

方言文创霸榜热销 “老字号”糕点销量劲增 全国游客打包爆款“武汉礼物”带回家

长江日报记者黄丽娟 侯钰倩 实习生许晴楠

“想开鸟”一天卖出超500只，“老字号”糕点销量比平时翻5倍……“五一”假期，来汉游客除了打卡景点、品尝美食，还忙着挑选伴手礼，把江城的味道与记忆带回家。连续两天，长江日报记者走访发现，老字号糕点、爆款文创、非遗好物轮番出圈，各伴手礼店人气爆棚，不少游客称：“来一趟武汉，总要带点专属回忆走。”

“武汉礼物”门店全线爆发

“五一”假期首日，武汉文旅市场迎来消费爆发。作为城市形象窗口的“武汉礼物”表现极具抢眼，全线门店开启“爆单”模式。记者实地探访发现，从晴川阁的新店试水，到江汉路的业态融合，再到方言文创的霸榜热销，“武汉礼物”正在用一套“组合拳”，把城市文化软实力转化为实实在在的购买力。

5月1日，位于武汉知音文化旅游区的武汉礼物晴川阁旗舰店开启试营业，首日便以卓越的销售业绩挺进品牌业绩前三。于樱花季期间上新的毛绒玩具“想开鸟”，受到年轻游客的喜爱，一天卖出超500只。

“武汉礼物”相关负责人分析认为，这种将历史名胜与潮流文创深度融合的新业态，精准捕捉了游客“看江、登阁、带走记忆”的消费路径，实现了文脉与商脉的同频共振。

位于江汉路游客服务中心的“武汉礼物”融合店是今年刚开的新店，这里打破了传统门店的界限，创新采用“咨询+文化购物”的模式。5月2日，记者在门店看到，不时有游客走进来，被文创好物吸引而停留。“本来只是进来问个路，结果被这些精致的文创吸引，不知不觉买了一大袋。”正在结账的游客李女士说道。

爆款频出，方言玩具霸榜销售榜首。记者在泛悦汇武汉礼物门店看到，爆款“蒜鸟”、黄鹤楼冰箱贴热度依旧不减。来自福建的大学生肖月购买了两只“蒜鸟”和黄鹤楼冰箱贴，他表示：“蒜鸟很有趣，还能发出声音，挂在包上，买回去可以纪念这次旅行。”还有不少游客直奔藕粉、卤鸭脖等美食，“武汉特产，带回去给家人朋友们尝尝。”

“武汉礼物”现在在全市已有20多家门店。实时数据显示，以“想开鸟”为代表的武汉方言系列玩具在“五一”当天单日售出超5000件，稳居单品热销榜首，今年3月上架后销售额已超百万元。

黄鹤楼冰箱贴、楚文化水桶包热销

5月1日上午，记者在黄鹤楼文创中心看到，黄鹤楼冰箱贴、诗词书签、毛绒玩具“楼小宝”等文创产品格外紧俏。一面墙上，40多款黄鹤楼冰箱贴让人眼花缭乱，来自上海的游客王女士驻足挑选很久，“有折叠款、夜光款，好想全部带回家”。毛绒玩具区，“楼小宝”则深受小朋友喜爱，前来挑选文创产品的亲子家庭几乎人手一个。一对老年夫妇特意买了个大号的“楼小宝”，“给孙子带回去当礼物”。

黄鹤楼文创中心相关负责人介绍，黄鹤楼的文创目前已打造成涵盖十多个大类、700多种单品的文创矩阵，并实现了线上线下联动发展。

昙华林山顶城墙旁，楚汉造物文创店里人气同样火热。工作人员介绍，新品“鹤舞飞天”冰箱贴是门店原创设计，将武汉特色景点与可旋转结构结合，又带着“时来运转”的好寓意，是近期的销量“黑马”。店里的楚文化水桶包是明星曾黎同款，凭借着明星效应和实惠的价格备受游客青睐，今年已经卖出了300多个。曾黎佩戴的同款丝巾上面印有楚国车马纹样，生动还原了楚文化的风貌，不少女游客驻足挑选。

