

每周商务动态

2026 年第 75 期

武汉市商务发展促进中心

2026 年 10 月 10 日

本期提要

【政策发布】

- 1.商务部等：发布《关于加强商务和保险协同 做好内贸险有关工作的通知》 1
- 2.商务部：力推品质电商更优发展 2

【商务视野】

- 1.商务部发布“十一”黄金周消费数据 3
- 2.从国庆看到的消费新“升级” 4
- 3.2026 重点省市国庆消费“成绩单” 8

【商务动态】

- 1.武汉楚宝天地即将开业 12

【他山之石】

- 1.重庆：2026 重庆服务消费季开幕 13
- 2.成都：2026 “乐享天府”服务消费季暨成都国际美食嘉年华在蓉启幕 14

【寻味江城】

1.今楚仁和里花园餐厅—闹市藏雅境，一席花园楚饌，慢品 人间烟火	16
附：信息来源（公众号及网站）	20

【政策发布】

1.商务部等：发布《关于加强商务和保险协同 做好内贸险有关工作的通知》

近日，国家金融监督管理总局、商务部联合发布《关于加强商务和保险协同 做好内贸险有关工作的通知》，主要内容如下：**①推进规划。**支持东部地区的北京市、江苏省、福建省、广东省及计划单列市宁波市、深圳市，中西部地区的湖南省、四川省等基础好、潜力大、有意愿的省市加大实践探索力度，因地制宜总结有效经验做法。鼓励更多有条件、有意愿的省市结合自身实际推动内贸险扩面增额；**②重点任务。**精准拓展潜在客户。鼓励地方商务主管部门与保险机构共享内外贸优质企业名录，支持保险机构依托共享名录，为名录内符合承保条件的内外贸企业拓展内贸险服务。支持新兴和中小主体需求。鼓励保险机构针对新领域、新业态经营特点，拓宽授信评判维度，明确风控审核标准，创新差异化承保方案，精准有效支持服务贸易、数字贸易、绿色贸易等新场景发展。完善保障能力供给。推动保险机构夯实内贸险发展基础，充实内贸险专业队伍，加强风控、数据、系统等能力建设，做好内贸险承保资源投入。充分发挥共保体作用。完善内贸险共保体运行机制，增强保险机构承保意愿。推动信用数据共享。采取多种措施化解内贸险市场信息不对称难题，防范逆选择和道德风险。强化业务风险防控，建立行业

协同机制，加强内贸险监管。加大宣传推广力度。（商务部网站）

2.商务部：力推品质电商更优发展

商务部等七部门日前联合印发《关于实施品质电商“五优”行动的通知》，在5个方面部署15项举措，以大力培育品质电商，推进质量标准、产供应链效能、用户体验持续升级，打造“品质供给、品质服务、品质消费”良性循环。①**组织电商平台“品质推优”**。加强品质电商主体培育，推动平台规则向优转型，建立全链路品控体系，引导平台建立首席质量官制度，强化商品质量、服务口碑、信用信息等品质导向，促进品质商品和服务更好触达消费者；②**支持各类商家“品质创优”**。面向中小商家开展定制化培训，创新发展电商消费品牌，深入实施“数商兴农”，增加绿色、有机、名特优新和地理标志农产品供给，开展“电商+产业带”培育行动，推动人工智能与电商深度融合，赋能品质商家市场开拓；③**便利消费主体“品质择优”**。全力办好“全国网上年货节”“双品网购节”等网络促消费活动，围绕“618”“双11”等消费节点持续打造安全放心的网络消费环境，建设集展示、体验、交易、服务于一体的品质消费体验中心，打造线上线下融合品质消费场景，强化消费引导与金融服务；④**引导丝路电商“品质争优”**。构建电商出海良好生态，推动合作从“商品出海”向“规则衔接”升级；培育推广“丝路云品”

