

# 每周商务动态

2026 年第 53 期

武汉市商务发展促进中心

2026 年 7 月 17 日

## 本期提要

### 【政策发布】

1. 国务院：关于《扩大消费“十五五”规划》的批复 ..... 1

### 【商务视野】

1. 国家统计局：新兴服务业壮大，服务业开放稳步扩大 ..... 4
2. 麦肯锡报告：2026 中国消费，4 大趋势 ..... 6
3. 城市更新不是“一拆了之”，长三角城市如何重写答案？ .. 9

### 【商务动态】

1. 中国材料大会 2026 在武汉隆重开幕 ..... 14

### 【他山之石】

1. 上海：2026 第三届上海服务消费“+”年华暨西岸国际科技消费嘉年华预热活动启动 ..... 14
2. 湖南：发布 2026 年《关于支持湘菜创新发展的若干措施》政策项目申报 ..... 16

### 【寻味江城】

1. 曾宴·楚菜—品千年楚味 聆上古雅乐 ..... 17

|                      |    |
|----------------------|----|
| 附：信息来源（公众号及网站） ..... | 21 |
|----------------------|----|

## 【政策发布】

### 1.国务院：关于《扩大消费“十五五”规划》的批复

近日，国务院批复国家发展改革委、商务部的《扩大消费“十五五”规划》，原则同意相关规划，《规划》主要内容如下：①**总体要求**。到2030年，消费市场总体规模持续扩大，居民消费率明显提高，全社会商品和服务消费较快增长，社会消费品零售总额达到60万亿元左右，消费对经济增长的拉动作用进一步增强；②**促进服务消费提质惠民**。**完善生活服务消费**。实施服务消费提质惠民行动，围绕重点领域开展服务消费促进活动。**扩大养老消费**。加快健全县乡村三级养老服务网络，优化居家为基础、社区为依托、机构为专业支撑、医养相结合的养老服务供给格局，健全失能失智老年人照护体系。支持鼓励社会力量参与扩大普惠养老服务供给。推动银发经济高质量发展。**支持托育消费**。加快普惠托育服务体系建设，支持托育综合服务中心建设，支持托育机构、社区嵌入式托育、幼儿园托班、用人单位办托、家庭托育点等多种模式发展。**发展文化和旅游消费**。扩大优质文化和旅游消费供给，深化“文旅+百业”、“百业+文旅”融合发展。实施公共文化服务提质增效行动，完善文博场馆错时、延时开放等便民措施。优化演艺产品供给，增强演艺带动效应。**促进健康消费**。深入实施促进健康消费专项行动。持续强化零售药店专业服务、健康促进等功能，建设一批“健康驿站”。

优化保健食品、特殊医学用途配方食品供给。**鼓励体育消费。**推动赛事经济发展，支持有条件的地方举办群众性体育赛事，打造具有较高知名度的精品赛事、职业联赛及具有自主知识产权的赛事品牌。**提升教育和培训消费品质。**推动高等院校、科研机构、社会组织共享优质教育资源，满足社会大众多元化、个性化学习需求；③**推动商品消费扩容升级。促进大宗耐用商品消费。**更好满足住房消费需求，优化保障性住房供给，因城施策增加改善性住房供给，规范发展住房租赁市场。**稳步提升生活类商品消费。**促进农产品消费，加大绿色、有机、名特优新和地理标志农产品供给，促进产供销精准衔接。创新特色食品产品生产，开发营养健康的休闲食品和饮品、保健食品、特殊膳食用食品，培育一批传统优势食品产区和地方特色食品产业。**推动技术应用和产品创新。**提升消费品相关产业链创新能力，加强应用基础研究、前沿技术研发和产品前瞻性功能研发，发挥龙头企业、创新平台、研究机构作用，扩大优质新型消费品供给。**加强自主品牌建设。**完善品牌培育发展机制，鼓励企业建立品牌培育管理体系，提高品牌全生命周期管理运营能力。加强对中华老字号、国货品牌、时尚潮牌的培育保护，积极推动中华文化元素融入品牌建设，支持开发原创知识产权（IP）品牌，推进“IP+消费”，发展周边衍生品消费；④**培育打造消费新业态新模式新场景。发展数字消费。**促进数字消费高质量发展，深入推进“人工

