

# 每周商务动态

2026年第1期

武汉市商务发展促进中心

2026年1月9日

## 【政策发布】

### 1.商务部等：关于提质增效实施2026年消费品以旧换新政策的通知

近日，商务部等7部门印发《关于提质增效实施2026年消费品以旧换新政策的通知》。具体内容如下：①强化工统筹，优化补贴政策和资金支持机制。统一相关领域补贴范围和标准。2026年，中央继续安排超长期特别国债资金，各地按比例安排配套资金，支持消费品以旧换新政策实施。

全国统一明确汽车报废更新、汽车置换更新、6类家电以旧换新（冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器）、4类数码和智能产品购新（手机、平板、智能手表/手环、智能眼镜）等四个领域（以下简称全国统一的四个领域）的补贴标准、组织实施方式等工作要求。对全国统一的四个领域，各地不得自行变更补贴品类、调整补贴标准。均衡有序使用资金。各地要科学制定补贴资金使用和兑付计划，按月均衡使用。规范补贴审核和资金兑付。各省级商务主管部门会同有关部门统筹确定本地区补贴申请审核和资金兑付机制；②给

予地方更多自主空间，支持新技术新产品发展。对地方安排的配套资金，若用于支持全国统一的四个领域，补贴品类、补贴标准、组织实施方式等需按照全国统一要求执行。此外，允许各地区在消费品以旧换新政策框架内，使用地方安排的配套资金，自主合理确定补贴品类、补贴标准、组织实施方式等，鼓励优先支持能效、水效、环保水平高的产品。对中央下达的支持资金，除用于执行全国统一的四个领域补贴政策之外，各地还可用于支持智能家居产品（含适老化家居产品）购新补贴。把握重点支持方向，各地在消费品以旧换新政策框架内自主制定实施的补贴政策，鼓励重点支持国务院“人工智能+”行动明确的新一代智能终端；③提升精细化水平，推动补贴资金高效直达。各地要进一步打通本地区商务、财政、公安、税务、市场监管等部门数据，建立完善本地区补贴信息系统，按有关要求推动央地两级信息系统高效直联，加快实现跨层级、跨部门、跨领域数据汇集共享，提高补贴资金监管效能。明确组织实施原则，对各地自主实施的补贴政策，要加强省级统筹，合理有序实施；④加强合规管理，防范骗补套补行为。完善参与经营主体管理制度，各地要一视同仁支持各类经营主体参与消费品以旧换新政策，不得限制中小企业参与。加强产品价格和质量监管，各地要完善产品销售价格备案、承诺和公示制度，未履行价格备案、承诺和公示制度的经营主体和产品不得参与消费品以旧换

新活动。加强重点风险防范，各地要健全参与补贴活动商品的售价监测机制，对违反产品销售价格备案有关要求、“先涨价后补贴”的商品，不予核销补贴资金。（商务部网站）

## 2. 商务部等：关于实施绿色消费推进行动的通知

1月4日，商务部等9部门印发《关于实施绿色消费推进行动的通知》，主要内容如下：

- ①丰富绿色产品供给。加大绿色农产品供应，鼓励企业扩大绿色食品、有机农产品、名特优新农产品和地理标志农产品等优质商品采购。推广绿色家电家装，鼓励购买获得绿色产品认证的绿色智能家电产品、无氟空调等。促进汽车绿色消费，支持消费者购买新能源汽车。做强汽车产业链，挖掘二手车、汽车租赁、汽车改装、汽车共享等“后市场”潜力，探索盘活闲置车辆增收，支持发展房车露营、汽车影院、自驾游等新型消费；
- ②提升绿色服务消费。发展绿色餐饮，督促餐饮服务企业、餐饮外卖平台落实相关法律法规要求，引导餐饮企业落实绿色餐饮相关标准。发展绿色住宿，培育绿色饭店，推广无毒、节水、可降解清洁剂、客房耗材及布制拖鞋等可降解物品。发展绿色家政，推广环保家政用品，鼓励使用无毒、生物可降解的清洁产品；
- ③创新绿色消费模式。打造绿色供应链，推动供应链全过程、全链条、全环节绿色发展，推广共同配送、托盘（周转箱）循环共用等绿色模式。推广绿色消费积分，鼓励有关行业协会探索建立线上线下通用的绿色消费积

