

徐州文旅的魅力藏在哪些细节里？

他们的故事，是你最好的旅行攻略

本报记者 王思恒

岁末将至，徐州处处洋溢着跨年的喜庆氛围。近日，记者采访了景区工作人员、外地游客与本地文旅行业从业者，从不同视角聆听他们与徐州文旅的故事，在一个个鲜活的叙述中，感受这座城市的文旅脉动，读懂各方对新年的殷切期许。

景区是文旅发展的核心载体，其变迁与升级见证了城市文旅的成长轨迹。

见证云龙湖“圈粉”时刻



景区工作人员（左）为游客答疑解惑。

“2025年是收获满满的一年，也是景区焕新升级的一年。”作为云龙湖旅发公司工作人员，文凤乔向记者回忆起今年五一和十一假期期间云龙湖热度飙升的热闹场景：“那几天，景区里到处都是来自全

各地的游客，滨湖公园、苏公塔、沉水廊道这些热门景点全是游玩的人群。很多游客都是专门冲着云龙湖来的，有的是被网上的湖景视频吸引，有的是听说了《彭城风华》实景演出特意赶来。还有不少本地市民带着外地朋友来逛，一边走一边介绍云龙湖的历史故事、苏轼与徐州的渊源，以及徐州的特色美食。”

谈及这些场景，文凤乔语气中满是自豪：“我真切地感受到了云龙湖的吸引力，更感受到了徐州文旅蓬勃发展的生机与活力。”

这份蓬勃活力，也让文凤乔对新的一年充满憧憬。她表示，新的一年，景区将继续深耕景区服务与产品创新，进一步优化游览动线，升级智慧导览系统，同时丰富夜间文旅业态，让云龙湖的白天更有看点、夜晚更有韵味，让每一位游客都能在这里感受到彭城山水的魅力与温暖。

“二刷”徐州是有理由的

徐州文旅的变化，游客感受最为真切。从河南平顶山赶来跨年的95后游客李依娜，刚来到云龙湖，就迫不及待地用手机记录下眼前的美景。

“这是我第二次来徐州，每次来都有不一样的惊喜！”李依娜兴奋地说，“能明显感觉到，徐州的文旅配套设施越来越完善，景区里的导览标识清晰醒目，逛起来特别省

心。除了必打卡的云龙山、云龙湖，我还计划去回龙窝历史文化街区和文庙街区转转，朋友圈里好多人都推荐了。”

选择来徐跨年，李依娜也有着自我的考量：“徐州的跨年活动太丰富了，而且交通方便，高铁一小时就到；文旅消费券还能减免部分费用，性价比很高。”

把徐州韵味传给游客



刘冠玉见证了街区的转变。

游客的青睐，背后是徐州文旅行业的蓬勃活力，这一点，本地文旅从业者感触尤为深刻。

作为回龙窝历史文化街区“剪纸纸风”小店的店主，刘冠玉见证了街区从默默无闻到成为网红打卡

地的转变。

“这几年，明显感觉到街区的人气越来越旺，尤其是节假日和周末。”刘冠玉说道，“街区管理方特别注重业态创新和氛围营造，经常组织特色活动，既带动了商户的生意，也让老街区更有生命力。我们也跟着不断调整产品，开发了以徐州为元素的文创产品，很受年轻游客欢迎。”刘冠玉说，看着越来越多的外地游客走进回龙窝、爱上徐州，他对这份事业充满了信心，也更愿意用心做好产品，把徐州的文化魅力传递给更多人。

从景区的品质提升到街区的业态升级，从游客的沉浸式体验到从业者的创新探索，徐州文旅的活力正渗透在城市的每一个角落。新的一年，随着更多文旅项目的落地、更多创新业态的涌现，徐州文旅必将书写更加精彩的篇章。

受访者供图



从景区的品质提升到街区的业态升级，徐州文旅的活力正渗透在城市的每一个角落。 本报记者 孙井贤 摄

消费新观察

近郊游解锁家门口的“诗与远方”

本报记者 彭家一

你有没有发现，当长假来临，越来越多的人不再执着于奔赴“远方”，而是将目光转向城市周边。“不出远门”的近郊游，正以高频次、低门槛、强体验的特点，悄然重塑人们的出行选择。

今年国庆、中秋双节，徐州市接待游客超562万人次，其中近郊游成为亮眼板块。以贾汪区为例，双节期间，纳入监测的17家A级旅游景区、乡村旅游重点村及重点景点，接待游客总量达38.26万人次，同比增长15.74%；旅游综合收入1.32亿元，同比增长17.44%。数据的背后，正是近郊游“场景融合”与“体验升级”释放的强劲消费吸引力。

近郊游的兴起，离不开社交媒体的助推。每一张图片、每一段视频，都让“养在深闺”的县域旅游资源被更多人看见，也点燃无数人的好奇与向往。

但近郊游的真正魅力，更在于它提供了一种无需奔波就能轻松获得沉浸式体验的方式。在徐州，这样的体验正

以多样化场景生动展开：泛舟潘安湖，体会“舟行碧波上，人在画中游”的诗意；驻足梁堂村，细品一杯村咖，静静感受近郊独有的恬淡安然……

更进一步看，近郊游的蓬勃发展，还在倒逼旅游供给侧创新升级。它要求目的地不再仅仅依赖静态的风景或古迹，而是必须将本地资源转化为可感知、可互动、可分享的当下体验，不断为乡村发展注入新的文化活力与经济动能。

值得关注的是，近郊游的走红并非偶然。从推介休闲旅游农业精品线路、发布电子地图，到新增乡村旅游观光专线、打造多元的乡村活动，一系列配套举措共同提升了近郊游的便利性与吸引力。

近郊游的走红，本质是当代人对美好生活的主动选择。它意味着旅游不再是遥远的憧憬，而是可嵌入日常的“诗与远方”。对于目的地而言，这既是“泼天的富贵”，更是长期考题，唯有以持续创新的思维深化游客体验、夯实服务，才能让这份“火热”真正转化为可持续的消费活力与地方发展动能。