品牌，支持优质海外商品首发首秀首展，培育“一国一爆品”，推动电商领域高水平开放；⑤**强化规范标准“长效护优”**。完善电子商务标准体系，纠治“自动跟价”“全网最低价”等无序竞争行为，打击刷单炒信等违法违规行为，规范平台佣金抽成、商家评级等规则，避免挤压品质商家生存空间。推动组建全国性电商行业组织，强化行业自律，引领行业品质建设。（国际商报）

【商务视野】

1.商务部发布“十一”黄金周消费数据

商务部商务大数据显示，10月1日至6日，消费品以旧换新惠及639.2万人次，带动销售额334.8亿元。其中，汽车以旧换新6.8万辆，带动新车销售额109.2亿元；家电以旧换新284.8万台，带动销售额123.4亿元；数码和智能产品购新305.2万件，带动销售额86.8亿元。商务部重点监测的78个步行街（商圈）客流量、营业额同比分别增长2.5%、4.7%。

国庆假期，智能、绿色、健康商品需求旺盛。商务大数据显示，10月1日至6日，重点平台具身智能机器人销售额同比增长1.3倍，智能眼镜销售额同比增长1倍，节水器具销售额同比增长18.1%，外骨骼助力器销售额同比增长12.8%，户外运动装备销售额同比增长10.4%，1级能效洗碗机销售额同比增长8.4%。

全国 200 家大型农副产品批发市场库存充足，粮食、水果价格与节前（9 月 30 日）基本持平，鸡蛋、蔬菜、猪肉价格分别下降 1.7%、0.8%、0.4%，羊肉、牛肉、食用油价格分别上涨 0.3%、0.2%、0.1%。（国际商报）

2.从国庆看到的消费新“升级”

深圳万象城把米其林餐厅摆上了街边，三天涌进 60 万人次；上海新天地时尚闽台风物集，簪花拍照、红砖拓印排起长队；南京德基广场八楼的艺术博物馆，游客戴上手环，从宋代人物中选一个虚拟形象，走进 110 米长的 LED 屏幕上“穿越”入画。与此同时，甘南草原深处的诺尔丹营地，客人正跟着牧民挤牛奶、打酥油；普吉岛 KATA 酒店的情侣，正在海边吹着风画着贝壳。一边是城市商圈把精致内容搬上街头，一边是度假酒店把在地体验做成了慢生活。看起来是两件不相干的事，但背后指向同一个变化：消费不再只是“买什么”，而是“怎么过”。

①生活总是在别处，商场不再只当货架。过去逛商场，进门，逛店，掏钱，走人。现在反过来。深圳万象城，中秋国庆期间，把米其林、黑珍珠从精致餐厅里拽出来摆到街边。你可以穿着拖鞋去吃，端着盘子，边走边看主厨讲解。米其林的水准没变，吃它的方式变了，门槛拆掉了，体验反而多了。上海久光中心，开出 ASALI 国际甜品节和奶酪手账艺术节。40 多个甜品品牌，搭配拼豆大赛、迷你农场，静安消费

券叠加商场大促,也成了本地人的微度假之选。成都 CyPARK, 国际咖啡节已经办了几届,但一直在迭代。成都万象城, B1 层的 IN-BETWEEN 在国庆当天亮相,由原 Olé超市及公共区域改造而来,41 个品牌把负一层变成了可社交、可体验的松弛场域。灵感之岛、物与日常、万物一口、四方餐桌…不同功能分区的体验和内容,背后藏着项目重新书写成都商业格局和文旅影响力的野心。



②商业地产两兄弟,看看酒店在玩什么。从购物中心各种集市各种节,看到的其实是从“让你选”变成“带你玩”。而“谁会带人玩”变成了时下高端酒店、文旅新贵们的必备技能。人们互相推荐酒店和旅行路线,不再只是强调硬装和用材,更偏爱关注酒店提供的公共服务、活动体验、在地风物、文化演绎。商场组局的另一面,是酒店在想办法帮你把一天排满。香格里拉匠庐·赛朵游牧,就在纳帕海几栋老房子建筑里,入住后管家的消息就没停过——可以去做藏香了,

