸吸果冻。

AI 智能扫描机器人如何工作？“相较于传统扫描设备，K-PAI 智能档案扫描机器人实现了多维度突破，主要在于机器人

能快速完成复杂档案的扫描、识别与归档全流程。”贵州如微初晨文化传媒有限公司负责人侯百春不断向前来咨询的参展商介绍公司主打产品——AI 智能扫描机器人的工作流程。

如微初晨公司是北京千寻未来科技有限公司在贵州成立的子公司，深耕档案电子化领域，核心业务为研发销售档案电子化机器人、提供档案电子化服务。目前，该公司研发的 AI 智能档案数字化机器人拥有 100 多项专利和知识产权，今年上半年销售额达 2000 万元，累计销售额已超 7000 万元。

数字化正成为服务贸易高质量发展的新引擎。贵州数据宝网络科技有限公司携自研 AI 产品矩阵亮相贵州展区，全方位展示了该公司在 AI 与数据融合创新领域的前沿成果。数据宝高级客户经理李家爽介绍，作为国有数据资产增值运营服务商、数据要素市场化领军企业，数据宝汇集了超 50 家部委厅局国央企+9 家省级平台公司+N 个省市国央企的数据，经过脱敏加密，在保障数据隐私安全的前提下，可提供国有大数据产品及资源对接服务。同时，数据宝还利用国有数据开发出数据产品 1800 多个，落地 300 余个应用场景，

推动了国有数据资产在金融、保险、交通、互联网等领域的应用。

从贸易往来到投资建设，贵州企业不断“走出去”找寻最优发展路径。本届服贸会上，中国电建贵阳院所展示的广东恩平 100m 跨度柔性光伏支架示范项目模型受到了众多海内外参展商的关注。

中国电建贵阳院隶属世界 500 强——中国电力建设集团有限公司。在国际业务上，中国电建贵阳院已形成覆盖亚洲、亚太、非洲、中东的全球布局，并在沙特当地注册了中国电建绿洲工程设计咨询有限责任公司。“技术创新是我们的核心竞争力。”中国电建集团贵阳院海外事业部总经理雷声军介绍，柔性光伏支架示范项目将柔性光伏技术创新应用在林业光伏、渔业光伏、水渠、污水处理厂上部等多种复合型光伏应用场景，打破了传统光伏支架应用局限，可提升土地资源利用率。这也是该公司正积极向海外市场推广的项目。

服贸会期间举办的贵州经贸交流会，邀请了商务部服务司相关负责人、东南亚及中亚 17 个国家驻华使节、国内外有关企业及商协会代表，以及贵州省、市（州）有关部门代表共 100 余人参加，共论贵州

服务贸易高质量发展蓝图。

交流会上介绍了贵州服务贸易创新发展成效、潜力和投资发展环境，大力推介了贵州文化旅游、工程建筑、数字经济等特色优势服务，以及贵州优越的投资环境和优质招商项目。

蒙古国驻华大使赫赫包勒德回顾了中蒙两国及中国（贵州）与蒙古的深厚渊源。他表示，期待未来在“技术+资源”“文化+旅游”“青年+教育”等领域与贵州拓展合作。

索马里联邦共和国驻华大使和丹·奥斯曼·阿布迪介绍了索马里经济、资源及开放投资政策，提出与贵州在数字经济、绿色能源等领域的合作建议，诚邀贵州企业赴索投资。

“当前贵州正全力打造世界级旅游目的地，推出了‘引客入黔’奖励政策，诚邀海内外游客与投资者共享贵州文旅发展红利。”省文化和旅游厅相关负责人重点推介了贵州文旅资源。

省商务厅负责人重点推介了贵州在文旅、康养、数字、工程、技术等方面的特色优势，邀请客商携手促进包括旅行服务、康养服务、数字贸易、技术服务贸易等在内的经贸合作迈上新台阶。

