

东西湖慈惠街道:从农家乐迈向乡村休闲综合体 网红村的20年之变



上图:“乡伴慈惠”景区“田多多咖啡餐厅”老板张仪正在做咖啡。
左图:美丽的石榴红村。

■长江日报记者张勇军 郝天娇
通讯员林思雨 杨怡林

刚刚过去的这个周末,家住洪山区书城路的李女士与朋友相约来到东西湖区“乡伴慈惠”景区。

20年前,她曾在这个旅游景区里的石榴红村郊游,采摘草莓,吃农家饭。

2005年,地处东西湖区慈惠街道的石榴红村,通过统一规划将农居改造为粉墙、黛瓦、马头墙的徽派建筑群落,成为远近闻名的网红村。

20年后再次来到这里,李女士惊讶于这里的蝶变:灰墙黛瓦间,“村里的咖啡”“金粒柴窑面包坊”“田多多咖啡餐厅”,让这个乡村多了几分新潮和时尚感;村湾旁的小树林里,“愿驿·筱境”“个个世界·秘境”民宿掩映其中……

2020年,慈惠街道将汉江边坡包括石榴红村在内的14个永久村湾,升级为“乡伴慈惠”景区。如今,这里已建起“吃住行游娱采”6大消费场景,年接待游客超50万人次。

乡村老宅里的“慢生活”

蓝天白云,绿树掩映,青砖黄墙,听风沙沙作响。

慈惠街道蔡家台,“愿驿·半闲”民宿内,游客们在一楼大厅,端一杯茗茶,享受静谧时光。“半日得闲,一愿成诗”。2021年,曾是东

西湖区一名音乐教师的梁琦娟,被慈惠街道的自然村湾吸引,她决定在这里追逐自己的民宿梦。

“愿驿·半闲”约780平方米,由村民老房屋改建而成。她保留了黄土院墙、陶土罐,融入新中式柚木装饰,森系风十足,成为游客们打卡的网红空间。

慈惠街道离汉口中心城区不过20公里,“愿驿·半闲”民宿吸引了众多“90后”“00后”。2022年,梁琦娟发展势头不错,在村口的小树林,搭建了一座“12间自带露台小木屋”的民宿。如童话般的“愿驿·筱境”,其“东南亚木屋”特色,因“出片率高”瞬间走红网络。

附近,“且慢·乡伴”民宿,坐落于“乡伴慈惠”景区入口。白墙木椽间流淌着乡野的质朴,露台花园里藏着都市人向往的慢时光。推窗可见汉水粼粼,出门即绿意葱茏。

主理人黄水清说,民宿由破旧民房改造而来,引入专业的设计团队,让老宅既留得住乡愁,又接得住市场。

民宿多了,游客也来了。2024年10月,“招引而来”的湖北乡下有院文化旅游产业发展有限公司合伙人余松,在“乡伴慈惠”经营起一间400平方米的“村里咖啡”。

今年5月,余松在这里打造的“村里茶馆”也开业了。茶馆保留了老宅厚重的木质结构以及青砖地面,并搭配老榆木茶桌和传统年画,以及淘来的收音机、缝纫机、石雕等老物件。步入这

家“年代感极强”的茶馆,你可以坐上一整天。余松说:“我想用文旅改造让这些老房子重生。”

慈惠街道办事处相关负责人表示,如今的游客,不再满足于匆匆一瞥的“打卡”,而是渴望栖居田园,浸润生活。对此,慈惠街道深谙此道,以蔡家台、向家台为核心,打造“民宿+”生态圈——沉浸式农旅体验与滨江景观带相映成趣,构建“慢生活”场景,织就武汉近郊独一无二微度假经纬。

“新农人”带来诗意生活

蔡家台村湾,一面“柴窑面包”道旗,挂在路灯高处,引来游客注意。

面包坊由一间老粮库改造而成,四周用木板打围,形成小院。入口处,白色“金粒·柴窑面包”招牌贴在大门上方。

推开店门,堂食区布置简朴温馨。吧台前的金黄面包,散发着淡淡的麦香。一位身着围裙的清秀女子,从后厨探出身来迎客。她就是柴窑面包坊的创始人金丽。

39岁的金丽,是东西湖媳妇,曾是一名银行职工,网名“金粒籽”。她因为爱好,成了“烘焙网红”,全网粉丝超百万。

今年初,金丽一头扎进了慈惠街道的田园深处。她将首家线下面包坊开在了“乡伴慈惠”。这种连片化打造为游客提供了更完整、更持续的体验,也为产业持续发展提供了支撑。

乡村农文旅应由“物产型”向“生活方式

出来的面包,香味更浓郁。”金丽说。

不久前,金丽搞了一次网上团购,刚做出来的饼干,被粉丝“秒光”。她通过顺丰快递,将饼干从慈惠街道送到了天津、河北、江苏、广东等地。

金丽说,她正在探索如何将“网流”变为“商流”。“今年,将重点发展直播电商,还要宣传好‘乡伴慈惠’。”

