

集黄鹤楼、古琴台等王牌IP于一体

“亚洲桅杆”重启在即 “江汉揽胜”邀您入画

湖北日报全媒体记者 冯袁玥 甄子萱

1月30日,“知音共鸣 文旅焕新——‘江汉揽胜’主题游线”在武汉正式发布。该游线以百年轮渡为纽带,串联5A级黄鹤楼景区与4A级知音文化旅游区,不仅整合沿线自然山水、历史建筑与城市风貌,更瞄准全球游客体验升级,推动武汉从“观光型旅游”向“深度体验型旅游”跨越。

白俄罗斯博主游览长江大桥

1月30日,2026“全球达人游中国”武汉站活动中,来自白俄罗斯的博主Valeria乘两江游船穿过武汉长江大桥,她兴奋地举起相机不断拍照。这是Valeria第二次来武汉,两年前,她和丈夫自驾一千多公里来武汉,登完黄鹤楼,便徒步走过长江大桥直抵对岸的龟山。Valeria的微信朋友圈和海外社交媒体账号上,还保留着当时在黄鹤楼下的照片。

两年后,她在夜间再次登上黄鹤楼,并乘坐游船游览长江大桥,她感慨道:“这些地方都是来武汉必去的。”

“江汉揽胜”游线正是将这些“必打卡地”串联起来——从蛇山黄鹤楼出发,途经斗级营历史街区、户部巷美食区,再乘轮渡横渡长江,途中可饱览长江大桥与两岸风光,抵达汉阳后游览晴川阁,最终探访龟山知音殿与古琴台。短短一条线,集中展现武汉“半城山水半城诗”的城市意象。

湖北文旅星级导游领队中心经理徐晨提到,该游线对国际游客的吸引力尤为突出,其以长江为文化纽带,将核心IP有机串联,形成“文化共振”。无需额外规划就能一次性体验自然景观、历史建筑与城市烟火,高密度的文化沉浸感远超单一景点游览。

“向海外粉丝推介武汉”

来自俄罗斯的博主Ali,在海外社交平台拥

有超10万粉丝,去年因分享武汉樱花季内容获得近50万播放量。得知“江汉揽胜”游线发布后,他站在旅游博主的角度说:“很多外国人对武汉的第一印象就是黄鹤楼和长江。这条线路把武汉的精华都打包好了,我能更好地向海外粉丝推介武汉。”

在知音殿体验《三国群芳宴》餐秀后,Ali激动地表示:“以前只知道龟山电视塔,没想到附近还有这么多精彩项目。我要告诉海外粉丝,这里是武汉吃饭最棒的地方!”

这正是“江汉揽胜”游线设计的用心之处——不仅串联起景点,更融入主题餐秀、非遗文创、科技庙会等新业态,让游客从“旁观者”变为“参与者”。

以往,各景点各具特色却相对独立。加入“江汉揽胜”游线后,景区之间实现客流共享与平台联动,同时将分散的景点凝练为一张具有整体吸引力的城市名片。

中国地质大学(武汉)旅游管理系教授、博士

生导师李江敏指出:“该游线具有显著的产业集群效应与品牌赋能价值,它精准匹配现代游客对深度体验与文化认同的需求,游客能一次性领略武汉最精华的自然与人文地标,提升城市文旅品牌辨识度。这为同类滨江城市文旅资源整合提供可复制的武汉范式,有助于对外传递更清晰、更有文化深度的城市旅游形象。”

她进一步分析,新业态嫁接知名文旅IP中,推动产业从“观光型”向“体验型”转型,使景区逐步摆脱“门票经济”,通过二次消费项目拉长游客停留时间、提升整体消费水平。

“江汉揽胜”这个名字源自武汉博物馆国家一级文物《江汉揽胜图》。该图不仅见证了武汉“楚中第一繁盛处”的历史辉煌,更与当下以长江大桥、蛇山、龟山为代表的“景城融合”文旅发展形成跨越时空的呼应。随着历史轴线被重新梳理与塑造,一幅融合古城底蕴、山水景观与现代都市活力的新“江汉揽胜图”正邀全球游客“入画”品武汉。



武汉龟山电视塔将于春节重启,这座曾被誉为“亚洲桅杆”的武汉地标将焕新归来。(湖北日报全媒体记者 柯皓 摄)

看得见历史 接得住人气 武昌古城 变客流为“客留”

湖北日报全媒体记者 冯袁玥

“我还以为今天开业呢!”2月1日下午,专程从汉口赶来的王先生站在斗级营一条静谧的支巷中,语气里带着些许遗憾。他眼前,是一栋三层的武昌老楼,青瓦斜顶,黄鹤楼的飞檐若隐若现。一家名为“宝记松间火锅”的餐厅即将在此开业,这是主理人于保罡围绕黄鹤楼运营的第二家门店。

