

小店里藏着徐州的“另一面”

我市以“微更新”激活城市文旅消费新动能

文/图 本报记者 吴一凡

这个端午假期，徐州街头巷尾呈现出与往年不同的景象。在彭城七里的青砖老巷中，游客不再只奔着传统景点打卡，而是钻进独立书店、特色小店、焕新菜市。曾经不起眼的街头小店、特色书店、农贸市场，正变身为各具格调的创意微场景，在短视频与社交平台收获超高热度，成为撬动城市文旅市场的关键支点。这些小场景，为何能成为激活市场消费的重要抓手？

从“菜市场”到“打卡地” 空间重塑激活消费新触点

温暖柔和的灯光洒在木质货架上，新鲜蔬菜码得整整齐齐，“蔬菜”“肉类”“冻货”分区清晰。菜市内部不同楼层之间既可搭乘电梯，也能走木质楼梯；沿街甜品店、烧烤店、家常菜馆陆续开业，“食材采购+消费体验”的一站式服务场景已然成型——剪子股菜市，这个曾以露天市场闻名的老菜市，如今已成为徐州文旅打卡新地标。

灰白色的外立面尽显古朴厚重质感，与周边的徐州饮食文化博物馆浑然一体。市民秦先生说：“我们早就从网上刷到剪子股菜市焕新的消息了，整体风格像古时候的客棧、商肆，来这儿拍照肯定很出片。”说话间，来自山东临沂的小付举着手机在菜市门口的打卡点前拍个不停。“我和朋友逛了宝莲寺、云龙湖，又转到剪子股菜市，徐州这座城市给我留下的印象特别好。”小付笑着说。

在剪子股街边的咖啡馆里，年轻人正和游客分享徐州的美食攻略；旁边的社区广场上，老人们凑在一起下棋聊天，孩子们在旁边追逐嬉戏。石磊小区居民李大爷说：“焕新后的剪子股不仅保留了老味道，还添了新花样。”

剪子股的“微更新”，让我们看到菜市场也可以是“主客共享、古今交融”的文商旅生态节点。当市民和游客能在同一个空间里买菜、喝咖啡、拍照打卡、选购文创，消费便不再是单向行为，而成为一种复合体验。



▲“奇妙叮当”种子文创馆。

从“千店一面”到“一店一景” 业态创新破解同质化困局

如果说农贸市场转型解决的是“空间怎么变”，那么街头小店的不断涌现，则在回答“消费者凭什么来”。在彭城七里示范段，一批差异化首店的集聚，正在打破传统历史街区“千店一面”的发展瓶颈。

以泡面为主题的连锁便利店“泡面星球”汇集全球百余种特色泡面，搭配个性化煮面服务与主题拍照场景，精准契合Z世代需求。端午假期，这家小店日销量达到平时的4倍。来自合肥的游客王曦挑选了几款心仪的泡面后感叹：“古色古香的老街搭配这样的新潮小店很有特色，让人体验感满满。”在另一家新潮饮品店“百事鲜奇乐”门口，年轻人排起长队，门店负责人高荣介绍：“我们的饮品走亲民路线，彭城七里有天然的流量优势，目前客流量比平时多两倍。”

在回龙窝历史文化街区，“奇妙叮当”种子文创馆

作为全国首个“种子+”复合文创空间，在端午假期迎来客流高峰。馆内有非遗体验、种子文创、动植物标本等特色内容，打破了“卖东西”与“讲故事”的界限。

端午假期，回龙窝策划推出“夏日纳凉集”，包粽子、做香囊、手绘团扇等非遗体验与艺术市集同步开启。带着孩子前来体验的市民张女士告诉记者：“以前带孩子逛街就是买买买，现在能在回龙窝一边逛文创店一边体验非遗手作，孩子玩得开心，我也觉得很有意义。”

这种将消费与文化体验融为一体的模式，让游客从“路过”变成“停留”，从“看看”变成“消费”。以“小切口”打造“深体验”的业态创新，让小场景撬动大市场。当每一个小店都成为一个独特的“微目的地”，整条街区便不再是一条通道，而是一个值得专程前往的消费场域。

从“商业空间”到“社交阵地” 社群连接重构消费关系

如今走进徐州街头的许多小店，你会发现店里承载的是一场手作课、一次夜校体验、一个交朋友的契机。商业空间的边界正在不断被打破，它们不再只是“买东西的地方”，而成了连接人与人的社交阵地。

在徐州鼓楼中心商圈，“空山半闲”咖啡店是这种转变的生动缩影。两位90后主理人予辰和木木打破传统咖啡店的经营模式。“这里白天是咖啡馆，晚上是课堂，周末可能是交友沙龙。”予辰这样总结小店的变化，“空间没变，但能做更多事了，人也越来越多了。”插花、水晶串珠、城市文化沙龙等课程让咖啡香中融入了求知的欢笑，小店从单纯的饮品消费空间，变成了“可逛、可学、可交友、可消费”的复合型青年阵地。与此同时，小店客单价提升20%，复购率提高15%，“空间复用”让一杯咖啡的钱带来多份收入。

同样值得关注的还有“刺猬的小屋”酒吧。这家民谣主题酒吧在营造音乐氛围的同时，长期提供免费热水、充电服务及休息空间，成为户外劳动者的“避风港”。“在经营民谣主题酒吧的同时，我们希望将社会责任与人文关怀传递给大家。”主理人雨蒙说。这种将商业空间转化为公共空间的自觉，让小店不再只是消费场所，而成为城市温度的载体。

“节假日不想闷在家里，又不知道该去哪儿的时候，来这儿总能遇到同龄人，聊着聊着就成了朋友。”正在“空山半闲”参加夜校的市民小陈告诉记者。她是在朋友圈看到好友分享后第一次来这家店，如今已成为这里的常客。对她而言，吸引她的早已不是一杯咖啡，而是这里“随时有新鲜事、随时有同路人”的氛围感。

不少年轻顾客也表示，与传统商业场所相比，这些小店更像一个“熟人社会”的微型社区——你不再只是消费者，而是圈子的一部分。事实上，像“空山半闲”“刺猬的小屋”这样的青春小店，徐州已累计培育了110家。

小场景之所以能成为激活市场消费的重要抓手，在于三个层面的深层变化：空间上，从“功能性”跃升为“体验性”；业态上，从“大而全”转向“小而精”；关系上，从“交易”重构为“社群”。

从剪子股菜市到“泡面星球”，从“奇妙叮当”到“空山半闲”，文旅消费的增量，不一定来自新建一座大场馆、引进一个大品牌，也可能来自对每一个街角、每一家小店、每一处日常空间的精心打磨。当一座城市学会了在细微处用心，它的吸引力就不再只属于某个假期，而会成为一种可持续的城市魅力。