

## 街力赛

## 徐家棚街道：消费热力图上的「深红地标」



武昌万象城的微醺山谷吸引不少年轻人来此打卡。

## 来徐家棚逛街，逛的不止一座商场

在武汉滨江天街庐月·城市书院，点一杯咖啡临窗而坐，看书间隙抬头便是辽阔江景，随手一拍氛围感拉满。22岁的武汉大学生蔡依宜在这里坐了一个下午。作为华中地区首家瞰江旗舰店，“明月”高悬之下，市民在此畅游书海，静享阅读时光。

“商场入驻的300多个品牌，约四成是武汉首店，逛一圈就能解锁不少‘初体验’。”武汉滨江天街相关负责人说，长江之畔，三条地铁线交会，这里的区位优势和城市景观吸引了众多“流量”品牌的青睐。

一路之隔的武汉京东MALL，200余平方米的电竞体验区里，键盘敲击声此起彼伏，DIY主机闪烁着炫酷灯光，旁边就是能直接下单的最新装备。咖啡烘焙区飘来浓郁香气，顾客揉搓面团体验西饼制作，使用的咖啡机、烤箱如果心仪，也能当场买回家。“边体验边把需要的东西买齐了。”在复刻真实客厅的展区，市民王先生感叹。

“作为京东线下超级体验店的升级版，这里拥有4万平米超大空间，其中体验互动区域就有7000平方米，引进线下经营的一线品牌超300个，年销售额突破10亿元，在全国门店中表现优异。”武汉京东MALL用户运营店长陈旋介绍，中秋国庆假期，随着苹果、小米等品牌发布新机型，商场客流量增长超过30%，其中新顾客占比高达85%。

## 小票根变“消费通票”，玩转整个商圈

一张张票根，在武昌滨江可以玩转商圈。

“本来计划买‘大件’，没想到还收获了看海洋动物的惊喜。”在武汉京东MALL，市民张女士带着孩子选购了一台笔记本电脑。夜幕降临后，她凭购物小票来到中商世界里·销品茂的天空海洋馆，享受了夜场半价优惠。

一张张票根，像纽带一样把分散的商业场景串联起来，将单次消费延伸为一条消费链。这是徐家棚街道在中秋国庆期间联动商圈推出的一次全新尝试。

“国庆前夕，在街道的组织下，各个商业体决定推出一到两项独有的特色项目让利优惠，为徐家棚商圈相互引流。”武汉滨江天街相关负责人说。

中商世界里·销品茂拿出独有的“天空海洋馆”夜场票，龙湖天街提供“喜梦盒·嗨戏剧”的专属优惠，武汉京东MALL推出千元消费券礼包……

“商圈因人流而形成商业聚落，人流也向体验好、口碑好的商圈聚集。近年来，随着越来越多优

质开发商进驻，徐家棚片区消费品质不断提升，我们对这里的发展充满信心。”扎根徐家棚22年的欧亚达家居也在积极转型，业务部部长余菲说，各家商场推出的“牌”虽不同，但目的不是“抢客”，而是共同擦亮武昌滨江消费集聚地的新名片。

“我们的相遇，将将好@东东”“将将好，我在等你！@湖湖”——今年，武汉滨江天街在开业前，与马路对面的武汉京东MALL展开了一场“隔空对话”。市民纷纷用镜头记录下了这有趣的一幕。

目前，徐家棚街道已形成以总部经济为引领、金融商务为主体的发展格局，文化、商务、商业、旅游和居住在这里融为一体。

“徐家棚商业集聚区逐渐形成，推动武汉浓厚的商业文化向滨江片区流动，树立起新的滨江消费地标，与滨江地段的商业价值相互匹配，相互提升，充分彰显城市活力。”华中科技大学经济学院教授陈波说。

（参与采写：李嘉雯）

《2025活力之城IP指数报告》发布  
武汉城市IP综合实力全国第二

■长江日报记者黄丽娟

城市IP正成为流量变“留量”的关键密码。11月28日，中国新闻周刊在北京发布《2025活力之城IP指数报告》，武汉城市IP综合实力位列全国第二，入选“活力之城”。

