

每周商务动态

2026 年第 15 期

武汉市商务发展促进中心

2026 年 3 月 6 日

本期提要

【政策发布】	1
1. 国务院：提振消费最新部署	1
【商务视野】	1
1. 2026 年城市更新项目投融资模式及案例分析	1
2. “票根经济”撬动超千亿的消费市场	4
3. 2026 新晋高潜力型公园式商业	9
4. 何为“陪伴经济”	12
【商务动态】	14
1. 第 34 届华东进出口商品交易会（华交会）举办	14
【他山之石】	15
1. 北京：携手津冀共绘“购在中国”新图景	15
2. 江苏：部署 2026 年提振消费工作	16
【寻味江城】	17
1. 闲庭雅居·小龟山店—食自然之味 品闲庭之雅	17
附：信息来源（公众号及网站）	20

【政策发布】

1.国务院：提振消费最新部署

2026年《政府工作报告》指出，深入实施提振消费专项行动。激发居民消费内生动力和促消费政策并举，推动消费持续增长。主要内容如下：①制定实施城乡居民增收计划，在促进低收入群体增收、增加居民财产性收入、完善薪酬和社保制度等方面推出一批务实举措；②促进商品消费扩容升级，安排超长期特别国债2500亿元支持消费品以旧换新，优化政策实施机制；③设立1000亿元财政金融协同促内需专项资金，组合运用贷款贴息、融资担保、风险补偿等方式，支持扩大内需；④扩大个人消费贷款和服务业经营主体贷款贴息政策支持领域，提高贴息上限，延长实施期限；⑤实施好一次性信用修复政策；⑥实施服务消费提质惠民行动，打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，加快培育消费新增长点；⑦活跃线下消费，激发下沉市场消费活力；⑧清理消费领域不合理限制措施，释放文旅、赛事、康养等领域消费潜力；⑨支持有条件的地方推广中小学春秋假，落实职工带薪错峰休假制度；⑩加强消费者权益保护，优化入境消费环境，打造“购在中国”品牌。（中国政府网）

【商务视野】

1.2026年城市更新项目投融资模式及案例分析

城市更新作为推动城市高质量发展、补齐民生短板、盘

活存量资产的关键举措，自 2026 年起，借助超长期国债、专项债等政策利好，投融资模式持续创新与完善。本文聚焦城市更新项目的核心投融资模式，结合最新政策要求，甄选不同类型的典型案例，剖析模式的运作逻辑、资金组合、合规要点及落地经验，为政府部门推进城市更新项目投融资工作提供实操参考。

①政府主导型（适配纯公益/准公益类项目）。以政府作为项目实施主体，统筹推进项目的规划、拆迁与建设工作。资金主要依赖财政资金、超长期国债、中央预算内资金，辅以少量银行政策性贷款，不以直接经济效益为追求目标，重点保障民生效益和社会效益。例如某地级市老旧小区改造项目（纯公益类）。项目涉及 20 个老旧小区，改造户数为 3200 户，改造内容包括屋面防水、管网改造、停车位增设、养老配套设施建设等，总投资 1.2 亿元（5 千万超长期国债+3 千万中央预算内资金+2 千万地方财政配套资金+2 千万政策性银行贷款），无直接经营收益，属于纯公益类城市更新项目，于 2026 年 2 月启动，计划 2027 年 6 月完工。

②企业主导型（适配有经营收益类项目）。由企业（房企、城投公司、产业运营商）作为项目实施主体，负责项目的全流程运作（包括规划、投资、建设、运营）。政府负责政策引导、监管及手续审批工作，资金以企业自有资金、市场化融资为主，政策资金给予适度补贴。例如深圳某旧工业

区升级改造项目。项目位于深圳南山科技园周边，占地面积 8.5 万平方米，原为老旧工业区。改造后将打造为半导体产业园区，配套建设研发办公场所、中试车间、人才公寓及商业配套设施。项目总投资 8 亿元（1.6 亿元企业自有资金+3.2 亿元银行商业贷款+1.2 亿元超长期国债+1.2 亿元城市更新专项债+0.8 亿元预留退出资金），建设期 2 年，运营期 15 年，预计年运营收入 1.2 亿元（包含租金、物业费等），属于有稳定经营收益的城市更新项目，于 2026 年 1 月启动。

