

今年“五一”假期，徐州文旅消费市场热度高涨：景区游人如织、商圈人气爆棚、餐饮一桌难求。在热闹的消费图景背后，一组数据尤为值得关注：外地来徐游客消费占比稳步攀升，跨城消费、周边引流、省外客源明显增多，其中外地游客占比高达71%，较去年同期提升8个百分点。这意味着，每10个来到徐州的游客中，就有7个来自外地。

为什么越来越多的外地人愿意把时间和金钱“花”在徐州？答案不只藏在假日经济的短期繁荣里，更体现在城市能级提升、消费业态提质、区位优势赋能三个维度的深层变革中。持续增长的外来消费，正是徐州作为区域消费中心城市加速崛起、消费“虹吸效应”持续释放的生动写照。从“流量地”迈向“消费高地”，徐州正以更开放的姿态、更优质的供给、更强劲的活力，让消费者“愿意来、留得住、还想来”。

# 徐州，正在被外地人“偏爱”

首店经济、文旅场景加持，点亮城市消费活力



## 业态提质聚人气

首店经济筑牢消费引力根基

区域消费中心的崛起，离不开高端消费要素的集聚。“五一”期间，徐州消费市场的一大看点是“首店经济”的集中爆发。从中心商圈的网红餐饮，到彭城七里“泡面星球”等新潮业态的扎堆开业，这些首店极大激发了年轻人的消费热情。

“以前想买大牌、吃网红店得往南京、上海跑，现在徐州都有了。”这是不少徐州周边城市消费者的真实感受。

数据更有说服力：2022年至2024年，徐州累计引进首店564家；2025年，徐州新落地知名首店127家，举办首发首秀首展30余场；达美乐徐州首店开业首日销售额68万元、刷新全球单店纪录；好利来开业8天销售额755万元。2026年年初以来，苏宁广场、金鹰国际等重点商贸企业又同步亮相多个区域首店，首店集聚效应显著释放。

首店经济不仅是城市消费能级的重要标志，更是集聚人气、增强辐射力的关键引擎。今年“五一”，徐州各大商圈的外来占比不断攀升：苏宁广场假期整体外来消费占比达66%，杉杉奥特莱斯占比达60%，金鹰国际占比达53%，云龙万达占比达43%……这些数字背后，是供给端从“有”到“优”，从单一购物到首发首秀的持续跃升。

更为重要的是，这种热度并非昙花一现，而是表现出极强的消费黏性。数据显示，徐州中心商圈年客流量已超8000万人次，节假日峰值客流突破50万人次，市外居民消费占比稳定在30%以上。这组数据印证了，徐州区域消费中心的向心力持续凸显，让周边城市的消费者正心甘情愿地跨市、跨省而来。

更值得注意的是，不仅是品质提升，徐州也在把“消费”做得更接地气、更加便捷。盒马“超盒算NB”三店同开、京东电器旗舰店落地、淘天全资子公司进驻；即时零售“半小时达”、直播电商“繁星计划”等新业态被写入年度计划。更优质、便利的消费供给，进一步放大了消费虹吸效应。

## 文商旅体融合 场景创新激活消费流量转化

如果说商圈升级是“引流”的引子，那么文商旅体的深度融合，则是徐州把外来消费“留下来”的核心载体。

近年来，徐州立足本土文化底蕴，以融合为抓手，打造差异化、特色化、沉浸式消费场景，用独有的城市魅力吸引外来客源主动奔赴。

2025年，彭城七里示范段开街运营，累计吸引游客230万人次，外地游客占比超一半。今年“五一”期间，彭城七里的徐州饮食文化博物馆、数字体验馆、泡面星球等核心业态累计接待客流约15万人次，销售额超300万元。云龙湖风景区推出宋市雅集、烟火好市、踏浪西游、水上“苏超”、非遗技艺等活动，吸引大量游客参与体验。全城免费的公交主题巴士上，黄楼、戏马台等地标图案印于车身，成为流动的城市文化名片。由“项羽”和“苏轼”分别

驾驶的彭城七里公交专线，载着乘客穿梭于城市间，成为假期文旅亮点。

一系列创新举措的叠加，让徐州的历史文化成为可观、可感、可体验的城市消费“新表达”，源源不断吸纳周边乃至省外消费流量。

与此同时，回龙窝、文庙街区、苏宁广场、金鹰国际等商业载体联动发力，夜间经济、市集经济、美食经济持续升温。徐州烧烤、地锅鸡、蛙鱼等特色美食，成为外地游客必打卡项目。

凭借特色化的文旅供给、高品质的消费场景，徐州构建起全链条消费场景，打造出“可游、可吃、可逛、可住、可玩”的一站式消费体验，让游客不再是走马观花式的一日游，而是停留两至三天的深度消费，住宿、餐饮、零售等外来消费占比随之大幅提升。

## 城市能级跃升 赋能扩大区域“虹吸效应”

徐州外来消费占比的持续攀升，并非偶然，而是城市能级系统性提升的必然结果。

在服务与政策层面，徐州持续释放城市温度。“五一”假期，徐州推出公交免费乘坐、机关企事业单位开放7941个免费停车位、发放“汉符”消费券等惠民举措，用“小细节”打动人心。

更深层次的变化在于，徐州正在从“卖产品”向“卖体验”转型。彭城七里数字体验馆、户部山汉服巡游、梁堂古村非遗大赛……假期里，这些沉浸式场景让游客的体验从“走马观花”变为“深度参与”。这种“情绪价值”的提供，是城市能级软实力的体现，将“头回客”变成了“回头客”，把文旅流量转化为实实在在的消费增量。

交通区位优势持续释放，进一步拉近徐州与周

边城市的时空距离。高铁2小时可直达上海、济南、合肥等重点城市，高速路网四通八达。便捷的交通条件，让周边城市游客“跨城消费”成为常态。“五一”期间，来自山东济宁、安徽宿州、河南商丘等地的游客或自驾，或乘高铁直达徐州，区位红利持续转化为消费动能。

外来消费占比的增加，本质上是城市服务功能外溢、辐射能力增强的直接体现。站在“十五五”的新起点，徐州正以日益强劲的“磁吸力”，加速集聚消费资源、激活消费活力。未来，随着德基广场等高端商业体的落地运营、“淮海新消费”系列促消费活动常态化开展，徐州区域消费中心的“虹吸效应”将进一步凸显，为区域高质量发展注入更加强劲的消费动力。