过去一年，中国城市通过各具特色的实践，共同汇聚成一份关于城市IP塑造与活力激发的答卷。《2025活力之城IP指数报告》综合城市IP的传播活力、消费活力、文化活力、创新活力等，发布了2025活力之城案例，总计21个城市入围。前5名分别是：广州、武汉、成都、南京、济南。

入选“活力之城”的背后，是武汉在历史文脉传承与现代潮流创新中走出的独特路径。连日来，长江日报记者走访武汉街头巷尾的文化地标、文创空间与新兴业态，探寻这份“活力密码”如何在传统与现代的碰撞中持续生长。



巴公房子人气火爆。

长江日报记者胡冬冬 摄



华科大银杏迎来最佳观赏期，不少学子驻足拍照。

长江日报记者高勇 摄

## 百年建筑“活”起来 老房子里藏着新潮流

11月29日，巴公房子内热闹非凡，这里正举行武汉风貌巴公邸酒店开业一周年庆典。“以前只觉得这栋老房子拍照特别出片，现在能住进来体验，吃一顿林其林大餐，还能在文创空间里买手信、看展览。”“90后”女孩范晴晴特意穿了中式服装来参加庆典，还参观了酒店内的婚宴布置，“计划和男朋友在百年老房子里办婚宴，感觉很浪漫”。

在汉口历史风貌区，巴公房子是最火的文旅地标。1910年，巴公房子建成，成为当时汉口最大的高等公寓

楼。2024年，巴公房子修缮一新，变身巴公邸酒店。酒店共有45间客房，融合了古典与现代元素，住进这幢百年洋房，游客可重温万里茶道的繁荣盛景和东方茶港的荣光。

经过一年的精心布局，巴公房子已配备了主打年轻化体验的巴公小酒馆和多元文创空间。百年砖石间，老壁炉与智能设备共存，雕花回廊与现代艺术展相映成趣，原本静止的历史建筑转型为集历史体验、高端旅居、文化交流于一体的沉浸式消费场景。

## 文创爆款“火”起来 本土礼物拉动在地消费

如果说老建筑是活力的载体，那么接地气的文创产品就是武汉活力的“流动名片”。武汉礼物文旅产业有限公司总经理杨博智透露了一组亮眼数据：“今年蒜鸟文创产品卖了60万个，成为年轻人来汉必买的伴手礼之一。”

这个以武汉方言谐音命名的文创IP，凭借可爱的造型和浓郁的本土特色从众多文创产品中脱颖而出。记者在昙华林武汉礼物旗舰店看到，货架上摆满了蒜鸟系列产品，不少游客正在挑选。“这个形象很可爱，带回去送给朋友，既能当纪念品，又能介绍武汉方言文化。”来自长沙的周女士说。

不止“蒜鸟”，武汉三镇的文创空间正形成合力，让传统文化“潮”起来。

来。11月27日，“武汉礼物×汉阳造物·汉阳旗舰店”举办“非遗再造·知音汉阳”文旅推介活动，汉绣屏风、缠花头饰、大漆首饰、青铜铸造摆件集中亮相。这些非遗作品跳出传统陈列的框架，通过“传统工艺+现代设计”的跨界融合，变身年轻人爱不释手的潮流好物。

“归元寺路上的银杏大道美不胜收，戴上一件缠花头饰，搭配汉服拍照，氛围感直接拉满。”汉阳旗舰店店长王娟说，缠花系列产品上架后，每天都能卖出上百件。这家汉阳区首店自今年“十一”开业以来，销量一路领跑，国庆期间连续四天位居武汉礼物门店销量第一。

“现在的文创产品不再是单纯的小物件，而是承载着城市记忆的体

验载体。”杨博智认为，年轻消费者的追捧，让本土文创迎来发展黄金期。今年春季，“蒜鸟”主题快闪店单月销售额突破130万元；暑期，武汉礼物与湖北省博物馆联名的荆楚文创快闪店，创下220万元的销售新高。

