

一段旅程连接两个节日

外国游客在三峡感受东方浪漫



地处三峡大坝首首的秭归县打造沉浸式楚风市井生活街区——九歌巷子,黄金周期间人气爆棚,夜色中游人摩肩接踵。(视界网 王罡 鲁苏 摄)

外国游客在三峡大坝前听中秋故事、品中秋月饼。
(湖北日报全媒记者 邓云 摄)10月4日,一名外国游客在钟祥莫愁村执团扇、着汉服,浸润中国文化,定格古风瞬间。
(湖北日报全媒记者 陈少哲 摄)

湖北日报全媒记者 邓云 陈义超

中秋“遇上”国庆,让今年的超长黄金周别具魅力。

连日来,湖北不仅吸引了大量国内游客,更有众多国外游客万里迢迢,纷至沓来。

作为我省两大文旅主轴之一,“神武峡”所连接的神农架、武当山、长江三峡、恩施大峡谷等地均是外国游客青睐的热门景区,人气爆棚。

在宜昌的三峡大坝等地,湖北日报全媒记者目睹了中国超级工程给外国游客带来的震撼,以及中国文化给他们带来的别样喜悦。

“我要把见闻和书签都带回去”

9月30日,冒着雨,哥伦比亚安蒂奥基亚大学生物学教授、“世界蚊虫计划”麦德林项目总监伊万·达里奥·贝莱斯手持自拍杆,沿长江岸边专注记录着,最终定格在远方

巍峨的三峡大坝。

“这么宏伟的工程,一年能发多少电?”伊万好奇地询问。

导游杜莉微笑地回答:“年发电量约1000亿千瓦时,可节约标准煤约3000万吨,减排二氧化碳约8000万吨,相当于种植阔叶林20万公顷。”

“江水清澈,沿岸植被茂盛,没想到长江流域的生态保护得这么好。”伊万教授的夫人接过话。

杜莉取出一套书签:“您看,这是中华鲟,已经在地球上生存了1.4亿年;这是珙桐,6000万年前就已经存在。通过持续地保护,这些珍稀物种的种群数量正在逐步恢复。”

伊万教授接过书签,端详后赞叹:“太珍贵了!这些神奇的动植物都是‘活化石’,我要把这些见闻和书签都带回去。”

“这是中国的团圆味道”

在专为黄金周设立的打卡点前,来自中东的姑娘杰

汉·萨瓦德脱下雨衣,细致地整理裙摆,将栗色的长发拢到胸前,对着镜头粲然一笑。

“我还有微信账号,这张我会立刻发到朋友圈。”她晃了晃手机,开心地说:“最近我每天都在向朋友们展示我的中国之行,他们都非常爱看!”

品尝月饼时,导游为客人们讲解了月饼与中秋节的寓意。

杰汉听完,拿起一枚奶黄月饼说:“太浪漫了,这不仅是一份点心,还是一个关于团圆的故事。我的旅程恰好连接了两个节日,让我与这个国家有了一种特别的缘分。”

游完三峡大坝,当被问及体验最好的部分时,她脱口而出:“是升降机!像电梯一样将巨大的船只‘抬过’大坝,真的很厉害!”

临别时,杰汉捧着月饼,笑着对记者说:“我会把月饼的照片也分享出去,告诉我的朋友,这是中国的

团圆味道。”

“冲着‘双节’这份热闹来的”

“国内游客还在谋划错峰出行,但很多外国游客就是冲着‘双节’这份热闹来的。”湖北峡州国旅宜昌公司总经理颜旭东介绍,“双节”期间,公司有12架包机、1071名入境游客飞抵宜昌。

“三峡大坝、两坝一峡等产品最受外国游客欢迎。”作为涉外导游,杜莉明显感受到入境客源结构的变化:“欧美游客总人数上升,旅行团来自越来越多的国家,像俄罗斯、罗马尼亚、保加利亚、土耳其、匈牙利等国家的旅行团我都带过,可见中国的影响范围越来越广。”

