

来江夏 赴山水

——“江夏文体旅产业创新大会”极致场景遍邀天下客



江夏好物·金秋文旅消费市集。

【题记】

定位全力奔赴。
户外运动目的地、长江中游数字创意产业聚集地三大
江夏文旅，锚定中部都市微度假首选地、全国知名

扫码观看视频



天空之城音乐会。

9月24日，江夏区谭鑫培戏楼内，区文旅集团分享中央大公园是如何火起来的；同一会场，一位省外文旅投资代表扫描“江夏文体旅场景库”微信二维码，仔细寻找机遇；楼外小广场上，从武昌来的刘女士一站式逛遍江夏好物；次日，来江夏上大学的大一新生小陈凭着录取通知书，免费登上了开往龙湾半岛景区的山湖旅游专线。

不同的人，因为同一片山水，向江夏汇聚而来。

9月24日，江夏区举办“来江夏 赴山水”文体旅产业创新大会，同步启动2026金秋文旅消费季。一场在地实践分享，四个一线项目登台“交答卷”；一次重磅场景发布，五类“文旅+”场景面向全国招商；一轮专家把脉献智，三位行业专家现场支招；一个消费季启动，40余项活动贯穿金秋；一条大学生专线开通，12个站点免费乘坐。

来江夏赴山水。赴的是山水之美，更是产业之机、民生之惠——江夏以山水为幕，把一座城市的诚意，装进了这场大会的每一个环节里。

山水答卷：
一街一品，沉淀一批实践样本

江夏以山水为幕，以“绣花功夫”盘活资源，通过差异化定位与联动发展，逐步构建“一街一品、串珠成链”的全域旅游体系。

会上，四个项目负责人上台分享一线实践：乌龙泉街道坚持审美先行、片区统筹，串珠成链打造梁子湖畔“托斯卡纳”文旅示范带；区文旅集团探索“国资持有、市场操盘、公益保底、收益反哺”模式，推动中央大公园从城市公园迭代升级为文旅消费新地标；锦绣村依托强村公司盘活乡村闲置资产，打造江夏里·武汉老码头文化美食街区，走出业态递进、资本接力的乡村共富路径；龙湾半岛景区践行“轻改造、重运营、强内容”，培育自有IP，破解传统景区增长乏力的难题。

山水共创：
政府从“生产者”变“共享者”

大会现场，相关职能部门围绕“文旅+生

态、农业、科创、商业、体育”五大方向，集中发布一批可对接、可投资、可运营的资源场景。

场景推介告别空泛概念。区经科局展示世隆科技导览人形机器人、智能巡检机器人；区文旅局亮出汤逊湖·水上运动活力带的发展思路，向桨板、皮划艇运营团队抛出橄榄枝。机器人导游、汤逊湖逐浪、楠竹场听风看竹……一批未来可落地的新体验，清晰呈现在市场面前。

产业发展既要本土实践，也离不开外部智库把脉。来自旅游研究、文体旅运营、在线旅游平台的三位专家——国家高层次人才领军人才、湖北省旅游学会创会会长、湖北大学旅游发展研究院院长马勇，品橙旅游联合创始人、今日体育执行副总裁杨晓明，携程目的地合作部湖北总经理杨勇——围绕江夏文旅产业发展分享观察、现场支招。

山水相邀：
市集开市，文旅消费季启动

谭鑫培公园广场，“江夏好物·金秋文旅消费市集”同步开市。现场设湖山会客厅、三山三水体旅融合展示区、梨园非遗坊、嗨湃科技体验馆、山水有礼风物区五大区域，集结50余家江夏本土及知名企业，一站式端出江夏好看、好玩、好逛的文旅新场景。

益禾堂限量冷泡茶半天售罄，青野窑窑烤面包香气四溢，龙壹茶、光明茶收获年轻人青睐。嗨湃科技VR游戏“雪球大作战”吸引大小游客排队体验，梨园非遗坊里游客换上戏服打卡、手绘脸谱。集章打卡同步推出，集齐3枚印章即可兑换景区门票、采摘护照。