③PPP 模式（政府与社会资本合作，适配准公益+经营类项目）。政府与社会资本共同组建项目公司（SPV），政府以特许经营权、补贴等方式入股，社会资本投入资金和运营能力，共同负责项目的建设和运营。合作期满后，项目移交政府（或续签），实现“风险共担、收益共享”。此模式适用于城市更新中的公共服务配套（如老旧小区配套幼儿园、社区医院）、历史街区活化运营、旧工业区产业平台建设等准公益与经营类项目。

④专项债+市场化融资模式（2026 年主流创新模式）。以城市更新专项债为核心手段，撬动银行贷款、企业债券、保险资金等市场化资金参与，形成“专项债+市场化融资”的组合模式，兼顾政策支持与市场化运作效率，是 2026 年城市更新项目的主流投融资模式。例如杭州某城市更新综合体项目。该项目位于杭州某核心城区，占地面积达 12 万平方

米，原为旧商业区与老旧小区混合区域。改造后，将打造成为集住宅、商业综合体、社区配套、保障性租赁住房于一体的城市更新综合体。项目总投资 15 亿元（5 亿元城市更新专项债+6 亿元银行专项贷款+2 亿元保险资金+2 亿元企业自有资金），建设期为 3 年，运营期为 20 年，预计年运营收入 2.5 亿元（包含租金、物业费、住宅销售收入等），属于综合类城市更新项目。该项目于 2026 年 1 月启动，是 2026 年杭州市城市更新重点项目。

⑤REITs 盘活模式（存量城市更新项目退出核心模式）。针对已建成运营、具备稳定现金流的城市更新项目（如旧工业区改造后的产业园区、旧商业区改造后的商业综合体），通过发行基础设施 REITs 的方式，将存量资产转化为资本市场证券，实现资金退出，回笼资金可用于新的城市更新项目。此模式适用于已建成运营、现金流稳定的产业园区、商业综合体、保障性租赁住房（城市更新配套）等存量城市更新项目。（今日头条）

2. “票根经济”撬动超千亿的消费市场

如今的上海，一张看似用完即弃的票根，成了撬动城市消费的超级杠杆。2025 年，上海千人以上大型活动数量同比上涨 44%，累计吸引 4160 余万人次参与；全年营业性演出超 5 万场，揽下 52.4 亿元票房，接待观众近 2378 万人次。从博物馆特展门票、演唱会入场券，到体育赛事票根、电影

观影凭证，再到高铁机票、漫展门票，各类“票根”串联起餐饮、住宿、零售、文旅、娱乐等全链条消费，仅上海博物馆古埃及文明大展一个项目，就直接带动城市综合消费超350亿元。当“票根经济”在上海全城开花，这张小小的纸片，已从入场凭证，变成了激活城市消费活力的“万能钥匙”。

最先把票根经济玩出全域新高度的，是闵行区。闵行区的票根经济，从一开始就锚定了国际顶级体育赛事这个核心抓手，更是率先把票根经济从1.0版本迭代到了2.0版本。2025年，上海劳力士大师赛首次完整覆盖国庆黄金周，25万人次到场观赛，票房首次破亿，外地观众占比高达70%。闵行区借此机会，打通了“观赛—旅游—住宿—购物—休闲”全链条，凭赛事票根就能享受区内餐饮折扣、景区优惠、酒店特惠，甚至推出了“观赛票+1元换文旅通票”的创新玩法。更让人惊喜的是，闵行区还把票根的范畴进一步拓宽，南虹桥商圈凭目的地为虹桥枢纽的机票、火车票，就能领取消费券和专属福利，春节假期直接带动商圈整体销售同比增长112.7%，把过路客稳稳变成了消费客。