分体系，明确认定标准、结算规则与管理规范。创新绿色共享，大力开展绿色租赁服务，创新绿色消费模式，鼓励出行共享、空间共享、物品共享；④推动绿色循环回收。减少一次性塑料制品使用，鼓励商品零售经营者通过提供帆布袋、购物筐、购车服务等方式减少一次性塑料购物袋使用。推动废旧物品回收再利用，推动建设“回收点+中转站+区域分拣中心”三级回收体系，重点加强废旧家具家电、电子产品、纺织品服装等回收网点布局。发展二手商品流通，支持二手商品交易市场、交易平台及经营企业等主体探索发展“互联网+二手商品”，及二手商品租赁、售后回购等新型业态；⑤优化绿色消费环境。推广节能设施设备，鼓励企业因地制宜使用高效节能的照明、空调、电梯、制冷、电机、分拣等设施设备。普及绿色消费理念，大力推广绿色消费理念、低碳生活方式，倡导消费者绿色出行。加强舆论宣传引导，将绿色消费纳入全国生态环保、节能宣传周宣传重点；⑥夯实绿色消费基础。培育绿色流通主体，推动企业对标对表《绿色商场》《绿色餐饮经营与管理》《绿色饭店》等开展常态化贯标。参与全球规则制定，推动我国绿色消费领域重点标准与国际接轨，加强标准和合格评定领域交流合作。（商务部网站）

### 3. 财政部等：关于开展有奖发票试点工作的通知

2025年12月31日，财政部、商务部、税务总局发布《关

于开展有奖发票试点工作的通知》。目标支持试点城市结合当地消费形势及工作基础，探索开展有奖发票活动，进一步提高消费者积极性，激发零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务业等领域消费潜力，为巩固拓展经济稳中向好势头提供有力支撑。将支持 50 个左右城市发展试点工作，主要向人口基数大、带动作用强、发展潜力好的城市倾斜，同时兼顾地区间政策平衡。政策实施期为 6 个月。

支持方向：试点城市对个人消费者以本人名义向零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务业等行业的经营主体购买商品和服务，且取得的票面金额在一定额度以上的发票组织抽奖。试点城市自行确定中奖发票最低票面额度（不低于 100 元）、中奖比例和奖项设置，及时兑付补贴资金。单张发票奖项金额原则上不超过 800 元。

将通过评审确定试点。省级商务、财政、税务主管部门通过竞争性评审的方式择优确定本省份试点城市推荐名单。各省（自治区）可推荐 1 个城市参加试点。居民消费支出排名前 12 名的省、自治区可额外推荐 1 个城市，居民消费支出排名前 3 名的可额外推荐 2 个城市。直辖市、计划单列市（不占所在省份名额）单独申报。各省级商务、财政、税务主管部门应于 2026 年 1 月 9 日前将加盖公章的试点城市推荐名单及实施方案纸质版和电子版（PDF 格式，光盘刻录）

上报商务部、财政部和税务总局。

中央财政对试点城市分档安排奖补资金。其中，超大特大城市不超过3亿元，大城市不超过2亿元，其他城市不超过1亿元。补助资金将于实施方案评审通过后按程序一次性拨付。试点期满后，由省级商务主管部门牵头组织试点城市开展绩效自评，出具书面意见，并于2026年8月底前报送绩效自评报告。（商务部网站）

## 【商务视野】

### 1.我国内需不足的主要原因

2025年12月，《求是网》发布了《我国内需不足的主要原因》一文，内容如下：

综合考量，当前我国内需不足具有阶段性特点，是短期问题和长期问题交织、总量问题和结构问题交织、现实因素和预期因素交织影响的综合结果，背后还有体制机制的影响。

一是发展阶段转变引起内需增速下行。这是对我国内需变化影响最大的因素，是符合一般规律的。从国际经验看，一个国家在高速增长期结束之后，投资和消费增速往往都会持续回落，形成一个具有长期性、波动性特点的转变阶段。一个重要标志是固定资产投资增速的大幅下行，随着工业化中期阶段的扩张性建设基本完成，大规模基础性投资的范围和规模随之收缩。投资下行引起就业、居民收入变化，同时家庭的主要物质需求基本实现，大范围基础性消费开始减少，