“诚信兴商宣传月”活动全省展开

本报讯（记者 余昌旭）由省商务厅主办、省企业信用协会承办的 2025 年贵州省“诚信兴商宣传月”活动日前在贵阳启动，活动主题“诚实守信利企惠民”。“诚信兴商宣传月”活动已连续开展 21 年。省商务厅相关负责人介绍，今年宣传月期间，将聚焦重点行业，深入挖掘和宣传诚信典型，推广信用惠民便企政策，探索“信用消费”“信用金融”等创新应用场景，让诚信

主体获得感更强，让失信行为无处遁形。同时，通过开展各种形式宣传活动，深入宣传商务诚信理念，分享诚信经营的成功经验，进一步提升全社会对商务诚信的认识，倡导诚信经营，弘扬诚信文化，共同营造“守信光荣、失信可耻”的社会氛围。

当前，我省正进一步推进商务信用体系建设，着重强化重点领域信用监管，在消费品“三信用金融”等创新应用场景，推

行“信用承诺全流程监管”模式，对虚标补贴、强制捆绑销售等行为“零容忍”。同时，优化信用服务供给，全面推行“专项信用报告替代证明”，企业办理资质审批、政府采购时，凭一份信用报告即可替代 12 类证明材料，实现“数据多跑路、企业少跑腿”。此外，我省还将深化银企信用合作，扩大“信易贷”覆盖面，重点支持绿色消费、跨境电商等领域。

“支付即开票”智慧税务试点落地黄果树旅游区

开票时间从“分钟级”缩短至“秒级”

本报讯（记者 余昌旭）黄果树旅游区旺季日均入住游客超 9000 人次，传统开票模式难以应对集中且高频的开票需求。为此，安顺税务部门推出“支付即开票”服务，游客在入住时登记身份信息，退房支付成功后，系统自动匹配交易数据实时开具电子发票，并推送至游客手机，将开票时间从“分钟级”缩短至“秒级”，实现“离店即开票”。

“支付完成，电子发票即刻发送到手机，游客可随时离店，无须排队等待。”贵州黄果树迎宾馆前台主管吴德爽介绍，“支付即开票”智慧税务试点有效破解了旅游旺季开票效率低的难题，显著提升了游客满意度。

据悉，试点酒店黄果树迎宾馆开票人力从 3 人减少至动态调配 1 人。系统还支持游客通过小程序自助换开单位抬头发票，

灵活便捷。“‘支付即开票’不仅是服务升级，也是‘智慧税务+旅游经济’融合的创新实践。”安顺市税务局征收管理科科长杨启高介绍，目前，黄果树迎宾馆月均自动开票超 3000 张，人工干预降低 90%，征纳成本下降 40%。接下来，将总结试点经验，逐步在景区门票、停车、商超等场景推广该服务，并探索与智慧旅游平台对接，实现“一部手机游黄果树，全程开票无障碍”。

授信额度最高三百万元

民生银行贵阳分行推出「养老蜂巢贷」

记者从人民银行贵州省分行获悉，截至 2025 年 6 月末，民生银行贵阳分行通过“养老蜂巢贷”向 3 家民办养老机构发放贷款 307 万元，有力支持了 3 家养老机构经营发展的资金需要。其中，贵阳市南明区一家养老院通过“蜂巢贷”完成升级改造，新增床位 20 张，新引进专业护理人员 5 位，入住率升至 95%。

为切实加强养老机构信贷资金支持力度，民生银行贵阳分行结合民办养老机构经营特点与融资需求，引入养老机构官方星级评定、养老床位数、入住率、服务收入、成立年限等特色指标，构建有效识别养老机构运营风险、评估偿债能力、预测未来现金流、反映机构核心竞争力的授信模型。基于该授信模型推出的“养老蜂巢贷”，紧扣养老机构轻资产经营特征，可灵活匹配授信额度、担保方式及定价政策。

据悉，“养老蜂巢贷”单户授信额度最高 300 万元，贷款期限最长 3 年，并给予优惠利率，为辖内养老机构提供了针对性和适配度较高的融资方案。

项目一线

本报讯（记者 张秀云）探采选冶一体大型现代化矿山——赫章县猪拱塘铅锌矿项目建设取得阶段性突破：选矿厂主体工程已进入钢结构施工阶段，贵州鼎盛鑫矿业、江铜集团及贵州地矿 113 地质队正合力加速推进产能落地。

