

每周商务动态

2026 年第 27 期

武汉市商务发展促进中心

2026 年 4 月 17 日

本期提要

【政策发布】	1
1.商务部等：发布《关于开展 2026 年“健康消费月”活动的通知》	1
2.商务部：三方面推动服务业高质量发展	2
3.财政部等：发布《关于开展 2026 年度中央财政支持实施城市更新行动的通知》	3
【商务视野】	3
1.全国服务业大会六大维度深度观察	3
2.借鉴海南消博会经验 推动两江新区打造西部会展核心区的建议 ...	6
3.谁是“体验经济”的“主理人”？	12
【商务动态】	14
1.第 139 届广交会湖北交易团规模质量双跃升	14
【他山之石】	16
1.北京：会展经济与文化创意行业产教融合共同体成立	16
2.北京：发布“畅游北京”扫街榜及文旅地图	17
【寻味江城】	19
1.大自然花溪院子·民间手艺菜——一席民间宴，品味湖北鲜	19
附：信息来源（公众号及网站）	22

【政策发布】

1.商务部等：发布《关于开展2026年“健康消费月”活动的通知》

4月10日，商务部等5部门发布《关于开展2026年“健康消费月”活动的通知》，重点任务如下：**①倡导健康饮食。**大力推广绿色、有机、名特优新和地理标志农产品，加强产销衔接，增加优质农产品供给，聚焦水果等农产品组织消费促进活动。引导批零企业设立优质农产品专区、专柜。强化餐饮营养健康工程建设，支持餐饮企业全面推进厨房“减盐、减油、减糖”，推广使用食养指南，发展养生餐、老年餐、轻食简餐等餐饮细分市场。引导加大老人和学生乳品消费。指导基层医疗卫生机构为高血压、肥胖症等患者提供合理膳食指导；**②加强健身运动。**结合地方特色和资源优势，因地制宜打造带动效果好、群众参与性强的品牌赛事。持续开展“跟着赛事去旅行”等活动。加强全民健身场地设施建设，支持符合条件的公共体育场馆免费或低收费开放。积极培育冰雪、水上等休闲运动项目；**③优化养老服务。**实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目，持续做好遴选智能养老服务机器人试点项目。实施老年护理服务能力提升行动，发展医养结合服务，增加老年护理资源供给；**④推广健康服务。**组织健康咨询、体质监测等活动，推广健康管理服务。引导运动康复中心、康养基地、医疗机构等，开发和

推介体验性强、参与度广的康复疗养、休闲养生、中医理疗健康产品。指导零售药店推出健康促进、营养保健等便民服务，打造“健康驿站”。

鼓励金融机构、电商平台等策划“百城万店”等健康消费专属活动，强化营销费用、积分权益、展示推广支持措施，推出积分抵扣、随机抽奖、支付满减等优惠，提升群众健康消费意愿。联动购物餐饮、文旅体育、健康服务等各领域商户，推出联合促销、关联赠券等活动，串联健康消费场景。

（商务部网站）

2.商务部：三方面推动服务业高质量发展

4月16日，在商务部例行新闻发布会上，商务部发言人表示，在推动服务业高质量发展方面，商务部将重点做好以下三方面工作：**第一，促进服务消费扩容升级。**服务消费，一头连着经济，一头连着民生。将坚持惠民生和促消费相结合，投资于物和投资于人相结合，坚持“对外开放、对内放开”，深入推进消费新业态新模式新场景试点，推动家政、住宿、餐饮等生活服务业高品质、多样化、便利化发展。**第二，推进服务业开放合作。**一方面，有序扩大增值电信业务、生物技术、外商独资医院等领域开放试点，完善跨境服务贸易负面清单管理制度，另一方面，统筹布局建设国家服务贸易创新发展示范区等平台，培育服务出口新动能，提升“中国服务”国际竞争力。**第三，推动批发零售业创新提升。**批发

零售业是服务业的重要组成部分。将引导大宗商品现货市场合理布局，丰富工业消费品市场经营业态，培育骨干农产品批发市场。实施零售业创新提升工程，“一店一策”打造消费新场景，激发下沉市场消费活力。（商务部网站）