消费增速也随之持续下行。这个过程中，消费结构升级促使质量需求和服务需求较快上升，而供给结构难以适应新的变化，导致结构性过剩和短缺并存。我国经济高速增长期大致在 2012 年结束，这一年 GDP 增速下降到 8% 以下，从高速增长转向中高速增长。面对传统高增长模式留下的问题和供求结构性矛盾对内需的影响，党中央作出深入实施供给侧结构性改革等重大部署，推动我国经济转向高质量发展，同时避免了经济大幅波动。但也要考虑到，发展阶段转变往往会在较长一段时期内引起国内有效需求不足，引发总供求关系失衡。

二是收入分配结构影响消费增长。这是导致消费不足的一个结构性、体制性因素，具有长期历史原因。不同的收入分配结构下，经济下行对消费影响程度是不一样的。根据有关资料，在国民收入初次分配中，我国劳动者报酬占 GDP 比重、居民收入在国民收入中的占比均低于大多数发达经济体。2024 年，我国城乡收入比仍为 2.34 倍，反映出城乡居民收入分配差距依然较大。在已经彻底解决生存型温饱型需求的条件下，经济下行对低收入及中低收入群体的收入和消费会产生较大冲击，导致消费收缩大于收入收缩。而这部分人群是我国当前消费格局的基础和主体，其收入和消费受到影响，可能使经济下行和消费下行的相互影响呈现放大效应。这是因为，我国进入中等偏上收入经济体行列后，中高收入

群体的消费倾向即进入稳定期或低速增长期，而中低收入群体的消费升级和扩大一旦受到收入制约，就会引起总体消费增速下降和扩大消费难度加大的问题。

**三是房地产市场调整对内需产生冲击。**这既是当前加重内需不足的短期原因，也是影响内需走势的中长期问题。我国房地产市场用 20 多年时间基本上走完了西方发达国家要经历许多个房地产周期才能走完的路。有关资料表明，目前我国城镇居民人均住房面积超过 40 平方米，高于日本、法国等国家；住房拥有率达到 96%，户均住房约 1.5 套，明显高于日本、美国等国家。我国房地产业曾对投资和经济增长发挥了重要作用，现在房地产市场深度调整下行，对固定资产投资产生较大冲击，也给居民消费带来负面影响。因此，从短期来看，中央、地方采取有力措施稳定房地产市场，有助于增强房地产市场韧性，使供给过剩的压力缓慢释放；从中长期来看，改变候鸟型的城乡人口流动，实现 2 亿多农业转移人口市民化，满足新市民住房需求，解决老旧小区面临的停车、充电、加装电梯等难题，推动“好房子”建设，可以进一步激发房地产市场潜力，但这有可能是一个较长的历史过程。

**四是内需不足、价格下行和预期转弱相互影响。**这是一个经济运行中相关变量相互影响的问题。内需、价格和预期相互影响，最突出的是影响消费信心和投资信心，导致内需

下行幅度加大和时间延长。从内需与价格相互影响看，内需不足转化为总需求不足，将引起价格总水平下行。价格下行影响企业经营和盈利，进而影响居民就业和收入，使名义消费、名义投资和名义 GDP 增速下滑，宏观杠杆率被动上行，反过来加剧需求不足。从内需与预期相互影响看，内需不足本身就会影响到预期。对经济前景的预期会直接影响个人对就业、创业和收入的预期，增加消费、投资的堵点和卡点，影响消费支出和投资选择。特别是低收入和中低收入群体，收入预期转弱会导致消费收缩，产生连锁和放大效应。（央视网）

## 2.跨年夜，人们涌向洗浴中心

来自滴滴的数据显示，12月31日打车晚高峰提前至15时开始，17至19时需求最高，当天国内打车需求量预计突破8000万。这个元旦假期，本地消费需求旺盛，洗浴跨年成为不少消费者的选择。美团数据显示，洗浴产业在2025年迎来大发展元年。元旦前一周，“洗浴中心24小时”等关键词搜索量同比增长超6倍。以热门旅游城市为例，元旦前两周，相比其他服务消费，哈尔滨洗浴中心异地游客订单量、交易额增速均为第一。

