

首店扎堆 新品出圈 首秀不断

“首发经济” 激发消费活力



【数读】

2024年以来，遵义累计落地贵州首店**39家**、遵义首店**149家**，首店矩阵持续扩容。

消费者在盒马鲜生遵义首店品尝美食。 本报记者 吴浩宇 摄

本报讯（记者 徐春燕）10月7日，遵义市汇川区香港路港澳广场内，作为当地家电家居领域标杆首店，6000平方米卖场的遵义港澳天猫优品家电超级旗舰店，华为、海尔、美的等上百个头部品牌产品有序陈列；门店联动优居、黔派装饰，打通家电选购、家居设计到售后保障全链条服务，以一站式消费模式带旺家电消费人气。

近年来，遵义统筹推进首店引进、产品首发、平台首展首秀，立足本土产业禀赋，一手抓外部资源“引进来”，一手推动本土产品“走出去”，着力打造“首发+产业+消费+文旅”融合生态。

发展首店经济，商圈是重要载体。依托汇川区广珠商圈、红花岗老城1935商圈、仁怀市国酒城商圈等核心商圈，遵义发挥国贸广场、吾悦广场等链主企业带动作用，加大品牌

招引力度。近两年来，天猫超级体验店、永辉超市、海底捞、小米SU7体验店、极氪家等一批市级首店相继进驻，充实本地餐饮、零售、新能源消费业态。

据遵义市商务局统计，2024年以来，当地累计落地贵州首店39家、遵义首店149家，首店矩阵持续扩容。为承接更多首店资源，遵义加快完善商业硬件布局，推动12个城市商圈与9个县域商圈分类布局、差异发展。

当地同步深挖酱酒、红色文化、非遗，推动本土产品多元首发，走向国内外市场。围绕“山地微醺生活方式首发地”建设，2025年茅台五星70周年纪念酒首发，上线2分钟销售额达1.79亿元，仁怀先后推出38款亲民酒、口粮酒，并在中国香港发布酱香威士忌。2024年至2026年7月，遵义酒类领域累计首发新品71个。

红色文旅与非遗同样收获诸多首发成果。2023年“遵义长征数字纪念馆”全球首发，依托VR技术还原历史场景；沉浸式实景演艺《伟大转折》成为城市文旅名片，接待海内外游客超80万人次。80余款“遵义文创”亮相深圳文博会；全市首家“抱朴非遗文创空间”落地，带动妇女手工艺人就业。国内首个天然岩洞瀑布酒店赤水匠庐·雅路古民宿，开业首年营业收入突破1000万元。

为进一步打通内外市场通道，放大首店、产品首发的辐射效应，遵义依托博览会、展会、赛事搭建交流展示平台，串联起资源引进与产品输出的双向通路。

在“引进来”方面，多项高规格活动落地遵义。2024年9月，第26届布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛落户仁怀，59个国家和地区的2811款烈酒同台参赛；2025年“机遇中国多

彩世界”国际交流周汇聚驻华使节与企业家；2026年3月，科大讯飞人工智能科技贵州首展登陆吾悦广场。湄潭贵州茶产业博览会已连续举办18届；遵义国际辣椒博览会举办11届，实现“遵义定价，买卖全球”；赤水河谷九月九·遵义酱酒节已举办3届。

面向外部市场，遵义推动本土产业“走出去”。借助“多彩贵州风·黔酒中国行”平台，习酒、珍酒、国台、董酒等酒企亮相进博会、春糖会，将遵义酱香白酒推介至国内十余座重点城市，持续提升产区影响力。

下一步，遵义市商务局将持续完善相关政策支持和配套措施，实现产品、业态、模式创新，推动遵义市首发经济既能“引进来”又能“走出去”，持续拉动消费升级，助推遵义高质量发展。

小米汽车遵义首店

“科技+体验”聚人气促销量

本报讯（记者 李洋）10月7日，小米之家遵义吾悦广场汽车体验店内，销售人员正向进店顾客热情演示澎湃N90MAX探索版车型。随着一键启动，该车座椅开始自动旋转、后移，中岛滑动，车内空间在30秒内变为会客厅。“小爱同学”语音指令下达，露营顶包上升、全舱地暖开启、二排一键成床等功能也跟着迅速响应。不少顾客驻

