

全球时尚圈顶流齐聚武昌 消费“新三圈”澎湃新活力

长江日报记者杨蔚 通讯员况昕昀 王静

10月20日晚,“潮汇全球·乐购武汉”2026武汉国际消费季暨精品消费月在武汉SKP启幕。21日至22日,SKP×WWD全球时尚与美妆峰会也在此接棒登场。近300位来自国际时尚行业、全球顶尖品牌及行业内的“领军人”齐聚武昌,对武昌消费市场的开放度、辐射力与成长性进行实地体验。

热气腾腾的国际消费场景中,中南中北国际消费圈、武昌滨江潮流消费圈、武昌古城商旅消费圈“新三圈”火爆出圈,以“商”的定位、“文”的味道、“游”的活力,共构发展之“圈”。

中南中北国际消费圈： 品质消费云集 国际消费地标成型

近日,全国首个独栋街区武汉SKP-K大道上,宝格丽、Tiffany等品牌新店齐齐,香奈儿门店围挡前不少市民驻足。沿街42家独栋门店中已有36家开业,成为武汉乃至华中地区首屈一指的品质消费品牌街区。

“终于拿下‘种草’许久的背包。独栋门店不只是消费场所,更能让人感受品牌文化和氛围。”正在购物的年轻白领小刘说,逛这里不同于传统商业,品牌展示窗口本身成为城市消费新场景,消费体验也更好。

武汉SKP集聚千余个国际品牌,近400个品牌首进武汉,2024年开业首日销售额破亿元。开业以来,销售额突破百亿元,累计客流量超5000万人次,已成为华中地区国际品牌集聚度最高的消费地标。

今年国庆期间,武汉SKP游牧音乐节唱响民谣与爵士,非遗兔子灯、民艺好物散落在商场各个角落,消费者越逛越有兴致。5楼餐饮区域张罗着全国乃至世界各地的应季美食与全新佳酿,锡林郭勒盟的羊肉、云贵山间的鲜菌、福建东山岛的小管、浙江台州的家烧海鲜,吸引了来自全球各地的食客。“一个菜系只引入一家特色门店。为了一家淮扬菜进驻,我们等了半年。”武汉SKP总经理饶满琳介绍。

据介绍,武汉SKP开业以来,相继落地武汉国际消费季、法式生活市集、泡泡玛特等各类首秀、首展活动,消费体验更加丰富。位于中南商圈的武商梦时代,是目前全球最大的纯商业综合体,拥有全国首家购物中心空中滑雪场、国内第一台弹射式室内过山车等多元场景。

在中南中北片,武汉SKP、武商梦时代设有“即买即退”集中退付点,境外旅客在全市任意退税商店购物后,均可到集中退付点办理退税,国际消费更加便捷。

武昌滨江潮流消费圈： 半月一场主题活动 年轻业态燃动江畔

连片市集摊位炭火升腾,铁板上厚实的肉饼被高温炙烤,芝士香、面包香四下弥漫。刚刚过去的周末,为期3天的武汉滨江天街超级汉堡节汇集来自海南、新疆、上海、天津等地的55个汉堡等美食品牌,排队人群蜿蜒数十米,年轻食客举着汉堡拍照打卡,大快朵颐。

特意从汉口赶来的陈女士和朋友在草坪围坐,品尝刚买的3个汉堡后,迫不及待地在社交媒体上分享“经验帖”。“芝士烟熏、海胆和牛、花生酱凤梨,两片面包夹着很多种意想不到的搭配,让人想要尝试。”陈女士说,为限定款买单,味蕾上的体验变得更有仪式感。

武昌滨江,阿里中心、武汉数创大厦等商业楼宇鳞次栉比,众多年轻人集聚。这里3公里内聚集了7家“全国首个”“华中销冠”“集团顶配”的大型商业综合体,商业总面积超过100万平方米,成为武汉商业密

度最高片区。

今年以来,农场发酵节、啤酒节、咖啡节、榴梿节等特色活动在武昌万象城、武汉滨江天街、销品茂、亲橙万象汇等商业体轮番登场。差异化消费场景把“首店经济”做出特色,吸引年轻消费者在武汉一站式打卡全国风味,在滨江过足“节瘾”。