3.财政部等：发布《关于开展 2026 年度中央财政支持实施城市更新行动的通知》

4月13日，财政部办公厅、住房城乡建设部办公厅发布《关于开展 2026 年度中央财政支持实施城市更新行动的通知》。通知指出，财政部、住房城乡建设部通过竞争性选拔，确定部分基础条件好、积极性高、特色突出的城市，在城市层面整合各类资源，探索建立资金、用地、金融等各类要素保障机制，形成工作合力。中央财政对入围城市给予定额补助。其中：东部地区每个城市补助总额不超过 8 亿元，中部地区每个城市补助总额不超过 10 亿元，西部地区每个城市补助总额不超过 12 亿元。入围城市制定城市更新工作方案，统筹使用中央和地方资金，明显提升城市基础设施水平，改善老旧片区人居环境，完善法规制度、规划标准、投融资机制及相关配套政策，探索城市更新可复制、可推广的机制和模式。2026 年，中央财政支持实施城市更新工作的范围为地级及以上城市，共评选不超过 15 个城市。（中国政府网）

【商务视野】

1.全国服务业大会六大维度深度观察

4月7日至8日，新时代首次全国服务业大会在北京召开。本文从产业协同、供需适配、内需驱动、质效升级、区域均衡、开放赋能六大核心维度深入解读，看清中国服务业高质量发展的清晰航向。

①产业协同：发挥产业纽带作用，夯实现代化产业体系基础。在现代化产业体系建设进程中，服务业早已跳出制造业、农业配套附属的定位，成为串联全产业链、提升产业核心竞争力的关键纽带，这也是本次大会释放的首要鲜明信号。大会明确将服务业与先进制造业、现代农业摆在同等重要位置，着力构建先进制造、现代服务、现代农业深度融合、互促共进的产业格局，直击长期以来我国产业割裂、协同不足的发展痛点。

②供需适配：优化服务供给结构，推动供需两端精准匹配。我国服务业增加值已突破80万亿元，产业规模稳居世界前列，但“大而不强、全而不优”的问题依然突出，供需错配、高端服务供给不足、低端服务供给过剩，成为制约行业提质发展的顽疾，也是本次大会重点破解的核心矛盾。大会以“扩能提质”为主线，本质是推动服务业从“有没有”的规模供给，转向“好不好”的品质供给，实现供需两端的精准适配。

③内需驱动：扛起经济增长主引擎，激活消费增长内生动力。当前我国经济正处于扩大内需、提振消费的关键阶段，

服务业作为吸纳就业最广、覆盖消费最全的产业，已然成为拉动经济增长的核心支撑，这也是大会部署服务业发展工作的重要现实考量。会议聚焦服务消费扩容提质，将服务业发展与扩大内需战略深度绑定，为经济持续平稳回升注入持久动力。从消费结构演变来看，服务消费已成为居民消费升级的主要方向，文旅、康养、家政、教育、医疗等服务消费增速，持续快于商品消费，成为拉动消费增长的第一动力。同时，服务业吸纳了全国近半数就业人口，稳住服务业发展，就是稳就业、稳居民收入，进而撬动全民消费潜力持续释放。

④质效升级：告别粗放增长模式，迈向高质量发展新征程。过去我国服务业发展多依赖粗放式规模扩张，行业标准化建设不足、数字化水平偏低、品牌竞争力薄弱、劳动生产率不高等问题较为突出，难以适配经济高质量发展的整体要求。本次大会明确提出，推动服务业向数智化、标准化、融合化、国际化转型，标志着我国服务业正式告别粗放增长，全面迈入质效双升的转型新阶段。会议将科技赋能、标准引领作为提质增效的核心抓手，一方面加快数字技术与服务业深度融合，推进传统服务业数字化改造，培育智慧服务、平台服务等新业态，提升行业整体运行效率；另一方面健全服务业标准体系，整治低价恶性竞争，规范市场秩序，推动行业从分散粗放向集约精细转变。

⑤区域均衡：统筹城乡区域协调，补齐均衡发展民生短

板。区域、城乡发展不均衡，是我国服务业发展的另一突出短板：东部沿海地区高端服务业集聚，中西部地区服务资源相对匮乏；城市服务供给充足，县域农村基层服务设施薄弱、服务品质偏低，这既违背共同富裕发展要求，也制约服务业整体发展水平提升。本次大会立足区域协调发展战略，着力构建全域协同、城乡统筹的服务业发展新格局，全力缩小区域、城乡间发展差距。大会提出差异化发展路径，东部地区聚焦高端服务创新，打造服务经济发展高地；中西部地区依托自身资源禀赋，发展特色服务、普惠服务；推动城市优质服务资源向县域、农村下沉，完善基层服务网络，重点补齐养老、托育、医疗、便民服务等民生短板。