柴窑面包坊隔壁,“田多多咖啡餐厅”正在装修。极简“工业风”的装饰,配上民国海派玻璃门窗,让它成为游客新的打卡点。餐厅老板张仪今年37岁,曾是外企公司员工,是慈惠街道的“回村姑娘”。“一楼做餐厅,二楼以上是民宿。”张仪说,她的餐厅预计9月开业。

近年来,“乡伴慈惠”景区共引进了17名新农人,“乡创生态”正在形成,为乡村振兴注入了源源不断的蝶变活力。

今年4月11日,东西湖区和慈惠街道组织了一场乡创大会暨闭门招商会,15个项目达成了合作意向,涵盖餐饮、住宿、游乐等农文旅项目。会上,慈惠街道推出了“乡村院子”计划和招商政策,公布了48处特色院落,可提供1.6万平方米打造空间。

慈惠街道办事处相关负责人表示,石榴红村传统的“采摘游+农家乐”模式难以持续。慈惠街道不断探索乡村文旅多元业态发展路径,通过不断招引“新农人”,引进新思维,发展新业态,激发乡村农文旅活力。

探索乡村旅游转型升级新路径

农家饭”向“过诗意生活”的升级,从功能性消费走向情感性、审美性消费,符合新中产和都市年轻游客对“在地生活”式旅游的趋势;“新农人”既具备品牌运营、内容创作、电商思维、审美感知等都市经验,又能与地方场景深度融合,实现线上流量导入+线下体验转化+在地消费延伸,是乡村旅游从业主体结构的重要转

型;通过空间整合,将14个保留村湾纳入整体规划,使“乡伴慈惠”不再是“农户拼凑+游客快速快出”的临时集市,而是一个具有慢生活调性、文化气质与商业逻辑融合的乡村休闲区。这种连片化打造为游客提供了更完整、更持续的体验,也为产业持续发展提供了支撑。

乡村农文旅应由“物产型”向“生活方式

型”升级。要注重生活场景营造,如乡村咖啡、书屋、手工体验、田园冥想等,满足游客的情绪价值与精神寄托。推动“轻资产+重运营”的持续发展。鼓励地方政府与运营团队合作引入有内容力与社群运营能力的农文旅品牌,加强品牌建设,打造在地文化IP。

(中南财经政法大学旅游研究院院长 邓爱民)

百名市民探秘「碳资产大脑」

中碳登举行开放日

长江日报(记者杨蔚)近日,中碳登举办“碳索未来,绿动你我”开放日文明实践活动,来自武汉社区、学校、环保组织及企业的百名市民代表走进中碳登大厦,近距离感受碳市场的发展活力。

“第一次走进中碳登,感觉很新奇!”武昌区水果湖街道机安社区的刘女士兴奋签名,开启“碳索”之旅。在三楼展厅,武昌区的青少年低碳环保宣讲员化身“导游”,“讲得真清楚,让我马上明白了国际碳市场的情况和我国建立碳市场的必要性。”带孩子前来的张先生频频赞许。

展厅内生动的模型和图文展示了全国碳市场如何运用市场化机制引导企业减排,以及作为“碳资产大脑”和“碳交易枢纽”的中碳登如何护航全球最大碳市场的平稳运行。碳市场四周年成就展的数据图表令人振奋。“覆盖这么多行业了!”“累计成交额这么高!”市民们驻足惊叹,湖北省的突出贡献和企业取得的实际减排成效让参观者倍感兴奋。

讲解员还介绍武汉市探索创新的碳普惠机制,将市民日常的绿色出行、垃圾分类、节水等低碳行为量化为碳积分,并可兑换相应激励,让减碳真正融入市民日常生活。

绿色低碳技术展区展示了碳捕集利用、废弃物资源化利用等“黑科技”,“这个装置能将农林废弃物变废为宝,转化为用于发电燃烧的材料!”“实在是太神奇了!”企业代表李先生饶有兴致地与技术人员交谈着。