“平均每半个月,就有一场主题活动。”徐家棚街道商务社区书记李敏介绍,来滨江消费正从单纯购物转向买场景、买体验、买社交,地域限定也精准“拿捏”年轻人求新、求异的消费心理。

摩登商场与奔流长江相互映衬,落日与江面成为天然布景。外摆、天台、运动场,滨江商业打造出独特的消费新空间。武汉滨江天街旷野公园广场上,50余个精酿与美食摊位依次亮起暖黄色串灯。“落日微醺公园”暑期消费活动期间,这里持续走热。

徐家棚街道牵头组建武昌滨江商圈联盟,在春节、樱花季等节点推出“一张票根畅游滨江”系列活动,推动商户相互引流、丰富体验,促进消费方式从单点消费向“片区漫游”转变。

武昌古城商旅消费圈： 登楼留步深度漫游 文脉活化释放活力

“在古城里寻美食、逛小店、赏风光,来一场深度漫游。”国庆期间,市民杨婷乘坐“武昌古城号”观光巴士,沿线集章打卡“武昌古城十景”,遍览多元城市风貌。

拥有众多“顶流”城市IP的武昌古城,热闹从白天持续到傍晚。黄鹤楼上演《鹤舞长河》行进式实景演艺,非遗市集、活字拓印、茶百戏等国风互动项目吸引游客参与;全新打造的黄鹤酒楼“落梅听曲”文化新空间复刻古酒家风貌,游客可临窗赏景、听曲品茗,沉浸式感受荆楚古风。

上天台、登城墙、坐巴士,多种玩法上新,游客的游览轨迹从“登楼打卡即走”变为“留步深度消费”,黄鹤楼的IP辐射力顺着一片片屋顶渗透进街巷肌理。

斗级营青瓦屋脊间,“宝记·松间火锅”露台上,汉服舞者踏着鼓点起舞,苍松掩映着灯笼,身后便是流光溢彩的黄鹤楼。一街之隔的司门口老商场楼顶,“山顶烧烤·又见黄鹤楼”百余个餐位几乎座无虚席。“国庆期间,高峰期门店排了270多桌,晚上最晚排到9点半以后。”餐厅负责人于保罡介绍,四成是外地游客,抬头见名楼的沉浸式餐饮体验很受欢迎,有的户外观景位提前半个月就被预订。

徐荣廷公馆改造后引入影像艺术馆,“汉阳门红茶馆”里茶香与墨香交融,全国首家诗词主题书店“华拾书店”落地;斗级营引入“非标主理人经济”,让老房子活出新调性。昙华林历史文化街区中,徐源泉公馆修缮后引入特色餐饮,由夏斗寅公馆改造而来的昙华剧场在节假日为游客上演精彩剧目,文脉赓续与消费升级协同共进。

傍晚,武昌湾1956公园临江船型舞台灯光渐起,游客伴着江风聆听现场乐曲,落日余晖与长江大桥同框入画。“落日餐吧、落日音乐会、落日观影”等场景让游客从傍晚待到入夜。近年来,武昌湾1956公园、M红墙巷等新载体加快落地,古城消费活力持续释放。

武昌区相关负责人表示,中南中北以高端品牌和首店首秀提升国际消费集聚度,滨江以活力场景和年轻业态增强潮流消费活跃度,古城以文脉活化和深度体验拓展商旅融合度。消费正从“买商品”向“买体验”“买情绪”延伸,武昌消费提质扩容的路径更加清晰,为武汉建设国际消费中心城市注入新动能。

(参与采写:栾嘉雯)



上图：
武汉SKP-K大道人流如织。



左图：
昙华林历史文化街区。

记者手记 “三圈”破局,“爆红”变“长红”

武昌商贸“新三圈”出圈,不是商业面积的简单叠加,而是对“消费即体验”的精准把握。中南中北的“国际范”、滨江的“年轻态”、古城的“文化味”,本质上是武昌在重塑城市空间的价值链——不只卖商品,卖的更是生活方式。

要让这把火从“爆红”变“长红”,要在两个“破壁”上加力:一是物理层面的破壁。不能各玩各的,必须通过

交通串联、票根互认,让高端客群流向古城,让文旅客流反哺滨江,形成全城消费大循环。二是国际视野的升维。借势全球峰会,从“首店引入”向“首发策源”跃升,让武昌不仅是大牌集聚地,更成为全球时尚话语权的策源地。

以“新三圈”重塑商贸版图,大成武昌正为武汉建设国际消费中心城市注入最强“首区动能”!