虹口区把票根经济的体系化和数字化玩出了新花样。虹口区是上海首个给票根经济成立“官方联盟”的区域，2025年4月就正式揭幕了“票根经济联盟”，把活动主办方、票务平台、商业载体、餐饮住宿企业全部拉进了同一个生态里，彻底打破了行业之间的信息壁垒。依托虹口足球场这个顶级

演艺场馆，虹口区把粉丝经济和票根经济玩到了一起。邓紫棋演唱会期间，联动的凯德虹口商业中心日均客流同比增长超 40%，销售额提升超 20%；商场还专门打造了粉丝应援空间，把票根经济的消费周期，从演唱会前后一两天，拉长到了数周甚至一个月。更具开创性的是，虹口区在 2025 年把票根经济升级到了 4.0 版本，上线了全国首个商场娱乐购票大会员系统，彻底打通了商场积分与票务系统。消费者的餐饮、购物积分能直接抵扣演出票价，最高可抵 20%，看演出的消费也能自动转化为积分，优惠无感推送、直接使用，还打通了长三角 9 家商业体的 280 万会员积分，把票根经济的边界拓展到了长三角。

徐汇区走出了一条“接地气”的差异化路线，把票根经济玩进了社区里。在这里，当月的演唱会、体育赛事、博物馆参观票根，不仅能在徐家汇商圈享受折扣，还能到万体汇、土山湾的社区食堂享受全单 85 折优惠，甚至能在双拥主题咖啡馆，用 5 块钱喝到一杯香醇的美式咖啡。社区食堂还专门推出了赛事主题套餐，化身“第二观赛现场”，让看完比赛的球迷，转身就能在烟火气里延续热情。这种“高端流量+烟火气”的玩法，效果格外显著。周杰伦演唱会期间，徐家汇商圈参与票根联动的商户，销售额同比平均提升了 15%，客流同比增长 10%，延时营业的商户夜间销售额增幅更是超过 30%；沪语电影《菜肉馄饨》的票根联动，更是让参与门

店的总体销售额同比增长 32.7%，真正实现了“一张票根，全城惠民”。

嘉定区把票根经济和本土核心产业绑定得非常紧密。嘉定区的票根经济，从始至终都围绕着“汽车”这个核心 IP，打造了独一无二的“赛事+汽车文化”票根经济模式。作为 F1 中国大奖赛的举办地，嘉定区围绕顶级汽车赛事，构建了完整的“票根经济”生态。F1 上海站期间，嘉定十家重点商贸企业 3 天就接待了近 155 万人次，同比增长 14.5%；周边 3 公里酒店预订量同比激增 213%，境外观众占比达 15.25%，直接带动了高端消费回流。2025 年，嘉定区的上海汽车文化节，直接带动全要素旅游消费达 60.1 亿元，文体娱乐业营收同比增长 43.1%。全年围绕 F1、电动方程式世锦赛等 11 场重点赛事，组织了 13 家商业体、1100 多家商户参与票根联动，把赛事流量稳稳转化成了消费留量。更值得一提的是，嘉定区还把汽车文化和文旅资源深度绑定，今年汽车文化节期间，凭赛事票根就能享受秋霞圃、汇龙潭公园等景区免票，古猗园、上海汽车博物馆门票折扣，还有十几家酒店的专属特惠，真正实现了“一张票根，游住嘉定”。

青浦区则靠着得天独厚的水乡资源和顶级赛事，把单张票根的价值发挥到了极致。青浦区的票根经济，核心是打造了“一张票根玩转青浦”的全域权益体系，凭一张赛事票根，就能解锁吃住行游购娱全领域的专属福利。2025 年世界赛艇

锦标赛在青浦举办，青浦区借此机会，推出了覆盖七大板块、超 200 项优惠的票根权益体系。凭赛事票根，就能免票游览朱家角古镇、上海大观园两大核心景区，还能享受酒店民宿、餐饮零售、休闲娱乐的专属折扣。