按规划，猪拱塘铅锌矿一期系统工程将于年底建成，填补我省超大型铅锌矿床开发的空白，为毕节市乃至我省的矿业转型升级注入强劲动能。

赫章猪拱塘铅锌矿项目建设取得阶段性突破

预计年内完成投资 7.62 亿元

赫章县猪拱塘铅锌矿项目于 2022 年 6 月获批，同年 12 月 27 日全面开工建设。矿山分四个采区，一、二采区同步基建，一采区基建期 2 年，建成后生产规模 2000 吨/日；二采区基建期 4 年，建成后全矿规模达 6000 吨/日；三、四采区为接续采区。根据储量核实及勘探工作新增的资

源量预计服务年限可达 26 年。

今年，该项目预计完成投资 7.62 亿元，力争年底完成井下供电、供水、通风、排水等主要系统建设，实现 12 月底达成一采区试生产条件。同时，大力推进智能矿山建设，依托信息技术、自动化控制技术与先进装备，达成资源数字化、采矿自动化等目

标，实现安全、绿色、高效运营。

据勘查，该矿区铅锌总储量突破 500 万吨，是全国铅锌矿储量前十强矿区。项目建成投产后，将形成年产精锌矿 20.54 万吨（品位 55%）、铅精矿 6.64 万吨（品位 50%）、硫精矿 45.83 万吨（品位 45%）的规模化产能，大幅提升我国铅锌资源的自给率。

随着中秋、国庆双节临近，白酒消费旺季即将到来，茅台管理团队的步履也不停横跨中国版图。

8 月 24 日至 9 月 7 日，茅台集团高层率队深入华东、西南、东北市场一线，调研组十五天深入 7 个省区茅台酒市场调研，覆盖 200 余家渠道商。

据悉，这是继覆盖“三线十八省”的“春耕”调研行动收官后，茅台集团再次开启的一次密集调研。从扬子江畔的扬州，到山水之城重庆，再到北国春城长春，这份调研组的足迹不仅是市场的丈量，更是传递温度与定力的脉搏。

调研期间，茅台先后召开江浙、川渝、黑龙江等省区贵州茅台酒市场营销座谈会，与广大渠道商面对面对交流，共同研究市场现状与机遇，进一步厘清形势，顺势而为、应势而动、乘势而上，共创茅台可持续高质量发展新局面。

洞察之眼：紧抓转型大势信号

在扬州、重庆、长春召开的三场茅台酒市场营销座谈会上，一个共识在厂商间激荡——“理性消费时代正扑面而来。”面对白酒行业“三期叠加”新形势，消费者更注重性价比与理性消费，茅台将转型视为破局密钥。

今年以来，茅台“三个转型”“四个聚焦打”“五个量比关系”等一系列措施相继出台，厂商双方高效执行，努力转型、积极拓客。

市场正在积极响应这份变革决心。调研显示，随着传统双节临近，终端动销已然暖流暗涌，相比 6、7 月，8 月底环比显著增长，市场态势进一步向好。

茅台人敏锐把握市场趋势，积极拥抱理性消费时代的到来。“必须抢抓机遇、精准施策，拥抱新消费形势，多维度拓客，拓展个性化服务，不断满足消费者多元个性需求，进一步夯实市场基础。”茅台集团党委副书记、总经理王莉说。

据悉，茅台将进一步转型“三个转型”，从产品导向转向场景导向，围绕“让消费者更信任、更懂消费者、触达更便捷、更能激发情绪价值”，创新服务与体验，增强情感共鸣，实现“卖酒向卖生活方式转变”。同时，聚焦“产品、渠道、终端”推动“三端变革”，助力消费者培育与市场动销转化。

定力扎根：七十年风雨淬炼韧性

风雨同舟方显价值。回溯茅台七十余年足迹，绝非坦途却始终穿越周期而出，深厚根基何在？

吉林四方商贸的王祝嘉深情道，“与茅台同行 40 年，经历了多次市场风雨，但我对茅台始终充满信心。眼前的困难只是暂时的，我们将与茅台站在一起，共同面对挑战，抓住发展机遇。”

