

小市集撬动文旅场景餐饮大消费

李锦宏

消费是拉动经济增长的主动力，服务消费是当前扩内需、稳增长的关键抓手。餐饮消费既是最基础、最普惠的民生消费，也是文旅融合的引流载体、服务消费的重要增长极。市集形态小、门槛低、烟火气浓、聚客能力强，天然适配景区、乡村、赛事、城市商圈等各类文旅场景，是打通文旅流量与餐饮消费、激活市场末梢消费活力的最佳切入点。以小市集为突破口，推动餐饮消费深度嵌入全场景文旅生态，是落实促消费部署、做强服务消费的务实路径。

文旅餐饮市集具备广阔成长空间。贵州发展文旅场景餐饮市集，不是简单摆摊设点，而是依托资源禀赋、政策红利和市场趋势，顺势而为、乘势而上的理性选择，多重优势叠加支撑消费潜力持续释放。资源禀赋夯实底层支撑。贵州生态气候优越、食材丰富、民族文化多彩，森林覆盖率超过63%，优良生态孕育出天麻、竹荪、刺梨、辣椒、特色畜禽等优质食材，在全省老字号、贵州老字号中，食品餐饮类占比突出，为市集提供了差异化、原生态的产品基础。餐饮消费天然具备文化赋能空间，容易形成“吃特色、品文化、体验贵州”的消费认同。文旅场景提供流量保障。随着全域旅游深入推进，贵州已形成核心景区、乡村旅游、城市夜经济、精品赛事、康养旅居多元共生的文旅生态。黄果树、梵净山等龙头景区客流稳定，“村超”“村BA”等现象级赛事持续破圈，乡村民宿、避暑旅居、夜间文旅消费集聚区快速升温，为餐饮市集带来持续稳定、结构多元的客流，也为“景、赛、村、城”多场景布局市集创造了有利条件。政策导向释放强劲红利。省委、省政府把促消费摆在突出位置，专门出台推动黔菜产业高质量发展行动计划，推动黔菜与文旅、体育等业态以及优质酱酒、刺梨等贵州特色产品深度融合，建设特色美食地标，打造美食街区、生态美食网红打卡地等消费载体；商务、文旅、市场监管等部门联动推进老字号进景区、美食活动进赛事、特色

餐饮进乡村，从场地、宣传、监管、服务等方面给予保障，推动餐饮市集从自发向规范有序转变。消费升级打开增量空间。当前餐饮消费已转向“吃特色、吃体验、吃文化、吃健康”，年轻群体偏爱沉浸式、打卡式、社交式消费，中老年群体注重品质化、康养化、便捷化选择。市集这种开放式、复合型消费场景，契合大众消费升级趋势，也适配短途游、周末游、夜间游、赛事游等主流出行方式，增长空间十分广阔。

深化场景嵌入，推动市集融入文旅全链条。要摒弃“千市一面”的粗放布局，按照“一场景一定位、一点位一特色”原则，推动餐饮市集精准嵌入景区、赛事、乡村、城市四大核心场景，实现以文塑食、以食兴旅。聚焦景区场景，打造主题化特色市集。在自然生态景区，突出生态康养、山地特色，布局原生态食材美食、轻食简餐、休闲茶饮，沿游览动线、观景平台、休息节点分散设置，实现“边游边尝、移步换景”；在红色旅游景区，植入红色主题餐饮、农家特色餐食，讲好一餐一饭里的红色故事，增强体验厚重感；在民族文化景区，集中展示长桌宴、油茶、酸汤系列、非遗小吃，配套歌舞展演、民俗互动，打造沉浸式民族美食体验空间，推动“景区观光”向“文旅美食深度体验”升级。聚焦赛事场景，打造流量型临时市集。依托“村超”“村BA”等群众性文体活动，围绕赛事节奏和观赛需求，布局便捷化、特色化餐饮供给，推出赛事主题美食、地方特色小吃、饮品零食等适配产品，完善休息、收纳、保洁、秩序维护配套，加强赛事市集与周边餐饮、住宿、零售联动，把流量转化为持续消费，真正实现“以赛聚客、以食留客、以商增效”。聚焦乡村场景，打造普惠型便民市集。立足乡村旅游和避暑旅居，依托乡镇集散点、民宿集聚区、民族村寨，建设规范化乡村美食市集，组织农户、合作社、餐饮商户集中经营，推动农餐对接、现采现做，既丰

