

花样百出的情绪消费拉满“心价比”

滑雪场外,桨板匹克球音乐节四季都好玩

湖北日报全媒记者 林晶 通讯员 李正洲

“湖边挥拍,凉风习习,十分惬意。”10月1日,来自广东的游客李岩滑完雪后,对甘露山国际旅游度假区新开放的空中匹克球场赞不绝口。“印象中,这里的滑雪体验很棒,没想到匹克球是一大惊喜,展览也很出片,还有其他多个体验项目,体验感满分。”

国庆期间,位于武汉黄陂区的甘露山国际旅游度假区正式启动2.0版本全面焕新升级,通过业态扩容、场景创新、服务提质等,重磅推出系列主题特色活动,让市民游客体验到多元化、高品质的出游新场景、新选择。

这种从买商品到买体验

的转变,正是商文旅融合催生新消费的生动注脚。

新开放的湖滨网球场与空中匹克球场便是其中的两项运动,标志着以冰雪项目为核心的甘露山度假区持续拓宽“文体旅+”发展边界,集多元业态于一体的运动度假生态加速成形。“过去,游客只知道我们有室内冰雪游玩模式,现在,我们围绕全季度假发展理念,持续丰富户外业态、补齐产品短板。”武汉甘露山国际旅游度假区董事长贾智力介绍,匹克球上手简单、社交属性突出,近年深受年轻人喜爱。

沿着湖区,一栋栋五颜六色的房子高低布局,如同进入童话世界,陆冲、室内冲浪等多款热门新潮的运动项目也已对外开放。

白天有白天的玩法,夜晚更有不一样的体验。10月1日到7日,全天候、多品类的系列潮玩活动轮番上演,仅是节目单就让人眼花缭乱,突出每天都能体验到不一样的精彩。白天可参加“山之绿洲”等三大艺术展、甘露山SHAN市集、运动嘉年华、“甩锅”小赛、暴汗公开课等活动。夜间,甘露山SHAN音乐节则带来动漫青春、周杰伦、五月天、港乐经典、国风国漫五大专场,水上打铁花与银河瀑布更添视觉盛宴。“除了部分消费需要花钱外,绝大多数项目都是开放式的,不要门票,主打提供情绪价值,让游客玩得开心。”贾智力介绍。

武汉首届“躺岛”大赛、休闲皮划艇体验、甘露星空音

乐会、户外星空电影院等趣味体验活动也同步开启。

“躺岛”大赛一经推出,报名即满。参赛游客躺在水上漂浮的“床”上,比谁躺的时间长、心率稳。湖南游客林女士兴奋地说,她准备带着全家在度假区游玩3天。除玩了各种专业运动场地外,还有适合孩子们的各种剧目演出、文化展览等,从早忙到晚,全部都体验一遍。

很多年轻人都喜欢养狗,gege小狗乐园咖啡主打对宠物友好,游客们可以享受咖啡,狗狗可以在外面的大草坪上和玩具尽情玩耍。

“一些新场景、新消费为游客提供了情绪价值,极大地增强了游客的体验感,与王牌冰雪项目深度联动,为打造四季可游、全年适配、全龄友好的全能型文旅度假目的地提供了有力支撑。”贾智力介绍。



滑雪场外,甘露山国际旅游度假区增添多项新旅游设施。(受访单位供图)

商场里来一次逍遥武当的穿越奇遇

湖北日报全媒记者 李朝霞 见习记者 张静远

“爸爸,你看,我能御剑飞行!”10月1日,国庆黄金周首日,武汉滨江天街人潮涌动。在逍遥武当VR·国风沉浸探索体验店内,陈先生带着儿子小宇沉浸式游览武当山。

门外,一只机器狗正做着后空翻,顺势将围观的家庭客流引入店内。当传统购物清单上还是服饰、餐饮时,一种商文旅深度融合催生的新场景、新业态,正在城市商业体系里悄然生长。

戴上VR头显,现实喧嚣瞬间隔绝。小宇仿佛置身云雾缭绕的武当金顶,脚下是绵延的群山,耳边是道家仙乐,虚拟道长缓缓打出太极招式,小宇忍不住伸手去抓飘过的云彩。场景流转,他们又走进武当古建筑群,飞檐斗拱近在眼前,仿佛伸手就能触摸到六百年的历史。

“逍遥武当”由湖北文旅集团联合清华大学打造,以武当山文化为核心,游客可在数字化场景中自由行走、互动,感受太极招式、剑术对决等,是国内首个国风大空间VR极致互动体验项目。

从逛街到逛景区,商业综合体不再只是购物场所。通过数字化手段,武当山的世界文化遗产被搬进城市商圈,消费者在购物中心就能沉浸式感受名山大川与传统文化。

购物单里的新条目,反映出商业模式的深层重构。项目负责人刘秀介绍,数字化让文化IP不再束之高阁,而是转化为可互动、可消费的数字文旅产品。商场提供流量与空间,科技企业提供内容与技术,文化资源提供内核与灵魂,三方跨界融合,满足现代人追求差异化、个性化的消费体验。

