

# 贵州省美酒美食街区培育指引

为贯彻落实《贵州省“卖酒”向“卖生活方式”转变实施方案》，发挥贵州酱香型白酒产区优势、产品优势和品牌优势，指导企业培育一批美酒美食街区，打造白酒消费市场新模式、新场景、新业态，特制定本指引。

## 1 概念及条件

1.1 概念。美酒美食街区是指以贵州美酒和地域美食为核心，通过规划布局、业态调整和场景设计，形成集餐酒融合、品鉴体验、文化展示、夜间消费、休闲娱乐于一体的特色商业街区。

### 1.2 条件

1.2.1 面向游客及市民开放的线性或片区式街区，应有不少于2个主出入口，主街长度不小于300米。消费街区用于商业经营的商业建筑面积不小于10,000 m<sup>2</sup>。

1.2.2 具备独立的经营管理主体和一定的市场影响力。

1.2.3 街区以销售推广贵州美酒美食为主，拓展丰富餐酒融合、酒类零售、文化体验、休闲娱乐、购物等多元业态。

## 2 业态与特色要求

### 2.1 业态要求

2.1.1 商户数量。具有一定数量的商户入驻，入驻率不少于80%。

2.1.2 餐酒融合业态。餐酒业态是将白酒、果酒、啤酒等酒类与餐饮进行深度融合的经营模式，核心在于餐酒搭配。

2.1.3 酒类零售业态。以贵州酒类产品的销售、品鉴和体验为核心。（如各类酒品的专卖店，以酒类品鉴、酒文化展示、订制体验为主的酒类展销场馆，包括酒类主题展览馆，酒类销售体验店等）

## 2.2 美酒美食品牌

2.2.1 加强美酒美食品牌招商，研究制定具有针对性的品牌招商策略和支持政策，引进美酒或美食连锁品牌店、品牌总店、品牌首店或旗舰店。

2.2.2 适度集聚当地特色品牌和老字号品牌，丰富本地特色美酒美食品牌商品供给，开展名优白酒产品与品牌推广活动。积极弘扬老字号特色商业文化，鼓励老字号开展跨界合作，研发联名系列、文创系列、伴手礼系列商品。引进优质酱酒品牌体验店（含白酒文创体验店）。

## 2.3 美酒推广活动

2.3.1 主题活动。结合历史文化、地域民俗、节假日，定期策划举办内涵丰富、具有地方特色的美酒美食节庆、美酒音乐会等

活动扩大街区影响力，丰富街区文化体验和消费氛围。

2.3.2 酒旅融合活动。加强与周边旅游资源、文化场所互动，打造酒旅精品线路，有条件的街区可开展跨区合作，通过品牌联播、产品互推、景点互展、游客导流等方式，推动酒旅资源跨区联动、客流融合共享。依托街区体验店、品鉴馆等，开展酒类产品品鉴、酒器具鉴赏、酒俗仪式体验等活动。

## 2.4 美酒美食场景

2.4.1 氛围营造。以美酒美食为主题，合理增设景墙、灯光装饰、景观小品（如绿植、艺术装置）等，营造独特氛围，增强拍照打卡属性。

2.4.2 创新场景。整合街区商业、文化和旅游资源，促进美酒美食与文化、旅游、会展、艺术、创意、科技等跨界融合，培育消费新场景，打造体验式、互动式、沉浸式新兴场景，如“酒+文创”、“酒+科技”、“酒+文旅”等。

