

从挤景区到逛公园

外地游客重新定义武汉“必玩榜”

武昌江畔春光正盛。22日正午,青岛游客刘倩踮脚举着手机,镜头里框住一棵孤独的树、一座小白塔和一片金黄油菜花,还有几枝粉樱在画框边缘摇曳。“这组合太绝了!”她连接快门。

连日来,樱花盛开,汉马开跑,武汉的公园正变身城市会客厅。外地游客避开黄鹤楼、东湖樱花园的人潮,转身涌入金银湖湿地公园寻香、沙湖公园踏青。从特种兵式打卡到沉浸式漫游,春日武汉的“必玩榜”正被这些市民公园的诗意角落悄然刷新。

不去景区去公园,外地游客不再执着于“打卡”

“是哪个天才想出这样的点子,居然把油菜花种在江滩上,旁边还有樱花……”汉口江滩三阳路广场,数百株樱花与大片油菜花海粉黄撞色,令广东大学生贝贝感慨:“这才是春天啊!”

长江大桥的灰、晴川阁的青与樱花粉在龟山公园的200株花树间交织,河南游客赵先生倚栏俯瞰江涛:“没见过这么美的长江。”西北湖绿化广场樱花大道上,460株粉樱与摩天大楼相映成趣,成都博主“茶茶”的直播间里,樱花雨正落在街舞少年的肩头,弹幕刷过“武汉AB面”的惊叹。

武汉春天的一大变化——外地游客不再执着于“明信片式打卡”,而是纷纷走进武汉的市民公园,感受当地人的真实生活。

冲着樱花名头,襄阳游客李先生自驾带着家人前往堤角公园。“景区的赏樱点,人太多了。还不如找个没那么多人位置,



武昌江滩油菜花海受到游客欢迎。

通讯员付志军 摄

放松地欣赏。”

万国公园内,重庆游客宋佳吟开着手机导航专程过来,欣赏废弃的“金字塔”和“城堡”。她把镜头对准了一株绽放的梨花,“一片雪海,太美了”。宋佳吟说,她就喜欢一边寻找城市的唯美角

落,一边感受当地的烟火气。

公园里品茶喝咖啡,年轻人喜欢

解放公园内,16种8万株郁金香正盛放。逛累了的游客钻进赫尔书院,临湖饮茶尝糕。店长杨梦芸说,客群七成是年轻人,双休日下午2时后必爆满,常一座难求。

“年轻人多了,公园也变年轻了!”管理处胡芳难掩笑意。

胡芳说,人们在公园一个场景中逗留时间超过20分钟,就会放松身心,并且大概率产生消费需求,这就是“公园20分钟效应”。“我们通过景观改造提升和经营业态提升,营造文创市集、简餐、咖啡、茶饮等消费新场景,就是为了接纳和满足游客‘逗留20分钟’。”

消费账本见证这一变化:2021年以前,公园游客半数以上是中老年人,园内商业网点以自

动售卖机为主,公园的消费人群每天人均消费5元左右;而现在,每天人均消费为30—50元。

百年中山公园也迎来焕新:老设备间变身荆楚风味餐厅,斑驳立柱刻满武汉方言,老门票浸染岁月痕迹。啜茗轩茶馆一侧茶香袅袅,另一侧韵味酒吧霓虹闪烁。湖心亭改成闲花茶咖。

20日下午,外地游客韩女士和闺蜜在闲花茶咖晒着太阳:“林间听鸟鸣,值回票价!”

据市园林和林业局不完全统计,全市已有38座城市公园利用配套服务用房和适宜空间,打造出136个创新文化IP场所。年轻人可玩处更多了。

公园转型为消费磁场,文创品卖爆了

堤角公园的樱花市集上,河南游客王楠被流沙冰箱贴吸引。随着指尖翻转,樱花花瓣会像流沙一样翩然起舞。

刚刚绽放的染井吉野樱下,良品铺子研发的樱花果冻,每一枚都凝固着一朵可以吃的樱花。

堤角公园联合木卯自然创艺社推出“樱花成长密语”物候观察课,让孩子轻触不同品种的樱花枝条,嗅闻花朵的细微差异。

“每件文创都是微型生态剧场。”市集负责人柳晓燕说,今年公园研发的樱花文创产品有15种。3月15日开售以来,日均销售额约3000元。卖得最火的就是流沙冰箱贴,平均每天卖出上百个。

3月22日起,武汉园博园举办持续30天的“花朝节”。2025央视春晚武汉分会场拍摄地——汉口里长桌宴,推出樱花酿山药、樱花酿藕、樱花马蹄爽、樱花双皮奶等春日餐饮产品,以浪漫的樱花氛围吸引年轻人光顾。

毗邻西北湖樱花大道的花园道商业体推出樱花主题下午茶,相邻的万松园雪松路美食街延长夜间营业时间,方便游客赏樱。

“公园正在从观赏空间转型为消费磁场。”市园林和林业局相关负责人指出,通过场景营造、业态植入、服务升级,传统公园正在焕发新生,“赏花经济已成为激活城市微度假的重要引擎,而公园正是承载这种新消费模式的核心载体”。

“公园里的武汉”,吐蕊绽放。记者金文兵 明眺生 通讯员孙妹



游客在堤角公园樱花市集选购文创产品。 记者明眺生 摄



游客在中山公园湖心岛茶咖小憩。 通讯员陈娟娟 摄