⑥开放赋能：稳步扩大对外开放，提升“中国服务”国际竞争力。高水平对外开放，是推动服务业提质升级的重要路径，也是提升我国全球价值链地位的关键抓手。顺应全球服务贸易快速发展的趋势，本次大会立足制度型开放，明确有序扩大服务业对外开放，推动“中国服务”稳步走出去，全面提升服务业国际竞争力。会议提出，稳步放宽电信、医疗、教育、金融等领域市场准入，吸引全球高端服务资源进入国内，倒逼本土服务业提质升级；同时培育壮大本土服务品牌，推动数字服务、文旅服务、研发服务等优势服务出口，主动对接国际高标准服务贸易规则。（中庸管理）

2.借鉴海南消博会经验 推动两江新区打造西部会展核心区

的建议

会展经济是城市发展的“加速器”和“风向标”。海南中国国际消费品博览会依托自贸港政策，六年内实现展览面积增长 78.8%、意向成交额超 1500 亿元的跨越式发展，其“展品变商品、展商变投资商”的成熟模式，对正全力打造“国际消费中心城市”的重庆具有重要借鉴意义。两江新区作为重庆经济发展的主战场，应以悦来国际会展城为核心，系统破解“有展无城、客流难留”的痛点，通过引进顶级运营商打造“悦来-蔡家嘉陵江文旅娱乐带”、深度链接中央公园消费区，加速建设成为西部会展经济核心区。

一、消博会的成功经验与核心启示

海南消博会自 2021 年首届举办以来，已迅速成长为亚太地区规模最大的消费精品展。其成功不仅在于规模的增长，更在于对区域经济的深度拉动，对两江新区发展会展经济有以下几点核心启示：

①**政策红利是“强引擎”**：依托海南自贸港“零关税、低税率、简税制”政策，消博会实现了展品“即展即销”。六年间，累计吸引 70 余家头部企业从“参展商”转变为“投资商”，如雅诗兰黛集团在海南落地旅游零售亚太区物流中心。这启示我们，必须将会展政策与区域招商引资政策深度捆绑。

②**产业带动是“硬道理”**：消博会不仅带动了海南会展

业的爆发（2025年拉动消费33亿元），更深刻改变了海南的经济结构，推动其从“旅游目的地”向“消费枢纽”转型。例如，2025年消博会期间，海南离岛免税购物金额达4.18亿元，酒店平均入住率高达98%。

③配套协同是“软实力”：消博会从第四届开始首创“1+N”全岛办展模式，将主会场与免税购物、游艇、健康消费等分会场联动，极大地延长了客商停留时间，提升了消费转化率。

二、两江新区发展会展经济的现状与挑战

两江新区拥有以悦来国际会展城为核心的西部最大现代化展馆集群，硬件设施一流。但根据2024-2025年最新数据对标分析，我们发现仍存在三大短板，制约了会展经济效能的充分发挥。

一是核心承载与联动效应不足。单年次悦来举办智博会、西洽会等重磅展会62场，展览面积272万平方米。但展馆平均利用率仅为28%，距国际知名展馆35%以上的理想水平仍有差距。展会期间客流高度集中，但“展后即走”，未能有效带动周边区域消费，缺乏类似消博会“1+N”全岛联动的成熟模式。

二是专业配套与客商体验滞后。悦来及周边中高端酒店床位不足5000个。智博会期间，核心区酒店入住率达100%，大量客商被迫远宿至20公里外。周边人均餐饮配套面积仅为0.6平方米，远低于国家标准的1.2平方米。高端特色餐

饮、休闲娱乐、夜间经济等配套设施的短缺，导致“人气”无法有效转化为“商气”，单客消费潜力未被充分挖掘。

三是产业转化与投资落地率低。近三年通过展会对接企业超 2500 家，但最终落地率不足 6%，与消博会“展商变投资商”超过 10%的转化水平存在明显差距。核心原因是转化机制不健全，缺乏类似消博会的“一站式”投资服务窗口和长效跟踪机制，企业从接触到落地的周期长、成本高。