除了洗浴，元旦假期焕发出消费活力的业态还有KTV。随着传统休闲娱乐产业在AI时代演变出新业态、新玩法，本以为“过时”的KTV产业在今年元旦前成服务消费“黑

马”。美团数据显示，元旦前两周，随着年底聚会等场景消费需求增多，KTV 交易规模同比增长近三成。太原、长沙成增速前两名城市，交易规模增长均超 7 成。从人群来看，00 后为交易增速最高人群，同比增长超 57%。此外，元旦的预订量增长显著，部分地区出现“一房难订”现象。受跨年节日气氛带动，“美丽三件套”节前消费迎来爆发式增长。美团数据显示，关于美发美甲的评论讨论量同比增长近 4 成。上海、北京、深圳、成都、广州五大城市 20 至 35 岁的人群更热衷于为美消费。元旦前一周，发型师、美甲师等多类型美业手艺人开启忙碌模式。美团数据显示，元旦前一周的周末，近 20 万美业手艺人平台收入同比去年增长将近 100%。

（第一财经）



### 3.当文商旅体因一张“票根”而融合

一张小小的票根，曾是观影、观赛、出行的简单凭证，如今正成为撬动消费市场的重要支点。票根经济以跨界联动

为核心，打破了行业壁垒，构建起“一票通享”的消费生态。这种新型经济模式不仅回应了消费升级需求，更推动着文商旅体多产业深度融合。

**(一) 功能蝶变：票根从“单次消费凭证”转为跨场景消费纽带。**票根经济的兴起，本质上是消费市场从“单点消费”向“链式体验”转型的结果。过去，一张门票、一张车票仅承载着单一功能，消费行为往往随着活动结束而终止。如今，票根被赋予了延伸价值，成为连接多元消费场景的“通行证”，实现了从“一次消费”到“多次转化”。今年，2025中国网球公开赛（以下简称“中网”）的票根成为较为热门的“消费凭证”。持有中网门票的观众，不仅能欣赏高水平赛事，还可在隆福寺、五棵松等核心商圈的数十家合作商户享受专属优惠，涵盖餐饮、购物、文创等多个领域。这种“观赛+消费”的联动模式，让观赛人流成功转化为消费客流。2024年中网带动综合消费超2500万元，2025年票务销售额同比增长近2倍，消费撬动效应持续放大。据悉，这一模式正在全国多点开花。在上海，上海博物馆“金字塔之巅”大展期间，观众凭展览票根可享受周边商圈购物、餐饮等多重优惠。数据显示，这场展览创下百亿级消费规模。在莆田，莆超足球联赛通过“1元购票+票根优惠”模式，吸引近10万名观众，带动60多个商家组团加入票根经济联盟，实现体育赛事与本地商业的双赢。票根经济的快速渗透，离不开

技术支撑与需求升级的双重驱动。移动支付与电子票根技术的成熟，让跨场景权益兑现更加便捷高效，消费者无需额外手续即可享受优惠；而年轻消费群体对“情绪价值”与“理性消费”的追求，让承载着社交属性与实际优惠的票根经济备受青睐。

**(二) 产业聚合：票根联动文商旅体构建多产业协同发展生态。**如果说场景延伸是票根经济的初级形态，那么产业融合则是其进阶方向。票根作为价值纽带，正打破文、商、旅、体等行业的壁垒，推动资源共享、优势互补，形成多产业协同发展的生态体系，实现聚合效应。业内人士认为，这种聚合效应首先体现在区域消费的整体激活上。以上海为例，2025年该市将票根经济纳入扩消费六大专项行动，推动其与首发经济、银发经济协同发展。在F1中国大奖赛期间，百联集团推出“看赛车·享福利”主题营销，通过票根联动商圈、酒店、体验店，打造“观赛—购物—文化”一站式消费场景，让赛事IP的影响力渗透到城市消费的各个角落。在产业协同层面，票根经济正在重构产业链条。河南洛阳推出的“凭火车票半价游景区”活动，将铁路交通与文化旅游紧密结合，既提升了景区客流量，也为铁路部门带来了稳定客源。内蒙古“蒙超”联赛票根可在景区、餐饮、住宿、购物等领域享受消费折扣，实现体育赛事与多产业的双向引流。这种跨产业合作不仅拓展了各自的客群边界，更催生出新的产品