携程平台大数据表明,今年1月至8月,来宜昌的入境线上预订旅游人次、订单消费金额同比分别增长33%、34%,高于全省平均水平10个百分点、9个百分点,入境旅游人次增幅、消费金额增幅均位居全省第二。

神农秘境上演“秋日大片”

湖北日报全媒记者 陈春保
通讯员 李潇 龚俊

10月3日,雨后初晴,神农架天燕景区出现壮观云海。从彩虹桥俯瞰天燕峡谷,茫茫云海与斑斓秋色相映成画,随手一拍就是风光大片。

“太壮观了!”燕子垭观景台上,忙着给同伴拍照的林烨一脸兴奋,直呼自己很幸运,看到了心心念念的云海奇观。

林烨来自重庆,几年前也曾慕名到神农架赏秋,遗憾的是没看到云海。这次,林烨邀请亲朋好友组团自驾游,出发前做足功课,根据“神武峡”线路,规划了8天行程。“我们计划从神农架去武当山,再去看看三峡人家,最后从恩施返程。”林烨说。

一行6个家庭分乘3辆车,10月1日从万州抵达大九湖坪阡古镇,次日从大九湖前往木鱼镇,沿途游览了太子垭、板壁岩、神农顶、神农谷等景

点。尽管有雨,大雾弥漫,林烨仍被神农顶高海拔秋景所震撼。“这里的秋色,让我真正理解了‘斑斓’一词。”她说。

神农架秋色醉人。2700米海拔落差和丰富的植被群落,让神农架秋景色彩丰富,层次分明。有“华中第一峰”之称的神农顶,植被群落由山顶至峡谷依次渐变,阔叶林火红金黄,巴山冷杉苍翠挺拔,构成“远近高低各不同”的绝妙秋景。

慕名到神农架赏秋的,不只是林烨。她所住的画廊客栈有17间房,早在放假前就已经订满。老板张尔奎介绍,往年“十一”长假接待的主要是省内游客,今年省外客人占了七成。

神农架林区文旅局局长张守东介绍,神农架重点打造3条“知音湖北·遇见神武峡”黄金线路,今年已先后在深圳、郑州、济南、南京等20多个城市举办推介活动,“神武峡”的吸金效应正在显现。

《武当一梦》场次翻倍仍爆满

湖北日报全媒记者 刘汉泽
通讯员 冯开春

10月3日晚,十堰市武当山下,《武当一梦》园区广场人声鼎沸。牛毛细雨在灯光的照射下,如同升腾的五彩仙气。

西安游客王晶晶拿出手机拍下这美妙一幕,发了微信朋友圈:见过山的巍峨,见过海的辽阔,唯有武当山的仙境,让我心旷神怡。

黄金周期间,《武当一梦》园区每天有大小活动40多场,《仙界迎宾》《太极威灵》等巡游演艺轮番上演,古装NPC穿行其间;非遗市集上,萌趣灵药玩偶等“修真文创”产品备受青睐。“非常震撼,真的是沉浸式体验。”游客朱鹏说,由于在武当山的感受太好了,他临时改变行程,多玩了一天。

“平常每天1场的《武当一梦》主秀,增加至每天3场,仍场场爆满。”《武当一梦》园区总经理李明介绍,黄金周前四天,园区接待量已突破5万人次。

这个占地5.4万平方米的超级文旅综合体,集合沉浸式演艺、数字文化体验、非遗活化三大核心板块。主秀《武当一梦》以70分钟沉浸式演出,将武当历史文化浓缩为一场视听盛宴;《仙界迎宾》《胜境仙踪》等巡游演艺,通过全息投影与古装NPC互动,让游客“穿越”;VR大空间基于八百里武当胜景构建虚拟世界,360度全景呈现山水画卷。