三、打造“一核两翼”大悦来会展经济圈的具体建议

借鉴消博会“以展带城、城展融合”的经验，建议以悦来会展中心为极核，向西（蔡家）打造文旅娱乐带，向东（中央公园）拓展消费体验，构建“一核两翼”的西部会展核心区。

（一）强化“一核”：提升悦来会展极核功能

做优专业服务，对标国际标准：设立“两江新区会展服务绿色通道”，为参展商提供一站式的通关、物流、知识产权保护服务。借鉴消博会“展品变商品”模式，在悦来设立“保税展示交易中心”，允许符合条件的展品在展后转入保税仓，通过“保税+跨境电商”模式持续销售。

做强品牌展会，聚焦前沿领域：持续办好智博会，并重点围绕智能网联新能源汽车、工业互联网、医疗器械等重庆优势产业，培育一批“新、奇、特”的专业精品展，提升高端展会的国际化水平和行业话语权。

（二）激活“西翼”：引进顶级运营商，打造“悦来-蔡家嘉陵江文旅娱乐带”

针对悦来高端商务接待能力不足、夜间经济匮乏的问题，提出以下系统性解决方案：

采用“红树林”模式，打造蔡家娱乐综合体：借鉴海南三亚湾红树林度假世界的成功经验，在悦来会展中心正对面的蔡家半岛核心滨江地块，定向引进如红树林、长隆等具有成熟经验的顶级文旅运营商，整体打造一个规模不低于 30 万平方米的“蔡家会展娱乐城”。该综合体应包含：一座全年运营的室内水乐园，解决重庆季节性旅游痛点，为参展商及随行家属提供全天候休闲体验。一条滨江商业美食街，汇聚重庆老字号、全国特色餐饮及国际美食，承接会展客群的高频次餐饮需求。一个大型演艺剧场，常态化上演诸如“重庆 1949”“武隆印象”等沉浸式剧目，丰富会展客商的夜间文化生活。多家主题酒店集群，提供超过 10000 间中高端客房，与悦来现有酒店形成互补，彻底解决大型展会住宿难题。

构建“水岸联动”的游船互通体系：由该运营商统一规划并运营蔡家至悦来段的嘉陵江岸线及水上交通。核心内容为：开通“会展专线”高端游船，打造从悦来码头直达蔡家娱乐城码头的摆渡游船，日间每 15 分钟一班，实现两岸高效互通。开发“嘉陵江夜游”核心产品，设置夜间航线，将游船升级为集江景观赏、高端餐饮、小型派对于一体的“水

上会客厅”，打造重庆夜游新地标。

形成“会展+娱乐”24小时活力区：通过上述布局，将会展客商的商务活动（白天在悦来）与休闲娱乐、住宿消费（夜晚在蔡家）无缝衔接，形成日均接待能力超5万人次的“会展-娱乐”生态闭环。

（三）拓展“东翼”：深度链接中央公园国际消费中心

构建“会展+免税”消费闭环：借鉴消博会与海南离岛免税联动的成功经验，利用中央公园商圈（如天街、吾悦广场等）已布局的高端商业和市内免税店潜力，推出“会展护照”活动。参展商和观众凭护照可在中央公园商圈享受专属折扣，开通“悦来—中央公园”购物专线，实现“会展流量”向“消费增量”的直接转化。

打造“首发经济”走廊：消博会已成为全球新品的首发地。两江新区可利用悦来的展示平台和中央公园的销售终端，共同打造“新品发布在悦来、首店落地在中央公园”的联动模式。对在展会期间发布并在中央公园开设首店的品牌，给予租金、装修等政策叠加奖励。

联动举办主题节庆活动：在大型展会前后，在中央公园举办“国际消费季”、“汽车文化节”等配套活动，将会展的专业性影响扩大为全民参与的消费热潮，营造“全城会展、全城消费”的氛围。

消博会的实践证明，一个成功的展会是能够重塑一座城

市的经济地理的。两江新区拥有雄厚的产业基础和优越的区位优势条件，只要以悦来为核心，通过引进顶级运营商打造“嘉陵江文旅娱乐带”，精准补齐配套短板，深度联动蔡家、中央公园，完全有能力打造出一个辐射西部、服务全国、面向东盟的会展经济核心区，为重庆建设国际消费中心城市提供强有力的“硬核”驱动。（311 研究室）

