

游“烟火贵阳” 品“五精”魅力



乔治队长咖啡“风味博物馆”出品的哥伦比亚奥博拉赫庄园咖啡品鉴套装。

提品质、立标准：

以标杆门店破局 破解网红业态爆红一时困局

余家巷深处，TripSmith 行匠精酿的灯光依旧温暖。刺梨小麦、杨梅果啤、野生草莓小麦等产品常年稳居热销榜。与许多追求快速上量的精酿品牌不同，这家从社区小作坊成长起来的本土企业，始终坚持90天最佳饮用期标准，从酿造、储存到终端售卖全流程严控品质。

“精酿的核心不是流量，是稳定的风味。”贵阳市精酿行业协会会长、Trip-Smith 创始人张子昂表示，很多网红店生命周期短，根本原因在于品质缺乏底线，行业必须以标准和自律实现长效发展。凭借稳定品控与在地化创新，其产品斩获2025布鲁塞尔啤酒挑战赛金奖，成为贵阳精酿品质出圈的标志性例证。

TripSmith 还开创性地将国际精酿圈“合酿文化”引入本土实践，与老字号丁家脆哨、去茶山等开展跨界合作，准备以创新形式传播贵州风味，探索品牌联动产业新路径。

品质不稳定、标准不统一、经营不规范，曾是“味觉”业态的普遍痛点。为破解网红“短命症”，贵阳以标杆门店为示范，政企协同联动建标准、强规范、提品质——

2025 年底，贵阳市精酿行业协会成立，旨在依托头部企业示范效应，着力规范全市1300余家精酿经营主体的经营行为，同步推进精酿侍酒师行业标准筹建，补齐服务标准化短板。目前，圆弧精酿、大圣精酿等本土门店均严格遵循行业自律规范，坚持小批量精酿、本土化创新、高品质输出，推动贵阳精酿从网红小店扎堆，转向品质化、规范化发展。

2026 年，贵阳市咖啡行业协会牵头出台《咖啡馆管理与服务规范》《咖啡杯测》两项团体标准，覆盖从烘焙、研磨、萃取到服务、卫生、运营全流程。乔治队长、对的咖啡等冠军门店以专业品控树立标杆，SeekSeeking、Combos、Low-Light、2222、雪咖啡等社区店坚持亲民定价与稳定出品，悬崖、溶洞等山野咖啡补齐体验短板……“出台相关标准，为的就是强化行业自律和服务能力，让‘冠军之城’的高标准成为日常出品的消费体验。”贵阳市咖啡行业协会会长卢源说。

