

# 城市“长”出新场景，消费活力自然来

前不久，福建游客王佳把“厂区游”列进武汉之行的最后一站。她选了距离武汉站不远的武钢云谷·606产业园。迈进红砖厂房改造的空间，她对朋友说：“逛完你就懂了。”王佳对这一安排很自信。

眼下在武汉，像这样由老厂房、旧天台蝶变而来的消费新空间不胜枚举。它们不是靠规划图纸硬画出来的，而是跟着人们真实的渴望，从城市的土壤里一点点“长”出来的。

## “大型演唱会绕不开武汉”

4月11日晚，谢霆锋、梁静茹、单依纯三场大型演唱会同城竞演。散场时，武汉体育中心附近的地铁口涌出大批歌迷，有人举着荧光棒，还在哼唱。操盘多位知名艺人演唱会的武汉华耀广丰文化发展有限公司总经理胡昕直言：“大型演唱会绕不开武汉。”

从百年前的“戏码头”到如今的大型演艺中心，市场力量始终精准捕捉着人们的消费渴望。

新场景不只是在文艺消费。在汉口汉黄路，良友红坊文化艺术社区的一间旧厂房旁，26岁的摄影师刘洋正举着相机，为一对情侣拍摄工业风写真。“这里有红砖墙、铁楼梯、大烟囱，出片率特别高。”他说，上个月接了十几单同类风格的约拍，客户都是慕名而来。

汉阳造文化创意产业园里，一家咖啡馆的老板陈姐正往吧台上摆新做的手冲壶，她指了指隔壁正在装修的工作室说：“去年这里还空着，现在有很多艺术工作室还有小剧场，年轻人一拨接一拨。”“爱来的，就会一直来。”她一边擦杯子一边补了一句。

硬核科技也在悄然走进生活。在武商梦时代的一家体验店里，市民罗宇戴上一副看似普通的眼镜。店员凑近他说：“您说‘帮我导航到最近的地铁站’试试。”罗宇照做了，镜片上立刻浮现出箭头和距离。“很有意思，电影里看过的场景走进现实！”他摘下眼镜，翻来覆去看了两遍。这副眼镜来自灵伴科技。去年，这家有“杭州第七龙”之称的企业把全国首店开在武汉。店铺负责人翻着近期的销售记录介绍，消费者体验后下单的转化率越来越高。

## “造一个让人们愿意排队的场景”

如果说上面的变化来自“看见需求”，那么汉堡节、村咖等现象级消费，则更像是市场主动点燃的一把火。

今年3月的一个周末，武汉万象城外的广场排起了蜿蜒的队伍。好奇汉堡节把全国巡展首站



演员在武昌古城·斗级营长廊进行国风表演。

通讯员供图

选在这里，40多家汉堡品牌一字排开，空气中弥漫着肉饼和芝士的焦香。“我们从黄冈开车过来的，等了快一个小时了。”排在队伍中间的陈先生踮起脚往前看了看，回头对女朋友说，“听说那家的每天限量200个，希望别卖完。”开展第一周，万象城展区销量高达近20万个汉堡。

一个月后，在汉口闹市区的另一场市集上，抹茶甜品节刷爆了社交平台。研二学生小乐和闺蜜分头排队，一人端着抹茶司康，一人捧着抹茶贝果，在人群里挤出一个小角落，边吃边拍视频。“这就是在武汉过周末的快乐！”她对着手机镜头咬了一口绿色的面包。来自无锡的兔野面包负责人翻开手机备忘录：三天市集，平均一天卖出2000多个面包。

这些现象级消费，是敏锐而大胆的市场主体一手“造”出来的。

在江夏立新村，沿着乡道开到底，一片开阔的湖面旁立着“像海咖啡”的牌子。主理人金杰正弯腰调整临湖秋千的角度，回头对

顾客说：“放心坐！”不少顾客从黄冈、咸宁专程赶来，来回上百公里，只为在这里喝一杯咖啡、看半小时湖景。“乡村的可能性可以被无限放大。”金杰拍了拍秋千绳，笑着说。

在汉口咸安坊的石库门巷子里，一家文创店的老板手里拿着一沓刚印好的明信片，递给路过的年轻人：“这是我们自己拍的汉口四季，您看看。”他转头对记者说：“用心做产品、用心做服务，市场就认你。”他从柜台下抽出一张订货单，“你看，这个月又进了两批新货，都是根据顾客留言板上的建议订的。”

汉堡节创始人李晨笑道出“流量池”的关键：“爱在网上冲浪的年轻群体是新型消费的主力，追求新鲜、爱社交、懂体验，要踩准他们的喜好，我们先造一个让他们愿意排队的场景。”

## “你只管创意”，城市说

消费活力要落地生根，还需要一片适宜的土壤。

武钢云谷·606产业园的红砖房前，讲解员小吴正带着一队参观者穿行。她停下脚步，指了指一栋改造后的厂房：“这栋楼以前是车间，现在里面是一家设计公司。”2022年起，武钢集团与洪山区政府联手，投入约2.2亿元启动改造工程，按照“修旧如旧、空间织补、功能完善”的理念，对首发区13座建筑进行改造升级。如今，园区共入驻企业40家，懂车帝近2万平方米的线下商城也落户于此。

园区招商负责人说：“招商引资的反馈比我们预想的更积极，很多企业是看到照片后找过来的。”

在武昌黄鹤楼脚下，蓝江商城闲置的天台上，“山顶烧烤·又见黄鹤店”日日满座。傍晚七点，食客们一边涮着火锅，一边抬头就能看到黄鹤楼的飞檐被灯光勾勒出来。网友Lei在大众点评上写道：“黄鹤楼前涮火锅，武汉还是太超前了！”

“当初就知道这里一定会火。”负责人于保罡指了指近在咫尺的黄鹤楼，“这个视角，全武汉找不出第二家。”让他没想到的是——备案、落地、改造、安全……该跑的手续，黄鹤楼街道工作人员主动上门，帮他一次次核细节、补材料。如今，“山顶烧烤”日均客流量近千人次，成了“天台经济”的当红代表。

城市在做的事情，是让这些自发的创意能够落地。

从百年街区到江边桥底，从废弃天台到老厂房，这些由市场自发生长、被城市用心托举的消费场景，成为武汉独一份的时尚表达。

暮色四合，江边桥墩下的一家小酒馆亮起暖黄色的灯。三五成群的年轻人坐在户外折叠椅上，碰杯声和笑声混在江风中飘散开来。酒馆老板拎着一打啤酒从店里走出来，随口问：“你们是怎么找到这地方的？”一个女孩举起手机：“小红书上刷到的，说是‘桥墩下的武汉’。”老板笑着回应：“我也没打什么广告，就是口碑传开了，年轻人自己找来的。”

记者刘晨玮 吴曦