智能+消费”，实施数字消费提升行动。**推广绿色消费。**加强绿色低碳产品生产和推广，丰富绿色农产品、绿色家电家装、绿色建材、新能源汽车等产品供给，发展绿色餐饮、绿色住宿、绿色家政。**因地制宜推进首发经济。**培育建设一批首发经济领军企业、平台载体，支持国内外优质商品和服务品牌开设高能级首店，举办首发、首秀、首展等活动，优化相关审批备案流程。**培育体验式消费。**以消费体验为重点，培育消费新业态新模式新场景。推动零售、文化、旅游、健康、体育等消费业态深化技术应用、强化创意引领，提升和拓展消费体验。**扩大入境消费。**优化入境消费环境，打造“购在中国”品牌。稳步扩大免签国家范围，持续优化过境免签政策。进一步增开国际航线，重点增加欧美、共建“一带一路”国家等国际直航航班数量；⑤**着力提升消费能力。促进高质量充分就业。**深入实施就业优先战略，健全就业促进机制。积极培育新职业新岗位，拓展就业新空间。**多渠道促进居民增收。**健全按要素分配政策制度，促进多劳者多得、技高者多得、创新者多得。完善劳动者工资决定、合理增长、支付保障机制，健全最低工资标准调整机制，稳步提高最低工资标准，加强企业工资分配宏观指导。**完善社会保障政策。**健全基本养老、基本医疗保险筹资和待遇调整机制，逐步提高城乡居民基础养老金，合理提高城乡居民基本医疗保险财政补助标准。**合理增加公共消费。**合理增加教育、医疗、养老

等公共服务支出。优化育儿补贴制度，深入开展托育服务补助示范试点；⑥**大力优化消费环境。提升消费质量标准。**健全消费品和服务消费标准体系，推进重点领域标准制修订，促进内外贸认证等制度衔接融合，完善内外贸产品同线同标同质政策措施。**保障消费者权益。**创新消费纠纷多元化解。**营造公平开放的市场环境。**有序放宽服务业准入限制，优化新业态新领域市场准入环境。**完善多层次消费体系。**深化国际消费中心城市培育建设，打造引领全球消费潮流的消费品牌和场景，营造具有全球吸引力的消费环境。**加强消费基础设施建设。**促进消费和投资良性互动，扩大消费基础设施领域有效投资；⑦**加力完善促进消费制度机制。清理优化不合理限制性措施。**优化演艺活动审批管理，推广大型群众性活动“一站式”部门联合审批、全流程线上办理，严格落实巡演项目首演地内容审核负责制。**落实休息休假制度。**全面落实劳动法，切实保障劳动者合法休息休假权益。（国务院客户端）

## **【商务视野】**

### **1.国家统计局：新兴服务业壮大，服务业开放稳步扩大**

7月15日，国务院新闻办举行新闻发布会。国家统计局新闻发言人表示，今年上半年，各方面深入贯彻落实全国服务业大会精神，围绕推进服务业扩能提质出台多项配套措施，服务业总体上平稳增长，在支撑产业升级、满足民生需要等

方面发挥了重要作用。有这样几个特点：一是服务业对于经济增长的贡献提升。上半年，服务业增加值 41.4 万亿元，同比增长 5.2%，快于经济增速 0.5 个百分点；占 GDP 比重 59.5%，是国民经济的第一大产业；对于经济增长的贡献率达到 66.1%，比上年同期提高近 6 个百分点，是拉动经济增长的主动力。二是生产性服务业融合创新。信息技术、现代金融、现代物流等专业服务和先进制造深度融合，对于推动产业升级转型发挥了重要作用。上半年，信息传输软件和信息技术服务业、租赁和商务服务业增加值同比分别增长 10.7% 和 11.9%，对于经济增长的贡献率接近 1/4。金融服务实体经济力度加大，金融业增加值增长 6.7%，对经济增长的贡献率超过 10%。交通物流体系高效运转，每天有超过 5.5 亿件快递穿梭在大街小巷，超过 1.5 亿吨货物通达四方，有力支撑了产业链供应链稳定运转。三是生活性服务业扩围提质。围绕满足居民多样化的生活需求，各类生活服务供给不断增加。上半年批发和零售业、住宿和餐饮业的增加值规模都在扩大，前 5 个月规模以上居民服务、修理和其他服务业企业营业收入增长 5.7%。各地不断丰富“文旅体商”等融合业态，推动线下演艺、赛事等密集落地，前 5 个月规模以上文化艺术业、体育业企业营业收入分别增长 11.8% 和 11.9%。四是新兴服务业培育壮大。前 5 个月规模以上战略性新型服务业企业营业收入同比增长 6.1%，线上商务、远程医疗、数字文娱等新