“金秋漫游·趣野江夏”文旅消费季也全面启动。大学生山湖旅游专线限时开行，中秋、国庆假期串联12处核心点位，大学生凭录取通知书、学生证免费乘车。同时，“趣露营、趣采摘、趣运动、趣民宿”四大主题活动同步推进，露营门票、采摘代金券、民宿满减券等惠民福利通过“游江夏”微信小程序向市民投放。

【江夏“十一”导航】

跟着“山湖旅游专线”游江夏

龙湾半岛景区“龙湾赶海季·蟹遇梁子湖”：120分钟沉浸式实景大戏《梁湖秋汛·烽起龙湾》，配套600平方米赶海区免费捕捞小螃蟹、泥鳅、以及贝壳冰箱贴DIY、破冰寻宝、蓝眼泪夜景等六大互动场景。

江夏里·武汉老码头“稻香丰年季”：千平秋日稻田景观成为街区焦点，每周六晚稻田簸箕宴喷

香开席，国庆假期推出潮玩嘉年华，民族大融合主题巡游、原创情景剧《倩安码头》、欢乐套鸭等趣味游戏轮番上演。

江夏灵山生态文化旅游区：改造升级后“十一”正式开园，石漠花园、地中海石崖、石溯书屋、心跳咖啡等全新景点上线，把地中海的浪漫搬进矿山。

【对话】

江夏文体旅产业创新大会——
构建“四位一体”
完整闭环

长江日报记者就江夏文体旅产业创新大会对话江夏区文旅局相关负责人。

记者：举办本次大会的思路是什么？

答：本次活动跳出传统会议模式，构建“产业实践复盘+资源清单开放+专家智库问诊+惠民消费落地”完整闭环。“来江夏，赴山水”，这个“赴”，既是邀约游客奔赴山水，也是邀约市场奔赴机遇。一方面，面向投资客商，我们打开资源家底，寻找志同道合的“文旅合伙人”，解决“好风景如何变成好产品”；另一方面，面向广大市民、青年群体，把产业探索形成的成果转化为看得见、摸得着的游玩福利。

记者：为什么采取场景发布形式招商？

答：这是本次大会另一项突破性实践，推动政府角色从文旅内容“生产者”转向文旅资源“共享者”。改变过去“重成果宣讲、轻落地对接”的传统会议形式，不再仅仅介绍“我们有什么”，而是清晰地告诉市场“你可以来做什么”。同步上线“江夏文体旅场景库”移动端，将场景全部梳理成招商清单，市场主体扫码即可查阅项目、直接对接洽谈，切实降低对接门槛。

记者：当前武汉都市圈多个区域都在发力近郊微度假，江夏打算构建怎样的差异化竞争力？

答：我们将锚定中部都市微度假首选地、全国知名户外运动目的地、长江中游数字创意产业聚集地三大定位，深耕水上、赛事、研学、创意、旅居、味蕾六大文旅新赛道，推进文旅场景资源开放、文旅服务配套提质、文旅市场主体共育、文旅活动营销四大行动。重点补齐全季产品和夜间消费链条，做实吃住行游购娱全链条配套，推动游客从路过打卡向深度体验、过夜度假转变，把流量变成产业增量。

大青八户外运动村：游乐项目全新升级，萌宠乐园喂鸽子、丛林穿越大探险、钓鱼、游船、骑行一站体验，还有窑烤披萨、自助烧烤等特色美食。

中央大公园天空之城：10月1日交响乐团国庆庆典演出，10月2日—5日草坪音乐会。

此外，还将推出“趣露营、趣采摘、趣运动、趣民宿”四大主题活动：发放露营专题消费优惠券，打造丰收主题市集，开展“橘”运会互动体验，推出“采摘护照”，发放精品民宿消费满减券，一直持续到11月。更多玩法可关注“游江夏”微信公众号查询。

（长江日报记者杨晓雨 通讯员姜亮平 王婧 邱颖琪 王玉雪）

△灵山生态文化旅游区焕新升级。

江夏拥有“三山三水三分田”的生态禀赋。