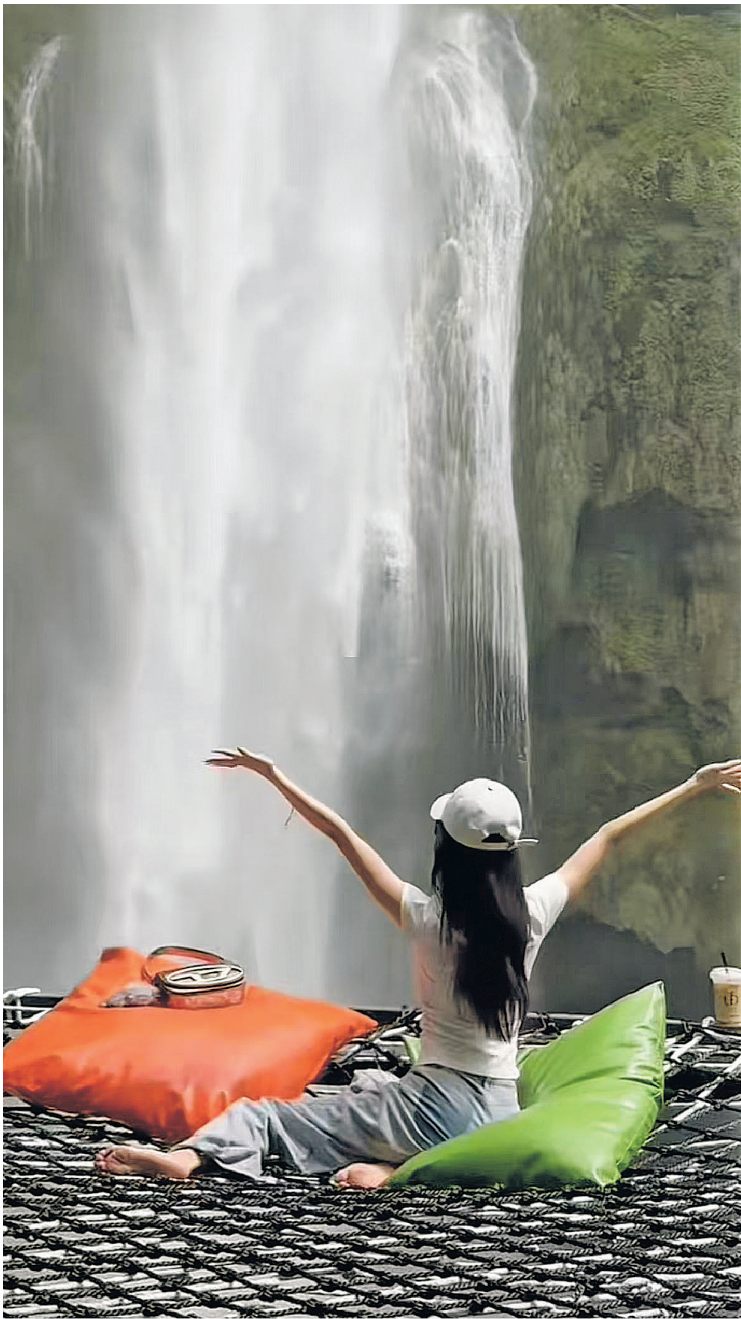
餐饮领域则以老字号和连锁品牌带动标准化升级。但家香酥鸭通过固化油温、火候、香料配比，让百年非遗味道实现规模化、标准化复制，门店遍布省内外；大胖刘烙锅统一蘸水、工艺流程，实现全国20家门店口味一致，日均接待量突破千桌。针对酸汤特色产业，贵阳成立酸汤产业创新转化中心，推动传统风味从经验制作走向科技化、标准化生产，配合餐饮品质提升专项行动，全面规范经营秩序，让烟火气更具安全感。

贵阳味觉产业的核心竞争力，在于把贵州独有的风物资源变成稳定产品力。原贵州大学酿酒与食品工程学院教授、国家啤酒评委胡鹏刚建议，加速建立地方团体标准，形成原料标准化体系，才能更好地让特色风味实现稳定输出，也让网红业态具备长期发展的产业根基。

延链条、补短板：

以终端需求牵引 构建全产业链生态

开阳翁布悬崖瀑布咖啡凭借独一无二的山野场景，开业即成为全国性网红打卡点，单日最高接待量突破3000人次。创始人尹立翠坦言，虽然流量爆发式增长，但若产品供应、配套服务、客流承载等上下游能力跟不上，单一场景难以持续承载高热度。



游客在翁布悬崖瀑布前拍照打卡。



但家香酥鸭吸引众多游客品尝。

从网红流量到产业长红

——贵阳贵安味觉产业提质升级深度观察

青云市集、太平路的精酿酒馆杯盏相碰，气泡声里漫出刺梨与杨梅的香气；开阳翁布悬崖瀑布下，咖啡香与山风相融；民生路、甲秀楼周边，肠旺面、香酥鸭、烙锅人气沸腾，老字号与网红店同获追捧。近年来，精品咖啡、本土精酿、特色餐饮等业态，已然成为贵阳贵安最具辨识度的“味觉名片”，持续吸引游客群体、激活夜间经济、带动文旅引流。

但放眼全国，网红消费业态普遍陷入“爆红快、衰退快、同质化严重”的困境，很多门店缺乏品质支撑、标准体系和产业布局，难以形成长效经济价值。对标“提品质、延链条、育品牌、强监管”的产业升级要求，贵阳贵安跳出单点网红思维，以实体经济逻辑重构味觉产业发展路径，围绕标准化、品牌化、集群化，推动三大业态从野蛮生长走向产业规范提质升级，走出一条从城市消费符号向特色优势产业高质量发展之路。