今年，武汉文旅部门持续推动“武汉礼物”品牌建设，推出蒜鸟、鹤舞流光等本土爆款文创，在天河机场、武汉旅游观光巴士等场所新设20家特色文旅商店。从黄鹤楼景区的诗词文创，到昙华林的武汉礼物旗舰店，再到汉口江滩集旅拍、咖啡、文创体验于一体的美学空间，沉浸式的文化消费场景让游客在购物中读懂武汉，更有力拉动了文旅消费。

## 新业态“跑”起来 文化消费打开新赛道

活力之城的建设离不开持续的创新动力。记者走访发现，武汉正不断拓展文旅新业态赛道，一批兼具科技感与文化味的新项目密集涌现，为城市活力注入新动能。

今年暑期，汉秀剧场升级后的《水秀》惊艳亮相。这场演出融合杂技、舞蹈与高科技水景特效，演员在水面、空中、舞台之间自由切换，光影变幻间，观众仿佛置身于奇幻的水世界中。开演至今，已吸引超3万名游客前来打卡，成为武汉夜游的新地标。

9月，在武汉万象城，元境·AI奇幻艺术之旅启幕。1600平方米的空间内，串联着量子光廊、跨时空漫谈、镜像世界等十三个元宇宙场景。这方元宇宙之旅，不仅是视觉盛宴，更是

开启了公众对未来艺术与生活形式的想象，探索出文商旅融合发展的新模式。

国庆假期，开心麻花汉阳树剧场更是一票难求。连续9天的演出场场售罄，喜剧IP引爆观剧热潮。另一边，木兰花乡的《楚地长歌》室内沉浸式演艺，让游客在光影变幻中读懂楚文化的源远流长。

数据显示，今年以来，武汉创新推出《穿越青铜纪》《文明一万年》等7个数字演艺新作品，建成开放联创艺空间、开心麻花汉阳树旗舰剧场等12个演艺新空间。数字技术与文化演艺的深度融合，传统戏剧与现代剧场的创新结合，让武汉的文化消费供给更加多元，也吸引了越来越多年轻人主动走进剧场、亲近文化。

全国工程勘察设计大师、中国城市规划设计研究院原院长李晓江表示，“城市IP不应该只是logo或者吉祥物，而是城市文化价值的再认识，是城市文化活动场所的再造，是一种持续的运营。”清华大学国家形象传播研究中心主任、新闻与传播学院教授范红表示，城市品牌国际传播本质不是“做宣传”，而是构建一个具有全球影响力的城市品牌资产体系，“城市IP要可识别、可传播、可延展、可商业化、可互动、可持续。”

长江日报记者杨蔚  
通讯员况昕昀 叶青

打开百度地图软件的人流量分布图界面，武昌区徐家棚片区呈深红色。

位于长江二桥南岸的武昌区徐家棚街道，在直线距离不到3公里的L型道路上，聚集了亲橙万象汇、武汉滨江天街、武汉京东MALL、武昌万象城、武汉绿地·新田360、M758、中商世界里·销品茂、欧亚达家居、武汉群星城等9家“全国首个”“华中销冠”“集团顶配”大型商业综合体。此外，辖区内还有福客茂、漫天区、东原时光、桃源国际4大商业街区，商业总面积超过100万平方米，一举成为武汉商业密度最高的片区。

摩登现代的商场与奔流不息的长江相互映衬，共同塑造出武昌滨江独具魅力的城市商圈名片。

“国庆前夕，在街道的组织下，各个商业体决定推出一到两项独有的特色项目让利优惠，为徐家棚商圈相互引流。”武汉滨江天街相关负责人说。

中商世界里·销品茂拿出独有的“天空海洋馆”夜场票，龙湖天街提供“喜梦盒·嗨戏剧”的专属优惠，武汉京东MALL推出千元消费券礼包……

“商圈因人流而形成商业聚落，人流也向体验好、口碑好的商圈聚集。近年来，随着越来越多优