

凌波门“望来”冬雨中升起的“暖阳”

东湖之眼化身“红日”让来汉迎新的游客心头一热

三天后，网友“阿虎”仍在回味那个冬日清晨：“那是2026年最暖的太阳。”

2026年1月1日凌晨5点30分，武汉东湖凌波门。冬雨淅沥，浓云死死罩住湖面。近300名游客裹紧羽绒服，挤在游船舷边，静静地等候新年的第一缕阳光。可时间一分一秒过去，天边不仅没有泛红，反而压得更低了。“看来是没有日出了。”人群中传来一声叹息。

就在这时，磨山方向忽然亮起一圈巨大的、温暖的红色光晕，穿透雨雾，悬于半空，缓缓“升起”。人群中爆发出惊喜的尖叫，快门声瞬间连成一片。

这不是天公作美，而是武汉文旅部门紧急联动景区，利用东湖之眼巨型显示屏模拟的“人造太阳”。此时红嘴鸥掠过湖面，与暖阳同框，冷雨也变得温柔。

这份来自城市的“用心”，在2026年开年就清晰地传递出一个信号：消费市场的活力，正来自这种能精准回应人们期待的创新供给。

跨年夜：沸腾的消费市场

2025年12月31日晚，江汉关钟楼前人潮涌动。大学生小李举着“新年暴富”手牌，在人群中按下快门：“整座城市都在开派对！”

在欢乐谷“第25小时跨年狂欢派对”上，来自长沙的一对年轻情侣戴着发光头饰，在飘雨中相拥合影：“特意买了夜场票，就为了这场沉浸式狂欢！”

刚一开年，武汉就迎来消费热潮。武汉市商务局发布银联大数据显示，元旦假期首日，武汉线下实体店消费金额达40.92亿元，同比增长19.14%；消费笔数704.82万笔，同比增长21.46%。

在同程、美团等七大平台报告中，武汉均跻身热门目的地前十。

“我们从2025年12月30日起，连续三天的房间全部订满。”江汉路一家精品民宿的负责人告诉记者，“订单里差不多一半是外地游客，很多是年轻人结伴来跨年。”这种热度从线上延续到线下。

在武商MALL，LV等品牌门店前，等待购物的市民排起了长龙，店员忙碌得连喝口水的功夫都没有；而在肥肥虾庄江汉路黄鹤楼联名店，傍晚五点半，大堂的叫号系统屏幕上显示：前方等位300桌。

跨年当天，武汉地铁客流量首次突破600万乘次，创下历史新高。“车厢里挤是挤了点，但大家都是笑着迎接新年的，脸上都挂着期待。”在光谷上车的杨先生回忆道，那晚的地铁仿佛一趟开往春天的专列，虽然拥挤，却满载着希望。

给追日出的人们，送一轮“太阳”

“5、4、3、2、1——新年快乐！”零点钟声敲响，激光划破夜



东湖之眼在跨年之际开展零点倒数活动。

通讯员供图

空，长江两岸的建筑披上光影盛装，数万人的欢呼声将氛围推向高潮。

广州大学生黄凯茵正站在人群中，举着手机录像。她激动地按下发送键，将这段视频传到了家庭群。

仅仅几秒钟，妈妈的语音就回了过来：“现场太震撼了，武汉这么会玩啊！”

黄凯茵的惊喜，正是这座城市的迎客之道。在这个假期，武汉不再只是展示风景，而是在精准地满足人们对“情绪”的渴望。

1月1日，“人造太阳”升起时，专程从沈阳飞来的游客何先

生正端着长焦相机，手被冻得通红。当镜头里的画面由模糊变清晰，他看清那是摩天轮上的显示屏时，心头猛地一热：“那一刻，觉得太贴心了，没白来。”

武汉的这份“宠粉”心意，在社交媒体上换来了最温暖的回应。许多网友留言写道：“每一种人生都值得被尊重，每一个奔赴热爱的灵魂都该被好好对待。”

武汉文旅局相关负责人称，年轻人要的不是简单的观光，而是一种能被记住的体验。

用“对的供给”点燃消费

元旦前夜，黄陂木兰不夜城

景区迎来雨雪天气，木兰花乡旅游发展有限公司的工作人员心里凉了半截：天气不好，会有人来吗？

“是不是该把活动取消了？”有人提议。

“不，既然有人来，我们就得把火生得更旺。”总经理陈悦坚持。

当晚，景区不仅没有停摆，反而加码了。木兰不倒翁在风雪中依然摇曳，巨大的篝火被点燃，噼啪作响，温暖的火光映红了游客的脸庞。室内街区《楚地长歌》暖气十足，为怕冷的游客提供了避风港。

结果是惊人的。当晚，近8000名游客顶着风雪涌入，其中“Z世代”年轻人占比过半，首次超过了亲子家庭，外省游客占比达12.7%。

“这场撞上雪的跨年，细节里全是惊喜，太值了！”来自河南的游客刘倩在篝火旁跳得满头大汗，完全忘记了室外的严寒。

“数据证明，只要产品足够打动人心，消费者是愿意为此买单的。”陈悦感慨。

要像抓生产一样抓消费，武汉正在这么做。

江汉关广场的改造升级，将7栋百年建筑串联成6万人的开放公共空间，让历史街区变身潮流消费场；文旅部门整合全域资源，推出“光影秀+消费季”两大板块120余项活动，形成全城联动；全市一盘棋的营销推广，让“网红”变“长红”。

“作为一座千万级人口的城市，消费潜力从未消失，它只是等待被更用心的供给唤醒。”陈悦认为，当供给能够精准回应人们对美好生活的期待时，消费市场的春天就会来到。

记者余睿 刘海锋