富游客餐桌，也拓宽农户增收渠道，让乡村市集成为乡村文旅的配套节点、富民惠民的民生载体。

强化标准升级，筑牢市集安全品质底线。把规范化、标准化建设摆在突出位置，用严监管、优服务、硬制度守住食品安全，提升消费体验，让游客放心消费。健全菜品与运营标准。结合黔菜特色和市集特点，制定商户准入、食材溯源、加工操作、环境卫生、明码标价等规范，推动重点菜品口味、分量、定价相对统一；加快黔菜标准体系建设，稳步推进经典黔菜标准普及，以标准化支撑品质化。严格落实食品安全主体责任，健全采购台账、索证索票、餐厨垃圾处理制度，坚决守住食品安全底线。提升精细化管理水平。合理规划摊位布局，分区分类、有序摆放，完善停车、如厕、休息、照明、消防等基础配套；落实常态化保洁，保持市集干净整洁、有烟火气；推行“统一管理、分散经营、动态考核”机制，健全投诉处理、应急保障、客流疏导机制，提升规范化运营水平。强化联合监管与服务保障。建立商务、文旅、市场监管等部门联动监管机制，加强日常巡查和专项整治，推行商户红黑榜、信用公示制度，引导诚信经营；同时落实好税费减免、证照办理、创业指导等政策，激发商户经营活力。

加强品牌培育，提升黔味市集辨识度影响力。要坚持区域公共品牌、市集特色品牌、黔菜单品品牌同步发力，塑造“食尚贵州·爱上黔菜”鲜明标识。做强公共市集品牌。整合“88市集·千山荟萃”“老字号嘉年华”等现有资源，统一视觉形象、运营标准、宣传口径，打造全省性文旅餐饮市集公共品牌，在重点景区、赛事节点、城市商圈、乡村旅游区复制推广，形成品牌集聚效应。深度挖掘地域文化、民族文化、饮食文化，赋予市集品牌文化内涵，让市集不仅是消费空间，更是贵州文旅形象展示窗口。做大黔菜特色品牌。聚焦酸汤、辣子鸡、肠旺面、丝娃娃等优势单品，

强化品牌包装、故事挖掘、标准输出，培育一批代表贵州形象的特色美食IP；深挖老字号、非遗美食价值，推动传统技艺年轻化、场景化、市场化表达；积极对接高端餐饮评价体系，培育高品质餐饮品牌，带动黔菜品牌整体提质升级。做精宣传推广品牌。用好短视频、直播、本地生活平台等新媒体手段，聚焦美食特色、场景体验、文化内涵精准引流；将特色市集纳入全省旅游线路、景区导览、赛事配套宣传体系，加强与旅行社、电商平台、文旅达人合作；持续举办美食节、技能赛、品鉴会等活动，持续提升黔味市集知名度和吸引力。

推动业态创新，增强市集消费黏性和带动力。要顺应消费升级趋势，打破单一餐饮供给模式，推动业态融合、产品创新、时段拓展，提升市集综合消费带动力。创新产品供给。在保留传统经典小吃基础上，开发康养餐、亲子餐、网红打卡餐、季节限定餐，推出刺梨饮品、精品小吃、避暑凉食、冬季暖锅等特色产品，实现“一季一主题、一点一特色”；大力发展体验式餐饮，设置手工糍粑、酸汤制作、非遗小吃体验项目，增强互动性和参与感。创新业态融合。推动“餐饮+文创”“餐饮+演艺”“餐饮+农特产品”“餐饮+休闲”复合发展，在市集内同步设置文创展销、民俗表演、农特产品售卖、休闲休憩区域，实现“吃、购、游、娱”一体化，延长游客停留时间、提升综合消费。创新时段运营。大力发展夜间市集、周末市集、节日市集，丰富傍晚、夜间、周末消费供给，打造“日间有特色、夜间有烟火、周末有客流”的全时段消费场景。同时规范发展黔菜预制菜，推动线下体验、线上销售，拓展消费半径，放大市集带动效应。激活内生动力。把小市集建好用活，把文旅餐饮消费做大做强，持续提升服务消费标准品质、系统培育特色品牌、加快创新业态供给，把文旅流量转化为消费增量。