浦东新区把票根经济的场景边界不断拓宽。浦东新区的第一个突破，是打破了上海中心城区没有大型户外音乐节的魔咒。只用一个多月，就打造出了能容纳 3-5 万人的前滩音乐节场地，首演就引爆了全城热潮，持音乐节门票就能享受周边 9 家酒店、50 余家餐饮商户的专属优惠，商圈营业时间最晚延长至次日凌晨 2 点，直接把演出流量变成了夜间消费热潮。第二个突破，是打造了票根经济的标准化运营范本。世博天地凭借周边密集的场馆资源，搭建了一套完整的票根经济运营流程，凭票根就能兑换免费停车权益和全业态消费折扣，还专门开辟夜间通道、打造赛事“第二现场”，把观演人群牢牢锁定在片区内。

黄浦区是上海票根经济的发源地。2024 年上海博物馆“金字塔之巅”古埃及文明大展的创新实践，让“票根经济”这个概念正式走进大众视野，2025 年更是在这里迎来了全面爆发。这场现象级大展，2025 年累计接待观众 277 万人次，刷新了全球博物馆单个收费特展的参观人数纪录，直接带动城市综合消费超过 350 亿元，文创收入超 4.4 亿元，甚至逼得厂商“把缝纫机都踩到冒烟了”，依然供不应求。更重要

的是，黄浦区率先开创了“文博展+商圈”的票根经济模式，观众凭展览票根，就能在南京路、淮海中路的各大商圈享受购物折扣、餐饮满减、停车优惠，彻底打破了博物馆的“围墙”，解锁了文旅商体展融合的全新玩法。除此之外，黄浦区还把票根经济延伸到了体育、影视等多个领域，轮滑马拉松巡回赛、上海国际电影节的票根，都能兑换对应的消费权益，真正把发源地的先发优势，变成了持续领跑的实力。（上海产业转型）

3.2026 新晋高潜力型公园式商业

近年来，国内公园式商业发展已从“概念探索”快马加鞭完成“模式落地”的关键跨越，POD 生态共融、TOD 站城一体、山系公园沉浸式体验等融合开发成为主流，北京、深圳等多地更通过政策引导、政企协作激活公园资源价值，让“自然+商业”的融合不再局限于空间叠加，有效实现业态、场景、体验的深度共生。而随着各大房企与商业运营商的深度布局，2026 年一众公园式商业项目的集中亮相，将推动这一赛道继续迈入精细化、特色化、全域化的发展新阶段。

①**杭州光环梦中心**。项目落址萧山区江南科技城的杭州光环梦中心，是香港置地旗下高端商业品牌「光环」系列首入杭州的标杆力作。项目总建筑面积约 17 万 m²，以“生长于公园里的购物中心、都市家庭游乐目的地”为核心定位，重塑杭州自然体验式商业新标杆。商场以“地貌演替”为独

特设计理念，匠造约 4.5 万 m² 沉浸式室外公园，并通过室内外空间有机联动，构建多重自然科学主题场景，精心打造虫洞宇宙、未来乌托邦、绿洲奇迹、沙丘冒险四大沉浸式体验空间，将生态美学、科学探索与家庭游乐深度融合，为都市家庭带来前所未有的沉浸式消费新体验。



②**宁波新一中心**。项目坐落于浙江省内体量最大的中央商务区之一鄞州区、宁波最具活力 CBD——南部商务区核心，紧邻约百万方鄞州公园，是中央绿轴和产业金轴唯一交汇地。该项目将打造宁波首个 POD 美好公园商业，将绿色生态与消费体验深度融合，重新定义城市的美好生活。在这里提供链接邻里关系、延展社群认同、在地文化共创的平台，为白领及居民提供功能和情感价值。