除了精彩的主秀演出,沉浸式表演演艺《大话武当》、球幕影院、商街戏台、崖壁360度全景会客厅等特色设施,都为游客带来了前所未有的体验。

“今年‘十一’,武当山‘上山赏景、下山夜游’的文旅格局更加清晰。”武当山特区宣传部部长苏芳介绍,特区多项配套体验同步升级:“问道武当”数字客厅推出沉浸式影院,快乐谷景区新增15项游乐项目,太和书院每晚安排乐队演出,太极湖水上游引入摩托艇、包船等服务,丰富了游客选择。

弥散在恩施大峡谷的月饼甜香

湖北日报全媒记者 蔡俊
通讯员 罗明

10月4日,恩施大峡谷女儿寨二期广场上欢声笑语,一场以“峡谷月明”为主题的中秋特色活动温情上演。来自五湖四海的中外游客做月饼、猜灯谜,兴致盎然。

冰皮粉、各色馅料与造型多样的模具一应俱全。在专业烘焙师的指导下,游人们揉捏面团、包裹馅料、按压成型,忙得不亦乐乎。不一会儿,印有“花好月圆”“峡谷情深”等字样的月饼便陆续出炉,清甜香气弥漫空中,为节日增添了浓浓暖意。

不少外国友人也沉浸在东方节庆的独特魅力中。来自英国的马克举着刚完成的月饼感慨:“太神奇了!中国传统节日体验真特别,让我在异国也感受到家的温暖。”

灯谜区同样人气高涨。一盏盏灯笼下悬挂的谜题,既有古典诗词的雅致,也巧妙融入了恩施大峡谷的独特地貌与风

土人情。游客们或凝神思索,或豁然开朗,每当谜底揭晓,便引来一片欢声笑语。

国庆期间,恩施大峡谷的“团圆”不止于此。10月1日,景区举办了“民族同心 万人护旗”传递仪式与“万人合声《我和我的祖国》”活动。由工作人员、青年志愿者与游客代表组成的护旗方阵,托举巨幅国旗,从女儿寨广场一路行进至游客中心。沿途众多游客自发加入,形成一条壮观的“红色长龙”。

9月27日,恩施首届登山酷玩嘉年华暨外骨骼机器人绝壁栈道登山挑战赛拉开帷幕,吸引了全国200多名登山爱好者参与。国庆长假期间,“外骨骼登山嘉年华”持续开展,成为许多年轻游客的打卡热点。“登山在外骨骼机器人的辅助下轻松不少,让我能更从容地欣赏峡谷美景。”来自重庆的陈女士说。

恩施大峡谷景区副总经理谭桂英表示,将继续借助科技力量,丰富旅游产品体系,推动从观光游向体验游转型,让游客“来了不想走、走了还想来”。

这个长假去商业公园微度假

(上接第1版)

“从开业四天的数据来看,消费者的消费重心聚焦于场景体验、餐饮社交与IP消费上。”KIC PARK有关负责人说,黄金周期间客流量高、销售额高的店铺,都不是传统意义上的“卖货”,而是“场景+餐饮+IP”三位一体的复合型体验空间,“消费既是目的,同时也是为了社交和打卡。”

KIC PARK首批入驻商户、PONN宠物百货负责人王丹说,KIC PARK之所以吸引消费者,既源于硬件新,更因为理念新。

PONN宠物百货门口有一座面积达3000平方米的宠物公园,这里甚至为带宠物逛街的消费者打造了两部专属电梯,避免与害怕宠物的人同乘,人性化细节彰显服务温度。

王丹说,这座宠物乐园不仅成为爱宠人士的社交场所,也成为PONN

宠物百货的流量入口。“开业第一天销售额就突破5万元,说明消费者认同KIC PARK、认同PONN。”

110万人逛过杉杉奥莱,运动品牌成“销冠”