围炉煮茶开始了，奔子栏的红酒品鉴开始了，晚安粥送来了。甘南诺尔丹营地，每年只开放五个月，仅设 9 间独栋木屋，近 50 位工作人员服务 9 间房。每日三餐、接送机、人文自然活动全程包含。可体验骑马骑牦牛、跟牧民挤奶打酥油、探访拉卜楞寺、参观诺乐工坊。松赞和始祖鸟的合作也是同一个路子。2022 年 7 月，始祖鸟与松赞达成五年战略合作，在香格里拉松赞林卡开设了国内首家“目的地门店”。住松赞的客人，可以用会员积分租始祖鸟的 Beta 系列冲锋衣去徒步。一件几千块的硬壳，你不用买，穿着它走进雪山就行。这些安排串在一起就是一段有节奏的，崭新的日子。你不需要自己规划，不需要查攻略，不需要在陌生地方做选择题，酒店替你做了这一切。酒店也在学同一件事：怎么让人觉得，住这儿不只是歇脚，是换一种活法。



③好体验的秘密，把重的东西做轻。把这些案例拆开看，

当下流行的体验消费内容大致走了四条路：**第一，把本地文化做成可上手的事。**不是参观，不是讲解，是让你自己动手。拓印经幡、手工藏香、挤奶打酥油、学做糌粑。门槛低，谁都能做，做完有东西带走。**第二，把高端符号放进日常场景。**和成熟专业品牌合作 SPA，用奢侈品同款面料的牦牛绒做布艺做话题，在酒店里开户外品牌目的地门店。你穿着始祖鸟走进雪山，盖着爱马仕同款牦牛绒入睡。高级的东西被拆掉了架子，变得可以亲近。**第三，把日常内容做得精致。**围炉煮茶本来是藏民日常，被做成入住体验的一环。酥油茶制作、煨桑祈福、晚安粥、藏药泡脚包，都被安排得有节奏、有仪式感。你不是在“体验藏文化”，你是在过一种被精心设计过的日子。**第四，把时间压缩成密度极高的体验。**只开五个月的牧场酒店、只有几天集中体验的全球高手局、只有天气好才能遇到的自然美景。你花的钱买的不只是住宿，是一段被高度压缩的时间。



这几条路，购物中心完全可以学。把高级餐厅摆到街边，走的是第一条和第二条。把慢愈空间放进负一层，走的也是第一条和第三条。把商场、小镇、酒店串在一起，走的是第四条。把贵的、烦琐的东西，简单化、生活化地呈现。把国外的、遥远的内容，带过来集中展示。其实我们总觉得人们保守了不愿意消费了，却忽略了依然有品牌找到了新的消费者，这些池子从哪里来？团购是一方面，但更多的是打破边界重新审视关系。不是让品牌彻底放弃自我包装，是需要以一种更轻松友好的方式接触新客户。

米其林餐厅摆到街边做集市，Asia's 50 Best Bars 的鸡尾酒吧街头演绎，可不是消费降级。这些单品抛开了装修成本、服务成本、器皿和分量，单价可能维持甚至更贵。品质没降，体验反而多了。现在的消费者要的不是便宜，是实质性内容的体验，是时间压缩到极致后，新鲜和跳脱带来的惊喜。把米其林摆到街边，把非遗传承人请进院子，本质上都在回答同一个问题——不是你需要什么，而是你想怎么过。把贵的变轻，把远的拉近，把日常变得值得记住。这大概是眼下最实在的一种消费升级。（感性城市 SCity）

3.2026 重点省市国庆消费“成绩单”

北京：据北京市商务局数据，国庆假期（2026 年 10 月 1 日-7 日）全市重点监测的 127 家企业累计实现销售 79.5 亿元。据手机信令和第三方大数据，假日期间全市 70 个重点

商圈客流 6035 万人次，同比增长 5.2%；实现消费金额 156.8 亿元。

上海：据上海旅游大数据监测，10 月 1 日至 7 日，上海共接待游客 2020.54 万人次。另据上海市商务委数据，国庆假期(9 月 30 日至 10 月 6 日)，全市线上线下消费金额 762.4 亿元，同比增长 9.9%。其中，线下消费金额 400.4 亿元，同比增长 15.1%；线上消费金额 362 亿元，同比增长 4.7%。其中，市区两级投放各类消费券，带动销售额 25.07 亿元。入境消费方面，全市离境退税销售额同比增长 47%，即买即退销售额同比增长 1.1 倍。