③广州香雪时光。项目是由知识城集团与保利商旅合作开发的广州首个 POD 概念购物中心，商业体量约 4.8 万 m²，位于黄埔科学城核心区，为双地铁（6 号线、7 号线萝岗站）上盖项目，坐拥科创与行政“双中心”区位优势，是高学历、高收入人群的重要聚集地，毗邻宝能国际体育演艺中心及市民广场（三楼空中连廊直通公园），年均访客量超 400 万人次。项目定位为“科学城青年城市理想生活中心”，致力于把香雪时光打造成为有呼吸感的公园式购物场所、有品质感的理想生活中心、都市运动社群理想栖息地、广州新青年玩乐社交之地，为黄埔区打造全新商业地标，填补黄埔区优质商业空白，促进商圈升级。（中购联）



4.何为“陪伴经济”

当前，随着我国社会主要矛盾转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，个体的情感需求与精神寄托日益成为消费决策的重要考量。在数字化、老龄化、家庭结构小型化等多重社会趋势交织下，一种聚焦于满足人们情感连接、消除孤独感、寻求精神共鸣的新型消费模式“陪伴经济”应运而生，并展现出强大的市场潜力，成为观察现代人生活方式变迁与消费转型升级的一个重要窗口。

所谓“陪伴经济”，是指消费者为排解孤独、寻求情感支持或丰富社交体验，而付费购买具有陪伴属性的商品或服务，旨在获得心理慰藉、社会连接与情感满足的经济活动。例如，“银发一族”购买智能语音助手作为居家聊天的伙伴，年轻人通过付费 APP 寻找“陪聊”“陪学”“陪玩”的共享伙伴，都市青年饲养宠物并为其购置精良口粮与智能玩具。这

种以“陪伴”为价值的消费行为，折射出消费需求从物质层面向精神情感层面的深刻跃迁。《2024年度国家老龄事业发展公报》显示，截至2024年末，我国60周岁及以上老年人口已超3.1亿，占总人口的22.0%。随之产生的多层次、多样化养老陪伴服务需求，成为推动“陪伴经济”在银发市场蓬勃发展的重要动力。

“陪伴经济”的快速发展，不仅反映了需求端的变化，也对供给端提出了新的要求，为相关产业转型升级注入了新动能。首先，催生新兴业态与商业模式。为了满足多样化、个性化、情感化的陪伴需求，市场涌现出诸如宠物服务（寄养、训练、殡葬）、虚拟伴侣（AI聊天机器人、智能语音助手）、付费陪伴（陪诊、陪游、兴趣陪伴）、社交体验工作坊（手工DIY、团体解压活动）等新业态，创造了大量就业岗位。其次，推动传统产业与情感价值深度融合。“陪伴经济”理念渗透至餐饮、旅游、健身、养老等传统服务业，促使这些行业从提供标准化服务转向提供有温度、有互动的情感体验。例如，餐厅推出“一人食”友好座位与互动活动，养老机构引入代际互动项目，房地产项目开始注重社区公共空间与邻里关系营造。最后，促进科技创新与人文关怀结合。人工智能、物联网、虚拟现实等技术被广泛应用于开发更具交互性和拟人化的陪伴产品，如陪伴机器人、智能宠物设备、在线虚拟社交平台等，科技不再是冷冰冰的工具，而是承载

了温暖情感连接的桥梁。

当然，作为一种新型消费模式，“陪伴经济”在展现较大潜力的同时，也面临诸多挑战，需要予以规范引导。对政府有关部门而言，一方面，加强顶层设计与标准制定。针对付费陪伴等新兴领域，需及时建立健全行业标准、服务规范与从业资格认证体系，明确权责边界，保障服务质量和消费者权益，特别是防范可能存在的安全风险与伦理问题。另一方面，营造健康的社会氛围。引导公众认识到“陪伴经济”是现实社交的有益补充，而非替代。鼓励社区、社会组织发挥积极作用，构建和谐友好的邻里关系和社区支持网络，从根源上缓解社会孤独感。对企业而言，应坚守社会责任与商业伦理。深刻理解“陪伴”的真谛是真诚与尊重，避免将情感需求简单商业化、套路化，杜绝任何形式的虚假宣传与情感欺诈。同时，在开发 AI 陪伴产品时，应高度重视数据安全与隐私保护，并进行充分的伦理评估。（学习时报）