参观者在“模拟交易系统”前排起小队长,他们化身“碳资产管理”,操作买卖碳配额,身临其境的体验让市民更清晰地理解了碳交易的市场机制。通过零距离接触和沉浸式互动,国家“双碳”战略的宏大目标融入了市民的认知与行动。

中碳登相关负责人表示,未来将持续深化“双碳”教育实践基地建设,搭建更广阔的公众参与平台,与社会各界携手,为服务国家“双碳”目标、推动绿色低碳高质量发展凝聚力量。

(参与采访:张锦涛)

江夏30个托管服务点 开在“单位旁” 建到“家门口”



科创广场托管班的孩子们在“纸坊造”体验非遗手工。
金志颖 摄

长江日报(记者杨晓雨)暑期,在江夏区科创广场托管班,儿童泡沫垫、图书角、教室等设施一应俱全,科学实验套装、积木等教具丰富多样。20余名孩子在大学生志愿者的带领下,兴致勃勃地参与趣味课堂活动。这是江夏区今年暑期设立的30个托管服务点之一。

“我们首次开设托管班,报名首日我就接到了80多通咨询电话。”科投集团运营部职工、托管班负责人金志颖告诉长江日报记者,在交通安全、防溺水等通用课程基础上,集团还整合合作资源,为孩子们量身打造了特色课程。例如,前往“纸坊造”了解非遗技艺,在灵伴科技戴上AR眼镜探索科学奥秘。“我们还有位体育专业毕业的同事,因此特别增设了乒乓球、篮球等课程。”

科投集团工作人员董文福为7岁的儿子报了名。“每天先送他到二楼托管,我再上二楼办公,非常方便,解决了我们双职工家庭的带娃难题。课程设置也很丰富,孩子经常回家开心地分享趣事。”董文福说。

今年夏天,江夏团区委将暑期托管作为一项重要的民生实事精心组织、全力推进,经过科学规划和筛选,在全区设立了30个托管服务点。

“今年不仅服务覆盖面和点位数量均创历史新高,且坚持需求导向,布点更精准。”江夏团区委暑期托管工作负责人周碧珊介绍,针对产业园区青年职工集中的特点,首次在中铁科工江夏基地、科创广场、阳光创客产业园开设托管点。金口、安山、湖泗等南部偏远街道也增设了托管班,为留守儿童和乡村青少年打造“家门口”的“快乐驿站”。

在中铁科工江夏基地托管班,班主任胡鹏介绍,托管班专门推出“童眼看企业”产业育人实践活动,让孩子们零距离感受父母的工作日常;并组织前往武汉琴台大剧院、江夏区国安基地进行沉浸式研学。

“往年我们自办的托管班基本上只起到了‘看孩子’的作用。今年团区委帮我们引入了区内职能部门和驻区高校的资源,课程种类变得更加丰富,受到了家长广泛好评。”胡鹏说。

江夏团区委主要负责人苏成凤介绍,今年的托管班有“趣”又有“益”,通过联合区城管局、检察院、公安分局等职能部门,将专业力量引入托管课堂。精准对接湖北经济学院、武汉城市职业学院2所高校,招募68名优秀大学生志愿者,还创新招募了20名由优秀少先队辅导员、社区干部、爱心妈妈及专业教育工作者组成的班主任队伍,构成确保托管班稳定运行的核心力量。

本版统筹:彭仲

江汉路动漫消费集聚地七成是国漫

老商场变身“潮流盒子” 每天涌入2万年轻人

■长江日报记者郝天娇

在武汉江汉路步行街的繁华路段,潮流盒子·武汉X118商场正上演着与传统百货截然不同的景象:商店里摆满了琳琅满目的潮玩手办、动漫周边,餐厅被布置成动漫、游戏里的场景,目光所及之处尽是动漫人物海报,不少将自己打扮成动漫人物的年轻人穿梭其间,人声鼎沸。进入商场的瞬间,让人恍惚从“三次元”穿越到“二次元”空间。

国内动漫产业的蓬勃发展,让两年前这个开铺率一度不足一半的传统商场重新焕发生机,摇身一变成为华中地区最大的动漫新消费集聚地,日均客流量达2万人次,单日销售额突破百万元。今年“五一”期间,单日客流量达到10万人次。