互动DIY类文创尤其受年轻人和孩子欢迎，“摇摇乐”玩具成爆款，高峰期一天能卖出四五十个。从宁波来的多名小学生，聚在一起兴致勃勃地组装“摇摇乐”，“这种玩具能挑选自己喜欢的元素，组装成独一无二的样子，摆起来还会叮叮当当响，非常好玩。”一名小学生说。

5月2日中午，记者在咸安坊“全员饿人”门店看到，不少年轻人、亲子家庭冒雨前来选购自己心爱的文创好物。门店相关负责人介绍，“五一”当天，“全员饿人”咸安坊店和武商广场店的销售额比平时翻了2倍。

樱花鲜花饼成“必带款”

如果说文创是游客的“心头好”，那么美食则是必不可少的“伴手礼”。在昙华林街区内，扬子江非遗点心·伴手礼店门前香气四溢，客流不断。“给我打包15盒樱花饼，直接邮寄回家！”一位来自河南的游客豪爽地下单。店里工作人员介绍，“五一”期间，樱花鲜花饼依然是“销冠”，酥软的饼皮裹着“真樱花”“真花瓣”，颜值与味道双双在线。来自浙江的傅先生一家带着孩子来武汉玩三天，去了黄鹤楼、长江大桥、东湖、江汉关等地方。临走前他们特意来到昙华林，“我们做了旅游攻略，专门来昙华林挑选伴手礼”。他们买了一筐糕点，其中就有3盒樱花饼。傅先生说：“樱花饼的包装看起来精美，有武汉特色，我们要带回去给朋友尝尝。”

扬子江门店相关负责人介绍，“五一”当天，扬子江各门店的日销售额是平时的4到5倍。除了樱花饼，现做现烤的各类糕点点心也深受喜爱，刚出炉的糕点带着热气，吸引不少游客驻足品尝、打包带走。还有游客一次性在店里消费2000多元，把各类糕点囤了个遍，让工作人员帮忙打包邮寄回家，“武汉的味道，得让家里人都尝尝”。

“来武汉一趟，总得带点不一样的东西回去。”一位外地游客的话，道出了许多人的心声。游客们带走的不仅是一份礼物，更是一段武汉记忆。这个“五一”，这些带着武汉温度的伴手礼，正随着游客走向全国，把江城的烟火与浪漫，传递到更多角落。