3.谁是“体验经济”的“主理人”？

当前，我国“体验经济”市场规模已突破 18 万亿元，这一强调“我在场、我感受、我创造”的新消费模式正成为拉动内需、激活市场活力的强劲引擎。发展“体验经济”已成为各地共识，但随之产生的问题是：这场关于体验的“游戏”到底该由谁来定义？

上海市青少年研究中心联合 Soul App 发布的《2025Z 世代情绪消费报告》显示，近六成青年愿意为情绪价值直接付费。从沉浸式戏剧到 IP 快闪店，从“谷子经济”到剧本杀，年轻人正以真金白银为“感受”投票，成为体验浪潮的真正掌舵者，引领“体验经济”崛起。

年轻人愿意为体验付费，背后是对情绪价值的深层渴求。在快节奏的都市生活中，消费从“物质实用”转向“精神满足”，他们追求解压的快感、成就感的满足和小确幸的欢喜。北京一家沉浸式古装戏剧体验餐厅开业不到一个月便爆满，好的座位需要提前两周才能抢到；天津 2026 年五大道海棠

花节开幕式上，70 余场互动式演出吸引大量年轻人驻足……这些案例表明，当体验能精准切中年轻人的情绪点，市场回报立竿见影。

年轻人正成为体验消费的主力，发展“体验经济”，就理应让他们做主。这不是一句口号，而是供需匹配的必然选择。当 Z 世代逐渐成为消费的支撑力量，他们的一举一动牵动着市场神经。但遗憾的是，当前许多体验产品仍是供给方闭门造车的结果，有的仿制外地“网红”景点，有的照搬流行业态，恰恰忽略了最核心的问题——当“体验经济”需求旺盛，什么样的体验才是年轻人真正想要的？

年轻人拒绝千篇一律，他们期待的是“沉浸式、强参与、情感共鸣”的独特经历。挖掘年轻人的需求，不能仅靠坐在办公室里研究，而要真正走进他们的生活场景。2025 年全国 5000 人以上大型营业性演出直接带动票房收入之外的交通、住宿、餐饮、旅游、购物消费超过 2200 亿元；上海一商业综合体聚焦二次元，周末峰值客流同比提升近 2 倍。年轻人不吝啬消费，他们介意的是“被敷衍”。谁能听懂他们的情绪密码，谁就能赢得市场。

更关键的是，让年轻人做主，意味着要让他们从被动的“体验接受者”变为主动的“体验共创者”。“体验经济”的核心是为消费者的时间赋予意义，他们不再只为“在场”付费，而是为场景中能够创造美好记忆的情感体验买单。让

年轻人参与设计、分享感受、成为内容的创造者，体验才能从“一次性打卡”变为“持久的心灵回响”。

当然，让年轻人做主不等于放任自流。政府部门应进一步完善服务消费政策，将情绪式、体验式服务列为重点培育领域，引导市场健康发展。商家要深挖在地文化和青年文化，用科技赋能提升体验层次，让体验既有温度又有质感。（半月谈）

【商务动态】

1.第 139 届广交会湖北交易团规模质量双跃升

第 139 届中国进出口商品交易会（广交会）将于 2026 年 4 月 15 日至 5 月 5 日在广州分三期举办，吸引超 3.2 万家企业参展，规模再创新高。

湖北力量加速崛起，参展规模再上新台阶。据湖北省交易团最新统计，本届湖北代表团共组织 577 家企业参展，展位总数达 1124 个，较上届增加 29 个，创历史新高。其中，第一期、第二期企业数均有大幅增长，汽车产业链企业达 51 家，鄂企正以更加丰富的产品线全面拥抱全球市场。

产品结构持续优化，含“新”量大幅提升。湖北积极响应广交会第三期“功能与科技面料”等新设专区，布局纺织服装产业。本届湖北纺织服装企业数达 90 家，展位数达 175 个，集中展现湖北纺织服装产业链的系统优势。两家智慧医疗企业带来智能空间消毒机器人和 AI 导医机器人等产品；