近年来,创业者们不断围绕这座千年名楼“做文章”。在武昌古城这片汇聚黄鹤楼、长江大桥、户部巷等多重地标的“流量心脏”里,一场关于游客如何从“路过”到“停留”的文旅消费实践,正悄然展开。

围绕城市顶级IP做内容

2025年国庆期间,一家名为“又见黄鹤楼”的烧烤店在黄鹤楼下正式营业。在千年名楼的映衬下享受烧烤的新鲜体验,迅速吸引众多游客与本地居民,该店很快成为热门打卡地。开业首月,该店便入选抖音武汉烧烤榜榜首,客流高峰期一晚接待近400桌。

今年初,距其不过数百米的斗级营街区里,“宝记松间火锅”也即将迎客。门店坐落于三层的露台空间,顾客在此可眺望长江上穿行的火车,五十余棵松树造景与武昌古城古朴的青瓦相映成趣。

短短半年时间,两家店都围绕黄鹤楼布局。这两家门店的主理人于保罡坦言:“我们就是围绕城市顶级IP来做内容——游客来武汉,必到这里;在这里开店,既是选位置,也是选客群。”

武昌古城片区,自古便是文化商业交汇地。创业者看中的,正是这里“看得见历史,接得住人气”的独特土壤。2月1日,家住汉口的王先生通过短视频推荐前来探店。从事城市建设行业的他对尚未开业的门店赞不绝口:“你站在这里,黄鹤楼、长江大桥、过江火车、老瓦屋顶,全部同框——这种场景在武汉别处可找不到,全国也少见。”

弥补传统观光“只能远观、难以融入”的不足

斗级营位于蛇山北麓与汉阳门花园之间,曾是清末武昌府署管理钱粮的军营驻地,因用“斗”为士兵发放给养而得名。如今,这条老街迎来的不再是粮车,而是来自全国各地的游客。去年9

月,历经两年多保护性修缮,斗级营一期正式开街,高峰期单日客流量达7万人次。

“这里是武汉旅游人群最密集的区域之一。”于保罡分析,“但客流量并非均匀分布。主街上人潮涌动,而像我们所在的这条支巷,就需要有足够吸引力的内容把人引进来、留下来。”

松间火锅店的打造正是基于这一思考。松树造景与长江大桥武昌引桥两侧的雪松相呼应,戏台、宋风灯笼与灰瓦融为一体,所有设计都紧密贴合城市原有肌理,恰好弥补传统观光“只能远观、难以融入”的不足。

“进商场吃饭,是点到点的移动;而到景区附近吃饭,是文流动线的延伸。游客在黄鹤楼下打卡后,即可转入户部巷,斗级营感受饮食烟火,再去长江大桥或者过江打卡,感受是连贯而丰富的。”于保罡发现,在门店抖音、视频号的评论区,互动最多的反而是湖南、河南、广东这些外地IP,“街区景区给了我们巨大的初始客流和深厚的文化背景,我们通过内容打造,让游客愿意在这里停留更久、体验更深。”

打造可玩、可赏、可消费的“目的地本身”

过去,游客来到武昌古城,往往止步于黄鹤楼登高望远,户部巷小吃尝鲜,消费也以门票与快餐为主。如何让游客从“路过”变为“停留”,从“观光”转向“体验”,是城市文旅提质的关键。

在保留老建筑肌理的同时,武昌古城引入“大冰的小屋”“光阴民谣”等文艺空间,“唐书汉旗”“奇遇地理”等文创品牌,“热青年造梦场”“立中堂”等科技跨次元潮玩,以及像“宝记松间火锅”这样深度融合场景的餐饮业态。街区不再只是通道,而成为可玩、可赏、可消费的“目的地本身”。

“相比于传统标准化商业,我们特别引入更侧重个性化、差异化的非标主理人业态,打造一个充满创意、活力涌动的开放商业空间。”武昌古城斗级营策划部负责人刘玄夫介绍,在斗级营一期开放的门店中,非标准化商业达到60%,二期还将迎来带有非遗基因的“朱炳仁·铜”“大象民谣”等特色店铺。

这种变化背后,是城市文旅发展思路的转变。从依赖先天资源,转向主动打造内容、营造场景、提升服务。这里的历史不再只是静态陈列,而是可进入、可互动、可消费的活态文化空间。