武汉礼物晴川阁店，游客在挑选心仪的文创礼物。

长江日报记者黄丽娟 摄



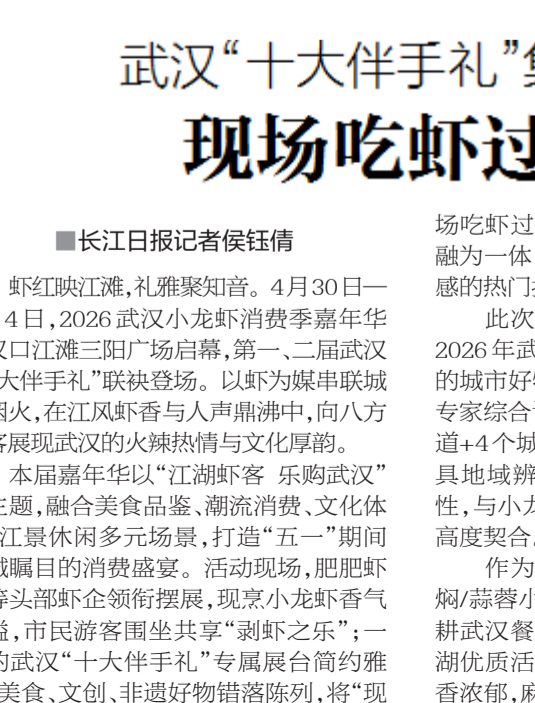
游客在楚汉造物文创店挑选纪念品。

实习生许晴楠 摄



游客在摊位前咨询购买武汉“十大伴手礼”。

长江日报记者侯钰倩 摄



游客被“蒜鸟”玩偶吸引。

长江日报记者侯钰倩 摄

武汉“十大伴手礼”集体亮相小龙虾消费季嘉年华 现场吃虾过瘾 归家带礼走心

长江日报记者侯钰倩

虾红映江滩，礼雅聚知音。4月30日—5月4日，2026武汉小龙虾消费季嘉年华在汉口江滩三阳广场开幕，第一、二届武汉“十大伴手礼”联袂登场。以虾为媒串联城市烟火，在江风虾香与人声鼎沸中，向八方来宾展现武汉的火辣热情与文化厚韵。

本届嘉年华以“江湖虾客 乐购武汉”为主题，融合美食品鉴、潮流消费、文化体验、江景休闲多元场景，打造“五一”期间全城瞩目的消费盛宴。活动现场，肥肥虾庄等头部虾企领衔摆展，现烹小龙虾香气四溢，市民游客围坐共享“剥虾之乐”；一旁的武汉“十大伴手礼”专属展台简约雅致，美食、文创、非遗好物错落陈列，将“现场吃虾过瘾、归家带礼走心”的消费体验融为一体，成为江滩兼具烟火气与文化感的热门打卡点。

此次亮相的武汉“十大伴手礼”，是2026年武汉文化旅游发展大会重磅发布的城市好物，经公开征集、千万网友投票、专家综合评定脱颖而出，构建“5个武汉味道+4个城市文创+1个非遗匠心”矩阵，兼具地域辨识度、文化附加值与实用收藏性，与小龙虾嘉年华的“美食+文旅”内核高度契合。

作为嘉年华核心主角，肥肥虾庄油焖蒜蓉小龙虾堪称武汉味道的王牌。深耕武汉餐饮多年的肥肥虾庄，以潜江、洪湖优质活虾为原料，油焖款猛火爆炒、酱香浓郁，麻辣中带回甘；蒜蓉款金蒜慢熬、



游客在摊位前咨询购买武汉“十大伴手礼”。

长江日报记者侯钰倩 摄

游客被“蒜鸟”玩偶吸引。

长江日报记者侯钰倩 摄

长江日报记者黄丽娟

武汉雨中春景，吸引游客们奔向各自的理想之地。5月2日，长江日报记者走访发现，面对天气的“小插曲”，来汉游客迅速切换玩法，从户外赏景转向文化沉浸与新奇体验，在博物馆、书店、雪场和美食店里，欣赏雨中武汉别样美。

避雨看展两不误。5月2日上午10时30分，记者在江汉关博物馆门前看到，百米长队在雨中蜿蜒却秩序井然，游客们撑着各色雨伞静静等候入场。来自湖南的宋先生拖着行李，带着孩子，排在队伍中间。“我们查了天气预报，知道今天下雨，特意将上午留给室内博物馆。”宋先生说，“昨晚住汉口，等会打车去昙华林换酒店入住，明天天晴了再登黄鹤楼、走长江大桥。”

博物馆不远处，武汉红色旅游巴士也排起了长队。这辆双层大巴成了雨天的“香饽饽”。来自北京的刘女士一家三口排队等着上车，她兴奋地向记者展示手机里的照片：“刚刚步行经过江汉关，雨中的百年钟楼、老汉口建筑别有一番韵味。现在坐巴士游武汉，既能听讲解员讲述沿途地标的前世今生，又能避免淋雨，还能高效打卡。”她笑着说：“这种‘懒人友好型’的雨天玩法，让我们全家都很满意。”