(作者单位：贵州大学)

以鲜活具象交易场景激发消费潜力

戴俊驰

消费是经济增长的基础性力量，消费的活力最终体现在鲜活具象的交易场景之中。近来爆火的贵阳阿云朵仓表明，只要提供稳定的制度环境和适宜的物理空间，尊重经营主体的创造力，消费潜力便能持续释放。这些生长于街巷之中、由小微经营主体主导的消费新业态，正在从市场末梢的场景更新转化为地方经济发展需要的新增长点。

消费新业态是供需良性互动的生动体现。提振消费专项行动方案提出，以高质量供给创造有效需求，以优化消费环境增强消费意愿。阿云朵仓就是这一政策的微观注脚。该街区由城市广场改造而成，集聚了一批主打本地风味的新业态商户，形成覆盖早间咖啡、午后茶饮、晚间精酿啤酒的全时段消费场景，成为年轻消费者的社交聚点。案例表明，居民消费意愿需要与之匹配的供给形态承接。当供给能够回应特定人群在

特定时段真实需要时，潜在需求便能转化为现实购买力。

发挥主理人具有感知消费需求变化的独特优势。消费新业态中活跃的主理人群体，大多是兼具经营者与产品开发者身份的青年创业者。这类主体规模小、决策链长短、与顾客互动频繁，能够较快速捕捉消费偏好的细微变化并调整产品与服务。从产业组织的角度看，他们承担着市场探针的功能：哪些口味容易被接受、哪些场景有黏性、哪些文化元素能够引发共鸣，都由他们在日复一日的经营中先行验证。验证成功的模式随后可能被更大规模的跟进复制，从而带动一个细分行业的成长。轻创业模式下，主理人长期运营，考验的是稳定的供应链、扎实的产品质量、持续的服务能力。因此，主理人对经营成本比如行政审批、场地使用、经营时段等事项的确定性高度敏感。营商环境的细微改善，例如街区配套的完善、证照办理的

便利、对轻微违规行为的包容审慎监管等，都会直接转化为主理人的创新意愿和发展空间。

存量空间更新为消费扩容提供优质载体。阿云朵仓的另一重启示在于城市更新与消费扩容的结合。我国城市发展已从大规模扩张转向以存量提质增效为主的阶段，大量老旧广场、闲置厂房、低效商业设施面临功能再造的课题。将这类空间改造为消费场景，投入强度低于新建商业综合体，且因其所承载的城市记忆而天然具备话题性和辨识度，更容易形成差异化吸引力。阿云朵仓以空间改造叠加本土品牌培育和文化IP开发，实质上完成了一次低成本供给侧更新。需要注意的是，此类改造并非简单的物业翻新。消费场景的竞争力最终取决于内容供给，包括商户组合的合理性、文化表达的真实性和运营活动的可持续性。可持续的做法是把运营置于与改造同等重要的位置，通过主理人招

募、本土文化资源的常态化植入、与周边文旅客流的联动，维持场景的内容产出能力。

单点突破转化为成熟发展模式仍需久久为功。将消费新业态的培育置于高质量发展全局中谋划，以需求牵引供给、以供给创造需求，既是落实党中央提振消费、扩大内需战略部署的具体行动，也是培育地方经济新动能的现实选择。一方面，要支持贵州本土品牌与文化IP的培育，把短期流量沉淀为可积累的品牌资产，避免业态同质化。另一方面，要持续优化营商环境，在食品安全、消防安全、知识产权保护等底线事项上明确标准、加强指导，同时在经营时段、外摆区域等长期运营规则事项上给予弹性空间。期待更多的阿云朵仓在黔贵大地涌现，让发端于市场末梢的微观创新，转化为支撑消费持续增长的稳定力量。

(作者单位：中央财经大学)