最新统计显示,9月17日试营业以来,杉杉奥莱客流量超110万人次,销售额近1.3亿元。其中,10月1日至3日客流量超30万人次,销售额超3500万元。

杉杉奥莱夏季营业时间为10时至22时。在杉杉奥莱和江城大道地铁站之间,设有免费接驳车,杉杉奥莱营业期间每半小时一班。工作人员介绍,黄金周客流高峰期,则调整为15分钟一班。

10月4日下午,记者来到杉杉奥莱实地探访,1号门附近,全新岚图知

音、岚图梦想家等“车谷造”新车设有展示区,有消费者进车体验,并咨询购车优惠政策。5号门附近熙熙攘攘,不少人排队等待进餐。

杉杉奥莱总经理助理李金秀介绍,自9月17日试营业以来,商场累计销售额已于10月1日突破1亿元,截至10月4日17时,累计销售额接近1.3亿元。其中,阿迪达斯门店超900万元,是当之无愧的“销冠”,PILA、北面等品牌均超过300万元,李宁、NB、安踏等品牌均超过200万元。

各大商业综合体一路飘红的数字,让企业负责人充满信心。

“截至目前,项目运营效果远超预期。”KIC PARK有关负责人说,武汉的消费者展现了极高的热情与开放度,不仅积极参与互动,更对创新业态表现出强烈好奇心,我们深感武汉市场潜力巨大。

(上接第1版)

中国赛季一路走来,在球迷们亲切的“中国女儿”声中,她的职业生涯迈出了腾飞的第一步。

2017年天津公开赛,第一次杀进决赛;2018年武汉公开赛,获得生涯第二个WTA巡回赛单打冠军,也是她的首个超五赛事冠军;2019年武汉公开赛,第一次卫冕;2020年以前,她手上一共只有四个冠军头衔,全部来自中国,除了武汉的两次之外,还有2019年的珠海和深圳。而同一时期,她在国外3次杀进决赛,全部铩羽。

在今年中国公开赛的新闻发布会上,萨巴伦卡说:“我记得我在这里被称为‘中国女儿’,中国给我带来好运。经历过那么多美好时刻,再回到这里真的很特别,我很喜欢在中国比赛,在这里总会有美好的记忆。”在武网,她更进一步:“在这里比赛,就像回家。”

在汉奉上世界第一蛋炒饭

10月4日武网资格赛挥拍,又是萨巴伦卡在参赛选手中第一个举办专属球迷见面会,活动内容同样与“虎姐”的喜好同频——不是抱着球迷的宠物狗爱不释手,就是戴上老虎发卡、老虎手套、老虎尾巴等全套装备跳起“虎姐之舞”,最后,萨巴伦卡干脆“炒皇”上身,直接系上围裙为现场粉丝展示人生第一次炒饭。

“这是我第一次下厨炒饭,以后我要好好练练。”手忙脚乱之余,她依然不忘许下独特的承诺:“明年我回来时会炒得更好。”世界第一蛋炒饭,吃过的粉丝都说,真香!

“虎姐”的诸多高光时刻都与武汉相关。2018年在武网拿到了第一个超五赛事冠军,2019年实现职业生涯首次卫冕,并和梅尔滕斯闯进武网双打

决赛,几个月后两人拿到了美网双打桂冠,这也是她职业生涯第一座大满贯奖杯。2024年武汉公开赛重启,萨巴伦卡拿下了武网三连冠,这一冠,直接将她与斯瓦泰克的积分差距缩小到100分之内,为她最终锁定年终排名第一奠定基础。今年她在退出了除武网之外全部中国赛季的赛事后,依然只需要在武网夺冠,即可提前锁定年终排名第一。

对武网而言,萨巴伦卡同样是绝无仅有的。17场全胜是无人可比的最完美战绩,三连冠同样在武网赛事上独一无二。

诚如萨巴伦卡所说,武汉“就像家一样”。在这里,她可以自由自在开挖掘机,荡秋千,逛街觅食;在这里,主办方会为她提供专属背景音乐,设计特别的互动节目。

也许,这就是家的味道。