【商务动态】

1.第 34 届华东进出口商品交易会（华交会）举办

第 34 届华东进出口商品交易会（华交会）于 2026 年 3 月 1 日—4 日在上海新国际博览中心举办，由沪、苏、浙、皖等 9 省市联合主办，是中国外贸“新春第一展”。展会总面积 11.5 万平方米，设服装服饰、纺织面料、家庭用品、装饰礼品 4 大专业子展，及跨境电商、境外展区两大特色板块。

本届共设展位 5291 个，吸引 3325 家境内外企业参展，境外展商 375 家，覆盖 14 个国家和地区。展会汇聚专精特新企业与创新产品，增设宠物用品、绿色贸易专区，以数字化赋能、内外贸一体化对接全球采购商，是区域经贸合作与外贸高质量发展的重要平台。（中国会展）

【他山之石】

1.北京：携手津冀共绘“购在中国”新图景

3月2日晚，由商务部、中央广播电视总台和京津冀三地政府联合主办的“2026年全国消费促进月暨京津冀消费季”在天津古文化街正式启动，这场以“购在中国 乐享京津冀”为主题的三地消费盛会，将统筹融合商文旅体科等特色资源，聚焦服务消费，通过统一主题、统一节点、统一宣传，推出京津冀协同促消费十大行动，吹响京津冀提振消费的“集结号”，有效激发消费市场活力。作为全国消费促进的重点城市，北京将发挥首都消费的引领作用，联动天津、河北两地，覆盖餐饮、购物、文化、旅游、休闲、娱乐等多领域，全力打造以“JING彩四季”为总主题的城市消费活动品牌，满足市民与游客品质化、多样化的消费需求。

启动现场通过沉浸式的消费场景将现场表演、非遗展示、互动体验与消费推介深度融合，集中展现京津冀三地的特色风貌与消费活力。聚焦“精品购物、精致美食、精彩旅游、精美展演”四大领域编制的中英文双语版《购在中国·京津

冀消费指南》在启动现场首发，为国内外消费者提供了便捷实用的消费参考，北京隆福寺等 60 余个点位入选该指南，涵盖重点商圈、文创产品、特色餐饮、文旅景点等内容。

2026 京津冀消费季将持续至 5 月，三地将联合推出协同促消费十大行动，聚焦服务消费潜力释放，结合春季踏青、清明五一假期等节点，联动打造消费新场景、新业态、新体验。北京市商务局将依托“购在中国·京彩四季”活动矩阵，鼓励动员重点商圈、百货商场、餐饮企业、老字号品牌等市场主体，开展国潮国风、数字消费、夜间经济、文旅融合等 140 余项丰富多彩的促消费活动，并积极参与京津冀美食榜单发布、精品消费路线打卡、人工智能体验等联动项目，推动“吃住行游购娱”全链条消费升级，为区域协同发展贡献北京力量。（北京市商务局）

2.江苏：部署 2026 年提振消费工作

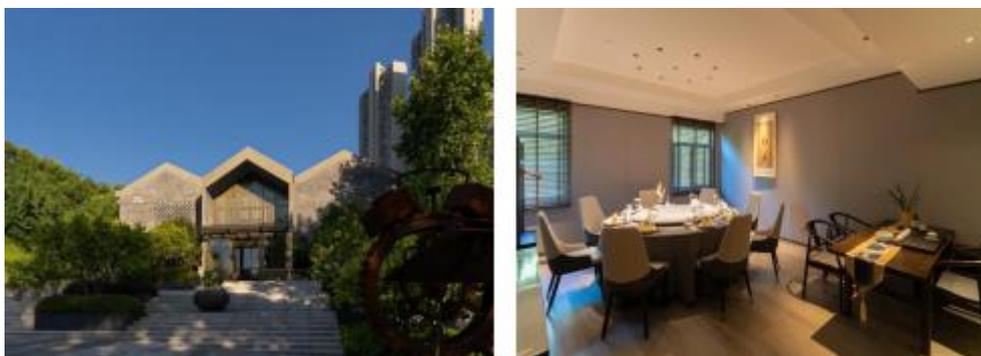
3 月 3 日，江苏省召开会议部署 2026 年提振消费工作，要聚焦社零平稳增长的目标，促进四个融合即“苏新消费”“苏货”“苏味”“苏超”等品牌深度融合、消费提振与社零增长相融合、商品消费升级与服务消费提质相融合、新型消费培育和消费场景创新相融合，重点抓好四方面工作：一是**推动商品消费扩容升级**。持续擦亮“苏新消费”品牌，省市县联动举办“一市一特色”促消费活动 3000 场以上，办好超 100 场“苏超”嘉年华活动，将“苏超第二现场”提质扩