组合与服务形态，丰富了消费供给。

**(三)长效破局：票根经济摆脱流量依赖向机制化规范化进阶。**票根经济在快速发展的同时，也面临着机制不完善、体验待优化等现实挑战。如何从依赖短期流量红利转向构建长效发展机制，成为其持续赋能消费市场的关键所在。当前，票根经济的发展仍存在诸多痛点。部分活动过度依赖政府补贴与商家让利，缺乏可持续的收益分配机制，导致一些中小商家参与积极性不高；跨行业数据共享不足，难以精准评估票务引流效果，影响政策制定与商业决策；纸质票根易伪造、电子票根接口不互通、兑换流程繁琐等问题，也影响着消费者体验；部分联动仅停留在简单折扣层面，缺乏深度定制化服务，难以形成长期吸引力。这些问题需要政府、企业、商家协同发力，共同破解。各地正围绕票根经济探索可持续发展机制。政策层面，多地将其纳入促消费相关工作部署，通过制度引导形成发展合力；技术层面，数字化手段的应用持续优化服务效能，既强化了票根使用的安全保障，也通过流程简化提升了消费便捷度；模式创新层面，行业探索重心逐步从单一优惠让利，转向构建更具参与感的消费场景，推动票根价值从交易凭证向体验载体延伸。

从一张小小的票根到撬动产业融合的支点，票根经济的发展历程，正是中国消费市场提质升级的生动缩影。它不仅激活了消费潜力，更重构了产业生态，为经济增长注入新动

能。随着机制不断完善、技术持续赋能、模式深度创新，票根经济将从短期热潮转向长期发展，在扩内需、促消费、稳增长的进程中发挥更大作用。（消费日报官方平台）

## 【商务动态】

### 1.蔡林记欧洲首店登陆巴黎

1月2日，“蔡林记法国”账号发文称，百年老字号“蔡林记”（CaiLinJi）欧洲首店即将在法国巴黎开业。蔡林记海外负责人透露，巴黎店将成为品牌在欧洲的第一家、海外的第四家门店，预计本月可开始试营业。巴黎店共两层，占地面积约120平方米，售卖商品与国内门店品类大体一致，但会根据当地饮食文化进行调整，比如法国人喜欢喝酒，所以巴黎店会有一个单独的酒单。此外，伦敦、纽约等地的门店已在筹备中。（极目新闻）

## 【他山之石】

### 1.上海：出台《关于加快推动我市会展业提升能级的若干措施》

近日，上海市出台《关于加快推动我市会展业提升能级的若干措施》，主要内容如下：①在培育会展市场方面。拓增量，激发会展行业发展动力。鼓励多元引育新展，对首次在沪举办且展览面积达到一定规模的展览项目，按规模分档给予资金支持。拓客源，加强展会节点链接效应。对连续举办3届以上、单次办展面积达2万平方米的，且境外展商或

海外客商数量占比 10%以上的展会，按境外展客商参与度分档给予资金支持。拓赛道，深化展产融合发展。聚焦细分领域精准布局会展项目，巩固一批优势主导产业专业展，培育一批新兴及未来产业专业展，扩大一批消费新业态展会；②在优化展馆供给方面。优运营，提高展馆利用效率。推行“一馆一策”，引导超大型展馆和中小型专业展馆结合自身定位及属地产业资源差异化发展。优服务，降低办展综合成本。引导主力展馆发挥行业示范作用，保持场地租金相对稳定。鼓励各类展馆综合市场供需，推出针对性价格和服务增值服务。推行服务清单化、透明化、可预期。优配套，强化承载支撑能力。支持属地政府最大限度发挥现有空间办展效能。充分发挥功能区制度优势，用好东方枢纽国际商务合作区会展功能。因地制宜挖掘商办楼宇、室外共享空间等，灵活补充会展配套空间供给；③在促进行业生态融合转型方面。促融合，深化“展+会”赋能。提升“展中带会”实效，鼓励产业类展会同步举办前瞻性研讨会、行业峰会，消费类展会策划新品发布、首发体验、订货会等。支持“展后办会”，鼓励双年展等周期较长展会探索“一年办展、一年办会”模式。促转型，加速数智化建设。分类指导展馆智能化升级，引导其他各类场馆通过数字系统赋能运营管理，支持有条件的展馆与主办方协同开发个性化数字工具；④在优化行业服务方面。强合作，汇聚开放合作发展力量。依托国际会展业