足围观，有人坐进车内体验，有人询问配置和价格。

作为小米汽车在遵义的首店，这家体验店落地吾悦广场，正是看中商圈客流与首店经济的带动效应。销售主管王晨介绍，选择吾悦广场，首先看中其客流集中、业态丰富。商场餐饮、亲子、娱乐等客群，与小米汽车及米家生态目标用户高度契合。首店稀缺性帮助品牌快速

建立认知，形成“逛商场一体验车一感受人车家生态一咨询下单”的转化路径。

自8月初澎湃N90MAX探索版落地吾悦广场店以来，该车型累计销量达100余台。截至10月初，全门店依托“科技+体验”新消费场景，累计销售各类车型接近200台。10月1日至7日，门店日均接待到店顾客约1000人，各类车型共计销售55台。

盒马鲜生遵义首店

一站式购物带火假日商圈

本报讯（记者 吴浩宇）10月6日，遵义国贸春天百货购物中心B1层，遵义首店盒马鲜生门店，生鲜果蔬、海鲜水产、烘焙熟食等商品琳琅满目。“买海鲜、水果、熟食，基本都能一次购齐，还能现场加工，方便又省心。”正在选购海鲜的市民张欣一说。

不同于传统商超单一的购物场

景，盒马鲜生将商品销售、餐饮体验和即时配送融为一体，形成“线下体验、现场选购、即时加工、线上线下单、快速配送”的消费闭环。国庆假期，节日礼盒、精品生鲜等成为门店热销品类，线下到店客流与线上订单同步增长。

过去，国贸春天购物中心的消费业态主要集中在服饰、零售和餐饮等

领域。如今，消费者因盒马鲜生而来，在购物、用餐、休闲之间形成更多停留和消费。“盒马鲜生开业后，商场客流结构更加丰富，年轻消费者、家庭客群和外地游客明显增多。国庆假期，商场整体客人流量同比增长10%，场内餐饮、休闲、零售等销售额同步增长。”遵义国贸春天百货购物中心网络市场推广部经理罗安说。

贵州初艺食品

首家中央厨房展示店“新鲜”亮相

本报讯（记者 程佩佩）10月7日，遵义市汇川区厦门路，贵州初艺食品有限公司门店内，面包、蛋糕等产品整齐摆放，不时有消费者进店，挑选新鲜出炉的各式点心。

遵义市民王先生说：“今年门店重装升级后，整体消费体验提升明显。后厨制作过程可以直观看到，买得更安心。”

这个“看得见”，正是这家门店的一大特点。

“今年4月底，店铺开始装修升级，7月重新营业，是初艺第一家中央厨房对外展示的门店。透明化的操作空间，

让消费者能够直接看见产品制作流程。”初艺食品门店经理张陈说。从2025年3月开始，初艺陆续对直营门店进行不同程度升级，目前直营门店已全部完成改造。

过去以黄、白色为主的门店，升级后，将木纹、砖纹、土色等元素融入门店，营造更加自然、亲和的社区氛围。同时，门店重新调整动线，增加岛台销售，拉近消费者与产品、店员之间的距离。

张陈说：“初艺将上班族、亲子家庭、老年群体等作为主要消费群体，围绕日常早餐、家庭分享等需求提供产

品，定位于私房烘焙与大型连锁烘焙之间的社区家庭烘焙。”

门店在变，产品也在不断调整。从2014年以私房烘焙起步，到2019年开出首家实体门店，初艺逐步从生日蛋糕定制拓展到现烤面包、甜品、饮品等日常消费场景。如今，产品研发按照月度、季度持续更新，研发室完成打样后，到门店实操复刻、核算成本，再通过顾客试吃、反馈等方式进行筛选，最终推向市场。