“有的年轻人在这里一待就是一天”

“我们的成功离不开近两年国漫的快速崛起。比如哪吒、原神、第五人格、黑神话悟空、恋与制作人、盗墓笔记……”X118运营总监边玮告诉长江日报记者,在X118的店铺中,七成以上售卖的是国漫周边产品,剩下的才是日漫、美漫产品。“一方面是我们加大力度支持国漫,另一方面,国漫本身就具有强大的市场潜力。”

“五一”期间,我们不得不限流,大门只出不进。你能看到的位置全是人,只能顺着人流一点点地挪。”边玮回忆起今年“五一”期间的盛况仍难掩激动。当日客流量突破10万人次,而这座面积仅1.5万平方米的商场,平日日均客流量也高达2万人次,远超传统购物中心。

X118做了什么?边玮认为,除了国漫崛起的加持,商圈吸引动漫消费群体的原因是倾力打造了沉浸式体验空间,让年轻人愿意为“情绪价值”长时间驻足。

留意到动漫爱好者装扮成动漫形象,要化



年轻消费者正在挑选动漫周边。
长江日报记者郝天娇 摄

全妆,穿戴假发、衣物等,动辄好几个小时的需求,X118团队还在四楼招引了妆发店铺。“打扮完了以后可不得多逛逛,毕竟回到家就结束”“成为动漫人物的体验”。边玮介绍,顾客平均停留时长高达6至7小时,“有的年轻人在这里一待就是一天”。

“不是漫展去不起,而是潮流盒子更有性价比。”记者翻开小红书关于武汉动漫打卡地的词条,看到了这句在动漫爱好者中广为流传的调侃。边玮笑着说,其实,这句话里也包含了X118转型成功最大的原因——无需门票,爱好者们可以毫无负担地来到这里享受社交、表演、

集邮(与喜欢的Coser合影)的乐趣。

闲置一年商铺等来品牌“动漫店”

X118的前身是武汉人熟悉的老牌商场——新世纪百货。在传统百货模式举步维艰之时,X118创始人吴建光在考察了上海漫展及日本秋叶原后,接下了老商场,成为武汉探索动漫消费新业态“吃螃蟹的人”。

转型从条件最优,有直达飞梯的三楼开始。边玮透露,作为华中首个专注动漫的商业体,初期招商极其困难。当时,武汉乃至华中地

区都没有很庞大的动漫资源。团队只能远赴上海、广州、深圳、杭州、成都等地“挖”品牌。

她笑着说,转型初期的第一家动漫店铺,靠的是X118项目总经理程功与店铺主理人在咖啡店“彻夜长谈”的诚意和共同“赌一把”的决心。

即使三楼大部分空置,商场也斥资近50万元,将围挡全部替换成蜡笔小新、灌篮高手、排球少年等热门动漫的授权画面,还打造了弹幕墙、免费提供给动漫爱好者举办“随舞”(随机舞蹈)、IP角色生日会、茶话会等活动,整个楼层被装扮成一个免费的巨型动漫打卡地,吸引来首批消费者。

开业首月,这家仅40多平方米的店铺创下80万元销售额,招商局面自此打开。

招商情况好转后,不少品牌主动找上门来。“但我们宁愿放弃租金收益,也要等目标品牌。”边玮说,为了引入契合调性的头部动漫品牌,商场拒绝了许多非目标业态的入驻请求,宁愿将店铺空置。比如现在开在一楼的“三月兽”谷子店(谷子,英文Goods音译,意为商品),他们就整整等待了一年时间,多次洽谈,才换来了对方的信任。

清退原有商户是另一大难关。边玮坦言,过程“不是一帆风顺”,部分合同未到期的商户不愿撤场,“具体腾退赔偿的数额不好估算,反正是百万级别的”。这笔转型的“学费”代价不菲。

经过长达一年多的招商,目前X118共有101个店铺,七成是售卖动漫周边商品的“谷子店”,其中93%是华中首店。

记者了解到,目前江汉路上的汉口Stay、中心百货等商圈也开始探索动漫消费转型。对此,边玮和她的团队持开放态度:“欢迎大家来做动漫!”在她看来,单个项目的成功固然可喜,但形成集群效应才是做大市场的关键。“我们希望通过大家共同努力,能把江汉路步行街打造成为全国动漫爱好者的集聚地。”