



第二届北京 CBD 国际美食品鉴文化节启幕

本报讯 2026年作为“十五五”开局之年，国家持续推进高水平制度型对外开放，对标国际高标准经贸规则，让美食风味成为联通全球市场、促进内外双向循环的鲜活载体。立足国家战略布局，北京依托国际交往中心城市优势，持续厚植国际化消费氛围、丰富国际餐饮业态，以开放包容的美食文化生态搭建中外交流窗口，全力打造国际美食高地、加速国际消费中心城市建设。

在此背景下，近日，第二届北京 CBD 国际美食品鉴文化节于北京正大中心盛大启幕。活动以“味联世界·食循自然”为主题，依托北京 CBD 得天独厚的国际化资源优势，汇集寰球珍馐、中华南北风味、打造高品质、多元化的国际美食消费场景。活动恰逢正大中心商业运营五周年，在丰富商圈消费业态、释放城市商业活力的同时，积极传递绿色健康、可持续的生活理念。

启幕仪式上，商务部外贸发展事务局副局长尹淑艳首先为活动致辞，她表示，2026年是“十五五”开局之年，也是商务工作深耕高水平对外开放、畅通双循环、推动外贸高质量发展的关键之年。为积极扩大进口、促进贸易平衡发展，商务部打造了“共享大市场·出口中国”这一全新国字号品牌，携手各国伙伴举办超百场“出口中国”活动，与各方共享中国市场的发展机遇，助力各国拓宽对华出口渠道。本次，正大中心举办第二届北京 CBD 国际美食品鉴文化节，以“味联世界，食循自然”为主题，汇聚特色风味、优质食材与知名餐饮品牌，为中外企业对接供需、拓展渠道、深化合作提供务实高效的交流平台。

“国际化意味着以多元化的方式跨越文化、促进交流，而美食正是其中最温情的语言。”正大集团中国区地产及商业办公事业线首席执行官兼正大中心首席执行官王晓丽在启幕仪式上表示，正大中心持续探索商务办公与商务生活更好的融合方式。如今，这里不仅是商务办公与社交休闲空间，更成为了一座有温度、

有活力、绿色健康的城市综合体。本次国际美食品鉴文化节，是正大中心升级城市消费场景、丰富国际交往生态、擦亮楼宇国际化名片的重要举措。同时，正大中心期待以更多高品质品牌活动激活 CBD 商务势能，更好服务区域总部经济与招商引资工作。

随后，尼加拉瓜共和国驻华大使馆商务参赞温贝托·科利亚多分享了尼加拉瓜的独特美食文化：尼加拉瓜生产优质咖啡、可可、牛肉、海产品、热带水果、蔗糖、花生以及许多在国际市场上具有巨大潜力的产品。每一杯尼加拉瓜咖啡、每一块用尼加拉瓜可可制作的巧克力，以及每一道传统菜肴，都讲述着一个关于尼加拉瓜农村社区、生物多样性以及成千上万个家庭辛勤劳动的故事。希望更多中国消费者能够了解尼加拉瓜食品的优良品质，也希望更多中国企业能够把尼加拉瓜视为值得信赖的合作伙伴，以及进入中美洲市场的重要门户。

多元美食交融碰撞，催生出缤纷多彩的艺术表达，热烈灵动的西班牙舞蹈尽显异域风情，让美食文化与演艺艺术相得益彰。作为文明交流的重要载体，跨地域饮食交融自古便是丝路互通、中外往来的重要纽带，持续推动文化互鉴与商贸发展。

本届北京 CBD 国际美食品鉴文化节，同样关注国际化餐饮的在地化发展。活动上，正大中心国际化餐饮品牌代表，锦 NISHIKI 创始人万旭东分享了品牌深耕行业多年的思考：以国际化打开眼界与格局，以在地化读懂市场与人心。作为荣获米其林指南推荐、金梧桐中国餐厅二星餐厅等多项美食领域重磅荣誉的无国界创意料理，锦 NISHIKI 以国际化的烹饪视野吸纳寰球风味，又以对本土食材与客群的深刻理解深耕经营，让“世界风味”与“中国餐桌”双向奔赴。

餐饮品牌的创新探索背后，是产业体系的有力支撑。正大集团中国区食品事业线北京总部市场中心资深总裁张曙晖介绍，正大集团食品

事业线始终秉持“做世界的厨房，人类能源的供应者”的愿景，构建起从农场到餐桌的完整产业链，链条贯通种子种植、饲料、养殖、冷链物流、终端零售与餐饮渠道布局全环节。优选优良品种，配套先进设备，搭建全封闭可视监控与严苛防疫体系，原材料、生产、成品全流程检验管控，实现食品全程可溯源，从源头保障食材安全，持续为消费者提供安全健康、口感出众的优质食品。