业态持续拓展，带动上半年电子商务交易平台交易额增长3.5%。同时，顺应居民绿色出行、低碳消费的新趋势，充电设施布局日趋完善，应用范围持续扩大，上半年，重点充电平台交易额增长30%以上。**五是服务业对外开放稳步扩大。**近年来，我国在旅游、运输、金融、电信等重点的服务领域持续推进更深层次对外开放，今年1-5月份，服务贸易总额同比增长6%，服务贸易逆差收窄20%左右。高技术、高附加值的服务出口竞争力持续提升，知识密集型服务出口增长12.2%。另外，多年来服务业一直是我国最大的外资流入领域，今年依然保持良好发展势头。前5个月，服务业实际使用外资占全国实际使用外资的比重达到72%，彰显了服务业对外开放的吸引力。（中国服务贸易协会专家委员会）

## **2.麦肯锡报告：2026 中国消费，4 大趋势**

**趋势一：技术驱动的“新决策路径”重塑品牌影响力。**消费者所经历的购买旅程，正往以前从未有过的复杂且分散的方向发展，以生成式 AI 和社交媒体为典型代表的新技术，正从根源上改变人们去发现、去研究以及去决定购买的这类方式，特别是年轻的那一代（Z 世代），他们已然把 AI 工具（像是 AI 概览、对话式搜索）以及社交平台当作品牌发现暨购买决策的关键渠道，其重要程度甚至超过了传统的经由亲友推荐以及通过实体店的方式。然而，一个关键的悖论存在于此，尽管他们大量运用这些全新渠道，可是对于 AI 生

成内容以及社交媒体的信任程度却相对而言比较低。就品牌来讲，这表示传统搜索优化以及付费广告策略的成效正被削减，由于 AI 会直接归入源自论坛、评测网站、视频平台等第三方的信息去回应用户问题，品牌官网在 AI 生成结果里的引用率非常低（只占 1%-2%），所以，品牌需要把战略重点提前，从在购买节点阻拦消费者，转变为在购买前借助“生成式引擎优化（GEO）”等方式，主动塑造在各大语言模型中的叙述和形象。与此同时，伴随“代理式商业（Agentic Commerce）”开始兴起，AI 智能体将会代表消费者去完成比价、下单等相关操作，这就要求品牌务必要积极去适应在多平台、多 AI 工具当中无缝进行参与以及转化，不然就会面临被算法和代理“隐形”的那种风险。

**趋势二：“健康革命”从泛化走向精准，催生细分市场与产品创新。**消费者的健康意识不断增强，从传统的身体指标延伸到睡眠、压力、肠道健康以及认知功能等多元维度。可穿戴设备和实时监测工具实现了普及，使得消费者能够进行自我量化，并且能依据此快速调整行为。消费企业重新定义价值主张，未来的增长点并非泛泛的“健康”概念，而是转向能最大化减少口味、价格与功能之间“取舍”的产品。举例来说，大约有半数消费者正在主动削减人工成分、酒精以及超加工食品的摄入量，与此同时增加对蛋白质、纤维等营养素的追求，更为关键的是，市场正从统一化的健康方案转

为针对特定生命阶段和生理需求的精准解决方案。

**趋势三：“体验经济”深入发展，进而成为品牌差异化且身份认同的核心承载主体。**在精打细算消费环境里，消费者仍是优先为“体验”去买单，特别是那些能够带来连接感、放松感或者兴奋感的时刻。全球体验市场的增长持续跑赢非必需品市场，这主要体现在旅游（特别是豪华旅游）的强劲复苏和商业地产中服务型租户（像健身、养生体验空间）对传统零售商的挤压方面。就品牌而言，创造体验并非营销活动的附属之物，而是构建长期竞争优势以及强化品牌身份认同的核心战略举措。处于领先地位的品牌正借由线上线下一体化的“体验生态”去加深用户粘性，像玩具公司围绕热门IP打造主题公园，又或者糖果品牌同游戏公司合作创造沉浸式虚拟与现实互动体验。