容至 600 个。全力推进“苏品苏货”三上行动，联动开展“苏品苏货”“五个一”行动，与“苏超”赛程绑定开展“苏品苏货·必购必带”选拔推广活动。多措并举稳定汽车、家电、成品油等大宗消费。二是推动扩大服务消费。建好跨部门协调机制，发挥好商务部门牵头抓总作用。持续做强“我是厨神”“票根+”、服务消费融合 IP，借力“米其林”“黑珍珠”开城机遇，新增高品质、创新性消费供给。聚焦交通、家政、网络视听、入境消费等重点领域及演出、体育赛事等潜力领域，深挖服务消费潜力。三是创新消费业态模式场景。大力引进培育品牌首店，全年力争引进落地 400 家省级以上首店。持续丰富拓展消费场景，用好“两新”政策支持商业设施设备更新，全年支持 80 个改造项目“一店一策”提升。抓好消费“三新”试点落地，推动人工智能、虚拟现实等技术在文娱、健康等领域深化应用。四是大力拓展消费新增长点。加快发展直播电商，组织实施直播电商“繁星计划”，全年省市联动组织培训超 1200 场、覆盖 7 万人次以上。加快发展即时零售，主动对接平台企业，拓展消费场景。加快扩大入境消费增量，打造友好型消费场景。加快激发“下沉市场”活力，优化完善县镇村商业网络，培育 50 个左右县域“新市集”。（江苏商务）

【寻味江城】

1. 闲庭雅居·小龟山店—食自然之味 品闲庭之雅

闲庭雅居小龟山店，坐落于华中小龟山金融文化公园内。园区秉持“修旧如旧”理念，打造低密度自然空间，22栋小楼依山而建、错落有致，百余株40年树龄法国梧桐掩映其间，闹中取静，意境悠然。餐厅以新中式庭院为格调，青砖黛瓦、绿植环绕，大小包间均配备独立茶台，更有独栋全玻璃宴会厅，无论是商务宴请、朋友小聚，还是婚礼宴席，都能尽显雅致与体面。



作为聚焦“荆楚风味”的高端品牌，餐厅始终以“味”为根本、以“鲜”为特色，秉持“食必珍、食必精、食时令”的准则。既萃取荆楚本土风味，融合南北菜系精华，又大胆创新，以全国食材做湖北味道、湖北食材做创意菜品，让传统楚菜兼具当代审美与健康属性。



招牌烧鮰鱼选用长江四大名鱼之一鮰鱼，以长江小鱼虾

熬制的白浓汤烧制，肉质细嫩无刺，汤汁浓鲜醇厚；砂锅鲜炖牛排精选北纬 46° 黄膘牛排，搭配人参、当归等药材慢炖浸味，油润香浓、汁水丰盈。



石耳土鸡汤选用两年竹林散养土鸡，小火慢炖 4 小时，搭配来自海拔 800 米岩壁上“山珍之王”石耳，口感脆嫩堪比燕窝，金黄鸡汤清亮似茶、肉香浓郁；武昌鱼选取六斤以上鲜活武昌鱼，一半家烧、一半粉蒸，浓淡各有其妙，鲜嫩无刺，尽显楚菜精髓。（武汉市商务发展促进中心联合武汉餐饮业协会联合采稿）

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