推动情绪消费健康有序增长

荣盛

情绪消费是消费者旨在通过购买商品和服务获得心理慰藉的消费模式，致力于满足消费者情感需求。情绪消费作为迅速兴起的一种新型消费形态，迎来爆发式增长，已经成为推动消费升级和引领市场创新的重要力量，拓展了传统消费边界，带动了众多业态发展，释放内需潜力，激活市场新活力。今年发布的《加快培育服务消费新增长点工作方案》，明确将情绪式、体验式服务纳入重点培育业态。“十五五”时期，贵州落实党中央关于扩大内需的决策部署，应积极推动情绪消费健康有序增长，不断拓展消费新业态新模式新场景。

制定行业标准，筑牢规范发展底线。情绪消费的兴起与经济快速发展密切相关，快节奏的生活让人们对于舒缓、放松、愉悦的情绪需求日益增加。推动情绪消费可持续发展要制定健全的制度。要加大对情绪消费市场的监管，完善相关法律法规，将情绪消费纳入监管框架。加快建立行业标准，规范市场运作，可引入专家系统认证、用户评价机制、定价异常监测机制等，确保商家提

供情绪服务的质量，保护消费者的消费选择权利。引导商家诚信经营，强化知识产权保护，追究侵权者法律责任，保障市场公平有序竞争。加强对新型情绪消费产品平台的行业准入管理，明确平台责任，防止技术先行造成的监管漏洞。明确行业发展底线，坚持以正确的文化导向引导内容生成，禁止违背社会公序良俗的内容和产品。制定伦理审查制度，明确数据规范，注重保护消费者隐私，避免非法获取消费者情绪数据及数据泄露、情绪操控等伦理风险，引导行业健康发展。

深化产业融合，丰富优质内容供给。以情绪价值为纽带，推动情绪消费与贵州文化旅游、零售、制造、康养旅居等领域深度融合，形成“情绪+”的多元消费生态。引导传统制造业开发新产品，利用IP联名、品牌塑造深挖情绪价值，制造情绪吸引力，同时注重提高产品附加值和市场竞争能力，给消费者带来正向情绪体验。依托自然生态资源和文化禀赋，深度挖掘红色文化、民族文化等，打造差异

化文旅产品，提供高质量的情绪供给。发挥凉爽的生态气候优势，做强避暑康养疗愈产品，培育情绪消费新增长点。培育本土情绪消费品牌，突出“松弛、治愈”的情绪元素，增强品牌辨识度，提升情绪消费吸引力。搭建线上线下贯通的沉浸式情绪消费场景，配套适配的暖心便民服务，进一步强化消费者对本地特色情绪消费的认可度与复购意愿。

聚焦消费场景，发掘线下市场潜力。要以场景为情绪消费载体，构建特色、沉浸式消费场景，激活线下消费市场活力。打造苗族、侗族、布依族等民族特色文创集市、创意街区、历史街道等沉浸式演绎，完善商业设施场景化，通过听觉、视觉、嗅觉等感官体验，营造引起情感联结的场景，迎合不同消费群体多元情绪消费需求。利用演唱会、路边音乐会、“村超”“村BA”、城市马拉松赛事活动等聚客功能，发挥体验消费带动作用，形成互动式消费场景。结合茶叶、白酒等特色产业，建设以都市疗愈为主题的新型心理疗愈空间，构建沉浸式体验场域。重塑城市地标性消费

新场景，在城市重点商圈布局体验地标，促进传统购物商圈向集社交、消费于一体的情绪消费空间转型，激活市场消费活力。

加强技术赋能，提升创新驱动能力。数字化发展为情绪产品创新提供了技术支持。要充分利用人工智能、算法、大数据等数字技术，精准捕捉消费者的消费偏好，实现个性化推荐，制定契合的消费策略，实现情绪精准营销。加强情感计算技术的应用，依托人工智能发展数字宠物、AR虚拟陪伴等服务，加大生成式AI在个性化情绪内容生产中的应用，实现情感服务的规模化复制，降低个性化服务成本。搭建线上消费平台，整合情绪消费数据，洞察市场趋势，为中小企业和政府决策提供支持，推动情绪消费精细化发展。在沉浸式场景利用智能手环、脑电波头戴设备等生物传感技术设置情绪反馈装置，畅通“体验—反馈—迭代”快速循环机制，使消费本身变成价值共创的有机环节。