知音殿餐秀项目《三国群芳宴》试营业,在知音主题的演艺中融入荆楚美食,收获游客好评。(湖北日报全媒体记者 何宇欣 摄)



外国游客体验知音殿餐秀。(受访者供图)

与“张飞”对饮 看“甄姬”起舞 汉阳知音殿 品三国群芳宴

湖北日报全媒体记者 冯袁玥 甄子萱

登临龟山之巅,赴一场豪迈的知音之约。近日,武汉知音殿核心产品《三国群芳宴》正式开放预约。其以餐秀形式,融合剧情互动、主题舞剧与荆楚餐饮,呈现《连环计》《赤壁之战》《文姬归汉》等五幕大戏,聚焦英雄人物的知己际遇与家国情怀。随着剧情推进,工作人员奉上与桥段对应的楚菜美食。

据悉,项目试营业半月已接待超千名游客及探店博主。湖北归梦汉服社成员华歌身着古装前来体验后表示:“这里将戏剧、餐饮、旅游与文化融为一体,一步一景、一景一情,让人全然沉浸在知音相遇的浪漫与三国风云的豪情之中。演出结束后,还可登上二层观景平台,欣赏江城夜色,这一定是‘最具仪式感的观江位’。”

从较少被演绎的鲁肃视角切入

三国时期,龟山(古称鲁山)为兵家必争之地,东吴名将鲁肃曾驻守并长眠于此,山上至今留有三国文化印记。知音殿所在位置,相传正是历史上“计谋殿”旧址,曾见证无数英雄豪杰的风云际会。

建筑改造遵循“保护优先”原则,通过精细化修复与加固,完整保留原有形制与风貌。内部装饰摒弃突兀的现代元素,转而运用红绸、竹亭、宫灯等传统意象,巧妙营造沉浸氛围。

《三国群芳宴》五幕大戏的创作,也是在這一理念下的具体演绎。面对三国故事广为流传的挑战,团队最终立足龟山本地文化底蕴,从较少被演绎的鲁肃视角切入赤壁之战,并逐步拓展为覆盖英雄红颜、家国情怀、才情相惜等多维度的“知音群像”。全剧总长约1.5小时,戏剧结构更为丰富立体。

团队在构思过程中意识到,演出需充分适配用餐场景,内容应更轻松、更具视觉吸引力。在演出中,游客既可欣赏甄姬飞天起舞,也可与张飞对饮互动。

“餐秀”成为文旅体验新趋势

近年来,“边看演出边用餐”的

沉浸式餐秀正成为文旅体验新趋势。美团旅行数据显示,2025年第一季度“沉浸式餐饮秀”搜索量同比激增近275%。洛阳“唐宫夜宴”、南京“金陵梦华·宫宴”、重庆“渝味360碗·华礼宴”等项目,已成为许多城市的文旅新名片。

知音殿为何适合餐秀?策划团队认为,“知音”本质是人与人之间在特定时空下的共鸣,而餐秀恰恰将演艺、美食、美景与社交有机结合,体验本身即是一场寻找“知音”的隐喻之旅。

从小程序预约开始,游客便步入一段精心设计的叙事中。在一楼主题市集,可换装互动、解谜探趣;就餐时众人围坐,共享楚地宴席,共赏环环相扣的剧目;演出结束后,更可登上270度观江平台,远眺长江与黄鹤楼夜景。

周强强调,知音殿本质上是一个文旅项目。“许多餐秀只是‘表演+用餐’,而我们提供的是景点式体验。游客在真实的江山夜景中,一边品尝创意楚菜,一边感受英雄故事,这是单一演出或餐饮无法实现的。”

将联动龟山电视塔等周边资源

知音殿的焕新亮相,恰逢武汉系统构建“江汉揽胜”主题游线,串联“亭台楼阁”五大传统建筑类型。在此蓝图中,知音殿与“城市封面”的黄鹤楼、“文化起源地”的古琴台等点形成功能与体验的精准互补。

知音殿项目相关负责人表示:“为了更好地延伸体验,我们将在龟山电视塔、全景画馆启动运营后,将联动周边资源探索联票产品与串联动线,持续为知音文化旅游区注入新鲜活力。”

据悉,其相邻的龟山电视塔正在同步焕新升级,拟于2026年春节假期开放部分空间。电视塔内的旋转餐厅已完成转盘的改造,未来食客可一边品尝江城美食,一边360度环览城市天际线。龟山脚下的大禹神话园则将打造晴川灯会,通过“凤舞九天”“龟蛇起宏图”等文化灯组及《长江幻境》沉浸光影秀,点亮长江之夜,更大程度提升区域文旅整体的黏性与吸引力。