**趋势四：“精明消费者”开始兴起，价值定义多元化倒逼企业持续创新。**持续通胀以及宏观经济压力让“精打细算”行为从应对机制，演变成了成结构性的消费行为模式。占比超过四分之三的消费者，依旧存在“消费降级”行为，然而其方式已然进化得更为成熟，且呈现出多样化态势，消费者并非只是单纯购买价格较为低廉的替代品。消费者正以更添创意且饱含自豪感的样式“做减法”。“买买买”正被“会省更酷”的社会风尚给替代。值得注意的是，这种资源型消费举动已不再限定于低收入群体，高收入消费者同样踊跃投身

DIY 以及二手市场。这意味着，对“价值”的定义已被彻底改写。它不再单纯地购买低价产品，而是包含了产品的耐用属性、多功能特性、转售价值以及使用成本。这使得企业不得不把“价值优先”提高到核心管理议程的层面，不但要借助精简 SKU、优化供应链去持续削减成本，而且还要把节省下来的成本反馈给消费者，比如提高品质或者降低价格。（TOP 行业报告）

### 3.城市更新不是“一拆了之”，长三角城市如何重写答案？

当前，城市更新已进入“十五五”时期的关键窗口，国务院印发的《城市更新“十五五”规划》明确了 2030 年行动目标，2025 年全国城市更新市场规模预计突破 8.6 万亿元，到 2030 年有望迈上 10 万亿元台阶。但同时，对于长三角这些已经进入城市化成熟期、老龄化加速期、人口红利消退期的城市来说，问题也来了：这笔钱，怎么花才值？答案不在文件里，而在那些已经成功活过来的老街老巷里。

①南京小西湖：一房一策，老院子活出新花样。南京小西湖片区，曾是南京老城南最破旧的区域之一。房子老、管线旧、道路窄，很多院落连独立卫生间都没有。但这里没拆，而是采用了一房一策的笨办法。什么叫一房一策？就是不搞统一标准，每家每户单独研究，有些院子改成了共享院——以前关着门的封闭院落，变成居民和游客都能进的公共客厅；有些院子做成了共生院——原住民继续住着，旁边新添了独

立厨房、卫生间，老宅的功能跟上了现代生活；邻里还一起定了邻里公约，晚上十点以后不喧哗，公共区域轮流打扫，这些规矩不是政府强加的，是居民自己商量出来的。更难得的是，当地居民从方案设计阶段就参与了进来。改不改、改什么、怎么改，不是政府说了算，而是五方平台一起商量——政府、居民、规划师、社区、运营方，坐下来反复讨论。这种全过程人民民主，不是口号，而是真刀真枪地写进了更新方案。



②广州永庆坊：修旧如旧，骑楼街找回尊严。广州永庆坊的改造，被网友称为老广州的新活法。三横五纵的街区格局全部保留，79处建筑遗产、6项非遗项目原封不动，1.2公里的骑楼街传统风貌完整还原——不是仿造，而是修复，用的还是老工艺、老材料。更重要的是，永庆坊成立了共同缔造委员会——居民、专家、媒体、运营方、政府都在里面，

没有任何一方可以单独决策。这种多元共治不是作秀，而是真把居民的声音写进了改造方案。比如，有居民提出，骑楼街不能只开奶茶店，得留点老广州的味道。于是，肠粉店、凉茶铺、粤剧社被保留了下来，和新开的咖啡馆、文创店并排而立。修旧如旧、新旧融合，让永庆坊既守住了老广州的味道，又长出了新消费的热闹。



③成都猛追湾：设计施工运营一体化，烟火气里长出新经济。成都猛追湾的更新，用了一个很专业的词叫“EPC+O”——设计、采购、施工与运营一体化。翻译成大白话就是：从改造的第一天起，就想着以后怎么运营、谁来买单。结果是什么？猛追湾没有变成游客专属的商业街，而是成都人自己也愿意逛的望平坊。烟火气、市井味、乡愁忆、文艺范，四个看似矛盾的元素在这里共存。傍晚时分，火锅店里热气腾腾，隔壁的精酿啤酒馆坐着谈恋爱的年轻人，巷子口的修

鞋匠还在摆摊，老居民端着板凳坐在门口乘凉。这说明一个道理：城市更新不是把老街区做成博物馆，而是让它继续活着——本地人来买菜，游客来打卡，商业和生活互相喂养，谁也离不开谁。