(长江日报记者杨蔚)

■长江日报记者袁满
通讯员王佩玺 闫少侠

10月21日,蔡甸区高湖社区惠丰苑小区4栋架空层里,老人围坐下棋,孩子摆弄益智玩具。一年前,这里被电动车和杂物挤占,如今成了居民愿意停留的“邻里角”。

变化不止于环境。蔡甸区今年把“好社区”建设作为城市更新向小区延伸的抓手,选定同济、星光、高湖、南湖四个不同类型的社区先行试点,从盘活闲置空间、补齐服务短板、引导居民共治等方面同步推进,让居民从“看更新”到主动“参与更新”。

“好社区不是纯靠改造翻新,需要把空间、服务、人和事拧到一起。”蔡甸区住房和城乡建设局相关负责人说,建设“好社区”拼的就是绣花功夫,要能留得住人气,接得住需求,养得出自治。

闲置空间怎么活?先解决“有人运营”

周末,蔡甸街道高湖社区中建锦绣楚城“知音文驿”热闹起来:共享图书室里家长陪孩子挑书,玩具室里孩子们玩得起劲,二楼小美术馆里书法、手工课座无虚席。

一年前,这里还是500平方米闲置办公用房。高湖社区辖8个新建商品房小区,配建办公用房近7000平方米,长期低效利用。“有房没内容,居民不进去,空间就没用。”高湖社区书记吴凯说道。

社区采取“轻改造、重功能”策略:不拆主体,重排功能。400平方米交给文化企业做办公和文创展示,100平方米由企业装修成邻里服务中心。企业获得经营空间,同时承担公益课堂和托管服务,租金收益反哺社区更新。

“后续还会按居民需求,引入更多市场主体,盘活剩余空间。”吴凯告诉长江日报记者。

今年以来,“微更新”在蔡甸的社区因地制宜推进:南湖社区将闲置地建成口袋公园和健身场所,1200多平方米架空层改为邻里活动空间,星光社区则为7层老楼加装电梯,配齐智能充电桩。

“一老一小”需求怎么接?把服务送到人

中法生态城同济社区常住人口1.2万余人,其中60岁以上老人占13%。社区走访发现,部分老人缺就医陪伴,双职工家庭盼育儿支持。

“一老”怎么管?社区联合华中科技大学同济医学院,组建42人的“向阳心”志愿服务队,为25名重点帮扶老人建立“一人一档”,开展“医心相伴”结对服务。69岁的李京患有“三高”,志愿者月上门,帮看检查单、讲用药、教运动。“不是挂名,是真有人管。”她说。项目开展以来,上门帮扶、健康讲堂、社区义诊已举办20余场,覆盖近800人次。

“一小”怎么带?面向幼儿的“向日葵亲子小屋”由专业社工设计课程,社区宝妈、退休女教师组成巾帼志愿服务队,开展绘本阅读、创意手工等活动,已开课80余期。服务半径还在扩大。针对53名外籍医学留学生,社区绘制中英双语《社区15分钟生活圈》地图,组织外籍小朋友参与社区IP形象“叶叶同”设计,开展传统节日交流活动,帮助他们融入邻里。

“好社区不是把设施建设完就结束,而是不同群体都能找到所需服务。”同济社区党总支书记王蕾说。

精准服务正在蔡甸更多社区生长:高湖社区把户外工作者驿站升级为“新连心”议事厅,外卖骑手从“路过者”变成“自己人”;南湖社区居民足不出户就能线上办事、在线办事。从“一老一小”到新就业群体、外籍居民,不同群体都能找到所需服务、融入邻里生活。