## 3 环境与设施

### 3.1 环境品质

3.1.1 建筑立面。建筑立面协调美观，确保色彩搭配和谐，细部处理应精致统一，门窗洞口排列有序，装饰构件风格一致。

3.1.2 街区地面。地面铺装应保证基础牢固、表面平整防滑，坡度设计合理，避免积水。地面铺装兼顾安全性与无障碍设计，

确保行人通行舒适稳定。

3.1.3 主题景观。与业态协调，整体主题景观凸显文化特色。打造具有艺术美感与文化内涵的美酒美食特色景观。

### 3.2 环卫设施

3.2.1 清洁维护。定期清理公共区域，确保环境整洁有序；建立常态化清扫机制，保证设施无污渍，地面无垃圾。

3.2.2 垃圾管理。设置数量充足、布局合理的垃圾收集箱，与周边环境相协调。做到及时清扫、定期清运、分类收集，确保日产日清。

3.2.3 公共厕所。根据街区流量和实际需求合理设置公共厕所。厕所导览标识清晰，易于寻找。重大节日或活动期间客流量剧增时，可灵活设置活动式公共厕所。

### 3.3 公共设施

3.3.1 标志标识。分级设置街区标识导示系统，形成组合导示系统。结合地域文化特色，统一设计制定导示系统牌，标识用字应以国家通用语言文字为基础，在准确翻译的前提下可以同时附注外文。科学合理设置安全提示标识、行为指示标识等。

3.3.2 夜景亮化。路灯亮化率不小于 95%，符合 GB 55015 节能要求。合理丰富亮化内容，夜景亮化以突出街区特色、展现本地文化氛围为主线、与街区商业业态，建筑风格相协调。节假日可

以增加节日亮化元素。

3.3.3 安全设施。设置治安亭/报警点，配备防爆设施及应急避难场所。

3.3.4 交通系统。500 米内有公交站点或地铁站；100 米范围内有出租车停靠点和非机动车停放点；配备停车位（ $\geq 1$  个/100  $m^2$  商业面积）。

## 4 市场影响力提升

4.1 坚守正确宣传导向。以社会主义核心价值观为引领，规范宣传推广活动，建立宣传内容审核、舆情监测、风险应对等机制，规范运用网络流量，严禁违背公序良俗。加强对景区官网、公众号、短视频等宣传内容的审核，坚决抵制低俗、庸俗、媚俗等不良信息。

### 4.2 加强宣传营销

突出街区美酒美食文化特色，策划具有话题性的营销活动。利用好微信、微博、抖音、小红书等社交新媒体平台，建立官方账号，发布精美图文、视频内容，讲述美酒美食故事。邀请主流媒体、网络达人等走进街区体验报道，持续提升街区知名度与美誉度。

## 5 管理与服务要求

5.1 运营机制。设立统一的景区经营管理机构，科学配置经营管理团队，全面建立健全业态提升、市场营销、服务。

5.2 投诉处理。有商户自律组织及消费者投诉处理中心，建立无障碍投诉反馈机制，投诉渠道畅通，投诉办结率 $\geq 95\%$ 。

5.3 智慧服务。建立官方网站或利用新媒体平台，及时、准确发布街区地理位置、游览攻略、周边环境、交通指引、气象预警、住宿配套、特色活动安排等信息。在街区重要节点部署视频监控设备。

5.4 安全保障。安全管理制度健全，应有安全处理预案及应急救援机制。应有治安机构或治安联络点，与属地公安、消防等机构有应急联动机制。构建完善的安全管理责任体系，建立健全安全管理制度，定期开展安全检查，及时排查并消除安全隐患。近2年无重大安全、侵权、食品安全事故。

5.5 舆情管理。建立健全网络舆情监测与应对机制，加强与网信部门的沟通对接，建立快速响应、高效处置的舆情处理机制。

## 6 综合效益要求

6.1 商业空置率。为保障商业街区的整体活力与招商质量，季度均值需控制在20%以内。

6.2 街区餐酒年均销售额。街区范围内所有餐饮及酒类业态的年度总销售额应达到人民币2000万元或以上。

6.3 年度客流量。全年进入街区消费或游览的总入次数不少于 50 万人次。

6.4 消费者满意度。通过科学的调研（如问卷调查、在线评价分析等），消费者对街区整体环境、设施、服务、商品丰富度及体验感等方面的综合满意度需达到 90%及以上。

6.5 商户满意。通过系统调研评估，街区入驻商户对运营方提供的服务（如物业管理、营销支持、营商环境、沟通协调等）的总体满意度需达到 90%及以上。