长三角城市对上述城市更新案例如何参照？上海的城市更新，底子厚、要求高、资金足，但最大的挑战是过度商业化。新天地模式太成功，导致很多街区改造后变成了游客专供的拍照打卡地，本地居民反而被挤了出去。租金涨上去，杂货店、裁缝铺、老虎灶被精品咖啡馆和潮牌店取代，街区的生活气被换成了消费气。石库门里弄不能只保留一个外壳，里面换成奢侈品店和精品咖啡馆。要留住原住民，留住亭子间里的市井生活——早点摊、修鞋铺、裁缝店和独立书店、创意工作室可以并存。具体怎么做？可以恢复之前用过的租金双轨制：对保留民生业态的商户给予租金补贴，对新引入

的文化创意产业给予税收优惠，让老邻居和新面孔在同一个屋檐下共存。这才是真正的海派烟火气——不是表演出来的怀旧，而是真实的生活气息。南京最应从成都猛追湾吸取“运营前置”的经验，把小西湖的“一房一策”从单点保护升级为全域串联。南京的城市更新，家底比谁都厚——民国建筑、秦淮河、老城南，随便拎出一个都是文化 IP。但 IP 不等于动能，游客来了拍张照、发个朋友圈，然后转身就走，钱没留下来。问题出在哪？体验太浅，更深层的问题是资源太散。杭州的南宋御街、河坊街改造，曾经是全国标杆。但这些年的问题：商业化过度、本地业态被挤出、游客体验同质化。加上亚运会后，杭州的城市面貌焕然一新，但新有时候也意味着没特点——你去很多城市的新区，会发现它们长得差不多。杭州应该学什么？学成都猛追湾，意味着从设计第一天就想清楚谁来运营、谁来买单，而不是先建再招；学广州永庆坊，意味着让居民、商户、专家、政府一起决定街区业态，而不是开发商的一厢情愿。

长三角城市更新，应该打破行政边界，从各自为政转向区域协同。长三角城市群有共同的历史基因——江南水乡文化、运河文化、海派文化，长三角的城市更新，应该也必须打破行政边界，从各自为政转向区域协同。可以建立长三角城市更新文化资源数据库，把各地的历史建筑、非遗项目、传统技艺统一数字化。同步联合推出长三角城市更新体验路

线：从苏州平江路到南京老城南，从上海石库门到杭州南宋御街，再到绍兴鲁迅故里、嘉兴南湖红船。让游客坐一条高铁，看十种活法。甚至可以统一策划一个品牌，比如长三角老城复兴计划，每年发布一次长三角城市更新指数，给各地城市更新打分、排名、选优。这不仅是城市更新，更是长三角一体化在人文层面的破题。（上海华略智库）

## 【商务动态】

### 1.中国材料大会 2026 在武汉隆重开幕

7月15日，中国材料大会2026在武汉国际博览中心隆重开幕。本届大会设置125个专业分论坛，涵盖能源材料、信息材料、先进结构材料、功能材料与器件、“人工智能+材料”等方向。同期举办第27届中国国际新材料博览会，展览面积约2万平方米，大会规模和展览面积均创历届之最。大会对武汉产业发展的带动作用尤为突出。大会125个前沿分论坛与我市光电子信息、新能源与智能网联汽车等支柱产业深度耦合，搭建了产学研精准对接的高能级平台，是武汉“以产促展、以展育产”理念的生动实践。（湖北日报）