作为从遵义成长起来的本土品牌，目前，初艺在遵义已开出20余家线下门店，并且市场逐步拓展到贵阳，会员超过30万人。

汇川区：酱咖香处烟火旺

本报讯（记者 吴浩宇）10月11日，遵义市汇川区第三届酱香咖啡生活文化周收官。10月9日至11日，本届酱香咖啡生活文化周围绕酱咖品鉴、川黔联动、夜经济赋能等五大核心亮点，打造沉浸式消费生态。活动汇聚北上广深、成都、贵阳等地30余家知名咖啡品牌，集结40余家文创、餐饮、精酿商户打造潮咖市集，有效提升汇川文旅的对外辐射力与行业影响力。

作为遵义酱酒文化核心承载地，汇川区立足深厚酱酒底蕴，布局“酱酒+”跨界新赛道，以酱香咖啡为切入点，推动传统酱酒走出固有圈层，拥抱年轻化消费市场。2025年以来，前两届酱香咖啡生活文化周累计接待游客近20万人次，市集消费突破300万元，全网传播流量超亿次。如今，“汇川酱咖”已

从单一创意产品成长为赋能产业转型，拉动全域消费、激活文旅市场的核心城市IP，带动餐饮、住宿、乡村旅游等上下游产业协同发展。

目前，汇川酱咖已实现从单次活动引流到全域业态布局的升级，形成景城融合、城乡联动的长效体系。当地串联娄山关红色资源、海龙屯世遗文脉与城市商圈资源，构建“一景藏一咖、一咖村一景”的全域酱咖、村咖矩阵，将单一饮品消费转化为沉浸式山水人文体验。通过优质门店授牌、培育本土商户、鼓励产品创新，完善消费载体，补齐乡村文旅业态短板，赋能乡村全面振兴与城市更新。

在城市品牌建设上，酱咖IP实现了本土文化的创新传播。依托咖啡年轻化、高传播

度优势，汇川区将酱酒文化、红色文化、世遗文化转化为可品鉴、可体验的潮流业态，有效盘活本土特色文化资源，提升汇川城市辨识度与美誉度。

下一步，汇川区将持续深耕“汇川酱咖”特色IP，深化“酱酒+文旅+消费+城乡发展”融合模式，丰富产品体系、完善全域消费场景、深化跨区域联动，以酱香咖啡为纽带拉长特色产

业链、激活经济新增长点，推动传统产业转型、文旅提质与城乡融合发展。



第三届酱香咖啡生活文化周人潮涌动。 本报记者 吴浩宇 摄

红花岗区构建“2+1+1”现代化产业体系

本报讯（记者 徐春燕）9月30日，记者从遵义市召开的红花岗区“构建现代化产业体系 夯实高质量发展根基”新闻发布会上获悉，近年来，红花岗区构建起以先进装备制造和金属材料精深加工为主导产业、健康医药为特色产业、数字经济为潜力产业的“2+1+1”现代化产业体系。

2025年，红花岗区规上工业总产值突破107亿元。目前，辖区规上工业企业达60家；培育国家级专精特新“小巨人”企业2家、省级专精特新中小企业27家、高新技术企业48家；累计建成各类科技创新平台50个，其中省级及以上高能级平台23个（含国家级平台3个）。

新能源电池材料产业提速发展，容百锂电二期顺利投产，聚源科技相关项目加快推进，全区率先布局全钒液流储能电池，双向做强动力电池、储能电池产业，航锐航空、精立航太、飞宇电子等企业核心竞争力稳步提升。聚焦铜、锰、钛三大金属材料板块，推动产业向高端新材料转型。持续推进贵州钢绳、长岭特钢项目提质增效，推动天磁铝业进军新能源材料领域，加快播宇钛材项目建设。深挖本土医药优势，推进铭肽生物原料药项目建设，推动万胜药业、廖元和堂等本土药企智能化改造，依托政策拓展中药日化、药食同源产品，聚力打造特色医药产业集群。