广州：国庆 7 天，据商务部门重点监测企业数据，零售企业零售额同比增长 10.1%，住宿、餐饮企业营业额分别增长 7%、6.3%。期间全市累计接待游客 1605 万人次，实现文旅消费总额 145 亿元，同口径分别增长 5.5%、5.9%。各大商圈假期同步炸场，天河路商圈客流超 1400 万人次；北京路步行街客流近 400 万人次；长隆万博商圈累计吸引客流 467 万人次，同比增长 14.5%。

深圳：据深圳市文化广电旅游体育局初步测算，2026 年国庆假期全市接待游客 919.93 万人次，实现旅游花费 87.86 亿元，日均分别同比增长 14.2%、12.3%。10 月 1 日至 7 日，深圳全市监测的 24 个重点商圈累计客流量同比增长 16.78%。

天津：据中国联通大数据，国庆假期，天津接待游客人

次和游客总花费按可比口径同比实现双增长，人均消费达 98754 家商贸流通企业累计实现销售额 26.6 亿元，同比增长 1.9%；累计到店客流量达 1840 万人次，同比增长 3.1%。

重庆：据重庆市商务委员会数据，按照可比口径，国庆期间全市消费总额同比增长 4.6%。其中，文旅消费在全市整体消费中占比达 26.13%，带动“吃住行游购娱”消费金额分别同比增长 7.94%、7.85%、9.55%、7.27%、12.26%、7.70%。

成都：据智慧商务大数据平台和相关行业监测，10 月 1 日至 10 月 7 日，成都市线上线下合计实现消费金额约 814.3 亿元，同比增长 6.1%。成都市重点监测的 11 个商圈合计吸引客流约 2306.7 万人，同比增长 1.3%，合计实现营收约 33.2 亿元，同比增长 1.7%。其中，春熙路商圈客流同比增长 2.6%，营收同比增长 5.4%；西博城商圈客流同比增长 13.7%，营收同比增长 6.6%；温江光华商圈客流同比增长 15.5%，营收同比增长 13.1%。

南京：银联商务监测大数据显示，国庆假期全市消费（零售、餐饮、住宿）金额同比增长 5.3%，消费人次同比增长 9.8%。其中，南京文旅消费总金额达 109.7 亿元，异地文旅消费 74.7 亿元，同比增长 7%，外地游客成为拉动南京文旅经济增长的核心主力。南京智慧旅游大数据运行监测平台数据显示，国庆假期，全市景区景点、文博场馆、乡村旅游、国家级夜间文旅消费集聚区等各类文旅监测点累计接待游

客 1795.6 万人次，日均同比增长 5.2%。美团旅行平台数据显示，南京位列长线游热门目的地城市 TOP1。

杭州：据杭州市文化广电旅游局数据，10 月 1 日至 7 日，杭州各景区景点（含乡村旅游）累计接待游客 1996.21 万人次。杭州市商务局数据显示，9 月 30 日至 10 月 6 日，全市批发、零售、餐饮、住宿和娱乐五大行业消费总金额达 218.78 亿元，同比增长 1.3%。钱江新城、武林、湖滨、奥体四大商圈消费总金额达 20.48 亿元、增长 19.0%，杭州大厦等 27 家重点商场销售额增长 6%。

武汉：据银联商务大数据监测，国庆假期，武汉市累计线下零售消费 149.54 亿元，同比增长 7.76%；消费人次 3723.95 万，同比增长 23.99%。

长沙：据手机信令大数据建模分析，2026 年国庆假期 7 天长沙市共接待游客 949.03 万人次；据银联商务大数据建模分析，旅游消费交易总额达 79.01 亿元。此外，五一商圈核心区 10 月 1-6 日累计客流为 636.41 万人次，同比增长 1.17%。

