

荷塘进入盛花期,吸引大批市民、外地游客驻足游览。

消费新观察

为什么都来这里看荷花?

徐州荷花经济点燃夏日消费热

文/本报记者 彭家一 实习生 赵嘉
图/本报记者 刘冰 倪帅 汉风拍客 裴伟

傍晚的云龙湖畔,一叶竹筏从荷叶深处缓缓摇出,汉服舞者持荷而立,衣袂翩跹;不远处的荷花市集里,挎着竹篮的“卖花郎”穿梭在摊位间,鲜切荷花、莲蓬、非遗手作与徐州小吃依次排开,荷香混着烟火气,在夏风里漫开。

这是今年徐州夏日寻常的一幕,数据显示,2026年暑期,云龙湖景区日均客流量约3.8万人次,周末单日峰值突破5.2万人次;荷花市集开市首周,日均客流量便超过8000人次。

从云龙湖畔的荷花市集到回龙窝“荷风入巷”的限时体验,再到以荷入饌的各式茶点,这个夏天,“荷花经济”频频出圈。

去年1月,国务院办公厅发布《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,提出深化“文旅+百

业”“百业+文旅”,提升产品供给能力,丰富消费业态和场景。

在此背景下,徐州统筹推进彭城七里业态规划,根据季节持续策划各种文旅活动,打破了传统“走马观花”的单一模式,将赏花从简单的视觉享受,拓展为集国潮演艺、手作体验、美食品鉴、文创消费于一体的复合场景。游客不再是看一眼就走的过客,而是停留在这的体验者、消费者,流量在场景中沉淀为留量,最终转化为实实在在的消费。

文脉的深度赋能,是徐州“荷花经济”与众不同的核心密码。

徐州用文化为荷花注入了灵魂,在这里,人们奔赴的不只是一池荷花,更是宋词里的风雅意境,亦是与苏轼隔空对望的浪漫。

九百多年前,苏轼任徐州知州,夜宿燕子楼后,写下“明月如霜,好风如水,清景无限。曲港跳鱼,圆荷泻露,寂寞无人见”的千古名句。

如今,当年苏公笔下寂寞无人见的

清景,成了如今人们争相奔赴的夏日盛景。苏轼在徐州治水安民、筑苏堤、建黄楼的历史,早已融入这座城市的精神底色;而荷叶上滚落的露珠、曲港里跃起的游鱼,又把抽象的文脉具象成可感知、可触摸、可拍摄的画面。

徐州还在这个暑期一口气推出涵盖文脉漫游、研学实践、亲水游乐、乡村度假、非遗体验、文艺展演、活力赛事和

伏羊美食八大板块、130余项文旅活动,让游客在游览的同时,读懂一座城。

一池碧荷,揽尽山水,也照见了一座城市文旅转型的方向。“荷花经济”的出圈,从来不是一朵花的偶然走红,而是政策引导、文化赋能、消费升级与传播创新共同作用的必然结果。



荷花市集上,荷花束售卖摊主细心包扎花束。



荷塘莲花盛放,水鸟伫立清波。

万物皆可分钟级送达!

徐州即时销售解锁便民消费新范式

本报记者 王莹

深夜急需的药品、临时救场的数据线与充电宝、看球赛时下单的啤酒零食……这些细碎而急迫的民生需求,正被即时零售一一得到满足。如今,“万物皆可分钟级送达”的即时零售,早已不是营销概念,而是深度融入徐州百姓日常生活,成为城市消费新常态。

据商务部研究院测算,2026年我国即时零售规模将突破1万亿元。作为新兴线上消费业态,即时零售正加速崛起,成为拉动消费升级的“新引擎”。

以闪电仓为代表的前置仓模式在徐州加速布局,江小园等线上超市覆盖社区,实现半小时送达;罗森、7-11、盒马等连锁品牌密集布点,线下门店变身便民配送站点,共同推动徐州线上线下消费网络深度融合。即时零售不仅丰富了徐州消费场景,更直观彰显城市公共服务能级的稳步跃升。

即时零售能够融入徐州百姓日常,核心在于其彻底打破了传统零售的“时间围墙”。商超晚9点打烊,菜市场按时收摊,消费者的购物需求常受时间限制。而即时零售依托24小时在线服务、30分钟送达的优势,精准填补传统零售的服务空白,开辟出全新的消费市

场空间。

更深层的变化在于,它正推动零售从“人找货”转向“货找人”。商品不再静态陈列于货架等消费者选购,而是借助智能算法与配送网络,主动推送到消费者手中。当“应急”与“即刻”成为消费常态,消费需求随时产生、即刻满足。这种消费模式,不仅解决应急需求,更通过“即时满足”的体验感,重塑了消费者的消费认知,悄然推动城市生活节奏、消费理念的深度革新。

速度是即时零售的核心优势,但绝非行业发展的唯一答案。若行业发展局限于比拼配送速度、低价补贴,终将陷入同质化竞争的发展困局,难以实现

长效发展。

破解之道在于回归零售服务本质。把服务做细,既要品类更全、送达更快,更需筑牢售后保障体系,确保投诉有回应;把品质做实,既要严守商品质量关,更要构建商户可持续经营的生态,筑牢骑手权益保障的底线。

即时零售的蓬勃兴起,不仅是消费模式的新亮点,更是城市服务能级提升的生动注脚。快,只是入场券;好,才是终极答案。唯有平衡速度与质量、效率与公平,才能将“分钟级送达”的便利,转化为消费市场长久的内生动力。