“国庆假期预计客流量是平时的3到4倍。”刘秀介绍,目前,项目共开发40多个主题场景,可在武汉滨江天街、武汉万象城体验。

消费者买的不再是实物,而是情绪价值和文化获得感。陈先生告诉记者,小宇喜欢在各个商场体验这种沉浸式项目,每次都有新感受。“这钱花得值,买的是现实中得不到的奇妙经历。”陈先生说。

滨江天街相关负责人介绍,数字文旅体验不仅为商业体注入了独特的文化内容,更让消费者在购物之余获得“微度假”般的沉浸体验。当数字技术打破现实藩篱,政策红利持续释放,商业与文化、旅游在同一空间碰撞交融,城市商业体正蜕变为承载“诗与远方”的新载体,也为假日经济注入源源不断的活力。

主题乐园引爆“奇妙游”

武汉都市圈游客乐在孝感

湖北日报讯(记者王理略、通讯员徐若楠)国庆假期,孝感方特旅游区丰富的主题活动、沉浸式的游园体验,吸引了众多武汉都市圈游客短途度假。依托龙头乐园的强劲引流效应,孝感串联城区美食、文化公园、县域文旅景点,推动游客从“单园打卡”转向“全域漫游”,持续激活假日文旅消费市场。

孝感方特精心推出“双节奇妙游”系列主题活动,星辰狂欢盛典、时空奇遇花车巡游、四大时空主题演艺等精彩不断,传统国风与现代科技深度融合,为游客带来全新游园体验。

“半小时车程就能逃离城市喧嚣,既能带孩子玩转乐园,还能沉浸式感受孝感的人文烟火,性价比十足。”来自武汉的游客刘女士早早规划了3日行程,白天在方特体验趣味游乐项目,晚上观赏盛大烟花秀。第二天驱车走进云梦,打卡古韵十足的祥云湾文旅区,漫步古建群,领略中式园林之美,还专程前往云梦县博物馆,透过文物展品品读云梦千年历史文脉,解锁小众人文美景。

孝感城区的烟火美食与特色文旅点位,也收获众多游客青睐。不少游玩归来的武汉游客,专程打卡百年老字号槐荫酒楼,品尝地道的孝感非遗风味。槐荫酒楼作为传承百年的老字号,是孝感米酒的代表性门店,铜锅现煮的糊汤米酒裹挟桂枝花香,是外地游客必尝的特色美食。

美食过后,不少游客走进董永公园,漫步亭台楼阁、孝文化长廊,细细品读孝感动天的经典典故,在一步一景中感悟孝感深厚的孝文化底蕴,让亲子出游兼顾休闲娱乐与文化熏陶。



荆州楚文化主题餐秀《楚宫盛宴》上,游客们一边观赏实景秀,一边品尝荆楚美食。(湖北省商务厅供图)

吃的不只是味道 更有千年意境

国庆假期楚菜消费热气腾腾

湖北日报全媒记者 李朝霞

“好多顾客从上午10点开门就来排队,就守着晚上能看到烟花的位置。你看,整个大厅爆满。”湖锦酒楼三阳路店的热闹,折射出这个国庆假期楚菜消费的火热景象。

湖北吸引人的远不止这一场烟花。从清晨热干面的芝麻酱香,到深夜江景餐厅里藕汤的热气升腾,满满的烟火气才是这片土地最动人的底色。

江风灯火里,一铫藕汤暖人心

武昌江边的水樂棠江景餐厅,主理人陈方平早在8月就接到老顾客的烟花观景预订。“很多老顾客知道这里能看烟花,早早就来预订。”餐厅临时将原本做桌餐的观江露台改成自助餐,接待能力提升50%,还准备了桂花红茶冲泡等表演。

黄鹤楼附近的艳阳天·非遗楚菜,600多个餐位几乎全部订满。一桌难求的背后,是食客们对楚味的期待。在艳阳天·非遗楚菜,一位从上海来的游客点完排骨藕汤后说:“烟花是来看的,藕汤是来喝的,两个都舍不得错过。”

在荆州,楚城沉浸式文化街区10月1日开街,楚文化主题餐秀《楚宫盛宴》提档扩容,“武王兵实景秀”“桃花夫人花火秀”“云梦幻境光影秀”轮番上演。在宜昌,藏在峭壁岩洞里的放翁酒家,以“岩洞+楚菜+长江”的组合吸引食客——正如当地人所言,吃的不只是味道,更是千年的意境。

街巷晨光中,一碗面里品荆楚

如果说江景楚菜代表着湖北餐饮的“面子”,

那么遍布街巷的过早摊和楚菜馆,才是这片土地最日常的“里子”。

国庆假期,2026武汉金秋消费季暨武汉市热干面美食文化周在硚口区持续举办,首届武汉热干面争霸赛同步开赛,20支面馆队伍同台竞技,赛事设置面条、芝麻酱、传统热干面、创新热干面四大专项比拼,既较量面条筋道、酱料醇香的硬核功底,也鼓励守正创新。经4轮鏖战,罗记热干面、1226热干面等5家面馆摘得一等奖。现场还发布了武汉热干面地图,共收录全市48家面馆,其中硚口区占了三分之一,为市民游客勾勒出热气腾腾的三镇寻味路线。

