

来武汉旅游盖章成全国“90后”首选

站上潮流玩法的风口

趁着周末，西安大一女生陈悦和贺晓丽到武汉旅游，首站打卡武昌司门口黄鹤楼地铁站的“红墙”。两名女生来到共享化妆间补好妆，和黄鹤楼来了个合影。“我们还要去粮道街品美食，去昙华林盖章，骑单车去看汉口的老房子。”

今年以来，年轻人在社交网络上分享着一拨拨武汉的潮流玩法和打卡地。就在刚刚过去的超级“黄金周”，武汉文旅市场数据亮眼：跨省游客数量同比增长近800%、整体旅游预订人次同比增长613%……武汉的实力“宠粉”，让城市站上潮流玩法的风口。



红墙、粉墙、共享化妆间 实力“宠粉”令游客大赞“贴心”

10月15日，记者走出司门口地铁黄鹤楼站C出口看见，“红墙”打卡点仍是人流如织。共享化妆间里，陈悦对着镜子整理刚买的发簪，涂上口红。她告诉记者：“对武汉的印象就是‘宠粉’两个字，没想到这么贴心，还给爱美的女生准备了共享化妆间。”

“打造‘红墙’，是为了缓解客流压力，也契合了年轻人漫游城市的需求。”武汉地铁司门口黄鹤楼站值班站长程凯丽说。

地铁5号线2021年年底开通，走出司门口黄鹤楼站C口即见黄鹤楼美景。今年年初，“特种兵”式旅游火爆，市民游客慕名前来打卡，车站日均客流快速递增。面对突然兴起的消费新风潮，地铁与武昌区中华路街道楚材社区合作，在C口外修建一面“故宫同款红墙”。墙前的打卡拍照地拓宽约240平方米，可容纳500人同时驻足欣赏拍照。

程凯丽说：“我们在车站C口红墙附近设置共享化妆间、母婴驿站，方便乘客更衣、化妆，带小孩的乘客换尿不湿、哺乳也更加方便。”暖心“红墙”并不是故事的终点，9月26日，一面自带云朵和微笑表情的粉墙，又出现在黄鹤楼南面的西厂口社区，一夜之间就成为流量担当。

“红墙”、粉墙、化妆间，让黄鹤楼愈发出圈。“今年中秋国庆假期，近四万人次游客前来体验了‘夜上黄鹤楼’项目，与去年同比接待人数增长230%，收入增长394%，创下了历史新高。”“夜上黄鹤楼”项目负责人刘茜茜说。

黄鹤楼下曾经冷清的青龙巷，因为“红墙”爆红，店面出租一空。武汉美食老网红汉口北湖正街夜市，800米长街打造成首条武汉戏曲文化街，戏曲人物画像上了居民楼外墙，一排排美食店焕发出新活力。而武昌昙华林居民房八层楼高的涂鸦墙，就像迎接游客的笑脸窗口，网友盛赞“昙华林的文艺永不过时”。



“盖章游”迅速火过“特种兵” 城市文创产品普遍热卖

中秋国庆长假第一天，长春理工大学大三学生徐钰婷在江汉路参加城市集章活动，“这是我第一次来武汉，专程为盖章而来。”

去哪儿平台数据显示，今年“十一”假期，武汉位列国内热门目的地“90后最爱去的城市”首位。城市漫游、“盖章游”等新兴旅游方式成为年轻人“新宠”。

“盖章游”于今年暑期兴起，热度顿时盖过“特种兵”式旅游。武汉趁势推出惠民礼包和城市礼遇。长假第一天，武汉首发城市限定章，2023位前期预约成功的大学生及数千人次市民游客排队集章，一站式集齐黄鹤楼、江汉关博物馆、东湖绿道等10家景区景点印章。

各旅游平台发布的中秋国庆长假总结报告中，众多集章城市中，武汉名列前茅。更多的年轻人来武汉旅行，不再是走马观花，而是带着小本本边逛边盖章。

盖章游火爆，也带火周边酒店住宿。去哪儿数据显示，中秋国庆长假期间，武汉酒店预订量较2019年增长4.8倍。在汉口黎黄陂路附近的江城明珠豪生大酒店、武汉马哥孛罗酒店，国庆长假期间入住率均超九成，其中10月1日到4日都是满房状态。

武昌昙华林、青龙巷是集章打卡人气点位。小昙昙邮局工作人员告诉记者，“盖章游”兴起带火了店内文创产品的销量，游客们在盖章后，会选购书签、明信片等具有武汉特色的文创产品。

多家文创店推出越来越多武汉相关的地标印章，还将印章与店内的其他文创产品结合起来，比如印章本、明信片、纪念册等，刺激消费。“有的外地游客为了收集印章特地来到武汉，我的店也在创新设计中，更多融入历史名人故事、武汉美食元素的印章，让游客不虚此行。”小隐集店老板马先生介绍，目前店内有20个印章，均为原

创设计，以武汉地标、古诗词和店名为主。中秋国庆客流高峰，店里上新了限定款中秋元素的印章。

沉浸式文旅游成新宠 年轻客群担当主推手

“第一天晚上在知音号体验江上剧场的魅力，第二天晚又去夜上黄鹤楼，很震撼，让我深切感受到武汉历史文化名城魅力。”10月17日，来自上海的游客刘睿睿告诉记者，“从看景到入景，沉浸在武汉的夜晚，不仅好玩，还感受到了浓浓的文化气息。”中秋国庆长假期间，知音号场场爆满，综合收入较2019年同期增长60%。

当前沉浸式文旅备受游客青睐，武汉也涌现出了一批以文化、科技、演艺等为特色的沉浸式文旅产品。

杨飞虎导游工作室负责人、湖北省金牌导游杨飞虎介绍，国庆长假期间，湖北省博物馆看编钟乐舞、听深度讲解；观知音号、夜上黄鹤楼看“嫦娥献舞”；去木兰不夜城看沉浸式主题互动表演，均成为外地游客必打卡武汉的热门项目。

一些全新的文旅体验项目，也备受市民游客追捧。晴川阁联合武汉人民艺术剧院推出《大禹晴川情》夜游实景演出，首次将“武汉杖头木偶戏”和武汉“大禹治水”传说两项国家级非遗项目融合，打造沉浸式演艺项目，国庆期间夜游人数比往常增加一倍。武汉革命博物馆上演沉浸式实景剧《王荷波》，吸引大批游客观看。

各乡村旅游景区也借沉浸式旅游火爆之势，“花式”上新“演艺+”项目。今年，武汉首座大型沉浸式夜游街区——“木兰不夜城”在黄陂区木兰花香景区内开街，内设15大主题舞台以及每日30场的艺术演绎，沉浸式主题互动表演、特色鲜明的夜游产品满足了游客多样化的需求。“刚过去的中秋国庆长假，入园人数突破21.8万人次，其中夜游游客占比68%。”木兰花香景区办公室主任李鹏介绍。

“沉浸式文旅之所以成为热点，根本原因是年轻人成为当下文旅市场的重要客群，他们追求个性化、互动性的文旅需求。”去哪儿大数据研究院研究员肖鹏表示，年轻游客愿意为深度内容、个性化体验、创新场景等买单。

湖北大学旅游发展研究院院长马勇表示，武汉旅游市场的火爆，得益于如今对城市文化的深度发掘与旅游业态的不断丰富。随着旅游消费潮流的持续焕新，武汉摆脱了以前单一的观光式游玩，两江游览品牌不断擦亮、历史风貌区焕然一新，旅游形态更吸引年轻人。

(据武汉晚报)