新设的时尚饰品专区中，湖北 4 家新企业将携十堰绿松石、高品质培育钻石、银镶嵌首饰等珠宝闪耀登场。另外，本届广交会湖北代表团中有 73 家企业为第一次参展，新一代湖北外贸力量正不断涌现。

“专精特新”矩阵持续扩容，高能级企业集聚效应增强。本届湖北优质企业总数达 254 家。其中，国家级专精特新“小巨人”企业、国家级高新技术企业、省级制造业单项冠军企业数均实现扩容。本届湖北代表团还囊括了 22 家主导或参与制定国际标准企业、22 家海关 AEO 高级认证企业，以及多家国家企业技术中心、国家技术创新示范企业等一批具有国际竞争力的标杆企业，彰显了“湖北智造”的深厚底蕴。

为充分依托广交会客商云集、资源集聚的平台优势，湖北省商务厅计划在三期举办“美好生活·荆楚优品”2026 湖北国际供采对接会（纺织服装专场）。活动设立纺织服装、童车两大对接专区，通过市州推介、采购商致辞、集中签约及一对一自由洽谈等环节，为湖北参展企业搭建高效务实的供需对接平台，助力相关产业精准开拓国际市场、稳步出海。

广交会正加速从产品展示平台迈向品牌与系统方案输出高地。本届推出的贸易综合服务站 2.0 版，集成物流、检测、金融、研发设计、数字化转型及贸易投资等全链条服务。湖北省代表团将用足用好这一平台，引导企业从卖产品向“产品+服务”转型，成为系统解决方案的提供者，在拓市

场、防风险、研趋势、促创新中实现外贸高质量发展。（中央广电总台国际在线）

【他山之石】

1.北京：会展经济与文化创意行业产教融合共同体成立

4月10日，会展经济与文化创意行业产教融合共同体成立暨2026（首届）数字文旅产教融合发展大会在北京国家会议中心二期举行。作为深化政企校合作、产学研融合的重要举措，共同体的成立，标志着会展经济与文化创意行业产教融合有了专属的协同平台，将构建服务首都产业发展的产教融合新生态，助力首都会展经济与文化创意产业高质量发展。

近年来，国家出台系列政策，明确要求推动教育链、人才链与产业链、创新链深度衔接。北京在建设全国文化中心和国际消费中心城市进程中，会展经济与文化创意产业成为带动区域经济增长与产业升级的重要引擎，对高素质复合型技术技能人才需求迫切。在此背景下，会展经济与文化创意行业产教融合共同体应势成立。

共同体由北辰集团旗下首都会展集团、北京财贸职业学院、北京联合大学牵头发起，参与单位包括会展、旅游、文化、教育等领域的学校和科研机构、上下游企业、行业组织等120余家。共同体以产业需求为导向，统筹院校、行业企业及相关机构资源，着力构建纵向贯通、横向协同的育人体系，围绕高水平技术技能人才培养、产教协同育人机制建设、

产业项目协同创新与成果转化等重点方向，探索构建多主体协同参与、资源要素高效配置的产教融合新模式，着力打造服务首都、辐射全国的行业协同发展平台。

未来，共同体将依托龙头企业与高校优势，立足首都发展大局，探索产教融合新路径，形成可复制的经验范式，为北京“四个中心”建设及相关产业高质量发展贡献力量。（中国经济网）

2.北京：发布“畅游北京”扫街榜及文旅地图

4月13日，在北京市文化和旅游局、北京市商务局共同指导下，高德扫街榜“烟火城市发布会·北京站”正式举行。会上正式发布“畅游北京”扫街榜及文旅地图，同步启动“烟火北京支持计划”，通过数字化、智能化手段推动文商旅深度融合，助力北京国际消费中心城市建设。

此次发布的“畅游北京”扫街榜，由北京市相关部门提供文旅资源、精品线路等权威基础数据，高德依托人工智能出行大数据与专业评价体系，动态筛选聚合全市优质文旅消费点位，形成具有公信力、实用性的出行消费指引。

首期推出八大特色榜单，涵盖非遗体验、胡同美食、名人故居、生态观鸟等多个领域，入选文旅消费目的地超过300个。榜单既收录故宫、颐和园等经典文旅地标，也深度挖掘胡同街巷、京郊乡村的特色商户与体验场景，为市民和游客提供兼具京味内涵、真实可感的消费参考。