这份市井烟火气,在国庆假期持续升腾。武昌大成路丽华早点店门口,清晨6时许就已排起长队。排队的多是拖着行李箱、背着双肩包的外地游客。不少人刚从火车站、机场赶来,第一站就直奔这家因为雷军而走红的小店。何先生和朋友一行5人从西安自驾来武汉旅游,专门把这家店排进了行程:“我们就是冲着雷总同款的。”

楚味的实惠,也写在了消费券的真金白银里。省级统筹发放“乐购湖北”假日消费券,支持各州市发放购物、餐饮消费券;另有“一票惠湖北”礼包,凭来鄂和在鄂的交通票据或演艺、体育赛事消费凭证均可领取总价值300元的消费券,用于餐饮美食、商超购物等场景,单笔消费最高立减100元。

从江边的一碗藕汤,到街角的一碗热干面;从烟花秀前的观景餐位,到消费券带来的实惠笑容,这个国庆假期,湖北端出的不只是一场视觉盛宴,更是一桌热气腾腾的荆楚烟火。

网红单品讲述十堰故事

文创产品销量同比翻倍

湖北日报讯(记者刘天纵、通讯员贾贞、刘雨萌)国庆假期,依托西十高铁开通带来的流量红利,十堰本土文创产品同比去年销量翻倍,通过游客将十堰城市记忆、地域文化带回家。

在十堰市博物馆,日均游客量超8000人,游客量较去年翻倍,其中陕西游客占比约七成。参观之余,兼具文化底蕴与纪念价值的“十堰礼物”成为游客打卡必选。其中,网红单品“一串十堰”冰箱贴持续领跑,其凭借小巧精致的造型、浓缩十堰城市地标与山水风光的独特设计,成为游客必购的网红伴手礼。

另外,武当小飞鼠手办挂件、武当金顶冰箱贴、武当文创包、太极文创T恤、武当蓝染围巾等武当系列文创产品,以及融合十堰郧县人地域IP的郧宝杯,彰显车城工业特色的汽车主题文创,极具特色的绿松石文创等也是热门伴手礼,全方位展现武当文化、恐龙文化、汽车文化、山水民俗文化的独特魅力。10月1日以来,十堰市博物馆文创产品销售额超6万元,同比去年翻倍。

作为南水北调水源地,文创产品亦是十堰水经济的一抹亮色。在丹江口市均州老街、丹江口大坝景区、水都花月夜等游客聚集地,“水都有礼”文创产品销售火爆,10月1日至5日,文创产品销售量超2000件、销售额超8万元,均较去年翻倍。

本次热销品类包含水嘟嘟IP系列、丹江鮑系列、印象水都系列三大核心文创系列。其中,水嘟嘟IP系列产品销量占比达40%,位居品类首位;丹江鮑系列文创产品占比25%;印象水都系列文创产品占比10%;其余配套文创品类合计占比25%,以文创为载体讲好十堰故事。

据统计,国庆文创消费客源辐射范围广泛,跨省游客成为消费主力。选购“水都有礼”文创产品的外地游客占比70%,客源主要来自陕西、河南、北京及湖北周边省市。

游客手绘明信片寄给自己

瀑布旁的方寸小店单日卖出2万元

湖北日报讯(记者邓云)10月5日16时,三峡大瀑布景区的文创店里依旧热闹。60余平方米的小店内,游客摩肩接踵,4名店员穿梭在货架之间,整理货品、答疑结账,一刻不得闲。

这家店里,木质格子展架层层铺开,冰箱贴、手绘明信片、潮玩手办等错落摆放,不少游客蹲下身,细细打量每一件峡江小物。

“每次出门旅游,我都会收集冰箱贴,家里冰箱就是我的旅行地图。”来自武汉的游客陈女士手里捏着一枚转盘冰箱贴,轻轻转动转盘。这款门店最热销的文创售价为30元,汇聚了宜昌景点与美食元素。店内大部分文创定价集中在50元以内,平价定位广受游客青睐。几名年轻游客围在集章台前,盖好峡江印章,写下旅途心语,再投入门口的红色复古邮筒。“我是寄给自己的,等回家再收到这份来自瀑布的礼物。”一名游客笑着说。

展架上,身穿小雨衣的“冲凉豚”手办格外吸睛。“这是我们原创的手办,很受年轻人喜爱,店里每两三个月就上新,还打造了多款全国独家文创。”店长介绍,“今天营业额已有1.6万元,闭店时预计能冲到2万元。”

今年国庆假期,宜昌文旅市场热度持续走高。截至10月5日,全市实现旅游总收入较2025年同期增长14.96%,文创、体验、住宿、餐饮等二次消费项目正成为拉动文旅消费的主力。宜昌市投放1000万元假日消费券、2000万元有奖发票奖金,以真金白银撬动文旅消费。