随着启幕仪式尾声，无国界美食市集热闹开市，汇聚欧洲、中东、东南亚、南美洲等全球多地特色风味美食，同时也有米其林、黑珍珠星级餐厅设展，让高端精致料理变身亲民市集烟火风味，吸引众多消费者驻足品尝、交流体验。此外，中秋佳节，正大食品“一桌好菜”中秋快闪限时登陆正大中心一层，为都市人群提供安心优质的团圆家宴选择。本次市集活动为期四天，以丰富多元的美食消费与互动场景，为北京国际消费中心城市、建设、打造“入境消费友好型商圈”持续赋能。

本次美食节活动恰逢正大中心商业空间运营五周年。五年来，正大中心不断丰富商业品牌、拓展消费场景，引领消费潮流。如今，这里不仅是众多跨国企业的办公地点，更是米其林、黑珍珠餐厅云集的北京美食地标，汇集中国大江南北特色美食，以及黎巴嫩、意大利、日本等不同风味的国际餐饮，形成了高品质的国际化美食消费场域。从商务正餐到咖啡茶饮、零售、生活方式等多元业态，满足商务人群的多层次需求；丰富多彩的文化艺术活动，打造城市精神生活的目的地。融入前沿科技元素，CBD 首个机器人科技会客厅陶朱新造局已经在今年8月于正大中心正式启幕，黎巴嫩美食 MacMac by Sumac 中国区首店也刚刚度过开业一周年的美好时刻。

未来，正大中心将持续携手全球伙伴，推动文化交流，链接商务交往，让世界在此相遇，以商务生态的蓬勃活力，创造更美好的未来。

第22届中国火锅产业大会举行

本报讯 王小月 近日，由中国烹饪协会主办，中国烹饪协会火锅专业委员会、唐县畜牧业协会携手承办，抖音生活服务与美团支持的第22届中国火锅产业大会暨非遗老字号火锅消费季在河北唐县举行。

本次活动作为商务部“中华美食荟”系列促消费活动之一，以“千年唐尧韵 非遗火锅香”为主题，借火锅产业蓬勃发展之势，充分激发下沉市场活力。

中国烹饪协会会长杨柳表示，火锅是中式餐饮中极具活力的品类之一，当前正处在从规模扩张向价值重构转型的关键阶段，数智化升级、供应链优化、文化传承与下沉市场拓展，是行业破局新生的重要路径。中国烹饪协会将持续发挥桥梁纽带作用，健全行业标准体系，搭建产学研用协同平台，推动火锅产业与地方特色产业深度融合，助力县域消费提质扩容。

唐县人民政府县长万鹤松介绍，唐县地处太行山东麓，是华北地区重要的肉羊养殖和特色农产品基地，能为火锅产业提供优质食材保障。他表示，唐县县委、县政府将以此次大会为契机深化农餐对接、产业共建，打造火锅食材供应高地和美食消费目的地。

中国餐饮大数据研究中心主任、中国烹饪协会企业家专业委员会专家顾问吴坚发布《2026中国火锅消费市场大数据报告：Z世代“味蕾旅行”与下沉市场“极致性价比”的双轨并行》。报告以翔实的数据解析了火锅消费市场的结构变化：一方面，年轻消费群体以“味蕾旅行”驱动尝鲜式、体验式消费；另一方面，下沉市场对“极致性价比”的需求持续释放，双轨并行正成为火锅市场扩容的重要引擎，为火锅企业在产品研发、市场定位与营销策略制定上提供有力的数据支撑。

大会还发布《中国火锅产业高质量发展宣言》，倡导全行业坚守食品安全底线、传承火锅文化根脉、提升品质服务水平、践行绿色发展理念、深化开放合作共赢，凝聚起推动火锅产业高质量发展的行业共识。

2026中国餐饮品牌节开幕

本报讯 王萍 近日，由世界中餐业联合会指导、红餐网主办的“红餐·第36届全球餐饮产业博览会暨2026中国餐饮品牌节”（以下简称“红餐博览会”）开幕。

据介绍，此次红餐博览会为期3天，以“实干·跨越”为主题，设置了2026中国餐饮品牌大会、系列专题论坛、第四届中国餐饮领航人战略闭门会、第四届风尚盛宴暨2026风向标产品（秋季）全球发布会、“中国餐饮赋能计划”系列私享会、HCC全球餐饮产业博览会·2026秋季展等系列板块。

世界中餐业联合会会长邢颖在致辞中指出，餐饮消费向着品质化、个性化、多元化转变，行业比拼已经升级为品牌、供应链、精细化运营与文化价值的综合实力，需要餐饮人凝心聚力，共探破局路径、共谋跨越发展。

红餐创始人&CEO陈洪波表示，当前餐饮产业正全面迈入人工智能驱动的全新时代。“AI重构效率、重塑营销、重构运营、重构用户体验，行业迎来前所未有的全新机遇，也伴随全新挑战。”

据了解，同期举办的HCC全球餐饮产业博览会·2026秋季展分为供应链综合馆、连锁餐饮品招馆两大展区，汇聚了包括雀巢、味好美、拓邦、蜀海供应链、聚慧餐调、有人有活、美好食品、中申律师、绝味鸭脖、八合里等在内的复合调味料、食材、数字化工具、厨房设备领域的近两百家企业。