## 【他山之石】

### 1.上海：2026 第三届上海服务消费“+”年华暨西岸国际科技消费嘉年华预热活动启动

上海市于2026年7月9日-10月30日举办2026第三届上海服务消费“+”年华活动，并于7月9日在上海西岸梦

中心龙华码头举办启动仪式。启动仪式上播放了服务消费“+”年华宣传片，并对 26 项重点活动进行了发布。活动以“智启新服务 潮领新消费”为主题，设置五大板块。作为本届“+”年华的重头戏，**科技消费板块**亮点纷呈。2026 西岸国际科技消费嘉年华将打造 TechJoy 科技集市、智能宠物乐园、潮流主题游园会和人机对战赛事，构建全龄友好的滨江科技消费走廊。2026TechJoy 人工智能消费嘉年华联动 2026 世界人工智能大会，通过科技新产品展示、人机体验、科技零售与文创集市，以 AI 视角点燃消费市场。环球新次元主题月以二次元主题场域构建次元体验场景，通过 IP 联动、圈层狂欢维度，实现亲子家庭、青少年、年轻客群的全覆盖。**原神「仲夏派对」**线下主题快闪登陆长宁龙之梦，将游戏中的清凉夏日搬入现实。**文体消费板块**同样精彩纷呈。TheStage 赛博朋克之上海在浦西最高处的白玉兰观景台打造霓虹光影高空派对。第三届瑞虹新天地哈扎劲运动会设置四大板块，含 1 项国家级、10 项市、区级赛事及 12 项商圈原创赛事，打造超 200 场运动体验。中成智谷·设计生活消费季以“设计+生活”为主题，推出艺术展览、文创展销与设计分享会。上生·新所第七届悬疑戏剧展演周在海军俱乐部、孙科别墅等老建筑空间上演沉浸式悬疑戏剧。**美食消费板块**汇集多元风味，打造夏日味蕾盛宴。前滩啤酒咖啡甜品主题活动集结全球 40 家啤酒品牌，开设“咖啡+甜品”双王炸主题市集，

首度打造抹茶专区；2026 虹桥麦啵啵原浆啤酒音乐嘉年华融合精酿啤酒与老上海复古风情；2026 七宝古镇伏羊季以南宋军宴主题带来沉浸式非遗美食体验。商场综合消费板块全面发力。中海环宇城 MAX 柠感夏日以柠黄与绿意场景穿插特色主题市集和浪花派对消解盛夏燥热；百联西郊夏日潮玩生活季推出屋顶开放麦、草坪露天影院与夏日追风计划；虹桥南丰城暑期嗨购+年华带来世界杯球迷、绿洲水乐园与孩之宝玩具嘉年华。金融助力，惠民让利再加码。中国农业银行上海市分行作为金融合作伙伴，针对参与活动的重点商户发放专属消费券，以实实在在的优惠助力市民畅享“+”年华。（上海商务）

## 2.湖南：发布 2026 年《关于支持湘菜创新发展的若干措施》政策项目申报

近日，《湖南省商务厅 湖南省财政厅关于开展 2026 年<关于支持湘菜创新发展的若干措施>政策项目申报工作的通知》发布。支持方向如下：①支持湘菜文化书（典）籍出版，聚焦湘菜历史文化、烹饪技艺、食材研究、健康理念（减盐减油）等领域，鼓励出版兼具学术性、实用性和传播性的典籍，推动湘菜文化传承与推广；②支持行业协会、餐饮企业、科研机构等联合参与湘菜标准制修订工作，聚焦“减盐减油”新湘菜、湘菜食材、烹饪技艺、服务规范等领域，完善湘菜标准体系，推动湘菜产业规范化、标准化发展；③支持市州

依托现有餐饮老街、老旧街区和待有机更新厂区等实施微改造，打造具有地域特色、烟火气息和较强引流能力的餐饮消费集聚区和特色地标美食街区；④支持市州、县（市、区）政府部门主办特色美食餐饮促消费活动，助力持续打造“味道湖南”等美食品牌活动，推广湘菜文化、拉动餐饮消费增长，提升湘菜品牌影响力；⑤支持餐饮经营主体与本科高校、职业院校共建菜品研发中心、生产性实训基地和员工培训基地等，开展“订单式”人才培养，定向为餐饮行业输送专业技术人才和管理人才；⑥支持湘菜主题电影、纪录片、综艺节目和微短剧等创作，创新湘菜文化传播模式，推广健康湘菜理念，全面展现湘菜文化、技艺、历史与产业发展成果；⑦支持网红达人在抖音、快手、视频号、小红书等主流新媒体平台，围绕湘菜文化传承、地方美食推广、农特产品结合、健康理念传播等方向，发布以湘菜为主题的原创短视频，提升湘菜品牌影响力；⑧支持湘菜餐饮经营主体拓展国际市场，鼓励经营主体在国外及港澳地区设立首家门店，推动湘菜文化走向世界，提升湘菜国际品牌影响力。（长沙商务）