在发布榜单的基础上，北京市文化和旅游局还携手高德发布了“畅游北京”文旅地图，以智能推荐、惠民服务、互动共享为方向，系统集成扫街榜资源、精品游览线路、特色消费场景等内容，并上线 AI 文旅助手，提供 24 小时智能咨询、个性化行程规划等服务，推动传统地图从基础查询、导航功能，向可推送、可游览、可消费的全场景智慧服务平台迭代升级。

此次发布的“畅游北京”扫街榜中，全国首个由文旅部门确认的“非遗”榜单备受关注。该榜单依托政府部门的权威资源与高德的真实数据，聚焦具有深厚文化底蕴、良好市场口碑的老字号和非遗项目，推动传统文化“活”起来、“火”起来，让游客更好地感受北京非遗魅力，实现非遗品牌的创造性转化、创新性发展。据悉，该榜单分为“京彩非遗游”和“非遗美食”两大板块，涵盖国家级、市级、区级非遗项目共 120 多项。

为帮助北京商家承接文商旅消费红利，高德联合北京市多部门推出“烟火北京支持计划”，涵盖四大核心举措，依托阶梯式扶持体系和 AI 智能提效，为商家提供从数字转型到生意增长的全周期支持。一是**降低入住门槛，助力新商家稳健起步**：针对新入驻商家，延续首年年费减免优惠政策，最高减免额度达 4800 元，切实减轻中小商家的经营成本。二是**精准流量扶持**：紧抓文商旅消费旺季契机，投入亿级平

台流量与消费补贴，将线上流量有效转化为商家的到店订单，提升经营实效。三是**培育优质品牌**：紧扣全年的“7节2月”的消费节点，通过大IP联合运营、定向消费补贴等，助力成熟期商家提升品牌影响力。四是**AI经营提效**：上线AI飞行街景展示、智能特色组品及AI营销全托管等数字化经营工具，以技术创新助力商家提升经营效率与服务水平。（北京市商务局）

【寻味江城】

1.大自然花溪院子·民间手艺菜——一席民间宴，品味湖北鲜

在繁华喧嚣的江城武汉，有一处隐匿于径河之畔的清幽小院——花溪院子。它宛如一颗明珠，镶嵌在这座充满活力的城市之中。其名灵感源自秀美的樱花溪公园，由知名餐饮品牌大自然餐饮倾心匠造。自开业以来，花溪院子凭借庭院间“花草伴溪流”的至雅景致，以及地道醇厚的“民间楚味”佳肴，让每一位南来北往的食客都能在这里寻找到那份熟悉的温暖与满足。



餐厅主打地道湖北菜，同时融合川菜、湘菜、淮扬菜等菜系精髓，兼容并蓄、风味自成一格。为守住食材本真滋味，

团队深入产地源头，严选大别山与恩施的山野珍菌、丹江口的鲜活湖鲜，更有每日空运而来的优质海鲜。餐厅坚持拒绝预制菜，恪守现做现烹的初心。历经数年寻访民间食材与古法技艺，传承楚菜匠心，发扬湖北民间手艺菜。



荆州牛吊龙锅，这道菜宛如一首悠扬的民间小调，以民间慢火煨煮之法，融汇十余种乡土香料，再现楚地农家锅物的温暖本味。野辣菜煎粉蒸肉以山野辣菜搭配传统粉蒸肉，经小火慢煎出香，外酥内糯，辣菜清新解腻，蒸肉软糯不油。赋予经典楚味以层次丰富的民间口感。



鲜椒大白刁以现摘鲜椒蒸制，椒香清冽激发鱼鲜，肉质细嫩如蒜瓣，入口鲜麻，尽显楚水家常风味。余圆家烧鲰鱼，选用“水中珍品”石首鲰鱼，配以手打鱼圆共入一锅，沿用湖北民间家烧技艺，鱼肉鲜嫩滑口，鱼圆弹润含汁，传承又具新意。

花溪院子，用一桌桌民间宴，让我们品味到了江城烟火鲜。它让我们在忙碌的生活中，找到了一份属于自己的宁静与满足。在这里，我们可以放下生活的疲惫，与家人、朋友一起，品尝着地道的楚菜，感受着楚文化的魅力。（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