这也是贵阳味觉产业发展面临的共性短板：多数门店仅聚焦终端消费环节，上下游产业链脱节，配套要素缺失、单店盈利模式脆弱，难以形成规模经济。基于此，贵阳贵安立足产业长远发展，以终端门店市场需求为牵引，反向延链、补链、强链，因地制宜打通源头、加工、研发、流通、消费、文旅等全环节，让“一杯咖啡、一瓶精酿、一桌黔菜”带动产业链成长。

“从社区咖啡店的亲民消费到悬崖咖啡的文旅引流，再到乔治队长等专业精品消费，当下，贵阳贵安多层次咖啡门店体系，催生了全链条产业需求。”贵阳市文旅局消费促进处相关负责人介绍，上游端，贵阳贵安联动科研机构引进优质品种，开展本土化试种；中游培育乔治咖啡等烘焙加工主体，支持本土烘焙企业发展；下游大力发展“咖啡+文旅”“咖啡+山野”“咖啡+夜经济”，

依托综保区开展生豆进口、保税加工与贸易流通，让咖啡从饮品变成场景、变成流量、变成产业。

贵阳市商务局市场体系建设处相关负责人介绍，精酿啤酒产业也正在拟定专项扶持实施意见。比如，针对TripSmith、大圣精酿等品牌使用刺梨、杨梅、藤椒、野生莓果等本土原料的创新方向，拟开展“特色酒粮订单农业”，建设标准化辅料种植基地。同时依托综保区开展原料进口集采，探索建设仓储分拨中心，降低企业成本。中游规划建设精酿产业园，探索共享酿造车间与灌装线系统，推动6家规模化酿造企业规范化、集约化发展。下游则串联商圈、景区、街区，当前已形成1300余家经营主体的消费网络，下一步将发展“精酿+”露营、音乐节、夜游打卡等新场景。

餐饮产业则重点补齐食材工业

化、供应链标准化短板。通过产教融合、校企合作培养厨师与运营人才，支持但家香酥鸭、大胖刘烙锅等品牌向外扩张，推动“贵阳味道”走出本地、走向全国。目前，全市餐饮经营主体已达12万户，正从分散的市井小店，逐步迈向有标准、有供应链、有品牌力的特色产业集群。

育品牌、拓场景： 聚合流量势能 打造城市味觉IP

5月29日夜幕降临，在位于太平路的液体工坊·落日客厅，杭州游客徐丽莎正与朋友一边喝着精酿，一边欣赏乐队演出。“氛围感太棒了！这次来贵阳旅游就是专门冲着吃吃喝喝放松来的。白天喝了咖啡、吃了大胖刘烙锅，晚上特地来感受贵阳本地特色精酿，贵阳烟火气十足还很有松弛感。”徐丽莎说。

观山湖区阿云朵仓，乔治队长咖啡店客流涌动。“专门来打卡，门店布置很有格调，试了乔治家的冠军咖啡，体验感很棒。”从珠海来贵阳旅游的唐舒文说。去年5月，乔治队长咖啡创始人彭近洋在2025世界咖啡冲煮大赛上摘得桂冠，成为第一个获得世界冠军的贵阳咖啡师。这份荣誉不仅让乔治队长咖啡店声名鹊起，更

提升了贵阳咖啡的知名度。

在社交平台，“为一杯咖啡去贵阳”“为了一口精酿留贵阳”已经成为年轻游客的选择。但单店网红只是一时热度，只有形成城市级IP，才能实现真正的长红。

为此，贵阳以门店为基础、以风味为核心、以活动为载体，系统打造“爽爽贵阳·咖啡飘香”“爽爽贵阳·特色精酿”“爽爽贵阳·美食天堂”三大品牌体系，把零散流量凝聚成产业势能。

