

# “三伏”过后，“桑拿天”还将持续多久 武汉有望在8月底迎来降温

武汉晚报讯(记者金文兵 通讯员陈声超 实习生石雯露 吴莹)武汉自7月20日入伏以来,经历了30天的“三伏天”。雨热伴行,使得武汉居民明显感受到这种桑拿体感。

虽然已经过了立秋(8月7日),又过了“末伏”(8月18日),8月23日迎来二十四节气中的“处暑”,但气象预报数据显示:8月20日,武汉中心城区最高气温仍达38℃~39℃,湿度最高90%。这种“出门五分钟,流汗半小时”的闷热天气,让不少市民直呼“秋老虎比夏老虎还凶”。

“出伏,并不意味着天气立刻转凉。部分地区特别是南方地区仍可出现阶段性高温天气。”武汉市气象台首席预报员谌伟解释,近期持续稳定的副热带高压带(简称:副高),是当前晴热高温天气的“祸首”。这个巨型“锅盖”十分强势,不仅阻挡了北方冷空气南下,也使得地面热量不断积聚、难以扩散。

特殊的是,近期持续高温加上零星阵雨和雷阵雨形成“雨热叠加”:分散性的雷阵雨,就像往烧热的铁锅上泼水,水汽蒸发反而加剧闷热。

这种温度较高、湿度较大、风速较小的“高温+高湿+少风”模式,使得人们的体感温度比实际气温高出5℃~8℃,闷热感更为强烈。

这种闷热也波及自然界的各种生物,它们也在调整生存策略。正如古代诗人描写的“蜩蝉何事得美荫,聒聒不上高树颠”,武汉昆虫专家观察到,汉口江滩柳林中的知了,为躲避烈日炙烤,集体下迁到离地2米左右的有荫处,就连鸣叫的嗓门也主动降低了。

根据市气象台发布的未来一周天气预报,预计21日至25

日武汉多地有分散性阵雨或雷阵雨,但受副热带高压控制,武汉仍然维持晴热高温天气,局地可达39℃以上。

其中,预计今日中心城区最高气温38℃~39℃,湿度45%~90%,偏南风3级、阵风4到5级;20日晚至21日,最高气温37℃~38℃,局地有阵雨或雷阵雨,湿度45%~90%,偏南风3到4级、阵风5到6级。

这种“焖烧锅”天气何时有所缓解?气象专家表示,要等到8月23日处暑节气后,北方冷空气逐渐活跃,武汉有望在8月底迎来一个降温拐点。

## 小小冰箱贴成城市礼物现象级爆款

### 今年已经卖了25万套

“发光的时候特别惊艳,能把武汉的夜景带回家,值!”在黄鹤楼文创中心,上海游客王女士举着刚入手的黄鹤楼“鹤舞流光”夜光冰箱贴,语气里满是惊喜。一座金色镂空黄鹤楼,由仙鹤叼着挂在如画一般的背景板上,抽开垫片的刹那,柔和的光芒漫出来,仿佛把两江四岸的灯火都凝进了这方寸之间。

在文旅市场持续升温的当下,“鹤舞流光”黄鹤楼夜光冰箱贴成为城市礼物现象级爆款。数据显示,截至今年暑期,其累计销量已近25万套。悦游礼公司负责人卢正杰介绍,2025年春节,悦游礼旗下赞铜造品牌刚推出这款售价49元的黄鹤楼夜光冰箱贴,就引爆了市场:3天售罄5000件,线上预订超1.2万件。春晚后,该款冰箱贴更是创下了超千万元的销售额,成了全国游客口中的“武汉必带伴手礼”。

### 文化创新与精准场景捕捉的双重赋能

为什么一款小物件能成为武汉城市礼物的代名词?卢正杰介绍,这款黄鹤楼夜光冰箱贴的成功,首先源于其独特的文化创新。设计团队深挖武汉基因,让黄鹤楼不再是孤立的

建筑符号。产品以黄鹤楼为主体,巧妙融合了仙鹤、长江、李白等武汉特色文化符号,让深厚的历史文化有了生动的载体。通过3D浮雕工艺和夜光效果,冰箱贴实现了“昼显纹理、夜现流光”的奇妙视觉体验。卢正杰解释:“夜光设计的初衷源于我们观察到的武汉夜游场景,两江四岸的灯光夜景是武汉特色,我们希望能承载这份城市记忆。”

该产品在春节一上线,便迅速铺满了黄鹤楼景区文创店、湖北省图书馆文创中心等线下渠道,淘宝“黄鹤楼景区文创店”、小红书“赞铜造”官方账号也同步开售。“开灯瞬间惊艳到失语”“夜间柔光绝了,像把武汉的夜请回了家”……社交平台上,类似的好评刷不停,成了最好的“自来水”。

今年樱花季,“赞铜造”品牌又顺势推出“仙鹤衔樱”的樱花色姊妹款,通过对文创产品的互动性、观赏性的创新突破刺激了游客的消费,也引领了文创冰箱贴的开发方向,掀起一股点亮文化的“风潮”。卢正杰认为,从“仙鹤衔梅”到“仙鹤衔樱”,看似简单的设计变化,实则是对武汉季节文化、地域特色的精准捕捉和现代表达,让产品始终保持新鲜感和文化活力。

### 让诗楼鹤影走进千万家

爆款的诞生从不缺挑战。消费者审美升级快,文创产品必须跑得更快才能留住目光;同类产品越来越多,如何避免“千楼一面”,成了所有文旅文创的必答题。

悦游礼团队通过差异化设计和IP联动积极应对。卢正杰透露:“黄鹤楼成功后,我们同步开发了滕王阁、岳阳楼主题产品,形成‘江南三大名楼’的文化IP矩阵。”团队深入调研全国文旅文创市场,梳理爆款逻辑,注重场景展陈与创意设计的融合,努力为消费者带来惊喜和情绪价值,也让冰箱贴等城市礼物从众多同类产品中脱颖而出。

数据显示,黄鹤楼发光爆款冰箱贴单款产品今年上半年已累计创超了超千万元的销售额。但在卢正杰看来,经济效益只是其一:“更重要的是,它成了武汉的文化名片。”无数游客把冰箱贴带回家,贴在冰箱上、书桌上,无形中就把手中的故事讲给了家人朋友。

目前,悦游礼团队还在构想和创意更多的城市礼物。卢正杰表示,团队将一边深挖武汉的文化内涵,一边用工艺革新打破产品边界。让黄鹤楼



“活”在文创产品上,“让诗楼鹤影被游客装进行李箱带走”。

目前,2025年武汉礼物(店)征集遴选活动正在如火如荼进行中,黄鹤楼夜光冰箱贴已报名参选。未来,期待有更多兼具文化内涵与创意设计的“武汉礼物”涌现,让优秀传统文化在新时代焕发更耀眼的光彩。

文/记者黄丽娟 实习生韩思琪 通讯员武文旅