西安：西安文旅发布数据，据测算，2026 年国庆假日 7 天，西安市接待游客 1898.80 万人次，按可比口径同比增长 8.08%；游客总花费 186.05 亿元，按可比口径同比增长 6.53%，增速高于预期；重点监测的 16 家景区接待游客 219.9 万人次，同比增长 16.19%。美团旅行平台数据显示，西安位列长线游热门目的地城市第 2 位。会同市商务局联动超 500 家商户推

出“长安有戏·乐购金秋”2026 西安秦腔·商业联动暨金秋购物季活动，带动老城根 G-park、万象城等 10 个重点商贸综合体客流量达到 621.7 万人次，销售额达到 7.75 亿元。

海南：据海口海关统计，2026 年国庆假期（10 月 1—7 日），海口海关共监管海南离岛免税购物金额、人数、购物件数分别为 8.55 亿元、12.3 万人次、69.68 万件。（赢商网）

【商务动态】

1.武汉楚宝天地即将开业

10 月 13 日，由武汉城建集团携手华润万象生活联合打造的非标商业楚宝天地将正式开业。这片约 5 万方的城市商业新地标，曾经是老汉口耳熟能详的小黄鱼一条街。而今，行走在楚宝天地街区间，复古洋行拱券、立柱建筑细节呼应中山大道百年风貌；错落的里份巷道、独栋院落、开放广场与口袋公园，复刻老汉口街巷肌理。街区潮玩、香氛、美妆、文创、餐饮业态全覆盖，新店云集、业态多元，成为年轻人的潮流聚集地。老万成副食店旧址原样修缮活化，历史遗存不再是玻璃柜中的标本，直接融入逛街、休憩、社交的日常场景。在这里，轻逛可以快速打卡取景，久留也能够消磨完整闲暇时光。外地游客读懂汉口百年过往，本地市民在老空间体验全新生活方式。

ROARINGWILD、onemoment 等一批华中/武汉首店带来潮流新鲜感，武汉最大面积三层 MUJI 店、盒马鲜生丰富日

常消费选择。布兰兔植物庄园华中区首店，融合原创瓷器、茶器与花果调味茶，兼顾传统茶客与年轻群体的口味。名创优品 IP 主题大店 MINISO IP STORE 如同潮玩乐园，盲盒、毛绒公仔、手办、文创周边一应俱全。（长江日报）

【他山之石】

1.重庆：2026 重庆服务消费季开幕

9月29日，2026 重庆服务消费季暨第 18 届中国（重庆）火锅美食文化嘉年华启动仪式在大渡口区重庆火锅港举行。本次活动以“重庆服务·渝悦生活”为主题，活动周期从 9 月持续至 11 月，全市统筹推出超 100 场主题消费活动，全方位激活餐饮、文旅、体育、康养、家政等重点领域服务消费市场，以多元消费新场景培育新业态新模式，为国际消费中心城市建设注入强劲动能。

本届活动以重庆火锅城市超级 IP 作为启动抓手，同步开启第 18 届中国（重庆）火锅美食文化嘉年华，打造特色餐饮服务消费新场景。主会场落地全新地标“重庆火锅港”，融合港口、工业、露营风格，打造桥、崖、街、洞、江、园六大主题场景，沿 1.2 公里滨江步道布设超 270 桌用餐席位，营造“万人同烫火锅、全景共览重庆”沉浸式消费体验。与此同时，现场设置潮辣市集，汇聚 100 余个特色美食和国货展位，特设渝疆同心·新星好物专区，展示新疆生产建设兵团第十三师新星市特色农产品与美食。活动现场同步发布中

英双语版《重庆美食》智慧地图，划分“重庆本味、华夏百味、环球珍味”三大板块，集成门店导航、菜品推荐、营业信息查询功能，实现“一图在手，吃遍重庆”，打造全域智慧美食服务消费指南。