品牌培育坚持龙头引领、梯队发展。咖啡领域依托1位世界冠军、5位中国区冠军人才优势，做强乔治队长、对的咖啡等标杆品牌；精酿领域以Trip-Smith为引领，带动一批本土特色品牌差异化发展；聚焦餐饮领域，贵阳市将持续壮大46家老字号、80家钻级酒家，推动传统品牌年轻化、网红品牌规范化。行业协会从“各自为战”转向“抱团发展”，通过沙龙、赛事、交流活动提升整体品牌声量。

场景创新则构建起多层次消费矩阵：社区咖啡亲民便民，山野咖啡引流破圈，精酿酒馆点亮夜经济，特色餐饮贯穿市井烟火。悬崖、溶洞、森林、湖畔等山地场景，让贵阳咖啡更加出众；精酿与夜市、音乐节、露营经济结合，拉长消费时长；餐饮与文旅、街区、民宿联动，让“吃在贵阳”成为核心吸引力……多元场景互补，既留得住本地市民，也



游客在选购脆哨。



食客爆满的大胖刘烙锅店。

吸引外地游客。

市商务局相关负责人介绍，为进一步放大品牌效应，贵阳持续举办精酿啤酒节、美食嘉年华等活动，2026年将落地世界咖啡冲煮大赛中国区总决赛、精酿“大师杯”等专业赛事。同时发布咖啡地图、精酿地图等，通过多媒体矩阵广泛传播，贵阳城市味觉IP正在实现从“网红”到“长红”。

强保障、谋长远：

制度红利托底 推动产业长效迭代

从余家巷小作坊成长为全国知名精酿品牌，TripSmith十三年发展，是贵阳味觉产业从野蛮生长到规范发展的缩影；

从单一街边小吃到全国连锁品牌，大胖刘烙锅的跨区域扩张，离不开持续优化的营商环境与政策支撑；

从鲜有问津的山野点位到现象级文旅消费场景，翁布悬崖咖啡的爆红与持续经营，依托于城市配套完善与产业生态加持……

对标“提品质、延链条、育品牌、强监管”要求，贵阳贵安持续完善政策与要素保障体系，为各业态门店升级、产业集群长效发展提供支撑，推动味觉产业从吃流量、靠热度，转向靠制度、靠实力。

政策体系方面，贵阳贵安出台咖啡产业专项实施意见，推行咖啡店“一件事”集成服务，审批时限压缩60%；加快制定精酿产业高质量发展实施意见，在供应链建设、集群发展、场景创新、要素保障等方面精准赋能；针对餐饮业推出降成本、优环境、促融合系列举措，以“贵人服务”为产业发展松绑减负。

要素保障方面，人才培养上建设咖啡产业学院、餐饮实训基地，开展技能认证与补贴，破解招人难、留人难；金融扶持上推出“五精”产业贷，搭建银企对接平台，缓解中小微企业融资压力；技改上支持作坊转企业、建设数字化产线，扩大SC认证覆盖面，提升产业规范化水平。

同时，贵阳贵安坚持监管与自律同步强化，咖啡、精酿、餐饮三大行业协会全面发挥作用，探索建立信用评价、行业自律、违规惩戒机制；市场监管部门严守食品安全防线，严厉打击造假、售劣、恶意竞争等行为，维护产业口碑与市场秩序，让行业在规范中行稳致远。

从网红流量到产业增量，从单点爆红到全域长红，贵阳贵安味觉产业的提质升级，实质上是一次消费业态的现代化转型：用标准稳品质，用链条强支撑，用品牌塑优势，用制度保长远。

融合一产源头、二产加工、三产服务、文旅消费……精品咖啡、本土精酿、特色餐饮三大业态彼此联动、互为支撑，正逐步成为贵阳城市竞争力的重要组成部分。接下来，贵阳贵安将聚焦标准化、品牌化、集群化，推动网红经济走向实体经济、推动消费升级赋能产业升级，让“味觉名片”持续释放长效动能，真正成为城市高质量发展的鲜活注脚与强劲引擎。

贵阳日报融媒体中心记者 梁婧 庭静 冉冉林 刘云嵩



游客在选购贵阳特色冰箱贴。



用于酿酒的麦芽。