上午11时30分，雨势稍大，青岛路上的鹅社书店内却是一片静谧温馨。观展、看书、喝咖啡、逛市集……各种文化活动让这里成为游客避雨游玩的理想去处。一位来自河南的妈妈带着9岁的女儿坐在书店里，妈妈点了一杯咖啡，旁边的女儿津津有味地吃着蛋糕，看着漫画书。

中午12时，咸安坊户外，“武汉”字墙、紫色花墙前，游客们打着透明雨伞拍照。蔡林记、绿洲等餐厅内，则坐满吃饭的游客。

下午1时，吉庆街“四季美”二楼座无虚席。两位操着广东口音的游客在收银窗口等待着服务员打包两份汤包。“刚去老通城豆皮看了下，还有空位置，我们打包汤包后，再去豆皮店坐着吃，都能品尝一下。”其中一位游客笑着说，“武汉的小吃太丰富了，下雨天正好一家家慢慢吃。”

当天下午，武商梦时代室内的WS热雪奇迹也是热火朝天，迎来众多游客。来自湖北荆州的杜先生和孩子穿着厚重的滑雪服在雪地上练习基础动作，虽然摔倒了多次，但父子俩笑得合不拢嘴。“本来担心下雨会影响游玩体验，结果发现室内滑雪太棒了！”杜先生抹了一把头上的汗水说道，“外面下着雨，我们在里面体验-6℃的真雪，这种反差让人印象深刻。而且不用担心天气变化，想滑多久就滑多久。”

从历史的厚重到冰雪的刺激，从书香到美食的热辣，这个“五一”假期，全国游客用脚步丈量出武汉文旅的韧性——无论晴雨，江城皆有惊喜。正如一位游客所说：“在武汉，下雨不是游玩阻碍，而是另一种打开这座城市的方式。”

(上接第一版)

“你只管创意” 其他的事情交给城市

消费活力要落地生根，还需要一片适宜的土壤。

武钢光谷·606产业园的红砖房前，讲解员小吴正带着一队参观者穿行。她停下脚步，指了指一栋改造后的厂房说：“这栋楼以前是车间，现在在里面是一家设计公司。”2022年起，武钢集团与洪山区政府联手，投入约2.2亿元启动改造工程，按照“修旧如旧、空间织补、功能完善”的理念，对首发区13座建筑进行改造升级。如今，园区共入驻企业40家，懂车帝近2万平方米的线下商城也落户于此。

园区招商负责人说：“招商引资的反馈比我们预想的更积极，很多企业是在看到照片后找过来的。”在武昌黄鹤楼脚下，蓝江商城闲置的天台上，“山顶烧烤·又见黄鹤楼”日日满座。傍晚7时，食客们一边涮着火锅，一边抬头就能看到黄鹤楼的飞檐被灯光勾勒出来。网友Lei在大众点评上写道：“黄鹤楼前涮火锅，武汉还是太超前了！”

“当初就知道这里一定会火。”负责人于保罡指了指近在咫尺的黄鹤楼，“这个视角，全武汉找不出第二家。”让他没想到的是——备案、落地、改造、安全……该跑的手续，黄鹤楼街道工作人员主动上门，帮他一次次梳理细节、补材料。如今，“山顶烧烤”日均客流量近千人次，成了“天台经济”的当红代表。

城市在做的事情，是让这些自发的创意能够落地。

从百年街区到江边桥底，从废弃天台到老厂房，这些由市场自发生长、被城市用心托举的消费场景，成为武汉独一份的时尚表达。

暮色四合，长江边桥墩下的一家小酒馆亮起暖黄色的灯。三五成群的年轻人坐在户外折叠椅上，碰杯声和笑声混在江风中飘散开来。酒馆老板拎着一打啤酒从店里走出来，随口问：“你们是怎么找到这地方的？”一个女孩举起手机：“网上刷到的，说是‘桥墩下的武汉’。”老板笑着回应：“我没打什么广告，就是口碑传开了，年轻人自己找来的。”

看展、逛咸安坊、坐双层巴士游武汉 欣赏雨中武汉别样美