CEO 上海大会，鼓励重点区、功能区在大会期间举办各类推介活动，建立常态化联络服务机制，推动交流成果转化为长期合作项目。强协同，提升综合服务效能。持续提升上海会展“一站式”服务水平，推动“上海展会管家”小程序与我市文旅商体展等平台深度对接，相互赋能。（上海商务）

## 2. 上海：印发《关于进一步扩大上海服务消费的若干措施》

2025年12月29日，上海印发《关于进一步扩大上海服务消费的若干措施》，主要任务如下：

- ①丰富高品质服务消费新供给。**提升文旅服务消费能级。**推动具备条件的文博场馆、美术馆、科普场馆等场所实施延时或夜间开放，鼓励推行免预约。支持文博场馆创新办展方式，其收益可按规定用于绩效激励，根据工作成效合理核定绩效工资总量。建设世界级主题公园矩阵，打响上海影视乐园“戏剧+”生活方式品牌。推出海派名人、艺术、美食等特色旅游产品，支持古镇创新非遗体验、沉浸戏剧、休闲夜游等业态。
- 激发体育服务消费市场活力。**大力发展赛事经济，打造“上海赛事”品牌。加强体育领域无形资产开发。持续办好上海体育消费节，引导商业综合体、景区、商圈、街区等引入体育健身、赛事活动等业态。
- 优化多元化教育准入机制。**鼓励高校、职业院校、企事业单位、社会组织推出一批特色化、差异化老年学习产品和服务。
- 提升健康消费国际化水平。**鼓励体检机构向专病专检和检前检后延伸，支持社会办医疗机构提供国际医

疗服务。促进餐饮服务多样化品质化发展。加大引进环球美食品牌力度，开展环球美食宣传推介，培育若干国际美食集聚区，打响上海国际美食之都品牌。支持行业组织和企业制定精品食材分类标准并加强宣贯。**提升家政和银发服务消费品质。**加快推进员工制家政企业职业化标准化规范化建设行动方案。持续发展助医陪诊、助浴、助行等养老服务新业态。支持商业综合体、商圈打造银发友好型购物场景，支持市场主体围绕老年用品和服务打造银发特色商店。**扩大服务业高水平开放。**聚焦居民生活消费开放需求，有序扩大医疗健康、文化等优质服务进口，举办涉外电影展映和交流合作活动；

②**品牌创新激发服务消费新动能。**加大品牌培育力度。建立新锐与初创服务消费品牌发现机制。支持行业组织制定发布服务消费品牌建设工作指引。**健全标准支撑体系。**支持在电子竞技、视频游戏、数字艺术、数字时尚设计、影视特效等服务消费新领域，制定具有国际市场影响力的标准。**夯实品牌发展基础。**提升行业组织在服务消费品牌标准制定、宣传推广、人才培育等方面能力，搭建行业交流促进平台；

③**深化联动打造融合消费新场景。**创建“业态+”融合场景。打造“旅游+”“体育+”“健康+”“银发+”“邮轮+”等跨领域融合性服务消费场景。支持开展融合性服务消费活动策划，打造沉浸式、快闪式体验新去处。鼓励商圈商街、废旧工业厂区等拓展文化时尚、健康体育、艺术展览、主题社交、

