

武汉十大伴手礼成文旅消费新亮点

“追光武汉”礼盒一年卖了10万盒

今年,武汉市邀请广大市民、游客为最心仪的武汉伴手礼进行了投票。在综合了大众认可、专家评分、销售业绩等大数据后,遴选出武汉十大伴手礼。

近日,记者走进扬子江食品产业园采访时获悉,位列武汉十大伴手礼的“追光武汉”糕点礼盒,将城市文化与传统美食相结合,深受外地游客欢迎。数据显示,“追光武汉”糕点礼盒系列产品年销售量超过10万盒,几乎在武汉所有的特产商店、机场和火车站都有铺货。在对武汉十大伴手礼的持续采访中,记者发现,今年以来,在武汉市文化和旅游局的指导下,武汉旅游协会通过一系列精心策划拓展十大伴手礼销售渠道等,让十大伴手礼成为武汉文旅消费新亮点。

传承与创新 绽放城市活力

武汉传统糕点制作工艺历史悠久,是老武汉人的美好记忆。扬子江食品形成了自己独特的工艺,生产的粽子、月饼、京果、酥糖、杂糖、绿豆糕等,很受市场青睐,“小法饼”“荆楚汉饼”“麻烘糕”等也声名远播。

而今,扬子江糕点制作,从原料到技艺上,仍旧保留着古法情怀和匠人精神。以经典的绿豆糕为例,一块小小的绿豆糕从“出生”到上架,要经历绿豆采购、挑选、脱皮、晾干、研磨、加馅、塑形、蒸煮等步骤,其间还要熬糖、静置。成品出炉后还需冷却杀菌、金属检测仪检测,可谓经历“九九八十一难”。

要擦亮老字号招牌,不仅需坚守古法技艺,更要在传承上有所创新。“追光武汉”这款糕点礼盒,就是非遗“传承+创新”的体现。礼盒的书本盒造型设计独具匠心。其灵感源于将武汉的故事编撰成书,消费者在打开看似一本书的礼盒时,却发现里面是一盒精美的糕点,这种惊喜感十足的设计富有创意和心意。

“追光武汉”主题插画的灵感则来自武汉市文化和旅游局微信推送的武汉古今建筑同框组图,像黄鹤楼与武汉第一高楼绿地606同框、归元寺与鹦鹉洲长江大桥同框等。插画师运用现代手绘技法重新演绎,呈现出“历史与现代同框,一眼望穿古今”的武汉旅游意境。礼盒中的非遗手工产品是一大亮点。“追光武汉”系列糕点共10个产品,其中既有武汉家喻户晓的传统手工糕点,如武汉云片糕、桃片糕、麻烘糕、桂花糕,也有黄油海盐曲奇饼干、巧克力曲奇饼干等新式糕点。这些传统手工糕点,每一款都承载着独特的制作工艺,是武汉美食文化的结晶。

“希望游客在游览武汉之际,带上这份附有武汉地标印记的伴手礼,以礼传情,让武汉味道伴随左右,也让这份糕点唤醒游客在武汉的美好旅游记忆。”扬子江相关负责人表示。明年的樱花季,扬子江还计划推出樱花系列产品,继续将城市文化融入传统美食,为消费者带来更多惊喜。



扬子江食品“追光武汉”糕点礼盒。

10款伴手礼 备受游客喜爱

今年年初,2024武汉十大伴手礼评选活动启动,全市共有260余件产品申报参选,经产品征集、专家评审、大众投票、综合考评和结果公示等环节,蔡林记热干面礼盒、扬子江食品追光武汉糕点礼盒、53度黄鹤楼酒南派大清香、汪玉霞随心配·优选武汉礼、湖锦藕多排骨汤、楚味堂武昌鱼礼盒、周黑鸭谢谢礼礼盒、悦游文创黄鹤古韵旋转灯、武汉新三舍东湖四季花香薰、仟吉食品海藻糖绿豆糕黄鹤楼联名款这10款产品入选。

什么样的城市伴手礼更受市民游客欢迎?除了设计精美、便于携带,体现城市文化也是必备要素之一。扬子江食品“追光武汉”糕点礼盒,打开就像一本书,插画师用“追光武汉”的主题,重新演绎了武汉的旅游地标,结合书本盒造型,搭配非遗手工产品。周黑鸭是

卤味鸭脖行业的翘楚,推出的“谢谢礼”礼盒,更是将传统的湖北美食与现代设计理念完美融合。蔡林记热干面礼盒用国潮手绘的方式将传统“凤凰”文化符号赋予新时代生命力。

武汉十大伴手礼,也备受全国游客热爱。刚刚过去的“十一”假期,蔡林记在吉庆街的店面一天能卖出5000多碗热干面,营业额比平时翻了番。很多外地游客在蔡林记吃完热干面,又将热干面礼盒带回家。仟吉与黄鹤楼联名推出海藻糖绿豆糕礼盒,成为武汉“美食+旅游”文化的新名片。数据显示,仟吉海藻糖绿豆糕热卖14年,累计销售超6000万粒。

消费新亮点 走向广阔市场

今年以来,武汉通过一系列精心策划的活动拓展销售渠道等,让十大伴手礼成为武汉文旅消费新亮点。作为武汉十大伴手礼品牌的优选合作伙伴,武汉市邮政分公司、Today便利店在渠道营销持续发力推广。Today便利店在武汉的三百余家门店与武汉市旅游协会进行深度合作选品,进一步拓宽销售推广渠道。武汉市邮政分公司用好用活文化主题邮局品牌资源,将各类武汉礼物逐步引进主题邮局和全市集邮网点,并发挥多业态协同优势,立足普惠金融服务和高效便捷的寄递网络,拓展综合金融业务、寄递物流等供应链衍生服务合作,通过遍布三镇的营业网点、揽投站点,助力武汉礼物走出湖北、走向世界,进一步扩大武汉十大伴手礼的知名度和影响力。

2024武汉十大伴手礼“大学生推荐官”活动于9月在武汉文化金融服务中心启动,招募一批热爱武汉文化、具有创新思维和良好表达能力的大学



游客举着热干面在蔡林记昙华林店打卡拍照。

作为推荐官,通过他们的视角和创意,以视频、图文等多种形式在社交媒体上推广武汉十大伴手礼。“大学生推荐官”活动比赛小程序于9月19日正式上线,截至11月4日,累计用户数达到14.86万人,单日访问次数11万余次。该活动重点在30余所高校组织开展,征集评测、探店、文旅融合、创意等各类短视频1332个,总投票数量92万余票,活动小程序已实现武汉十大伴手礼线上页面浏览量480万次。

武汉市旅游协会会长姜红宝在接受记者采访时说,接下来还将通过一系列精心策划的应用推广和渠道合作,如:加大公益广告宣传,加大融媒体新媒体宣传,加大与旅游融合宣传,加大视频和直播宣传,组织十大伴手礼进街区、商圈、景区和三站一场交通枢纽,拓展销售渠道等,让武汉十大伴手礼持续成为武汉文旅消费的新亮点。

文/记者黄丽娟 图/侯钰倩



今年中秋假期,武汉十大伴手礼人气高。