(作者单位：湖北省中国特色社会主义理论体系研究中心省委党校分中心)



游客体验蜡染的绘制过程。
陈传海 摄（影像贵州）

◆大家理论

非物质文化遗产是中华民族的智慧结晶与精神符号，是文化血脉和民族记忆的集中体现。习近平总书记强调，要扎实做好非物质文化遗产的系统性保护，更好满足人民日益增长的精神文化需求，推进文化自信自强。贵州自古以来就是一个多民族聚居的地区，非物质文化遗产灿若星河、品类丰赡，具有独特的神韵，是中华文化的重要组成部分。苗族银饰锻制与苗绣精工焕彩，侗族大歌如“天籁之音”传唱千年，水族马尾绣、布依族蜡染、彝族刺绣、仡佬族民俗各具特色……近年来，贵州进一步探索契合时代需求的非遗保护传承新路径，推动其在新时代焕发新生机。“十五五”规划纲要提出，加强非物质文化遗产保护利用，培育传承体验新场景。为贵州推动非遗活态传承指明了方向。

打造传播之力。非遗保护的关键环节是传承，是让越来越多的人看得见、听得懂、愿参与。多元传播是建设非遗长效引流渠道、持续激活体验场景的关键，能够持续吸纳受众、集聚人气。贵州各地注重通过数智化重构传播模式和教育场景，提升非遗传承体验的可达性、互动性与亲和力，注重开发沉浸式非遗体验产品，运用一系列科技手段，让古老的民族文化成功“出圈”。如运用VR、AR、AI等数智技术，让参观者置身生产场域之中，使非遗突破地域与时间限制，实现永久保存与开发利用，以常态化、立体化传播为非遗体验场景持续引流、长效赋能。

加强数智化技术之力。依托数智技术打造沉浸式展陈新场景，能够打破传统静态陈列局限，完整还原贵州民族文化生态。在全省广泛深入开展非遗普查与数字归集工程，利用高精度三维扫描、全景摄影、无人机航拍等方式，为濒危技艺、古歌古调、节庆仪式建立全方位、多模态的数字档案，全方位留存非遗原真样貌，构建可沉浸式观摩、可云端浏览的展陈体系。在数智产业领域大胆突破，依托“东数西算”枢纽优势，发展非遗数据标注、算力赋能文创等特色数智产业。在乡村全面振兴主战场，因地制宜推行“非遗工坊+直播电商”“数智游民+手工艺研学”，让绣娘在屏幕前飞针走线，让歌师在直播间传唱古调，带动群众增收致富。在知识产权保护“第一线”，利用区块链技术完善非遗数智版权认证与交易，构建交互式文化产业结构。

凝聚创新表达之力。在文化的长期积淀中，创新非遗的表达形态，是搭建全民参与、感知的互动式体验场景的核心路径，激活非遗传承的内生活力。当下，面对全媒体传播格局的深刻变革，要转化数智时代的全新叙事，通过数智技术构建“穿越时空”的文化表达方式，再造文化生态场景，让静态的文物“动”起来，让古老的技艺焕发新生机，不断丰富大众沉浸式、互动式体验内容。要强化视觉符号提炼，将苗绣纹样、水书文字、侗面具元素进行基因解构与数智化转译，融入游戏动漫、国潮设计、影视特效等，真正发挥文化资源的时代价值。

培育非遗传承体验新场景，是实现非遗保护传承、创新发展的必然路径。通过持续做强多元传播构建长效引流渠道、深耕数智技术打造沉浸式体验场景、创新文化表达丰富互动式体验载体，能够有效盘活贵州丰厚的非遗资源。应持续立足贵州民族文化特色，深化文旅融合与数智赋能，不断完善非遗体验场景体系、拓宽传承普及渠道、厚植民族文化根基。

(作者单位：贵州民族大学)

培育非遗传承体验新场景

辛雅婷