休闲娱乐等服务消费功能，打造一批特色服务消费集聚区。

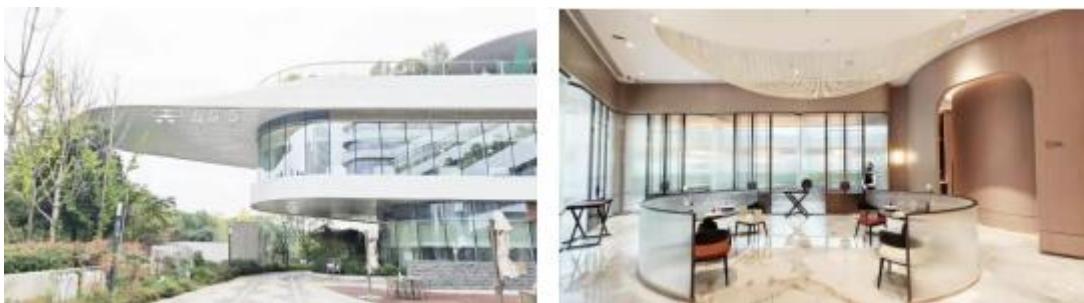
**加快创新“知识产权（IP）+”新模式。**支持投放 IP 资源实现联动促消费，对上海消费市场有带动效应的 IP 持有方给予一定支持。挖掘影视、游戏等领域文化 IP 内涵和商业价值，推动跨界合作。**支持“数字+”融合场景。**开展“人工智能+消费”典型应用案例推荐，用好“算力券、模型券、语料券”等加大对消费类大模型的支持力度，打造一批智慧化融合新场景。**持续推动文旅商体展联动。**扩大“上海之夏”国际消费季、上海旅游节、上海马拉松等大型活动的品牌影响力。培育构建主题鲜明的城市文化 IP 矩阵。支持行业组织联合支付平台、票务平台建立“票根”联动消费平台，打造“门票+”联动促消费等通票、联票产品；④**优化环境激发服务消费新增量。****健全服务消费信用体系。**支持第三方机构对相关主体开展消费领域信用评价。培育壮大第三方信用服务机构，为金融机构的消费信贷服务提供第三方信用评估支撑。**提升服务消费便利度。**支持在线旅游平台、生活内容平台和线下公益广告阵地加大境外推广力度。引导公共场所优化现场服务，实现线上和线下公共服务的相互补充。（上海商务）

### 【寻味江城】

#### 1.云庭荟·中国楚宴—楚韵承礼宴，匠心融中西

云庭荟·中国楚宴位于光谷（行政区划属洪山区）的核心商圈，以“楚文化为魂、膳食礼仪为骨、创新烹饪为脉”，

成为光谷片区高端楚菜宴饮的标杆场所。餐厅深耕东方楚文化底蕴，既坚守中国华夏膳食礼仪的传统内核，又以“东方宴”的定制化形式整合全球优质食材，全方位满足商务宴请、文化交流等高端场景需求，为光谷这片创新热土注入深厚的楚菜文化内涵。



在菜品研发上，餐厅秉持“匠心楚菜”理念，打破地域与技法边界：一方面以世界优质食材为灵感来源，另一方面将中西烹饪技术深度融合，最终呈现出“高端、精致、兼具文化感”的楚菜特色。



武昌鱼腩烧海参甄选湖北特色武昌鱼腩与优质海参，鲜醇互补，口感鲜嫩弹滑，尽显楚菜“鲜”之精髓；黄山笋尖鮰鱼肚以黄山笋尖的脆嫩搭配鮰鱼肚的绵密，口感层次丰富，鲜厚滋味相互映衬。



玫瑰盐和牛叉烧创新采用玫瑰盐调味与西式叉烧技法，做法独特，肉质细嫩且风味和谐；恩施玉露玉盏凝珠融入湖北名茶恩施玉露的清香，口感粉绵、味道清甜，兼具楚地特色与雅致意境。（武汉市商务发展促进中心联合《食话强说》联合采稿）

编辑：张炎丰

校对：汪尚

审核：胡向强

## 附：信息来源（公众号及网站）

- 1、中国政府网
- 2、商务部门户网站
- 3、新华社
- 4、人民日报
- 5、中国网
- 6、国家统计局
- 7、统计微讯
- 8、武汉发布
- 9、极目新闻
- 10、零售商业财经
- 11、第一财经
- 12、财联社
- 13、赢商网
- 14、上海转型发布
- 15、湖北省人民政府网
- 16、智谷趋势
- 17、湖北日报
- 18、长江日报
- 19、荆楚网
- 20、国际商报
- 21、湖北省商务厅

- 22、武汉市人民政府网
- 23、未来智库
- 24、商务微新闻
- 25、电子商务研究中心
- 26、浙江商务
- 27、江苏商务
- 28、成都商务
- 29、重庆商务委
- 30、广州商务
- 31、广东商务
- 32、上海商务
- 33、上海商业网
- 34、今日头条
- 35、深圳商务
- 36、新商业 LAB
- 37、红餐网
- 38、和桥机构
- 39、上观新闻
- 40、加得商业
- 41、武汉国资
- 42、中国商报