改造怎么做?居民从提意见到上手管

惠丰苑架空层改什么?居民先开“小板凳议事会”:“要留棋桌”“娃要玩耍角”。楼栋长、楼层代表组成的志愿小分队建言、监督、联络,居民夏春梅当场报名:“方案自己定的,当然愿意管。”

同济社区乔亚小区二次供水改造,9名懂建筑的居民自发组成质量监督队,水管走向、立管位置都要碰细节。陈大爷说:“自家门口的事,不上心说不过去。”

南湖社区搞“社区合伙人”加居民议事会,把校地、社企、物业里的专业人士拉进来,修路、建园子都先听民意再定稿。

“城市更新进社区,最后一米靠群众。”蔡甸区住房和城乡建设局相关负责人说。

(参与采写:周佳玲)

闲置空间变邻里中心『一老一小』服务到个人

蔡甸『好社区』建设留人气、接需求、共自治



OFlowers 甘露山店成为武汉潮流运动爱好者的新据点。

甘露山极限运动体验中心上新 “板类少年”在这里冲冲冲

长江日报讯 双道造浪设备持续输出“海浪”,一名年轻体验者刚从板上落水,抹了一把脸,又转身站上出发台。旁边,教练正朝池中的练习者喊话:“重心压低,眼睛看前方,别脚。”近日,位于黄陂区甘露山国际旅游度假区的OFlowers极限运动体验中心氛围火热,学员和教练积极投入各项训练。

自今年6月开业以来,这家以“滑板+陆冲+室内冲浪+滑雪”为核心的板类集合运营中心,迅速成为武汉潮流运动爱好者的新据点。如今又面向青少年运动教育,于10月正式上线游学营项目,为甘露山“文旅体+”业态添了一块新拼图。

“店里的冲浪是目前武汉少有能体验的室内冲浪项目,跟海上冲浪相似度很高。”OFlowers 甘露山店负责人王世强介绍,冲浪和陆冲是场馆里非常受欢

迎的两个项目,冲浪的客群中,大部分是从雪场“转场”过来的滑雪爱好者。“板类运动的平衡感与重心控制相通,滑雪有了基础,上冲浪板往往上手更快。”

刚结束一轮冲浪的外地游客刘先生甩了甩头发上的水珠兴奋不已:“我滑了两年雪,站上板的那一瞬间,脚下是流动的水,跟雪道完全不一样,但发力逻辑又有点熟悉,很奇妙。”他说,冲浪很适合有滑雪基础的板类玩家“跨界尝鲜”。

陆冲专区同样热闹。开阔的场地上,滑板碾过地面的“唰唰”声此起彼伏。带着女儿来体验的市民周阳站在场边,看孩子踩着滑板一点点向前滑行。“她零基础,教练带着做了几轮平衡练习,现在已经敢自己蹬板了。”周阳说,女儿非常喜欢这项运动,学习很快。

目前,OFlowers甘露山店已正式上线

游学营项目,打出“专业教学+趣味体验”,让孩子在玩乐中掌握酷炫的板类技能。营期从1日“闪电入门”到7天6晚深度营分层设置:1日营覆盖滑板+冲浪,适合想快速尝鲜的家庭;2日营加入滑雪,凑齐“海陆空”;7天营则面向想系统性学习的进阶少年。零基础友好,从运动小白到“板类少年”,孩子能在玩乐中真正掌握一项酷炫技能。

“我们还开发了微信小程序‘云池雀跃’,服务板类运动的垂直行业,行业俱乐部可以免费使用。希望让更多运动者在甘露山感受一站式服务的便利性和全新体验。”王世强说。

甘露山国际旅游度假区以冰雪运动为核心,拓展多元运动业态,推动冰雪、网球、匹克球、冲浪、桨板等运动项目与演艺、展览、市集深度融合,持续释放“文旅体+”消费活力。

(刘庆乐)



高湖社区“知音文驿”内部环境。

版面统筹:彭冲