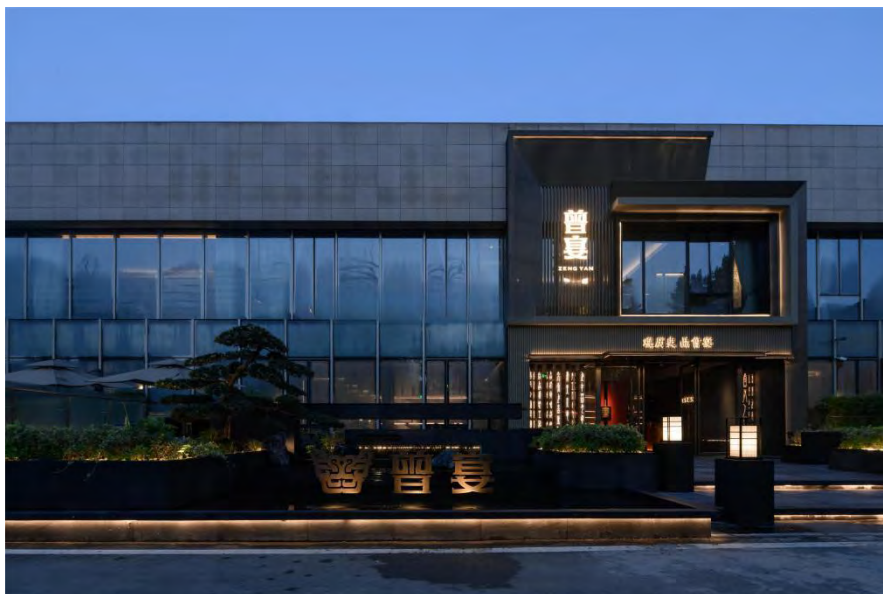
## 【寻味江城】

### 1.曾宴·楚菜一品千年楚味 聆上古雅乐

“叮——”编钟声从餐桌尽头漫开，低沉悠远的楚地雅乐与蒸腾的热气交织。抬头望去，越王勾践剑的青铜复刻品在玻璃展柜中泛着幽光，而你碗里的鱼藏勾践剑正泛着琥珀

色光泽——剑柄处缀着的鱼子酱像露珠，鱼肉如白玉般颤巍巍立在盘中。这不是博物馆展厅，而是隐于湖北省博文化脉络里的“曾宴·楚菜”。

荆楚文脉绵延千载，江汉风物源远流长。当文物入菜、礼乐佐餐成为日常，每一道菜都是探寻荆楚文明的传承之路。餐厅以“文博+美食+礼乐”为核心特色，深度融合楚地历史文物、礼乐文化与特色饮食文化，打造沉浸式楚文化体验空间，是展示、传播、弘扬新时代荆楚文脉的特色文化载体。



曾宴深度挖掘楚地历史与文物内涵，倾力打造全域沉浸式荆楚文化空间。室内精心陈列越王勾践剑、崇阳铜鼓等国宝级文物复刻展品，一器一物，皆承载春秋战国时期楚文明之璀璨印记。步入其间，仿若置身楚文化小型展厅，于烟火日常之中，静品文物背后的千年故事，让原本静置于馆藏中的文化，变得可感、可触、可亲，营造出庄重雅致、底蕴深厚的文化氛围。



礼乐为魂，古韵留香。餐厅每日 17:30—19:30 常态化开展编钟实景演奏。作为楚地礼乐文化的核心代表，悠扬古朴的编钟雅乐萦绕厅堂，将千年楚音与日常用餐场景相融。食客在美食相伴之下聆听上古乐章，实现听觉、视觉、味觉的多维体验，切身感受荆楚礼乐文明的独特魅力。



以食载文，匠心传韵。餐厅秉持“文物入菜、以味叙史”的创作理念，推出多款融合馆藏元素的创意佳肴，让国宝美学化作舌尖风味。招牌菜品鱼藏勾践剑，取新鲜鲈鱼冻精工雕琢为古剑形态，辅以鱼子酱点缀细节，栩栩如生还原越王勾践剑的形制与神韵，鱼肉鲜嫩爽滑，历史传奇与美食技艺完美交融；另一款特色菜品曾侯乙编钟薯蓣，选用优质铁杆山药蒸制捣泥，复刻曾侯乙编钟经典造型，口感醇香丝滑、清润解腻，将国宝编钟的艺术美感融入餐食之中，做到形、意、味三位一体。

美食为桥，文化为脉。曾宴坚守文化传播初心，依托餐饮场景常态化普及荆楚文物知识、传承楚地饮食文化与礼乐文明，跳出传统餐饮的单一属性，以生活化、沉浸式的方式活化千年荆楚文脉，让厚重的楚文化可赏、可品、可感，全方位展现千湖楚地的人文底蕴与风雅气韵。（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