通过与茅台多年的合作，广大渠道商深刻地认识到，保持战略定力是茅台与各渠道商战胜困难、持续稳定发展的根本。

这份穿越周期的强大韧性绝非偶然。茅台这棵根深叶茂的大树，既有数代工匠对质量始终如一的执着追求，厚植向上生长的力量，也有茅台酒“4+6”渠道体系对消费脉搏的精准把握，历练向下扎根的能力。

茅台高层表示，将始终坚守工匠精神，传承保护传统工艺，全力呵护生态环境，持续追求卓越品质，始终坚持做有温度、有责任、有担当的品牌，以自身的确定性应对外部环境的不确定性。

文化铸新：“融入”消费者的生活

此番调研途中，调研组还深入部分茅台文化体验馆，并分别召开调研座谈会，深入了解其建设和运营情况。

据了解，自 2021 年启动建设以来，全国已有 67 家茅台文化体验馆通过验收、授权并投入运营，各地体验馆深挖茅台文化与地域文化相融共生的内核，不仅成为区域文化地标，更让茅台文化在与不同地域文明的交融中，绽放出各具神韵的光彩。

在茅台高层眼里，茅台文化体验馆不仅是展示、传播茅台文化的重要窗口，更是“酿造”茅台生活方式的舞台，与销售终端共同构成一个完整生态，链接转化销售与服务，加快“卖酒向卖生活方式转变”。

正是寄托了深厚希冀，茅台也对体验馆提出了“严苛”要求。

具体而言，在定位与功能上，必须以茅台文化为内核，深度融合所在地文化元素，严格遵循有内容、有形式、有载体、有受众的“四有”原则，既要打造出具文化厚度与风格魅力的体验空间，也要因地制宜拓宽引流渠道，持续提升自身知名度与影响力。

在转化体系构建上，需紧紧围绕消费者体验场景，积极探索餐饮业态、个性化服务等多元化融合路径，既要通过优质服务提升消费者生活体验，更要形成“支撑销售端+自身良性循环”的完整生态，高效促成市场转化。

茅台高层表示，将以促进文化体验馆实现转化为出发点，在市场营销、专业赋能等方面予以支持，推动文化体验馆规范化、在地化、特色化建设，打造成为茅台酒营销体系中的重要窗口、平台和载体。

以茅台文化体验馆为切入口，茅台正通过植根本土的文化表达，真正“融入”消费者的生活。

掌舵远航：用信心与温度穿透市场的不确定

这是一次茅台高层率队下市场释放信心的强信号——此行不止于“听”市场回响，更在于要将信心“传”遍两千余家渠道伙伴。通过与经销商开诚布公交流、对终端市场精准洞察、对文化建设悉心指导，茅台拿出面对时代洪流最坚定答卷：既以数十年笃行定力守住品质基业，又以积极应变的智慧主动拥抱市场新风潮。

定力何深？转型何决？归根在企业的“顺势”智慧与全局视野：管理层密集深入探市场腹地，既精准传递集团决策的格局高度，更把战略规划写在中国酒业的星辰轨迹之上。

接下来，茅台高层还将率队深入其他省区开展调研，更加全面且深入地解各地市场的实际情况以及茅台文化体验馆建设、运营情况，进一步提振市场信心，科学制定应对措施，持续推动茅台酒市场可持续高质量发展。

穿越市场潮汐，茅台正在传递一个温暖信号：在下一个春潮涌起处，茅台以有温度、有责任、有担当的品牌脊梁，必将续写赋能渠道、共赢市场的传奇！

“大家要相信茅台的质量、文化、根基不会动摇，相信茅台的创新能力、自我调节能力不会倒退，相信茅台的服务意识、服务能力不会掉队。”正如茅台集团党委书记、董事长张德芹所言，只要度过这个周期，就会让茅台这个民族品牌焕发出更加夺目的光彩，担当起更大的责任。