桐梓县融入成渝招商恳谈会 签约9个项目

本报讯（记者 邱胜）为持续深化与成渝地区全方位、多层次、宽领域合作，推动更多优质项目落地桐梓，9月29日，桐梓县2026年融入成渝招商恳谈会在重庆举行。来自川渝两地的企业家代表，重庆市、遵义市相关部门领导等60余人齐聚一堂，共话合作、共商项目、共拓商机。会上，9个项目成功签约，计划投资金额149亿元。

恳谈会特别邀请重庆市、遵义市相关部门领导，围绕遵义和桐梓如何更好融入成渝地区双城经济圈、如何更好把桐梓优势转化为链接成渝、服务成渝的实际成效进行交流。

当前，桐梓县正紧扣“成渝所需、桐梓所能”，以产业链协作、生活链服务、供应链融通为抓手，全力打造遵义融入成渝地区双城经济圈“桥头堡”的先行区。

汇川区打通创业服务“最后一公里”

本报讯（记者 潘树涛）近日，遵义市汇川区举办2026年度创业服务系列收官活动。2026年，汇川区人社部门聚焦创业者现实需求，全年组织7场主题沙龙、5场专题讲座、5次入企专项指导、3场大学生创业指导，累计服务群众超5000人次，通过沙龙研讨、专家问诊、政策宣讲、线上直播等多种形式，打通创业服务落地“最后一公里”。

2026年，汇川区人社部门扎实开展创业赋能行动，为本土创业者搭建展示、学习、资源对接的公共平台。本次收官活动依托“云上汇创”开展图片直播，将活动资料纳入全区创业工作年度汇报素材，同步汇编《2026汇川区创业服务成果案例集》，系统梳理全年服务案例、活动数据与实践经验，固化双创工作成果。以创业赋能就业，为地方经济高质量发展注入更多活力。

凤冈县金桥梁市场 集散黔北肉牛销省外

本报讯（记者 李洋）10月6日，遵义市凤冈县绥阳镇金桥梁大牲畜交易市场内，客商与卖牛户的讨价还价声此起彼伏。邹贵住在离市场60公里外的务川自治县浞洋镇，家里养了近百头牛。每隔5天，他要拉一车牛前往金桥梁大牲畜交易市场售卖。

“今天拉来的6头牛已全部卖完。牛品质好，加上交易平台成熟规范、客商资源充足、市场行情稳定向好因素，今天卖出了好价钱。”邹贵说。

凤冈县金桥梁大牲畜交易市场负责人钱字谦介绍，入秋后市场迎来交易旺季，每场交易量约1200头、交易金额约2000万元，牛源主要来自周边村民和一些小型养殖场。

以党建为引领，以东西部协作为契机，凤冈县整合东西部协作资金及各级财政支农资金，多部门齐发力，为肉牛产业延链、补链、强链提供全方位服务保障。目前，金桥梁大牲畜交易市场已成长为黔北规模最大、辐射西南的综合性大牲畜交易市场，有效整合遵义正安、务川、道真、余庆和铜仁思南、沿河等周边10余个份额的优质肉牛，远销至重庆、四川、湖南、浙江等地。

道真自治县集成办理“个人身后一件事”

本报讯（记者 李杰）“以前办完丧葬手续，还要分头跑公安、社保、医保、公积金好几个部门，反复复印材料。现在只需到政务大厅一个窗口提交一次材料，剩下的全部由工作人员内部流转办理，太省心了。”10月9日，遵义市道真自治县市民江礼渊对“个人身后一件事”集成联办服务连连点赞。

逝者身后事项办理，事关群众“急难愁盼”。自2026年启动“高效办成一件事”改革以来，道真自治县把“个人身后一件事”作为民生重点改革场景持续攻坚，坚持事项清单深度整合、流程彻底再造、部门闭环协同，推动多部门业务体系打通、数据共享联动，一次性集成13个关联事项，大刀阔斧精简申报材料、压缩办理环节，推动分散事项由“分头受理、多头办理”向“一揽子集成服务”转变，办理时限压缩356%、材料压缩82%，最大限度减少群众跑动次数和办事成本。目前，道真累计办理“个人身后一件事”41件，便民服务成效持续显现，办事群众的获得感、满意度不断提升。