依托本次消费季契机，全市支持养老服务机构、社区服务站点推出多样化体验式消费项目，推动康养服务下沉社区，精准匹配老年人休闲、健康、照护等多元化、品质化消费需求，持续壮大银发经济规模。此外，鼓励家政行业跨界融合，大力发展“家政+养老、家政+托育、家政+物业”新业态，把保洁、陪护、育儿、居家适老化改造等服务送到居民家门口，丰富社区便民服务供给，提升居民生活服务消费便利度。

服务消费季以高水平赛事和群众体育活动为载体，持续激发体育服务消费新动能。活动期间引进承办中国国际山地户外运动公开赛、全国十城市网球邀请赛等高规格体育赛事，将赛事“流量”有效转化为消费“增量”。活动还将整合全市优质文旅资源，做强文旅服务消费。集中推出涪陵白鹤梁旅游文化嘉年华、武隆仙女山露营音乐季、巫山国际红叶节等一批品牌文旅活动，配套实施惠民票价补贴和消费优惠政策。（上游新闻）

2.成都：2026“乐享天府”服务消费季暨成都国际美食嘉年华在蓉启幕

9月29日，2026“乐享天府”服务消费季暨成都国际美

食嘉年华在铁像寺水街正式启动。本次活动由四川省商务厅、四川省文化和旅游厅、四川省体育局联合主办，成都市商务局承办，抢抓国庆黄金周消费契机，串联美食、家政、文旅、体育、数字科技等多元服务消费，激活假日消费市场。本次活动围绕扩大优质供给、推动服务消费提质扩容。现场以国潮巡演首秀、AI 创意短剧精彩开场，通过一本《美好生活攻略》，以故事化情节展现四川服务消费机遇和活力。同时，京东研究院基于服务消费发展态势，为四川业态创新提供专业参考。成都、绵阳、南充 3 个国家服务消费“三新”试点城市也进行了主题推介。

活动现场，家政行业代表发起行业倡议，高德发布天府烟火小店专区，来自英国的美食推荐官推介成都特色美食，乐享天府服务消费礼包同步开启发放通道，其中餐饮消费券于 9 月 30 日至 10 月 31 日每日 10 点在云闪付、大众点评、抖音三大平台投放，最高立减 240 元，覆盖全省众多品牌餐饮商户，以消费红利惠及广大群众。同步开启的“美好生活里”主题市集，为市民游客带来沉浸式消费体验，市集开放时间为 9 月 29 日至 10 月 7 日。60 余家优质企业汇聚铁像寺水街，设置美味人间、好享万家、生趣潮玩、活色生香四大展区，包含本土老字号、烟火小店、科创企业等，打造多业态融合消费场景。

集市还专门遴选 6 家“村糖优品”代表企业参展，涵盖

特色酒水饮品、农特加工食品、高原农产等。现场同步开展美食护照打卡、互动体验，扫码可领《美好生活攻略》及“蜀里安逸”餐饮惠民消费券。

作为亚洲首个联合国教科文组织“国际美食之都”，成都多年来始终以美食为纽带，持续推动跨地域、跨国界的美食文化互鉴与产业协作。本次嘉年华特别邀请顺德、澳门、扬州、淮安、潮州、泉州 6 座“国际美食之都”城市代表来蓉，设置经验分享、座谈交流等多个环节，各城市代表围绕美食文化传承、餐饮产业创新、国际传播路径等议题展开深入交流，让各具特色的东方饮食文化在交流中焕发新的活力。

成都各区（市）县同步启动系列美食促消费活动，丰富群众节日期间消费选择。新都区自 9 月 23 日启动新都区美食嘉年华，活动持续至 10 月 7 日，彭州市在 9 月 21 日至 10 月 7 日上线“金秋时光·寻味彭州”餐饮消费券，新津区将于 10 月 1 日至 11 月 15 日开展第十四届鱼头火锅消费季，温江区将于 11 月陆续推出美食消费季活动，形成“主会场引领、全域多点开花”的消费格局。（红星新闻）

