

“包装好看、吃得健康才合心意”

武汉老字号美食玩转“轻”与“潮”

“现在过节买糕点，不光看重味道，还得包装好看、吃得健康才合心意。”正在五芳斋店内选购端午点心的市民王女士告诉记者。端午节来临，汪玉霞、扬子江、五芳斋等多家武汉老字号集体“爆改”传统形象，从低GI粽子的健康主张到海藻糖绿豆冰糕的口感迭代，再到高校联名文创、轻量化便携小包装轮番上新，兼顾本土情怀、健康需求与年轻审美，让百年节令美食走出节日限定，掀起一波新潮端午消费热潮。

从节令礼盒到口袋零食

提起端午老字号美食，不少人的印象还停留于节庆送礼的高端礼盒、固定口味的传统粽糕。今年，武汉老字号扬子江和多家高校推出联名文创、爆改小包装、绿豆冰糕，圈住大批新老消费者。

当下文创食品赛道大多聚焦中秋月饼，专属高校的端午文创产品一直是市场空白。扬子江文创总监朱棣文介绍，瞄准年轻人的情感消费需求，扬子江率先深耕校园赛道，携手华中科技大学、华中师范大学、武汉理工大学、湖北大学等多所本地高校，将各校独有的校园地标与端午传统食俗相融，定制专属绿豆糕和粽子，“学生们都很喜欢，有的外地毕业生还专门买了带回家，今年在消费时尚上是个很大的增量”。其中，为华中科技大学打造的开袋即食文创粽子堪称创新亮点，学生将之当成“口袋零食”，随时随地就能享用带着母校印记的端午美味。

今年，扬子江也让节令美食走出“端午专属”的时间局限。品牌主推便携的小包装粽品和绿豆糕，一小袋2只装粽子6.9元、一小袋6个装低糖绿豆冰糕11.9元，亲民价格搭配社区电商全域铺货，市民随手就能下单。贴合日常消费场景，老字号端午美食突破时节限制，变成常态化休闲零食。“往年端午时令食品都是节前短期热销，今年4月就上新开售。”数据显示，扬子江小包装粽子、绿豆糕今年销量已达数万袋，端午前夕仅余少量库存。

吃绿豆糕是武汉人刻在骨子里的端午仪式感，扬子江今年对这款经典单品进行了全方位焕新。将糕点外观刻上黄鹤楼城市地标，满满江城特色；口味上新低糖、羽衣甘蓝等健康款式，适配当下养生饮食潮流。

在新鲜度与口感上，升级更



武汉五芳斋总店，前来选购粽子的市民络绎不绝。



汪玉霞今年的端午产品包装主打清爽夏日风。

记者黄丽娟 摄

是直击消费者需求。依托成熟供应链，扬子江推出仅5天保质期的“短保”绿豆糕，零多余添加剂、主打极致新鲜。同时创新融入黄油、牛奶工艺，复刻网红冰糕的绵密奶香口感，入口即化，用现代化工艺改良老味道，让传统绿豆糕适配年轻人的口味偏好。

颜值口感“拿捏”年轻人审美

“我选了几盒樱花味海藻糖

绿豆糕，而且包装上是黄鹤楼插画，送给刚毕业的外地学长带回北方当伴手礼，低糖配方长辈吃着也没有负担，感觉非常合适。”6月17日下午，来自华中师范大学的大学生小徐在汪玉霞吉庆街门店购买端午礼盒糕点。她的选购偏好，正是今年武汉端午消费新风向的缩影。

武汉老字号的时髦感，体现在视觉包装和口感细节上。6月17日下午，记者在汪玉霞吉庆街门店看见，今年的端午时令

产品包装主打清爽夏日风。该店行政经理唐万琴介绍，所有产品外包装均由自有设计团队原创打造，绿豆糕、芝麻糕等经典单品，换上莫兰迪浅绿、暖橙清新配色，搭配简约灵动的龙舟、祥云、水波插画，质感瞬间升级。高端礼盒更是改用浅色系毛毡手提袋，轻便又雅致。

适配全民减糖健康风潮，汪玉霞全新推出的樱花味海藻糖绿豆糕，大幅降低甜度。“现在年轻人喜欢冰镇吃法，我们专门调整了配方。”唐万琴介绍，这款新品冷藏后依旧保持细腻绵密的口感，吃起来像网红冰糕，清爽不腻，备受年轻消费者追捧。传统口味配上“隐藏玩法”，也成为时髦单品。汪玉霞门店窗口，师傅每日现包清水白米粽，选用上好糯米与冬叶，还原最质朴的米香，日均销量高达数百个。特有的“隐藏吃法”——白米粽蘸芝麻粉，备受年轻人喜爱。

相隔不远，位于中山大道的武汉五芳斋总店，前来购买粽子的市民络绎不绝。“今年5月中旬，端午消费热潮就提前启动，礼盒团购订单陆续出货、批量交付，6月初线下门店便迎来常态化排队，零售礼盒销量也持续走高，整体销量同比实现稳步上涨。”武汉五芳斋相关负责人介绍。在产品端，五芳斋不再固守传统咸甜口味，逐步研发适配轻食需求的低糖、小克重粽子，推出锁鲜即食粽、微波速食款，尝试芝士焗粽、炸粽等新式吃法，推动粽子从节日礼品转向日常主食、休闲零食，也精准贴合当下“轻负担”的消费趋势。

从文创赋能、日常化改造到颜值焕新、口感升级，武汉老字号的端午“潮变”，并非流于表面的跟风创新。深耕本土底蕴、贴合大众需求，老字号在守住传统风味的同时不断突破自我，让端午老味道在新时代焕发全新活力。

记者黄丽娟 实习生刘艾佳