【寻味江城】

1.今楚仁和里花园餐厅—闹市藏雅境，一席花园楚饌，慢品人间烟火

一步一窗揽胜景，一草一木遇清欢，说的便是隐匿于闹市一隅的今楚仁和里花园餐厅。餐厅坐落于青山区冶金大道，

地处印象城与武钢医院之间，坐拥闹中取静的优越区位，是青山片区高端创意楚菜的标杆食府。踏入店内，石板小径蜿蜒，四时草木错落环绕，轻柔乐曲缓缓萦绕耳畔。不必远赴郊野山林，便可栖身一方治愈花园。移步皆成景，转角皆风华，人在景中坐，食在花间享。都市喧嚣被层层绿意隔绝，微风拂面，闲看云卷云舒。于此卸下步履匆匆，于一花一木间舒展心绪，于一饮一食中品读岁月温柔，将寻常家宴、亲友小聚，酿成悠然闲适的人间慢时光。



景致悦目，食味抚心。餐厅深耕荆楚饮食文脉，坚守食材本真本源，融八方巧思于传统烹调，以匠心打磨创意楚馐。摒弃繁复花哨的技法，专注还原食材原生风味，让每一道精心烹制的佳肴，都成为对日常烟火、人间生活的温柔犒赏。



武昌鱼烧肉圆：武昌滨水而立，依江而兴，江鲜、肉饌自古便是荆楚家宴的席上核心。这道经典菜品承袭楚地千年食俗，甄选江城鲜活武昌鱼，搭配手工捶剁的鲜猪肉圆慢火同烹。鱼肉细嫩清甜，充分吸饱醇厚汤汁；手工肉圆紧实弹润、鲜香入味。鱼脂的鲜甜与肉香完美交融，汤汁浓郁绵长，上桌便鲜香满室。鱼寓年年有余，圆寄阖家圆满，一席佳肴，藏尽湖乡风物与团圆期许，是江城人相聚叙旧、待客设宴的地道故土风味。

招牌水晶扣肉：作为荆楚宴席的经典硬菜，招牌水晶扣肉经文火慢煨、层层入味，成品色泽酱红油亮，肉质通透莹润，宛如水晶剔透。肉质煨至酥而不烂、软糯有度，多余油脂尽数消融，入口醇香绵密、肥而不腻。醇厚酱汁浸透每一寸肉质肌理，咸香回甘、韵味悠长。菜品品相端庄大气、质感十足，但凡设宴待客，此菜上桌，便稳稳撑起整席宴席的体面与仪式感。



潮汕鲜汤牛肉：守楚味之本，融四方之鲜。餐厅兼容八

方风味，甄选优质土黄牛打造潮汕鲜汤牛肉。以新鲜牛骨长时间慢吊清汤，汤底澄澈清亮、温润回甘，一口入喉，暖意直抵心底。牛肉切至薄如蝉翼，肥瘦纹理匀称有致，稍加涮煮即可食用，入口细嫩滑爽、鲜甜纯粹。全程轻烹简料，不添重味喧宾夺主，依托食材本身的质感碰撞出本真鲜韵，清鲜解腻、温润适口，在浓郁厚重的楚味宴席中，平添一抹清爽别致的江湖风味。

黑松露小菜根：取当季鲜嫩小菜根，天然清甜、脆嫩无渣，保留食材最本真的清爽口感。糅合黑松露独有的馥郁幽香，高级醇厚的香气缓缓浸润菜根肌理，鲜香相融、层次递进。入口脆爽润泽、清馨回甘，鲜感层层绽放，清爽不寡淡、雅致不厚重。贴合楚菜“本味为先、清润解腻”的饮食章法，中和整席荤食厚重感，低脂清爽、温润适口，是宴席中提亮口感、平衡风味的精致清蔬佳品。

满园花木藏闲意，一席珍馐慰人心。今楚仁和里花园餐厅，将雅致花园景致与创意荆楚风味完美相融，把自然风光、匠心美食与温情相聚巧妙相融。于繁华闹市辟一方静谧雅境，让食客坐赏园景、闲品珍馐、畅叙温情，在方寸烟火食事间，尽览江城独有的惬意温柔与人间浪漫。（武汉市商务发展促进中心联合武汉餐饮协会联合采稿）

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